

各地上演“连轴大戏” 探索推进“会展+”

强势复苏! 会展经济激活消费潜能

编者按

“办好一个展,搞活一座城。”会展业所具有的1:9经济拉动效应及诸多特性,在促进区域合作、经济往来、消费潜力释放等方面发挥着巨大的作用。为有效推进会展经济发展,促进产业转型升级,各地纷纷布局推进会展经济,相关工作均呈现较快发展态势,为经济焕发新活力注入新动力。

本报记者 王莉

去年因新冠肺炎疫情而按下暂停键的线下展会近期在各地如火如荼地举办起来。会展作为主体产业链、供应链中不可或缺的重要环节,是链接生产与消费、供给与需求、国内外市场的重要桥梁,同时也是促进交易和合作,推动产业转型升级和进步的重要平台。随着我国疫情得到有效控制,会展业迎来新的复苏和增长期,也激活了消费市场潜力,餐饮、休闲等服务消费快速升温。

会展联动产业
释放消费潜力

近日,在武汉国际会展中心内,第三届世界大健康博览会健康食品博览馆正式开馆,吸引了众多市民前来逛展淘宝。去年,武展曾一度“停摆”近9个月,大小展会被迫取消、延期。

但今年以来,武汉的大小展会再度热闹起来。仅武汉国际会展中心今年以来已举办6场展会,今年的展会排期超过40场,基本恢复到疫情前高峰水平。

在上海,会展业也在加速复苏。4月14日,全球顶级的“钟表与奇迹”高级钟表展在上海西岸艺术中心开幕,参展规模翻倍、品牌数量翻倍。受全球疫情影响,钟表业权威的瑞士日内瓦展览今年只能继续办“云展”,而上海的这个展会成为百余款高级钟表的“全球线下首秀地”。此外,上海车展、上海时装周、旅博会……这段时间上海展会密集发力,率先推动全球会展行业从“云端”再次落地。来自国家会展中心(上海)的数据,截至目前,场馆内已办展面积达到140万平方米,5月的日程表已排得满满当当,12场展会“在路上”。

今年以来,各地各种品类、各种规模的展会如期举办,会展业加速复苏的态势明显。与此同时,展会取得的良好效果,尤其是联动住宿、旅游等消费市场强势复苏。从刚刚闭幕的第104届全国糖酒会上可见一斑——展览面积达21.5万平方米、4106家展商参展,是糖酒会史上展览面积最大、展商数量最多的一次。既体现了国内消费需求的强大增长潜力,更体现出产业链在新发展格局中的强大驱动力。与此同时,直播带货成为本届糖酒会参展企业的“标配”。展会期间,糖酒会组委会联合淘宝直播设立的“官方好物推荐”“糖酒品牌时间”两大主题直播间,共举办38场直播活动,吸引超100家参展商参与直播,累计观看量突破300万人次。

近期我国还将举办多个重大展会。首届中国国际消费品博览会将于今年5月7日至10日在海南省海口市举行。首届消博会聚焦“高、新、优、特”消费精品,目前招展工作已经结束,展览总面积8万平方米,预计将成为亚太地区规模最大的精品展。而作为全球首个服务贸易领域综合型展会和中国服务贸易领域的龙头展会,已成功举办七届的服贸会将于今年9月初在北京举办,今年将聚焦行业热点和发展趋势,突出数字经济和数字贸易。第四届进博会将于11月5日至10日如

期举办,将继续发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的“四大平台”功能,目前各项筹备工作正稳步推进,报名签约面积已超过70%。

国际展览业协会(UFI)亚太区经理Mark Cochrane表示,中国各地B2B展览、贸易展等活动,从去年6月就已经开始陆续重启,可以说,中国在展览行业上的表现已经领先全球,未来预计中国将引领亚洲乃至全球的展览行业复苏。

加快数字转型
高效重构市场

去年,受疫情影响,许多展会多在线上举办。如广交会,去年第一次完全以互联网形式举办。而上海和阿里巴巴则共同建设“云展平台”,拉开了会展行业全链路数字化的序幕。

据悉,“云展平台”将结合上海在全球的贸易影响力和会展行业集聚的资源优势,阿里巴巴在新基建领域的核心技术优势,建设成覆盖各行各业的云上会展第一平台,用数字化方式促进全球贸易。

今年广交会依然采取了线上举办的方式,而针对此前参展商、客户反映的交流不畅、找商品不太方便等问题,近日刚刚召开的广交会作出了相应的改善。据介绍,在总结前两届网上举办经验的基础上,本届广交会进一步优化了广交会网上平台,便利供需双方对接洽谈。

事实上,会展行业已经意识到数字化转型的重要性。业内人士认为,无论是头部会展企业还是中小企业,都亟须数字化转型。而数字化转型并不是简单地做线上展览,而是企业核心三大流程重构,包含客户连接、运营流程和产品创新。三大流程数字化重构之后,会与客户走得更近、流程效率更高、产品和服务的创新能力更强。

此外,实现数字化需要依赖一系列的数字化工具。对于大型会展企业来说,是否在构建企业的数字化中台,是否将基础的业务能力和数据能力变成一个共用的可以调用的资产,为未来的各种创新和变化做好准备,这些都是数字化转型的重要内容。同时,企业的商业模式、人才结构和工具引入需要具有足够的力量。在数字化转型过程中,每个企业的决策层,都需运用数字化的思维去思考,找一个切入点转型创新。

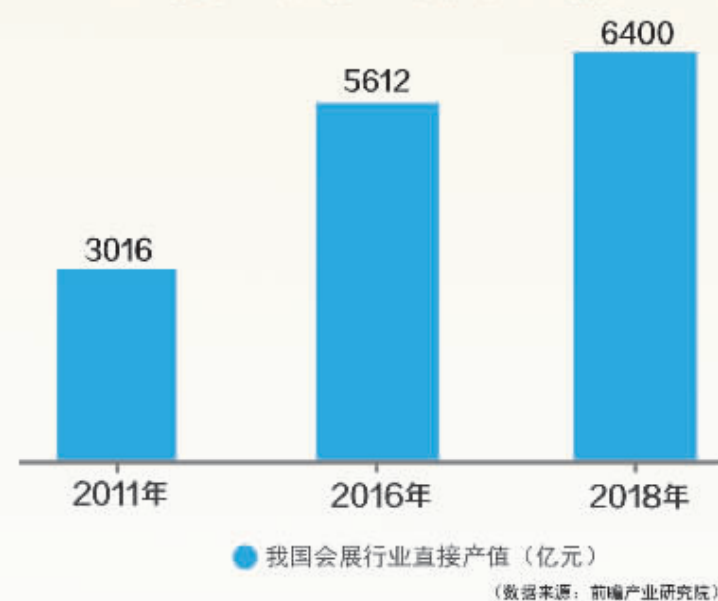
“线上展的兴起,也让更多群体注意到,线上展不仅成本低,而且流程简单、难度降低了。”北京华恺展览有限公司董事长许锋认为,会展链条供应商发生重大改变后,数字经济时代的会展业将更注重并需要精准营销,如会议分销、展会分销。

在会展业界看来,未来,线上展和线下展将实现融合发展。线上展将成为实体展会的有效补充,并在服务创新上实现更大的价值。现阶段,在会展数字化解决方案中,还没有出现完美形态。目前,尽管整个数字化的基础设施已经基本具备,但是离“最后一公里”还需打通一些环节。

各地纷纷布局
探索推进“会展+”

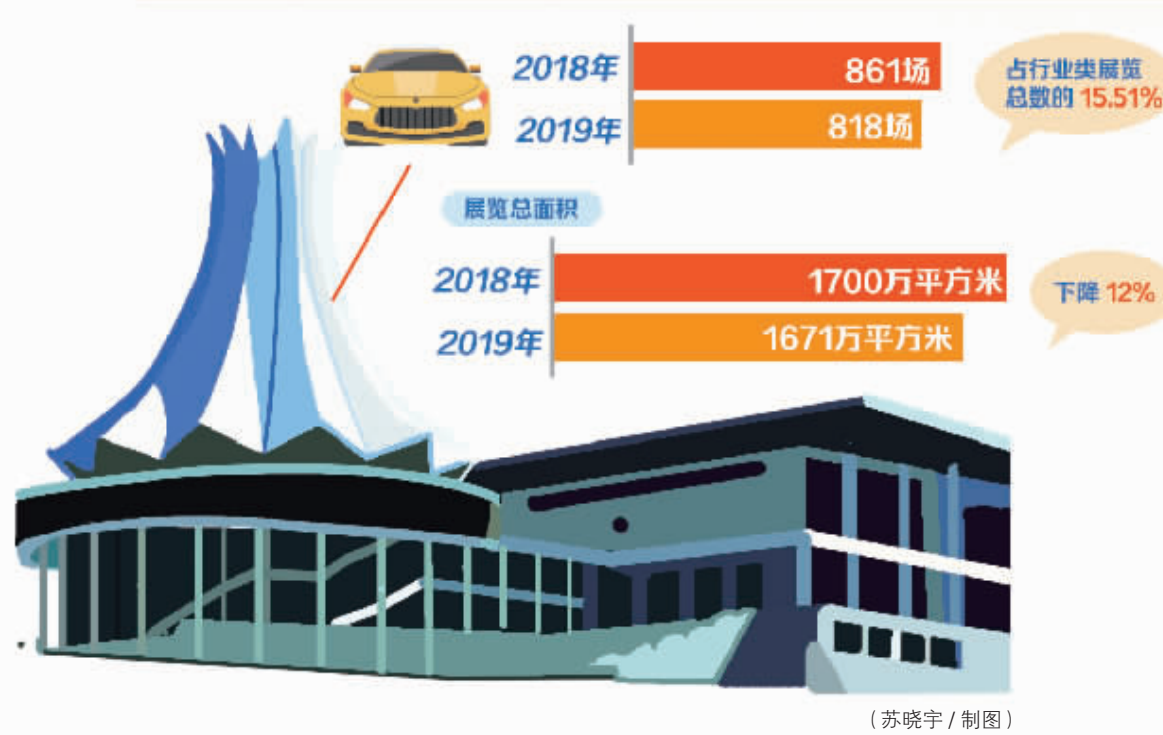
会展是一座城市的“名片”,被誉为“触摸世

近年我国会展行业直接产值统计情况



《2019年度中国展览数据统计报告》显示

2019年,在行业性展览中,以乘用车为主题的汽车展览数量最多。其次为建筑建材、文教。



界的窗口”和“产业发展的加速器”,可以汇聚强大的跨产业、跨区域的信息流、资金流、物流和人流。会展行业可以有效拉动经济发展。据专家推算,国际会展业对相关产业的带动系数为1比9,即如果某一次会展的直接收入为1,则对如餐饮、交通、旅游、酒店等相关产业的带动收入为9。因此,各地纷纷布局会展经济。

值得关注的是,汽车是消费市场的“顶梁柱”,汽车促消费活动对消费回补和潜力释放发挥着重要作用。各地高度重视汽车促消费工作,多措并举,积极组织车展等汽车促消费活动,主动为企业纾困解难,营造良好消费环境,挖掘汽车消费潜力。

作为今年首个如期举办的A级国际车展,第十九届上海国际汽车工业展览会不仅被视为观察中国乃至全球汽车业复苏的窗口,更是畅想构建高质量发展格局的平台;“2021广州(五一)汽车展览会”将于5月1日至3日在广州琶洲保利世贸博览馆盛大举行,车展覆盖了自主、合资、进口等超过100个汽车品牌。

此外,通过会展丰富文旅消费业态成为各地发力重点。如湖南提出,高水平办好中国红色旅游博览会、湖南文化旅游博览会、湖南国际旅游节、湖湘动漫月、四季乡村文化旅游节、新能源汽

车拉力赛等品牌活动,鼓励各类市场主体通过市场化手段承办文化旅游活动。发挥展会对文化旅游消费的拉动作用,建设一批集考察观光、休闲旅游、商贸交流于一体的商务旅游综合体,支持文化企业和旅游企业通过展会进行产品展示、信息推广。

“产业+会展”融合发展是近年来各地会展业发展的重要方向。

如《厦门经济特区会展业促进条例》近日正式实施。据悉,厦门今年将紧紧围绕重点支持和打造的十二条“千亿产业链”,深度挖掘与重点产业关联度高的展览题材,力争策划培育面向市场、拥有自主知识产权的“生根型”专业展会10场,形成优势产业“1+N”会展模式,就是一个专业化国际性展览、N场配套会议论坛,通过外延产业规模、创新会展经济发展模式,引领产业链跃升,推动会展经济高质量发展。

在近日发布的《“十四五”时期提升上海国际贸易中心能级规划》中,上海明确“全面建成国际会展之都”的目标。据悉,上海将持续放大进博会溢出带动效应,大力推动会展模式、技术、机制创新,着力将上海打造成为市场机制更加成熟、会展企业更有活力、品牌会展更加集聚、更具全球影响力的国际会展之都。

延伸 >>>

形成合力推进会展业绿色发展

日前,国务院印发《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》(以下简称指导意见),要求“推进会展业绿色发展,指导制定行业相关绿色标准,推动办展设施循环使用。”

中国会展经济研究会常务副会长储祥银认为,指导意见再一次明确会展是一个产业,而且对会展业的绿色发展提出了明确的要求。会展业界应当立即行动起来,认真践行“绿色会展”理念,推进会展业“绿色、低碳、可持续”发展,加大“绿色会展”宣传推广力度,会展相关各方形成合力、达成共识、共同行

动。

浙大城市学院品牌与会展传播研究所张晓明表示,会展业的绿色发展,是经济各产业绿色发展的重要组成部分,其核心在于更好地把握会展产业发展过程中的资源与能源的有效利用,尽可能降低由于会展业本身发展中产生的突出的环境污染。提出“推进会展业绿色发展”,自然意味着会展业发展中的系列问题已经更多引起了国家与社会的关注,说明会展业在多年的劳动密集型发展中,存在不少资源利用不合理与过于注重短期利益的行为,给社会造成了明显的影响,带来了一

定程度的环境污染。

“会展业要继续发展,但其发展方式要设法逐步调整,朝着可持续发展的层面稳步进行。因而,这样的发展形势就需要学界不断总结、不断实践,认真面对发展现状并形成积极应对。”张晓明说。

储祥银表示,推进会展业绿色发展,需要政府主管部门推出绿色会展政策和要求,制定绿色会展奖惩条例,将节能减排、绿色会展与其他会展扶持政策挂钩,形成政策合力,支持绿色会展发展;推进会展材料、器具研发、生产、加工基地建设,营造环境氛围,推行环

保集中综合治理解决方案,建立设施共享机制,节约成本,减轻企业环境治理压力;行业中介和龙头企业组织,或牵头研制绿色会展行业标准、团体标准、企业标准,逐步完善绿色会展标准体系,加强宣传推广和推动实施;政府展会、龙头企业率先垂范,带头执行和实行绿色会展标准;展览主办单位在展览会现场应用现代信息技术,减少一次性材料使用;会展工程服务企业推广使用绿色环保会展器材,文明施工、绿色施工,减轻会展现场环境污染和材料损耗,营造宜人参会参展氛围。

(陈辰)