

编者按:作为文生视频的AI模型,Sora通过生成虚拟视频来模拟现实世界中的各种情境、场景和事件,其背后是一场算力竞赛。会展活动赛事的核心竞争力是面对面的社交,是情感价值的体现。AI技术的快速迭代,将给会展行业带来不小的变化。会展行业是否将进入跃升阶段?为此,本报特别采访了多位会展业界“操盘”者,从会展行业的多维视角给出不同的解读。

Sora来了,会展行业将发生哪些变化?

■ 本报记者 兰馨

Open AI近日推出的文生视频大模型Sora引发各界关注。其因模拟逼真场景及一镜到底60s长视频而被视为“颠覆性”的存在。Open AI去年发布ChatGPT,今年推出Sora,这一过程是一个从单一文本到文本、图片、音频、视频多模态进阶的过程。有业内人士预测,接下来,OpenAI可能会把这几个项目结合起来,实现文字、图片、音频和视频的多模态交互。

伴随AI迭代的是一些焦虑。有人担心,其潜在的失业、失序和失控效应可能对人类社会产生很大

冲击。会展业界也掀起了一轮讨论,包括Sora将使会展行业带来哪些改变、会展活动是否会失去平台价值效应。带着这些疑虑,本报记者与会展业界的七位会展行业资深人士进行了一对一的采访。在他们看来,任何技术革新都会给人类社会带来挑战,人工智能带来的冲击力度更是前所未有。需要指出的是,视频生成模型作为世界模拟器,将得到普及和应用,会展行业需要关注客户隐私保护、信息真伪辨别以及未来法律层面可能涉及到的问题。

关于Sora:“懂物理”的世界模拟器

潘涛:Sora在技术层面的相关专业解读有很多,结合会展活动的场景来说,Sora具有三方面优势:首先,是低门槛。Sora摆脱了自然语言生成高品质画面内容这一路径,只要输入文字就能出画面,在真正意义上实现了视频制作“有手就行”。

其次,是长内容。Sora不仅操作简单、质量过关,而且时长超长。此前,同品质视频大模型普遍只生成5s-8s时长,Sora提升到60s,实现跨越式效率提升。现阶段,短视频最长也不过60s,Sora可满足会展活动在抖音、快手之类的短视频传播需求。

最后,是更真实。目前,Sora是最“懂物理”的大模型,无论是水流带来的船体起伏还是越野车在山路上的颠簸,小狗钻出雪地时的雪花摆动,Sora均可“还原”人们对于这个世界原本的认知。

刘志良:在摄影技术初现时,很多人预测超写实绘画将被替代直至被淘汰。事实证明,这两种形式在应用层面给消费者增加了更多选择。Sora的问世,在逻辑上是同一个道理。对于会展从业者来说,Sora的出现,提供了更多的工具,使会展行业整体效率得以提升。人类在进化史上最重要的一项成就是学会使用工具并逐渐制造工具。随着AI技术的迭代,将见证会展行业效率与利润的提升。

关于冲击:短视频与会展不在同一赛道

李伯文:尽管Sora的文生视频突破60s,可以最大限度还原真实场景,但Sora对会展行业没有形成直接冲击,因其所处的是视频生成赛道,和会展所处的贸易服务行业不在同一个赛道。

毋庸置疑,Sora作为一个工具将为会展行业带来便利。比如,AI生成视频降低了普通企业、普通人创作视频的门槛,压缩了企业的视频制作成本。再如,当展会宣传缺乏营销素材时,Sora可以帮助展会“造”素材。可以预见,未来再看展会宣传片,视频中的会展活动现场都是“人满为患”,可能需要观众仔细分辨真伪。

未来,对于会展活动的主办方来说,来自外部跨界的新挑战较少,来自行业内的竞争将加剧,数字化转型将是在新一轮洗牌中立于不败之地的关键因素之一。

周景龙:AI生成内容可能存在非真实信息的问题,未来信息真实性将具有更大价值,而需要辨别的内容信息将失去竞争力。

周玉姿:人工智能对会展行业产生的深刻影响主要体现在三方面:首先,是信息传播方式的变革。随着视频模型的普及,信息传播方式将更加多样化、高效,这使跨界群体可以更快、更广泛地传播会展活动信息,从而吸引更多参与者;其次,数据分析和优化。新技术可以帮助跨界群体更深入地分析会展活动的数据,从而优化活动策划、提升参与体验。数据驱动的决策有助于更精准地定位目标受众、提高活动的互动性和参与度;最后,是运营模式的创新。如利用AI技术进行智能化的现场管理、人流控制和安全保障等。这将使跨界群体在运营效率和安全性方面具有更大优势。

关于创新:利用新技术降本增效

刘志良:在AI技术的快速迭代下,会展行业应缩小信息差、打破信息“茧房”,与AI技术成为“朋友”,这是会展从业者需要做的事情。此外,Sora技术需要一个应用场景,在这一窗口期,会展行业应当思考如何在AI基础上整合与创造用于会展行业的工具。

周景龙:利用AI技术创造独特的会展体验,例如引入虚拟现实、增强现实等新技术。随时关注行业的新趋势和新机会,积极拓展业务领域,着重培养沟通力、领导力、创造力等软技能,这些都是会展从业者在AI时代需要具备的能力。

边海龙:Sora作为人工智能技术的应用场景之一,将在视频创作上成为会展行业常用的视频内容工具,提升主办方输出视频内容的质量和效率。

周玉姿:将AI技术应用到会展运营中,如创新会展业务模式,提升会展活动质量和效率,同时,提供个性化服务,探索与跨界领域的合作,创造更多元化的会展活动。

姚歆:AI正在以令人瞩目的方式和日新月异的速度改变世界,利用人工智能已经成为未来工作的一种重要手段。AI在会展业中的运用已经成为不可阻挡的趋势。



关于技术:构建AI团队提升竞争力

姚歆:会展行业看似没有“护城河”,任何人都可以跨界办会、办展,但要高质量办好一场会、办好一个展、办好一次活动,根本上还是需要会展专业人才。

目前会展行业越来越多地使用AI工具进行相关内容创作。中国贸促会商业行业委员会与有关机构合作,推动开展AIGC会展设计的相关培训,帮助会展从业人员掌握AI技能,提升业务水平。

李伯文:对会展人来说,每一次技术迭代升级都是一次机遇,都将促进会展行业发展、提升贸易交互效率。AI的出现,和30年前数据库技术在行业应用、20年前互联网技术普及、10年前移动互联的兴起类似,会展行业应跟上科技进步的步伐,将技术转化为应用产品工具或行业解决方案,从而提升服务水平,为客户带来更大价值。

周玉姿:培养AI技术人才也将是会展企业当前迫切要做的事情,除招募AI相关的会展人才外,还要加强内部员工的培训和学习,使其具备与AI技术相关的知识和技能。通过积极应对、创新业务模式,提升服务质量、培养人才等,会展行业从业者可以抓住机遇、应对挑战。

边海龙:AI技术对于包括会展行业在内的大部分行业来说,更多是提供了更先进的生产工具。AI技术能为会展企业创造多大价值,需要看会展企业在拥抱AI技术方面有多大能力。简而言之,与AI技术同频的会展企业将具有更大的竞争力。

关于变革:品牌传播与营销方式创新

姚歆:包括Sora在内的AI技术对会展行业产生了不小的影响,特别是在会展设计、图文视频制作和媒体营销等方面,AI技术已经表现出比传统工具速度更快、创意更广、价格更低的优势。会展行业上下游企业应认识到,技术的运用最后还是要落实到人,新技术提升新能力、催生新职业,传统会展业从业人员亟须提升对AI新工具的运用能力。

周玉姿:Sora的问世,改变了会展活动的宣传和推广方式,重要的是,降低了内容创作的门槛。AI作为一种工具或手段,将更好地促进展品的展示和品牌传播。

周景龙:新媒体营销的崛起也改变了会展活动的推广模式。善于运用社交媒体、内容营销和在线平台的新会展人能够更有效地传播会展活动信息,扩大影响力,吸引更多目标受众。由此可见,传统会展从业者需要接受新技术,将AI技术和新媒体营销融入会展业务,以提升自身竞争力。

关于优势:创造力才是稀缺资源

潘涛:当前,Sora无法具备的能力是视频内容的策划能力,即Sora无法取代在幕后为Sora写提示词的人。如果要使用Sora,就要在前期已经有完善的内容策划的基础上学会写让Sora能够理解的提示词,也就是说,策划的工作不仅没有减少反而增加了。

面对AI技术迭代,最好的方式依然是内容产出。在AI技术不断迭代的当下,独立思考、判断和表达的能力更是会展企业的核心竞争力。

刘志良:想象力与创造力是最稀缺的资源。任何一个行业的内生性的发展,会导致“内卷”,从而使利润下降、想象力受限。技术是提升效率的工具,当下已经出现超级个体现象以及小而美的公司,其特点是人数不多但人均产值普遍很高,甚至有一些公司已经超过了上市公司产值。AI技术的普及对于会展行业来说,不是洗牌而是重新“发牌”,这个“牌”就与效率相关。

周景龙:不可否认,AI在内容生成效率、提供策划灵感和高效产出宣传内容方面具有优势,如能快速创作足够吸引人的宣传内容,并根据受众喜好数据提供个性化推荐。与此同时,分析过往会展活动数据也为策划人员提供灵感。然而,人类的创造力、情感理解和战略思考仍不可被替代。

未来,会展行业应进一步强调和提升其真实社交的平台属性,为参与者提供更丰富、深入的场景体验。如此,会展行业将持续在社会活动和商贸交流中发挥重要作用,并保持其独特价值。

会展新说

从里昂博览会看欧洲会展业变革

■ 胡中华

2024年的里昂博览会将于3月22日到4月1日举办。首届里昂博览会可以追溯至1420年,由法兰西瓦卢瓦王朝第五位国王查理七世授权。鉴于里昂博览会是欧洲古代会展的标杆展会,欧洲是会展行业的起源地,深入了解欧洲会展近代化前的情况,有助于我们深化对会展行业商贸属性的认识,理解何为“现代会展”。

在谈论古代近代的欧洲会展的发展特点之前,笔者先对会展业的发展时间轴进行一个简单梳理。首先,会展行业起源于欧洲,可追溯至中世纪。古代欧洲(一般指公元5世纪后期到公元15世纪中期的中世纪欧洲)的代表展会为香槟集市(又译香槟博览会、香槟交易会)。香槟集市的起源可以追溯到法国墨洛温王朝时期(481至751年,系法兰克王国的第一个王朝)。基于过去数百年的实践,香槟集市从12世纪开始迎来全盛的时期。得益于11世纪开始的欧洲商业革命所带来的一系列成果,集市最终成为欧洲规模最大的国际性集市贸易展会。

香槟集市最终的辉煌让香槟地区成为12至13世纪的欧洲经济核心,同时,为会展产业的发展提供了

雏形。时任莱比锡城市博物馆总监Volker Rodekamp把香槟集市的核心贡献总结为把相隔偏远的地区之间的长距离贸易加入了“稳定的时间间隔”和“固定的空间”两个维度。这里也隐藏了另一个展会雏形的关键核心,即展会的出现纯粹是为了贸易,准确来说,是大额交易的贸易集散。这使具有商业性质的会展行业从宗教祭祀、文化节庆等活动领域中区分出来。

随着新的海陆贸易路线的开辟、法国政治的转变、意大利银行家的崛起以及一系列地区不稳定因素(如佛兰德和法国战争、英法百年战争)的长时间蔓延,持续繁荣约2个世纪的香槟集市从14世纪初开始走向衰落,到14世纪中期已沦为地方性的集市展会。

鉴于历史习惯,始于18世纪的欧洲工业革命通常被研究者当作古代会展和近代会展的分界,这个时期的会展活动包括我们耳熟能详的英国万国工业博览会或是孕育今天法国地标巴黎铁塔的巴黎世博会等标志性会展项目。我们也基本可以把14至17世纪定义为欧洲会展的古近代。

尽管香槟集市因为大环境的改变而失去了主导地位,香槟所建立的

模式却影响着周边城市。被影响的城市包括德国的法兰克福和莱比锡(为德国展览在现代会展业的后发制人打下了坚实的基础),也包括法国里昂,这里具备天时、地利与人和。

首先,里昂的商贸大爆发时间主要建立在法国赢得百年战争的历史背景中,和平稳定的局势从来是商贸发展的必要条件,也是商贸平台——会展发展的不可或缺的基础。其次,意大利商人的崛起,把欧洲和东亚链接起来,里昂成了新的陆上贸易路线的十字路口。香槟集市没落的一个原因是政治因素。当时的法国国王腓力四世控制了香槟伯爵领地,强推严苛的税收措施。里昂却有截然不同的命运,里昂博览会的诞生完全是法国王室复兴经济的杰作。在查理七世创办里昂博览会后42年,当时的国王路易十一颁布了一系列有助于发展里昂博览会的行政政策,如商贸自由、税收减免和禁止法国全国的商人前往日内瓦博览会,大国政策的扶持使里昂博览会在古近代欧洲展会中迅速脱颖而出。同时期,法国全国共注册企业209家,其中169家企业位于里昂。无独有偶,意大利商业银行家在这时崛起,位于法国东南部的里昂离意

大利的距离无疑要比在西北的香槟地区要方便得多。16世纪初,里昂便已活跃着美第奇家族等约40个显赫的意大利银行家家族,他们网络庞大,遍布整个欧洲。因此,里昂能成为当时欧洲的经济和金融重镇,自然顺理成章。

里昂博览会很快迎来了在中世纪的高光时刻。巅峰时期的中世纪里昂博览会曾在一届迎来1340场商贸对接,这在今天看来也是一个非常可观的会展产出。

法国里昂第二大学和德国埃尔福特大学组建了一支由法、德、意近20位研究者组成的关于“欧洲会展格局:商人、展品和贸易路线”(CoMOR)的专题研究团队。去年在法国里昂和德国莱比锡举行了一个专题成果展示——《展会、城市和商人(1350—1600)》,这对我们认识会展近代化的黎明提供了很好的窗口。特点有三。

一是展会的主办方全部为地方城市,导致中世纪集市基本以城市命名。今天,我们仍可从德国、意大利等会展公司中看到历史的足迹。城市在举办展会前必须得到国家授权,原因是公共场所举办集市的权利是一项属于国家的权利,国王负责授予举办特权。这些

特权为每个集市设定了框架:周期、开放日期、持续时间、有管辖权的法院等。里昂博览会本就是法国国王的特办展会,它一开始便获得了几乎最高级别的特权,不但可以一年举办四次(分别是一月初主显节、三月底的复活节、八月和十一月的诸圣节),而且每次持续十五天,这是连巴黎展会也眼红的待遇。

二是展会城市需要具备广阔的空间来迎接展商和专业观众的到来。鉴于古代并不存在绝对意义上的“展馆”,展会举办期间的一两周里,城市的广场、街道、河岸和桥梁随即变成临时展馆。这些临时展览空间到今天依然在使用,例如法国如今每周二、四、六仍会举办早市,主要为周边的农户销售新鲜农产品提供机会。里昂今天不少集市的位置正是中世纪里昂集市的举办地。

继而,展会城市的司法系统也优先为展会集市服务。根据法国经济和金融历史委员会的记载,在展会举办期间,司法系统会优先解决展会期间发生的诉讼事件。对于发生在展会即将结束时的诉讼,鉴于买卖双方会很快离开主办城市,司法系统会加快处理对应案件。

三是为方便买卖双方的收支结算而采取两方面措施:一方面,小部分中世纪早期的大型展会(如香槟集市)具备钱币生产的权利。到中世纪晚期即会展业的古近代时期,商业革命的一个成就即是银行和金融系统的发展。另一方面,发生在集市展会里的交易基本可以使用票据,以便商人在下一届展会甚至其他地方的展会使用。

不难看出,会展近代化黎明时期的发展状况或者是标杆性会展项目的命运演变,一定程度上是欧洲商业革命成果的侧面反映。这再一次突出了会展行业的商业风向标的属性。了解欧洲古代近代的会展发展情况,可填补教科书上的概论知识空白。通过与今天会展业的发展形态做对比,也让我们更好地了解会展行业的发展演变过程。

(作者系法国智奥会展集团PCO业务拓展经理)

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)