

●会展关注

# 拓展合作“朋友圈” 扩大经贸新空间

## ——2019成都“一带一路”及上合组织国家会展业圆桌会在成都举办

■ 彭瞿斌

日前,由中国贸促会培训中心与成都市贸促会、成都市博览局联合举办的2019成都“一带一路”及上合组织国家会展业圆桌会(以下简称会展业圆桌会)在成都举办。这是成都首次与来自罗马尼亚、苏丹、委内瑞拉、乌兹别克斯坦等12个“一带一路”及上合组织国家的40名国家商协会代表和政府经贸机构高级官员集中探讨会展合作、经贸互通等问题。此次会展业圆桌会,来自成都和成都平原经济区其他城市的会展业代表和国内专家,就“会聚资源 展促经贸”主题深入开展了探讨、交流、考察等活动。

### 搭建国际贸促合作平台 拓展国际合作新空间

会展是城市的“名片”,是文化传播和交融的重要载体。会展活动

作为经贸互通平台、城市合作桥梁、人文沟通纽带创新发展的引擎,是“人类命运共同体”的城市之窗。继2018年9月在成都举办“中欧国际会展业合作圆桌会”并发布《中欧会展业合作成都倡议》以来,成都抢抓国际交流合作新机遇,不断拓展国际合作新渠道,吸引了越来越多国际组织、行业商协会到成都考察。本次会展业圆桌会是成都市贸促会、成都市博览局充分借助中国贸促会、中国国际商会成都培训基地平台优势,积极争取中国贸促会与国际工商界间的合作资源和渠道,搭建国际贸促合作平台,助推成都市建设国际会展之都又一创新举措。

成都市博览局相关负责人称,“我们组织此次会展业圆桌会,更多的是搭建与国际知名会展企业交流平台,鼓励成都会展企业与世界知名会

展企业合资、合作,推动成都会展界拓展新兴国际市场,实现合作与共赢。”

### 请进来+走出去 做大经贸合作“朋友圈”

此次会展业圆桌会,来自罗马尼亚、苏丹等12个“一带一路”及上合组织国家的业界人士就会展业发展情况和国际合作需求进行了介绍。此外,会展业圆桌会期间提出“一带一路”及上合组织国家会展业合作倡议,旨在加强成都与这些国家会展界的合作交流,推动成都会展界拓展新兴国际市场,以会展为平台做大经贸合作“朋友圈”。

今年以来,成都市贸促会、成都市博览局先后组织成都区县市县产业部门、企业、功能区参加第七届意大利米兰国际食品展等境外展会活动,展期内共接待客商8000余人次,达成合作意向金额约1.1亿元,现场签约金额600余万元,进一步促进了成都企业参与国际竞争。其中,与德国莱法州经济部共同在成都举办走进德国莱法州—商贸及技术合作与投资推介会和中德企业对接洽谈会;与招商局集团吉布提国际工业园区运营公司共同组织推介会,为成都40多家企业进入非洲和中东市场提供安全、高效、优质的平台。

### 赋能合作平台功效 提振国际合作信心

会展业对引导产业发展、促进



生产要素流动、优化资源配置、促进经济技术交流与合作、提高城市知名度和竞争力发挥着重要作用。成都市博览局相关负责人介绍说,“‘一带一路’和上合组织国家商协会代表和政府经贸机构聚成成都,是成都提升会展产业发展环境建设的机遇,成都将利用此次会展业圆桌会平台,组织国内外业界专家对成都进行考察参观,举办会展之都建设推介活动提出合作倡议,不断提高成都会展业的国际美誉度、知名度和影响力。”

会展业圆桌会期间,与会专家还参访考察了成都市规划馆、西部国际博览城、中国(四川)自由贸易试验区成都青白江铁路港片区等,让“一带一路”和上合组织国家商协会代表、政府经贸机构高层深入了解成都的产业布局、办展办会环境及贸易通道,充分认识到成都国家开放和国际合作中的节点作用和

枢纽功能,提振国际“朋友圈”与成都经贸合作的信心。

“成都是中国西部对外交往中心,与228个国家和地区建立经贸联系,已开通国际航线118条,成都口岸对53个国家实施144小时过境免签政策。从成都出发的中欧班列连通境外25个城市,中欧班列从开行之初的31列,到2018年年度开行1591列,已连续3年位列全国第一。蓉欧班列年度开行列数及累计开行总量继续位居全国第一,成为国内开行数量最多、最为稳定高效的中欧班列,已成为经贸交流和国际合作最具潜力的合作纽带。”成都市博览局上述有关负责人介绍说,高效畅达的国际通道网络,形成了以大通道的良好态势,形成带动西部地区开放的重要通道和合作平台,必将开启成都与“一带一路”和上合组织国家会展业深化合作的新篇章。

## 夜间游园项目受追捧



本报讯 夜游北京世园会、观看演出成为很多游客的选择。

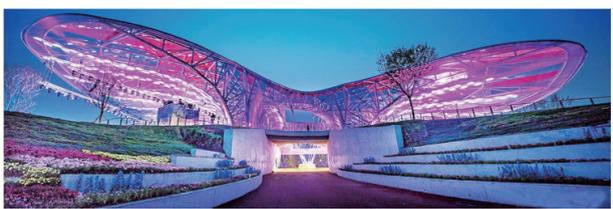
近日,北京世园会宣传策划部部长崔勇表示,随着夏季气温的升高,很多游客选择夜游世园会,为此,园区精心安排了灯光秀及大型文艺演出。奇幻光影森林是夜游世园会的网红打卡地点,很多游客晚上来到奇幻光影森林,体验《山海经》的奇幻世界。

傍晚,北京世园会夜景照明全面开启,静谧厚重的园林灯光辉煌,如幻如梦。走进园内,声、光、电、影等虚拟科技与现实手段交融结合,游客在光影变幻中赏园观景。国际馆的94把优美“花伞”随着灯光的变化,呈现一片五彩斑斓的景象。入夜,临近中国馆的北京园里

如梦似幻,游客流连忘返。在灯光的照射下,远处的永宁阁巍峨耸立,中国馆也宛如一柄温润的如意,舒展于山水之间,国际馆的“花伞叶片”更是变幻多姿,让人有种穿梭古今的梦幻体验。

夜色降临,中国馆前盛开的鲜花在灯光的映衬下更加娇艳。植物馆里的600多种珍贵植物别具风姿。新技术的应用让游客徜徉在“光影森林”中,设计团队利用一系列高科技手法,声色并茂地再现了热带雨林中植物与植物、植物与动物之间的竞争协同关系,植物的生存智慧被展示得淋漓尽致,游客在“光影森林”中感受着生命的奇特。

据了解,北京世园会的夜景照明大量采用了虚拟立体视觉、AR、人机交互、移动流媒体等新技术,是科技文化旅游领域的一次创新。(毛雯)



## 我国小型展会、服务业展会出现增长趋势

本报讯 2019年第一季度,我国展览市场呈现数量基本保持稳定、规模稍有增长的态势,中小型展会成为主流,轻工业数量和面积均居首位并实现双增长。

据不完全统计,2019年第一季度,我国境内共举办展览会410个,较2018年同期减少13个,同比下降3%;展览会总面积约为1656万平方米,较2018年同期增加103万平方米,同比增长7%,华东地区在所有区域当中办展数量和办展面积均处于领先地位,占比分别为33%和34%;华中地区办展数量和办展面积同比增速最快,分别是25%和173%。在省

市方面,广东、上海和北京办展数量和面积均居前三强,办展数量占比分别为15%、13%和9%,办展面积占比分别为23%、18%和12%。

在我国境内举办的所有规模展览会当中,1万-3万平方米的小型规模展览会数量占比为45%,展览会总面积约为400万平方米,占比为24%。不同行业展览举办数量和规模差异化明显,轻工业展览会在办展数量和办展面积上均位居所有行业之首,占比分别为50%和57%;服务业消费类办展数量和办展面积实现双增长,同比分别增长14%和19%。全国展馆承接展览项目整体呈

增长趋势,53%的租馆率较去年同期有所增长,大型展馆展览会数量增长的比例更高且租馆率更高,体现展馆竞争中强者愈强的竞争趋势。中国进出口商品交易会展馆、郑州国际会展中心、上海新国际博览中心三座大型场馆第一季度共承接展览会58场,占全国展览总数量的14%,展出面积475万平方米,占全国展览总面积的29%。广州保利世贸博览馆租馆率最高,达到73.4%;北京中国国际展览中心(新馆)排在第二,租馆率为57.9%;郑州国际会展中心排名第三,租馆率为49.1%。(李敏)

## 走出迷局 实现破局

### ——关于会展企业数字化转型误区与实施路径的思考

■ 袁航

随着移动互联网时代的到来,企业的商业模式、销售渠道以及用户的消费习惯都发生了翻天覆地的变化,各行各业的传统企业都在探究互联网转型之道。据IDG研究报告显示,在全球1000家大企业中,有67%已将数字化转型作为企业级战略,企业数字化转型也正成为许多中国企业的核心战略,会展企业也不例外。

近年来,根据会展业内的各类年会、研讨会、论坛的反馈,“互联网+”与数字化成为最热门的话题,现场嘉宾与观众互动频繁,观点交锋犀利,反映出业界认同会展业数字化变革的发展方向,关注数字化转型的实施路径。但是正如埃森哲最近的一份研究报告指出的,八成以上的中企尚未摸清如何通过数字技术使自身变得更高效率,并拓展营收来源,实现业务增长。会展企业在探索数字化转型的实施路径以及信息化实践中也不可避免地存在几点认知和误区:

### 一、业务系统网络化就是数字化

会展企业信息化的路径过程中,业务系统网络化是重要的一步,同时也是会展业数字化转型中最初级的,因为其并未完成传统业务线性思维转向数字思维的变革。业务系统网络化仅仅解决了远程办公、无纸办公等简单信息化需求,提供信息获取与检索的简单路径以及海量信息的数字化存储,而业务模式、业务渠道与经营战略仍然停留在传统会展行业的固有思维中。

### 二、线下业务网络化就是数字化

为了加快数字化转型,不少会

展企业致力于建设网上展览会,通过网站、微信、抖音等媒体渠道将线下展会转移到线上,以此完成线下展会的数字化转型。但是展览会的核心价值就在于“面对面”的信息传播与交流,简单的线下业务网络化一方面,动摇了线下业务存在的根基,从而带来内部掣肘的反制,另一方面,囿于客户的行为习惯、受众的信息获取方式所限,举步维艰,而没有创新突破也是单纯的线下业务网络化走入死胡同的原因之一。

### 三、客户信息采集就是数字化

越来越多的会展企业开始重视客户数据。通过信息采集收集展商与观众的个人信息,成为成熟展会现场观众服务的“标配”。但是随着社会大众越来越关注个人信息保密,信息采集的成本与难度在不断增加,采集到的信息受到法律与社会责任的限制越来越多,合规的信息使用与变现增值渠道变得越来狭窄。更重要的是,单纯的展会观众信息采集存在大量冗余数据、无效数据,过期数据,很难形成符合大数据级别要求的数据量,也成为相对应的数据挖掘、数据分析等数字化进程难于成功的原因。

### 四、数字化只是技术手段的变革

当前,绝大多数会展企业没有独立的IT部门,有几个“网管”运营网站与自媒体就已经是数字化“先驱”了。即便拥有独立IT部门,也只是支持与辅助业务部门,而非创新业务驱动部门,这样的管理架构必然无法承担会展企业数字化转型

的重任。数字化不能只停留在IT部门,数字化转型不应是企业锦上添花的工程,而应是数字化战略的助推器。会展企业需要首先构建数字化战略,并使数字化切实地贯穿整个组织和职能,从战略、组织一直到运营各环节落地并予以执行。

综上所述,数字化转型如果离开会展企业的核心价值,则只能沦为无源之水、无本之木。开展会展业务数据平台建设,却没有顶层设计、科学规划;上马云计算、数据分析、精准营销,却没有数据积累与沉淀;建设会展共享经济,却没有形成成熟、稳定、自发育的社区生态;都将使会展企业数字化转型走入歧途。对于会展企业来说,数字化绝不仅仅是技术的革新,也不是简单地离主营业务,追赶热潮转变生态,而是通过数字技术巩固、放大既有的核心优势,同时通过实施完整的数字化战略、充分利用数字技术推出新产品或服务,从而实现渠道、运营、流程与业务模式的数字化变革;

首先,建立自上而下的数字化转型领导体系。数字化转型既然是企业核心战略的变革,就要求必须是企业一把手主导实施,由企业最高决策层部署和推动,使之成为企业各级部门的发展共识。企业还应重视数字化管理团队的培养与构建,一方面培养具备核心业务经验的管理人员转型数字化业务,另一方面从外部引进具备数字化技术与经验的管理者,拓展新业务领域,以引领未来的数字化业务增长。

其次,深度挖掘会展企业核心价值,打造垂直行业生态。会展企

业的核心价值在于客户资源和服务。客户资源是开放性的、非独占的,因此会展企业将客户稳定团结在其周围的能力即为其核心竞争力。当前,会展企业多以行业协会为汇聚参展客户的重要渠道(很多成功的会展企业的前身就是行业协会),这本身就具备垂直行业型电子商务应用的重要特征。而如何通过细分数据服务提升用户体验、扩展用户信息获取的渠道、提升信息发布的数量,继而持续增强客户粘性、打造垂直行业社区生态,则应成为会展企业数字化转型的重要方向。会展企业应充分利用数字化手段,为客户构建一个数字化的垂直社区,在这个数字社区中,用户可以分享、交流信息,成为脱胎于实体展会、独立生存发展、最终服务于实体展会的数字化信息平台。

其次,内容为王,建设去中心化的数字内容分享机制。数字化垂直行业社区存在的意义与价值在于信息获取与分享。在运营初期,中心化的建设模式有助于汇聚初始用户。然而,如果要持续增强用户粘性、提升社区信息品质,则应通过去中心化放大信息产生的途径。在数字化垂直行业社区中,高端用户(行业精英)应成为信息发布的主体。通过线下活动(展会)交流产生的社交需求得以在数字化垂直社区得到延伸,甚至是重生。高端用户通过传播优质信息成为社区“中心点”,并成为不断推动社区品质提升的源泉;优质信息吸引普通用户关注,并通过扩散效应不断壮大社区规模;而普通用户——“菜鸟”也可通过发布优质信息与观点成为新“大V”,创造新“中心

点”,从而形成正反馈效应。中心化与去中心化同样是辩证统一的关系。作为垂直社区的建设者,会展企业还可以通过客户引流、制造热点、舆论引导等方式主导、掌控“去中心化”的进程与方向,进而通过社区生态衍生出垂直领域细分服务,创造创新的特色服务,形成数字化业务新的增长点。

最后,以数据服务为核心,创新线上与线下服务新领域。数字化垂直社区的基础来源于展会“人与人”的交流,通过社区生态孕育培养出基于不同兴趣、理念、技术与业务的新细分“圈子”。会展企业可以针对线上新“圈子”群体,开辟新的线下服务,如高端论坛、行业庆典、技术研讨、对话交流等细分线下活动;以及基于线上信息数据的增值服务,如信息订阅、信息咨询、交易撮合、指数发布、评价标准等细分领域数据服务。同时,细分的垂直化社区生态也为在线广告提供精准投放的途径。

数字化转型将是信息化时代会展企业生存与发展的必由之路,自上而下的企业数字化战略以及以数字化思维引领的顶层设计则是转型成功的重要基础与保障,构建基于成熟展会的垂直数字化社区,打造富有活力与创造力的社区生态,通过社区信息数据培养与发展创新的数据增值服务,并反哺线下会展活动,使之成为不断提升线下会展活动服务品质的源泉以及创新线下会展活动的孵化池,最终打造出线上线下融合发展的数字化会展生态。

(作者系北京中展信合数据服务有限公司信息采集部总监)



### ●会展传真

#### 英富曼会展集团 华西总部选址成都

本报讯 日前,英富曼会展集团(Infoma Markets)在成都宣布,英富曼集团将在成都设立华西总部。据介绍,英富曼集团将与四川天府国际会展有限公司于10月20日至23日在成都西部国际博览城联合举办首个项目—Insec World成都世界信息安全大会。

英富曼中国董事总经理龚康表示,英富曼会展集团华西总部的设立,是英富曼集团布局华西地区的重要举措。成都作为西部地区重要的中心城市,是英富曼集团十分看重的区域。

此外,英富曼中国副总裁张明介绍称,Insec World成都世界信息安全大会目前有30多位国内、国际级产学研专家加入大会顾问团,得到了战略网络空间与国际研究中心(CSCIS)、中国网络空间安全人才教育联盟、云安全联盟大中华区等支持单位,与一大批国内外知名行业媒体开展深度合作。

据介绍,Insec World世界信息安全大会由主论坛、分论坛、技术展示、科技孵化与专题培训等多种方式组成,深度聚焦安全技术、管理与应用,内容包含网络安全、应用安全、数据议题、云安全、移动安全等,同时覆盖金融科技、5G网络、政府安防、安全人才管理培训等热点话题。大会已完成专家团队征集活动,并于新闻发布会当天举行了专家顾问团会议,安恒信息董事长范渊、奇安信集团首席安全官袁君、知道创宇首席安全官周景平、独角兽安全团队创始人杨卿等出席了顾问团会议,审议来自世界各地的投稿及演讲嘉宾推荐。(宗赫)

#### 成都国际会展高级管理人才 专题培训班开课

本报讯 为深入贯彻落实成都市委市政府关于建设国际会展之都的决策部署,为全市干部、会展业界高管及院校师生提供了解国外先进的会展业发展理念和方式的窗口,进一步提升成都会展产业管理人才推动国际会展之都建设的专业能力,推动成都与周边城市会展业同城化发展,7月16日,由成都市委组织部牵头,成都市贸促会(市博览局)与中国贸促会培训中心共同举办的“成都国际会展高级管理人才”专题培训班在蓉举行,成都市级有关部门、区(市)县会展主管部门分管负责人,成都市会展协会、会展企业和院校相关负责人,泸州市、德阳市、绵阳市、遂宁市、内江市、乐山市、南充市、宜宾市、雅安市、眉山市、资阳市会展主管部门相关负责人以及其他相关人员共计300余人参加。此次培训也是成都市首次将会展业专题培训纳入年度干部教育培训工作。(宗赫)

#### 哈尔滨拟将会展中心 搬至松花江北

本报讯 7月16日,在黑龙江省庆祝新中国成立70周年主题系列首场新闻发布会上,哈尔滨市市长孙鹤透露,该市提出“一江局中,南北互动,两岸繁荣”,大体量的会展中心将会搬到松花江北,江北地区还会建设新的少年宫,丰富文化生活。

据悉,哈尔滨是沿江开发开放中心城市、东北亚区域中心城市及中俄合作中心城市,举办过多届中俄博览会。(宗贺)