

创新会展·项目篇

走出去,为进博会扩海外“生态圈”招展

■ 本报记者 毛雯

2月21日,第六届中国国际进口博览会(简称进博会)举办首场宣介会——绿色智能家电及家居专区宣介会。

记者了解到,第六届进博会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)线下举办,目前有500余家企业签约参展,展览面积超过20万平方米。

中国国际进口博览局副局长刘福学表示,今年以来,我国入境政策持续优化,跨境经贸互动迎来新机遇。在此背景下,进博局将加大走出去的力度,增加面对面的走访,邀请更多当地“生态圈”潜在参展商、专业观众参加进博会。

企业商业展是进博会的重要组

成部分,六大展区各具特色。其中,消费品展区位列2022年第五届进博会传播热度榜第一,已经成为全球消费好物的聚集之地。消费品展区内的绿色智能家电及家居专区更是汇聚了众多全球领军企业和优质资源。

2021年成立的进博会展商联盟绿色智能家电家居专委会,发挥了优质展商的示范引领作用,助力中国家电家居行业绿色化、智能化发展。此次宣介会上,绿色智能家电家居专委会换届,松下接棒成为新任会长单位,宜家 and 倍世成为新任副会长单位。

松下电器中国东北亚公司副总裁、松下电器(中国)有限公司总裁赵炳弟表示,松下希望发挥绿色智

能家电家居专委会会长单位的带头作用,与同行就可持续发展、绿色生态以及科技创新等方面进行更深层次的交流,为中国“双碳”目标的实现贡献力量。

为顺应后疫情时代高品质家庭消费升级的趋势,第六届进博会绿色智能家电及家居专区将立足家电、家居行业,以家庭核心应用场景为布局理念,引导参展企业集中呈现各类绿色、智能、酷炫的“家庭生活黑科技”,打造一个绿色可持续的智慧生活样板空间。

据透露,为迎接第六届进博会,国家有关部门将继续实施展品税收优惠、通关和市场准入等多项配套支持政策,进博局将在政策发布后及时向参展商通报,协调做好政策

解读等工作。今年预计大量展商将从海外入境参展,进博局将协助出具邀请函,积极推动有关方面为各国展客商提供入境便利。第六届进博会将从策展布展、精准招商、配套活动、支持政策、服务保障等方面推出多项举措,为与会者带来更好的服务。

多次参加进博会的博西家用电器(中国)有限公司销售大区高级副总裁王振飞表示,博西家电一直与专委会各成员企业紧密合作、共同努力。在家电家居行业绿色智能化发展生产方式转变以及消费升级的进程中,各家庭成员单位积极发挥自身优势和行业影响力,助力家电家居行业迈向高质量和可持续发展道路。

宜家(中国)投资有限公司企业传播及公共事务副总裁阮林娟表示,希望进一步倡导家具家居行业的绿色、可持续发展理念,为大众创造更可持续的居家生活。

作为进博会的合作伙伴,红星美凯龙从首届进博会就发挥全球化经营优势,引进了近30家进口家居品牌参展进博会,包括卡路福、金可儿、舒达、海斯腾等。

“据我们了解,大量国际品牌希望通过第六届进博会的平台进入中国市场。”红星美凯龙家居集团执行总裁朱家桂表示,红星美凯龙今年将同步引进家居和高端进口电器品牌参展进博会,品牌数量将进一步扩大,实现进口品牌和进博会的精准对接。

川粤会展合作共谋聚合效应

■ 伊宇

以“‘川粤’千里会高朋,共创共‘蓉’展未来”为主题的中国西部国际博览城合作伙伴大会(大湾区)日前在广州举办。大会签署重大展会项目8个、场馆战略合作协议4个、会展场馆战略合作协议2个。

此次活动由成都市博览局、四川天府新区文创和会展局指导,四川天府国际会展集团有限公司、成都会展联盟主办,广东会展展展企业协会、深圳市会议展览业协会协办。

此次活动通过四川省与粤港澳大湾区会展产业生态链上下游企业的交流与对接,探讨后疫情时代会展产业跨区域合作的机遇与潜力,围绕将西博城打造成为“国际展览新高地、会议全球目的地”的目标,引进大湾区规模性、高质量展会。

近年来,四川省、成都市加大会展业发展力度,尤其是成都将会展业纳入20个重点产业链之一。2022年,成都市博览局发布《成都市“十四五”国际会展之都建设规划机会清单》,包括名馆提升行动、名展倍增行动、名会突破行动、名企壮大行动、人才招培行动5类项目,共计74条项目清单。成都期待与更多机构和企业携手,围绕成都会展业共谋高质量发展。近年来,国际展览巨头励展、英富曼、汉诺威、意大利展览集团、荷兰皇家展览集团,以及东浩兰生会展集团纷纷布局成都。

四川省政府驻广州办事处主任王德胜表示,四川希望携手粤港澳大湾区一道在会展业上双向发力,充分利用区域会展业战略联动所产生的显著乘数效应,推动两地会展业形成“1+1>2”的高质量发展聚合效应。

“展会是抢占市场订单的有效方式。”广东会展组展企业协会会长刘松萍表示,在双循环背景下,粤港澳大湾区会展主办方要挖掘参展企业的内贸需求,帮助企业开拓广阔的内销市场,而成都都是很好的下一站。



图为2023春季全球高端食品展览会展会现场。

深圳专业会展复展加速

■ 本报记者 兰馨

连日来,深圳国际会展中心(宝安)大型专业展会“排队”举办。继第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闭幕,2月22日,规模10万平方米的2023春季全球高端食品展览会(简称全食展)开幕,参展企业超过1500家,预计专业观众12万人次。

该展会由中国副食流通协会支持,北京龙品锡展览有限公司主办,深圳龙品锡展览有限公司承办。据了解,除国内参展商外,还有来自法国、意大利、希腊、比利时、保加利亚、南非、日本、韩国、伊朗、阿富汗、斯里兰卡、乌兹别克斯坦等30多个国家和地区的企业参展。

为满足经销商及供应商对预制菜的采购需求,本届全食展首次设置预制菜专区。据主办方透露,今年起,全食展持续关注预制菜赛道。未来,全食展将把预制菜专区发展成全国规模最大、品类最全、品牌最多的预制菜展区,为中国预制菜行业的发展提供服务平台。

南京开年首展聚焦跨境电商产业闭环生态

■ 本报记者 兰馨

记者日前从中国贸促会商业行业委员会获悉,中国(南京)国际电商产业博览会(CIEIE,简称电商博览会)及第十五届全球自有品牌产品亚洲展(PLF,简称品牌产品亚洲展)将于3月下旬在南京国际博览中心同期举办。

据悉,双展联动,合作内容包括各自发挥资源优势,整合各自在跨境电商生态圈、品牌商、生产商制造商厂家等资源,联合发布行业资讯,跨境电商助力品牌出海,共享推广宣传资源等内容,发挥“1+1>2”的效果。

据了解,作为南京首个跨境电商行业展,电商博览会将以“精品选品、创客引领、人才对接、

双线驱动”为宗旨,打造跨境电商产业闭环生态。本届电商博览会覆盖全国50多个产业带,同时引入创客专区,为专业观众及电商卖家提供各类新品,实现选品采购。主办方还将邀请国内外主流跨境电商平台及知名服务商到场,举办50多场专业论坛及精准对接会,一站式解决跨境电商行业资源对接问题。

品牌产品亚洲展以“融合、发展”为主题,是为零售商提供零售商品及自有品牌产品供应商的B2B专业贸易平台,包括展览、峰会、论坛、首发报告、商品秀、精准对接等多项活动,覆盖零售消费品全品类,囊括食品、非食、生鲜三大板

块、43大品类的生产企业,促进优质供应链体系快速对接零售企业。

据悉,两展规模达7.8万平方米,预计吸引超10万人次观众参展和采购。展会同期将举行数百场配套活动,包括中国(南京)跨境电商产业高质量发展论坛、各大主流跨境电商平台运营专场论坛、各大服务商服务推介论坛、南京市建邺区招商政策解读专场分享会、第十九届全国连锁商业战略发展论坛、第十五届全球自有品牌高峰论坛、中国零售渠道招商会、天猫超市自有品牌“喵满分”品牌首发、精准对接会。

会展大咖说

ChatGPT等AIGC应用对会展业是喜是忧?

■ 周景龙



作者简介
道同共创(北京)科技有限公司
CEO兼创始人

近期,ChatGPT刷爆了科技圈,而它属于一个领域——AIGC。AIGC全称为AI-Generated Content,即利用人工智能技术来自动生产内容。藉此,笔者与会展业界人士探讨AIGC会对会展业产生哪些影响?会展人将如何应对?

AIGC可以通过大量的训练数据和生成算法模型,自动生成

文本、图片、音乐、视频、3D交互内容等各种形式的内容。当前流行产品有ChatGPT、Stable Diffusion、ElevenLabs等。ChatGPT已是众所周知的一款人工智能语言模型。Stable Diffusion是一款文本到图像的人工智能产品模型,它将使普通人在几秒钟创作出令人惊叹的艺术作品。ElevenLabs被认为是最接近真人的一款AI语音生成工具产品。将这些应用结合起来使用,可产生“无中生有”“以假乱真”的音视频作品。

那么,AIGC会不会对会展业造成影响呢?笔者的答案是不会。可以说,会展业是一个很难被人工智能冲击的行业。但AIGC会对会展从业群体带来一定影响。众所周知,机器替代人是一个未来的趋势。在笔者看来,AIGC将成为会展人最好的工作伙伴和助手。

虽然AIGC已经可以“无中生有”或“弄虚作假”。但有假必有真,只要有假的东西存在,真实的东西就会变得越来越有价值。会展活动现场的亲身体验,面对面的真实社

交是建立商业信任的基石,会展营销是企业拓展市场树立品牌影响力的刚需,三年新冠疫情也证明了这一点,即线上交流是无法达到真人社交场景而产生的效果。AIGC应该为会展业释放出更好、更快、更便宜的生产力,把创作内容工作的边际成本降为零,从而创造出较高的劳动生产率 and 商业价值。

会展人的工作是复杂的,综合性很强,不仅要产生营销内容及策划方案,还要有具体运营执行的行动力。人工智能产生的内容只是会展工作的一小部分,不能完全替代人工。

另外,AI产生的内容只是基于已经存在的知识和经验,产生内容本质上是元素的检索及模仿人类思维的一种重构,只能替代低水平的重复内容工作。而会展工作需要新颖的创意和持续的创新,高水平的思维还是需要人来完成。

还有一个关键点,就是ChatGPT交互起来虽然已经有了某些人性,但还是缺乏真正的“人情”。情感是人类社交的重要元素,

并且复杂且多样。即使人工智能想要模仿,也很容易被拆穿。

综上所述,对于大多数会展人来说,ChatGPT是不会影响到我们的“饭碗”的,原因在于合格的会展人有着良好的策划能力和社交沟通能力,具备较高情商。接下来,我们也应该学会与AI协同合作的能力,提高我们的效率。具体要怎么做呢?

首先,要提升学习能力。要知道为什么学习以及学习什么。未来,学习知识将越来越不重要,因为AI助手是可以让我们快速便捷获得所需知识,所以要通过学习提升我们的领导力、协同力、想象力、行动力和创新力。

其次,要提升提问能力。要向人工智能提问,通过向ChatGPT提出合适问题,获得以往各领域专家取得的成果和经验。

再次,不要将ChatGPT的观点当做依据。由于AI搜索及重构得出的结论也很有可能是错误的,因此,我们更要具备成长型思维和批判性思维,只将ChatGPT

的结果当做参考,要有独立思考的能力。

最后,行动力将变得越来越重要。一方面,随着优秀AIGC应用不断涌现,普通人也可以很便捷、很容易地使用AI。我们应该积极拥抱它们,将AI应用变成会展人的工作助手,高效解决问题。另一方面,AI助手让我们很容易地获得新知识、新思路、新方案,也容易让人迷惑,因此,最重要的是,要去实践、去验证,提高行动力,既要知道又要做到。

AIGC应用的发展与之前移动互联网应用的发展是很相似的,这将是真正的新一代平台级的机会。互联网领域一直不缺少“噱头”,却多年没有出现像ChatGPT这么令人兴奋而充满想象的应用。会展人要抓住AIGC给我们带来的巨大机会,推动会展数字化融合发展。

(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。)

展现世界 展示精彩

中国国际展览中心(集团)有限公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CO.,LTD.

会展传真

UFI亚太区年会即将在马来西亚举办

本报讯 2023UFI亚太区年会将于3月2日至3日在马来西亚吉隆坡会议中心举办。这是UFI亚太区会议是疫情后首次恢复线下举办。

受马来西亚会展局邀请,UFI China Club组织来自上海、北京、深圳、青岛等地的20多位会员代表参会,与亚太区域同行开展疫情后合作的探讨与交流。

据了解,此次亚太区年会将有19位来自世界各地的专家、行业领先者将就亚洲展览业回归进行观点分享。5位中国会员代表将代表主办方、场馆、先进的数字服务商分享交流。(钟小冰)

博鳌亚洲论坛2023年年会恢复线下

本报讯 博鳌亚洲论坛官网日前更新博鳌亚洲论坛2023年年会日程。日程显示,博鳌亚洲论坛2023年年会将于3月28日至31日在海南博鳌举行。本次年会主题为“不确定的世界:团结合作迎挑战,开放包容促发展”,将以线下方式举行。

根据公布显示,此次年会将邀请各国政商界等各界代表,围绕年会主题以及“发展与普惠”“治理与安全”“区域与全球”“当下与未来”四个板块议题展开讨论,共商疫后世界发展大计,促进国际团结与合作。年会将围绕“下一代互联网”“产业链供应链新格局”“一带一路:共享发展机遇”“世界经济展望”“科技竞争与合作”“亚洲区域合作:新机遇,新挑战”“碳中和:困局与破局”等主题举行一系列活动。(海芮)

中关村国家自主创新示范区展示中心迎津冀客人

本报讯 天津市党政代表团、河北省党政代表团近日先后赴北京中关村国家自主创新示范区展示中心参观,推动京津冀协同发展走深走实。

据悉,天津市党政代表团在中关村国家自主创新示范区展示中心考察了智能制造、高端装备、智能驾驶、生物医药、区块链等领域成果展;河北省党政代表团在中关村国家自主创新示范区展示中心了解了新一代信息技术、新能源、医疗器械等前沿技术成果和应用。

北京市委书记尹力在会见代表团成员时表示,京津冀协同发展已进入全面实施实施的新阶段,新征程上要把握协同发展历史主动,坚持优势互补、互利共赢,深化区域合作。(何秉)

香港启动今年首轮商贸展

本报讯(记者 兰馨)记者日前从香港贸发局了解到,第39届香港国际珠宝展及第9届香港国际钻石、宝石及珍珠展将于3月1日至5日在香港会议展览中心举行,这是由香港贸发局启动的2023年首轮商贸展,助力香港企业抢抓国际商贸机遇。

香港贸发局副局长张淑芬表示,本届两项珠宝展吸引了来自34个国家和地区的2300多家企业参展,海外参展商超过50%。香港贸发局组织来自70个国家和地区100个买家团、超过1万多名非本地买家参观采购。对比去年,今年非本地展商有明显增幅,会展业及国际商贸合作将得到快速恢复。

本届两项珠宝展期间将举办超过20项活动及研讨会,主题包括区块链及NFT赋能闪闪生辉珠宝业、“不忘初心 香港珠宝服务全球”,从消费文化到市场机遇、珐琅匠心工艺、新贵金属及宝石交易商注册制度简介,以及“产学研用”创新融合,涵盖范围广泛,帮助业界掌握市场脉搏、促进行业交流。展会期间会举行多场交流酒会及珠宝汇演等活动,第24届香港珠宝设计比赛获奖作品也将于展会期间展出。