

创新会展·企业篇

会展传真

澳门去年会展 观众减少近55%

本报讯 据澳门日报报道,受新冠肺炎疫情影响,2020年澳门举办的会展活动减少1174个,与会者、入场观众减少54.6%至91.4万人次。

同时,会议同比跌1133个,与会者减少86.7%。其中,有170个会议在4小时以下,与会者1.4万人次。平均会期缩短0.5日至1.0日。

统计显示,2020年,澳门仅两项奖励活动。相比2019年,2020年全年展览减少34个,观众下降48.5%。奖励活动减少17个,参与人数下降97.3%。

2020年全举办的34个展览,其收入及支出分别为5351万元(澳门元,下同)及1.4亿元。其中,非政府机构主导型展览有28项,收入5071万元。

满意度调查显示,相比2019年,2020年展览场地管理为80.6%,配套设施为77.2%、交通为77%,分别下降0.4个、0.3个及2个百分点。(澳宗赫)

天津津南区提升 会展服务保障

本报讯 近日,天津市津南区政府提出,提升会展服务保障素质工作。

一是研究制定方案。成立素质提升组,研究制定《津南区加强会展服务保障文明素质提升组工作方案》《津南区会展服务保障文明素质提升组责任清单》,明确时间表、路线图、责任人。

二是开展专项行动。重点开展“我为会展做贡献”“我为会展代言”、家庭文明素质提升和巾帼创新创业行动等活动,营造良好社会氛围。

三是加大宣传力度。发布《“拥抱会展 共赢津南”——致全区广大妇女和家庭的一封信》,推出主题短视频《我为会展做贡献》。充分利用校园围栏等宣传阵地开展诚信宣传教育,并开展“明德善行,做津南好学子”主题教育月活动。(田楠)

安庆确保会展项目 高质量有序推进

本报讯 日前,安徽省安庆市召开会展项目专题调度会。此次调度会,由安庆市文旅局、应急局、农业局等办展单位汇报交流了2021年各会展项目。

安庆市副市长杨林指出,2021年是“十四五”开局之年,也是安庆市会展经济发展起步之年,要把安庆打造成为长三角地区会展名城当作安庆市会展经济的目标。

会上提出,各办展单位要进一步压实工作责任,围绕各自会展项目加强工作谋划,强化配置会展工作人员力量,定人定责,专人专职;要压茬推进会展项目,抢抓时间节点,抓紧对接会展资源、选择承办机构、敲定办展方案,务必确保会展项目高质量有序推进;要强化市场化思维,在控制费用成本前提下选择高性价比方案,加强预算管理,切实提高投入产出效益;要积极引入市场化机制,推动会展项目由政府主导逐步向市场化运作过渡转变,提高市场化参与度,逐步实现管办分离、市场化运作、政府支持保障的办展新模式。(宗赫)

常州园将亮相 扬州世园会

本报讯 江苏常州正在精心打造常州园,参展2021年扬州世园会。目前,常州园进行后期绿化调整,预计3月初全面完工并进入展期管养。

记者了解到,常州园围绕“水忆江南”特色,重点突出绿色生态理念,将园内外水系与外河联通,形成可循环水系,并在植物配置上,搭配应用黄昌蒲、石菖蒲、千屈菜、水葱等水生植物,以达到净化水质的生态效应。在绿化提升上,重点打造田园种植区——“田园风光”景点,选用野芝麻、茶叶、桔梗等常绿且展示时间较长的品种,并适当点缀藤萝、农作物等;通过在重要节点增加市花——月季的种植应用,凸显常州园林特色,体现常州园林整体优势。(马佳)

杭州会展业“弯道超车” 数字化成竞争优势

■ 本报记者 兰馨

近日,随着杭州市国际会展博览集团有限公司(以下简称杭州会展集团)成立,关于杭州会展业的发展及走向成为业界关注和讨论的热点。

按照杭州打造“数字经济第一城”发展规划,此次杭州会展集团的成立,也被业界看作是“弯道超车”的一次战略布局。

处于当下的时间节点,杭州会展业的这一动作引起业界关注。对杭州市商旅集团(以下简称杭州商旅集团)方面而言,其旗下的杭州会展集团的成立,是抓住杭州国际化发展历史机遇的举措。该集团将成为杭州打造“国际会展之都”的主力军。

构建会展大生态圈

“我们的核心业务包括两方面,一是会展产业,二是产业会展。”杭州市国际会展博览集团有限公司党委书记、董事长、总经理李健接受《中国贸易报》记者采访时透露,其中,会展产业将着眼全产业链,推动

杭州构建会展大生态圈。产业会展聚焦杭州本土及长三角区域优势产业和新兴培育产业,依托产业会展模式打造品牌会展。

李健表示,作为杭州商旅集团的会展板块,杭州会展集团将通过集团化、规模化和市场化,进一步整合会展资源,将更多的国际国内优质项目导入杭州,提速杭州会展业的发展。

与此同时,杭州会展集团将融入新发展格局,进一步促进数字化在会展业的应用,在会展创新模式上寻求突破,加快推动长三角会展业的共同发展。

此外,杭州会展集团还将提升杭州会展行业的维度,通过数字化手段,探索新的运营模式,为会展行业创新注入新动能。

“我们以会展业为起点,进一步深化与上海兰生股份有限公司(简称上海兰生股份)在商业贸易、人力资源等领域的合作。”杭州市商旅集团党委书记、董事长赵敏在杭州会展集团成立大会上坦言,在打

响新品牌的同时,培育国际化自有展会品牌,实现大品牌的会展联动发展效应。

杭州具备数字化优势

“浙江的直播带货、数字经济走在时代前列。新形势下,浙江的数字会展业发展势头很猛。”中国贸促会原副会长、中国国际商会原副会长、国际展览局原中国首席代表王锦珍表示,新格局下,杭州会展集团不仅要立足浙江省、长三角和其他省市,同步扩展国际国内会展市场,还要走出去,把中国会展品牌带出国际市场。

“目前,无论是展馆的体量、品牌展会的数量,杭州在整个长三角区域的地位都举足轻重。”国际展览业协会(UFI)名誉主席、上海市会展行业协会党委书记陈先进表示,杭州会展具有完善的基础设施,以及领先的开放程度、健全的会展产业链、充足的数字化人才储备以及配套的培训体系,杭州会展业在创新发展方面具有自身优势。

在IAEE国际展览与项目协会亚洲委员会主席、WeMeet会多多CEO顾学斌看来,随着长三角一体化的加速,以及杭州将举办全球数字贸易博览会,杭州会展业“弯道超车”的进程得以加快。与此同时,未来,随着数字化的发展,杭州将扮演全球数字会展中心城市角色。

对此,UFI亚太区主席、VNU万耀企CEO仲刚认为,杭州的城市管理、政务、电子商务等数字化基础的完善,让杭州会展业的数字化发展大有可为。

推动区域会展错位竞争

上海兰生股份是杭州会展集团的参股方和战略方。“与上海相比,杭州具有独特的产业优势,比如旅游产业和数字经济。”上海兰生股份有限公司党委书记、总裁,上海东浩兰生会展(集团)有限公司执行董事陈辉峰表示,杭州会展集团将站在浙江省、长三角的角度谋划杭州会展业的发展。

在陈辉峰看来,杭州依托自身

优势,可以举办文化、设计、数字经济、包括周边市县强势产业的国际化展会,进一步推动区域经济的错位竞争。

陈辉峰坦言,东浩兰生会展集团重视杭州在办展理念上的领先优势,希望通过合作,借助数字经济赋能传统会展企业。从微观层面来说,东浩兰生会展集团希望与杭州市商旅集团在数字化会展办展等人才培养上深入合作。

陈辉峰表示,会展业是一个特殊行业,从整个产业链来说,会展业上下游企业众多,产出效益也很可观,展会平台对行业发展可以起到引领和促进作用,会展活动的举办,对城市的品牌塑造、服务功能的提升也有极大的带动作用。

李健表示,杭州会展集团将把握“后G20峰会、前亚运”带来的杭州机遇,以及长三角一体化、数字经济和现代服务业高质量发展的战略机遇,和混合场景、数字资产和新消费催生的新会展产业机遇,利用数字化优势引领会展模式创新。

上海将依托虹桥 做强会展业

■ 本报记者 毛雯

日前,上海推动长三角一体化发展领导小组办公室举行虹桥国际开放枢纽建设动员大会。推动长三角一体化发展领导小组副组长、上海市委书记李强表示,依托大交通、大商务、大会展优势,进一步做强国际会展、高端服务、总部经济等特色功能,依托国家会展中心(上海),推动会展经济国际化、专业化、品牌化发展。

此次大会采用视频形式,在国家发展和改革委员会、上海市设主会场,在江苏省、浙江省、安徽省设分会场。

李强说,打造虹桥国际开放枢纽,是定位升级、开放升级、功能升级,要通过“大虹桥”的强力驱动,促进长三角协同开放、协同改革、协同创新,全面增强对全国经济发展的影响力和带动力。要把双向开放、双向联动的文章做深做透,进一步构建要素链接、产能链接、市场链接、规则链接,形成独具优势的战略通道,成为配置全球资源要素的新高地。上海要发挥龙头带动作用,承担起辐射长三角的重大责任,把握提升服务能级、主动融入新发展格局的重大机遇,与江苏、浙江、安徽携手努力,加快把“大虹桥”打造成为长三角强劲活跃增长极的“极中极”、联通国际国内市场的“彩虹桥”。

据悉,上海正在积极打造“国际会展之都”。



首个MICE产业供需平台梧桐展正式上线

■ 本报记者 兰馨

日前,31会议发布梧桐展正式上线。据介绍,由31会议策划、运营的梧桐展,是MICE产业在疫情后上线的首个供需平台,旨在促进MICE产业的信息聚合与流通,加快产业复苏的步伐,帮助MICE产业真正实现疫后复苏。

2020年,新冠肺炎疫情给会展行业带来了沉重的打击。为减少损失,同时加快全球供应链、产业链的恢复,会展组织方积极寻求线上补救措施,通过数字化帮助企业进行在线交流与洽谈。这也加快了会展业的数字化转型,并积极探寻新模式,以应对疫情带来的挑战。

过去的一年,笼罩在疫情下的会展业呈现出了三大态势,即“数字会展+数字贸易”的T型结构态势,各省市会展资源加速聚合的态势,各地会展中心加速智慧化升级和新布局构建的态势。面对新趋势,行业主动求变、积极探索线上业务和创新业务,是迎来会展产业的“第二曲线”增长破局点的关键所在。

在新趋势的引领下,梧桐展应运而生。作为后疫情时代上线的首个活动产业供需平台,梧桐展在线平台旨在助力MICE产业主办方、150大类供应商、行业媒体、高校智库连接互通,并为其提

供企业宣传、求购找货、供需匹配、行业咨询交流等一站式服务。

据介绍,梧桐展在线平台同时拥有网站、微信、小程序等多重入口,电脑和手机均可快捷登录。梧桐展还支持多维度筛选、精准搜索展商展品,可满足不同用户的需求。此外,梧桐展在线平台的供采大厅,支持一键发布需求,一对多对接展商。MICE主办方在供采大厅发布采购需求,即可收到展商回复,获得展品推荐。

根据梧桐展在线平台功能设置,该平台还为参展商提供“云展示”“云洽谈”和“云营销”三大“云”上功能。

“云展示”不仅帮助参展商从多角度,通过视频、图片和直播等方式展示公司、产品、案例等,还支持链接、二维码、小程序等多种方式,随时分享到用户的使用场景中。

“云洽谈”支持全场景覆盖,提供多种沟通对接方式,如名片交换、即时沟通、预约洽谈、意向订单等。也可通过回复供采大厅的需求,主动出击,挖掘潜在商机。

“云营销”的实现主要有四种方式:站内广告、定向推广、供采大厅和直播营销,让展商足不出户搞营销、做推广,助力疫后业务的复苏与发展。

本报记者 毛雯 报道

会展大咖说

会展业冲破疫情霾雾 迎接新曙光

■ 张敏

作者简介:

上海会展研究院执行院长,上海大学教授/博士生导师
复旦大学研究生毕业,获文学博士。曾赴欧美日访学研修
曾任世博会咨询专家、进博会特聘专家、服交会展专家、中阿博览会咨询专家等。主编《会展蓝皮书——中外会展业动态评估研究报告》等著作多部。



新冠肺炎疫情令全球会展业遭受重创。根据国际展览业协会(UFI)估算,2020年展览业相较于2019年萎缩68%,亚洲展出规模总体下降超过75%。美国展览业研究中心(CEIR)报告称,2020年第三季度美国97%的会展活动被取消,展览业绩指数(CEIR Total Index)较一年前下降了98.1%。

难能可贵的是,中国会展业奋力突破重围,在全球范围内率先进入艰难复苏的上行通道。全国各大城市中,继长沙、广州、成都之后,上海会展业2020年下半年强势归来。数据显示,2020年,上海举办各类展会550个,办展面积1108万

平方米,包括规模超过10万平方米的展会25个,30万平方米以上展会2个。第三届中国国际进口博览会更是举世瞩目。

第三届进博会堪称2020年全球最大规模、最多参与的国际性会展活动,展出面积36万平方米,比第二届扩大9.1%;参展企业遍及世界500强与行业龙头274家,意向成交726.2亿美元,比第二届增长2.18%。面对疫情在全球蔓延的严峻形势,第三届进博会高水平如期举办,为世界各国战胜疫情鼓舞了士气,为全球经济做大增量稳定了预期,为广大企业开辟市场提供了发展动能,为两个市场两种资源深

度融合、建设开放型经济疏通了航路,为大循环双循环相互促进形成发展新格局拓宽了道路。

随着新冠疫苗研发经历三期临床,一场规模空前的疫苗接种运动正在世界范围内逐步展开。然而,疫苗的产能、效力和接种意愿乃至诸多非公共卫生因素,仍将影响人类战胜疫情的最终目标。根据英国帝国理工学院专家预测,假设疫苗的保护是永久的,在其有效率为100%时,建立群体免疫所需的接种率在60%-72%;当疫苗有效率为80%时,这一比例则为75%-90%;如果疫苗有效率低于80%,则所有人都需要接种疫苗。问题在于,目前各国已经研发和生产的疫苗,其功用都有时效期限,又有变异适用性局限。

正是鉴于此,世卫组织首席科学家苏米娅·斯瓦米纳坦指出,目前最佳的接种策略,是所有国家的特定人群应接尽接,而非某些国家的所有人群应接尽接。实际上,这在现实世界中行不通。世卫组织判断,全球化使任何一个国家都无法独善其身。即使疫苗已经开始保护最脆弱的人群,世界也不会因为在2021年实现任何程度的群体免疫。它可能会在少数几个国家或地区实现,

但绝非全球性免疫。面对这一严峻现实,会展业的全面恢复,最早要到2022年才有可能实现。

当今世界正在经历“百年未有之大变局”。疫情全球大流行促使这一变局加速加剧。各国经济低迷,产业链供应链因非经济因素而面临冲击,世界进入动荡变革期。未来一个时期,会展业将面对更多逆风逆水的外部环境,必须做好应对一系列新的风险挑战的准备。形势要求我们辩证认识和把握国内外大势,统筹中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局,深刻认识我国社会主要矛盾发展变化带来的新特征新要求,深刻认识错综复杂的国际环境带来的新矛盾新挑战,增强机遇意识和风险意识,准确识变、科学应变、主动求变,勇于开“顶风船”,善于转危为机,努力实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展。

根据笔者的观察与研究,新的一年,会展业将在求生存求发展的过程中群策群力,多方面发力。一是认真研判国际会展市场机遇,适应新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,稳中求进、扩大内需,在努力服务国内国际双循

环相互促进的同时,加快构建国内大循环主体。

二是统筹用好国内疫情可控可控的窗口,抓住全球会展市场轮番启动时间差,发挥会展业全球资源集聚功能,在大力支援各国抗疫斗争的同时,争取我国招商引资新突破和贸易投资新进展。

三是围绕中心、服务大局,抓住供给侧结构性改革主线,突出科技创新引领转型升级产业主题,以创新服务创新,助力解决制约国家发展和安全的重大难题,为转型发展不断提供新动能。

四是持续推进会展服务创新,提高会展业应对疫情等非传统安全的能力。在主管部门、会展协会、会展企业的理解、支持和配合下,发挥会展科技服务、会展文化服务、会展安全服务和会展卫生服务的积极性、主动性和创造性,尤其是用好新基建机会,服务广大中小企业,建设线上平台,办好线上展会,通过服务模式创新,提高会展业数字化水平。

文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开白名单。