

创新会展·城市篇

北京新型消费升级：扩容提质会展消费

■ 本报记者 兰馨

日前,北京市商务局在建设“国际消费中心城市”媒体通气会上公布,北京将推动实施“十大专项行动”,培育建设具有北京特色和全球影响力的国际消费中心城市。

据介绍,“十大专项行动”包括打造优势互补、特色凸显的消费地标;推广数字消费新场景,试点建设“智慧街区”;培育北京“网红打卡地”,释放文旅消费潜力;扩容提质会展消费,打响会展消费城市名片等。北京将提升消费集群国际竞争力,依托华贸、国贸、SKP等商业综合体,加快形成千亿级国际化商圈。建设一批国际特色街区,打造“第二个三里屯”。营造京津冀城市消费联合体,建设环京2小时旅游消费圈。将通过细化19项主要措施,释放文旅消费潜力,推出300个

“北京网红打卡地”。

打造数字消费标杆城市

据北京市商务局副局长孙尧介绍,北京将统筹政府与市场、国内与国际、传统与新型、供给与需求、品质与规模“五大关系”,全力将北京培育建设成为彰显时尚的购物之城,传统文化和现代文明交相辉映的全球旅游目的地,引领创新生态的数字消费和新型消费标杆城市,成为具有全球竞争力的体育、教育、医疗、会展系列“城市名片”。

据了解,2021北京消费季之国潮京品节(以下简称国潮京品节)已于4月28日启动,并将一直持续至10月底。在北京的前门、王府井、公主坟等五大商圈,开展“国潮市集”“老字号品牌进社区”“国潮京品

节电商专区”“国潮新消费电台直播及带货”“国潮新青年商品设计大赛”等系列活动,推广国货京品。孙尧介绍说,北京将整合“新基建、新场景、新供给、新生态”关键要素,全力打造数字消费标杆城市。布局数字消费新基建,到2022年实现市级重点商圈等区域5G网络商用示范应用全覆盖。推广数字消费新场景,试点建设“智慧商店”“智慧街区”“智慧商圈”。

瞄准绿色消费加快发展

北京是具有千年文化的古老城市,城市特色鲜明,在国际消费城市建设方面应成为引领。

相关人士认为,北京市在消费环境与消费资源集中度、以及消费品渗透度方面,具有明显优势。首

先,北京的首店经济发展十分迅猛,现在北京的首店数量以及新开首店数量,都位居国内之首,首店经济对一个地方的消费品渗透度起到至关重要的作用。

其次,北京有全国知名的商圈,比如王府井、西单、前门、三里屯。同时,北京市高标准推进“两区”即国家服务业扩大开放综合示范区、中国(北京)自由贸易试验区建设,推动贸易、投资和人才流动自由化便利化,营造国际一流营商环境,为国际科创中心建设、国际消费中心城市建设注入了新动能。

此外,北京还可以充分利用服贸会的品牌优势,突显其特点和特色。

提升品牌会展辐射带动效应

据介绍,通过补短板与锻长板

双向发力,北京将打响会展消费城市名片。有关方面强调,北京加快补齐设施短板,推进北京中国国际展览中心(国展新馆)二三期等项目建设,打造组团式会展综合体。

北京市商务局有关负责人强调,北京将提升品牌展会辐射带动效应,持续提高中国国际服务贸易交易会(简称服贸会)等展会影响力,培育数字经济等“高、精、尖”领域的展会项目。

此外,北京将抓住冬奥契机,打造全球顶级赛事聚集地和冰雪项目消费目的地。培育一批全球顶级赛事,打造“中网”“北马”等城市名片。支持北京国际雪联单板滑雪大跳台世界杯等高水平国际赛事在京举办。丰富多样化体育消费供给,优化布局多层次体育场馆设施。

进博会是中国扩大开放的象征

法国驻华大使罗梁:

中法是全面战略伙伴,法国是中国重要贸易伙伴,也是中国国际进口博览会的重要参展国之一。在第三届进博会期间以及举办前后,超过100家法国企业通过不同活动参与其中。此外,法国曾作为主办国参加第二届进博会。

“法国参加近两届进博会的体验都是非常积极正面的。”法国驻华大使罗梁认为,进博会的举办对法国恰逢其时,因为来自法国的高质量的产品可以通过该平台进入中国市场。

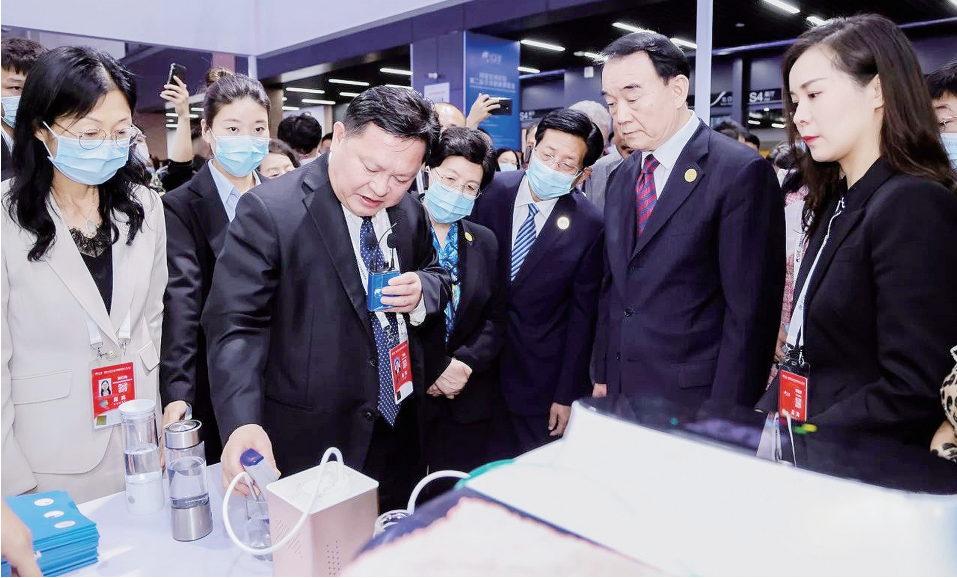
罗梁表示,法国企业以及其他国际企业都从中国国内活跃的消费市场当中受益。中国的商业环境也在发生变化。进博会的举办就表明,中国越来越强调中国市场向高质量、绿色环保的产品开放。“我们希望中国的商业环境进一步优化,也希望中国市场上的公平竞争以及市场互相开放的对称性能够得到进一步的强化。”

罗梁介绍说,近几年,越来越多的法国企业通过进博会进入中国市场。法国在中国发展的多个项目都是法国的优势行业,如航空领域、能源。中法的核能合作由来已久。在消费品方面,法国拥有高质量的产品。法国企业在名牌产品、化妆品、葡萄酒以及各种酒类和美食等方面在中国都发展得非常好。此外,在可持续发展、能源转型以及节能和智慧城市方面,法国都有自己的专业优势,这些都是可以进一步深化合作的领域。

罗梁表示,对于法国来说,中国市场的消费升级。对法国企业来说,参加进博会能够从中受益更多。

“进博会传达了很重要的信息,中国的经济将会更加开放,中国也正在持续开放国内的市场。从这个意义上讲,进博会非常重要,因为中国的经济性质正在发生改变。”罗梁如是说。

(宗赫)



上海多项会展文旅活动助力“五五购物节”

6月1日,在上海市府新闻办举行新闻通气会上,上海市商务委副主任刘敏介绍第二届“五五购物节”文旅系列活动以“塑造上海文旅新形象、激发文旅消费新潜力、引导文旅市场新模式”为重点,聚焦红色、美食、会展、购物、文博、艺术、夜间、健康等八大主题精心打造,营造消费氛围,推动文旅消费升级,进一步助力办好“五五购物节”。

根据上海旅游大数据监测发现,“五一”假期上海市共接待游客1688.9万人次,同比2020年增长138.88%。五一假期期间,上海各区文旅局及上海文旅企业共推出相关活动169项。

目前,“五五购物节”热度持续上升,也即将迎来文旅活动又一轮热潮。今年是中国共产党建党100周年,6月上海文

旅企业将持续推出红色旅游经典线路:春秋观光巴士已经开通了红色旅游专线,将中共一大、二大、四大纪念馆串联起来,实行“定时、定点、定线”发车,一站一景、一票畅游、随意上下;上海铁路将推出“重走一大路、共温红船情”沪嘉红色追源教育旅游产品,串联上海中共一大纪念馆和嘉兴南湖景区两个革命原点,依托红色主题车厢打造“移动纪念馆”;近期上海文化艺术场馆还将举办包括“建党百年百件红色珍贵档案展”“庆祝建党百年美术作品展”等各类红色精品展。

据介绍,今年6月,上海文旅还将迎来多场重磅的文化节展,上海国际电影节、上海电视节、“百年百艺·薪火相传”中国传统工艺邀请展等重大节展品牌活动,以及一系列主题各异的文博展会将

轮番登场,全力打响“上海文化”品牌。上海国际电影节电影展映将推出“百年征程 红色光影”特别策划单元,集中放映一批国产佳片,与电视、电影市场分别举办“理想照耀中国”“红色光影·致敬百年”主题影视海报展。

今年的白玉兰奖国际电视节目展播将与上海广播电视台电视频道合作,展播20多部约80集来自世界各地的优秀电视作品。

本届电影节的电影展映和电视节的电视惠民放映活动范围也将进一步扩大范围,除了在浦东、虹口、普陀设点之外,还分别在临港滨港商业中心、松江云间粮仓文创园、奉贤区博物馆、嘉定西云楼开展惠民放映,为嘉定、松江、奉贤和南汇的新城居民百姓创造品质生活环境。

(胡居伟)

会展大咖说

数字化加快会展企业在内卷中破局

■ 陈爱新

作者简介
上海东浩兰生瑞力股权投资管理有限公司副总裁、UFI全球董事会董事
自1995年进入会展行业,曾任上海国际展览中心展览开发部经理、英国Allworld集团、励展博览集团、汉诺威米兰展览公司项目总监,担任上海工业商务展览有限公司总经理、东浩兰生集团投资发展部副总经理等职。目前从事会展产业股权投资工作。



数字化是通过5G、移动互联网、大数据、人工智能、物联网等信息技术手段,推动传统产业与数字经济融合,其目的是实现传统产业的结构升级、流程优化和经济效益提升。

根据《2019中国展览数据统计报告》显示,自2017年起,中国会展数量和办展面积增速明显降低,低于全国GDP水平。在全球后疫情叠加中国经济后工业化和人口红利消失的大背景下,未来中国会展业整体中低速增长将是不争的事实。会展市场已呈现内卷化加剧的态势。

近一段时间以来,笔者研究发现,通过数字化转型,可化解当前会展企业存在五个痛点:

一是成为行业增长新引擎。纵观会展行业,成熟品牌地域复制已成为拓展企业的主流增长模式。未来,会展企业实现高于行业水平的增长,需寻找新的增长方式。新

冠肺炎疫情后,促使客户对线上等数字化产品和服务的新需求,催生会展企业为客户提供线上会展的体验和创意的速度,企业寻找流量变现新机会更为迫切。供需相互促进,数字化成为催生会展行业新的增长模式的驱动力。

二是应对会展举办时间和地点的敏感性掣肘。客观地讲,创新为疫情下的会展行业带来新的机遇,尤其是应对会展时间和地点的敏感性的掣肘。如展会对时空敏感性的特征,意味着它对于诸如疫情、地缘政治等突发事件的风险抵抗力弱,行业具有天然的脆弱性。另外,主办方着力打造产业展会平台,展会一旦结束,平台汇聚功能骤减,平台商业价值骤弱。通过数字化打造的线上平台和数字社群等,则能延长会展作为产业平台的生命周期。

三是改善运营效率,提升现场

体验感。毋庸置疑,超大规模展会往往是主办方追求的目标,但大型会展安全可控难、信息识别难、有效对接难、服务高效难等,令客户因观展体验感差对展会屡屡诟病。借助数字技术,实现快速入场,精准对接、线路优化、安全防控、远程展示等,则可大大改善展会运营质量,提升观展体验和展会美誉度。

四是提升数据变现能力,加快资产周转率。数据是展览企业最重要的资产。传统会展企业数据资产是通过定期举办的线下展变现,数据资产的周转率受线下举办频次的制约。数字化转型的会展企业搭建了线上、线下会展平台,可以实现跨越时间和空间的多个数据变现场景,加快了企业数据资产的周转效率,提升会展企业的盈利能力。

五是促进企业提质增效,在内卷中破局。会展企业的数字化不仅是OA、CRM或H5,而是通过使用数字化赋能,在客户需求分析、市场决策、产品策划、营销、运营、呈现、反馈等服务闭环快速和有效迭代,提升企业的决策效率,通过增加数字化收入打开企业增长天花板。能否驾驭数字化,已成为会展企业核心能力。

根据会展企业需求的迫切性、实践意愿和技术应用场景的成熟度,笔者发现,会展数字化应在精准营销、双线混合方面得到深度应用。按照解释,精准营销是在精准

定位的基础上,依托现代信息技术手段建立个性化的顾客沟通服务体系,企业通过更精准、可衡量和高投资回报的营销沟通,实现可度量的低成本扩张。营销是贸易展览的基本功,高质量的营销和撮合,是组展公司核心竞争力的体现。

精准营销理论对会展企业最有价值的指导作用是如何使用私域流量,进行商机信息的精准传播和撮合,并为展商和观众提供个性化的服务。

首先,专注私域流量,实现数据深度挖掘。私域流量是指品牌或个人自主拥有的、无需付费的、可反复利用的、能随时触达用户的流量。会展企业最有价值的私域流量是展会现场到访观众数据,如观众到访次数、现场行为轨迹、单展位停留时间、观展后的满意度回馈、对平台内容和供应商的持续关注、沟通和交易达成等展后信息。这部分信息就如同买家在电商网站留下的浏览和交易信息,经标签化处理后,对客户画像从而制定精准营销策略非常有价值。主办方应打通线上展、官网和自媒体平台上的客户数据,通过展前中后全天候数据跟踪收集,扩大私域流量规模。

其次,建立数据中台并对数据进行处理和分析。会展公司应当建立统一的DMP(Data Management Platform)系统,打破数据孤岛。通过对数据进行处理和分析,实现分

析结果的可视化,服务于营销决策。

最后,需重视私域流量经营,制定整合营销策略,可构建基于营销策略的会员制提供个性化服务。

可以确定,“混合会展,双轮驱动”将成为会展企业拥抱数字化重要的业务模式,是搭建面向共同行业社群的双平台。发展混合展关键在于“融合”,既要有各自业务发展和客户评价的硬性KPI,又有双向导流和增强品牌影响力软性指标。此外,混合展览也有很多新模式,如励展集团的“代参展”计划。未来创新的办展形式可能会改变展商的参展方式,即较小的展位、较少的展台人员、较少的国际旅行和较高水平展示技术的应用。

数字化转型应作为会展企业中长期战略,在组织人才上、安全保障上和企业文化上对转型给与支撑。其中组织和人才是转型最为重要的因素,企业的数字化团队的概念除了IT服务职能外,还需赋予商务职能。2021年3月,励展在集团CTO下又增设首席数字化产品官,负责公司数字化产品战略和执行,增加数字化收入。在绩效文化上,将数字业务拓展和数字化收入纳入公司的绩效考核体系中,注重成长性并关注协同效应。

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

江苏白马农业国际博览中心通过ICCA认证

本报讯(记者 毛雯)日前,记者从江苏白马农业国际博览中心有限公司获悉,经国际大会及会议协会(ICCA)评定,江苏白马农业国际博览中心已正式成为ICCA成员。这标志着江苏白马农业国际博览中心迈出了向全球会议目的地进阶的关键一步。

2019年12月,江苏白马农业国际博览中心正式投入运营。统计显示,2020年度,江苏白马农业国际博览中心举办会展项目32场,其中国家级项目12场,国际级项目8场,在全国同类展馆中名列前茅。

江苏白马农业国际博览中心以打造“产业会展”“体验式会展”为目标,践行“会展+”运营理念,推动城市经济高质量发展,塑造城市整合服务窗口,深入挖掘场馆自身价值与外部衍生价值,塑造高质量市场服务。

ICCA创建于1963年,总部位于阿姆斯特丹,是全球会议最主要的机构组织之一,是会务业最为全球化的组织,包括会议的操作执行、运输及住宿等相关方面的会议专业组织。

“虹桥论坛专题对话：绿色经济专场”在上海举办

本报讯 6月3日,“虹桥国际经济论坛专题对话:绿色经济专场”在上海朱家角镇举办。

本次活动围绕“汇聚虹桥论坛,共商绿色经济”主题,就“十四五”规划与中国绿色经济,实现碳达峰、碳中和目标及全国碳排放交易平台等话题展开讨论。业内专家、多家世界500强及行业龙头企业代表等在会上做相关经验分享。

(中信)

湖南长沙县建设会展新城

本报讯 日前,湖南长沙县黄兴镇第七次代表大会审议通过《中国共产党黄兴镇第七次代表大会关于中国共产党黄兴镇第六届委员会工作报告的决议》《中国共产党黄兴镇第七次代表大会关于中国共产党黄兴镇第六届纪律检查委员会工作报告的决议》。

会议指出,黄兴镇将系统总结“十三五”发展经验,自觉把新发展理念贯穿“十四五”规划布局各领域,按照打造“‘三高四新’战略引领区、融城发展创新区、乡村振兴标杆区、文旅融合示范区”的目标,全力以赴打造开放高地、建设会展新城。

会议提出,2021年,黄兴镇将聚焦重大会议展会,全面提升城市新能级,聚焦重大投资项目,全面构建发展大格局;聚焦三农关键问题,全面开启乡村振兴新征程;聚焦改革关键环节,全面推进社会治理现代化;聚焦民生关键领域,全面增进人民群众幸福感。

(胡晓欣)

山西朔州会展平台效应显现

本报讯 近日,朔州海关统计显示,2006年至今,朔州市陶瓷企业海关注册登记企业数量从3家增长至28家,增长9倍多,出口产品主要包括日用陶瓷餐具、建筑瓷等,产品远销美国、欧盟、东盟、中亚等国家和地区。

据有关方面介绍,朔州外贸出口增长,源于2006年起举办的“中博会”,为朔州出口陶瓷产品搭建了交易平台。

近年来,朔州海关持续打出“组合拳”,助力朔州陶瓷产品扩大出口,推动陶瓷产业加速发展。擦亮朔州市“中国北方日用瓷都”名片。2020年7月朔州至明斯克中亚班列首发以来,累计发运中欧、中亚陶瓷班列6列,共计出口陶瓷货值103万元,朔州陶瓷产品加快融入“一带一路”沿线国家市场;大幅压缩通关时间,去年辖区全年出口通关时间平均0.88小时,今年1月至4月出口平均用时0.1小时;发挥海关职能、信息优势,两年来帮助辖区新增10家自营出口陶瓷企业;帮助企业用足用好原产地优惠政策,累计为陶瓷企业签发原产地证169份,签证金额622万美元,签证数量年均增长60%;开展通关监管、税费征收管理、检验检疫业务咨询,不断提升反倾销等预警以及国外技术性贸易措施应对服务水平。

(贾尚志)