

创新会展·区域篇

# 香港大力巩固国际会展中心地位

■ 本报记者 兰馨

日前在香港会议展览中心举办的第28届香港国际影视展及亚洲影视娱乐论坛(以下简称“香港影视展”)上,来自东盟国家的参展商、买家有显著增长,分别较去年上升50%和6%。

目前,香港影视展已经成为东盟文化合作的重要平台。本次香港影视展期间,香港贸易发展局(以下简称“香港贸发局”)与泰国商务部国际贸易促进局、广州市文化广电旅游局、上海市广播电视制作行业联合会等机构签署合作备忘录。

此外,阿里大文娱集团在展会期间公布了“港艺振兴计划”,将与香港文化娱乐界进行深度合作,未来五年投资将不少于50亿港元。

## 促进东盟文化产业合作

“近年来,东盟影视文化娱乐业发展快速。”香港贸发局华北、东北首席代表陈嘉贤表示,泰国文化部在本届香港影视展期间设立泰国馆,推动泰国影视产业进一步发展。

本届香港影视展期间,印尼首次设立国家馆。雅加达电影周负责人表示,他们在香港影视展期间与中国内地买家达成更多共识,后续将引进中国内地IP项目,在印尼制作本地版本。

根据香港特区“十四五”发展规划,香港将加大区域知识产权贸易中心平台建设。目前,香港特区政府通过注资“电影发展基金”,推出“欧亚文化交流电影制作资助计划”,促进香港与国际电影人深入合作。

香港贸发局方面表示,数码娱乐发展迅速,涉及领域广泛且潜力巨大。多年来,香港创作了一大批经典武侠及动作电影,这些经典成为香港流行文化的标志之一。在人工智能(AI)背景下,合作空间将更大,机会将更多。

## 借力湾区营商环境优势

粤港澳大湾区目前是我国营商环境最优、开放程度最高、经济活力最强的区域之一。国家发展改革委发布的《粤港澳大湾区国际一流营商环境建设三年行动计划》提出,瞄准“营商环境国际竞争力居于全球前列”目标,推动粤港澳大湾区国际一流营商环境,为建设富有活力和国际竞争力的一流湾区和世界城市群提供支撑。

香港贸发局近期公布的2024—2025年度计划显示,将向国际市场推广香港优势,巩固香港作为国际商业、投资枢纽、国际会展中心的地位。

“突出香港在粤港澳大湾区的独特优势,开拓东盟、中东等新兴市场,加强在可持续发展、创新科技和医疗健康领域的推广。”香港贸发局主席林建岳表示。

近期,香港贸发局在印尼雅加达举行了“香港专业服务+”推介,支持香港专业服务企业了解海外市场。与此同时,为新经济型产业推出“新市场导航”,此活动由香港贸发局组织拓展新市场代表团、参与国际贸易展会,推介香港竞争优势。

此外,香港贸发局将通过参加新加坡餐旅接待业贸易展,展示

“香港制造”新产品。在中东市场,香港贸发局也将参加当地的贸易展,举行商贸配对会议和交流活动,推动香港制造“走出去”。

3月,香港贸发局在惠州、肇庆增设“GoGBA”港商服务站。年内将推出“GoGBA 2.0”,并在大湾区的内地城市均设“GoGBA”港商服务站,为香港企业提供“五合一”支援计划,包括研讨会、小组咨询、一对一咨询、大湾区商务考察和行业资讯指南。

## 加大促进会展活动力度

统计显示,2023年,香港贸发局在香港举办大型商贸展会、会议近40个,吸引香港、内地及国际参展商2.2万家、买家及参会者超过43万人。其中,中国内地、东盟及中东地区参展参会增长明显。

2023年,香港贸发局举办的B2B展的参展商及买家数量已恢

复至疫情前的七八成,部分项目达到九成。

今年开年以来,香港每个月至少举办一项重要展会活动,如香港国际珠宝展、香港书展、香港国际时尚汇展、香港影视展。

香港特区政府商务及经济发展局近期记者会发布的数据显示,香港今年将举办超过300场展览会及会议,今年会展业有望恢复甚至超越疫情前水平。

随着香港特区政府加大促进大型会展活动力度,于去年移师其他地方举办的亚太区皮革展和时尚物料展今年返回香港举办。

此外,还有多个展览和流行文化活动,包括韩国潮流文化展(KCON)、美国流行文化和时尚展览(ComplexCon),将首次在香港举办。

据记者了解,香港贸发局今

年主办的大型国际展览及会议近40个,包括国际环保博览、香港国际创新展、亚洲金融论坛、亚洲医疗健康高峰论坛等。值得一提的是,香港贸发局将于4月推出香港奢侈品包装展、智慧照明博览两项贸易展新项目,以迎合市场需求,为相关行业创新机遇。

在业界人士看来,当前,要发挥香港传统国际贸易中心优势,应加大会展经济发展推动力度。

林建岳表示,每名赴港的“会展奖励旅游”旅客在港人均消费约7000多港元,比整体过夜旅客的人均消费多两成左右,反映出会展活动是“盛事经济”的重要一环。

香港特区政府表示,目前,香港已做好迎接会展活动和世界各地商务旅客的准备,将进一步推动香港会展业发展。



第十四届北京国际酒店、餐饮及食品饮料博览会日前在北京中国国际展览中心举办,展会规模达6万平方米。约1300家展商参展,涵盖国际酒店餐饮品牌、食品饮料企业、餐饮设备制造商等。(中展信合供图)

# 全国A级房车展更名国际房车露营博览会

■ 本报记者 兰馨

2024年全国A级房车展日前宣布更名为中国国际房车露营博览会(以下简称“国际房车露营博览会”)。据组委会相关负责人介绍,为便于识别和记忆,自今年起,北京、成都、南京全国A级房车展将统一以新名称深耕华北、华东和西南主要区域房车市场。

与此同时,今年将创新品牌活动,三地展会期间将举办“三会”和“三节”。

其中,5月10日至12日在成都中国西部国际博览城举办的第31届成都国际房车露营博览会,同期举办中国房车消费节。9月15日至17日在北京亦创国际会展中心举办的第32届北京国际房车露营博览会,同期举办中国房车品牌大会、中国房车与配件出海大会、中国房车科技节。11月1日至3日在南京国际展览中心举办的第33届南京国际房车露营博览会,同期举办中国房车露营生态大会和中国房车露营节。

全国A级房车展创办于2015年,在国内举办了30场,曾使用中国房车文化节、房车旅游文化

博览会、世界房车露营博览会等名称。为进一步适应房车市场发展形势,主办方重新布局2024年度全国A级房车展,聚焦房车主要消费市场江苏、北京、四川,分别辐射华东、华北和东北、西南和西北市场。今年展会档期分布在5月、9月和11月,均为全年房车销售旺季。其中,9月北京和11月南京的展会分别进行分区展布局。9月的北京展会将设立房车馆、底盘及配件馆、露营装备馆、媒体采访区,11月的南京展会将设立汽车馆、房车馆、底盘及配件馆、露营装备及旅游商品馆、媒体采访区、露营生活区,建立房车生态全品类布局。

与此同时,今年国际房车露营博览会将整合房车自媒体、汽车自媒体、旅游自媒体、亲子自媒体、数码自媒体等宣传渠道,还将联合主办单位懂车帝及承办单位房车旅行对展会立体传播,并在头条、抖音、百度、腾讯等平台进行精准集客投放。

近年来,房车行业销量稳步增长,是汽车改装市场为数不多的、持续增长的细分领域。

# 湖南做好“三个服务”推进会展业高质量发展

■ 本报记者 毛雯

湖南省政府副秘书长陈献春近日在长沙召开的湖南省会展业高质量发展经验交流会上表示,湖南加快推进会展业高质量发展,要在三方面下功夫。

一是服务开放合作。湖南推动内陆地区改革开放高地建设,迫切需要全面整合资源,构建由商务部门牵头抓总、相关行业部门协同推进、属地(园区)负责承接招商项目的大招商格局;加强统筹协调,强化外事、外交、外贸、外资、外经“五外”联动,加快形成融入共建“一带一路”的对外开放格局,加快高水平开放合作。

二是服务融合创新。一个展会,就是一条产业链。办好一个

展,能够激活一条链。要根据湖南省印发的《重点产业倍增计划推进机制方案》提出的10个现代化产业体系新增长点重点产业链,通过“一对一”精准对接,策划搭建标识度高、影响力大的重点产业链会展平台,深入推进品牌展会与重点产业的融合发展,实现以产兴展、以展促产、产展融合发展。

要根据湖南省城市发展的不同定位,把城市更新、会展场馆布局、重点产业与会展服务业融合发展一体谋划,精心策划举办一批城市特色品牌展会。以长株潭城市群为重点,大力引进和培育会展金融、会展旅游、跨境电商、智慧物

流、人才培训等会展服务企业,加快会展名城规划建设,实现展城融合发展。

三是服务会员企业。坚持巩固和发展并重,坚持以服务为本,以制度建设为抓手,不断加强会员服务管理,强化行业自律,推进标准化、信息化和法治化建设,发展壮大高质量会员队伍。积极发挥会展协会标准引领、标准自律、标准规范作用,高度重视会展人才培养,坚持市场导向,在深入会展企业调研的基础上精准分析和前瞻预判会展业人才需求,加快构建会展业人才需求数据库,联合有关部门定期发布《湖南省会展业紧缺人才目录》。

## 会展新说

# 会展营销应该只问耕耘,不问收获?

■ 李伯文

润米咨询创始人刘润与华与华创始人华杉访谈短视频近日在营销圈广泛传播。此次访谈的短视频标题为:“打广告,就该只问耕耘,不问收获”,让人诧异。而华杉的一句“打广告不要效果”更让人瞠目结舌。肯定很多人不理解,数字化营销发展到现在,作为行业知名企业的华杉,为什么还有这么不合时宜的想法。找华与华做咨询的广告主都不差钱,不关注广告效果吗?要是带着这个想法到会展行业,一定是申请不到预算。

事实上,没有一个行业的甲方“砸钱”做广告不要效果。华杉对此的解释是,广告效果需要一个时限周期,是一个月就要效果,还是十年要效果?营销有品牌营销和效果营销两种;品牌营销效果显现慢,短期内没有

确定性;效果营销尤其是效果相对确定的营销方法,成本一定是高的。

会展行业大多是项目经理负责制,项目多数为一年(极少有两年及以上)的时间周期。项目经理的眼光大多不长远。2024年,乍暖还寒,预算大幅减少,只有可计算ROI(投资回报率)的营销方案才更容易申请到预算,因此对会展行业的人来说,只能朝着把效果不确定的营销变成可预测的营销这个大方向一路“卷”下去。如发短信需要找触达率高的服务商,微信公众号需要日更且图文内容质量要有吸引力,投信息流广告需要找代运营费更低的服务商,要针对每个人群做广告内容。当然,内“卷”不一定是坏事。随着“卷”的程度不断提升,

会展行业数字化转型进程必将加快,会展行业的数据营销思维和营销能力得以培养,因为只有数字化才能增加这种“确定性”。

当然,不只是会展行业这么艰难,其他很多行业也面临相似的问题。比如,有统计数据表明,相比品牌广告,效果广告的比例正在增加。品牌广告代理商正在优化模型,让品牌广告效果“可衡量”。

效果营销越来越“卷”,品牌营销见效慢,是否该放弃?今年,业内已经感受到,会展行业的马太效应越来越明显。有钱做品牌广告的项目越来越集中在头部展会,它们发展得很好,很重要的一个原因是得益于长期主义,品效合一。在短视频中,华杉提到“品牌税”这一概念。华杉认

为,只要项目还在,就应当在品牌层面上进行投入,可以把所投费用看成是税(至于这一“品牌税”投入是1%还是10%,由企业高层来主导和确定)。品牌营销不会快速显现效果,但长期坚持(如坚持至五年、十年),必将产生效果,并且会成为展会项目的“护城河”。

由此不难看出,营销效果应该是营销的必要条件而非充分条件,即营销必须看效果,对效果不好、效果不明确的营销方式不必投入,仅效果好但对展会品牌没有帮助甚至是有损害的,也不能投入。营销上,只有品效协同才有意义。

可以说,目前全国市场并不是普遍悲观,有很多地方还是有红利的。比如,随着国家扩大开放,中国对多个国家放宽免签政策,国内市

场再次受到关注,TICTOC广告投入产出持续走高。再如,多个视频号平台主理人表示,今年微信粉丝大多来自“视频号”,这就意味着“视频号”没准能带来新的增长。又如,以近期火热的Sora为代表的人工智能(AI)或许可以帮助会展企业降低成本、提升工作效率。一切皆有可能。但前提是,选对了地方再耕耘,这一点可能更重要。

(作者系北京雪行文化传播有限公司CEO)

李伯文

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

### 南宁推动东博会升级为RCEP博览会

本报讯 南宁市人大常委会日前发布的《南宁市会展业促进条例》显示,南宁将积极推动中国—东盟博览会升级为RCEP博览会,服务功能从“10+1”向服务RCEP和“一带一路”拓展。

《南宁市会展业促进条例》对2011年6月1日颁布施行的《南宁市展会管理条例》进行了全面修订,南宁将围绕东博会参会参展项目组织开展产销对接、行业沙龙、产业讲坛、商务考察等投资促进活动,全面提升客商参会参展体验,推动项目加快落地,进一步延伸东博会的价值链、产业链,推动博览会从展会展示向产业落地,创新展会服务,打造南宁特色。常态化运营“云上东博会”,提升东博会国际影响力,挖掘“会展+”溢出效应,探索和推动会展商务、会展创意、会展传媒、会展产业孵化、体验式消费一体化的富有活力的“大会展经济生态圈”。(希轩而)

### 第十五届全运会启动会徽吉祥物等征集活动

本报讯 第十五届全国运动会广东赛区执行委员会日前发布《第十五届全国运动会会徽、吉祥物、主题口号、音乐作品征集公告》,面向全球征集十五运会会徽、吉祥物设计方案,主题口号及音乐作品。

第十五届全运会将于2025年在广东、香港、澳门举办。这是首次多地联合举办全运会,也是全运会第一次走进香港、澳门。十五运会的举办,将生动展示“十四五”期间我国体育事业发展新成就,充分展现粤港澳大湾区建设发展新面貌,打造一场“彰显制度优势、展示湾区特色、体现岭南风格”的精彩运动会。

据了解,应征作品需体现“绿色、共享、开放、廉洁”的办赛理念,“简约、安全、精彩”的办赛要求,“创新、融合、引领”的办赛特点和“国际标准、中国气派、岭南风韵”的办赛目标。

本次征集活动每一项征集都将分为初评、复评、终评三个阶段,十五运会省执委会将邀请相关领域的专家组成评选委员会对应征作品进行评选,最终将综合专家评审意见,评选出本届运动会的会徽、吉祥物、主题口号、优秀音乐作品。评选结果揭晓后,获奖者名单将在十五运会官方网站和相关媒体公布。十五运会省执委会有权决定设计团队及其人员组成,有权使用所有应征方案形成最终的设计。(权晓卿)

### 山东烟台发布会展业发展专项资金细则

本报讯 近日,山东烟台市教育局和烟台市财政局联合发布《烟台市会展业发展专项资金实施细则》,同一展览最高可获300万元资金支持。

《细则》显示,资金支持内容主要用于三个方面,具体为引进和举办符合烟台市产业发展的会展项目,争办国际级或国家级大型会展活动,强化会展品牌建设;培育会展市场主体和专业人才,发展会展新业态新模式,推动会展产业创新发展;其他有利于会展产业发展的事项。支持对象包括会展活动主办方或承办方、会展机构与相关企业、引进机构或个人、高等院校等。

引进展览项目,展览面积达到2万平方米以上的,分别给予一次性奖励5万元、2万元。由国家权威机构、国家部委或国家级行业协会(学会)举办的专业展览项目,展览面积达到1万平方米支持50万元,每增加5000平方米支持25万元,每个项目支持不超过300万元等。新培育举办的有关新能源、新材料等新兴产业的专业展览项目,展览面积达到5000平方米支持25万元。

《细则》将于4月1日起施行,有效期至2025年12月31日。(陆嫣然)