

创新会展·项目篇

等待虽久终将至 行业盛宴滋味美

上海汽配展深圳特展为开年展启幕

■ 本报记者 兰馨

随着深圳2023年开年首场大型专业展的举办,会展行业的烟火气回来了。2月15日至17日,第17届上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会深圳特展(Automechanika Shanghai,以下简称上海汽配展深圳特展)在深圳国际会展中心举办。

本次上海汽配展深圳特展规模达22万平方米,参展商超过3300家。记者在采访中发现,汽车零部件整体水平在提升,三年新冠疫情期间的出口仍在增长,且出现全球采购趋势。

业界人士表示,我国汽车产业发展迅猛,已经成为世界第一大汽车产销国。汽车产业带动汽车零部件制造业经营规模持续扩大,产业配套日益健全。我国已成为全球汽车零部件重要供应集群中心之一。

拼展位参展为“露脸”

“没有展位了,熟悉的同行于是将展位分出一些空间给我们参展。”浙江鑫隆泵业有限公司总经理黄秀清表示,他们的出口业务占50%以上,此次参展主要是与国际采购商见面、交流。过去三年,受疫情影响,双方只在线上沟通,难以取得线下沟通的效果。

黄秀清认为,零部件与其他产

品不同,要触摸到才能真切感受产品功能。与客户面对面交流,是需求趋势与新技术的有效交换,并能建立合作信任关系,更有利于采购意愿的达成。

“一年一次的行业交流,是贴近市场、了解行情的直接方式。”黄秀清认为,参加上海汽配展深圳特展,业界有机会在同一现场看到同行业的新产品、新技术,这与线上交流不同,可以亲身体验。

河北省龙饶县固城配件厂与诸暨一家进出口有限公司同样以拼展位方式参展。“受疫情影响,我们很长时间没有与同行见面交流。这次有机会在行业露面,让业界人士看到我们的产品。”参展人员说。

主办方法兰克福展览(香港)有限公司总经理周劭阡表示,作为Automechanika全球品牌展旗下系列展之一,本次展会为行业应对转型升级提供创新思路。

记者在现场注意到,特装展台成为本届上海汽配展深圳特展的看点之一,每一个展位上都弥漫着交流的热络气氛,甚至令人忘却了此前在全球蔓延的疫情带来的阴影。

品牌竞争激烈

“要让业内第一时间看到我们品

牌的竞争优势。”广东亿达汽车密封件股份有限公司(以下简称广东亿达)参展相关负责人廖南波告诉记者,他们在每届上海汽配展结束后都会预定下届展会的相同展位,以确保下次展会同行还会在熟悉的位置找到他们。

事实上,支撑广东亿达参展的背后,是其出口业务的逐年增长。廖南波介绍说,疫情三年,广东亿达每年出口业务额达1亿元人民币,与国内业务额持平。

“与国内外同行见面很重要,毕竟三年都没机会见面,联络情感是同行间共同的目的。”廖南波坦承,业务多是在参展结束后达成的,展会现场的展示是客户了解企业的最好方式。

“我们现阶段的出口主要是北美市场,来参展可以和业界有更进一步的交流。”常德大恒机械有限公司(以下简称大恒机械)负责人朱传焱告诉记者,过去三年,大恒机械出口业务每年都在增长,主要缘于海外客户需求的增长。

据了解,大恒机械是一家成立于2013年、以生产汽车零部件为主的自营出口企业。朱传焱告诉记者,他们去年10月的出口增长受阻,原因是此前客户基于疫情风险防控等因素的考虑而做了库存储

备。随着疫情防控措施的优化,国际物流逐渐恢复,客户意识到需要尽快消化库存。

朱传焱表示,在长期的供需合作中,与海外采购商建立了良好的合作关系和充分信任。过去三年,大恒机械与海外客户间的沟通较为顺畅,汇率、原材料涨价等因素导致的产品价格上调这一状况得到了客户的理解。令客户欣慰的是,汇率下调后,出口产品也相应调整了价格。

转向研发创新

“我们出口业务占到90%,每届展会参展都与海外客户就需求开展沟通。”杭州津力汽车配件有限公司的参展相关负责人表示,三年后重返展会现场感慨万分,与国际客户面对面交谈更有效果,感觉也更真实。在他们展位上,“浙江制造”字样被放到最显眼的位置,观众路过展位时常常被吸引。

据上海汽配展深圳特展联合主办方之一的中国机械国际合作股份有限公司总经理张力介绍,本届展会开幕前的观众预登记显示,观众数量几乎接近2019年的水平。这标志着中国汽车贸易稳定发展,并向全球行业释放出积极信号。

记者注意到,除了特装大型展

位,还有以集群模块来参展进而联合开拓市场的“一站式”采购名优汽配板块。据了解,参展商多为创新型科技型企业,他们处在正在开发市场阶段。集群模式参展有助于其吸引目标客户的注意力。

记者了解到,为助力参展企业发展技术创新发展,本次上海汽配展深圳特展主办方设置“技术·创新·趋势”主会场、“新基建时代商用车先行”主题展示区、“绿色维修”活动区以及“赛车及高性能改装”活动区四大主题专区,通过产品展示及演讲等活动促进国内外自主创新企业之间的合作与交流。

业内人士表示,随着我国汽车产业的发展和配套零部件行业的成长,我国汽车零部件行业的技术水平和研发能力得到较大幅度提升,已经出现了一批具有自主开发设计能力且规模较大的零部件企业和在细分领域具备较强技术研发能力的中小规模零部件企业。通过同步开发、模具设计与开发、工艺制程、规模化生产等能力的强化,部分汽车零部件企业已经进入全球知名汽车制造商的供应链体系。

据悉,第18届上海汽配展将于11月29日至12月2日回到国家会展中心(上海)举办。

中国会议产业大会开启会奖复苏新篇

■ 本报记者 兰馨



“这是今年全国会展行业举办的首场大型活动。”中国会展经济研究会会长曲维玺日前在第十四届中国会议产业大会(CMIC2022,以下简称会议产业大会)上表示,希望本次会议产业大会为会展行业复苏带来更多信心和动力。

在北京雁栖湖国际会展中心举行的第十四届会议产业大会以“服务 创造”为主题,集聚了上千位会议及奖励旅游业界人士。他们共同探讨多业态并存下的会议会

展中心运营、复苏后的会展行业重新出发等话题。本次会议产业大会是2023年北京怀柔雁栖湖国际会都举办的第一场会展行业活动。

记者了解到,为提升参会体验,并为会议及奖励旅游带来更多优质、新潮的服务商,本届会议产业大会引进虚拟现实技术、采用XR技术,让会议会奖服务方有了全新的观感体验。与此同时,为适应线上直播会议的趋势,会议产业大会首次引进即享影像直播

切片系统和技术。参会代表既可随时查看会议各项活动视频回放,也可精确搜索嘉宾演讲片段,还可即时分享短视频,真正做到高效传播。展场特别设置了声博士静音舱,参会代表可以在其中开展商务会见、办公活动,这也是会议场地空间的一种新选择。

作为本次会议产业大会的联合承办方,北京雁栖湖国际会展中心积极提升会场服务水平。会议商务餐饮在新鲜、美味、安全、精致等方面作了创新,为参会者带来全新体验。

国家会议中心二期联合竞标合作签订仪式在京举行

本报讯(记者 兰馨)国家会议中心二期的建设及运营单位北京北辰会展投资有限公司与中国国际航空股份有限公司、中国贸促会商业行业委员会、迈氏会展集团中国近日签订联合竞标合作意向书。今后,国家会议中心二期将与三家联合竞标合作方通力合作,联合各自在场地设施、航班航线、政策支持、会议策划等领域的资源优势,为国内各类主办机构提供举办国际会展项目的全过程支持服务。

据悉,国家会议中心二期将通过与国内

外行业合作伙伴建立合作关系,借助各自的品牌影响力通力合作,共同开展高规格大型国际会展项目的竞标,为参会者提供更高质量的产品和服务,携手打造我国会展业的国际竞争新优势。

据了解,国家会议中心二期项目位于北京奥林匹克公园中心区,由主体建筑和配套建筑组成,由北京北辰会展投资有限公司建设并运营。该项目主体部分为会议中心,拥有42万平方米的建筑面积、27万平方米的会议和活动空间,预计2025年投

入使用。

国家会议中心二期综合体是集高端写字楼北辰中心、购物中心北辰荟及酒店等资源配套的复合型国际交往平台,可“一站式”满足多元化商务需求。国家会议中心二期会议设施可提供会议区、休息区、展览区、餐饮区,为高端VIP活动提供独立空间,多个活动可在此同时举办。场馆还将搭建基于区块链、5G、云计算、物联网等新技术创新的数字化场景平台,实现会议与会展的创新。

哈尔滨打造冰雪美食节

■ 本报记者 毛雯

首届中国(哈尔滨)冰雪美食节日前在哈尔滨西城红场开幕。

据悉,本届冰雪美食节由中国饭店协会、哈尔滨市政府联合主办,首创“冰雪美食”概念,以“赏冰·乐雪·品美食”为主题,通过四大板块(展览展示、技能竞赛、论坛会议和促消费活动)促进冰雪产业中美食板块高质量发展。

“哈尔滨是全国乃至国际知名的冰城,具有举办冰雪美食节独特的优势。”商务部原副部长、全国政协经济委员会副主任房爱卿表示,冰雪美食节是“冷资源”与“热产业”的融合,也是冰与火形成的独特消费场景,符合当下个性化的消费需求。

哈尔滨市副市长郭顺民表示,首届冰雪美食节旨在进一步弘扬中华传统美食文化,推广哈尔滨地道美食及特色食材,提升哈尔滨美食的知名度和影响力,推动餐饮与文化旅游相关产业融合发展。

提升哈尔滨美食的知名度和影响力,推动餐

饮与文化旅游相关产业融合发展。围绕冰雪美食、养生美食、冬奥美食三大主题,首届冰雪美食节展出了百余道菜品。马迭尔、秋林、北大荒集团等近120余家参展商展示了产品,包括绿色绿色食品、酒水饮品、粮油、肉类、休闲食品。

冰雪美食节期间举办了首届中国(哈尔滨)冰雪美食节高峰论坛、哈尔滨预制菜产业发展论坛和首届冰雪美食厨艺创新论坛,探讨冰雪产业运营与市场机遇。本届冰雪节还采用3D云展馆形式,通过CHA在线小程序开设“冰雪美食”云展,上线产品达300余种,上线企业超过200家。

中国饭店协会在本届美食节期间与哈尔滨市政府签署了三方合作协议。根据协议,冰雪美食节将在哈尔滨连续举办三届。

会展新说

文化IP“元动力”的春天何时来?

■ 宋晓东

万物复苏,春满枝芽。“元宇宙”这一概念已经走过三个年头,逐渐朝着落地的方向发展,行业也开始回归理性。各行各业涌现很多案例,这些案例或多或少有些“新瓶装旧酒”的意味,很多案例只是在数字技术的原有基础上换了个名字,虽然也属于元宇宙底层技术的一部分,但真正能够系统性产生效益的案例少之又少。如何才能通过元宇宙技术真正高质量实现文化IP的再造,仍旧需要大量的探索和实践。

首先,我们应该在文化IP方面确立一个长远目标,目标在于如何带动整个文旅片区的知名度。这就涉及在IP的挖掘方面或者地域文化方面的独特一面,这一面是构成文旅元宇宙差异化的根本。此前,业界总觉得元宇宙能解决所有问

题,但慢慢发现技术迭代更新解决不了内容空乏的问题。因此,关键一招还在于内容的深度挖掘和有效转化。当然,文化的借势也很重要,一个区域的文旅产品能否出现火爆于市的场面,既要符合当下潮流,也要学会抢占文化发展的历史机遇。这样的例子有很多,西安、张家界都做出了颇具影响力的爆款事件。

其次,注重提升城市文化品牌影响力,如此才能让元宇宙产生持续不断的创造话题。其实,这句话反着说也可以。为什么要讲文化品牌前置?原因在于文化品牌是一个城市或者地方长远思考的事情,千万不要本末倒置,不要被技术左右。元宇宙只是赋能的一种方式,并不能代替文化品牌运营缺陷所带来的持续造血问题。当然,元宇宙

可以是文化品牌出圈的一个非常重要的手段,甚至是当下市场关键的手段。前段时间,湖州潞村开馆的《典籍里的中国》陈列馆项目可以说是一个较为典型的案例。作为央视成功打造的文化IP,《典籍里的中国》落地湖州潞村有其独特的历史文化渊源。潞村作为千年历史古村,“科第系传,簪缨联绵”,自古便是诗书传家之地,形成了渊厚的进士文化,成为江南典型的“科举世家”。著名的“世界丝绸之源”钱山漾遗址也位于潞村,湖州本地的典籍更是不可胜数。因此,潞村借势央视超级文化IP,运用当下最火热的元宇宙沉浸式体验方式,全面诠释“在湖州,沉浸典籍,大阅中国”的文化品牌形象。若没有此次文化元宇宙及文化品牌的探索和实践,湖

州潞村也很难再次迅速走进大众的视野。

其实,文化IP的“元动力”需要我们开展一次次全新模式探索。在国内像潞村一样充满魅力的古村落数不胜数,我们可以着眼于中国文化的大本营——特色乡村,将中国每一寸土地上的沉淀的文化存量盘活,这既可以实现乡村振兴的一种全新探索模式,也可以拓宽文旅元宇宙的市场边界,丰富市场上文化IP多样化的来源。潞村“自身的历史厚度+超级文化IP+元宇宙体验”的落地,无疑为潞村打开了文旅发展、乡村振兴全新的道路。它向大众展示了乡村振兴的文旅典范。在文化铸魂、元宇宙赋能、老建筑活化、优化运营之下,优秀的文旅IP不仅可以提升文化商业价值、带动当地产业发展,也可以承担

起“传千年之经义,燃万古之明灯”的文化重任。

新经济时代,文化IP需要元宇宙等新的形态或技术来诠释,元宇宙也需要更多的文化IP来赋予其厚度。无论是文化知名度的打造,还是文化品牌的建设、文化存量的盘活,只有将内涵和技术二者融合共生,才能发挥出文化IP的真正“元动力”,才能让文旅元宇宙迎来真正的春天。

(作者系上海海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

中国国际贸易中心集团

会展传真

上海发布新版服贸政策 促进会展服务发展

本报讯(记者 毛雯)上海市商务委员会近日联合多部门印发《上海市服务贸易促进指导目录(2022年版)》。

其中,专业服务贸易涉及会展服务,上海市促进目标为通过扶持、引进、合作等方式打造一批国际化水平较高的专业办展企业和会展项目;支持办展企业积极引进国内外品牌展会,培育一批符合国家产业导向的专业精品展;积极推动企业海外办展,培育一批具有核心竞争力的中小型国际专业展会;大力推进网上会展发展,打造全国领先、功能齐全、服务水平一流的网上会展平台,努力将上海打造成为国际会展之都。培育重点包括展览主(承)办、会议主(承)办、展示工程、会展场馆。

澳门旅游会展业 全力迎接市场复苏

本报讯 春节假期取得佳绩后,澳门旅游会展业相关部门及业界对2023年旅游会展市场寄予厚望,全力迎接市场复苏。

澳门特区政府贸易投资促进局代主席余雨生表示,对外招揽会展活动落户澳门,是澳门今年重点部署工作之一,澳门今年将举办700至1000项会展活动,比去年同比增加至少四成。

澳门会展产业联合商会会长卢宏骏表示,他们在农历新年后陆续收到许多客户的咨询,目前逾60个项目在洽谈阶段。在场地、配套、政策激励等措施的叠加下,澳门会展市场极具竞争力。

澳门特区政府旅游局相关负责人表示,旅游局持续与业界沟通,确保各项安排顺畅,并计划联动业界在内地主要客源地举办宣传推介项目,为两地业界搭建交流对接桥梁,促进团队游复苏,同时加强监督和巡查工作,保证旅游服务质量,维护澳门旅游形象。

澳门导游促进会会长吴勇为表示,导游是重要的城市名片,未来他们将与旅游局、旅游学院为业界提供更专业的师资,为澳门打造“一中心、一平台、一基地”出力。(李寒芳)

2023数博会涵盖“会、展、发布和大赛”

本报讯 2月20日,2023中国国际大数据产业博览会新闻发布会在北京举行。会上宣布,2023数博会于5月26日至28日在贵州贵阳举办。本届数博会由国家发改委、工信部、国家网信办、贵州省政府主办。

据了解,本届数博会以“数实相融 算启未来”为主题,围绕“一会、一展、一发布、一大赛”以及商贸投资洽谈开展相关活动。同期举办贵阳工业博览会,加快促进重点产业全链条数字化转型,推动数字经济与实体经济深度融合发展。

其中,“一会”包括开幕式、闭幕式(新闻发布会)、数博夜话、高端对话、专业论坛;“一展”即线下设置国际综合馆、东数西算馆、数字产业馆、产业数字馆、创新场景馆、数字生活馆;“一发布”即数博会领先科技成果奖;“一大赛”指的是举办四项赛事活动,包括工业互联网应用场景大赛、大数据及网络安全精英对抗赛、爽爽贵阳电子竞技大赛、数据场景应用创新大赛。

据悉,贵州将抢抓国发(2022)2号文件出台的历史机遇,加快建设国家大数据综合试验区 and 数字经济发展创新区,积极打造面向全国的算力保障基地,在实施数字经济战略上抢新机,为国家大数据战略和数字中国建设贡献更多的贵州力量和贵州实践。(李华)