

●会展关注

科博会 高精尖技术展现科创实力

■ 本报记者 周春雨

日前,由科技部、国家知识产权局、中国贸促会和北京市政府共同主办的第二十一届中国北京国际科技产业博览会(以下简称科博会)在北京中国国际展览中心落幕。组委会统计数据显示,本届科博会科技合作项目集中签约156.87亿元,签约项目总体呈现三个特点:一是凸显高精尖产业导向;二是聚焦科技创新中心建设;三是助推企业创新、绿色发展。

据悉,共有20余万人次与会,其中,1500余家企业参展,接待观众超

全国首个 5G 示范商务区 正式启动



本报讯 想去看展会,却脱不开身?5G技术值得期待。近日,由上海虹桥商务区管委会与中国电信上海公司共同建设的全国首个5G示范商务区正式启动,双方还共同发布了首批基于5G的创新应用:5G+VR、5G+无人机以及5G+8K,服务首届中国国际进口博览会的首个5G基站也正式落地虹桥商务区。

据介绍,5G+VR将让展商通过直播方式向场外观众展示展会实景。由于8K传输效率是4K的40倍,如果再借助融合了5G技术与8K超高清技术的5G+8K,直播画面就能达到分毫毕现的效果。展会场馆内,搭载5G网络的无人驾驶电瓶车,能不知疲倦地运送南来北往的客商,低至1毫秒的时延,将有效提高汽车反应时间,大幅提升车辆安全性。展区内人员复杂,监控盲点繁多,5G+无人机正好解决了安保人员头疼的问题,远程控制的无人机,能实时记录回传高清或VR图像。

2017年,上海被纳入中国电信5G现场试验城市之一。2017年8月,上海电信在中山公园商圈等重要区域启动5G试验网场外测试。今年2月,上海电信在进行5G试验网性能指标测试的同时又展开8K超高清视频技术及业务运营测试。为迎接首届中国国际进口博览会的到来,上海电信今年将5G试点的重心转移到虹桥商务区。4月9日,又与虹桥商务区管委会正式签订《打造5G示范商务区战略合作框架协议》,根据协议,上海电信负责虹桥商务区整体5G网络规划,截至2018年底将在虹桥商务区投放50个5G试点基站,并将在今年11月举行的首届中国国际进口博览会上展示基于5G网络的创新业务应用。另外,上海电信还与国家会展中心(上海)签署智慧国展战略合作协议,建设并运营了中国国际进口博览会968888呼叫中心。(何思雨)

过10万人次。展会同期举办项目推介交易活动12场,吸引客商5000余人次参与。来自3个国际组织、29个国家和地区的36个境外代表团组和29个省市区代表团参展参会。

凸显高精尖产业发展趋势

本届科博会的主题为引领高精尖产业发展、推动科技创新中心建设。海洋领域的国之重器成了本届科博会主角。作为与航天科技展隔年交替举办的海洋科技展,此次展示的探索4500水下机器人、海翼号水下滑翔机等,既是我国海洋科技创新重大成果集中亮相,也是现场吸睛的热点。

吸引与会者关注的还有深海勇士载人潜水器、蛟龙号载人潜水器等十几种船舶和潜水产品。代表中国制造的挪威渔场也来到现场,这是中船重工武船集团承制的全球首例半潜式全自动、现代化三文鱼深海养殖装备。

北京市副市长、科博会组委会副主席殷勇在主题报告会上表示,作为中国的科技创新中心,北京正

大力提升营商环境,提升政府服务企业的便利度,增强城市吸引力。

中国工程院院士、星光中国芯工程总指挥邓中翰认为,科技革命总是能够深刻改变世界格局。以视觉智能处理为起点的人工智能芯片将成为未来世界芯片产业的最重要组成部分。

京津冀智慧节能环保展区展示的互联网+节能环保新兴技术包括高效节能、清洁能源、资源循环利用三个领域,其中,有垃圾智慧分类处理的京环模式以及供热系统能源管理中心技术,后者以智慧化的方式为供热行业提供基于数据的能源服务。

科技创新成重要驱动力

据科博会组委会有关负责人介绍,本届科博会聚焦人工智能、大数据、纳米技术、量子计算机、智慧城市等前沿领域,拓展一带一路科技合作新空间。

在中关村发展集团展台前,由北京航景创新科技有限公司研发的精准智能飞行家展品引起观

众的关注。据其工作人员介绍,此次参展的一款适用于农业喷洒的无人机,席瑞斯,配上标准的喷洒设备可以完成各种农业作业。

新疆展台展示的丝绸之路经济带创新驱动发展试验区稳步推进的成果吸引了很多观众。该试验区是引领新疆科技产业的核心载体,是国家在西部地区将一带一路倡议和创新驱动战略融为一体发展的首个区域性试验区。

本届科博会首设军民融合科技成果展。记者在现场看到,既有军地合作项目,又有应急救援技术设备、电子通讯设备、航天技术应用、发动机研发、机器人等。来自湖南的展团就展示推介了一批军民融合项目。

人工智能链接生活

人工智能已经链接生活的方方面面。在科博会现场,一位观众告诉《中国贸易报》记者,他每年都要到科博会现场了解最新的科技。去年因为要到境外旅游,买了一款科大讯飞翻译机,发现很方

便,所以一直关注该产品。

此次参展,科大讯飞带来了2.0离线翻译机。科大讯飞市场部徐婧说,2.0版具有场景识别随拍随译功能,如机场指示牌、道路路牌、产品说明书等。还可实现中文与33种语言实时互译、方言翻译和拍照翻译,并具备4G、WIFI和离线翻译模式。

科大讯飞一直致力于教育市场的产品开发。徐婧表示,信息技术对教育发展有重要影响。尤其是国家在教育信息化方面的投入力度大,市场前景非常广阔。

儿童市场成为众多人工智能领域企业的布局方向。深圳新物种科技有限公司展示的萝卜逗早教机器人,该产品与观众进行智慧互动,用高科技水平精彩还原科幻电影中的人机对话场景。

据了解,走进科博会看北京系列活动,让公众了解改革开放40年来首都科技产业的发展,让高精尖科技可感可触。同时举办科博之美手机摄影大赛,鼓励观众参与科博会活动。

第四届武汉电博会举办

近日,由武汉市政府、湖北省商务厅主办的2018第四届武汉国际电子商务暨互联网+产业博览会在武汉国际会展中心举办。

本届武汉电博会以创新生态 慧聚互联为主题,以互联网+为内容,以电子商务应用为主线,集聚国内外电商巨头、专家、企业高管和政府领导,携手论道互联网+,把脉行业未来。

(张天)

南京会展旅游有望跳脱 自然增长模式

本报讯 本月底,随着南京旅游集团旗下新庄国展中心与上海花嫁丽舍集团合力打造的一站式高端婚庆中心落成,南京市承接国际高端会议的硬件水平也将提档升级。南京国展中心(以下简称国展中心)相关负责人说,打造高端婚庆中心是国展中心转型升级的一小步,响应南京旅游集团规划,国展中心正按照会展+旅游双轮驱动发展的战略定位,围绕展会提档升级,围绕展会延伸进行产业布局,迈向国际化、品牌化、规模化、特色化。

国展中心负责人说:借此契机,国展中心将打造南京及一小时都市圈市民婚庆旅游目的地,推动会展向旅游业态方向延伸。依托先进的硬件设施,国展中心的会议服务功能,将获得提升,填补了过去无法承接高端会议的空白。

婚庆中心是国展中心硬件转型升级的一支序曲。展馆东北角的下沉式广场建设工地又是另一派热闹的景象,国展中心自建的下沉式休闲商业街区项目正在进入景观收尾阶段。同时,地面要配套打造景观式休闲广场,引入南洋劝业会历史文化故事及元素。这对国展中心实施会展+旅游双轮驱动战略推动会展经营向旅游服务方向延伸起到促进作用。

据介绍,展馆向旅游业延伸在许多城市已有成功案例。例如香港会展中心常年承办国际性大展,已成为普通游客造访香港选择的旅游观光地。一场G20峰会引发了杭州博览中心的旅游观光潮。在厦门,金砖会议使厦门会展中心成为旅游目的地。

去年12月,南京旅游集团挂牌

成立,这给旗下企业国展中心带来了新机遇。据介绍,南京旅游集团以原商旅集团的涉旅资产为基础,整合城建集团、新工集团、新农集团等企业的涉旅资产,主要从事旅游资源开发与保护、酒店和会展运营管理、旅游产品开发以及旅游配套设施的投资、建设和运营。

会展和旅游本是一家,整合旅游资源就盘活了会展+旅游一盘棋。资源整合先从酒店板块开始。南京旅游集团旗下的酒店资源包括紫金山庄、南京国际会议中心大酒店、黄埔大酒店、水秀苑大酒店、明日大酒店、白宫大酒店、南京大饭店、古南都饭店等控参股酒店。另外,集团还拥有琵琶山居、高淳慢城房车营地等旅游特色酒店,满足游客多样化需求。目前,国展中心先期与集团内外8家酒店签订

住宿战略合作协议,逐步为展会组委会提供吃住行游一条龙服务。

展望未来,资源互动实现1+1>2的宽广空间。南京市旅游集团旗下的旅游板块,下辖南京钟山风景区建设发展有限公司、南京幕燕建设发展有限公司、南京秦淮河建设开发有限公司等6家企业,商业会展板块则涵盖新庄南京国展中心、南京商厦股份有限公司、南京金陵公司等优质企业。

未来,南京一山两水一城墙特色旅游资源、酒店资源、商业资源都有可能和会展经济紧密嫁接,南京旅游集团董事长谢国庆说,这些资源都要统起来、串起来、用起来。南京市的会展旅游也有望跳脱原本的 自然增长模式,进入多元化发展通道。

(胡成敏)

●会展传真

首届中国国际进口博览会南非推介会举行

本报讯 中国驻南非大使馆主办的首届中国国际进口博览会南非推介会近日在约翰内斯堡举行。中国驻南非大使林松添表示,本次博览会将为中南互利合作带来新机遇。中国鼓励南非更多产品出口中国,为两国全面深化经贸互利合作创造更加有利条件。他表示,中方已将南非列为本届博览会12个主宾国之一,欢迎更多南非企业参与。

南非小企业部副部长马特勒对中国国际进口博览会表示赞赏。他说,中国拥有巨大的市场,是南非产品走向世界的重要窗口,南方将抓住这一重要机遇,积极参与,使博览会成为南非商家展示自己的绝佳平台。(李志伟)

北京世园会与第二批赞助企业签约

本报讯 近日,北京世园会第二批赞助企业签约活动在京举行。北汽、京东等8家企业签约,涉及汽车、互联网、电信、保险、大型活动、园艺产业等领域。据北京世园会常务副局长周剑平介绍,此次签约活动的成功举办是北京世园会品牌赞助招商工作的又一重大突破。北京世园会始终坚持公益性为导向,按照政府主导、社会参与、开放办会、共享成果的原则,广泛吸收社会资金和力量参与筹办工作。

据悉,北京世园会对社会经济发展的助推器作用很大程度上是通过吸引与促进企业的积极参与来体现的。品牌赞助计划将吸引众多的机构和企业参与北京世园会,为中企发展壮大、走向世界提供舞台,为企业回报社会、向更高目标迈进提供推广和展示空间,为中小企业开拓市场、增长经验搭建跨越式发展平台。(毛雯)

海南省会展局赴法兰克福推介会展资源

本报讯 2018国际会议及奖励旅游展览会近日在德国法兰克福国际展览中心开幕。在为期3天的展览期间,海南省会展局向5200名买家全方位地展示海南丰富的会展资源。据透露,海南会展代表团还将前往慕尼黑和捷克布拉格开展营销推介,海南省会展局今年还将举办10场此类国际性推介会。

为对接国际国内会展资源、融入全球会展业资源配置网络,海南省会展局举办了一场海南会展业专场推介会,邀请到法兰克福展览公司、汉诺威展览公司、斯图加特展览公司等40多家国际知名会展机构代表参会,对海南会展资源、会展业发展情况及支持政策作了深度推介。(杨艺华)

福州数字中国会展中心效果图出炉

本报讯 记者日前获悉,福州数字中国会展中心项目地下室主体结构接近尾声,而地上钢构也已开始施工。目前,该项目地下室主体结构已完成95%,正处于收尾阶段,预计5月25日完工,地上钢构也已开始建设,近期将全面展开地上钢结构吊装施工。

据介绍,该项目总建筑面积10.52万平方米,其中地上建筑面积约7.5万平方米,地下建筑面积约3万平方米,含400个停车位,计划2019年4月建成。该项目建成后将作为大型会议、会展项目的举办场馆。(李洁莹)



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

继2017年4月阿里体育与OCA宣布电子竞技将成为2022年杭州亚运会正式比赛项目后,日前,又有消息曝出,《英雄联盟》《炉石传说》等热门电竞项目入选2018年雅加达亚运会表演赛。原本以为电子竞技只是年轻一代的娱乐方式,但不断引爆人潮的线下电竞赛事、不断扩大的行业规模,以及被各界高度关注的不断升级,让会展人不得不重新审视这个行业。

纵观当下的电竞热潮,笔者认为,电竞市场至少两点趋势值得会

从电竞热潮看会展风向

■ 唐雪

展业借鉴:

其一,从线上到线下。传统印象里,电竞游戏是由互联网连接的玩家线上PK。但近年来,电竞赛事迅速发酵、引爆人潮。上至全球联赛,下至校园对抗,赛事梯度顺应市场被不断细分,腾讯、阿里、网易等巨头的涌入,使得电竞馆、电竞综合体、电竞产业园等新物种应运而生。一票难求的线下赛事推动了线上直播热度。以去年英雄联盟S7全球总决赛为例,鸟巢5万个座位在开售3分钟内便被抢购一空,线上观赛量则累计达数亿人次。由此,兼具互动性与沉浸感的电竞环形生态圈逐步形成,线上线下互联的模式也带给传统会展业新的启示与希望。

其二,从单一项目到超级IP。当下,电竞正在由单一产业链向产业生态转型。电竞+音乐、电竞+直播、泛娱乐元素的融入、跨娱乐的合作方式展现电竞发展新宏

图。电竞营销更是现象之一,不少电竞产品业已通过放大流量经济渗透入体育、社交、休闲等多个生活场景。自带磁场效应的电竞IP让国内外知名品牌蜂拥而上,以通过品牌联合、赞助投放等形式分得一杯羹。电竞项目已经从单一的游戏项目变为包罗万象的超级IP,多样的跨界模式、多元的消费体验,使电竞独具别样魅力。

电竞赛事已不再是电竞游戏的附属品,而成为爆发式流量增长点。不仅是赛事,更是大会展的缩影。电竞热潮的背后或可影射会展行业,不妨从以下三方面把握会展风向:

关注新生代。正如电竞赛事的崛起,IP展览的常态化,新形势下大会展的客群终将从Y世代转向Z世代。客群的转变,使得传统会展的业务模式、呈现形式、表达方式相应调整。传统的会展经营者,必须

意识到作为互联网的原住民,关注智慧技术与极致体验或是Z世代的标签。深入了解Z世代的兴趣所向、消费偏好,才能更好地投其所好,把握市场的脉搏。值得一提的是,国内已有部分场馆抢滩登陆年轻市场,通过定期举办高人气的明星赛事持续引流,吸睛效应明显。

构建新生态。在泛娱乐产业、新消费模式的冲击之下,会展业应突破产业链壁垒,向生态化转型迈步。以会展为核心,延展物流、传播、衍生品等业务结构,催生产业集聚、服务支持、互动互娱等链接可能,将有助于丰富会展生态内容,有效赋能经济与文化发展。为拓宽行业边界,企业联盟、会展学院、国际合作等形式都能成为生态构建新出路。一如从线上走向线下的新零售,会展业亟待线上转型。从用户思维出发,构建线上社区、挖掘社群价值,将有利于会展生态维护。

开发新价值。自带流量的会展业,却往往少了一些感召力。究其原因在于,会展业尚存在于内容之上,未开发其多余价值,实现后续变现。如何挖掘会展的商业可能?内容为王,徒有空壳的会展项目终究经不起时间考验,唯有持续产出满足受众的内容才能使IP初具规模;跨界为辅,结合多方资源,开发有连接、能交互的会展+体系,将有利于深入品牌价值,培育用户忠诚度;场景加分,立体化的营销渠道与多元化的展现形式能直击人心,内容+场景新模式将沉淀受众的认同感。

从会展到生态再到IP,会展还需与时代接轨,对内联动线上线下资源,对外延伸产业触角,共绘多领域互动新蓝图。(作者系北京北辰时代会展有限公司总经理、杭州国际博览中心总经理)