

轻工特色展会

坚定文化自信 弘扬工匠精神

中国国际精品陶瓷展献礼中国共产党百年华诞

本报讯(实习记者 解磊)记者从中国陶瓷工业协会了解到,由中国陶瓷工业协会主办、中国轻工业联合会支持、中国室内装饰协会等多家单位协办、北京炎黄陶瓷技术开发公司承办的“2021中国(北京)国际精品陶瓷展览会暨向‘中国共产党建党100周年华诞’献礼成就展”将于6月17日—20日在北京中国国际展览中心举办。与往年有所不同的是,今年的展会主题着重为献礼“中国共产党建党100周年”华诞。

中国陶瓷工业协会表示,一百年来,中国陶瓷作为中华民族传统优秀

文化的杰出代表,沧桑巨变、成就辉煌。此次国际精品陶瓷展旨在隆重庆祝“中国共产党建党100周年华诞”,坚定文化自信;弘扬大国陶瓷工匠精神,抒发爱国爱党情怀;展示中国陶瓷100年来发展取得的辉煌成就成果;彰显陶瓷魅力;通过宣传推介各产区特色陶瓷文化和优秀人才,进一步推动全国陶瓷产业传承创新,实现高质量发展。

据悉,本次陶瓷展有三大主题:献礼“中国共产党建党100周年”华诞;讲好中国陶瓷故事,彰显中华文明;开启中国陶瓷文化传播之旅新征程。本次

展会展品类别分为家居生活瓷、室内装饰瓷、文创礼品瓷、艺术收藏瓷、宾馆饭店瓷、园艺装饰瓷和建筑卫生瓷七种。展会同期将举办中国陶瓷工业一百年来发展取得的辉煌成就成果献礼“中国共产党建党100周年”华诞、第十届“大地奖”中国陶瓷创新与设计大赛等十大系列活动。

此外,本次展会还将开展向“庆祝中国共产党建党100周年”献礼系列活动,组织全国陶瓷名人名品举办中国陶瓷“成就与梦想”精品展(全国巡展),开启中国陶瓷文化传播之旅新征程。其中将组织推选《中国陶瓷名人

榜》活动;拟推荐整理汇编100位中国陶瓷发展历史长河中涌现出的历史陶瓷名人、宗师、风云人物和当代陶瓷名家、艺术家;推选100名现代陶瓷艺术名人;200名陶瓷艺术精英,300名陶瓷艺术新秀;100名传统陶瓷技艺传承人;100名陶瓷企业家和行业领军人物;100名陶瓷科技和教育杰出人才。另外将从展会上精选1000件全国各日用、艺术、文创陶瓷的精品、历史时代和国家大事件的绝品、国家用瓷、红色主题创作的原创作品等开展全国巡展。还将配合各地建党100周年庆祝活动和开展陶瓷文化交流活动。

中国国际自行车展将举办四大活动 培育消费热点

从国家会展中心(上海)移师上海新国际博览中心

本报讯(记者 史晓菲)记者日前从中国自行车协会了解到,2021年5月5日—8日,中国国际自行车展览会将移师上海新国际博览中心(上海浦东)。据中自协介绍,即将到来的2021年中国国际自行车展也将以崭新的姿态、创新的形式、包容的理念,再次打造行业交流的平台,为我国自行车电动自行车产业更好、更新的发展贡献力量。

据悉,2021年中国国际自行车展览会拟定在展会现场举办相关活动,丰富展会内容,增加展会互动性与观赏性,吸引更多消费者群体参加展会,进一步提升展会的示范效应与引导效应。

主办方称,今年展会的试骑体验活动打算引入电助力自行车产品(电动公路车、电助力山地车),通过骑行模拟道路,帮助观众感受电助力产品的特性。企业也可在场地内开展以消费者为目标受众的发布活动。区别于展馆内针对于采购商的新品展示与发布,外场的发布活动形式更轻松,互动性更强。

这两年,越来越多的自行车爱好者选择在家使用骑行台骑行锻炼,骑行台与互联网的结合催生了“云上骑行”这一新模式。通过“云上骑行”,爱好者们可以互相促进互相学习,共同提升运动效果,提高骑行竞技水平;通

过“云上骑行”,爱好者们可以在健身运动的同时进行社交活动。组委会准备在展会现场开展云上骑行挑战赛,不仅利用展会影响力推动新兴赛事活动的推广,更能给现场观众带来全新的观展体验。

在公共出行方面,共享单车已经成为解决城市“最后一公里”交通的最普遍工具之一。随着信息技术的进步以及城市管理的精细化,共享单车产品及运营在近两年也出现了新气象。上海新国际博览中心馆内广场开阔,组委会拟定设置“一公里”示范区,不仅可以让观众了解和体验共享单车新产品与新服务,也能方便观众来往于

各个展馆。

值得注意的是,去年受疫情影响下的市场,童车销售依旧火爆。很多家长认为童车是一个健身锻炼的工具,在疫情期间,童车还可以帮助孩子走出家门,进行户外运动。

以滑步车为代表,儿童自行车运动也在近几年如火如荼开展。各体育赛事公司也组织了多种规模、多种形式的童车竞技比赛活动。展会活动现场计划设立少儿自行车综合竞速赛道,赛道可以给儿童滑步车、少儿小轮车、少儿山地车、少儿公路车等车种使用。观众可在场地内进行骑行体验,并参与相关赛事活动。

高端智能装备将集中亮相中国西部国际装备制造业博览会

2021第29届中国西部国际装备制造业博览会暨中国欧亚国际工业博览会将于3月18日至21日在西安国际会展中心(灞桥)举行。3月4日,博览会组委会举行了新闻发布会。

西安市工业和信息化局总工程师张兰凯在介绍制造业博览会的相关情况时表示,西部制博会暨欧亚工博会是中国机械工业联合会、中国通信工业协会和西安市工业和信息化局共同主办,西安三联国际会展集团承办的集产品展示、主题论坛、采购配对、商务洽谈及交流合作等为主的大型国际工业博览会。

该博览会起始于2003年,已成为国

际展览业协会(UFI)认证的国际性专业展会。博览会多年被评定为“中国最具影响力品牌展会”“中国工业装备三大展”“西安服务业名牌产品”“西安市最佳展会”“中国机电行业十大机械类展会”等多项荣誉,被列为“国家商务部引导支持展会”,被誉为“西部工业第一展”和“中国装备制造业第一展”。

本届西部制博会暨欧亚工博会规划展出规模8万平方米,1200余家国内外知名企业参展。大会将围绕“聚焦一带一路建设、助推制造业高质量发展”的主题,为构建装备制造业“双循环”新发展格局,提升装备工业产业链供应链现代化水平,大力推动科技创新,加快

关键核心技术攻关,提升先进制造新产品展示,为制造业转型升级带来高端智能装备及解决方案。本届制博会重点设置展示兄弟省市展区、工业园展区、招商引资主题展区;航空航天、大型工程机械、轨道交通、汽车等大型工业装备综合展区;金属冶金铸造、能源化工、电力装备等能源装备展区;金属切削机床、钣金加工、激光切割、焊接、工模具、测量等设备加工展区;工业自动化及机器人、3D打印及快速成型技术、节能环保、新能源新材料等新兴技术装备展区;以及数字经济、工业互联网、软件与信息服务、工业设计等生产性服务业展区。同期举办“中国西部智能制造产业

发展论坛”“中国西部工业信息化发展论坛”等配套活动。

本届博览会在秉承历届展会国际化、专业化、市场化的基础上,将强化提升服务质量,促进交流对接的新理念,充分发挥陕西“一带一路”中心区域的作用,在展区设置、会期活动、观众组织、宣传推广、会务接待等方面力求推陈出新,挖掘亮点。

主办方和承办方都表示,本届展会将聚集高端装备制造研发设计、生产加工、制造服务资源,展示创新、绿色、开放发展的新成果,促进实体经济与互联网、大数据、人工智能深度融合,为加快制造强国建设步伐助力。(中国日报)

会展新说

长期以来,会展活动是企业市场营销及维护客户关系中的重要渠道之一。大多数企业会投入大量预算用作参与每年的会展活动,并注重参展的效率。众所周知,参加展览或者会议的企业都会以参展时取得的订单量或获客率等指标去判断一次活动的成功与否,却往往忽略了打造会展体验的重要性。通常情况下,传统会展服务商无法提供相应的升级服务。但如果会展服务商与跨界企业合作,便可以大幅度提升展会参展商的参展效率以及体验感。

与此同时,观众在参与会展活动时,对目标参展企业的注意力会在参展的这段时间内高度集中,从一系列的分析中判断自己应该与哪一个企业合作并签下订单。而一般观众在会展活动中也会密集地接触到众多品牌,因此,如果企业希望被更多的客户记住并形成粘性,将流量变成“留量”,现场体验是一个非常有力的辅助。

在会展活动期间,很多企业认为销售人员的销售能力与销售业绩直接挂钩,却忽略企业为目标客户营造品牌的体验感。展会现场经常会有偌大的展台放满了产品宣传海报,密密麻麻的文字搭配着有力的数据说明,接待台放满了宣传册子,空旷的展台空间中放好的圆桌和椅子方便潜在客户与销售人员进行坐下来详谈。企业认为这样的设计非常务实,把预算都花在了刀刃上,没有浪费。但是从客户的角度出发,单调的营销只能对那些早就了解企业或者是老客户群体有效,新的客户大概率只会望而却步,因为展台没有吸引力。况且,企业的老客户也有可能被别的品牌吸引,从而流失。在新媒体时代,有独特体验的展台引起热点效应,除了能够吸引观众的脚步,更能在各大网络平台为企业制造更广泛的知名度。

笔者认为,会展策划以及设计者应该以市场营销的多元化方式去思考,并解决会展活动最核心的需求:如何在展会中获得最多的流量,并把流量转化为“留量”?

企业应该考虑如何将会展活动演化为企业品牌的一场公关活动,为每一个潜在客户打造充满品牌氛围的沉浸式体验。如何让潜在客户在踏入展馆的一刻起,就被其展台吸引?怎样通过有趣的互动获取有效的资料,在展会过后得到适当的跟进或回访?笔者建议围绕以下四个方面做功课。

第一是吸引力。展台外观设计应该按照企业文化以及行业定位作为标准,订制适合目标客户的设计概念。充分考虑目标客户的触点及吸引点,从而让适当的目标群体被吸引到企业的展台上,并准备参与体验。

第二是互动性。互动是记忆的来源,有趣的互动能够为客户留下深刻的印象。最直接的手法就是利用科技来引起互动性,通过活动来传达企业想要表达的产品信息,用互动的方式将企业的产品特点展示在观众眼前,营造一场深刻的互动体验以便获得客户资料,方便日后跟进。

第三是信息流。观众参观展会的核心目的是获取有效的信息,往往厌恶的也是泛滥的信息。在营造展会的整体体验时,需要考虑如何将正确的信息传递到正确的人手中。错误或过多的信息不仅没有给企业带来收益,还可能为企业带来负面形象。

第四是可追溯。在观众离开展台后,展台的体验感不应就此结束。根据大数据的收集和分析,企业可以判断观众了解过的产品,参与的互动是否有合作或者消费的意向。在展会后的跟进加入个性化的订制信息,可以让观众重新唤起展会体验感,从而拉近企业与目标客户的距离。

上述四要素,展览服务商可以与跨界方联手合作,为客户提供更优质的展览营销方案。传统的会展搭建企业有强大且成熟的设计执行能力,可运用搭建技术将展台设计完美地呈现在展会中。可是,他们缺乏品牌营销的能力,对科技互动也很陌生,还欠缺大数据处理和数据分析能力。传统会展服务商故而无法轻松完成。笔者认为,会展服务商找到合适的合作伙伴后,利用自身优势和跨界合作的力量,可以将会展业务发展得更深更远。

跨界合作让流量变『留量』

(安祖鹏)

图上看展

建党百年特展在首都博物馆开展



观众在首都博物馆参观

3月9日,《伟大征程——庆祝中国共产党成立100周年特展》在首都博物馆拉开帷幕,展览运用数字和多媒体互动手段,共展出图片、照片和实物展品约280组件。

2021年春季中原医疗器械展在河南举办



参观者在中原医疗器械展览会上体验一款治疗仪

3月11日—13日,2021年春季中原医疗器械展览会在河南郑州国际会展中心举行,来自全国各地1000余家医疗器械参展商到会参展。

行业资讯

近日,广东潭洲国际会展中心迎来2021年春节后首展,打响了佛山会展业牛年“头炮”。3月10日—12日,2021佛山(顺德)家电博览会、2021广东烘焙食品工业技术设备博览会以及2021广东佛山国际塑料产业展览会在佛山潭洲国际会展中心举行,三展齐开、三箭齐发,为佛山会展市场勃发注入强劲动力。

在全球会展业萎缩60%的背景下,佛山潭洲会展借助“中国工业展第一馆”的精准定位,实现了逆势上扬,今年预计举办展会37场,将达到历年之最,新增的展会有18场。

三展齐开 有展商已预订明年展位

三个展会吸引了近500家行业龙头企业及上下游企业参加展览,预计观展人数超过10万人次。作为今年全国首场家电展,吸

引了美的、格兰仕、万和、海信等知名品牌参展。格兰仕顺应健康家电的时代趋势,融合智能制造优势,展出一系列全新智能家电,配套智慧厨房的场景搭建,向大众展示品质化的厨房生活。

家电博览会主办方慧聪拿货商城创始人喻治国表示,疫情发生以来企业积累下来的参展需求充分释放出来,集中展示最新研发产品。与往届相比,今年无论是参展的大型企业数量还是观展的人数,均有所增加。

刷新纪录 平均每月举办3场展会

佛山中德工业服务区(三龙湾)管

以展促产 以展兴城

佛山潭洲三展齐开打响牛年“头炮”

理委员会会展局局长陈宇莹认为,佛山潭洲会展迎来开门红,三展齐开,说明疫情防控扎实有效,企业对经济复苏的信心回升,制造业扬鞭策马跑出加速度。

今年计划举办的展会已达到了37场,平均每月约有3场展会将在这里举行,其中仅10月就有8场。其中包括多场规模和影响力行业领先的展会。当前进入传统购销旺季,接下来将有多场国内或华南地区较具影响力的工业题材展会陆续举办。今年,潭洲国际会展中心将新增18场展会,也刷新了开馆以来的纪录。

今年37场展会紧密围绕工业会

展这一主题,与潭洲国际会展中心打造“中国工业第一馆”的定位紧密吻合。未来,佛山潭洲会展将坚持特色化、差异化办展,通过一系列有针对性的展览,加速佛山实体经济发展。

以展促产、以展兴城,这是佛山潭洲会展的使命。佛山潭洲会展将依托粤港澳大湾区建设,抓住会展业复苏的良好势头,在整合全市会展资源、加快配套设施建设、构建“会展+”生态圈、扩大重点展会辐射面、优化会展公共服务平台建设等多方面发力,努力打造工业会展第一品牌,以工业服务助推实体经济高质量发展。(珠江商报)

厦门经济特区会展业促进条例本月实施

3月12日,2021(第八届)厦门节能汽车暨生态人居博览会在厦门国际会展中心开幕,展会为期4天。这是今年厦门首场线下展会,释放出厦门会展业全面复苏的积极信号。

记者从厦门市商务局(会展局)了解到,展会开幕当天,厦门市商务局(会展局)在现场设置一个展位,现场分发《厦门经济特区会展业促进条例》

(以下简称“条例”),向展商、组展方宣传和解读这一法规。

“这既是今年第一个在厦举办的展会,也是条例正式实施后举办的第一个展会,它释放出一个积极有力的信号。这类展会不仅有利于促进消费,也有利于发挥厦门产业优势,凸显专业会展特色,实现会展赋能联动发展,从而形成一批影响力大、号召力

强、彰显‘厦门元素’‘厦门品牌’的项目。”厦门市商务局(会展局)相关负责人表示。

据介绍,《厦门经济特区会展业促进条例》已于2021年3月1日起实施,市商务局(会展局)将从统筹规划、产业发展、国际交流、两岸融合、智慧会展、营商环境等六大维度,积极推动《厦门经济特区会展业促进条例》落实

落细,打造厦门会展新高地。厦门市商务局(会展局)相关负责人表示,第二季度还有数十个专业、特色展会将陆续在厦举办。去年首次引进的品牌项目中国教育装备展示会,以及石材展、春季佛事用品展、2021中国茶器产业博览会、2021厦门国际威士忌时尚烈酒展、冷链展等都将在四五月份举办。(厦门晚报)