

创新会展·城市篇

会展传真

深圳会展业：释放前期市场需求

■ 本报记者 胡心媛

深圳会展业已经按下了快进键。目前，深圳市商务局推动实施《深圳市加快会展业发展三年行动计划(2020—2022)》，努力打造一批具有国际影响力的品牌展览，建设国际知名会议目的地，引领深圳会展业智能化、绿色发展，加强境内外交流合作，优化会展业营商环境，持续提升会展服务，发展会展经济。

记者了解到，深圳今年的会展档期已被快速锁定，会展业进入了新的增长期。深圳市国际商会副秘书长黄瑛在接受《中国贸易报》记者采访时表示，新冠肺炎疫情防控持续好转，带来了会展需求爆发的窗口期，前期积压的市场需求将在未来展会上得到充分释放。近期的双馆、双展首秀，是疫情后深圳会展业全面复苏的新篇章，也是深圳会展经济破浪向前的新起点。

复展形势逐渐向好

“新冠肺炎疫情对会展产业链是打击极大。由于会展活动的集

性、联动性和交融性等特征，疫情发生以来，深圳市暂停举办展会活动，展会的规模、质级、国际化等均受到一定影响。”深圳会展中心相关负责人表示，过去5个月，深圳会展中心没有举办任何活动，没有任何展览、会议和商务活动。

6月20日，历经5个月的沉寂，深圳会展中心和深圳国际会展中心同办深圳“首展”，为深圳会展业吹响重启的号角。以深圳家居礼品展为例，展会规模增长近50%，吸引了众多高端品牌、专业买家到场参观。

该负责人表示，会展业并非独立的行业，与社会其他系统紧密相扣，相互作用与影响，对深圳制造业有重要支撑作用。会展业不仅涉及到大参与主体的利益，同时带动住宿、餐饮、运输、物流等领域的发展，对旅游、消费、商业具有刺激作用，以及推动整个产业链的生态化经营。

当前，深圳会展业正在逐渐恢

复元气。记者了解到，深圳会展中心今年展会排期已满。下半年，深圳国际会展中心将会有接近30场展会，包括国际广告标识及LED展览会、国际机械展、礼品展、深圳国际家具展等。

数字化转型提速

“受疫情影响，会展智慧化的趋势正在加速，各地都在进行从场馆到展会的智慧化探索。深圳也积极响应国家政策的号召，积极落实发展线上展会的要求。”黄瑛表示，行业对智慧会展的建设标准、解决方案以及实现工具尚未有明确结论，但在疫情驱动下，“宅经济”、线上教育、线上医疗、远程办公空前繁荣，催生众多“5G+”显示模式的新应用全面落地。

在黄瑛看来，很多行业与互联网结合、向数字化转型的趋势中，会展业是变化相对缓慢的领域，也是受疫情影响相对严重的领域。事实上，疫情在一定程度上也在加速会展经济的数字化转型，加速了线上展会的覆盖。

深圳国际会展中心有关负责人告诉记者，正在联手华为和中国电信打造高效智能的数字化服务平台，提升运营效率，增强用户体验，驱动业务创新。其中，深圳国际会展中心小程序是“智慧展馆”项目的重要应用平台之一。借助小程序，主办方、展商、观众及周边配套商家

可以在线进行健康申报、餐饮预订、商务洽谈等活动。

“疫情过后，线上展会及线上线下混合模式的展会将逐步成为常态，作为线下展会活动的补充，帮助全行业提高抗风险的能力，预防突发性事件对行业造成破坏性冲击。新技术、新媒体、新平台、新模式在展会中得以应用，展位直播成为企业延伸参展效果、有效触达客户的全新途径与手段。”该负责人表示，深圳国际会展中心在规划设计之初就将5G覆盖纳入建设范围，是全球首座实现全面5G信号覆盖的展馆。借助5G技术和展馆空间设施优势，可充分满足参展商与日俱增的线上办展、直播看展的需求。

记者了解到，自疫情以后，在深圳举办的各类展会正在突破创新求变革中获得发展，借助数字经济发展“东风”，联动线上渠道，取得不错成绩。礼品展主办方推出“礼贸展”小程序，突破时间和地域限制，实现供求双方无缝对接。2020深圳国际针织品博览会主办方也推出了相关直播渠道与服务。深圳时装周“云秀”采用数字化看秀、“网络订货+线下订货”相结合的方式举办，在抖音平台的播放量超过1.4亿次。

疫情防控落实严格

由于会展活动特有的集聚性、联动性和交融性等特征，面对尚未完全过去的疫情，大规模的人员聚

集活动，对于展馆无疑是一个严峻的挑战。如何做好疫情防控，保障人员安全是复展必须重点关注和解决的问题。

6月20日是深圳复展的重要日子，第28届中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会和2020粤港澳大湾区国际汽车博览会暨新能源及智能汽车博览会两场大型专业类展会分别在深圳国际会展中心和深圳会展中心举办。记者了解到，在上述两大展会开幕前，深圳市商务局组织召开深圳市新冠肺炎疫情发生后首展工作会议。为进一步强化联防联控机制，有效控制风险，作好会展活动防疫，深圳市商务局提出三点要求：一是高度重视，主动担当；二是各方联动，加强协同；三是整改提升，加强保障。

据深圳国际会展中心相关负责人介绍，为确保疫情后首展举办，深圳国际会展中心落实防疫举措，对人员动线、进出管控、安全检查、人员测温、观展人员突发事件应急处理等各个环节进行多次防疫演练。

记者在采访中了解到，除了上述两大首展，2020粤港澳大湾区国际汽车博览会、2020深圳国际针织品博览会以及2020时尚深圳展，现场防疫防控均非常严格，必须经过多层检验。从进馆前的防疫健康码认证、无接触式登记领票、接受体温监测、场馆内洗手液清洁、实时人流监控等随处可见。

(何进)

宝能国际会展城发布品牌会徽

本报讯 近日，宝能国际会展城产品发布会在贵州贵阳举办。宝能国际会展城正式宣布品牌会徽升级，并发布新品牌会徽，反映了宝能从“宝能科技城”更名为“宝能国际会展城”的最新变化。新会徽设计灵感来自三叶草，体现了宝能坚持以宝能国际会展城为中心，大力推进贵阳会展业，与贵阳共同进步的决心与信心。

宝能总经理罗小波表示，宝能国际会展城秉承“世界之眼、贵州之窗”的规划设计理念，将建设成为西南区域高规格的国际会展中心，改变贵阳的CBD格局、消费格局、居住格局，驱动城市对标一线城市，实现国际生活8大属性全面升级。该项目利用航空、高铁、轻轨三位一体的便捷交通网络，打造全球信息交流、消费体验和行业前沿动态的展示平台，每年将带动区域约1000万人口流动及百亿元以上经济价值活动。

据悉，宝能国际会展城总占地1200亩，总建面约260万方，整体规划国际会展中心、政治商务中心、艺术商务中心、酒店度假中心、环球购物中心、公园休闲中心、全龄教育中心、交通枢纽中心八大中心。建成后的宝能国际会展城将是一个超级城市综合体，包含城市地标、产业总部、国际酒店群、产业展馆、精品公寓、生态公园、交通枢纽等，为会展中心的发展提供有力的支持。

(吴冰禹)

雄安商务服务中心会展中心封顶

本报讯 近日，河北省雄安新区重要工程之一——雄安商务服务中心会展中心工程结构正式封顶。坐落于雄安新区容东片区的雄安商务服务中心，是雄安新区首个标志性城市建筑群，也是雄安新区首批率先开工建设的房建项目，项目建成后将有力补充雄安新区近期急需的各项商务配套设施。

雄安商务服务中心项目规划占地约24公顷，总建筑面积约82万平方米，其中地下20万平方米。建设项目主要包括雄安会展中心、酒店、商务办公用房、专家公寓、服务型公寓、幼儿园、商业以及地下环廊、地下停车场等，配备有电影院、泳池、健身房等各类配套设施。

(张建)

进博会参展商联盟首次成立专委会

走进新时代 共享未来



青岛国际会展中心
Qingdao International Convention Center

2000年投入使用

会议室45间
室内展览面积 60,000m²
室外展览面积 50,000m²
无柱活动空间 20,000m²

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

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

本报讯 日前，第三届进博会参展商联盟第一次会议在国家会展中心(上海)举行，乳业专业委员会和公共卫生防疫专委会宣布成立。

据悉，修订和完善后的联盟章程也在此次会议上首次公布，今后联盟将引入牵头单位轮值机制，加强专委会功能。专委会将集中研究、展示产品、技术和服务，为行业发展趋势分析提出建议，推动行业可持续发展。同时，整合行业全产业链资源，以大带小，带动关联企业参展，将进博会打造成行业企业聚集高地。

“公共卫生防疫专委会将为政府医疗疾控等专业部门搭建学术交流平台，为广大参展商

提供市场供需对接的机会。”上海市疾病预防控制中心副主任郭常义表示，通过展示推广公共卫生防疫经验、科研成果以及新技术、新产品，可以推动公共卫生环境领域的可持续发展，并加速全球公共卫生体系建设的优化创新。

中国国际进口博览局副局长、展盟秘书长孙成海表示，在第三届进博会开幕倒计时100天到来之际，召开2020年进博会参展商联盟第一次会议，具有独特意义。“希望未来联盟能体现领军企业的行业影响力，展示优质企业的科技创新力，凸显展会核心的纽带作用，发挥建言献策的智囊作用以及强化展商代表的桥梁作用。”

公共卫生防疫专区是本届进博会结合全球热点和行业发展趋势新设的专区之一。公共卫生防疫专区已有近50家企业报名参展，展览面积1万多平方米，涵盖公共卫生防疫领域90%的知名企业。其中，世界500强及龙头企业近40家。

(贺强)



近日，ISUE国际校服展在上海世博展览馆举办，展品包括幼儿园园服和小学、中学、大学男女校服的春秋装、夏装、冬装，款式包括制服、休闲装、运动衣等。

(陈玉宇)

会展新说

从网上广交会看未来云展会的发展趋势

■ 李存荣

众所周知，随着新冠肺炎疫情在全球范围内蔓延，国际间的经贸交流、营商环境受到严重影响。如何应对疫情影响，恢复经贸交流和企业经营、降低损失，是各地政府、企业面临的重要课题。4月13日，商务部印发了《关于创新展会服务模式，培育展览业发展新动能有关工作的通知》(简称《通知》)。

《通知》指出，推进展会业态创新，积极引导、动员和扶持企业举办线上展会。在此背景下，云展会、直播带货成为企业谋生存、谋发展、谋出口的出路。6月15日至24日，为期10天的第127届中国进出口商品交易会(简称广交会)首次尝试网上展会，利用新技术、新模式、新工具为企业搭建线上展会。此次广交会通过网上展示、直播推介、供采对接、在线洽谈等多种功能突破了空间限制，为众多参展企业试水直播提供了舞台。参展商积极创新求变，搭建直播团队，这背后折射出的是中国企业对于在线化、数字化、智能化转型，对全新商业模式

的开放心态和姿态。如美的集团利用8个直播间，聚焦家用电器、智能制造等。美的依靠外语口

语优秀的主播，积极向海外客商展示产品细节、技术优势。联想集团的主播则为管道、建材家居、新农业设施等“明星产品”做全方位展示。广东星星制冷设备有限公司则计划在广交会后投入100万元建立常设直播间。

通过此次网上广交会可以看出企业对展会的期待。究其原因，一是网上展会促进买卖双方洽谈磋商的核心价值与传统展览相同。二是相比传统展会，网上展会打破了时间和空间限制，为遭受疫情重创的企业提供了线上平台，同时线上展会可以面向全球24小时不间断直播产品、生产车间、仓库甚至企业宣传片，在时间和空间上拓展了虚拟展台的边界，提高曝光率，供采双方可随时随地在线洽谈。

7月上旬，微吼推出了2020年云展会解决方案。按照微吼云展会直播的定义，需“推广引流+高质画面+丰富互动+流量运营+数据分析+安全保障”这几大要点。此次推出云展会解决方案，帮助会展组织方或企业搭建适配多终端、多语言版本的云展会主页，包含展会简介、展会日程、嘉宾介绍等丰富的展会信息，且可生成H5、海报等丰富的在线宣传物料，扩大推广、精准邀约。

会展组织方通过搭建虚拟演播厅、数字展馆和直播大厅，可在云端呈现一个展区。依托直播技术，在云展会开幕当天，微吼可以为观众呈现科技感的云开幕式，并通过中英文双语字幕结合遍布全球的CDN节点，实现全球展示。在直播推介环节，为商家定制云展厅。除红包、优惠券、连麦、聊天、自定义打赏礼物之外，根据云展会的特殊性，微吼又研发推出产品推荐、在线咨询、1V1私聊、商品下单等展会专属功能。在商家直播间，供采双方随时开启云洽谈。

同时，通过大数据分析、AI、智能算法和庞大的数据库，微吼云展

会解决方案在云展开幕前，可进行全平台精准邀约，扩大影响力。云展进行时，可以实现智能推荐、预约撮合，实现高效率的“云对接”。云展会闭幕后，可以帮助参展方采集、留存采购商的相关信息，跟踪、记录所有采购商的行为轨迹并生成详细的数据报告，包括观看人数、观看次数、观看时长、商品推荐次数、推荐时长、详情点击次数、推屏点击人数等多维度直播观看数据，直观清晰地呈现线上客户的浏览、互动等行为，方便跟踪回访。

目前，微吼通过信息系统安全等级保护三级备案认证，鹰眼系统实时全链路监控、备案保障、安全审计、漏洞攻防等技术，微吼为云展会筑起360°防火墙，包含超管巡查、发言管控、信息审核、防黄防爆、违规封停、视频风险管控、音频风险管控、举报风险管控等在内的数十项措施，可确保云展会全程合规进行。

事实上，2020年之前，线下展会已开启了对于线上的探索。不可否认，疫情加速了这一进程。线上展会作为一种商业运营新模式，是否会取代线下展会？这是疫情当下一大热议话题。

业内普遍认为，未来，单纯的线下和单纯的线上都难以“一统江湖”，线上线下相互融合是大势所趋。线上和线下将会在长期共存的模式下，相互促进，发挥各自优势，助推云展经济做大做强。

在此趋势下，无论是在产业升级、市场变革、疫情动荡的宏观环境下，还是在行业竞争、企业发展的微观层面，各类型展会的主办方甚至各类型企业都应该顺势而上，乘风破浪，建立云展团队，或选择结合自身需求的展会解决方案服务商，站在“前人成功经验的肩膀”上收获云展经济红利。

(作者系微吼市场总监)



本栏目文章涉及版权，转载
请注明出处