

创新会展·特别篇

香港会展业背靠祖国续写传奇

■ 本报记者 兰馨

在美丽的维多利亚港,香港会议展览中心(以下简称香港会展中心)以独特的飞鸟展翅形态成为香港建筑群的代表之一。庆祝香港回归祖国25周年大会就在这里举行。25年前,香港回归大典也是在香港会展中心举行。那一刻,也让香港会展中心成为国际瞩目的焦点。

会展业是香港经济的一项支柱产业。香港利用自身的地缘优势和基础设施,坚持不懈,最终成为“国际会展之都”。会展经济带动了香港交通、运输、旅游、商业、住宿等多项产业,使其国际地位进一步提升。

香港会展业谱新篇

1997年,世界银行和国际货币基金组织第52届理事会及其系列活动在香港会展中心举行,时任国务院副总理朱镕基在发展委员会和年会研讨会上发表演讲,引发国际社会广泛关注。

在香港展览会议业协会永远名誉主席朱裕伦看来,越来越多的国际性大型会展活动在香港举办,进一步提升了香港的国际地位。依托香港区域位置优势,香港多以举办国际大型经贸展为主,香港良好的营商环境也对举办大型展览提供保障。

香港拥有国际最繁忙的空运港和全球吞吐量最大的集装箱码头。作为自由港,展品进出香港不需缴税,不需付押金,报关手续简捷,方便参展人员和货物进出,为参展商提供了更多便利。与此同时,香港建成了一个较为完善的支持会展发展服务系统,从参展商和客商落地香港到住宿,再到各参展现场,提供酒店、餐饮及交通服务。

业内人士表示,香港特区政府将会展业作为支柱产业,给予大力扶持。特区政府出台一系列鼓励措

施和优惠政策,吸引会展组织者和参展商来港办展、参展。

根据香港展览会议业协会统计显示,2010年,有118个国际大型展览在香港举办,其中94个是经贸展。2010年,会展业为香港本土经济带来358亿港元进账,相当于香港本土生产总值的2.1%。

2016年,香港贸易发展局(以下简称香港贸发局)主办首届“一带一路”高峰论坛,希望在“一带一路”沿线国家和地区寻找适合投资的项目,并对企业公开,为企业提供配对服务。

时任香港贸发局主席罗康瑞表示,“一带一路”倡议作为一个富有远见的长期合作计划,对中国以及“一带一路”沿线国家的发展非常重要。香港发挥平台作用,汇聚协调各方资源,成为内地企业走出去的重要渠道,也为自身发展创造机会。香港贸发局在28个“一带一路”沿线国家设立办事处,建设的“一带一路”网站为政府、企业、专业人士提供交流机会。

罗康瑞认为,香港在会展服务方面具有竞争优势,若更了解买家的需求,就可为其提供更加高效的配对服务。

业内人士认为,香港拥有“一国两制”的制度优势,具备金融、专业服务、科技创新等优势,可以很好地扮演联系人的角色。香港借助“一带一路”建设,发挥区域竞争优势,可重回亚洲会展中心的位置。

转型数字化创新

在2021年中国国际服务贸易交易会(以下简称服贸会)上,香港贸发局首次尝试线上直播。服贸会期间,香港馆以“促进贸易及创新引领可持续发展”为主题,以直播分享、实物展示、互动体验、视频播放等方式,让更多商贸客户了解和体

验香港的独特优势。

6月28日,香港贸发局推出“EXHIBITION+”展览模式。有关负责人表示,目前,全球展览及采购发生了变化,多数展览、大型会议等移至线上举行。为此,香港贸发局优化展览平台,通过“EXHIBITION+”展览模式帮助参展商、采购商适应新经济时代的新常态。

香港贸发局最新买家问卷调查显示,在600名来自东盟、澳大利亚、欧洲、美国及祖国内地的受访国际买家中,93%的买家使用在线采购平台,超过八成半买家曾参加线上展会,以满足采购需求。其中,多数买家表示,在国际差旅限制解除前,将通过线下实体展会(63%)或线上线下融合展会(59%)进行采购。数据还显示,未来,线下实体展会及线上线下融合模式将发挥相互促进作用。

香港贸发局副局长张淑芬介绍说,“EXHIBITION+”新模式结合四个展会元素,即实体展、“商对

易”智能配对平台、研讨会及论坛、贸发网采购平台。通过“EXHIBITION+”展览模式将线下实体展会的面对面互动和洽谈延伸至网上智能配对平台,使企业商务推广产生弹性及长期效应。

迎大湾区发展契机

《粤港澳大湾区发展规划纲要》提出,以香港、澳门、广州、深圳四大中心城市成区域发展核心引擎,继续发挥比较优势做优做强,增强对周边区域发展的辐射带动作用。其中,香港巩固和提升国际金融、航运、贸易中心和国际航空枢纽地位,推动金融、商贸、物流、专业服务等向高端高增值方向发展,打造更具竞争力的国际大都会。

在中国会展经济研究会副秘书长、产业会展促进中心主任姜淮看来,香港在国际商贸、金融和航空枢纽地位等方面的优势,决定了其在大湾区会展业具有独特地位。他

认为,香港会展业具有三方面竞争优势。

一是品牌展会影响力。香港多年来培育了多个具有国际影响力的品牌展,如珠宝展,每年吸引上千上万生产制造商和全球买家。

二是会展服务体系。主要表现在以香港贸发局、旅游局为载体,持续向全球推广服务政策环境,以及不断加大的奖补政策,符合国际标准要求的会展财税审计规则。

三是粤港澳大湾区的产业、产品和市场支撑。“前店后坊”的展会与产业、市场“三位一体”天然办展空间生态布局,适合未来大湾区会展整体品牌影响全球会展格局的基础要件和独特优势。

姜淮认为,粤港澳大湾区具有世界范围内最为庞大的产业集群,且配套成熟,具备举办会展的产业和市场的核心要素。香港会展可依托国际金融商贸优势,在区域合作、国际贸易和经济复苏中发挥效能。



2022新疆农业机械博览会日前在新疆国际会展中心举行。本次博览会以“创新引领农机支撑,给农业现代化插上科技的翅膀”为主题,展示面积达5.6万平方米,展出机具达1万余台(套),推动现代高端农机装备制造企业在新疆落地。(宋佳伟)

深圳跨境电商展开启线上平台新功能

■ 陈天楚

及全新线上平台持续促进跨境电商产业升级。

为进一步扩大深圳跨境电商展对于行业发展的推动效应,“CCBEC 365”以展会为依托,帮助跨境电商获得展会服务、供采对接、产品营销、市场信息及品牌推广。

据介绍,“CCBEC 365”云平台设置多个功能模块,包括多维搜索、信息发布、展馆导航等,帮助产业上下游对接、交流。同时,参展企业可启用线上展示宣传、直播推介等功

能,观众可在平台发布产品需求、观看直播、参与积分赢豪礼等活动。组委会推出组织策划跨境“云讲坛”、跨境线上谈、“礼品周周抢”等“云体验”系列活动。

据了解,深圳跨境电商展期间,跨境“云讲坛”作为线上活动,将与CCBEC线下论坛互为补充,以互动直播和线上论坛形式促进行业交流。此外,跨境线上谈活动将展会的配对功能延伸至线上全年,供应商和买家可线上配对、会面和商洽。

进博会举行京津推介会

■ 本报记者 毛雯

7月2日,第五届中国国际进口博览会(以下简称进博会)举办了京津推介会,北京、天津交易团代表和企业商业展参展商代表参会。

京津两市交易团各项筹备工作正在稳步推进,将在协助招展、精准招商、开展配套活动和人文交流等方面持续发力,提升交易团专业观众质量,扩大展会成交规模。

商务部副部长盛秋平表示,当前,北京加快推进建设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,吸引外资的“强磁场”效应持续释放。天津依托港口优势,深化开放成果,京津冀协同发展成效显著。

“诚挚欢迎广大企业利用好进博会这一大平台,立足京津

冀,放眼全中国,深耕广阔市场,加强交流合作,寻求更多商机,实现双赢、多赢、共赢。”盛秋平说,希望京津两地进一步加大交易团组织工作力度,积极邀请行业组织、专业客商到会,使展会成效更好。

中国国际进口博览局副局长孙成海透露,第五届进博会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)举办,目前企业展招展面积接近规划面积的80%,已签约的世界500强和行业龙头企业达到260家,已有多国确认参加线上国家展。值得一提的是,本届进博会新设农作物种业和人工智能等专区,创新孵化专区继续扩围,虹桥论坛将继续发布《世界开放报告2022》和世界开放指数。

会展新说

数字经济时代下“+要素”焕活文旅新生态

■ 宋晓东

在新一轮科技革命的加速发展与疫情反复肆虐双重因素的叠加下,全要素的数字化转型正逐渐渗透社会生活的方方面面。元宇宙作为数字化转型的全新形态,正在构建一个集娱乐、社交、学习、生产、生活为一体并与现实世界紧密联系的数字世界。因疫情蒙上阴影的文旅行业亦在这股元宇宙的热潮中嗅到了“破局之道”。去中心化、赛博格化、高度沉浸式体验、高度拟真与同步、闭环经济系统等特征将重构文旅产业的传统形式,丰富文旅产品体系,优化文旅体验方式,重塑文旅产业格局。

首先,“体验+”,沉浸空间赋能全景游览。文旅元宇宙是指,以区块链作为底层技术搭建的,以现实中存在的自然或人文景观资源为模板创造的、专门为消费者提供沉浸式文旅体验的元宇宙。这其中,体验是文旅活动和元宇宙共同的基因内核,元宇宙带来的生产工具的变化最为显著,数字孪生、虚拟

人像、AR/XR/VR、沉浸式体验等一系列新技术在文旅应用场景的落地,为用户打造了一个极具临场感和真实感的虚拟游览空间。

现实的文旅世界不仅可以镜像到虚拟世界中,也可突破传统旅游“时”与“空”的局限,获得更有沉浸感、科技感、补偿感的体验。用户能够以低成本和高质感的方式随意体验不同的游览;或是以冒险模式探索山川;或是穿越时空以了解文物前世今生;或是随时往返于两座城市感受文明异同;或是与异地好友共同参加一场戏剧节……在文旅元宇宙构建的“第二空间”中,人们的旅行不再考虑天气、场地、交通等因素的影响,“人所之未达,探人所之未知”,所有的目的地都将在元宇宙中具备接近真实感体验的全新接触方式。

其次,“身份+”,虚拟分身重构全知视角。在元宇宙的文旅空间中,每个个体都可选择有别于现实世界而独立存在的、可自由创造的

身份。这个理想的“自我”将重构个体看待周围环境的方式,超脱自身的视觉生态,使得感知力、决策力、行动力增强。

旅游者不再局限于被动参观者的身份视角,而是可以通过交互参与多线性、多重叙事的内容体验,实现高效自我代入,享受多种多样的文化场景、故事情节,获得更有质量的文旅游玩。同时,在“身份异构”基础上叠加的社交属性将带来一种全新的映射互动,不依赖于现实的虚拟身份将带来线上与线下融合的新型社会关系。

此外,元宇宙为全体用户提供了自由创作的平台与工具,UGC内容的门槛将大幅下降,所有对某个IP或文化主题有兴趣的用户都可以围绕这一IP进行不局限于时间和空间的创作,文化元素的创意开发热度、文旅产品的丰富度将极大提升。

最后,“消费+”,数字资产推动全新业态。如果说文旅元宇宙代

表未来,那么,元宇宙本身是一种工具,最终打造新业态才是其目标与本质。

从经济模式考虑,一方面,元宇宙或将改变文旅供给侧的现有资产模式;另一方面,文化和旅游资产可以通过元宇宙实现永续,既解决了某些旅游吸引物不可再生的问题,又通过重构使其具有数字资产的价值。

从消费业态考虑,元宇宙正以多元的形式渗透到消费领域,尤其是在作为元宇宙原住民的“Z世代”群体中。虚拟IP、虚拟代言人到不断进化的NFT,全新的消费赛道不断崛起,吸引用户为体验新奇付费。同时,元宇宙为文旅产品大幅度增加了沉浸体验性,打造了文旅消费新场景,拓宽文旅消费新空间,结合线上与线下,加强场景化消费,催生虚实共生的消费,有力推动新消费时代的变革。

同为超越现实之上的精神活动,从体验、社交、消费等多个角

度来看,元宇宙都将给文旅行业带来前所未有的想象空间。它对文旅产品发展优化、文旅产业提质升级的作用毋庸置疑。在第一批的创新红利之后,要想实现持续的有效赋能,文旅元宇宙必须将传统文化、时代精神、新兴技术三要素相结合,即利用技术实现文旅资源数字化、坚持内容为王,以虚拟场景为依托,不断外扩文旅IP边界,并联动虚拟与现实世界,孕育新的消费场景,从而辐射线下实体经济。

(作者系上海风语筑文化科技股份有限公司副总经理兼总策划师)

宋晓东

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

展现世界 展示精彩

中国国际展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CO.,LTD.

会展传真

国家会展中心(上海)方舱医院完成拆除工程

本报讯 据微信号“上海住房城乡建设管理”发布消息,7月1日,国家会展中心(上海)方舱医院拆除工程举行竣工交付仪式。

有关方面负责人表示,国家会展中心(上海)方舱医院地位特殊。它是上海市最大的方舱医院,在新冠肺炎疫情防控过程中发挥了“压舱石”“稳定器”“主力军”的作用。

(宗赫)

第14届时尚家居展延期

本报讯(记者 兰馨)记者日前从法兰克福展览(上海)有限公司了解到,受新冠肺炎疫情影响,国内外旅行受限,2022中国(上海)时尚家居用品展览会近半数国际展商无法出行。该展会延期至明年举办。

据介绍,虽然线下展会延期,但主办方策划了一系列线下主题活动——“ILC Roadshows城市巡游”,继续帮助业内人士把握今年行业脉动。活动以路演及商务考察的形式帮助品牌挖掘更多潜在机遇。

郑州七月展会密集举办

本报讯 记者近日从郑州市会展业促进中心了解到,自7月起,郑州两大主展馆将迎来20场展览活动,涵盖食品餐饮、家装、教育、数字产业等多个领域。

其中,第二届数字产业博览会、2022河南省夏季种子信息交流暨产品展于7月1日至3日举办。随后是第十二届郑州塑博会、第13届中国(郑州)电动车、三轮车及新能源汽车展、河南省教育装备博览会。第三届中部食品博览会将于7月29日至31日在郑州国际会展中心举行,为河南乃至中部地区食品行业交流搭建平台,打通销售渠道。(何进)

网上中非经贸博览会暨精选好物狂欢季启幕

本报讯 7月1日,2022年网上中非经贸博览会暨精选好物狂欢季启幕。依托非洲电商平台 Kilimall,本次活动将中国优质商品带给非洲消费者,并帮助原生态非洲非资源性产品销往中国。

据悉,主办方在 Kilimall 线上打造“中非好物视频秀”和“非洲留学生直播带货”,通过开展中非经贸博览会品牌建设、供应链平台建设、海外仓及供应链体系建设等方式,持续提升博览会品牌热度、助力中非进出口贸易增长。活动将结合非洲特色节日,聚焦热门品类,以投放优惠券等形式实现促销。参与品牌包括传音、海尔、三诺生物等。

本次活动是2022年中非经贸博览会闭会年对非经贸促进系列活动之一,持续至9月30日。(黄婷婷)

中国旅交会将设十余个展区

本报讯 7月22日至24日,2022中国国际旅游交易会将在云南昆明举办。记者从云南省文旅厅获悉,交易会现场将设置文化和旅游形象展示区、消费展区和企业展区、文博展区、智慧旅游展区、海外旅游展区等十多个展区。

作为线上线下互动融合方式举办的创新展会,本届展会将以“线上展览+活动直播+线上洽谈”的方式,全方位展示文化和旅游新产品。展会期间还将推出多项配套活动,包括澜湄国家的推介会、RCEP框架下的国际旅游交流与合作发展论坛、云南文化和旅游推介会、各省旅游产品推介会等。(吴自有)