

创新会展·城市篇

上海建设体育赛事城市 提升消费潜能

■ 本报记者 兰馨

2024年巴黎奥运会将于7月26日至8月11日举行,残奥会将于8月28日至9月8日举行。随着巴黎奥运会的临近,上海成为备受关注的东方城市。5月16日至19日,自由式小轮车、霹雳舞、滑板和攀岩项目其中一站的终极资格赛将在上海黄浦滨江举行。3月12日,巴黎奥运会赛事组委会在上海举行新闻发布会,国际奥委会奥运会部副部长皮埃尔·弗拉特·巴迪出席了上海启动赛事倒计时装置仪式。

上海成为奥运会资格系列赛主办城市之一

去年2月,上海正式向国际奥委会提出申办奥运会资格系列赛其中一站的比赛,包括自由式小轮车、滑板、霹雳舞和攀岩4个项目。上海在去年6月中旬按要求完成了所有申办程序。

2023年10月12日,国际奥委会(IOC)执行委员会召开新闻发布会,宣布中国上海和匈牙利布达佩斯获选奥运会资格系列赛的主办城市。本届系列赛分为两站,在2024年巴黎奥运会之前举行,将是决定自由式小轮车、霹雳舞、滑板和攀岩

的运动员能否获得2024年巴黎奥运会参赛资格的重要一步。

这是一项全新的将体育与城市文化相结合的节日型系列赛。“奥运会资格系列赛是加强和推广通往奥运会之路的重要里程碑。”国际奥委会主席托马斯·巴赫表示,奥运会资格系列赛在活力四射的大城市舞台上展示运动员们的技能。上海和布达佩斯完美契合了奥运会资格系列赛的概念。

奥运会资格系列赛是《2020+5奥林匹克议程》的一个重要项目,系列赛每站为期四天,为体育爱好者提供集体育、艺术、音乐和文化于一体的沉浸式奥运体验。

根据巴黎奥运会日程,奥运会资格系列赛·上海将于5月中旬在黄浦滨江举行。其中,5月16日至17日进行预赛,5月18日至19日为决赛日。预计有464名运动员到上海参赛。截至目前,有288名自由式小轮车、攀岩和霹雳舞选手确认参赛。

作为奥运会资格系列赛·上海的重要组成部分,城市体育节将提前1个月开启,包括撒网预热期和热血高潮期两个阶段。其中,撒网

预热期为4月15日至5月15日,组委会将在上海、长三角地区乃至全国开展为期一个月的4项城市街头运动赛事活动。热血高潮期为5月16日至19日,组委会将在城市公园打造“五大圈”体验区,组成部分包括展玩圈和主舞台嘉年华欢乐圈。

“参赛报名费用、观赛门票费是体育赛事直接消费的重要内容。”上海运动与健康产业协同创新中心主任黄海燕认为,我国体育赛事规模数量迅速攀升,在供给增加的同时,存在结构性的供需矛盾。顶级观赏型赛事吸引力强、影响力大,经常出现“一票难求”的现象。

力争建设国际体育赛事之都

去年以来,上海建设国际一流赛事之都的步伐明显加快。上海市体育局联合上海体育大学发布的《2023年上海市体育赛事影响力评估报告》显示,2023年上海共举办118项赛事,带动相关消费37.13亿元。

根据此前上海相关规划,到2025年,上海基本建成全球著名体育城市,2035年迈向更高水平,2050

年全面建成全球著名体育城市。

今年1月1日,《上海市体育发展条例》(以下简称《条例》)施行。记者注意到,《条例》共十二章六十九条。对于国际体育赛事之都建设目标,《条例》提出加强体育赛事统筹规划,发展新兴体育赛事,鼓励社会力量办赛等。

在体育赛事方面,《条例》明确,上海市积极申(举)办国际、国内重大体育赛事,打造高水平职业赛事和自主品牌赛事,举办市民运动会、城市业余联赛等全民健身赛事,满足市民对体育赛事的多样化需求,建设国际体育赛事之都。

在体育产业方面,《条例》明确,建立体育产业发展工作协调机制,培育体育产业新业态,促进体育与健康、文化、旅游、养老、科技、农业等产业融合发展。《条例》还提出,上海市加强对体育产业发展的金融支持。

据了解,未来三年,上海将举办2024年四大洲花样滑冰锦标赛、2025年世界赛艇锦标赛、2026年场地自行车世界锦标赛等多项重大赛事。此外,F1中国大奖赛、上海环球马术冠军赛、四大洲花样滑冰锦

标赛、FISE国际极限运动嘉年华等国际知名赛事,以及“上马”“上艇”“上帆”等9项上海自主品牌头部赛事都将于2024年轮番登场,未来还有2025年的世界赛艇锦标赛和2026年的场地自行车世界锦标赛等多项重大赛事。

提升体育服务消费带动力

今年政府工作报告提出,培育壮大新型消费,实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。3月12日,上海发布的《本市促进服务消费提质扩容的实施方案》(以下简称《实施方案》)再次提到增强体育服务消费带动力。

《实施方案》指出,到2027年,上海在服务消费各领域形成一批新增长点,全面提升上海服务消费的国际知名度、品牌集聚度、商业活跃度、消费便利度和政策引领度。

体育消费是服务消费一大重要组成部分。上海提出,到2027年,上海人均体育消费占居民可支配收入比重达到4.5%左右,服务型体育消

费占体育消费比重达到45%左右。

《实施方案》还提出,完善财政金融支持政策,加快推动服务消费发展。具体包括建立财政资金促进服务消费的评估机制,支持公共资源交易平台中做强体育等资源产权交易平台。

《2023国家体育消费试点城市居民体育消费调查分析报告》显示,越来越多的体育赛事走进大众生活,体育观赛支出已成为我国城市居民消费中的重要一环。这种观赛热情在2023年达到高潮。

业界人士表示,体育赛事极大地促进体育消费,对旅游在内的各类关联消费带动作用非常巨大,一项赛事所带动的关联消费甚至是体育消费的数百倍。以贵州“村超”和“村BA”赛事为例。通过体育搭台、文化唱戏、旅游创收,贵州有效带动乡村旅游、餐饮、住宿等行业的消费。

大型赛事所带来的体育旅游也成为2023年体育产业发展的重要增长点。以杭州亚运会为例,赛会期间,杭州接待游客总量达4345.9万人次,日均271.6万人次,带动杭州住宿、餐饮、零售消费489.6亿元,比赛事前期增长15.6%。

中国发展高层论坛 设八大重要议题

本报讯 3月24日至25日,以“持续发展的中国”为主题的中国发展高层论坛2024年年度会在北京钓鱼台国宾馆召开。来自国际组织、世界500强企业、全球工商界的110多位嘉宾围绕持续发展等话题进行交流和研讨。

中国发展高层论坛是每年全国两会后举办的首个国家级大型国际论坛,创办于2000年,已成为推动中国与世界对话、合作的重要桥梁。本届论坛设置发展动能与前景、发展机遇与国际合作、新型消费与内需潜力释放、大健康产业、人工智能发展与治理、数字化赋能产业转型、碳中和与全球气候治理、全球经济增长趋势等八大议题,增进了了解,深化互利合作。

众多重量级嘉宾出席本次论坛,包括世界银行、国际货币基金组织、亚洲开发银行、亚洲基础设施投资银行的主要负责人,能源资源、装备制造、金融保险、高科技与半导体、医药健康、专业服务、日用消费等行业的外企高管,包括诺贝尔奖和图灵奖得主在内的知名学者。

年会开幕式前,美国苹果公司CEO库克在接受媒体采访时表示:“我很高兴来到中国发展高层论坛,也很高兴再次回到中国,我们将继续投资中国市场。”据悉,苹果公司去年参展了在北京举办的首届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”),以期和供应链企业在合作中实现双赢。

作为奶业代表,伊利集团高级执行总裁张剑秋在“碳中和与全球气候治理”分论坛中分享了伊利引领中国奶业绿色发展经验的经验。记者了解到,伊利集团一直积极稳妥推进碳达峰碳中和,去年在首届链博会上打造了以“智慧链接 品质未来”为主题的全产业链展台。

作为奶业代表,伊利集团高级执行总裁张剑秋在“碳中和与全球气候治理”分论坛中分享了伊利引领中国奶业绿色发展经验的经验。记者了解到,伊利集团一直积极稳妥推进碳达峰碳中和,去年在首届链博会上打造了以“智慧链接 品质未来”为主题的全产业链展台。



3月23日至31日,由中国服装设计师协会主办的2024秋冬中国国际时装周在北京举办。展会以“赋”为主题,举办时装秀演、流行趋势发布、商贸展会、主题展览、高端论坛、专业赛事等130多项活动。(施庄 图)

会展新说

AI时代会展服务如何转型内容策展方?

■ 郑喆

在人工智能(AI)潮流中,各行各业经历着前所未有的变革。特别是随着Open AI的Sora模型的亮相,人类再一次站在了科技变革的十字路口。Sora模型凭借其高度逼真的文生视频能力,不仅在技术圈内引起轰动,也使得会展业界开始重新审视今后的发展。笔者亲身感受到人工智能技术对会展业的潜在冲击,由此思考会展从业者应如何调整航向、迎接挑战。

笔者创办的英国梅森会展管理有限公司(以下简称“梅森会展”)作为一家开展欧洲展会与活动营销业务数十年的Agency(服务机构),真切感受到人工智能带来的巨大变化与影响。比如,在收到客户展台设计需求时,在其描述上提交理想的AI生成图,这令设计工作事半功倍。

英国伦敦Big Data and AI World(大数据与人工智能世界)展览近日举办。贵州代表团确定参加此展后,还未开启买家邀约模式,就收到了人工智能“Anna Moss”的问候以及合作意向。这极大地提高了参展商了解展会信息的速度,增加了参展商与主办方、买家的互动频率,提升了沉浸式体验感受。

近日,世界广告研究中心(World Advertising Research Center)在一篇文章中引用IBM(国际商业机器公司)一位高管的发言称,约三分之二(63%)的首席营销官计划在未来12个月内战略部署生成式人工智能的应用,有55%的人会受到其影响并改变与代理合作伙伴的关系。

人工智能在各行各业的应用颠覆了很多原有的模式。在刚结束的亚洲创意节(Spikes Asia)小组讨论会上,IBM亚太区营销与传播副总裁普里西拉·凯米(Priscilla Kim)提及,过去的代理合作伙伴是内容创作者,现在他们更多地转向内容策展人。

S4 Capital创始人兼执行主席马丁·索瑞尔(Martin Sorrell)也在Spikes Asia演讲中表示,“媒体策划和购买将发生革命性的变化”“主要的控股公司可能在媒体策划和购买方面雇用了20到25万人。三年后将不会有这么多人。人数将大大减少,因为6500亿美元的数字媒体产业可以通过算法减少”。

随着生成式人工智能的加速发展,品牌保护变得特别重要。特别关键的是建立品牌安全的管理框架,原因是品牌希望从代理那里获得帮助,尤其是涉及“隐私、内容依据以及所创建内容的法律责任”等问题。

3月13日,欧洲议会正式通过了欧盟《人工智能法案》(以下简称《法案》),以确保人工智能开发和应用者的安全和遵守基本权利,同时促进产业创新。

《法案》在五方面做了明确规定。一是禁止的应用。《法案》对于有可能侵犯公民权利的某些人工智能应用进行了限制,包括基于敏感特征的生物识别分类系统,以及从互联网或闭路电视摄像头的面部图像中无针对性地抓取面部图像以创建的面部识别数据库。其中包括工作场地和学校等重点场所。

二是执法豁免。原则上禁止执法机构使用生物识别身份验证系统(RBI),除非在详细列出和严格定义的情况下。只有在满足严格保障条件的情况下,“实时”RBI才能部署,例如其使用在时间和地理范围上受到限制,并且需要特定的事先司法或行政授权。此类用途可能包括对失踪人员进行针对性的搜寻或防止恐怖袭击。使用这种系统进行事后(后远程RBI)被认为是高风险用例,需要与刑事犯罪相关联的司法授权。

三是高风险系统的义务。对其他高风险人工智能系统(由于其对健康、安全、基本权利、环境、民主和法治的重大潜在危害)也规定了明确的义务。高风险人工智能系统使用的示例包括关键基础设施、教育和职业培训、就业、基本私人 and 公共服务(例如医疗保健、银行业)、执法机构的某些系统、移民和边境管理、司法和民主进程(例如影响选举)。这些系统必须评估和减少风险,保持使用日志、透明且准确,并确保人力监督。公民将有权投诉影响其权利的高风险人工智能系统并获得解释。

四是透明度要求。通用人工智能(GPAI)系统及其所基于的GPAI模型必须符合某些透明度要求,包括遵守欧盟版权法和发布详细的培训内容摘要。那些可能造成系统性风险的更强大的GPAI模型将面临额外的要求,包括进行模型评估、评估和减轻系统性风险,并报告事故。

五是必须明确标记人工智能

生成的图像、音频或视频内容(deepfakes)。

技术的更新总是伴随许多新的机遇,国家层面也推出了非常多的支持创新和中小企业的措施,以便于创新人工智能投放市场之前开发和培训创新人工智能。

当下,从医疗保健和金融到交通运输和教育,人工智能正在改变各个领域。与此同时,人工智能正在产生重大影响的一片领域,也许是不经常被提及的会展行业。

随着人工智能的广泛应用,展会变得更加高效、个性化和数据驱动,组织者和参与者的体验显著提升。网站、电子邮件营销和在线注册简化了宣传活动和参与者的过程。视频演示、交互式展示和社交媒体营销进一步丰富了展会展示形式。聊天机器人可以实时回答参与者的询问,AI动力分析可以优化活动布局,机器学习算法可以根据参与者的偏好提供个性化内容。

人工智能在会展业的力量活动中已经得到极大的应用。首先,增强个性化。AI方便展会组织方根据每个访客的需求量身定制体验。通过分析访客偏好、过去的互动等数据,AI算法可以为展品、研讨会或演示生成与访客兴趣相符的个性化推荐。

其次,智能导航。AI驱动的导航系统利用计算机视觉和机器学习,无缝引导访客参观展览,提供实时导航,并在途中突出显示感兴趣点。

再次,沉浸式虚拟现实(VR)体验。AI可以与VR技术结合,打造

将访客带入不同世界的沉浸式体验。通过利用AI算法,VR展品可以根据用户互动调整响应,营造真正互动和引人入胜的环境。

再其次,智能互动装置。AI驱动的互动装置可以通过智能响应访客的动作来吸引他们。如一个感应运动的装置可以检测到访客的动作,并生成相应的视觉或听觉反馈,营造独特而具有互动性的体验。

最后,智能数据分析。AI算法可以分析展会期间收集的大量数据,为组织者提供宝贵的见解。通过了解访客行为、偏好和参与程度,组织者可以优化未来的展会、改进内容传递,并提高整体访客满意度。

人工智能将展览转变为动态的、个性化的旅程。通过将技术与创意相结合,组织者可以吸引访客并为其留下深刻的印象。

总而言之,在人工智能如此强劲的发展势头下,会展业正站在一个新的起点上。作为6月英国人工智能大会(AI Summit)大中华区的总负责机构,梅森会展将在Sora模型等AI技术的助力下,为会展业描绘未来新蓝图。

(作者系英国梅森会展管理有限公司创始人兼CEO)

郑喆

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

会展传真

博鳌亚洲论坛2024年年会 将设四大板块

本报讯 博鳌亚洲论坛官网日前公布消息称,博鳌亚洲论坛2024年年会将于3月26日至29日在海南博鳌举行。年会主题为“亚洲与世界:共同的挑战,共同的责任”。

论坛希望通过年会,呼吁各国加强团结与合作,重建信心与信任,共促和平与发展。今年年会设立“世界经济”“科技创新”“社会发展”“国际合作”四大板块、十个议题,每个板块、议题均体现团结促发展这一主旨。

公布的最新日程安排显示,“投资亚洲未来”“科技革命‘奇点’离我们有多远?”“加速迈向零碳电力”“AIGC改变世界”“‘创新、绿色、数智、融合’引领高质量发展”“新能源汽车赛道的未来”“世界经济展望”“中国经济展望”“知识产权促进可持续发展”“人工智能全球治理”“融合与创新的数字经济”“打造亚洲增长中心”“实体经济的突围”“能源低碳转型”“高质量共建‘一带一路’”等系列活动将举行。(伊宇)

“投资中国”品牌活动 首场标志性活动在京举办

本报讯 商务部3月21日举行的例行新闻发布会透露,今年商务部将开展“投资中国”品牌活动,为各国投资者走进中国、了解中国、投资中国创造良好条件。

商务部新闻发言人介绍,目前,“投资中国”品牌活动正在紧锣密鼓筹备,并将陆续展开。3月26日,商务部将与北京市人民政府在国家会议中心共同举办“投资中国”首场标志性活动,包括宣介、解读外资政策,地方政府与跨国公司高管交流对接等内容。此外,还准备了3条实地考察线路供跨国公司代表选择参与。目前,已经有100余名跨国公司高管、外国商协会代表报名参加。

另外,今年4月1日至3日,商务部和重庆市人民政府将共同举办“深化引进来 服务双循环”进博会走进重庆活动。这是今年进博会走进地方的首场活动,也是“投资中国”品牌活动的重要组成。本次活动将拓展参会企业范围,更有针对性地邀请进博会参展商、投促机构和跨国公司参加。同时,将丰富活动内容,举办外资企业圆桌会、经贸投资推介会和专题产业投资对接会等活动,进一步释放进博会溢出效应,推动更多“展品变商品、展商变投资商”。(毛雯)