

创新会展·区域篇

粤港澳大湾区相继复展 会展平台效应显现

■ 本报记者 兰馨

近日,香港旅游发展局(以下简称香港旅发局)邀请一百多位来自商界及专业领域人士担任“香港国际会议大使”,促进香港成为亚洲乃至全球会展活动首选目的地。

几乎在同一时间,澳门贸易投资促进局(以下简称澳门投促局)发布澳门“会展竞投及支援‘一站式’服务”,吸引更多会展项目落户澳门,并着力推动具专业性的品牌及产业主题会展活动到澳门举办,以促进澳门经济适度多元发展。

而早在4月上旬,广州市第15届137次市政府常务会议审议通过了《广州市关于促进会展业高质量发展的若干措施》(以下简称《措施》)。广州也将通过系列措施进一步提高会展业品牌化、数字化、国际化水平,增强会展业服务全市经济社会发展功能,巩固和提升国际会展之都竞争力和影响力。

由此可见,粤港澳大湾区不约而同开启了会展业新的时刻。

香港会展活动逐步恢复

“国际性会展活动可带来‘乘

数效应’。”香港旅发局主席彭耀佳博表示,设立“香港国际会议大使”计划,不仅是为了在旅游重启后吸引商务活动,同时也是向海内外推广香港的区域优势,以拉动本地多个行业复苏。

业内人士表示,会展旅游访客人均消费比一般游客高出20%或以上。国际性会展活动将会对香港的经济产生“乘数效应”,并推动包括粤港澳大湾区在内的地区复苏及发展。

今年1月,香港国际牙科博览会暨研讨会(HKIDEAS,以下简称香港牙博会)作为香港举行的首个线下展会如期举办,平均每天吸引3000多名牙科专家参加。

据业内人士介绍,香港牙博会举办期间,主办方采取严格防控措施,确保了展会安全举办。此次香港牙博会成功举办证明,香港有能力在充满挑战的情况下举办国际性会展活动。

据了解,今年11月,香港将举办首届粤港澳大湾区人工智能大会,届时将有2400多名与会者前来参加。

对此,香港生产力促进局首席

市场总监李润龙表示,作为全球国际化的城市和通往内地的重要门户,香港是主办这项大湾区活动的最佳地点。毫无疑问,“香港国际会议大使”计划将会深化旅游与商界的关系,为香港带来更多国际性会展活动。

澳门协助“一站式”服务

记者从澳门投促局了解到,6月底前将有三个大型会议在澳门举办,预计与会者将超过8000人。据介绍,为更好发挥跨部门及跨界的叠加效应,在上述会展活动举办过程中,澳门投促局将联同澳门经济及科技发展局、澳门旅游局、澳门各区工商联,通过会展竞投及支援“一站式”服务,组织、安排与会者走进澳门各区,亲身体验澳门风土人情及多元产业分布特色。

澳门投促局有关人员表示,希望到澳门的与会者能深入了解澳门世界遗产及独特的文化底蕴,进而走访及探索澳门的特色商铺,为商户带来更多人流和客源,为澳门经济创造更大效益。

近年来,澳门为促进经济适

度多元发展,持续引入更多优质会展项目落户,并着力推动具专业性的品牌及产业主题会展活动来澳举行,以促进澳门经济适度多元发展。

统计显示,2020年,到澳门参加会展活动的旅客人均消费为3117澳门元,金额是整体旅客人均消费的1.5倍,是个人游(自由行)旅客人均消费的1.4倍。

接下来,澳门将继续携手会展业界引进多元主题的会展项目,进一步激发会展市场主体的活力。

广州新政促会展业高质量发展

4月6日,第15届137次市政府常务会议审议通过的《措施》。将进一步提高会展业品牌化、数字化、国际化水平,增强会展业服务全市经济社会发展功能,巩固和提升国际会展之都竞争力和影响力。

从2019年11月始,广州出台了《广州市建设国际会展之都三年行动计划(2020—2022年)》(以下简称《三年行动计划》),围绕推进广州会展业高质量发展,加快建设

具有全球影响力的会展之都的任务,提出了九项重点工作,包括:优化会展业空间布局、支持广交会优化提升、促进会展市场主体发展、培育引进品牌展会、加强粤港澳大湾区会展合作、推动智慧会展建设、规范会展行业市场秩序、提高口岸服务水平、完善会展业促进体系。

广州市商务局有关负责人表示,本次常务会议通过的《措施》共20条,涵盖了优化会展场馆功能和布局、集聚优质会展企业和项目、支持会展品牌化数字化国际化发展、引进和培育会展专业人才、优化会展公共服务等方面,从政策上推动、保障《三年行动计划》提出的工作措施得到有效落实,确保实现广州会展业高质量发展、建设国际会展之都的目标任务能够稳步有序推进。

去年,受新冠肺炎疫情影响,广州重点场馆共举办展览575场,合计展览面积471万平方米。目前,广州会展业综合实力和竞争力居于国内前列,办展场次、办展面积连续多年位居全国第二位。



国家会展中心(天津)建成绿色智慧会展综合体

6月24日,首届中国建筑科学大会暨绿色智慧建筑博览会(以下简称建筑科学大会)将在国家会展中心(天津)开幕,成为国家会展中心(天津)运营的首展。

作为商务部和天津市政府合作共建的重点项目,国家会展中心(天津)总建筑面积将达到138万平方米,其中室内展览面积40万平方米,室外展览面积15万平方米,成为中国北方展览面积最大、全球领

先的新一代绿色智慧创新型国家会展综合体。

据国家会展中心(天津)有关负责人介绍,国家会展中心(天津)包括两座酒店、两座办公楼和商业三个业态,酒店总面积约13万平方米,五星级的万豪酒店和四星级的福朋喜来登酒店由全球最大的万豪酒店集团管理。商业办公区约6.2万平方米,拟通过打造“会展产业集群带”促进会展业快速发展;商业零

售面积约1.5万平方米;商业餐饮面积约2.3万平方米,不同类型中西餐厅将为参会客商带来全球美食;配套区地下停车位约1590个。

国家会展中心(天津)携手华为与同方,汇集5G、大数据等行业尖端技术,打造全球顶级智慧场馆,为国内外客户提供符合实际需求的一站式智能化服务、打造智慧会展新平台。

会展电商系统包括展馆资源租

赁、订单管理、即时工单派发、工单完成监管等智能管理系统,实现配套服务轻松掌握。其他会展扩展功能如智慧点餐、展馆线上导航、路线规划、智能语音助手、商旅信息等功能,将提升客商参展参观综合体验。展馆内智慧数据将与“新基建”下,天津智慧交通等多项智慧城市应用场景紧密相连,为落户国家会展中心(天津)的品牌展会,带来全新的智慧办展理念。(郑婉)

会展新说

会展应从有限创意跨越到无限创意力

■ 刘志良

“未来已来,只是尚未流行。”——威廉·吉布森

未来是年轻人的,抓住年轻人,便是抓住了未来。

年轻人想要什么?颜值或有趣?各种标识年轻的元素?还是上述他们都要?为什么一个小盲盒造就了千亿市值的泡泡玛特?这实际上包含两个问题:作为“Z世代”的人想要的究竟是什么?他(她)们的消费活力如何被激发出来?一旦将这两个问题代入体验式消费场景的打造中,就可以简化为一个核心问题:我们将给“Z世代”打造怎样的场景,才能激发他们的消费活力?

“Z世代”指1995—2009年间出生的一代人。事实证明,他们的成长过程对消费市场的影响正持续加大且加重。据不完全统计,2015年全球“Z世代”零花钱有400多亿美元,父母在2015年一共为“Z世代”花费了1400亿美金,而根据IBM与美国零售联合会(NRF)共同发表的调研报告表明,到2020年,全球“Z世代”消费者总数将达到26亿。

场景可以极大地激发消费的活力,这是毋庸置疑的,故官上元之夜销售火爆,文创产品收入达15亿元,超过1500家A股公司,这就是

破圈的魅力。600多岁的故宫将IP进行年轻化的表达,让传统文化更好地融入年轻人的生活中来。沉浸式的消费场景与打造体验式核心记忆点将成为当下必备的选择。

数字新文创正是打造这种场景的利器,它将带来传统场景的升级,更加迎合新一代人的口味,也更加符合新一代人的认知。例如,大型商场都会辟出一个区域作为儿童活动区或者家长监护区,放置一些小滑梯、小木马和泡泡球等玩具。这种场景设置已经严重同质化,并不具备打造专属小朋友的“体验式核心记忆点”的能力。因为,在互联网的普及以及数字新文创逐渐深入到消费者生活的今天,小朋友的认知能力以及获取知识的水平已经超越过往世代,新时代小朋友会更多地关注内容互动本身的可玩性以及新颖性,“Z世代”的一部分人已做了父母,他们也将会被新的数字内容所吸引,仅仅传统场景已经不可能吸引年轻家庭了。一旦数字新文创加入到传统的场景中,相信一切将变得不一样。

新的消费场景离不开大数据,它比我们自己更懂我们,何况市场。例如开一家餐厅需要多少钱?

装修多少钱?当然,任何投资者可以头头是道分析一番,但也许并不靠谱。现在创业开一家餐饮已经是一件门槛很低的事情,一般来说一家餐饮门店定位在人均消费100元—200元之间的数量是最多,那么低门槛也就意味着高竞争,可以说入局人数最多。在这个定位下,工装大约需要每平方米5000元的资金投入,工装的成本大约占整个餐厅资金投入的30%、后厨与餐厅用品占到了50%以上、另外的20%放到了基本的软装板块,这还不包括具体的宣传与推广。但在大数据的帮助下,将有望将装修的成本降低、在固有的成本基础上把宣传推广的曝光率提高。其实就是将原有的成本逻辑思维打乱重组,使过往的盈利思维变成现在的入口思维,在大数据时代,场景化的投入将更加精准,更容易实现新的盈利。

场景是一种全新的探索,既然未来已来,那么人类的梦想就让未来流行,既边界外也在边界之中。拼格在创业的第二年回到了中国美术学院,设立与发起了中国美术学院拼格创意媒体奖学金。今年拼格奖学金的主题定位为科技场景如何将艺术、科技、教育、商业四者如何有机结合起

来。物理空间通过在线,产生数字孪生的在线空间,在线空间最大的特点是不断产生数据。这些数据是学生最好的学习资源之一。这种资源,跟以往的资源不一样,会越用越多,越用越好。不断产生的数据,是进化的动力能源。中国工程院院士、阿里云创始人王坚经常说:人们正从“电力时代”进入“算力时代”,一台个人电脑就像以前家里的一台发电机,而现在云计算就像一个人有一台发电机。新媒体艺术能够赋予人的就是想象力,如何将科技更好地运用在场景中,这就是常常听见的“艺术”和“科技”的结合,从有限的创意跨越到无限的创意力。

刘志良

(作者系2050自愿者、中国美术学院拼格创意媒体奖学金发起人、拼格创始人)

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,转载请开通白名单。

会展传真

第31届世界大学生夏季运动会明年6月在成都举办

本报讯 据人民日报消息,国际大体联5月15日宣布,经国际大体联、中国大体协、成都大运会组委会协商确认,成都2021年第31届世界大学生夏季运动会定于2022年6月26日至7月7日举办。

此前,今年4月2日,成都大运会官网公布了成都2021年第31届世界大学生夏季运动会延期的消息。(毛雯)

厦门新会展中心钢结构工程举行开吊仪式

本报讯 日前,由上海宝冶和中建四局共同承建的厦门新会展中心—展览中心项目钢结构工程举行开吊仪式。该项目定位为国际大型展览中心,兼具国际高端商业会议功能,是集展览、会议、酒店、休闲等多功能为一体的复合型会展综合体。

据了解,作为厦门市“岛内大提升、岛外大发展”的重要一环和重点实施的千亿投资工程之一,该项目建成后将助力构建岛内外均衡发展的会展产业生态圈,大力提升厦门市会展业国际化、高端化、专业化水平。该项目于2020年12月动工,计划在2023年1月竣工。(宗赫)

邢台会展中心预计2023年年底建成

本报讯 日前,记者从邢台市中心城区十大标配领导小组办公室获悉,邢台国际会展中心计划2023年年底建设完工。该项目于2020年1月启动,总投资21亿元,年度投资10亿元。

据介绍,邢台会展中心项目核心区占地面积107.25亩,建筑密度10.79%,绿地率62.84%。主要建设内容包括:国际会展中心、滨湖商业、中央水街、湖区景观、河盛大街(环湖公路)段道路以及中央水系景观及相关配套设施。

根据规划显示,邢台国际会展中心临水而建,外形犹如漂浮在水岸上一朵兰花。随着展馆的建成,将助推邢台会展业迈向新台阶。(毛雯)

熊猫会展博览馆项目建设进度过半

本报讯 目前,熊猫会展博览馆展区钢结构主体施工已基本完成,当下正在进行金属屋面、室内机电安装以及吊顶施工。酒店部分主体结构已全部施工完成,正在开展室外幕墙作业以及室内客房精装修作业,预计6月底基本完成玻璃幕墙施工,有望今年底具备对外开放运营条件。

据介绍,该项目建设进度过半。该项目包括会议会展和酒店两个部分,总用地面积28.96亩,会议会展部分地上建筑面积约8796平方米,酒店部分地上建筑面积约27453平方米。

熊猫会展博览馆建成后,成为集展览、会议、演出、公共服务于一体的大型综合性展馆,未来可承办大型国际性活动。(荣亚)

河北县域会展经济研讨会在平乡举行

本报讯 日前,河北省县域会展经济研讨会暨平乡自行车产业现场推进会在邢台市平乡县举行。

为降低疫情对河北省会展业造成的不利影响,促进全省县域会展的国际化、专业化、品牌化进程,河北省贸促会和河北省会展主办了上述会议,全省各市(含定州市、辛集市)会展工作负责人、河北省特色县域展会负责人、会展企业代表等40余人参会。

近年来,邢台市把发展县域特色展会作为“突破口”,确立了“以县域产业为依托,强力推进‘一县一展’,加大特色办展”的发展思路,努力推进会展业和旅游、电子商务等产业融合发展,形成“产业支撑展会,展会促进产业”发展格局。(邢洋洋)