

创新会展·城市篇

南京会展业：线上线下融合模式促复展

■ 本报记者 兰馨

日前，南京市人民政府会展业办公室(以下简称南京会展办)、南京市会议展览业协会联合河西集团南京国际博览中心联合出品了《南京市会展活动疫情防控行动指南》(以下简称《指南》)动画视频。在会展业内引起不小的关注。在业界看来，动画短片突破了文字和图片的局限，表现形式更为灵活。

据了解，按照国务院联防联控机制印发的《关于科学防治精准施策分区分级做好新冠肺炎疫情疫情防控工作的指导意见》以及南京市政府关于新冠肺炎疫情防控的要求，对即将开展活动的前期防控工作与现场保障措施进行严格部署，坚持常态化疫情防控和经济社会发展“双统筹”，办好“放心展”“安全展”。

与此同时，南京市贸促会、南京会展办按照国家、省市统一部署和疫情防控常态化要求，贯彻落实《南京市会展活动疫情防控管理规范》，在保证做好疫情防控的前提下，有序恢复承接、举办各类必要的会议和展览活动。

助力会展企业应对疫情

“针对报告制度、注册登录等12个章节对各方防疫职责及具体工作规范的展示，以提升会展活

动举办上下游各方在会展活动中的疫情防控意识。”日前，南京市贸促会会长、南京会展办主任梁洁接受《中国贸易报》记者采访时表示，《指南》视频是根据南京市新冠肺炎疫情联防联控工作指挥部办公室印发的《关于进一步优化生活服务业疫情防控措施加快全面复工复产的工作指引》，结合南京制定的会展活动防控措施，对会展活动中的各方工作进行规范化的示范。

据介绍，在疫情影响下，南京出台支持会展企业渡难关、促发展具体政策，加大优化资金扶持会展业发展力度。南京研究调整会展专项资金的使用导向，除鼓励受疫情影响展会主办方积极复工复产外，还将继续加大招展引展力度，吸引会展活动主办方到南京办展。为此，南京将提升综合服务能力，并加快资金补助速度。

根据南京市贸促会、南京会展办、南京市财政局《关于进一步加快会展业高质量发展的若干政策措施的通知》，南京还将加快展馆设施的提升改造，推动展馆绿色化、智能化建设，经第三方评估和运行达标后，按项目投入费用给予一定比例金额的补助。

南京鼓励会展搭建、展示和平台交易企业，运用新一代信息技术，

以人工智能、大数据、云计算、物联网、区块链、5G等技术在展览布展、展览模式上创新，经第三方评估和运行达标的创新展览项目，给予一次性资金补助。

此外，南京还鼓励通过创新展览项目，推动主导产业体系与会展业融合发展，有效提升南京会展发展能级的公共服务平台，经第三方对服务成效和品牌影响力评估达标，给予一次性资金补助。

成立网上会展联盟

近日，以“读懂城市创新”为主题的2020南京创新周(以下简称创新周)落下帷幕。根据统计显示，此次创新周达成签约项目或合作意向346项，总投资额超过1080亿元。

在南京方面看来，创新周作为南京近年来举办成效明显的综合性创新大会，为南京建设“具有全球影响力的创新名城”注入了新的动力。事实上，此次创新周通过线上线下互动模式，为疫情后的南京会展活动举办形成了样板。

新冠肺炎疫情发生以来，南京在严格防控疫情的前提下，鼓励参展企业“云展”“云洽”，助力会展企业数字化转型，推动南京会展业“跃上云端”、线上线下融合发展。

据梁洁介绍，由南京会展办协

调南京会展经济研究会、南京润网国际展览有限公司、南京国际博览中心以及各相关区会展主管部门，成立南京网上会展联盟、共建中国网上展览中心、推动“互联网+展览平台数据管理系统”和“会务管理系统”平台建设升级，南京线上展会平台即将上线。

南京网上会展联盟以“平等自愿、资源共享、开放合作、互惠共赢”为原则，促进创新线上南京会展服务模式、促进南京线上会展产业经济增长，进一步提升南京会展行业在全国的核心竞争力。

同时，在南京会展办的指导下，以产业和企业的线上展会举办和线上线下展会共同发展为导向，引领会展模式创新、推动会展技术创新、共建开放合作机制，实现南京会展线上线下联动的新局面。

会展搭台促经济复苏

事实上，尽管疫情使会展业遭受重创，但会展从业者的信心依然坚定。今年6月，在巴黎总部的国际展览业协会(UFI)宣布，南京旅游集团旗下的南京国际展览中心通过UFI认证。同时通过UFI认证的还有中国(南京)国际汽车博览会、中国(南京)国际糖酒食品交易会。

据介绍，截至目前，8家企业成为UFI会员，包括2个展馆(南京国际博览中心、南京国际展览中心)和6家会展组展企业。通过UFI认证的展览项目达5个。

此外，南京今年还参加了国际大会与会议协会(ICCA)首次年度线上全体会员会议。根据《2019年度ICCA会议统计报告》线上发布的数据显示，南京以28个ICCA认证会议数获得全球排名108位，在中国大陆入围城市榜单中，南京位居第六位，实现了ICCA认证会议数量和全球排名“双超越”。

目前，南京支持南京溧水制造业高质量发展试验区建设，协调推进南京临空经济示范区加快发展现代服务业，以展会为平台，“以会招商、以展招商”，推动空港会展小镇承办高等级会展活动。

南京支持会展与产业融合发展，参与溧水白马博览中心举办线上线下同步展会活动。促进南京临空经济示范区的港产城融合，加快推进空港会展小镇建设，树立展城融合发展标杆。

据了解，南京市贸促会、南京会展办还积极推进城市国际化进程，参与谋划“2020南京创新周·云聚全球峰”等活动，推动疫情下国际创新资源合作领域的开发。

会展传真

励展大中华区总裁 新任米奥兰特执行顾问

本报讯(记者 兰馨)记者从浙江米奥兰特商务会展股份有限公司获悉，该公司近日聘请新加坡 NAT WONG 担任执行顾问。据悉，NAT WONG 从事国际展览相关行业 33 年，曾任 Pico 集团总裁、Agility Fairs & Events Logistics 全球总裁、励展(Reed Exhibitions)大中华区总裁、ITI 亚太区主席/执行顾问等。

NAT WONG 将协助米奥兰特制定发展规划，参与有关的项目行业分析及判读，推进公司国际化和专业化的交流合作，加快完善公司在全球市场的布局。

中国南通国际家纺 商贸城规划发布

本报讯 近日，在 2020 中国南通国际高端纺织产业博览会期间，“中国南通国际家纺商贸城”系列规划正式发布。江苏南通将以建设世界级家纺产业集群为核心，打造“四中心一新城”，即“领导世界家纺产业的国际家纺商贸中心、引领全球时尚风向的创新创意设计中心、绿色、智慧、健康的高端家纺研发制造中心、连接全国、辐射全球的优质货品集散中心”，以及“人、产、商融合发展的产城融合示范新城”。

国际家纺商贸城城址规划范围达 50 万平方米，构建“双核双轴、一环两带”空间布局，包括以现代家纺市场、会展中心等功能为核心，打造会展商贸核；以现有市场交易区及相关功能为核心，打造市场交易核。依托现代大道打造商贸发展轴，形成联系市场交易核、会展商贸核、空港场前三核的横向发展轴线；依托叠港大道打造产城发展轴，成为联系通州、海门等城市功能区的纵向发展轴线。(何进)

杭州下半年 全面建设会展新城

本报讯 近日，杭州市钱投集团举行“走进新城大项目”暨媒体开放日活动。记者了解到，今年上半年，杭州市钱投集团在城市建设方面，承建了 25 平方公里会展新城及启动大会会展中心建设，完成“43150 项目行动计划”13 个项目开工，加快推进亚运村、大会展中心、江河汇综合体、连堡丰城、白石会展中心、白石宁巢公寓等一批先导性引领性全局性的重大项目。

杭州市钱投集团下半年将全面建设钱江新城二期、城东新城、会展新城及杭州亚运村建设，高质量建设三生三宜的未来新城区，开工建设江河汇城市综合体、白石会展中心、大会展中心项目等一批具有影响力的“迎亚运”项目。(方建飞)

第三届进博会招商路演走进长沙

本报讯 近日，第三届中国国际进口博览会第二场招商路演在长沙举办。本场招商路演主要面向进博会技术装备展区及食品农产品展区的采购商。

中国国际进口博览局副局长刘福学透露，第三届进博会的各项筹备工作正在稳步推进，专业观众注册报名已经开始，筹备工作已由招展为主向招商办展为主转变。刘福学说，希望湖南结合自身产业特点，积极邀请采购商到会洽谈采购，共享进博会发展机遇。

湖南省商务厅副厅长周越表示，进博会的举办为湖南企业对接国际提供了重要机遇，助力湖南产业腾飞，今年湖南将通过在进博会期间举办配套活动，向世界展现“湖湘魅力”。

为积极落实新冠肺炎疫情防控相关要求，本场路演精简了现场人数，线上线下同步举办。湖南省各交易分团发动辖区采购商在线观看，让更多的湖南采购商参与。活动进一步满足了采购商、专业观众提前了解进博会和相关展商展品的需求。采购商、参展商、招商合作单位等 80 多人参与现场活动，线上累计观看人次达 5.28 万。

据悉，第二届进博会筹办期间在全国 20 个省(区市)举办了 21 场招商路演，覆盖全国主要进口、消费、区域中心城市，发挥了进博会国际采购平台等四大平台作用。第三届进博会将继续创新路演方式，以线上线下相结合的形式开展招商路演。

截至目前，第三届进博会区域性招商路演已开展两场，举办地为成都和长沙，行业性招商路演已举办两场，举办单位为行业性招商合作单位中国电子商会、全国城贸联。(吴廉)



7月4日至7月6日，第二十届中国(深圳)国际品牌服装服饰交易会在深圳举办。本届交易会推出致美风尚、设计态度、摩登制造、全·饰界、产业配套和独立设计师馆(金晖馆)六大展区，为参展企业精准配获取订单、拓展商业渠道及推广品牌的所需资源。(黄建华)

会展新说

浅谈欧美双线会展活动的体验导向属性

■ 胡中华

新冠肺炎疫情初期，因“战役”防控需要，国内的一系列线下会展活动均被按下“暂停键”。疫情在全球范围内的蔓延，使线上会展活动显得热闹非凡。热闹首先体现在会议和活动领域。欧美知名在线邀请函企业 Evite 的数据显示，截至 2020 年 3 月，Evite 的业务量比去年同期取得近 1130% 的增长。其中，云端视频会议服务公司 Zoom 的股价从年初的 68 美元涨至 260 美元左右，短短 6 个月就翻了近 4 倍。Global Web Index 在疫情期间的调研也反映，约三分之二的英国受访者表示，若因疫情防控原因而无法前往线下活动现场，将会观看线上直播(16-34 岁的受访者占 73%)。随着西方各国政府逐步放松对会展项目的管制，业内的讨论热点逐渐从“线下会否被线上取缔?”过渡至“疫后线上会展浪潮能否持续?”“线上与线下如何进一步有机融合?”等等。

尽管欧美的会展项目一直是线下会展(In-person event)占绝对主导地位，但其实双线会展活动(Hybrid event)并不是一个新鲜形式，更不用说线上会展(Virtual event)项目了。事实上，

在新冠肺炎疫情未出现时，“线上代替线下”的舆论相对较少，“线上如何助力线下”反倒是欧美会展人思考的问题，其中一个原因在于欧美会展活动的“体验”导向属性。倘若细心留意会展行业国际顶层企业的广告宣传，不难发现，不论是世界知名的会展活动策划企业(如 MCI)，还是广告公关(如阳狮广告、哈瓦斯集团)，乃至场地运营巨头智奥会展、ASM Global 等，都将“体验”作为宣传的关键词。原因在于欧美体验经济(The Experience Economy)的发展基础。

事实上，体验经济于国内会展人并不陌生。体验经济这一概念首先由美国学者 B. Joseph Pine II 和 James H. Gilmore 提出(1999 年)，通过哈佛商学院出版社的助推，其理论汇编——《体验经济》一书广为人知。简单而言，体验经济是服务经济的延伸，突出顾客的感受性满足，重视消费行为发生时的顾客心理体验，是继农业经济、工业经济和服务经济之后的第四种经济类型。这套倡导以体验为导向的理论深刻地影响着欧美的商业社会，比如英国航空公司着重服务体验的建设、一

系列 Niketown 在欧美相继出现等。随后，哈佛商学院教授 Jeffrey F. Rayport 对广告行业的转变进行系统的梳理概括，通过其著作《Advertising's New Medium: Human Experience》再次突出体验在商业应用上的价值。当经济基础逐渐发生转变的时候，作为商业社会的上层建筑之一的会展活动自然会随之调整。一方面，线下体验主导的会展项目表现出愈发强劲的生命力，如美国基尔罗大蒜节、美国复古主题最古老的节日——明尼苏达州文艺复兴节，就是最好的例子。另一方面，越来越多的企业除了通过传统的活动赞助来宣传品牌形象，还通过举办主场专题活动，以强化消费者的忠诚度以及加深市场对产品的全方位了解，奢侈品以及电子和互联网领域尤为突出，例如智奥会展每年举办的“跳跃·爱马仕马术竞赛”、北美美的 Adobe MAX 全球创意大会、Facebook 的 F8 开发者大会等。

随着互联网技术的发展和 3C 产品的普及，会展活动上的一系列线上交互技术很好地助推会展项目的发展，最突出的表现莫过于“线上会展”的出现。

线上会展的出现，最初旨在让那些对会展项目抱有浓厚的兴趣、却因各种原因无法参加的爱好者也能通过观看线上直播的方式分享与会者的部分体验。举个简单的例子，像慕尼黑安全会议或是世界经济论坛等国际顶级的政治经贸类论坛，并非人人均有机会参加，刚结束的苹果全球开发者大会(WWDC)也不是每个爱好者都能支付 1599 美元及其延伸出来的差旅费用，但这些都会展活动每年均会通过线上直播的方式吸引全球目光。

线上会展的逐渐普及，也使得双线会展的模式被广泛接受。如被誉为世界上规模最大的音乐盛典——美国德州的西南偏南(South By Southwest)音乐节的主旨演讲均线上同步直播。谷歌或 TED 等企业或组织则更进一步，不单单通过线上的方式扩大观看的人群数量，还会组织相关的“延伸活动”以增强目标群体的品牌粘性。当然，这并不意味着欧美就没有纯线上的活动，HR Virtual Summit 就是一个很好的例子，它也被誉为“世界最大的人力资源专题虚拟大会”。一般来说，体验和互动

导向型较强的会展活动，其线下的主体地位较难被挑战。项目的与会者体验导向的定性主要决定于主办方，项目的与会者互动需求主要来自参与者，包括买家和卖家。尽管线上会议仍有诸多不足，《经济学家》杂志在 5 月也发表了文章——《Why Zoom meetings are so dissatisfying?》，系统“吐槽”线上会议的痛点，有理有据，但线上会展活动确实有其不可比拟的先天气势，用得好的话会线下会展有被线上取缔的风险，不如说线上会展对线下项目的质量建设起着重要的助推作用。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

走进新时代 共享未来

中国·红岛国际会议展览中心
Hongdao International Convention and Exhibition Center, China

(青岛国际会展中心新馆)
The New Generation Venue of QICCC

2019年投入使用

www.qdcecc.com.cn

室内展览面积 150,000 m²
50间会议室
室外展览面积 200,000 m²
10,000余个停车位
无柱多功能厅 10,400 m²
1000间酒店客房

山东省青岛市高新区火炬路326号 0532-88898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助