

创新会展·项目篇

会展传真

东莞名家具展：全球ID 东莞落地

■ 本报记者 兰馨

“即使在新冠肺炎疫情冲击下，许多品牌依然坚持提升产品力。这对家居行业来说是莫大的鼓励和提振。”第46届国际名家具(东莞)展览会(以下简称东莞名家具展)组委会有关负责人日前在接受记者采访时表示，展会同期举办的2021东莞国际设计周暨高端定制设计选材展(以下简称2021东莞国际设计周)、2021中国(广东)国际家具机械材料展(秋季)，实现了从名家具秋季展向东莞国际设计周的升级、从成品家居向定制和全案的转型。

该负责人表示，2021东莞国际设计周以多元的形式构建“设计+家居产业”平台，吸引更多创意及空间设计在产业区域落地，同时让设计实现更大的商业价值。

首设金帆船奖促产业升级

据记者了解，本届展会及东莞国际设计周等同期活动总规模近10万平方米，880家海内外企业参展。鉴于当下新生代消费趋势和行业创新加速，本次东莞国际设计周通过搭建平台、运营理念输出、服务输出，使设计与大家居产业实现更大化融合。

为寻找对产业带来创新的开拓者和新锐设计力量，2021东莞国际设计周首次发起“金帆船奖—2021年度中国大家居行业榜单评选”，设新势力品牌、榜样品牌、杰出设计师、先锋领军企业四项年度奖，鼓励家居人创新思维，推动品牌转型升级，赋能更多新生代品牌。

“现阶段，家居企业创新思维受限，精细化运营能力不足，品牌影响

力较弱。”该负责人强调，为适应线上线下融合的全渠道消费趋势，促进传统家具行业数字化转型，东莞国际设计周首创“家居直播”产业IP，促进东莞家居形成“线下+线上”新市场业态、新合作模式，打造东莞房产家居生态闭环，为家居行业开辟新的发展路径。

链接大家居产业链

2021东莞国际设计周聚集了高端定制品牌、榜样品牌、新势力品牌、“1100+”头部品牌等，通过行业论坛、高端峰会、云展直播等活动，展示“设计+大家居产业”的新兴景象。

随着高端定制时代的到来，家居产业的供应链面临重组。在设计逐渐成为家居产业发展新驱动力，设计价值逐步放大的时代背景下，2021东莞国际设计周呈现设计

与产业的共生关系。本次展会联合东莞市绿色建筑协会、广东陈设艺术运营机构、无限国际等设计机构和策展人，打造包括聚焦全案设计的“设计·家”、展现大家居材料集成应用的“材料图书馆”、大家居榜样示范空间“大宅小院”等在内的八大IP主题展，覆盖大家居全产业链。

此外，2021东莞国际设计周以高定升维，为高端家居品牌及配套企业、高定设计师、高定经销商、高端装企及房企建立“一站式”对接服务和交流合作的平台，构建高端定制生态圈。

助力行业打造新优势

“在市场低迷的时候，更需要行业平台引领趋势。”在业内人士看来，2021东莞国际设计周的举

办，释放了积极信号，对于做强东莞家具产业集群发展核心区具有促进作用。

通过东莞名家具展会平台，东莞兴起了大批家具品牌，如慕思、楷模、城市之窗、台升、运时通、华辉、国寿、华颂、宝居乐、A家、耀邦等。2007年，东莞厚街镇成为全国首个“中国会展名镇”。

2021东莞国际设计周整合成品家具、整装企业、设计机构、家居产业供应链企业，引领行业融合发展趋势。而会、展、贸合一的优势，让更多品牌的商业模式落地，加快大家居行业转型升级。

2021东莞国际设计周还通过线上直播平台的打造，促成“全球ID，东莞落地”。据透露，2022年3月，第47届东莞名家具展将以全新视角打造大家居行业创新发展动态平台。

商务部将办好 各类展会稳外贸

本报讯 商务部近日举办的新闻发布会透露，当前外贸发展仍然面临诸多不确定不稳定不均衡因素，全球疫情起伏反复、国际形势错综复杂，芯片供应短缺等问题短期内难以根本缓解，企业综合成本居高不下。商务部将密切监测外贸运行情况，采取多项举措以稳定外贸，包括精心办好各类线上线下展会，加大对国家级国际营销服务公共平台宣传力度，更好发挥重要展会和开放平台服务畅通国内国际双循环的积极作用。(何在泉)

2023年第81届世界 科幻大会选址成都

本报讯 12月18日，在美国华盛顿举办的第79届世界科幻大会宣布，2023年第81届世界科幻大会选址中国成都。成都成为中国第一个举办世界科幻大会的城市。

据悉，在2019年都柏林世界科幻大会上，成都市正式宣布将角逐2023年第81届世界科幻大会举办权。12月15日，在第79届世界科幻大会举办前夕，成都市科幻协会派出申评委员会成员代表奔赴华盛顿，组织开展成都申评圆桌会议，开设成都申评主题展示，宣传成都城市形象，并通过线上直播的方式将现场盛况呈现给全球观众，助力成都申评。

从2017年开始，成都国际科幻大会每两年一届，现代科幻在成都生根发芽，并将成长为参天大树。成都具备文化软实力和硬条件。(程慧慧)

中国博士后创新发展 (横琴)峰会开幕

本报讯 2021中国博士后创新发展(横琴)峰会日前在珠海横琴开幕。在此次大会上，“人工智能新生态”全国博士后学术论坛、中医药博士后产学研创新研讨会等重磅亮相，“澳门青年学者计划”第二期项目顺利签约，第102批中国博士后科技服务团暨博新人走进横琴正式启动。

本次峰会由人力资源和社会保障部、广东省政府联合主办，旨在支持配合服务好合作区建设，助力粤港澳大湾区建设高水平人才高地，促进博士后创新创业。

珠海市委副书记张晨表示，澳门是粤港澳大湾区的重要一极，也是人才高效便捷流动的改革开放试验区。本次峰会正是珠海支持推进合作区建设发展，谱写珠澳合作新篇章的生动体现。(隋逸方)

冬奥倒计时

第二版《北京2022年冬奥会 和冬残奥会防疫手册》发布

本报讯 国际奥委会、国际残奥委会和北京冬奥组委近日发布了第二版《北京2022年冬奥会和冬残奥会防疫手册》，就疫苗接种、海关入境要求、机票预订、出发前检测、冬奥赛事、闭环管理、住宿、餐饮、核酸检测、健康监测、密接管理以及冬奥会和冬残奥会转换期等方面提供了更加详实的信息。

北京冬奥组委专职副主席、秘书长韩子荣在接受媒体采访时说：“防疫手册所述措施依据疫情防控最新科研成果、专家意见和其他国

际赛事经验制定，我们相信这些应对措施可以有效降低疫情风险，希望大家严格遵守，共同努力，为世界奉献一届简约、安全、精彩的奥运盛会。”

《防疫手册》同时提出，手册是基于国际奥委会、国际残奥委会和北京冬奥组委就中国目前对新冠肺炎疫情防控相关要求和预判赛时可能出现情形的基础上制定，未来将有可能作相应调整。

手册还包括“注意事项”部分，有助于指导利益相关方顺利度过赛事期间的每个阶段。



2021广东旅游文化节日前在肇庆星湖湖畔拉开序幕。肇庆、珠海两市举行交接旗仪式，并进行了实景文艺演出。广东旅游文化节致力于推动岭南文化与旅游市场深度融合，通过多个城市承办、不同活动主题的设定和主分会场的联动，逐渐打造成为集旅游观光、文化体验、休闲娱乐于一体的“嘉年华”式品牌节庆活动。(刘春林)

国家冬季两项中心 各领域基本工作准备就绪

本报讯 目前，北京冬奥会各项准备工作已经就绪，所有竞赛场馆全部完工，通过国际冬季单项体育组织认证，全面具备办赛条件。

为迎接将于12月28日至31日举行的“相约北京”系列冬季体育赛事，北京冬奥组委在河北省张家口赛区国家冬季两项中心正在抓紧进行造雪塑形工作，部分赛道已经完成造雪，正在进行摊铺和压雪，预计在12月25日前全部完成训练周所需赛道的造雪工作。

国家冬季两项中心由场馆赛场部分、场院区及技术楼组成，共建

有11条赛道，赛道总长8.7公里，沿山体自然地形而建，分为竞赛赛道、残奥坐姿赛道及训练赛道。此次训练周将主要使用冬奥会赛时所用赛道。北京2022年冬奥会赛时，这里将产生11枚金牌；冬残奥会赛时，将产生38枚金牌。

作为北京2022年冬奥会开幕之前的最后一项测试活动，截至目前，本次训练周已经收到8个国家和地区的31名随队官员报名信息。此次训练周将在四天的时间内对赛道、靶场、打蜡房等相关设施展开测试。(本报综合报道)

Hyve收购全球矿业投资专业会议平台

本报讯 (记者 兰馨)记者日前从Hyve展览集团了解到，Hyve展览集团内部已收购121 Group (HK) Limited和121 Partners Limited(以下统称121集团)达成共识。

据悉，121集团作为全渠道会议项目主办方，一直专注于欧洲、中东、非洲地区、北美和亚太地区的采矿行业。目前，121集团的“线上+线下”会议模式成熟，已获得

市场肯定。自2014年以来，121集团确立了矿业投资界一对一会议的领先供应商地位。收购完成后，121集团全渠道活动将过渡到Hyve展览集团的会议平台。

Hyve展览集团方面表示，收购121集团将加速Hyve全渠道战略布局。尤其是121集团在新冠肺炎疫情期间完全转向在线会议，实现了更高的利润率，保持盈利状态。

121集团的开普敦矿业会议项目与Hyve展览集团旗下Mining Indaba(非洲矿业投资大会)互补，为非洲矿业和投资界搭建了一个全渠道平台。

数据显示，截至2021年3月31日财年年报，121集团在9个会议项目中举行了12156场在线会议，吸引了超过3000名投资者和550家企业。

会展新说

数字会展时代的会展数据所有权归属谁?

■ 胡中华

过去数月，国际会展领域的核心话题有两个：一是会展业的可持续发展，二是数字会展时代下的会展数据问题。过去半年，会展领域举办了一系列围绕会展数据问题的线上和线下研讨会，会议内容层级和不同工作分工的会展代表长达半年的讨论，行业主体在年底终于就会展数据所有权达成共识。

导火线源于今年国际展览业协会(UFI)欧洲峰会第二日一个专题论坛中的分论点：线上会展服务供应方是否应与会展主办方共同拥有会展数据?短短数十分钟的分论坛可谓一石激起千层浪。塔苏斯首席执行官 Douglas Emslie 说，很多企业高层在峰会结束后一再回放会议视频，以防对内容理解出现偏差，还迅速让法务部门翻看与数字会展供应商合同的所有细节。

有鉴于此，国际展览业协会迅速响应并在随后数周内举行了

一场专题跟进线上研讨，与会代表为英富曼首席执行官 Charlie McCurdy、励展首席执行官 Hugh Jones、Clarion Events 总经理 Lisa Hannant、塔苏斯首席执行官 Douglas Emslie 和 Emerald 主席 Herve Sedky，反映了主办方的态度。行业最终在UFI线下全球年会上基本达成共识，并在12月初国际展览业协会年度最后一场线上研讨会总结收尾。鉴于研讨会会议议题众多，且内容交叉递进，为方便读者理解，笔者以内容为主线，打破时间顺序，在此作一梳理。

在讨论数字会展数据所有权之前，我们首先需要知道在数字会展中有三个数据相关方：用户、主办方和平台。正如UFI总经理贺廷凯介绍的，会展的数据分为两大类：一是个人特征数据，如姓名、性别、企业、职位、电话、邮箱等，这也是会展企业熟悉的数据；二是行为数据，如观展动线、过往参展情况、商务配对情况等，这更是科技企业关注的强项。新冠肺炎疫情的出现，客观上催化了线上会展的发展，加之互联网科技的成熟，展会数据由

此呈现爆发式爆炸性增长。

少数乐观派指出，十年前，谷歌曾在会展业门外徘徊，最终并未入局。大部分的观点认为，现在的情况不一样，领英入股Hopin是一个信号。于是，人们从国际龙头会展企业高层口中听到“门口的野蛮人”“潘多拉魔盒”的定性，以及“亚马逊较之于书店”和“脸书较之于传媒业”的比喻。Hugh Jones 指出，会展行业如何正确对待数字会展数据问题，将对会展行业的发展产生根本性的影响。这其中，一方面在于数据为会展行业的核心竞争力所在；另一方面在于欧洲颁布了全球最严厉的数据隐私规范——《通用数据保护条例》(GDPR)，没有企业敢在这方面直接或间接触碰红线。

过去一年多，国际会展领域关于会展数据所有权问题主要分为两大观点。传统观点认为，用户数据所有者为主办方，若主办方要求平台展会介绍后删除所有数据，平台应予以配合。另一观点认为，平台与主办方共同拥有数据。不难理解，后者正是问题

的始作俑者。支持方认为，如果用户每参加一个活动均要重新注册登录，用户体验不佳；参展主体参展时，其实也不成文地接受了他的特定数据被“公开”和“分享”，因为他们参展是为了拓展商务人脉，参展效果主要体现在建立了多少有效联系，而行为数据是AI商务配对的核心，AI系统是数据越丰富越灵，当数据删除时，AI就无法全面发挥其功效，用户自身人脉无法高效拓展，参展效果大打折扣，主办方投入回报率无法最大化。最后，数据的拥有者认为，法律上应该为用户本身，而不应该为主办方。若用户要求删除信息，平台需要配合，但主办方不能代表用户。

反对的声音也非常明显。如Charlie McCurdy指出，数据所有权无疑在用户，用户赋予主办方数据的使用权，换句话说，主办方需要对用户负责，保证数据不被滥用。与此同时，展会数据的获取，事实上主要是主办方前期招商和招商大量的人力、物力、财力和时间的投入换来的成果，数字会展

平台本质上应如同场馆、主场搭建和商旅企业，是主办的供应商之一。Lisa Hannant 则指出，数字会展平台掌握的数据在短期内不会对实质项目造成影响，三至四年后，大量数据被平台收集后，问题便显现，我们需要防患于未然。这里的问题一般有两方面：一方面，平台直接成为主办方；另一方面，平台从大企业处获得的数据助长竞争对手的成长。来自Douglas Emslie 的观点认为，一是数字会展平台的操作对于主办方而言存在不透明性，这使主办方陷入被动，暴露在各种风险之中，二是大量数字会展平台均为近期冒出的初创企业，企业受资本操控容易短视，创始人今天的承诺不一定在未来仍能兑现。

在一系列研讨后，各种观点及其原因已公开陈述。11月举办的第88届UFI全球年会线下论坛上开始对议题定调，专题由上届UFI总经理 Paul Woodward 主持，励展集团隐私和数据保护总监、英富曼集团法务总监等出席，全方位重申主办方对数字会展数据

的所有权，并指出，现时情况下，除了在与数字会展平台合作前签署清晰明确的法律合同外没有更好的方案，也尚未有方案能彻底解决所有问题。Easyfair 首席技术官 Stephan Forseilles 则在12月初的UFI线上研讨会上透露，集团始终坚持不使用外部供应商。澳龙创始人 Jo-Anne 也曾分享其过去20年如何与组展企业在签到方面合作以及如何保护主办方的个人特征数据。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)



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。