

创新会展·项目篇

# 济南名品与澳大利亚牵手云端

■ 本报记者 胡心媛

近日,由济南市贸促会主办的2020“魅力济南”进出口商品(澳大利亚)云展会(以下简称云展会)在济南举办。本次云展会得到澳大利亚中国工商业委员会新南威尔士州分会、澳大利亚南澳州政府济南代表处、澳大利亚南澳州山东总商会的大力支持。

“利用互联网、云平台将济南市与澳方企业的经贸交流由线下转至线上,这是我们创新山东与澳大利亚经贸合作模式的有益尝试。希望双方企业能够抓住此次机会,实现互利共赢。”济南市贸促会副会长张静表示,新冠肺炎疫情虽然严重影响了济南与澳大利亚的经贸往来,但却阻断了济南市与澳大利亚的合作步伐。本次云展会就是对经贸合作模式的一

次创新与尝试,为济南市和澳大利亚企业的交流提供了一个更加便捷的平台。

近年来,山东济南与澳大利亚在机械设备、建筑工程、纺织服装、电器及电子产品等多领域的合作与联系不断增强,双边贸易份额不断扩大。

## 建立和巩固商业关系

据济南市贸促会相关负责人介绍,本次云展会共组织16家澳大利亚采购商与22家济南企业进行了“一对一”现场洽谈,洽谈场次23轮次。其中,山东小鸭集团、山东盛怀智能装备、山东金斯特、济南华辰实业等济南企业参与了此次活动,山东省内其他地市的约18家企业报名云展会参与洽谈。

实的商业效益打下基础。

## 拓展外贸业务新渠道

记者了解到,此次参展的多数企业参展期间认识了许多客户,对拓展业务带来了实际帮助。

山东金斯特国际贸易有限公司主要从事汽车配件、车轮、减震器、刹车片、全车件、发动机等产品的生产与外贸业务。该公司负责人告诉记者,这次云展会的对接活动让他们找到了在澳大利亚开展外贸业务的新渠道。采购商不仅有采购该公司车胎产品的意向,还打算采购该公司的其他配套产品。“我们的实际业务开展得十分顺利。”该负责人说。

山东正文正品相关负责人表示,本次对接主要洽谈红酒采购和餐饮

投资的合作,洽谈对业务发展有帮助,公司已经和供应商建立了联系。

东洋洋泰工艺品有限公司负责人高先生告诉记者,他们公司专门生产和销售宠物用品,对澳大利亚出口已有十多年,本次对接的采购商非常专业,产品符合要求,和采购商相谈甚欢。他说,此次举办的云展会对他们产品出口的帮助非常大,希望以后能有更多参与机会。

记者了解到,济南市贸促会未来将充分运用互联网、大数据等现代信息技术,结合自身优势和国际资源,继续扩大外商邀请范围和力度,提升“一对一”洽谈匹配精准度。帮助外贸企业不出“家门”就能结识到境外买家,为企业开拓国际市场提供更多支持与服务,进而获得更广泛的贸易合作机会。

会展传真

## 上海发布会行业疫情防控修订版指南

本报讯 为贯彻国家三部委的《关于展览活动新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见》,上海市日前对会展行业新冠肺炎疫情防控指南进行了修订,要求严格落实疫情防控主体责任、充分做好展前准备、坚持合理控制人流、确保展期疫情防控措施落实到位、严密防范各类风险。

据悉,指南适用于疫情防控期间上海各类展会活动的举办单位、场馆单位及展会活动各参与方(包含参展商、搭建商、服务分包商、观众等)。指南涵盖严格落实疫情防控主体责任、充分做好展前准备、坚持合理控制人流、确保展期疫情防控措施落实到位、严密防范各类风险等五个方面。

指南要求,展会举办单位应当按照“谁举办、谁负责”的原则,建立疫情防控工作机制,指定专人负责,明确责任分工,严格落实防控主体责任。展会举办单位应根据每次展会的特点制定现场疫情防控工作预案,全面负责协调展会的防疫、安全等工作。展会举办单位应利用线上、线下等渠道开展实名注册,及时收集各参与方人员信息,并建立信息库。

指南要求,展会举办单位应加强对境外展商、观众的线上服务,通过云展、网上会展的方式为其观展、交易、洽谈提供便利。

(沈燕琦)

## 沈阳举办“辽展之夜”国际数字文化节

本报讯 “辽展之夜”国际数字文化节于8月1日晚8时在辽宁工业展览馆前广场开幕。作为沈阳“品质和平”系列活动的一部分,此次文化节突出科技与文化相融合的主题,呈现四大亮点和八大主题。其中,东北地区最大的电音节首次通过5G与世界连线,同时配合启幕、网红啤酒、房车、极光、七夕、中秋、电音八大主题活动,点亮沈阳夜生活。

据悉,辽宁省政府日前正式出台了“关于促进夜间经济发展的指导意见”,提出打造一批能够代表城市形象的地标性经济集聚区,打造一批具有全国知名度的夜间消费品牌。到2022年,全省创建省级夜间经济示范区20个、市级夜间经济示范区50个。

“辽展之夜”国际数字文化节主办方表示,举办此次文化节是践行“经济内循环”方针,发展大生活综合体的战略举措,旨在促进疫情常态化下的复工复产,通过大力发展夜经济,繁荣沈阳消费市场,为拉动社会内需贡献力量。

(沈殿成)

## 深哈产业园综合展览中心将投用

本报讯 近日,深哈产业园科创总部项目一期I标段的综合展览中心进入收尾阶段,现场工人们正忙着进行室外的绿化和室内的设施安装工作。据了解,该展览中心将用于展示园区发展规划、深哈两地产业优势、项目招商等内容。

深哈产业园科创总部项目是深圳和哈尔滨合作的首个园区共建项目,是两市建立合作信心、推动高质量发展的标志性工程。自2019年开工建设以来,深哈公司与各参建单位一道攻坚克难,创造了63天完成科创总部项目综合展览中心主体结构封顶、101天一期I标段地下室结构封顶的“深哈速度”。

今年,面对新冠肺炎疫情的严峻考验,科创总部项目成为哈尔滨新区第一个正式复工复产的建设项目,比计划时间提前33天。科创总部项目一期I标段主要内容包括“创新创业”+“孵化加速”功能,用地面积约7.53万平方米,总建筑面积约17.94万平方米,共有11栋单体建筑,主要业态包括综合展览中心、国家级孵化器及研发办公组团。(王媛媛)

## 第三届进博会签约面积已达规划目标

本报讯 截至目前,第三届进博会签约企业参展面积已达到规划目标。其中,消费品、医疗和服务贸易等三个展区的签约面积已超过规划面积。不少企业将携带新产品、新技术、新服务进行“全球首发、中国首展”。

参展企业热情十足,主办方也已启动一系列保障工作,助力全球展商更好发掘中国机遇。除首次成立公共卫生防疫专委会,第三届进博会还首次设置公共卫生防疫专区。第三届进博会公共卫生防疫专委会副会长单位雅培快速诊断业务大中华区总经理仇建平说,会携手更多行业伙伴,探索新的解决方案和合作模式,助力中国以及全世界抗击新冠肺炎疫情。

“雅培将在600平方米的展位上展示涵盖生命各阶段的创新产品和解决方案,并亮相首次设置的公共卫生防疫专区。”仇建平说。

“在新冠肺炎疫情背景下举办第三届进博会,继续扩大进口,坚持对外开放,对全球经济恢复增长、建设开放型世界经济具有特殊意义。”上海市政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室副主任尚玉英说。(王霞)



日前,2020第二十六届内蒙古农业博览会在呼和浩特举办,现场设置农资、节水灌溉、农牧业机械、苗木花卉、农林产品、金融服务六大展区,吸引了400余家参展商,展示展销总面积近1.5万平方米。(刘文华)

## 中国成法兰克福展览集团复展首选地

■ 本报记者 兰馨

日前,记者从法兰克福展览(上海)有限公司获悉,自新冠肺炎疫情在全球蔓延以来,展览业务停滞数月,法兰克福展览集团目前已逐步恢复运营,并于7月15日至17日在深圳国际会展中心举办了大湾区国际纺织面料及辅料博览会(Intertextile,以下简称深圳面料展)以及大湾区国际纺织纱线博览会(Yarn Expo,以下简称大湾区纱博会),这是法兰克福在疫情后举办的其全球首场展览项目。

据介绍,本次深圳面料展迎来了886家参展商,大湾区纱博会吸引了125家参展商,同期举办的还有大湾区国际服装服饰博览会(CHIC)和大湾区国际针织博览会

(PH Value),为纺织行业呈现了完整的纺织品供应链。

法兰克福展览集团总裁兼首席执行官马斌康表示,贸易展会是推动经济复苏的关键,此次深圳面料展和大湾区纱博会举办期间,吸引42000名专业观众到场参观洽谈,逾1000家参展商展示了旗下的创新产品。这些数字表明,业界在交流新技术、展示新工艺,对展示平台需求的迫切性。

据了解,此次在深圳面料展和大湾区纱博会举办期间,严格按照深圳市卫生防疫制度,其展会组委会采取了一系列必要措施,包括保持安全距离、全程佩戴口罩,并且要求所有与会人员提前进行网上

登记预约。

“法兰克福展览集团旗下拥有50多个国际性纺织领域品牌展,覆盖了全产业链。”法兰克福展览集团董事会成员白德磊认为,本次深圳面料展和大湾区纱博会与会参展商和观众的数量反映出的不仅是纺织行业的复工信号,也是全球展览活动业务复苏的积极信号。

据白德磊介绍,法兰克福今年下半年将在德国举办消费品展(Nordstift)、法兰克福国际精密成型及3D打印制造展览会(Fornnext)以及法兰克福国际智能交通运输及数字基础设施展览会(Hypermotion)等大型展览活动,相关筹备工作已全面启动。

## 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 Exhibition Venue of QCC  
2019年投入使用  
www.qdiced.com.cn  
室内展览面积 150,000 m<sup>2</sup>  
50间会议室  
室外展览面积 200,000 m<sup>2</sup>  
10,000余个停车位  
无柱多功能厅 10,400 m<sup>2</sup>  
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

会展新说

# 沉浸式观展体验下未来展馆的变量与思考

■ 宋晓东

一场突如其来的新冠肺炎疫情让各行各业发生了翻天覆地的变化。展馆在面临压力的同时,也面临着新的挑战与机遇。客观地讲,展馆运营模式与展陈方式不断推陈出新,不管是线上还是线下,都呈现了全新的演绎方式。在寻求突破的同时,传统型展馆更多的是探索未来可持续发展的模式。如何让展馆“火”起来,也是展馆作为公共文化场所在新浪潮下的必然趋势。应市场需求而变,新生代展馆运营模式正在加速形成。

从“内容”载体到“文化”输出。笔者注意到,自去年开始,展馆有了明显的变化,很多“网红展”的诞生,让展馆呈现两级分化:一边是传统型展馆的门可罗雀,一边是新型文化展馆的排队打卡。这让传统型展馆陷入了必须寻求自我突破的境地。这些现象说明了一个很重要的事实,即大众对文化的需求没变,甚至更加旺盛,但对文化的获取方式已经发生了改变,传统的博物馆、主题展馆如何突破内容的局限,成

为展馆关注的焦点。从《国家宝藏》《我在故宫修文物》到《如果国宝会说话》等节目的播出,可以窥探出公众对文化的需求,但对展示的方式要求更具趣味性和时代性,文化并不是一个严肃的话题,也不是一个历史的陈列品,应该根据当下的语境,年轻人喜欢的方式去解读它,通过不同的科技手段还原历史故事。每一件文物都是故事的载体,通过艺术的设计、时空的还原、黑科技的应用,就会产生不一样的化学反应,会让受众觉得精彩有趣,同时留下更深刻的印象,当然也会引发“病毒式”的传播。

前段时间,风语筑打造的天水工业博物馆就是一个案例。厚重的历史事实通过沉浸式高科技的手段,让整个工业馆的观展性、体验感,以及内容的趣味性打破了传统博物馆的方式。工业馆一经开馆,就形成“网红效应”,将天水这座博物馆深厚的工业基础及文化底蕴传播给大众。“城市IP+网红展馆”更符合当下年轻人社交需求,自媒体时

代的低成本城市宣传,比传统城市宣传更具优势和亲和力。

城市公共文化空间的升级,让文化与艺术融入生活。近几年出现了一种不可忽视的现象,很多文化场所并不是单独存在,随着城市公共文化类场馆越来越多,集约化展示城市各类文化资源与特色成为很多地方政府的政策导向。因此,通过展览思维的方式去引导城市公共文化空间的升级尤为重要。

2019年,风语筑打造的上海杨浦滨江城市空间艺术季,其亮点之一是展览从室内变成“室内+户外江边”,从秦皇岛码头到上海国际时尚中心,杨浦区滨江南段5.5公里岸线滨水的第一层面建筑到黄浦江之间,变为户外公共艺术作品的延伸展览。“城市空间”既是展览的一部分,也是重要展品,这是有别于其他文化艺术活动的重要特点,这种新型的城市公共文化空间,让城市所要表达的内容与市民需要的公共文化空间形成了自然的共性。此次展

览思维下的城市公共文化空间探索也给了业界更多启发,从这个角度来看,未来将会有更多更加开放多元的展馆,在消除展览内容与场地之间的限制与壁垒的同时,让展览与艺术面对面交流,让室内外空间对话自然流畅。当然,也会让展馆的内容属性融入整个城市公共文化建设。

沉浸式体验经济来临,展馆将成为未来城市最火的文化道场。“网红展”诠释展馆带来的公共文化诉求与渴望,一线城市个性的网红展越来越多,这种文化类艺术场景火爆的背后有一个非常前卫的词——沉浸式观展体验。与以往的场景还原不同,沉浸式是通过数字科技等虚拟方式呈现所要表达的内容,达到某种情感的共鸣,并将受众定位为重要的参与者。风语筑从日本引进的商业院线展《Teamlab》,其他正在热展的《深蓝》《火星2035》等都在佐证,每一个主题展都可以很有趣,这种沉浸式体验经济的来临,让传统的

展馆有了全新的突破方向与途径。展馆内容多样化的技术手段表达,借助科技,跨界新生,未来的展馆也将借助科技走向繁荣。

每一座展馆都应该是一种文化或者公共艺术空间的活态呈现,未来也将催生更多的行业新模式、展示方式。伴随AI人工智能、AR、MR、沉浸式等黑科技方式,展馆将变得越来越有趣,越来越被大众追捧,文化形态的多元化也会随着人类科技的进步而丰富灿烂,就像风语筑的口号一样:“好玩的时候才刚刚开始。”

(作者系上海风语筑文化科技股份有限公司策划总监)

宋晓东

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处