

厦门会展动态

2020 第 12 期（第 223 期）

主办单位：厦门市会议展览局

承办单位：厦门市会议展览业协会

2020 年 6 月 24 日

【编者按】 1

【行业视点】 1

云（线）上展会对城市会展业发展意义浅析 1

厦门会展界运用新科技创新展会服务模式 3

【编者按】

百年会展，遭遇新冠疫情。人有义疫无情，蓬勃发展的会展业戛然而止，全球各国无一幸免。停展、停会、停工、停产，会展业遭受沉重打击。产业重构、展会重组、企业重塑是会展业大洗牌的必然结果。天无情，人有义，天作难，人敢战。逆势而上，创新发展，不畏艰险，勇攀高峰，是当今会展人的风貌。我们近期以厦门会展协会会员企业为对象，以抗击新冠疫情为背景，对厦门会展业遭受的冲击、生存自救、创新发展的情况进行了调查研究。希望能在大灾之后，为厦门会展业的复工、复产、复苏出谋划策、尽绵薄之力。希望业界有更多的朋友能拿起手中之笔，书写当代会展人永不言败的风采，共同创造会展业疫情之后的新辉煌。

【行业视点】

云（线）上展会对城市会展业发展意义浅析

近期，常听人们谈论与询问的一个话题：云（线）上展览、会议对会展城市建设有没有用？值不值得推广？仁者见仁，智者见智，众说纷纭。笔者试从实践的角度作一粗浅的分析，与业者共享，若能引起争鸣，也算不枉费抛砖之念。

当代，科技发展日新月异。科技已经深入社会与人类生活，影响人类生产、生活形态的变化，对会展业的影响更是不言而喻。本人的基本观点是：只要人类存在，线下的会议、展览交流就会存在，云（线）上的会议、展览是对线下展、会的丰富、流程优化、服务完善、质量提升、效益提高，会引起业界的重新洗牌和业态的调整，但不会造成线下展会的消亡。

一、新科技，为云（线）上展会提供了技术支撑

前两年开始，社会上广泛传播一段顺口溜，叫做“……4G 改变生活，5G 改变社会”，2019 年，被称为 5G 元年。随着 5G 技术的成熟与运用，拉开了新一轮技术革命的大幕。特别是大数据、云计算、人工智能、物联网、区块链技术的发展与应用，将对相关行业的业态发生颠覆性的影响，引发功能变革。无延时、瞬间信息传递、全息、AR 技术的应用，全空域、全流程、全场景、全智能全价值叠加信息的功能，为实现展会信息远距离、全场景展示与交流提供了技术支撑，云（线）上展会已不是梦。

二、新疫情，为云（线）上展会激发了市场需求

肇始于 2019 年末，突如其来的新冠疫情，给人类生命安全、经济活动、社会生活带来重创，对会展业的打击与影响巨大。对全球战略格局变化影响深远。展览停办、延期、缩水，展会举办成本加大，会议无法正常召开，正常的经济、科技、思想交流活动无法举办，会展企业生存困难。会展活动作为产业链、供应链的中介平台处于停顿。

求生存，求创新，求发展，成为会展界落实中央和国务院“创新展会服务模式”的共同心声与具体行动。各地会展界纷纷通过线上论坛、研讨会、讲座的形式开展交流与培训。厦门会展界积极行动，对举办云（线）上办公、会议、展览、培训活动进行了有益的探索，取得了技术创新的实际效果。

厦门会展金泓信展览有限公司先后推出云上厦门佛事用品展和云上厦门石材展；福建省自贸试验区厦门片区 AMOY 博览会有限公司推出云上艺术厦门展；誉颂会展集团有限公司推出厦门国际水展线上展会和“外贸牛”产品；市会展促进中心积极筹备云上投洽会；厦门市盈拓商务有限公司设计制作国际会展数据包产品，服务境内外客户对接，为员工提供创收服务；厦门会展协会协同会展壹号公关、建旅传媒、云现场举办三场线上培训，为云（线）上会议、展览的举办进行了大胆的创新与探索，引起热烈反映。疫情的影响、市场的需求，为云（线）上展、会业态的发展激发了市场需求，促使企业加大了技术研发投入与力度。

三、新业态，对城市会展业发展的利与弊

举办云（线）上展会是对会展业服务模式的一种创新，对传统展会的影响是积极的还是消极的？对城市会展业是利大还是弊大？是近期业界普遍关心的一个问题。笔者认为：云上展览和会议的举办对展会主承办单位维护客户资源和促进相关生产企业开展境内外营销和扩大展会影响力是有用的，但作用是有限的。单纯举办云（线）上展会对城市会展业的发展意义不大。大家知道，展、会的举

办，能为城市带来大量的人流、物流、信息流、资金流、智慧流，对交通、住宿、餐饮、旅游、购物、就业均有巨大的拉动作用。如果单纯举办云上、线上展会，难以满足城市发展会展业的上述目标需求，弊大于利。从云上展会实际效果看，访者众多，每场展会线上观众都有 10 万之众，但真正下单签约者则寥寥无几。

四、结论，云（线）上云（线）下展会融合发展是方向

在 5G 背景下的云（线）展会是一种新事物，是展会服务的新模式。据笔者 20 多年的会展生涯判断，线下展会——实体展会是举办线上展会的根本与基础，订单不可能仅凭线上的交流而落地，就像谈恋爱，不可能仅凭线上沟通，见面就立马能结合。线上展会是可以扩大实体展会的影响，完善服务流程，提高办事效率，增强展会成效。但，二者必须融合发展，相互影响，相互促进。如果单纯强调某一方面，势必跟不上时代的步伐、形势的发展与变化，将会在展会的竞争中被淘汰。抓住实体展会这一根本，积极引进和应用新技术的加持，推动展会线（云）下线（云）上融合发展，这是城市会展业发展的方向。正如毛泽东主席所说：人间正道是沧桑。

（作者：郑智，中国城市会展协会联盟主席、厦门市会议展览业协会会长）

厦门会展界运用科技创新展会服务模式

新冠疫情袭击之下，全国会展业全面停摆。和全国其他城市一样，厦门上半年主要展会项目纷纷取消或者推迟，影响波及会展全产业链相关企业。随着境内外疫情形势的波动，面对无项目、项目少、无现金流、团队人才流失等各方持续的压力，企业如何渡过难关，把疫情防控常态化与推动会展业复产复苏相结合是每个会展企业必须解决的问题。

一、疫情下厦门会展界掀起“创新展会服务模式”热潮

3 月份以来，在中央关于创新“展会服务模式”号召的引领下，厦门会展界掀起了向科技要效益、以科技求生存求发展的热潮。

4 月底，艺术厦门博览会推出国内首个线上艺博会，打破了传统线下艺术展会时空限制，首日浏览量突破 4.4 万人次。同月，厦门国际水展正式推出线上展会，上线一周之内吸引了超过 2 万人关注。5 月份，“云上厦门佛事用品展”正式上线，展会通过线上展示、直播等在线展示了佛像制造工艺、佛学知识及“非遗”乌铜走银工艺等，五天展期内总浏览人数 7 万多人，近 4 万直播观看量。厦门市盈拓商务有限公司利用公司沉淀多年的资源与渠道优势，疫情期间推出了“盈展宝”数据包产品，用户支付少量费用即可精准对接目标客户资源，缩短了境内企业与全球供应商与采购商距离，帮助企业实现高效数字化营销。厦门建旅国际会展集团传媒有限公司自主研发并推出了“旅爽生活家”——集旅游服务、伴手礼、优质食品等为一体的一站式采购平台，一个月之内入驻产品超过 1000 种。6 月 6 日，云上厦门石材展正式上线，来自 57 个国家和地区逾 2000 家境内外优质企业悉数亮相云端，覆盖全球 148 个国家和地区专业客商，行业协会及合

作媒体，成为实体展会的信息源与强大的引流平台。6月24日开幕的海西汽博会推进数字化、智慧化升级，全新打造“双线”汽博会。“云上投洽会”正紧锣密鼓的筹备中，或于今年9.8前提前上线。还有一些企业正在厉兵秣马，积极行动，加大科技与实体展会的融合力度，争取新突破。

二、厦门会展业运用线上会展技术现状简析

当创新发展模式成为行业发展的新要求，行业都在谈线上展会、做线上业务、尝试运用线上技术，是否意味着线上会展服务模式已经成熟，其在厦门会展界带来的效果如何引起了笔者的好奇与关注。

(1) 线上会展服务主要应用主体分析

笔者通过统计与调查发现，厦门会展企业在运用线上会展技术创新会展服务方面主要有以下五类企业代表：

一是以云现场等以技术服务型为主的服务企业，这一类型企业本身以为会展活动提供数字化服务为主要业务，疫情的发展让数字化会展服务的需求迅速升温的同时，为新技术服务企业提供了新的发展机遇。疫情期间，在线会展服务项目大量增加，技术型服务企业依靠原有的技术优势，提升服务水平，积极研发新产品与服务项目，成为了疫情期间为数不多业绩赶超往年同期的会展企业代表。据了解，厦门云现场科技有限公司上半年服务项目超过70个，总营收同比增加30%。

二是依靠第三方技术服务平台的会议承办方，这一部分企业按照客户的需求帮客户开拓一些线上服务，如承接一些政府和企业的线上服务项目，帮助客户做云直播、云会议等线上活动，进而获取一定的收益，如朗升会议、建旅商务等。

三是展览企业，这类企业将线下原有的品牌展会如厦门佛事展、石材展、水展和艺术厦门等打造成线上展会，通过线上展示、直播等形式促成经贸合作和交易。

四是外展企业，受境外疫情影响，外展企业全年业务量受影响严重。这类企业目前主要通过帮外贸企业做一些B2B数字贸易服务、开拓海外代理平台、海外数字营销等线上业务，如厦门国际商会、誉颂会展等。

五是技术和实力雄厚的企业研发出自有的数字化营销产品和线上产品交易平台，为自身创造营收的同时给予销售人员分红，以此来提高员工收入，帮助会展从业人员解困。如厦门市盈拓商务有限公司和厦门建旅国际会展集团传媒有限公司。

(2) 线上会展服务应用整体效果评价分析

总体看好。笔者试着对厦门的会展企业进行了问卷调查，共吸引了160家企业参与，其中：展览企业（含）外展企业38家，占23.75%；会议承办企业46家，占28.75%；搭建企业29家，占18.13%；场馆与酒店32家，占20%；新技

术服务企业 4 家，占 2.5%；其他会展综合服务商 11 家，占 6.55%。24.38% 的企业认为应用线上技术的服务效果很好，35% 的企业认为效果好，40.63% 的企业认为效果一般。总体来说，超过半数以上企业认为效果是好的。但让人意外的是，在被调查的企业中，目前只有 16.25% 的企业有应用线上技术服务会展项目，83.75% 的企业未使用或者还在规划。

(3) 线上会展服务未被广泛应用原因分析

究其原因，主要集中在以下几个方面：一是新技术投资、研发及实施路径投入大，过程慢，外援费用高，但企业利润低；二是与实际线下会议相比有落差，用户体验感不好，如专业性较强的行业，线上无法演示出产品的性能技术；三是目前线上活动存在信号不稳定、操作不熟练等技术问题；四是目前还未有成形的市场及行业标准，服务收费定价难，客户意愿不高且没有粘性，转化难；五是运营服务、培养用户习惯和项目推广难。

归根结底，是投入多，产出少，线上服务创造的效益短时间内变现难。

三、运用新科技促进会展业未来发展之思考与建议

对于线上会展技术创新会展服务未来的发展趋势，笔者有几点启示和建议和大家一同探讨。随着 5G 时代的到来，未来会展业的发展必然离不开线上，但线下的展会功能短时间之内也很难完全被线上取代。笔者认为线上赋能线下，相互助益、相得益彰将是未来会展业发展的主要趋势。作为会展业运营主体，应考虑以下四个方面：

一、要跟紧趋势，关注新科技、了解新科技、学习新科技、运用新科技，让科技为会展业赋能。

二、要提前布局，根据展、会的实际需求规划线上服务板块，引导线上服务线下，为线下引流，促进线上线下共同发展。

三、要争取外援，合作发展。加强与技术服务公司和技术研发公司协作，一起把线上会展蛋糕做大。

四、要不断创新，勇攀高峰。科技是手段，展、会内容才是核心。借助科技和线上的优势，不断创新和提高线下展会的品质，才是行稳致远的关键。

（厦门会展协会 周燕华）

本期主编：郑智 **副主编：**张加民 **责任编辑：**谢燕婷、周燕华