

首届中国国际虚拟现实产业展：

搭建VR平台 深耕内容蓝海

■ 本报记者 兰馨 文并摄



8月4日至7日，虚拟现实产业的盛宴——首届中国国际虚拟现实产业博览会（VR China），在北京中国国际展览中心举办。

2016年被业界公认为“VR元年”。本届虚拟现实产业展是汇聚VR全产业链的展示平台。

记者在现场看到，从硬件企业到内容提供商，再到手握重金看好VR前景的投资人以及热爱VR的消费者，加上热情如火的媒体，整个展会现场人潮涌动，大量的观众聚集在VR/AR体验区，或是参与游戏、或是观看影片，甚至是体验新型教育课程。会展期间的20多场VR峰会及行业论坛，也吸引了众多创业者。VR/AR被关注的不仅有体验的刺激，更有业界关注的资本以及他们青睐的硬件投入所带来的焦点话题。

据了解，本届虚拟现实产业展规模达1万平方米，参展商超过150

多家。同期举办的还有第二届中国国际互联网+金融博览会、中国国际智能硬件展览会。

VR技术需广泛的传播平台

“VR是一种体验艺术。”北京极智飞扬科技有限公司市场经理冯超表示，虚拟现实产业展让VR的硬件生产商、内容提供商、专业买家，以及消费者之间终于有了一个交互的空间。

据冯超介绍，参加本届展会前，极智飞扬通过自己的酷试玩诱导购平台“极果”，就曾邀请体验者亲身体验，但由于受产品数量和专业性的限制，有机会体验的群体相对较少。此次参加虚拟现实产业展，很多专业用户有机会在现场体验很多产品，了解更多新技术。同时，作为产品平台提供方，他们也有机会直接了解消费者的需求，让VR更快地走入市场。

冯超告诉《中国贸易报》记者，这次参展，深切感受到消费者的购买力超出了预期。但同时他们也发现，面对市场上品类繁多、层次各异

的产品，消费者有些发懵，不清楚哪一款产品更适合自己。参加展会，让消费者有了更多的亲身体验，能清晰了解VR/AR产品的性能，拉近了产品与专业观众、消费者之间的距离，也令VR/AR的内容提供商了解到市场的真正需求。

深耕“VR+教育”创新模式

学生是此次展会各个展台前最重要的体验群体之一。在硅谷传媒展台前，家长和中小学生排起长长的体验队伍，成为展会上一道特别的风景。

据硅谷传媒负责人介绍，此次参展的是针对中小学教学和职业培训的两种VR教育产品。其中，中小学教学VR教育课堂和相关课件产品是参展的重点。

根据教育部提出的创新倡议，目前，很多学校开始智慧校园、未来教室的建设。这对教育模式提出了新要求，而VR教育恰恰能够满足这一教学的创新需求。

记者在现场了解，参加体验宇宙VR教学的学生表示，对知识的认

知理解比平面教育更直观和深刻。

据介绍，“VR+教育”体现了互动性，能有效地提升学生学习的兴趣，也是智慧教学创新的一整套教学体系。硅谷传媒自2008年就已经开始VR技术的研究，目前已拥有一批由教师队伍参与研发的VR教育课件。今后，他们将走进校园，让更多学生通过VR教育内容体验到整个教学模式的创新。除此之外，他们还要做VR教育内容的供应商，促进“VR+教育”的发展。

硬件基础需靠软件支撑

“已经到撤展时间了，还有那么多观众排队等着体验。”网博实景（北京）网络科技有限公司品牌部经理华学刚对展会期间观众表现出的热情有些意外，也有些无奈。他说，目前，中国的资本方都青睐硬件，还没有意识到软件才是大商机所在。在全球市场上，内容都将是未来虚拟现实（VR）乃至混合现实（MR）竞争的核心。

在华学刚看来，在硬件设计上，我们已经没有多少机会与SONY、三星、HTC这样的世界顶尖企业竞争，但我们要抢占内容市场的先机，要在外资企业还没有关注中国的VR内容生产市场时，抢占先机。不能在丢失了大部分硬件市场后，再失去中国独特的内容生产市场。

华学刚表示，目前，中国的虚拟现实产业面临的窘境是没有资本愿意为内容生产投入。尽管目前已经有大型的汽车、地产开发企业和IT企业的新品发布改为VR高端定制化服务，但内容生产商对其他产业的内容创意还缺少自己的想法。他对记者特别强调说：真希望投资方能在内容和平台建设上舍得投入，这是中国VR/AR/MR市场的一个机遇，这是一个可以实现梦想。

广州欲打造国际会都城市形象

本报讯（记者 胡心媛）近日，由广州市商务委员会主办的广州全球会展（北京）推介会在北京举行，此次推介会以“与世界对话，建会展之都”为主题。据广州市政府副秘书长刁爱林介绍，广州将积极打造与国际全面接轨的“会、展、奖”目的地大格局，并将从强化政策支持、成立专门管理机构、建立健全协调机制、完善场馆建设、加大资金扶持、加强人才培养及引进等六个维度，构建完整的会展业发展体系，形成会展业发展的有力支撑，创造良好的会展生态环境。

广州市商务委副主任陈泳芳透露，下一步，广州将鼓励会展龙头企业以多种形式与国际会展巨头合力打造会展业品牌企业，探索组建会展集团。

会上，中国橡胶工业协会和白云国际会议中心，广州市保利国贸投资有限公司与五矿国际广告展览有限公司，中国文化旅游行业协会

与广东鸿威国际会展集团有限公司、广州市会展服务中心有限公司分别签订展览、商贸、科技、工业、文化、创意等产业联动战略合作协议，共同在广州打造一批会展联动项目，落实了2017中国橡胶年会暨中国橡胶工业展、第15届中国国际聚氨酯展览会等会议和展览项目在广州举办。20余家广州会展企业与全国、国际会展业品牌企业和机构互动交流，达成举办相关产业会议展览合作的意向。

据悉，2015年，全市20个重点场馆举办展览482场次，同比增长23.0%，累计展览面积861.7万平方米；接待会展活动人员1338.9万人次，同比增长2.4%，其中境外客商121.3万人次，同比增长4.1%。超2万平方米的品牌展览达50多场，10万平方米以上的特大型品牌展览达16场，展览规模居世界第一或亚洲第一的展会5个。全市重点场馆举

办会议7523场次，100人以上跨市会议1530场次，同比增长19.3%；大型会议数量快速增长的同时，会议层级稳步提升，列入国际大会及会议协会（ICCA）年度排行榜的国际会议16个，同比增长77.8%。2016年第一季度，全市重点场馆举办展览116场次，同比增长52.6%，累计展览面积200.9万平方米，同比增长29%；举办会议1766场次，同比增长6.3%。

广州市商务委作为全市会展业管理部门，正在以全新的思维营造氛围、出台政策，努力为企业创造更好环境和更多、更新的市场需求。下一步，他们将从强化会展业管理机制、加大政策支持、优化场馆建设、加才人才培养引进等方面全面提升城市会展竞争力，并大力推动会展业的品牌化、国际化、专业化发展，争取更多国际性会议举办权，以国际高端会议和展览传播广州城市形象，提升广州国际影响力。

中国—亚欧博览会规格升级

本报讯 近日，以“第五届中国—亚欧博览会——共商共建共享丝路：机遇与未来”为主题的第十七届蓝厅论坛在中国外交部举行。

据中国—亚欧博览会秘书处秘书长李静媛介绍，将于9月20日举行的第五届中国—亚欧博览会将着眼于新的功能定位，借以打造全新版盛会。他表示，站在新的历史起点上，亚欧博览会将继续发挥外交平台、商贸平台、展示新疆形象窗口的重要作用的同时，着眼于外交平台的拓展、论坛活动的影响、贸促活动的成效、服务保障等方面，将中国—亚欧博览会打造成一届成功、精彩的盛会。届时，国家领导人、外国政要将围绕博览会主题发表主旨演讲并举行双边和多边会见，就丝绸之路经济带建设和共同关心的话题进行深入交流。

此外，中国—亚欧博览会期间，还将举行新闻部长论坛、中国—亚欧口岸出入境卫生检疫合作论坛、科技论坛、金融合作论坛、海外华商与丝绸之路经济带建设发展论坛、丝路商会合作论坛、首届丝绸之路沿线国家妇女论坛、亚欧信息高速公路互联互通论坛、第四届丝绸之路经济带环阿尔泰山次区域经济合作国际论坛、“开放兵团”主题活动、中国—亚欧优质水果推介活动及相关研讨会、中外文化展示周、乌鲁木齐亚欧电影展13项论坛和专题活动。

本届展会将启用新疆国际会展中心二期展馆，馆内展览面积由4万平方米增至10万平方米；馆内外展览面积达到14万平方米。展览题材更为丰富，设国际及港澳台、投资合作、纺织服装、农产品食品、葡萄酒、珠宝玉器、建材、机械设备、工程机械及工程车辆、物流与信息化、智能生活、汽车生活、农业技术装备、第二届中国—亚欧出版博览会等14个展区。白俄罗斯共和国将作为第五届亚欧博览会主宾国参展参会。

据李静媛介绍，目前，招商招展工作进展顺利，国内30个省市区和6个计划单列市报名参展。境外42个国家（地区）报名参展参会，德国精品馆将在博览会上精彩亮相；全馆展位已售面积达90%。

（民 姣）



近期，笔者接触了几家场馆、地产开发商关于叠加场馆后续运营方面的咨询。

所谓“开发+运营”，从所接触的案例看，即由国内知名或地方龙头企业开发获取土地开发权，建设会展场馆，同时组建运营团队负责建成后的场馆运营。

缘起于上世纪90年代末的建场馆热，大多由政府划拨土地，再由地方城投公司负责开发建设并建团队承担运营。继而为专业化计，多地采取了“政府投资，市场化运作”的模式，从而有了承包经营、委托管理等场馆经营模式的兴起和创新。

而新的视角集中在，国内知名的地产商进军场馆建设运营领域，在珠

“开发+运营”成场馆建设新取向

■ 姜 淮

三角成行可见保利、万科的身影。

回顾前几轮的建场馆热，可梳理出一些规律：场馆建设不仅仅是会展业的事，更多体现的是城市经营之道。在此，无需纠结场馆自身的盈亏平衡，实在是城市经济所需，而会展经济的外溢效应更成为场馆建设的重要依据。

现实的范例，如广交会展馆给广州海珠区的经济发展带来翻天覆地的变化；以上海国家会展中心为核心的大虹桥商圈，未来将会为推动上海青浦区至整个城市的规模发展带来积极的效应。

模仿与创新是市场经济的有效工具。在全国会展城市竞相攀比中，成就了会展大国的地位。

当商业地产、住宅地产、老年地产、园区地产相继走入发展瓶颈后，会展地产顺理成章地成为地产大鳄关注的新方向。

经济价值的核心在于资源的稀缺性，土地无疑是最具这一禀赋的价值之一。多年来，地方投资场馆

从最初的自主开发，到创新了多种模式，如土地置换、联合开发、投资回购、PPP等诸多方式。这些方式仍是一级开发的范畴，二级开发虽有所涉猎，但尚未成为主流。同时，就整个城市经济规划方略来说，开发商们“一家独大”的格局，仅仅是整体布局的一隅。而新的取向则是，开发商似有肩负起一二级开发，直至后续运营的全盘战略。

那么，接下来则需探讨跨界融合技术层面的问题。

长期以来，困扰场馆投资方和运营方的问题是，由于场馆规划建设与运营分属不同的团队，确切地说分属不同的行当，在场馆功能设计设置方面存在较大的偏差。很多投资方早已发现此类问题，在场馆规划期间邀请会展专家参与论证，但由于很多地方对场馆的市场定位不清晰，同时国内对场馆功能尚缺乏基本的标准体系，导致规划设计与实际使用仍存在较大差距。

另一个方面，论证科目重定性、

轻量化，一定程度上缺乏实证，队伍本身缺乏场馆运营的实际体验者和管理者。诸多因素造成多数场馆在后期的使用中，需对原设计及局部功能、设施配备等进行改造完善，从而增加了后续者的经营成本。笔者曾参与几个场馆的经营管理，发现新建场馆的设施设备在当时都是非常先进的，特别是政府投资建设的场馆，如电梯、发电机等设施选用的都是国际国内知名品牌，但整个系统不匹配的问题仍时有发生，验证了所谓“局部最优不代表整体最优”的管理学论断。

如何达到最优化选择？特别是当地产商介入会展场馆经营领域，作为投资与运营双重角色的主体，更希望通过前期的科学精准论证来降低整体的投资运营综合成本。这一领域正是会展人的用武之地：前期参与规划论证，从功能布局到设施设备的配置；后期有运营成本收益的测算。包括对运维方面的材料、能耗、人力资源、外包开支、项目培育等进行专业化的预测。



● 会展传真

山东即墨2000万元专项资金助力会展业

本报讯 近日，山东即墨市政府印发《关于加快会展业发展的实施意见》，提出要把即墨建设成为国内外具有较高知名度和美誉度的会展城市，并每年设立专项资金2000万元用于扶持会展业。

《意见》提出，每年新引进品牌展会3至5个；培育专业展会3至5个；年承办大型专业展会10个以上；年承接展览总面积60万平方米以上；年接待参展人员60万人次以上。会议方面，力争年承接具有城市特色、专业化水平高、国内外影响力较大的国际、国内高端会议（论坛、峰会）3至5个。会展公司发展方面，力争新引进2家以上在国内外有影响力的会展公司落户或设立分支机构，并依托会展公司引进国内外大型展会。

《意见》还提出，为进一步促进会展业发展，自2016年起，每年设立会展业发展专项资金2000万元，用于会展活动引进、自主培育、宣传推广、服务保障、交通运

力补贴等工作。重点扶持纺织服装服饰、蓝色海洋、汽车及零部件、互联网工业、健康产业等主题会展活动。主要涉及自主培育展会补贴、引进展会补贴、会展机构落地补贴、“互联网+展会”补贴、本地企业参展补贴和重大会议补贴等。

此次《意见》的出台对于即墨市会展业未来的发展将起到重要的推动作用。首先将直接带动以青岛国际博览中心为核心的会展集聚区配套设施建设，加快道路、停车场、通信、供水、供电等基础设施建设，完善周边吃、住、行、游、购、娱等配套设施，加快轻轨与东部交通设施融合。其次将大大提高会展企业在即墨办展的积极性，从而带动即墨市的餐饮、住宿、交通、旅游、购物、娱乐等产业的发展。同时，即墨市还可以利用展会平台更好地做好招商引资工作。

（陈顺永 吴永春）

海南专业会展公司首获上市资本注资

本报讯 近日，中惠集团与海南思艾传播集团强强联手，正式宣布上海中惠思艾文化传播股份有限公司成立，标志着金融资本与实业投资的一次成功跨界融合，这也是海南省首家获得上市资本注资的专业会展公司，将促进海南会展经济的发展。

新成立的上海中惠思艾文化传播股份有限公司目标定位为全产业链品牌传播一站式服务机构，建立事业合伙人机制，以合作事业平台为企业稳固架构，企业业务拓展八大领域，覆盖全产业链。

据了解，“十三五”时期是海南会展业提升发展的关键时期，加快会展业发展，对于提升三亚现代服务业发展水平、加快产业结构调

整、增强城市综合实力具有重要的促进作用。仅2015年，三亚共接待参会人员50人以上会议约11000多个，其中1000人以上会议48个，国际会议15个，大型展览16个。在三亚举办会展活动的主要为医药、汽车、房地产、能源、金融等行业企业，今年电子商务、化妆品等行业企业在三亚举办的会奖活动逐渐增多。

业内人士表示，随着越来越多的大型会展活动在三亚举办，三亚会议与会展旅游步入全新的发展时期。会展将成为今年三亚旅游产业转型升级的重要依托和平台，打造“会展+旅游”模式是，将对三亚旅游业和会展业的发展产生重要的促进作用。

（李晓刚）

ITE集团与歌华展览签署战略合作协议

本报讯 近日，ITE集团分公司——艾特怡（亚洲）展览有限公司与上海歌华展览策划有限公司签署正式合作协议，双方将整合旗下优势资源、技术和公共关系，并在展会品牌国际化推广、市场营销和商贸配对上展开一系列深入合作，致力于服务不同行业更多元化的贸易需求。

本次合作，双方将围绕上海国际车用空调及冷藏技术展览会（CIAAR）、上海国际冷冻冷藏食品展览会（SIFRE）、上海国际渔业博览会（SIFSE）、上海国际林业采购交易会（CHPE）、中国·柯桥纺织机械展览会（CHINA KEQIAO TEXTILE INDUSTRY EXPO）、中国·柯桥印花工业展览会（CHINA KEQIAO TEXTILE

PRINTING INDUSTRY EXPO）等项目，进行资源整合。

艾特怡（亚洲）展览有限公司总经理崔国豪表示，中国是一个极具潜力的市场，ITE在中国需要志同道合的战略合作伙伴。ITE的国际化办展标准、全球化的公司网络和庞大的行业数据库，将为上述展会注入新的资源。通过双方的合作，不仅能将展会提升至更高的水准，更会为行业参展商和专业观众带来发展的新动能。

上海歌华展览策划有限公司总经理韩友恒认为，这次合作将给上述展会的展商提供更国际化的平台，吸引更多相关企业共同参与，促进展商与观众的良性互动。

（弥赛亚）

作为热衷于场馆建设的大型地产商，其本身业务也涵盖了物业的管理，并具有相对成熟的行业服务标准和成本控制机制，如万科、光大、保利等。就行业属性来说，会展场馆与物业具有相容相通性，如工程维保、安保、保洁、绿化养护等，常规管理相似，不同之处在于会展具有集中性、时间性、突发性和项目特征个性。在基本的常规物业管理层面，大型地产商具有一定的规模优势和经验标准，或可有效降低日常基础成本。

假如双方能够融合叠加，将不仅仅体现在技术层面，或将对会展产业的认知，包括理论研究和学科建设扩展出新的领域。

（作者系广东现代会展管理有限公司副总经理、中国会展经济研究会副秘书长）

● 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处