

第三届数字中国建设  
成果展开启网上报名

本报讯 作为第三届数字中国建设峰会的重要组成部分之一,第三届数字中国建设成果展览会将在福州海峡国际会展中心举办,网上报名参展通道日前开启。据介绍,今年成果展览会安排了数字省城、数字政府、数字经济、智慧社会、特色主题等五大板块,将安排发布平台,展示新产品、新技术、新成果。

本届展览会以“创新驱动数字化转型,智能引领高质量发展”为主题,将延续前两届的高规格、高水准,为参展企业提供展示自身风采的平台,并通过5G、高清显示、VR、AR以及智能终端应用等方式为观众提供沉浸式场景互动体验,展现数字技术赋能下中国的未来智能社会生态。(何进)

2020上海国际广印展  
将于7月举办

本报讯 2020第二十八届中国上海国际广告技术设备展览会档期正式确定。2020上海国际广印展组委会近日宣布,该展会将于7月21日至24日在国家会展中心(上海)举办,将为行业奉献一场保障安全、富有成效、占得先机的采购贸易盛会。

据悉,在根据有关政策要求决定展会延期以后,上海国际广印展组委会立即投入展会重启筹备工作,保持与相关部门的协调、加强为展商观众的服务,正在加大市场推广的人力与财力投入。组委会同时推出“线上展会”系列服务,包含近期连续推出的微信公众号“云参展”栏目,即将上线的“上海国际广印展”微信小程序以及正在铺开的“采购配对”等服务。随着展览档期的确定,组委会将协助参展企业做好后续工作,确保展商顺利参展。(武嘉伊)

2020柏林国际旅游  
交易会取消

本报讯 日前,德国柏林国际旅游交易会(ITB Berlin)组织方宣布,由于新冠肺炎疫情的传播,2020年度柏林国际旅游交易会取消。柏林国际展览有限公司首席执行官克里斯蒂安·格克表示,“我们非常重视访客、参展商和员工的健康和安全。我们现在必须怀着沉痛的心情来接受取消今年展会的决定。”

柏林国际旅游交易会是世界规模最大的旅游交易会之一,原定计划于今年3月4日至8日举行。2月24日,组织方曾宣布交易会如期举办。但随着疫情的扩散,该交易会举行的前景充满不确定性。此前,柏林国际展览有限公司表示正在与德国联邦和州一级的卫生部门进行协商,讨论新冠肺炎疫情影响下是否继续进行今年的旅游交易会活动。(侯墨)

## 疫情下,会展产业链各方如何主动作为?

■ 姚瑞

目前正处在全民抗击新冠肺炎疫情的非常时期。尽管疫情蔓延的势头得到了初步遏制,“战疫”取得了阶段性成效,但武汉以及湖北的态势依然复杂,仍须保持疫情反复的防疫心理。

这场突如其来的新冠肺炎疫情,令会展业不得不面临各类会展活动延期举办的严峻形势。经初步预测,如果疫情在一季度结束,那么会展业的损失就比较小,大约在10%-20%左右;如果疫情在二季度结束,大约会损失30%-40%左右;如果疫情在三季度结束,那么损失就比较大了。业界期盼疫情尽快结束,会展业早日恢复办展,尽最大可能将损失降到最低。

疫情下,会展产业链的各方须根据自身特点主动作为。

## 主办方——尝试线上展

网上展会的概念曾经风行一时,被称为“永不落幕的展览会”。但由于概念不能满足现实需求,至今也没有看到一个有规模、上档次、效果好、收益大、影响强的网上展览会。但线下展览会(即传统展览会)在举办过程中不同程度地利用了网络、多媒体、智能化技术。这些技

术的应用,极大地提升了会展产业链各环节的信息化水平,使我国会展业进入了2.0时代。虽然网上展会不能完全替代现场展会的功能,但在目前不能举办现场展会的情况下,举办网上展览也是一种主动作为的选择,可以在一定程度上解决当下的难题。

同时,展会主办方针对现有展会的实际情况和存在的问题深入研究,广泛借鉴国内外在策划、组织、运营展会方面的先进经验,提高所举办展会的专业化、国际化和市场化水平。加强所办展会的专业性、主题性和针对性,进一步扩大展会效果,最大限度地满足展商和观众的需求,这也是展会主办方下一个可选择的主动作为方式。我国境内目前所举办的各类展会,在这些方面不同程度存在进一步提升的空间。

## 场馆方——完善场馆设施

根据当前的现实状况,场馆方可利用目前展会不能举办的空档期进行场馆的维护,更新场馆的设备设施。现阶段,一线城市的场馆,由于平时展会档期密集,没有时间及时维护更新设施设备,给参展商和观众带来了诸多不便。眼下,符合条件的工厂、工地等陆续复工了,会展业举办展会尚不可行,但是维修场馆设施应该可以。

提高展览场馆的智能化水平。场馆管理运营智能化是现代会展业发展的新趋势,也是必然趋势。我国目前绝大部分展览场馆都有这方面的需求。

提高展览场馆的环保水平。国内各展览场馆近年来在这方面都下了很大功夫,取得了一定成效,还需要更进一步,在硬件和软件上真正符合环保标准要求。

提高信息化水平,更新相关设备,解决场馆网络通讯不畅的问题。打造线上综合办公平台。场馆方与主办方、参展方、搭建方和运输方可通过这个平台进行线上交流,及时解决各种问题,提高工作效率和水平。

## 展览工程方——为日后充电

随着一些展会取消或推迟,势必导致场馆方和主办方可能压缩展会搭建施工时间和撤展时间。展览工程搭建方对此要有充分的准备。在器材方面和人力方面,要储备充足;在施工时,要高效快捷。要抓住目前展会停办的时间,为疫情结束后的“大干、快干、干好”做好充分准备。展览道具、器材制造方要利用好展会停办的时间,加紧研发展览器材的标准化、便捷性和可循环利用性。这样,就会有利于搭建施工抢时间、创效益。这些事情做好了,搭建方和展览道具、器材制造方都

会提高自身的市场竞争力和行业影响力,为今后的进一步发展壮大创造条件。

## 展览物流运输方——提升智慧化

与搭建方一样,就是如何尽可能缩短展会所需的运输时间,以便在有限的档期内,提高展馆的使用率,尽最大可能争取多办一些展会。

智能物流目前是解决展览运输拥堵、货物进出展馆无序和实现展馆物流全方位有效掌控的最佳选择。展馆方要根据展馆特点和展会特点,制定出科学的进馆、撤馆方案。要像机场安排航班起降一样,把进馆、撤馆的运力编排好、管控好。要解决好这些问题,智能化物流是必由之路。而在这方面,国内有的展览运输企业已做了一定的努力,但与目前许多行业已广泛使用的智能物流理念和技术相比,还有较大的差距。应该利用目前疫情展会停办的有限空档时间,加强展览方的自身建设。这些做好了,展览物流运输方也会提高企业自身的市场竞争力和影响力。

这次新冠肺炎疫情的发生,再次引发笔者对会展业安全的思考。2003年,“非典”期间和“非典”结束后一段时间内,针对该疫情对会展业造成的影响和损失,会展业内曾就在疫情面前会展业自身的

安全性问题进行过讨论和思考,试图找到一个能保护会展业自身安全的办法。可惜不了了之,无果而终。当下,会展业又一次遭遇到类似的危机。新冠肺炎疫情何时结束,对会展业到底影响如何,目前还无法估量。

如此,会展业是否可以借鉴阿里巴巴在1999年和2008年两次帮助中小企业度过亚洲金融危机和全球金融危机的经验?当然,行业不同,困难的性质不同。但阿里巴巴在危机面前迎难而上、有所作为的精神是会展业学习借鉴的。

第一,会展企业、单位自身要迎难而上,主动作为。

第二,发挥全产业链的合力,团结协作,共克时艰。

第三,我们要争取政府、社会各界的支持,争取在产业政策、税收、信贷等方面的支持。

这三方面形成共振效应,可以在一定程度上降低会展业行业的损失,使我国会展业持续健康发展。

毋庸讳言,对会展业来说,当下遭遇新冠肺炎疫情就像草木遇到了严冬一样。花草虽在冬季凋谢,但深入土壤的根系却在吸收营养、储备能量。希望并相信,有备而战的会展业定将蓬勃发展。

(作者系商务部会展业专家组成员、北京市会展业专家组成员、世博汇(北京)展览有限公司董事长)

## 千亿元家具产业以独特方式复工

■ 余贤红 黄浩然

工过程。除了年轻人在直播,一些设计师、老匠人也在直播。

隔着屏幕推销床垫,对过去主要依赖800多家门店和经销商的江西潘峰家居有限公司总经理潘峰来说,是一种新奇体验。他不仅发动员工直播,自己也会偶尔客串直播。指着屏幕上不断上涨的粉丝数字,他高兴地说:“才3天时间就有1000多个网友关注公司账号,网上把这叫作‘种草’。”

“原本是应急之策,结果却带来不一样的化学反应。”谈及直播带来的变化,潘峰说,直播互动一方面可以“蓄客”,增加订单,线上营销可弥补部分线下损失,另一方面可以借此更加直观地了解市场偏好,以销定产,变“有什么卖什么”为“要什么卖什么”。

陈晓红介绍说,2月以来,南康家具企业通过电商完成预售订单近80万单,订单额20多亿元,线上订单数同比增加50%,呈现良好态势。

危机往往蕴含商机。除了在销售端引入直播,在复工复产过程中,南康家具产业还积极提升生产端智能制造水平。

走进江有美智能共享喷涂中心,底漆和面漆喷涂两条生产线在有序运转,一台台智能机械臂根据程序设定自动作业,为数不多的工人戴着口罩进行大数据调度。

“智能生产线去年底正式投入使用,在疫情防控期间逐渐显现作用。通过5G网络化接单和生产,已经解决了周边100多家企业喷涂共享的问题。”公司总经理张非非说,目前一期项目投资约2亿元,可实现日产500套床头。

起步于20世纪90年代初的南康家具产业,历经30年发展,形成了集加工制造、销售流通、专业配套、家具基地等为一体的产业链集群。2019年,南

康家具产业集群产值超过1800亿元。上万家企业正处于蓄势跨越阶段。

产品主要出口海外的江西汇森集团董事长曾明认为,这次疫情将加速南康家具产业智能化进程。3年前,公司投资6亿多元,在业内率先打造的板材无人智能化车间投产,年产30万立方米板材。正是基于智能化生产,公司得以很快复工,订单与去年同期相比保持平稳,一季度订单金额超过1亿美元。

“越是困难时刻,越要敢于创新超越。因势而动,顺势而为,推动南康家具产业整体迈上新台阶。”赣州市副市长、南康区委书记徐兵说。



**走进新时代 共享未来**

青岛国际会展中心  
Qingdao International Convention Center

2000+人投入使用

会议室45间  
室内展览面积 60,000m<sup>2</sup>  
室外展览面积 50,000m<sup>2</sup>  
无柱活动空间 20,000m<sup>2</sup>

山东省青岛市崂山区苗岭路9号  
www.qdicc.com.cn  
0532-8898777

## 第三届进博会首次“云签约”

本报讯 近日,第三届进博会首次举行网上签约会,四家知名企业完成了“云签约”。目前,第三届进博会已签约展览面积超过规划面积的50%,总体进展进度快于前两届同期。

“目前来看,新冠肺炎疫情对第三届进博会企业商业展开展工作影响有限。”国家会展中心(上海)进口博览会展务部副总经理周伶彦介绍说,按往年经验,这个时间节点正是企业集中签约的时候,不能因为疫情影响拖慢了筹备的速度,她们因此采取网上签约会的形式服务参展企业。

周伶彦介绍说,进博会已经举办两届,参展企业收获颇丰,疫情阻挡不住新老企业的参展热情。“尽管疫情给企业商业展开展工作带来一些挑战,但在某种程度上也带来了机遇。医疗行业相关企业抓住机遇深耕中国市场,技术装备、汽车、消费品、食品及农产品、服贸等展区的企业也通过进博会平台弥补疫情带来的损失,进一步拓展业务。”

参加“云签约”的法国米其林集团是首次参展。作为全球销量领先的轮胎生产企业,米其林集团几乎不参加各类展会。在观察了两届进博会后,这一次果断签约。米其林集团中国区CEO韦书杰说,网上签约会体现了进博会组织方的智慧和诚意。

他说,“我对第三届进博会的成功举办充满信心,更对中国市场和中国经济的前景充满信心,进博会将成为拉动全球经济最有力的‘武器’之一。”

第一次参加进博会的日本精工爱普生公司中国区总经理深石明宏说,虽然疫情对中国经济产生一定影响,但从深耕中国市场30年的经验看,中国经济基本面依旧稳固,开放合作的态度和广阔的市场空间未受影响。

日本武田药品工业株式会社参展了首届进博会,因收购整合原因缺席了第二届,直呼“遗憾”,今年将以全新的形象亮相。武田中国总裁单国洪表示,企业今年将在进博会上集中展示在罕见病、肿瘤、消化和神经科学等治疗领域的创新能力,“未来几年,我们计划在中国市场推出15款以上的创新药物。”

法国乐福集团早在第二届进博会开幕之前就签订了意向书,成为第一批预订第三届进博会展位的企业。“原本我们很担心不能按时签约,现在可以尽快开展筹备工作了。”乐福大中华区总裁浦建非称,企业参加前两届进博会收获了大量订单,“获得感满满”。

截至目前,第三届进博会报名参展企业超过1000家。(周蕊)

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

## 会展新说

## @会展企业的一封信

■ 吴菲

有的。一旦扛不过去,就将面临倒闭的境况。

受新冠肺炎疫情影响较重的行业多为人员密集和密闭空间行业,即餐饮、娱乐、酒店、旅游……短期来看,首先受到重挫的是服务业(会展是服务行业的重要组成部分);中期来看,受到较大影响的是制造业;长期来看,将是中小企业。

疫情对人员密集型的会展业将产生重大影响,如民众对疫情恐慌性心理将导致与以往不一样的消费和行为习惯,继而向全球会展模式、产业发展趋势产生影响。会展产业本就需要供给侧改革,而这次疫情加剧了改革速度和行业洗牌。长期来看,加速行业转型有利于未来发展。

疫情期间,中小企业都在寻求“活下去”的路径。甚至多数人提出线上场景对线下场景的替代,真有那么容易,能产生立竿见影的效果吗?进入3月,很多企业陆续复工,疫情虽得到有效控制,但形势仍很严峻。为

此,笔者有几点心得与感悟,与业界分享:

首先,坚持“挺过去”。此次疫情,企业需要与国家共渡难关。尽管很多企业没有参与一线抗击疫情,但至少确保企业员工的安全,疫情防控确保做到位,为国家分忧。

其次,调整好展会延期举办的档期。由于上半年展会相继延期,势必造成下半年展会档期集中、场馆紧张的情况。在这一背景下,场馆方的档期将向大型展会倾斜,小型展会有可能因拿不到档期而受到冲击。此外,所有调整档期的展会都面临同样的问题,即展会前期包括观众邀请、宣传等环节需要重新做一遍,这就意味着要重新投入财力物力,会导致多数中小会展企业资金紧张。更严重的是,受“后疫情”影响等不确定因素,国际参展商将流失,在影响展会规模的同时,弱化了展会的国际化程度。

再次,做好面对行业重新洗

牌的准备。曾经有一种说法:2019年可能是过去10年最差的一年,却是未来10年最好的一年。此次疫情,暴露了小企业的短板——缺少企业自我修复能力。一旦遇到困难,首先想到的就是裁员,而不是提升企业的核心竞争力以及提高员工的业务水平。从当前的形势看,中小企业须有一支高效的团队,只有在危机中找到机遇,才能应对将于下半年开始的行业洗牌。

再其次,看到打开的那扇窗。疫情下,大部分企业只看到了业务这扇门关上了,却没看到其他的窗正在被打开。此时正是企业认真思考如何发挥和管理好“在家办公”员工的最好时机,以及如何应调整2020年的预算管理,如何制订好疫情后的生产经营计划(机会成本、最优策略),如何分析和运用好中央、地方的扶持政策,如何应对防疫过后的供应链约束等等。活好当下是当务之急,持续发展还要长远布局,要学会从细节看

全局,站在未来看现在,不是希望而是坚信。

最后,管好非物质财富。疫情期间,虽然物质流动暂停,但非物质财富会聚集,这时有必要思考企业有哪些“非物质财富”,照顾好这些财富,这会几它们比物质资产更值钱。疫情危机下,思考如何用升维来实现降维的打击?因为作与作之间存在着本质的差异。

克服困难、砥砺前行,相信每个企业都能找到自己最终的“纳什均衡点”。想想前方的病患和奋斗在一线的医疗工作者,相信自己、相信国家,疫情很快会过去。

(作者系汇展供应链管理(北京)有限公司创始人&CEO)

吴菲

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处