

创新会展·项目篇

迪拜五大行业展:中企“急保”中东基建市场订单

■ 本报记者 兰馨

自2021年以来,中东地区线下实体展会率先恢复,成为中国企业外贸订单的目标展会。12月5日至8日,2022年迪拜五大行业展览会(BIG 5,以下简称迪拜五大行业展)将在阿联酋迪拜世贸中心举办。据了解,迪拜五大行业展创办于1980年,涵盖建筑材料、五金工具、陶瓷卫浴、空调制冷、建筑机械,经过近40年的发展已成为中东建筑行业展会风向标。

“参加境外国际化专业展,仍然是企业获取订单的最有效途径。”中东国际展览集团(MIE,以下简称中东展览),上海格博展览股份有限公司副总裁肖锋接受《中国贸易报》记者采访时表示,今年,中东展览将组织来自浙江、广东、福建、河北、江苏、山东的超过200家中国企业参加线下迪拜五大行业展,其中多数为疫情

前超过连续十年以上参展的企业,展出面积近2500平方米。受疫情影响,此次迪拜五大行业展中国展团规模只相当于疫情前的20%至30%。

肖锋介绍说,自2021年2月阿联酋恢复线下展后,中国企业在中东市场的竞争对手——土耳其、德国、意大利和印度企业参展获取较好的订单,这令中国企业十分着急。于是,多地与中东展览开展合作,想办法帮助企业解决问题。

2021年,山东省商务厅为帮助外贸企业稳住中东的客商,与中东展览合作,通过远程代参展模式参加2021年迪拜五大行业展,仅有个别企业参加了线下实体展。今年上半年,江苏省贸促会与中东展览合作了2022年迪拜酒店家具展览会(Index)远程代参展。此外,中东展览还与浙江金华市贸促会合作了

2022年坦桑尼亚贸易周(CTW)及2022年埃及五大行业展(BIG 5)远程代参展,与深圳市贸促会合作了阿联酋—深圳电子消费品展览会的远程代参展。

随着新冠肺炎疫情防控取得成效,部分企业不满足于线上远程代参展,更想出境参加线下实体展。今年10月,中东展览组织了55家中国企业参加2022年阿布扎比石油展览会(Adipee),其中,16家企业做了特装展位。企业希望已有客商现场看到企业的实力,以便继续开展商务合作。

据肖锋介绍,因担心明年展位紧张,目前已有企业对将于明年举办的迪拜酒店家具展(Index)、沙特五大行业展(BIG 5)、埃及石油展(EGYPS)、肯尼亚贸易周CTW、迪拜电力能源水处理展(Wetex)、沙

特工业展等表达参展意愿。

此外,五大行业展除在迪拜举办外,作为系列展,还在沙特、尼日利亚、肯尼亚、埃及、埃塞俄比亚、南非举办,已在上列区域产生不小影响力。有参展企业表示,疫情前,其60%至70%的意向订单是在展会达成的。

普华永道今年7月发布的全球投资者信心调研报告系列之《中国投资者在中东地区投资信心观察报告》显示,中资企业看好中东市场的发展前景,尽管在区域产业结构过分依赖石油经济、法律和税收等政策稳定性方面依然存在一定的挑战,有82%的中资企业受访者表示他们正计划或继续深耕中东市场,其中沙特和阿联酋仍是未来3年至5年投资中东的主要目的地。

报告显示,中国投资者经营遍布中东,阿联酋和沙特是最主要的

市场,分别有83%和73%的受访者表示其在这两个国家有业务和市场拓展活动。超半数受访企业已在中东设立总部,其中82%的受访企业将总部设在阿联酋。在中东市场深耕超过10年的受访企业占总数的45%,主要集中在能源和基建两大行业。

根据中东展览的统计显示,中东和非洲国家展会中国企业2021年线下参加实体展的展览面积近500平方米,2022年预计达4500平方米。

肖锋预测,2023年,中国企业到中东和非洲国家参展规模将达到1.5万至2万平方米。目前,石油、天然气、电力、能源行业企业到境外参展意愿最为强烈,特别是油气行业的展会出现展位紧张的现象。其次是建筑建材、工业制造、食品农业、日用消费品等行业的企业。

首届全球数贸会即将在杭州开幕

本报讯(记者 毛雯)12月11日至14日,首届全球数字贸易博览会将在杭州举行,着重展示全球数字贸易发展趋势、中国数字贸易发展成果,为数字贸易领域搭建交流经验、共商发展、促进合作、拓展商机的广阔平台。

数贸会是目前中国唯一经国务院批准的以数字贸易为主题的国家级、全球性的专业博览会,也是杭州数字生态优越性的全方位体现。数据显示,今年前三季度,杭州实现数字贸易额1670.6亿元、服务贸易额2118.3亿元、数字服务贸易额1206.8亿元,分别占全省的41.2%、56.9%、79.1%。

《低碳会展设计导则》在京发布

本报讯(记者 兰馨)在日前线上举办的2022北京国际设计周上,2022北京工业设计促进会可持续设计专业委员会发布《低碳会展设计导则》(以下简称《导则》)。据悉,今年初,北京国际设计周组委会结合自身情况,从会展业切入,委托北京工业设计促进会可持续设计专业委员会,联合清华大学、中央美术学院及北京服装学院,从调研、编制等方面评估“会展如何低碳发展”相关标准。

《导则》全文由总述、平台及组织管理、低碳设计导则、低碳评估、结语及附录六部分组成,主要从“设计助力全行业低碳意识提升”与“设计为行业转型提供可行性建议”两个角度提出建议。一方面设计可以参与到行业标准制定、策划低碳科普教育等多方位带动全行业低碳意识提升;另一方面,也可从设施、交通、空间等角度提供低碳转型的解决方案。

《导则》提出,低碳会展设计可行性建议涉及到会展物质要素的全生命周期的不同环节,包括能源与资源、物流与交通、建筑与空间、道具与设施、展品、餐饮及废弃物管理七个方面。建议覆盖范围广,具有很好的启发意义,如为会展的能源与空间使用提供低碳方案;为会展的物料使用提供减量化、再利用、循环再生的设计策略。

云上会展助力动漫节 首创元宇宙平台

本报讯 以“共富新时代,动漫创未来”为主题的第十八届中国国际动漫节日前在线上举办。此次云上会展助力动漫节,首次开创性推出元宇宙平台——“云上国漫城”,通过“数字孪生”技术,让参与者通过虚拟数字人的身份沉浸式体验在线逛展、互动社交、直播论坛等内容。据悉,此次动漫节超过5万人线上逛展,直播活动53场,最高同时在线1.5万人,线上互动总量超1020万次。(刘婧)

香港STEAM教育展 迎创科发展

本报讯 为配合2022年施政报告提出的大力推动STEAM(科学、科技、工程、艺术和数学)教育,香港特区政府教育局于11月26日至2023年1月31日举办线上STEAM教育博览会2022,主题为“激发创意思维·推动科技创新”。

据了解,本届展会包括国家重点实验室、上院校、学校议会、专业团体、非政府组织及其他政府部门。博览会“线上活动”设学校展览,超过70所本地中小学及两所深圳市学校参展,主题围绕“自动化设计”“人工智能”“大数据”“可持续发展”及“智慧生活”。展会期间举行11个讲座和5个工作坊,内容涵盖农业科技、资讯系统的应用、农业科技等,丰富学生对创新科技的认识。(伊宇)

杭州2022亚运会推出 首创“亚运数字火炬手”

■ 本报记者 毛雯

杭州2022年亚运会组委会日前发布亚运数字人平台,向全球首创性推出“亚运数字火炬手”。据了解,亚运数字火炬手是真实用户在数字亚运世界的数字身份,具有唯一性。亚运数字火炬手将现实世界的“亚运火炬手”拓展至数字世界,让更多的人突破时间、空间限制,直接参与到亚运会这一盛大体育文化活动中。

全球网民通过“智能亚运一站通”参加“爱运动、爱公益、爱绿色”等活动,就可以成为亚运数字火炬手。成为亚运数字火炬手后,可拥有代表亚运数字火炬手独特身份的数字权益,包括个性化的数字形象、杭州亚运会火炬手同款服装和“薪火”同款火炬的数字装扮等。

未来,杭州亚组委将充分发挥亚运数字火炬手简约创新、根植元宇宙的优势,提供形式丰富、体验感强的“元宇宙”服务,如数字城市探索、数字全民健身、虚拟观赛活动等;同时,杭州亚组委将结合亚运火炬活动重大节点,如火种采集、火炬传递等,持续推出新颖的线上火炬传递等系列活动,参与网民将获取专属区块链证书,还有机会获得开幕式门票。亚运数字火炬手系列活动将为网民带来全新的亚运体验,向全球展示数字浙江、数字中国的独特魅力。

本次亚运数字火炬手发布平台“智能亚运一站通”,是亚运史上首个一站式数字观赛平台,通过运用区块链、大数据、人工智能等高新技术,对接数字城市各类资源,整合亚运城市各类场景应用,为观众提供从购票、出行、观赛,到住宿、用餐和旅游等一站式服务。“智能亚运一站通”已推出“跑向2022,争当亚运火炬手”活动,是亚运史上覆盖区域最广、参与人数最多、持续时间最长的线上火炬主题活动,用户通过释放日常行走、跑步积累的步数,解锁全部亚运路线后,就有机会成为杭州亚运会火炬手,目前已有超过60万用户完成了19个站点64条路线。

会展大咖说

情感经济时代会展迎来新发展空间

■ 周景龙

了这一预判。

“情感经济”这一概念是随着人工智能的发展而催生的,该书两位作者罗兰·T·拉斯特和黄明慧将社会经济阶段分为体力经济、思维经济、情感经济这三种不同的阶段。

人类社会出现以来,一直到19世纪都处于体力经济时代,绝大部分的劳动都是体力活,即使有辅助的机器,也都很简单,几乎每一步都要靠人工操作。到20世纪以后,随着工业技术的进一步发展,逐渐出现了各种自动化机器,比如各种流水线设备、机械手臂、工业上的专用机器人等等。像这种自动化机器能摆脱人的手动控制,实现独立运行的机器属于人工智能,是人工智能的最初形态,书里把它叫做“机械人工智能”。机械人工智能推动着我们的社会由体力经济时代进入思维经济时代。

进入21世纪,人工智能逐渐从机械人工智能发展到了思维人工智能的阶段,开始替代使用者处理思考型任务,出现了智能客服、智能推荐、智能投资顾问、智能数据分析、智能风险控制等。思维人工智能的发展,推动人类社会从思维经济时代进入情感经济时代。

可以说,体力经济是过去式,思维经济是进行式,情感经济则是近在眼前的未来式。

看到情感经济未来的发展趋势,会展人需要做哪些改变以适应未来的发展呢?处于思维经济向情感经济过渡阶段的会展业,做出哪些趋势的改变才能跟上时代的步伐呢?

会展行业是一个以“人”为本的行业,情感一直是其重要且不可或缺的元素。而会展活动的核心价值就是汇聚产业的上下游产业链的各环节人群,起到交流、交易、交心的促进作用。情感经济的特点是,机器会更多地负责思维型的工作,人类则是更多地负责情感型的工作。近三年的疫情,会展行业线下会展活动受到了巨大的冲击,业界越来越希望通过数字化、人工智能、元宇宙等新技术来创新会展的服务模式。但在笔者看来,有效利用人工智能为会展服务创新赋能,应从三个方面着力。

首先,需要重视人工智能在会展领域的应用。让更多思维型工作由人工智能去完成,客观地讲,现阶段,会展行业仍有很多会展组织方还停留在体力经济的思维阶段,提倡“加班加点”,尚未应用人工智能

等新技术来处理大量的事务型工作。事实上,当前人工智能已经可以广泛应用于创意设计、文案写作、视频制作等多方面的内容产生中,极大地提高了会展活动流程的效率。随着创新会展服务升级,会展业未来趋势将以人工智能和人类智能进行紧密协作,并各发挥所长。比如,人工智能可以侧重通过数据分析,给出会展项目中的策略建议,会展管理者则侧重于参展商、观众、参会代表、员工及合作者的人文关怀、情绪管理、体验感受,注重会展品牌公众形象的塑造等。

其次,未来的会展人要具备更好的策划能力、沟通表达能力、人际交往关系的能力,这样才能适应情感经济的要求。在疫情的近三年中,会展业搭建的会展体系已经把“社交”放在最重要的地位,通过展前的数字化体系、人工智能技术建立供需双方的连接,更重要的是在会展现场的匹配撮合,打造人为的人与人之间深度交流的商务社交场景,促进参展、参会者的充分交流,建立彼此间的信任,最终达成交易或合作。如此,才能发挥会展业促进其他各产业发展的平台性产业的核心价值。值得注意的是,近两年

整为24小时。玩具展实行重点地区人员酒店、场馆“两点一线”柔性闭环管理。

在安全防疫下,第106届糖酒会充分发挥行业交流、信息沟通和营销推介等平台作用,举办了CFDF全球食品创新大会、VIP采购商供采对接会等配套活动,助力企业拓展国际国内销售渠道。玩具展期间举办的玩具母婴跨境电商论坛及交流对接会等配套活动,为参展企业和专业买家搭建精准对接、高效合作的个性化贸易平台,激发消费市场活力。数据显示,此次糖酒会吸引近30个国家和地区的5000余家食品饮料、酒类、调味品、机械包装及技术服务企业参展,现场交易额超300亿元,拉动消费超30亿元。成都车展汇聚128个国内外知名汽车品牌,展会期间产生订单5735台,成交金额7.1亿元。

最后,在情感经济中,会展教育及人员再培训也应有所改变。既然个体的情感、同理心和人际关系技能将会变得越来越重要,那么教育就需要向这些能力的培养上倾斜。未来,会展教育有必要增加“同理心入门”“情感人工智能”和“如何与人工智能合作”等方面的课程,并且安排更多以小组为单位的合作实习,锻炼学生的人际交往能力。当前,笔者的会展团队在招收新成员加入时,特别侧重团队协作和人际交往的技能的重要性,写作、直播、制作短视频、演讲、策展、做活动,是必须具备的核心技能。

随着情感经济时代的来临,会展行业从业者需要注重培养自身在情感方面的感知力和表达力,如此才能更好地提升会展服务水平,以契合未来创新会展服务的需求。

(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,转载请开明白名单。)