

# 大连会展业智慧化发展探究

李豫蒙

《对外经贸》2016年第4期 指导教师：王晓宇

**摘要：**城市智慧化目前已是全球热议话题，各国各省各市都纷纷投入这一热潮，基于智慧化城市这一背景下，大连作为会展业发展较发达的城市如何把握这一机遇从中获利。本文阐述了大连城市智慧化发展现状，会展业智慧化发展现状及问题，并提出了建议。

**关键词：**会展业 智慧化 大连

## 一、智慧化城市建设战略背景介绍

从国际层面来看，IBM首次提出“智慧地球”并参与建设第一个智慧城市。很多国家都开展了城市智慧化的建设，如欧盟、日本、新加坡、韩国等。已知在建的智慧城市超过百个，其中欧洲和亚洲是智慧城市建设开展较为积极的地区。维也纳以使政府与民众可以一起思考发展城市智慧化的解决方案为目标建立了公共私营组织，在这期间仍然还有100多个智慧城市计划在这里开始。韩国制定“首尔智能2015”，利用信息技术，积极应对气候和环境变化，促进新兴产业的发展，加快了生活方式的转变，提出要实现信息的“智慧城市”发展的具体目标。日本开发出动态的信息通信技术计划，专注于云计算、传感器、社交媒体等智能技术发展所需的大数据应用，并将国家标准化作为重点之一。

从国内来看，我国四个重要建设智慧城市的国家级联盟，分别是中国智慧城市产业联盟、国家智慧城市产业技术创新战略联盟、中国智慧城市规划建设推进联盟、中国智慧城市发展促进工作联盟。它们为我国智慧化城市建设提供有力的支持，促使其他部分城市也逐渐深入智慧化发展。武汉市构建智慧城市基础设施和智能处理平台，以“中国云”为基础。深圳市积极落实智慧门户项目，一站式的公共信息服务网站等重大项目建设，北京投资建设北斗公共平台，南京市积极推动智慧产业基地项目建设，无锡市加快推进传感网的建设。2015年宁波市举行第五届中国智慧城市技术与应用产品博览会，再次引起各行业对智慧化的关注。

## 二、大连会展业的智慧化建设现状

### （一）大连城市智慧化建设迅速，推动会展业发展

大连市委、市政府一直持续关注着城市智慧建设的发展。近年来，大连城市智慧化快速发展，在智能交通、智慧城市管理、智慧教育、智慧旅游等一系列重点项目的带动下，大连城市竞争力得到进一步的提升，并且对于大连会展业智能化发展也产生了促进作用。

大连国际会议中心喜迎重回大连的第七届夏季达沃斯论坛，达沃斯的主会场与大剧院共同享有一个舞台，会议厅给人一种置身于海底世界的感觉，充分体现了大连的临海特色。展馆利用节能和环保技术，内部实现自然采光，夏季使用海水制冷，冬季使用地热采暖。三层中心核心区，为达沃斯“地球村”，它的核心位置是一条空中廊桥，让人们犹如置身于大连的街区小巷。公共空间与会议空间的区域被“街区”“小巷”完美地分割开来。

### （二）大连会展行业积极引入“智慧化”

在2014年，大连服装博览会表现出更多的技术，信息元素。此次展览会的举办激励更多服装企业走科技创新的道路，凸显了现代科学技术的创作成就。为带领服装企业加快技术创新，首次在大连世博广场上建立了科技经验和机械设备展区。

2015年大连市服装行业积极引进互联网+新模式，2015大连服装行业将积极引入互联网+新模式，通过与腾讯、阿里巴巴、中国方舟的合作，共同举办“互联网+服装家纺新潮流峰会”。并为企业和商家提供电子商务销售平台，与大企业、万达、友谊商城等商家保持密切合作，为参展商和国内外知名品牌提供直接采购洽谈合作平台。

## 三、大连会展业在智慧化建设方面存在的问题

### （一）展馆利用率低，规模小

大连市会展业近几年来发展的十分迅速，并取得了较好的成绩，但是也存在着一一些问题，展会场馆较分散，导致一些国内国际大型展览会无法在大连举办。大连市目前展会项目规模基本在100万平方米左右，全国性、国际性品牌展会来大连市举办渐渐减少，拥有自主知识产权的展览大部分也逐渐呈现收缩趋势。会展业发达国家如德国、美国，它们的展馆利用率

大多在 40%以上，而我国仅有北京、上海、广州这些发达地区的展馆利用率能够达到 40%左右，大连作为会展业发展较快的城市，展馆利用率大约只 20%左右。通过对比，很明显的看出大连会展业在展馆利用率上相对是比较差的。

### **（二）会展场馆科技含量少，智能控制化水平低**

大连星海会展中心和大连世界博览广场是大连展会举办的主要场馆，承接了许多大中型展会，大连世界博览广场作为会展中心二期相比星海会展中心场馆科技含量较高，但与北京、上海、广州会展大市相比存在着一定距离，同国外会展场馆相比更是相形见绌。大连会展场馆再运用网络智慧化时并不得得心应手，场馆建设存在较差的智能化系统集成性，不合理的监控点配置、低精度控制、不方便的操作、不合理的系统应用等问题。

### **（三）专业会展人才缺乏，实力会展企业少**

大连市只有辽宁对外经贸学院开设了会展本科专业，大连会展策划师的资格认证培训机构少、培训费用过高，社会培训未能有效开展等问题，导致会展专业人才供不应求，严重影响了大连会展业的可持续发展。现如今会展企业公司内会展专业毕业的工作人员极少，大部分是与之相关的专业或在公司逐步积累经验“半路出家”的。由于大家对会展业并不是很了解，对于所需从事的职业也存在疑惑，所以即使学习会展专业的学生，毕业后从事会展行业的也是屈指可数的。大连市的会展公司很少，大部分展览公司缺乏资本运作的的能力，对展会组织和宣传的投入有限，使提升展会质量成为奢望。

### **（四）品牌展会少且相对薄弱，参展国家数量少**

大连市的会展品牌屈指可数，为人称道的仅有中国国际软件和信息服务交易会，大连国际汽车工业展览会，中国（大连）国际服装纺织品博览会等，与北京、上海、广州及国外会展业相比，大连会展业的品牌还比较薄弱，与国外竞争者之间存在很大的差距。大连展会的优质参展商数量较少，知名参展国家参展单位寥寥无几。

### **（五）大连会展业主要以政府为主导**

大连市政府给予展会较大的资金支持，并积极参与举办会展事务，主导整个展会的进行，虽然有利于促进行业的发展和壮大，与此同时也带来了一些弊端：一是造成大连本地会展行业秩序混乱。主办方缺少对展会名称使用权的重视，导致会展业形成信息不对称、不公平竞争、重复办展等恶性竞争的局面。二是制约了会展业的市场化运作。展会缺乏专业化的服务，参展观众无法得到相应需求。政府较少考虑展会的经济效益和社会效益，不利于形成会展行业市场良性循环和会展行业长久稳定发展。三是没有很好地发挥行业自律的作用。行业内没有明确的规范约束，企业之间竞争激烈，导致经营混乱。

## **四、大连会展业在智慧化建设方面的对策**

### **（一）智能应用新一代信息技术**

网络在线和移动互联技术的引入，通过 3D 虚拟技术、现代影像技术和即时通信把展会搬上网络虚拟空间，实现线上线下实时互动互通，突破原有展会场地和时间限制，提高展览会社会影响力，扩大受众者范围，使展示产品获得双倍效益。展会场馆淡季期间，大连会展行业可以通过自办展来提高展馆的利用率，借机宣传大连本地特色展品。依据“互联网+”的信息技术优势，打造会展旅游专属智慧化平台，开发手机移动客户端，使全国旅游资源与地方旅游资源实现跨界整合，进一步建设大连会展业智慧化的大数据中心，为智慧管理、智慧营销、智慧布展和智慧服务建立基础。

### **（二）通过智慧布展和管理，提高场馆控制化水平**

#### **1. 智慧布展，增强会展场馆的科技含量**

智慧会展离不开场馆的信息化建设。一个场馆的信息化服务程度已经成为主办方选择场馆的重要因素，也成为布展工作信息技术顺利应用的重要保障。地方政府必须大力推进场馆信息化建设，促进布展工作的优质进行。大连政府及会展行业协会应高度重视动态智慧国博的开展，取其精华，在“智慧化”场馆内，参展商得到精确的指导，并根据游客行为进行展览的精细布局。

#### **2. 智慧管理大连会展行业平台**

中国第一个电子旅行监控系统在大连率先建成，为旅游者和参展者提供了安全保障，实现了高质量的旅游公共服务，使旅游资源和社会资源得到共享和有效利用。进一步增强行业升级与自律的约束力，以规章制度保障新举措的实施。积极实施会展政务的智慧化，凭借智能信息网络充分了解展位布置及相关服务需求，科学监测展会区域和处理观众人数、交通状

况、安保状况等。构建以大连本地发展特色为基础，会展旅游资讯平台为支撑，省内联合、资源共享、全民可用的旅游智慧化平台架构。增强会展行业数字化服务和管理，积极推动电子政务、电子商务及旅游公共服务体系优化升级，着力解决智慧化会展旅游信息共享和便民利民等存在的问题。

### （三）智慧服务，提升大连会展服务的影响力

通过新一代信息技术，物联网，云计算，高性能信息处理，智能数据采集技术在旅游体验产业发展中的应用，使旅游当地实际资源和信息资源得到统一集成和深度开发，并服务于公共群众，企业，政府等领域，全面提高旅游服务，进一步凸显大连旅游服务质量的感召力。借助移动通信网络和大连旅游消费者服务平台，从客观上向旅游参观者呈现大连旅游资源和环境，引导游客打造个性化的旅游项目，适应电子化的消费方式。旅游企业应为旅游消费者服务平台及时提供相关的服务项目和旅游产品，完善平台的服务功能和内容。旅游资源需得到旅游公司的进一步开发，企业不断扩展服务手段与能力，打造专属品牌。

### （四）智慧营销“大连品牌”会展服务产品

大连市政府应积极实施战略，通过信息技术、互联网模式，实现现场演示，触摸体验，信息交流，网上预约，手机上网等多个链接交换平台，实现销售一体化无缝连接，实时控制和动态展示展会信息，方便参展商掌握营销细节，并制定针对性的营销方案和措施。建立健全的综合协调系统，提高观光质量。把加强大连智慧旅游系统信息化作为重点，实现企业产品与公共信息之间、旅游企业与旅游市场之间的有效互动。丰富和完善展会产品核心内容与实体产品内在涵义，进一步挖掘大连旅游资源与生俱来的吸引力。整合推出大连本地旅游系列产品，合作推出辽宁省及东北旅游产品。叫响“浪漫之都”和中国最佳旅游城市品牌，进一步提升大连旅游品牌形象影响力。

### （五）借鉴“开会去”智慧化平台，促进大连会展平台创新

#### 1. “开会去”平台的智慧化

大连会展行业需开发独立的移动参展展会信息平台，借鉴“开会去”以主办方和参展商思维为核心的要求，建立自己的竞争优势，满足参展商及参展观众的每一个细节，整合各个环节的有效资源，会议举办可通过信息技术相互匹配、线下执行督导，打通所有围绕会务、活动的中间环节，建立一个真正开放、直接、方便，免费、智慧化的O2O系统平台。为所有参展商和参展观众提供专业化的服务，给予最具专业度、最具责任心、最具智能化的会务活动相关设施及其他需求，从根本上解决传统会议活动组织方式成本高，效率低的问题。

#### 2. 建立大连会展品牌的O2O会务活动平台

国内展览会业务需求持续不断增长，专业水平普遍较低，供需不平衡。会务产业发展速度虽快，但对产业的严重制约却不能有效解决。O2O模式在各行业都有涉及，现阶段在传统行业运用较多，但是目前在会务会展活动行业尚无一家真正意义上的O2O平台。因此我们应该借鉴“开会去”所用模式引用到大连会展业务上来，作为会展业发展较迅速的城市，大连应跟随信息化的脚步，取其精华融入于自身产业发展中。大连市会展行业应仿效“开会去”平台，形成各会务模式的套餐化，针对常规的会务规模类别，形成个性化，专业化，人性化的多样版本。

#### 参考文献

- [1]谢江林,路榕.“智慧”大数据助力旅游转型升级[N].贵阳日报,2014
- [2]任铁斌.凝聚正能量同心绘宏图[N].辽宁日报,2015
- [3]张坤晶.智慧城市:基于技术与制度的多样性[D]洛阳:洛阳师范学院,2013
- [4]王伟娅.“十二五”时期大连会展业的发展策略[D].大连:东北财经大学,2012
- [5]杜海玲.基于区域经济视角的大连会展业发展对策研究[J].中国商贸.2011