

创新会展·企业篇

数实融合：会展行业竞争的新场景

■ 本报记者 兰馨

国务院2月27日印发的《数字中国建设整体布局规划》(以下简称《规划》)提出,全面提升数字中国建设的整体性、系统性、协同性,促进数字经济和实体经济深度融合,以数字化驱动生产生活和治理方式变革。《规划》中提及的“促进数字经济和实体经济深度融合”被简称为“数实融合”,这正是会展行业下面面临的新发展模式。

3月1日,在31会议第六届用户和伙伴年会“31 CONNECT 2023”上,现场超过300人参会并参加实操培训,4000多人通过“云会展星空”+“整合直播平台”线上沉浸式远程参会。与会者努力掌握31会议产品数字化升级的新场景、新应用。

数实融合是大势所趋

“数字化和线下实体展融合才刚刚开始。”在31会议联合创始人、CEO万涛看来,2023年应为数字化和线下实体展的融合元年。

万涛表示,新冠疫情三年期间的数字会展被业界认为是线上会展,实际上,线上会展只是数字会展的一部分,并不是全部。疫情三年令线下实体会展活动处于停办、延

期状态,客观来说,这给数字会展特别是线上会展提供了发展机会和空间。然而,随着线下实体展的复展,其红利已耗尽,边际收益几乎没有。也就是说,线上会展的单边增长已经达到极限。

万涛强调,数字会展与线下实体展是一体的两面,相互协同,并不冲突。新冠疫情三年,由于防控需要,数字会展与线下实体展“相思而不得相见”。随着线下实体展复展,数字会展与线下实体展真正实现相互融合,这表明数实融合会展创新模式揭开新的篇章。

“31产品家族提供会展全场景组合服务。”万涛介绍说,此次推出的EventOS5.0实现用户数据、业务数据、行为数据等,无论举办大会、小会、办展还是进行线上直播、研讨会,或是hybrid的融合模式,所有的数据都在一个平台上,且所有账号统一,不再有任何切换。这一平台不仅实现了内部能力的重复使用,而且实现了网络API能力集成和复用。

新旧能力重新配置

有研究人士指出,在当下数字化大潮中,基本有三类企业:第一类是全面拥抱数字化的;第二类是对

数字化半推半就的;第三类是根本不理数字化的。研究发现,第一类与第三类绩效最好,而半推半就型的绩效最差。由此可见,在数字化赋能中,企业面临新旧能力的重新配置。

“数字化是‘新旧’会展的分水岭。”在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看来,会展行业已从“线下B2B展览+交易”的传统模式逐步向线上线下一体化的B2B2P2C全年无休的创新模式转型。

据记者了解,在数字化转型方面,博华展览已实现在线会展从展品发布走向供应链与客户端频繁活动的新模式,其背后由跨部门委员会设立的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)作运营支撑。简单来讲,即分为技术、内容、创意策划三大部分。

从博华展览发展构架中不难看出,其经历了数字化三次浪潮的轨迹。换句话说,在数字经济下,博华展览的新优势是构建了一支人才团

队,并实施了新阶段的战略布局。

在博华展览方面看来,数字化转型仍是依托于传统展览项目基础上,这意味着,会展行业需要进行新旧资源与能力的重新配置,利用数字化搭建新型“撮合”平台。

扩大“服务+运营”外延

“31会议产品提供的不是普通的线上会展服务,是数字化协同管理模式。”广西国际博览集团有限公司副总经理邓诗军介绍说,他们目前正在使用31会议产品,服务南宁国际会展中心承接的会展活动。

在31 CONNECT 2023期间,上海八彦图信息科技有限公司与广西国际博览集团有限公司签署战略合作协议。

“31会议产品是集成的,不必担心数据的安全。”邓诗军表示,日前在南宁国际会展中心举办的2023广西·东盟国际纺织服装产业博览会(以下简称东盟纺博会)上,主办方通过打造一站式展览展示、互动体验、电商峰会、服装秀场、供需匹配、招商推介、资源对接的产业服务平台,进一步释放广西独有的区位、资源、产业、市场等优势。服务东盟纺博会的运行管理平台正是31会议升级后的产品。

“此次东盟纺博会为企业更好地走向东盟市场搭建了交流平台。”在业界人士中国纺织工业联合会副会长杨兆华看来,本次东盟纺博会的举办,有利于打造纺织服装产、学、研、销一体化交流对接平台,完善广西纺织工业全产业链,培育龙头企业。

数据显示,2022年,纺织品服装出口总额达3409.5亿美元,同比增长2.5%,再创历史新高。其中,我国对东盟出口纺织品服装达582亿美元,同比增长14.8%,东盟首次成为纺织行业第一大出口市场。

对此,广西轻工纺织产业链招商专班(纺织板块)牵头单位、广西贸促会副会长伍娟表示,广西纺织服装产业具有区位、交通、产业和政策四大发展优势。其中,广西公路、铁路、港航、空运等物流灵活便利,在面向东盟国家的跨境运输中优势明显,对有效应对疫情情况下港口船期长、货物压箱等风险起到了积极作用。

作为东盟纺博会组委会秘书长,邓诗军表示,将通过3至5年的培育,使东盟纺博会成为面向东盟的、有影响力和全面覆盖纺织服装业的全产业链展会,为推广广西纺织服装产业转型升级、实现产业高质量发展和建设对外开放高地拓宽路径。

海南印发文体会展活动恢复振兴若干措施

■ 本报记者 兰馨

《关于促进海南文体会展活动恢复振兴的若干措施》(以下简称《措施》)已于近日由海南省人民政府办公厅印发。海南决定重启六大品牌体育赛事活动(环海南岛国际公路自行车赛、环海南岛国际帆船赛、海南高尔夫球公开赛、海南国际马拉松、国际旅游岛帆板大奖赛、海南省全民健身运动会),进一步促进海南文化展演、体育赛事和会展活动快速复苏,加快推进国际旅游消费中心建设。

《措施》要求,增加文化展演、体育赛事和会展活动产品供给。继续开展“体育+旅游”“旅游+”的精品赛事以及“文艺演出助游琼”活动。全年举办各类会议和展览不低于600场,举办各项体育赛事活动不低于500项。鼓励市县发放文体消费券刺激市场消费,出台促进文体消费政策措施。

《措施》强调,利用海南省促进经济高质量发展资金支持各类大型会展项目来琼举办,鼓励各市县根据实际,围绕参会人数、酒店间夜数、展位数量等制定会展激励政策。《措施》明确,设立体育赛事文艺展演专项支持资金,总规模1.1亿元。鼓励市县参照本措施设立专项奖补资金,刺激社会力量投资办展办赛。

《措施》还鼓励国际体育组织、总部企业、文体会展人才落户海南,加大人才引进力度。鼓励市场主体引进和投资文化展演及体育项目,建立多部门协同服务机制。通过援企稳岗、降低土地成本等政策降低企业运营成本。提供安全保障支持措施,确保安全办展办赛。

会展新说

线下实体展复展后,线上展何去何从?

■ 高竞佳

随着新冠疫情被列为“乙类乙管”,社会生活秩序逐渐回归正常。作为现代服务业的重要组成部分,会展业是遭受疫情打击最为沉重的行业之一。2003年的“非典”疫情客观上促进了电子商务的发展,十几年后,新冠疫情客观上刺激会展行业加快了线上展会探索与实践的步伐,“直播+”时代催生的线上展成为应急良药。

2020年4月13日,商务部发布《关于创新展会服务模式培育展览业发展新动能有关工作的通知》,就加快推进展览业转型升级和创新发展,积极打造线上展会新平台做出指示,并鼓励各地细化线上线下展会扶持措施,制定专项支持资金,促进线上展发展提升。

当下,线下实体展会纷纷复展,“报复性”参展红利开启。摆在各大展会主办方、组织方面面的问题,已如何做好“线上展”更新为线上系统如何与线下实体展融合。对此,笔者有几点看法与业界探讨。

一是建立心理认知,培养用户习惯。主办方作为展会发起者,应首先认同线上线下融合办展模式,自上而下地将融合办展模式贯穿整个团队,

从而影响参展商和专业观众。我国线上展会发展起步较晚且发展缓慢。新冠疫情发生前,我国大部分展会仅有展会官网来承担展会信息发布、宣传等功能,并没有成熟的线上展系统,少部分行业龙头展会开始学习国际先进展会,积极摸索线上展,将参展商名录提前进行展示并支持在线搜索,部分同期活动支持线上提前官网预约门票(但只停留在线上展会1.0版本)。笔者2018年作为专业观众参加美国IMEX展感受颇深:展前在线上系统填写了大量信息(包括过往项目经历、未来项目计划、公司信息 etc),填写完之后进入线上预约环节,该环节精确到参展单位的现场每位接待人员的可预约时间(以30分钟为预约单位)。按照程序操作之后,最后生成专属预约日程表及参观展位地图,现场按照日程表即可找到预约的接待人员,展位上都是洽谈的热络景象。种种细节让观众感受到,主办方真正做到了“准备工作做在前面”,将宝贵的面对面交流时间留在现场。

二是抓准核心需求,万变不离其宗。展会作为参展商和专业观众交流合作的线下场域,短短3至5天

将所在行业上下游的所有相关者聚集在一起,对于企业拓展市场、加大宣传发挥着不可替代的作用。新冠疫情逼迫“面对面”交流转为“屏对屏”,参与者如上网课缺少直接反馈、交流效果因而大打折扣。值得欣慰的是,各大线上展技术服务商不断更新迭代,将腾讯会议、ZOOM等视频对话软件进行深度绑定,尽可能减少系统间的切换环节,增加及时沟通渠道。线上展的下一步融合发展,需要紧扣展会功能核心需求。不管场域、场景如何转变,都应增加交互可能性作为发展原动力,将拓展沟通渠道作为发展核心需求,打造成为展会“3+365”全年服务展商及观众的辅助载体,对于展期之外的线上沟通、直播论坛等服务增加交互的可能性,让参展商和观众更有获得感,享受场域变化的魅力。

三是打造系统间互通,增强系统便利性。展会作为庞大数据的集合载体,需要众多数据的清洗梳理整合,操作中需要多个系统进行维护,包括CRM、呼叫中心、观众管理、线上展会、展商服务等众多系统,还有各种营销平台的后台管理系统。受历史遗留及用户习惯等影

响,主办方在办展过程中根据需求逐步增加数据管理系统,分别采购不同服务商的管理系统,主办为筹备一个展会要登录多个后台进行处理,展商也要登录多个系统进行注册维护,系统间的数据不互通成为最大痛点,大量数据迁移和购买新系统短时间内不可实现。如何打造系统间的互通、实现数据间的共享,可以作为系统服务商们共同探讨的话题,笔者建议通过服务联盟等方式实现数据间共享,既可以“抱团取暖”也可以增强使用者的便利性。

四是健全政策支持体系,打通“最后一公里”。国务院2月底印发的《数字中国建设整体布局规划》将数字中国建设发展提升到国家战略中。融合发展的线上展会作为数字中国的发展实践载体,也应得到各级政府部门的引导和支持。应当从资金、人才、营商环境等角度支持展会融合办展模式发展,对整个展览业进行根本性的转型升级改造,加强我国会展业与国际会展业接轨,从传统几天展期的办展模式发展为全年性的线上线下服务模式,让展会主办方有切实动力和支撑去进行改造,在心理认知的基础上进行政策引领,也让展

会参与者切实感受到融合办展模式的获得感和收获感。

五是行胜于言,识变、应变、求变。行胜于言,笔者认为这不只是行动大于言论的简单解读,还蕴含对行动实践进行经验总结从而再指导行动的战略思想。展会的融合办展模式同样如此。经过三年的摸索,很多主办或多或少接触了线上展会、线上直播、线上对接会等方式,现在的线下实体展复展仿佛使线上系统的应用可有可无,实际上,所有的实践经验都应好好总结,结合当下营商环境进行有效整合。疫情无疑是一场重大灾难,值得会展人欣慰的是,线上展的探索写进了会展业的发展史,新的发展阶段需要我们准确提高辨识变化,勇敢应对变化,同时不断自我加压、创造变化。

(作者系中国机电产品进出口商会高级项目经理)

高竞佳

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)



2023 东莞(国际)服装/制鞋产业升级供应链博览会日前在广东现代国际展览中心开幕。该展会一直贴近产业集群,已由单一贸易平台逐渐转换为信息交流、贸易合作、趋势发布的综合对接平台。(熊丽莎)

义乌文博会彰显文旅与会展深度融合

■ 伊宇

文化和旅游部近日举行第一季度例行新闻发布会,重点推荐了3月31日至4月2日在义乌举办的第17届中国义乌文化和旅游产品交易博览会。该博览会由文旅部、中国贸促会、浙江省政府联合主办。

据了解,本届博览会以“启航新征程、乐享新生活”为主题,以赋能“高质量发展”、增彩“高品质生活”为目标,既继承过去16届的优秀经验又结合时代积极开展创新。

据介绍,展会共设3300多个标准展位,

展览面积超过6万平方米。围绕突出专业性、体现市场化、注重品牌化三个特征,展会分别设立了主题馆、美丽中国馆、诗画浙江馆、休闲创意生活馆、国货潮品馆、新消费生活馆、数字贸易馆、电竞动漫馆8个馆,全面展示国内文旅融合的最新成果、最新产品。其中,数字贸易馆以“传承与数字技术生态创新发展”为主题,吸引数字经济相关企业参加。展会还将举办“旅游中国·美好生活”2023年春季旅游宣传推广活动、旅游

休闲新供给新需求对接活动、2023中国旅游商品大赛、“外交帮扶+百县万品”推广活动、浙江省首届“浙派好礼”大赛等十场配套活动。

展会期间还将举办“布布文旅消费节”,首次在展会现场试点数字人民币消费场景。据了解,展位招商已全部完成,较预期目标增加12%,全国29个省市区组团参展。企业预报的参展产品中,文旅融合创新类占比达85%。

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 CO.,LTD.

会展传真

第三届消博会将有60余个国别和地区的品牌参展

本报讯 第三届中国国际消费产品博览会组委会日前通报的最新筹备情况显示,第三届消博会将迎来60余个国别和地区的品牌参展。本届消博会将游展登陆上展区纳入展览面积,利用展馆室外场地、海口国际免税城、海边等场地举办展览和走秀等活动,扩大展会规模,总体展览面积将达12万平方米。

本届消博会将继续坚持“精品、新品”的定位,聚焦全球消费精品和首发首秀新品,同步举办消博会开幕式、第三届全球消费创新暨免税与旅游零售大会、新品首发首秀、时装周、消费促进活动、品牌公益活动等系列活动、论坛。

(宗茂文)

广州倡议联动展会促消费

本报讯 广州市商务局日前发布的《关于倡议联动展会促进消费的通知》显示,广州拟开展专题促销等多种形式的活动。要求政府统一搭台、统一宣传,以会展联动消费、政企银合作为原则,以商圈百货、住宿餐饮等消费场景为主,充分整合会展企业、金融机构、商贸企业以及交通服务等市场主体资源。

通知明确,鼓励展会、酒店、航空等企业为展会客商提供包括但不限于酒店权益、免费机票等折扣资源,鼓励住宿、餐饮、零售等企业提供包括但不限于新品推介、优惠券、消费权益礼包等资源,鼓励相关交通服务企业提供优惠便利,鼓励金融机构积极参与搭建平台、提供金融优惠和支付、对参与展会的客商开展精准营销。

(伊宇)

国际赛事时隔四年重回中国

本报讯 2023年国际剑联女子重剑世界杯南京站日前在位于南京新区的扬子江国际会议中心闭幕。这是该项赛事时隔四年重回中国,也是南京疫后举办的首场大型国际赛事。

据了解,国际剑联女子重剑世界杯是除奥运会、世锦赛之外最高级别的世界击剑赛事之一,本次比赛吸引了20多个国家和地区的近150名运动员参赛。南京江北新区在赛前与赛事组委会就服务及保障措施进行了沟通协调。南京江北新区还将举行“长江潮·音乐节”“江北新区户外帐篷季”等一系列文体旅赛事活动。(杨紫)

中国二十二冶确定并推进重点项目

本报讯(记者 谢雷鸣)记者日前从中国二十二冶集团了解到,该集团今年聚焦“大品牌建设年”主题主线,围绕“大平台为基础,项目策划为主线,向标杆项目看齐”的项目管控新思路,充分发挥重点项目的品牌效应和示范引领作用,评选邯郸市城发广场项目、邢台国际会展中心项目一期工程等18个项目为2023年中国二十二冶集团重点项目。

为进一步提升企业管理水平,推动各项管理工作再上新台阶,中国二十二冶集团冶金公司与一公司近日进行对标交流活动,通过经验分享、座谈交流等方式找差距、补短板。对标交流主要围绕招标采购、物资管理、成本管控等方面进行探讨。双方企业代表相互取经、共同提升。“我们将进一步加强交流合作,发挥各自优势,积极探索高质量发展的新思路和新举措。”冶金公司相关负责人说,公司将持续推进对标交流,不断完善管理体系,提升管理效能。