

创新会展·特别篇

世界经济论坛2024年年会开幕

■ 宗赫

当地时间1月15日,世界经济论坛2024年年会在瑞士东部小镇达沃斯拉开帷幕。此次年会以“重建信任”为主题,将持续至19日。

据悉,年会汇聚了120个国家的2800多位政界、商界、学界领袖。他们将围绕经济增长、气候与自然行动、能源安全、技术治理和人类发展等全球迫切事项,深入推动对话,积极促进合作。年会期间将在线直播近250场会议,旨在触达更广泛的受众。

世界经济论坛创始人兼执行主席施瓦布在接受媒体采访时表示,期待中国继续为全球经济复苏发挥积极作用。

此次年会正值全球经济面临30年来最疲弱的5年,社会分化的加剧和不确定性的增加持续引发全球局势动荡。与会的政商界领袖就“重建信任”这一主题展开讨论。

此次年会开幕正值全球经济陷入不稳定、不确定的时期。世界银行刚刚发布的《全球经济展望》报告

预计,今年,全球经济增长将连续第三年放缓,从2023年的2.6%降至2024年的2.4%,这将使2020至2024年成为全球经济30年来增速最慢的五年。

年会举办之前,世界经济论坛发布的《2024年全球风险报告》显示,信息错误和虚假信息是最大的短期风险,极端天气和地球系统关键变化是最严重的长期问题。全球三分之二的专家预测,未来十年将形成多极或分裂的秩序。报告还警告称,各国在

紧迫的全球问题上合作不足,需要引入全新方法和解决方案。

1月15日,年会期间发布的《首席经济学家展望》报告还显示,半数以上(56%)的首席经济学家预计2024年全球经济将走弱,70%的首席经济学家表示地缘经济将加速分裂。三分之二的受访者认为产业政策将创造新的经济增长点,但大多数受访者警告表示,财政压力将增加,高收入和低收入经济体之间的差距将拉大。

世界经济论坛总裁博尔格·布伦德承认,本届世界经济论坛会议正处于“几十年来最复杂的地缘政治和经济背景下”。

在疫情和经济下滑的冲击之下,“重建信任”显得格外重要。

世界经济论坛是以研究和探讨世界经济领域存在的问题、促进国际经济合作与交流为宗旨的非官方国际性机构。其前身是1971年创建的“欧洲管理论坛”。1987年,“欧洲管理论坛”更名为“世界经济论坛”。

成都会展业开年公布新规划

■ 本报记者 兰馨



成立中国首个博洛尼亚绿色会展设计中心,引入绿色会展国际先进理念和技术水平,提升成都会展业设计水平,开创全新合作模式,推动成都会展业绿色化发展。”四川天府新区文创和会展局相关负责人如是说。

推介会期间,四川天府新区与中国贸易报社签订合作协议,将在国内外重点地区定制化宣传推广四川天府新区优良的会

展环境和发展机遇,合力将四川天府新区打造成国际知名会展目的地。

成都绿色会展新经济创新中心联合博洛尼亚展览集团在四川天府新区设立国内首个绿色会展设计中心。四川天府国际会展集团有限公司与北京钓鱼台会展有限公司及中青博联整合营销顾问股份有限公司分别签署了战略合作协议,将在展会招引、区域联

动、服务提升、人才培养等多方面加强合作,进一步推动成都会展业高质量发展。

四川省会议展览业协会与中国安全生产协会会展安全工作委员会签署协议,将在会展安全生产培训、会展安全师人才培养、会展安全生产管理体系建设等开展深入合作,进一步提升四川省、成都市会展安全生产管理能力和应急处置能力。

杭州大会展中心一期项目预计9月正式启用

■ 本报记者 伊宇

大会展中心的合作意向。

杭州大会展中心方面表示,与上述会展主办机构达成合作,将为进一步杭州会展业高质量发展、导入优质会展业资源、孵化大型会展项目积蓄动能。

杭州大会展中心位于临空经济示范区先行启动区域之一的会展商务板块。项目总占地1110

亩,建筑面积134万平方米,总投资超过200亿元,室内净展面积30万平方米。杭州大会展中心旨在通过“展城融合、平展结合”,为会展发展提供先进的硬件设施,进一步推动城市发展与会展产业深度融合。

此前,杭州市临空建设投资集团有限公司和招商蛇口成立

了杭州临空招商会展管理有限公司,负责杭州大会展中心招商招商和整体运营。杭州市临空建设投资集团有限公司相关负责人表示,此举标志着杭州大会展中心筹备开启按下了加速键,第三届全球数字贸易博览会将成为投入运营首秀展。

记者从杭州大会展中心获悉,杭州大会展中心一期项目今年9月将正式投入运营。日前在深圳举行的首次推介座谈会期间,慕尼黑展览(上海)有限公司、法兰克福展览(香港)有限公司、中国对外贸易广州展览有限公司、励展华博展览有限公司、英富曼会展集团等会展主办方机构表达了与杭州

科隆中国高层变动或涉战略布局

■ 本报记者 兰馨

记者日前从科隆展览(北京)有限公司(以下简称科隆展览)获悉,Michiel Kruse将负责科隆展览中国业务,原科隆展览(北京)有限公司董事总经理崔国豪因新的职业发展离职。亚太区副总裁Mathias Küpper将负责科隆展览香港业务。科隆展览北京方面表示,中国大陆和香港市场是科隆展览最重要的市场之一。

据介绍,Michiel Kruse将负责科隆中国的业务,包含北京、上海和广州3个分子公司。科隆展览公开公布的信息显示,Michiel Kruse曾任职上海VNU Exhibitions Asia的国际部总监、UBM Asia高级管理等职务。近年来,在新加坡从事展览咨询,其业务主要集中在亚洲市场。Kruse表示,将带领科隆展览中国团队进一步加强科隆在中国的业务。

Mathias Küpper作为科隆亚太区副总裁兼新加坡、泰国和台湾公司董事总经理将负责科隆展览香港的业务。Mathias Küpper履历显示,Mathias Küpper曾担任科隆展览香港总经理,对科隆展览在香港的业务非常熟悉。

崔国豪自2018年任职科隆展览北京公司董事总经理后,创新了科隆展览在中国大陆和香港的展览项目,带领团队渡过了最具挑战的疫情3年,并创新了科隆展览中国2023年出展业务。

目前,科隆展览在中国大陆展览项目包括世界食品(深圳)博览会和深圳国际手冰冰淇淋、烘焙及咖啡展览会,中国广州国际家具生产设备及配料展览会,中国国际五金展。

“中国市场是科隆展览业务的重要组成部分。”科隆展览集团首席执行官Gerald Böse表示,科隆展览在中国有发展成熟的展览项目,也有正在培育且具有良好发展前景的展览项目。将持续专注于扩大中国的业务,进一步加强现有的展会,同时推出更多的新项目。

(兰馨)

会展大咖说

会展业高质量发展如何精细“颗粒度”?

■ 杨正

人数规模等要素的过度依赖,因为依赖规模经济的发展模式必然带来边际收益递减下的“内卷”。在数字经济时代,经济发展的基本规律是“报酬递增”,远非传统的边际收益递减,原因在于数字经济时代运行的规律是基于双边需求的连接创造平台网络效应,依靠专业社群的连接创造梅特卡夫效应,依靠数字化产品和服务带来的零边际成本的指数型扩张效应。

简单地讲,高质量发展是“颗粒度”更细的精细化发展。在数字经济时代,高质量发展的核心在于更小的颗粒度。它不是传统的依赖规模经济的模式,而在于对细分市场、观众群体需求进行更精细化的把握,应当从四个方面进入:

一是观众画像的“颗粒度”更细。在新经济的当下,观众画像的细化程度正经历着转变,从最初的素描式的简单划分逐步过渡到工笔式更为复杂和精细的阶段。因为观众这一群体的细分更为复杂,包括基于地域、行业、职业身份、决策能力和采购能力的分类。地域的细分更为精准,不再只是城市,而是1至5线城市、区域、乡村等。考虑到行业的特性和差异,观众所在的行业的划分更为垂直细分。职业身份的分类也变得更加精细,必须剖析层级和职责范围。决策能力和采购能力的分类则考虑了在决策和采购中

的角色和能力。

二是需求对接的颗粒度更细。新商业环境下,需求对接的精细化是实现高质量增长的必要前提。从过去的按行业邀请观众到根据特定品类邀请买家,甚至到产品级别(SKU)的细化,行业的划分不再是简单的分类,而是更精确地基于特定品类进行邀请,甚至更进一步到产品级别。如针对某类特定车型的零部件展品,精准邀请需要这些零部件的主机厂。

三是参展、参会日程的“颗粒度”更细。高质量发展需要对参展、参会日程进行精细化安排。不再局限于售出展位和邀请观众,而是将每场预约洽谈充分规划,确保参会者的时间被充分利用。需要提前制定详细的日程,考虑到不同参会者的时间限制、兴趣点和专业领域。日程安排更加综合考虑参会者的需求和期望,通过智能配对系统推荐最适合他们期望的会议内容和商机线索。最后,展会日程安排必须精确到分钟级别,避免时间浪费,确保每一分钟都能被有效利用。

四是持续性的参与和交流的“颗粒度”更细更长。高质量发展需要改变传统一年一次的大会、大展的单次连接,采取建立持续性的参与和交流(如每周举办沙龙、每月组织线下研讨会、季度举办行业分会及年度大会)的方式。每周的沙龙

提供了持续性的平台,行业专业人士得以分享最新动态、趋势和经验,激发创新思维,解决共同挑战。每月的研讨会则提供了更深入的交流,分享专业见解,促进合作与创新。季度的行业分会聚焦更广泛议题,吸引不同领域从业者,促进跨领域交流合作。最终,年度大会汇聚全行业领袖,加深行业内外人士的认知,促进商业合作。

笔者认为,高质量发展需要变依赖经验到数据驱动的发展。也就是说,“颗粒度”更精细的高质量发展,必须依赖数字化和数据驱动的发展:

首先,全面洞察与个性化服务。大数据赋予了行业更全面、深入的洞察能力,能够基于全量样本创建多维度的客户画像。这样的画像不仅有助于了解客户需求和偏好,还能够实现更个性化、精准的服务。借助数据分析,企业能更好地了解市场趋势、客户反馈,从而调整策略、改进服务,更好地满足客户期待。

其次,智能算法与资源优化。智能算法的应用提升了资源匹配效率,如匹配参展商和观众需求、展区布局、信息分发等。这些算法能够快速且准确地分析和匹配不同参与者之间的需求,提高资源利用率,使行业发展更为高效。

再次,流程革命与工作效率。

机器自动化和AIGC带来的流程革命和生产自动化使得许多繁琐、重复性工作实现自动化处理。这些自动化工具提高了工作效率,节省了时间和资源,让从业者能够更专注于创新、战略规划和提升服务品质。最后,实时决策与灵活调整。数字化和数据驱动的特点在于能够提供实时数据,使决策者能够基于即时信息做出更准确、迅速的决策,而不是传统依赖项目总监的过往经验来决策。同时,这为行业带来了更大的灵活性,使其能够随时调整策略、改进方案,以适应快速变化的市场和行业需求。

数字化工具与数据驱动的应用不仅提升了整个行业的运营效率,更为高质量发展提供了可靠的技术支撑,使会展业能够更好地适应变革,促进创新与发展。这也从根本上改变了会展业的工作方式和业务模式,为实现高质量发展打下了坚实的基础。

在数字经济时代,高质量发展需要引入开放、合作、共享的理念,让共创、认知盈余、“UGC(用户内容生产)+PGC(专业生产内容)+AIGC(人工智能内容生产)”的理念和模式来突破增长的极限。

(文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开通白名单。)

展现世界 展示精彩

中国国际贸易中心集团

CES2024中国AI产品受到广泛关注

■ 本报记者 兰馨

中国AI产品在美国拉斯维加斯消费类电子展会(CES 2024)上“出圈”。据CES官网信息,CES 2024参展商数量超过4000家,包含2000余家初创企业、311家世界500强企业,覆盖5G、AI、汽车等20多个消费品类。前沿科技琳琅满目,LG电子首次公开的“智能家庭AI管家”机器人AI Agent、慕思集团AI床垫、阿里巴巴国际站的Smart Assistant等成为展会现场的亮点。

根据阿里巴巴国际站公布的消息,Smart Assistant是一款人工智能驱动的全球采购工具,可帮助企业主熟练增强供应链并解决复杂的采购需求。阿里巴巴北美区负责人表示,AI智能采购助手帮助买家发挥创造力,提高买家和卖家的匹配效率,同时让中小企业实现便捷采购。

慕思集团此次展示的AI床垫吸引了观众的注意力。沉浸式体验慕思AI床垫成为CES 2024的一大看点。慕思集团官方公布的数据显示,商慕思AI床垫将人体接触面智能识别并划分为肩、背、腰、臀、大腿、小腿6个部位分区,根据人体脊椎的生理曲度实时调节床垫的软硬度,定制专属睡眠感。该床垫根据AI睡眠监测系统,能够精准跟踪呼吸、心率、体动等数据,输出睡眠报告,提供睡眠评分和睡眠建议。慕思方面表示,从多维度升级客户睡眠体验,以AI科技赋能产品,让健康好睡眠自然发生,引领行业开启睡眠新次元。

据一家不具名的展览工程公司负责人介绍,本次CES 2024期间,中国参展企业达1100家。其中,近一半的展位由该公司搭建,展览面积超过5400平方米。

会展传真

广州今年将组织企业参加国内外专业展

本报讯 2024年广州市政府工作报告提出,坚持产业第一、制造业立市,厚植经济发展优势。其中,“全力推进新型工业化”被列为重要内容。广州市政府副秘书长、市工业和信息化局局长高裕跃日前在接受媒体采访时表示,汽车是广州的第一支柱产业,广州将提升用车环境,加快汽车“出海”,探索从需求侧推动汽车消费、拉动汽车生产。

广州将组织“广聚群链、湾区启航”供需对接系列活动(订货会专场),推动供需对接、适配采购、场景应用,组织企业参加国内外专业展会,帮助企业走出去抢订单、争市场。广州将聚焦“大产业”“大平台”“大项目”“大企业”“大转型”“大合作”,带领一批企业开拓国内外大市场,加快建设“智车之城”。(汪琦)

汕头市纺织服装产业协会继续做强服博会

本报讯 在广东汕头近日举办的中国(汕头)纺织服装产业高质量发展大会上,汕头市纺织服装产业协会会长翁创杰透露,今年,汕头市纺织服装产业协会将继续深度运营纺织城,争取用五至八年时间把产业园发展成为全国规模最大、产业链条最完整的纺织品生产基地,把布料市场发展成为全球最大的针织面料交易中心,把成品馆发展成为全国最大的内衣现货交易基地。

与此同时,汕头市纺织服装产业协会将做大做强服博会,争取用三年时间,把服博会打造成为全国最大、具有全球影响力的纺织服装展会。(王语)



作者简介
31会议研究院执行院长

过去,我们常把展会项目的“增长”等同于“发展”。展会面积和观众人数的增长固然重要,数量的增长却不一定等同于发展。增长是发展的结果而非原因。我们应该看到,展会面积和观众人数增长是展会发展带来的结果。

在笔者看来,高质量发展的本质是数据驱动的发展,并非是规模化的增长。产能过剩的“内卷”时代,高质量发展成为各行各业的必然选择。会展业作为社会经济的重要组成部分,也在积极探索高质量发展的有效路径。高质量发展并非简单地规模扩张,而是数据驱动的发展,即摆脱单纯对展出面积、与会