

创新会展·关注篇

中国会展经济年会在博鳌举办

■ 本报记者 兰馨

5月25日清晨,在琼海博鳌亚洲论坛(BFA)总部出现了一支由会展人组成的健康晨跑队伍,作为会展活动的“操盘手”,他们此次的目的是参加2023年中国会展经济研究会年会暨中国(琼海)会展经济论坛(以下简称中国会展经济年会),探讨在全球产业链供应链重构下会展业的机遇与挑战。

作为会展行业一年一度的年会,本届中国会展经济年会选择落地博鳌,并以“强国新征程,会展再出发”为主题。

记者从中国会展经济年会组委会了解到,此次年会采用“1+3+N”模式,即打造一个主论坛——年会全体大会,策划3大主题分论坛——绿色、数字化和乡村振兴,融入会展教育、标准化、中小会展场馆和城市发展研讨会等若干活动,构建完整的高端论坛体系。

优化布局

商务部统计显示,今年一季度,境内专业展馆举办展览活动540场,同比增长3.3倍;展览面积1031.1万平方米,同比增长2.3倍;其中1万平方米以上的展览286场,占比53%,同比增长5.7倍。

“随着全球产业链的多元化布局,在知识化、数字化以及生产方式的绿色化、低碳化趋势下,会展业迎来新机遇的同时,也面临着前所未有的全新挑战。”在中国会展经济研究会首席研究员、对外经济贸易大学教授、中国国际品牌战略研究中心主任储祥银看来,尽管受

新冠疫情影响,会展业复苏需要经过一个爬坡过程,但中国会展长期发展前景仍然向好。

首先,中国经济强大的发展韧性、完整的产业体系、巨大的市场需求、更高水平开放是推动中国会展业发展的源动力。

其次,在双循环格局、统一大市场、高水平开放下的会展业,需加快实现理念创新、题材创新、模式创新和方式创新。

最后,提升会展服务质量和水平,培育会展发展的新动能。

储祥银表示,产业链和供应链是构建双循环的核心,是链接双循环的纽带,是推动双循环相互促进的重要力量。

化危为机

“随着百年未有之大变局加速演进,数字大变革和绿色大转型正以前所未有的方式展开,给会展环境带来新变化。”业界人士如是说。

“危机一直有。”在“新媒体和数字化时代的主办者危机”对话环节,业界一致认为,数字化是发展趋势,其底层逻辑在不断迭代。

对此,31会议研究院执行院长杨正表示,数字会展1.0实现了渠道、平台建设,2.0实现数字化收入,其核心是降本增效。

广东会展组展企业协会会长、广东省会展标准化技术委员会主任委员刘松萍则认为,数字会展应实现数字化资产并进入资本市场。

“‘轻’论坛,‘重’社交。”会展三新展秘书长许锋表示,本届中国

会展经济年会的特点之一是主论坛相对轻一些,分论坛聚焦的话题则是业界关注的数字化、绿色和乡村振兴等热点。尤其是在博鳌亚洲湾大酒店的大堂观景台举办的“会展季·博鳌会——疫后重逢蓝图绘”分论坛,在海风的吹拂下,讨论三年新冠疫情的坚守以及对未来会展业的展望。

年会期间,中国会展经济研究会发布《2022年度中国展览业数据统计报告》《会展新媒体营销影响力报告》等。此外,还特别举行了中国“会展经济PIUS”启动仪式。

服务升级

5月26日,琼海市会展产业园在博鳌东屿岛揭牌成立。这意味着琼海将不断完善会展产业链配套建设,为会展业营造良好的营商环境。

众所周知,琼海博鳌镇是博鳌亚洲论坛总部永久所在地,每年定期举行年会。依托博鳌亚洲论坛设立了省级的博鳌亚洲论坛特别规划区,作为承接自贸港建设、推动现代服务业和高新技术产业发展的一个重要载体和平台。

琼海市委副书记张笑寒表示,近年来,在博鳌亚洲论坛的影响力和带动力下,琼海引进国内外知名品牌酒店经营企业和大型会议会展项目到琼海落户,着力引进产业融合带动性较强的特色会展项目,延伸会展产业链,促进会展业深度发展。同时,持续投入专项资金扶持,进一步优化会展业发展营商环境。

境,推动会展基础设施提质升级,着力推动国际交流合作平台和国家级公共外交基地建设,为琼海会展业高质量发展提供产业基础和功能配套。

琼海发挥博鳌亚洲论坛和乐城先行区品牌影响力,整合会展资源,完善会展功能配套,以会议为主,展会为辅。同时,引进国际性、全国性会议、会展品牌和国内外会展知名企业进驻,形成产业联动、行业配套、运行高效的会展产业格局,打造具有“国际范+田园风”特色的国际会展目的地。同时,围绕琼海重点新兴产业布局,引入符合产业发展定位的展览和会议活动,为城市及产业搭建交流合作、招商引资平台。2022年共举办会议28场,其中千人以上会议15场,参会人数约5.25万人,会展收入约9344.13万元。目前,在琼海定期定址召开的会议162个,较有影响力的有博鳌全球旅游生态大会、世界医疗旅游与全球健康(博鳌)大会、中国企业家博鳌论坛等。

此外,琼海构建以会议会展旅游、康养度假旅游、美丽乡村休闲观光旅游、万泉河生态旅游、红色文化旅游、海洋主题旅游、文化节庆旅游为特色的旅游产业体系。推进旅游与文化、旅游与医养融合,加快旅游产品业态创新,推进景区景点和旅游服务体系提质升级,延伸旅游产业链、价值链,全面提升旅游产品供给质量,建设提升琼海免税购物项目。

5月29日,第十八届中国国际物流节暨2023临空经济与空铁水联运·智慧供应链展览会在河北廊坊举办。物流节同期举办第十二届中国快运发展大会。期间,还举行了快运物流企业高质量发展推荐案例暨中国快运物流企业推荐供应商发布仪式、《快运术语》团体标准发布等系列活动,全国快运物流行业操作技能大赛也同期启动。(郎茂文)

会展新说

第二版会议产业联席委员会全球宣言明确商业展平台价值

■ 胡中华

2023年度法兰克福国际会议及奖励旅游展(IMEX 2023)于日前闭幕。会议产业联席委员会(JMIC)在此次展会期间发布《第二版会议产业联席委员会全球宣言》(简称《宣言》),旨在揭示应把商业会展作为多样化发展乃至转型的核心推动手段来使用的根本原因。会议产业联席委员会主席、伦敦ExCeL展览中心总经理James Rees,国际展览业协会(UFI)首席执行官贺庭凯和欧洲会展产业联盟秘书长Barbara Weizsäcker等出席发布会。《宣言》指出,当下经济大环境日趋复杂的,社会发展不确定性和不稳定性的因素日益明显,世界各国政府愈发需要一个高效的、能多方面推动其地方经济增长和社会有效转型的工具和平台,在此背景下,《第二版会议产业联席委员会全球宣言》应运而生。

笔者注意到,此次《宣言》强调了三个重要内容。首先,过去疫情三年,尽管会展行业曾面临着几乎毁灭性的打击,但疫情也让政府、企业和协会等社会各界更充分和全面地认识到会展行业可为地区经济重建、产业创新发展和企业市场开拓起到关键作用。其实,会展基于其汇聚人流、物流、资金流和信息流的平台特性所带来经济上的催化作用其实也同样适用于与经济发展息息相关的社会结构转型的难题上。继而,《宣言》突出了地方政府在最大化会展产业的催化效应过程中所起的决定性作

用。承办或者落户优质的国际会展项目,可以让地方政府和企业足不出户近距离接触行业最新动态、学习和借鉴最优质的经验、推动科研的发展、深化企业间的合作,更好地优化地方产业发展结构,为地方经济潜在的跨越式发展打下坚实基础。千里之行始于足下,想充分享受到国际会展项目所带来的福利,就需要地方政府主动迈出第一步。笔者在今年举办的IMEX展会观察到政府有形的手在国际峰会投标领域的作用愈发明显。在与美国纽约市会展局的同业交流时他们留意到越来越多的欧美著名的目的地陆续“一反常态”地推出相关会议补贴政策,对此他们也正在紧密研究对策中。华盛顿哥伦比亚特区的相关人员则向笔者透露他们一方面有专门地会展补贴政策;另一方面若峰会对本地产发展有明显推动作用,他们会充分发挥近水楼台的优势,通过联系各行各业的相关国家协会或组织合力融资并落实投标。

其次,《宣言》强调商业会展的工具性质。倘若我们真要找一個能吸引投资、刺激消费和推动出口的行业,无疑当数会展业。对于地方政府而言,商业会展首先是推动创新、发展经济的工具,其次才是形象展示的舞台。会展的工具性质可以套用“引进来”和“走出去”两套模式。“引进来”主要承办或落户国际权威会展项目;“走出去”则是通过组织政府公务团或者国家

馆外出参展和参会。5月底德国联邦经济事务和气候行动部国务卿Michael Kellner在德国会展协会(AUMA)举行的活动中表示,将会推动德国政府对于中小企外出参展的补贴政策的恢复。

至于为何商业会展能有效推动经济多样化发展和社会转型,会议产业联席委员会分别从创新与再创造、全方位覆盖、关系与信任、多样化与自给自足、转型与更新、人才与发展、可持续发展、可控的场景、社区遗产、优化现有投资、数字化、公共政策的试验场、旅游产业的推动、形象与威望的建立和可测量的投资回报共15大方面展开介绍。其中以下三点在业界中获得共识和认可:

第一是创新与再创造。商业会展主要促进贸易交流、加快知识的转化和传播、推动创新和再创造;而这正是经济发展和社会转型的核心推动要素。当我们把商业会展与地方经济政策和产业发展优先项有机结合,将会实现事半功倍的效果。

第二是全方位覆盖。商业会展的催化作用能覆盖产业链的全部和生产周期的全过程,不论是国家层面的宏观调控还是企业层面的日程业务,如行业理论的发展、理论与实际的结合、科研创新的推动、生产活动的优化、产品的销售与推广,均与会展领域息息相关。

第三是会展属于可管控的集聚,在管理上和认知上均需要与一般群众性聚集有效区分。第五,商业会展需要有机纳入政府未来的发展愿景中,会展是政府发展地区经济

效地吸引地区发展所需要的人才和投资。鉴于会展自带的平台效应能高效地解决人才和资本自身的需求,使得会展项目如磁铁般吸引着他们每年前往。正因如此,优质的会展项目经常是地方政府经济发展的战略性工具。

最后,会议产业联席委员会强调上述环节若能有效发挥其作用的前提是业界对于会展业的五大共识的构建。第一,商业会展与生俱来经济、科研和产业的本质,只是形式上与旅游相类似。因此会展业更应被放在贸易、经济发展、社会和投资政策的背景中,而不应参与在旅游领域。第二,商业会展与政府政策发展优先项应有机且紧密结合。第三,政府拨款和可供使用的基础设施。充分利用现有的公共设施和场地能更好地提高目的地的在竞标国际会展项目时的竞争力,如不可复制的历史古建筑或是大型活动后的建筑遗产,凡尔赛宫、巴黎铁塔、鸟巢等便是很好的例子。第四,商业会展属于可管控的集聚,在管理上和认知上均需要与一般群众性聚集有效区分。第五,商业会展需要有机纳入政府未来的发展愿景中,会展是政府发展地区经济

和解决社会结构转型问题的最有效的战略工具之一,会展需要更系统化地纳入地方政府发展的措施与手段中。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)

会展数字化处于转折点 75%主办机构实现数字化收入

■ 本报记者 兰馨

5月25日,在2023年中国会展经济研究会年会暨中国(琼海)会展经济论坛(简称中国会展经济年会)上发布的《中国会展主办机构数字化调研报告(2023)》(以下简称《调研报告》)显示,中国会展行业数字化转型升级处于转折点,目前75%的会展主办机构实现数字化收入。本次调研共收集来自各类会展主办机构有效问卷290份,覆盖各个主要类别会展主办机构,参与调研的90%以上为中高端管理层。值得关注的是,本次《调研报告》加大了会展主办机构数字化实践和探索、企业在数字化领域的经济效益,以及未来战略的深度调查。

过去3年(2020—2022)是会展业发展史上变化最快、也是最为不确定性的3年。其中,主办机构受疫情冲击最大的是2022年,而民营企业受到的冲击尤甚。技术领域也在快速变革,从2020年的虚实融合一站式会展技术平台,到2021年年中崛起的元宇宙技术场景,再到2022年年底涌现的生成式人工智能(AIGC)都快速进军会展业,成为会展行业发展的新变量、新动能。

与此同时,会展主办机构对数字化的认识在不断深化,行业数字化转型正处于转折点。从调研中可以看到,会展业数字化转型在加速,持续投入数字化转型也成为主流选择。

根据3年跟踪调研发现,主办机构对实现数字化收入比例预测逐年上升,截至2022年,75%的主办机构实现不同程度的数字化收入,对创新商业模式和获得数字化收入的预期也更为理性。在这一过程中,主办机构认为人才和技能取代了寻找合适的商业模式,成为当今面临的最大的挑战。

未来,主办机构预期数字化收入的占比将不断提高,线上与线下虚实融合仍将持续发展。在未来几年,会展主办机构数字化战略将从优先服务客户以及创新商业模式到内部运营效率的提升转变。

重点解读

▶ **会展项目以双线融合模式连续两年提升,超过75%**
2022年疫情导致会展活动不同数量取消的达80%,延期超过85%。此外,线上与线下相融合举办比例连续2年提高,近75%的会展项目选择双线融合举办模式。

▶ **2022年近47%出现了不同程度营收减少,民营企业仍受损最重**
3年来,会展主(承)办机构的业绩在2022年的营收减少最严重,出现不同程度减少的超过47%,而营收出现不同程度的增长和持平的比例也均少于2021年。2022年疫情导致展会企业年营收5000万元以下和民营企业主办机构受影响比较大,减少50%比例最大。根据《调研报告》显示,民营机构中80%年营收在1亿元以下,这也是民营机构受影响更大的一个原因。

▶ **实现数字化收入占比远超2021年,75%获数字化收入**
2022年或之前,近60%(高于2021年40%)的机构主要从线上会、商务配对和在线对接以及数字化产品和服务中获取数字化收入。

▶ **数字化转型处于分水岭,超过30%会加大投入**
2022年,数字化转型加速。加大投入并取得成效的超过31%(2021年只有16%),同时仍有30%企业仅为尝试,处于谨慎投入阶段。

▶ **对实现数字化收入预期逐步趋于理性**
通过与2022年的调研数据对比来看,2023年认为获取数字化收入的投入产出不成正比。主办机构认为实现数字化收入是长期战略,对预期逐步趋于理性。

▶ **2023年数字人才是最大挑战**
2023年数字化转型最大挑战是人才和运营经验,占比高达54%,比2022年提高9个百分点。

▶ **数字化转型重点为加大数字化内容和服务**
通过3年调研,会展主(承)办机构超过95%均设定有明确侧重点,从高到低前三位依次是:加大数字化服务和内容投入占45%;探索数字化新模式和新业务占43%;加大数字化社群和会员服务建设占39%。

▶ **投资回报率最有价值数字化工具:搜索、直播、配对和推荐排名前四**
会展主(承)办机构对不同数字技术均有应用,认为投资回报率最有价值的前四位分别是:搜索、活动直播、商务配对和智能推荐,说明这四类服务不仅受到展商/观众的欢迎,还直接创造一定的数字化的收益。

▶ **关于数字化转型总体战略,90%积极考虑**
在数字化转型战略上,90%会展主(承)办方纳入发展规划,其中近1/3考虑引进或培养数字会展人才,尝试开展创新业务,近1/5考虑引进技术合作方,联合运营,近8%考虑对组织战略、架构和文化进行调整,维持不变的为10%,说明数字化转型成为共识。

▶ **超过75%预测数字化收入会增长,超过50%预测增长率为10%以上**
会展主(承)办方中75%预测,2023年数字化收入会有不同程度增长,其中预测增长率10%—30%占比达30%,预测增长率为30%—50%占比高达21%。

▶ **未来2—3年,近80%主办机构预测将有不同比例数字化收入**
针对未来2—3年内会展项目数字化营收占比,总体而言,对数字会展收入占比预期比2022年进一步乐观。79%机构预测有不同比例的数字化收入,高于2022年65%。预测收入占比高于10%、比2022年的34%少6个百分点。这也说明,今年的预测更谨慎乐观。

▶ **数字会展标准重在数字化内容和服务,其次是平台建设和数据分析**
会展主(承)办机构认为建设数字会展标准,按照重要性依次为:面向会展行业不同主体的数字化内容和规范、数字会展平台/数字贸易平台建设、会展数据分析以及大数据服务与应用。

建议和意见

《调研报告》建议,政府相关部门把握以人工智能为代表的新一轮数字变革,推动会展业数字化发展。

政策层面,推进数字会展建设指导标准制定,构建基于本地会展企业数字化支撑体系,比如一套会展企业数字化成熟度/数字化转型指导标准;一套数字化转型的“工具箱+服务包”;一支数字化转型专项扶持基金。

标准化建设层面,建议政府和行业协会关注推进数字会展服务标准制定的同时,研究与之相关的知识产权和法律法规问题。

最后,建议数字化转型的产业和基金扶持政策可以向民营企业倾斜。

《调研报告》由中国会展经济研究会、中国贸易报社会展产业委员会、中贸国际智库、长三角会展研究院、上海对外经贸大学会展与传播学院、广东会展组展企业协会等共同发起,中国会展经济研究会数字会展工作委员会、31会议研究院参与执行。中国会展经济研究会副会长姜淮、中国贸易报社总编辑范培康、中国会展经济研究会首席顾问储祥银、31会议CEO万涛等出席发布会,调研组负责人范培康对本次调研进行了解读。

制图 高志霞