

创新会展·特别篇

会展新生态重构内容力

■ 本报记者 兰馨

会展营销内容力正在成为组织方的底层能力。随着新经济的发展,会展生态已由传统的展览展示延伸为内容生产与传播。在新冠肺炎疫情等因素叠加下,会展营销人才体系重建日趋紧迫。

近两年来,由数字化引领的跨界融合多元发展,在会展业体现得尤为明显。在新经济下,躬身入局者正在利用新媒体手段、跨界多元融合思维来重建会展营销新体系,以期成为行业领跑者。

8月21日,2022首届会展·文旅体·传播融合微论坛在线上开幕,聚焦新经济秩序下的会展新生态。这是上海对外经贸大学、《中国贸易报》、上海市会展行业协会主办,上海对外经贸大学会展与传播学院、长三角会展研究院等承办的首个聚焦“大会展、大文旅、大传播”的论坛。今年上半年,上海对外经贸大学会展与旅游学院基于跨界经营与融合发展趋势,组建了上海对外经贸大学会展与传播学院。与会人士此次积极探讨会展传播融合的新生态。

转变传播属性

“会展平台从大众传播转身精

准传播。”全国会展业标准化技术委员会主任、上海市会展行业党委书记、国际展览业协会(UFI)名誉主席陈先进提出,传播技术的发展催生了精准传播,改变了大众传播的属性。会展面临的创新是如何颠覆长期以来习惯的生态闭环,做到精准传播、深度传播。

陈先进认为,精准传播为会展业与传媒业的产业重组提供了条件和基础,导致两大产业高度融合,构架出融合性的产业新体系,出现新的竞争、新的竞争结构、新的竞争效应,从而产生新的产业和增长点。

“会展与传播是产业重组的必然选择。”在中国会展经济研究会常务副会长、对外经济贸易大学博士生导师储祥银看来,当前,会展业呈现“会展+”“+会展”的融合发展格局。举办会展活动可扩大服务经济规模,通过最新技术、产品展示、信息传播与交流,促进生产要素跨国、区域流动与重新组合配置,促进新技术、新理念、新产品的传播,并促进经济转型和产业升级。近年来,各地政府通过文旅融合、会展叠加的多元发展,实现了品牌传播这一目的。

储祥银表示,随着数字经济的发展,会展业出现两个跨界现象:一是互联网大厂以技术持有方进军会展业,二是会展企业的跨界,联通产业链、科技、文旅,实现数字化会展转型升级,进一步提升服务水平,并通过内容生产重构品牌效应的传播。

重构营销体系

“大会展、大传播迎来了新机遇。”中国贸易报社总编辑范培康表示,在百年未有变局和疫情交织的时代大背景下,跨界融合伴随着5G、人工智能、元宇宙等新技术浪潮,推动会展活动进入了升级迭代、融通共生、迅捷传播的新阶段,会、展、节、赛、演均面临新的机遇和挑战。今年三四月份,新一波疫情给社会生产生活秩序造成巨大冲击,会展和文旅体赛节庆活动遭受重创。

今年上半年,由中国会展经济研究会数字会展工作委员会、中国贸易报社、长三角会展研究院、上海对外经贸大学会展与旅游学院共同发起,由31会议研究院执行支持的《中国会展主办机构数字化调研报

告(2022)》显示,绝大部分会展企业并没有因为疫情而放慢自身创新步伐,并没有因为受限而停止自身数字化转型,并没有因为线下难而放弃线上探索,而是在线上直播、新媒体端加强营销。在一次又一次抢占会展业新生态的体系中,营销被重构,多元在融合,传播在跨界。

范培康认为,会展业是和各产业相关联的平台型行业。会展的本质就是服务,以实现创新营销、创造交易、提高效益。数字化不断为智慧营销赋能,促进线上与线下破壁融合,参展商与采购商互惠互利。多元融合就是强化“社交”,构建多元融合的“社交”圈层,也是会展活动组织者的核心秘诀。随着“社交”触达,传播的目的得以实现。

强化内容建设

“当前,移动端、社交平台的数字化平台在会展业占据举足轻重的地位。”上海博华国际展览有限公司(以下简称博华展览)创始人兼执行董事王明亮表示,在线会展从展品发布走向供应链与客户端频繁活动的局面。

数字经济下的会展业是一次人才的竞争。会展业将从“线下B2B展览+交易”的老模式逐步向线上线下一体化的B2B2P2C全年无休的新模式过渡。

“博华展览前年和去年的线下展览收入下降了,但线上业务在增长。”王明亮介绍说,博华展览目前成立的跨部门委员会设立了11个专业委员会,包括信息支持专业、数字营销专业、新媒体运营专业、活动策划专业、市场统筹专业、精准营销专业、云展电商专业、海外销售专业、互联网广告专业、会议策划组织专业、互联网拓展统筹专业,分为技术、内容、创意策划三大部分。

《“十四五”数字经济发展规划》显示,突出发展数据要素价值;带动产业提质增效,驱动产业转型;促进经济循环畅通。《规划》提出,到2025年,数字经济将迈向全面扩展期,数字经济核心产业增加值占GDP比重10%,工业互联网平台应用普及率达到45%。

业界人士认为,随着数字化的迭代升级,会展的交易属性已与社交属性融合。会展活动的内容生产能力成为新生态下的核心竞争力。

青岛西海岸新区引进首个ICCA会议

■ 李岳锋 李昕燃

8月20日至22日,第五届材料强度和应力学国际会议(MSAM 2022)暨《应用力学学报》第一届青年编委会会议在青岛西海岸新区举办。

这是青岛西海岸新区引入的首个国际大会及会议协会(ICCA)认可的国际会议。大会首次落地新区举办,为打造最美会展海岸带建设国际会展名区再添强力支撑。

作为在业内享有盛名的国际学术会议,本届大会由山东科技大学、《应用力学学报》编辑部、澳门会展旅游业协会主办,来自25个国家和地区的300余位专家学者以线上线下结合的方式参会。大会搭建起一个促进全球材料强度和应力学领域信息交流的高端平台。

澳门会展旅游业协会副会长江世波表示,青岛西海岸新区有非常好的教育资源、科研资源、产业基础。在综合考虑软硬件条件以及西海岸新区会展办服务水准后,本次会议最终选址青岛西海岸新区。

近年来,青岛西海岸新区不断优化会展营商环境,牵头编制会展业发展“十四五”规划,研究出台《关于打造最美会展海岸带建设国际会展名区的实施意见》,锚定提升会展活动层级、打造知名会展品牌、壮大会展市场主体等目标,围绕七项重点任务,加快推进全区会展业转型升级。

青岛西海岸新区组织开展“万名干部进万企 三送三问三帮”行动,干部进企业、送政策、解难题、促发展,简化会展业扶持政策申报流程,近三年足额兑现会展奖励扶持资金2800余万元,打通政策落地“最后一公里”,及时为企业纾难解困,打造有竞争力的会展产业生态体系。目前,西海岸新区会展企业已覆盖全产业链。

西海岸新区拥有布展面积15万平方米的专业会展场馆、37家具有会议接待功能的星级或品牌酒店。凭借多重战略叠加的区位优势、设施完备的场馆、配套完善的服务业、强大的消费市场,西海岸新区吸引着越来越多的高品质展会落户。

近来,青岛西海岸新区会展业发展促进中心深入开展“作风能力提升年”活动,以实干家精神加快推动新区国际会展名区建设。今年以来,促进中心全力做好保障,先后举办了2022东亚海洋合作平台青岛论坛、2022青岛国际显示大会暨第四届全球显示产业行业趋势发布会、第19届青岛国际家具展、第19届亚太国际塑料橡胶工业展览会、2022北方茶产业博览会,提振了会展复展的信心。



8月22日,2022深圳国际家纺布艺暨家居装饰展览会在深圳会展中心开幕。展会规模达13万平方米,800多家企业参展,同期举办40余场论坛讲座。该展会自2007年从佛山移师至深圳,每年3月和8月分别举办春季展和秋季展。(萧健)

百度希壤正式发布元宇宙会展解决方案

■ 宗赫

百度希壤日前正式发布元宇宙会展解决方案,旨在通过云智一体的元宇宙基础设施和覆盖会展全流程的SaaS化技术支持,为行业带来便捷、多样的元宇宙会展服务,共同挖掘元宇宙会展的差异化价值。

在希壤元宇宙世界,会议主办方和策展方可以根据会议目标与受众情况,与整个希壤元宇宙世界开展联动,举办实物拍卖、数字藏品发行、元宇宙体验等交互活动,实现虚拟空间与现实世界的连接,

营造新的交流平台,创造新的商业机会。

中国信息通信研究院云计算与大数据研究所所长何宝宏表示,元宇宙是下一代互联网的发展方向之一,未来三年至五年,娱乐、教育、游戏尤其是会展与元宇宙的结合将取得重大进展。

百度副总裁马杰表示,人们接受新东西的速度很快,大家在疫情期间已经习惯使用线上会议,这是认知上的重要变化。只有真正做好

元宇宙会展,降低成本,提高效率,效果才会越来越好。“线上线下会议同步举办也许就是以后会展的标配。”马杰说。

据悉,在元宇宙会议方面,百度希壤提供一站式技术服务,会议主办方可根据会议规模、会议内容及会议议程设计,快速构建可容纳数十人至数百人乃至上千人、上万人规模的元宇宙会议会场,满足行业峰会、产品发布、论坛研讨、演讲培训的需求。

会展新说

可持续创新帮客户实现双向价值循环

■ 刘志良

创新的法则之一是能够重新定义品牌。重新定义就会有一个价值高低与效率双循环的问题。所有的出发点是基于消费者购买心智。疫情之下,消费者消费产品速度变缓,对美好生活的向往却在加速。疫情发生以来,各行各业受到不同程度的冲击和影响。创新者屡屡能发现机遇,疫情下也不例外。

与传统商业的标准化处理、批量化生产等底层逻辑不同,每个商业项目都有特定的“非标”解决方案,“艺术”是没有量化标准的,但是创新要有一套可量化的逻辑。“创意型企业不能光把精力放在不断打磨作品上,更要把做事逻辑转化成可复制的模型,通过历史数据来优化和改进作品。要意识到通过数据来提升效率的重要性,在项目管理的

过程中既关注可总结、可复制的项目过程,也重视有产出、有价值的项目结果。

如何把场景空间与技术、艺术和市场结合起来,向观众呈现华丽又震撼的沉浸式艺术体验?这其中除了涉及艺术、影像、计算机、网络、数字技术、高科技材料、生物、化学、物理、视觉、表演等跨学科融合成果,还牵扯到如何讲述精彩的故事。人们习惯性地认为,新媒体艺术就是要像小说一样讲荡气回肠的故事,像栩栩如生的图画一般展现在观众面前。当下既是自媒体高度发展的时代,每个创造者都值得被看见,也是打造个人IP的最好时候,每一个人都应该为自己代言。中国美术学院南特设计学院的威展曦指出:“从这个意义上来说,空间、

产品、艺科只不过是领域不同,真正要培养的能力是相通的。”

毋庸置疑,疫情在一定程度上改变了整个市场的运行规则。现在,越来越多的人只讲确定性。一个创业企业必须了解融资的逻辑和方法,比如投资方关心什么,如何发债。创业企业既要懂财务,知道如何最大化利用好资金,也要懂管理,明白如何调动合伙人、员工的能动性,使其各显神通,掌控好项目进度,提升公司效率,还要懂资源整合,挑选合适的外部资源以便更好地完成项目。好的企业与团队要成为一个发动机,每个部门都是齿轮,创始人起到的只是润滑作用,即使没有创始人,它们也能相互配合运转。为此,笔者有两项评估都是基于特定指标:是否产生价值、是否可

持续。价值指的是公司与客户之间产生的双向价值;可持续是指模式可复制、赢利可复制。这都是出于收益最大化、成本最小化考虑,让业务和企业运营进入一个正向循环的做法。

结合硬件、赢利模式、可复制、可持续,使所有内容和硬件匹配,做成模块化输出。近期,笔者与客户一起做了两个展览,进行了科技艺术展馆的连锁化项目尝试,即安徽合肥达芬奇装置艺术大展与塞尚·四季大型沉浸式艺术展,实现“艺术与科技共舞”。客户Sipa中国的负责人表示,他们拥有大量原创IP,希望做一个既高雅又受欢迎的展览,吸引了大量普通观众前来观看,相信元宇宙沉浸式展会未来具有很好的发展前景。

随着数字经济快速发展,沉浸式技术迅速向艺术与创意领域渗透,各种火爆的元宇宙概念为数字艺术展览连锁化提供了新的契机。“Z时代”的原住民在数字体验方面的消费能力会增长,也会推动这一行业步入更高速的发展轨道,沉浸式的展览也会迎来新的风口。

(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、拼格科技潮牌创始人)

刘志良

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)

展现世界 展示精彩

CIEC 中国国际展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

日内瓦车展取消 组织方筹备卡塔尔车展

本报讯 据瑞士日内瓦国际车展组织方日前宣布,取消原定于2023年2月举办的日内瓦国际车展。德新社援引日内瓦国际车展常设委员会的声明称,车展取消是因为“全球经济和地缘政治的不确定性,以及与疫情发展相关的风险”。

目前,日内瓦国际车展组织方计划集中精力筹备定于明年11月在卡塔尔首都多哈举办的日内瓦国际车展子展——“补充性”车展。日内瓦国际车展组织方称,多哈车展预定每两年举行一次。(毛雯)

成都上半年会展业总收入达173亿元

本报讯 日前举行的2022年成都会展人才培训会透露,今年前5月,成都通过线上线下办会达295场,线上线下参与人数突破2000万人次,展出面积达到144万平方米,会展业总收入达到173亿元。

成都今年会展业动作频频:编制完成了《成都市十四五国际会展之都规划建设》,并形成《成都市建设国际会展之都的五年行动计划》;完善了建圈强链政策配套支持,充分发挥政策对会展产业链的激励作用;加强疫情防控指导,印发了《成都市支持会展行业市场主体责任健康发展,促进经济稳定增长的政策措施实施细则》,积极探索会展业与保险业合作,以政策“组合拳”助企纾困。

其中,助企纾困重点支持三类项目。由成都市会展企业举办的线上、线上线下一体化市场化展会项目,经认定后,按照实际投入的40%给予最高不超过50万元补贴。疫情期间成都市会展行业协会等社会组织开展会展专业技能提升等培训项目,按每个培训项目实际投入给予最高不超过20万元补贴。因疫情延期举办的市场化展会项目,经审核后在基本补贴基础上给予30%的上浮补贴,单个项目上浮金额最高不超过100万元。(程绒雪)

香港贸发局与华泰国际开展战略伙伴合作

本报讯 记者日前从香港贸易发展局了解到,香港贸发局与华泰国际金融控股有限公司达成战略合作伙伴。

据了解,香港贸发局正在筹备“创新升级 香港论坛(SmartHK)”,向祖国内地企业推广香港专业服务,华泰将成为“SmartHK 湾区企业对接及创投”合作伙伴。华泰还将参加由香港贸发局在内地举办的香港服务业对接活动,活动内容涵盖金融服务或跨境投资代表团、融资平台对接交流会等。

今年以来,华泰多次参与“香港融资交流活动”。其中,在“香港-湖北企业借力香港融资平台对接交流会”上,香港贸发局为华泰国际精准对接有融资需要的内地企业、涉及生物科技、医疗健康、新型媒体、消费品等。(伊宇)

中国会展经济研究会举办展览项目管理研讨班

本报讯 由中国会展经济研究会主办、中国会展集训营承办的“展览项目管理线上研讨班”近日在“31会议”平台直播。

“31会议”后台数据显示,第一、二节课分别有76名和70名学员按时上线听课。学员在线听课时长均超过60分钟。两次上课期间,共有13名学员通过直播间互动平台提出21个问题。目前,研修班报名人数已超过百人。(张凡)