

# 中外会展

2018年第 **11** 期  
每月5日出版 总第277期  
www.zwhz.com

CHINA INTERNATIONAL CONFERENCE EXHIBITION

**P11** 提高服务水平首在打破行政壁垒

**P28** 政府发展会展业需要的魄力和智慧

**P56** 让展会有序进行

## 粤港澳（佛山）国际会展产业高峰论坛 暨潭洲国际会展中心两周年推广活动

Greater Bay (Foshan) International Convention & Exhibition  
Industry Summit and GICEC 2nd Anniversary

2018.11.28-11.29  
潭洲国际会展中心

ISSN 1001-828X



9 771001 828009

# 展望未来，迎接千禧一代 商务旅行者的成长

◎文 / 亚兰多 编译 / 苏希玲

据估测，到2020年，千禧一代人口将占全球劳动力的一半以上，并占到商务旅行者的最大比例。千禧一代旅行者是我们的未来。对于行业组织，尤其是会展中心管理层来说，现在是探索这个新市场潜力的最佳时机。

千禧一代是一个独特的群体，他们有着与我们一直接触的X一代和婴儿潮一代截然不同的期望和经验。在我看来，为了保持与千禧群体的相关性和竞争力，场馆运营者和活动主办方需要认识到，在活动策划和会场空间规划时，不能再以“一刀切”的方式运作。相反，深入了解不断成长的千禧一代商务旅行者的需求至关重要，因为他们最终将成为下一代的决策者。

由数据和技术提供动力，并能提供差异化和真实体验的活动将更能吸引年轻的商务旅行者，因为他们希望在整个活动过程中都在线。千禧一代的“马上就须满足”的心态也意味着服务提供商与他们的每一个接触点，无论是线上还是线下，都非常重要——从技术集成到现场体验、餐饮以及场地设置。千禧一代希望被倾听，希望与众不同，渴望与他们认同的社区有联系。因此，对于活动主办方和场馆管理者来说，让年轻的商务旅行者积极地参与到现场活动中，让他们有与其他志同道合的人同在的强烈归属感是至关重要的。他们通常注意力持续的时间很短，对事物很快就会失去关注度，因此他们希望会议简明、有吸引力、富有成效，而且要超出常规，以及不要太过正式。

由于千禧一代深受科技的影响，并且极其依赖他们的智能手机和笔记本电脑，只有那些有通畅的网络连接、能够提供更强且更稳定的WIFI网络的场馆才能满足这些高度依赖网络的商务访问者不断增长的需求，让他们感觉自在舒适。在全球范围内，活动主办方也越来越多地利用应用程序来吸引目标受众，并创造定制的价值主张。一个好的场馆与一个真正世界级的场馆的区别在于他们能够在什么程度使活动主办方利用场馆本身的技术力量。随着技术的不断发展和改进，会展中心必须不断检验场馆的技术设备，并做必要的更新，以满足客户的灵活需求。

例如，每年在新加坡博览中心举办的新加坡金融科技节(SFF)就非常依赖其手机APP与参加者进行交流。为了吸引



千禧一代观众——他们通常注意力跨度短，而且有许多电子屏幕显示的信息一直在争夺他们的注意力，主办方在科技节APP中加入了游戏元素，并且上载了大量抢眼的图片。这就需要会展中心扩展其WiFi能力，以满足科技节APP的数据传输需求。

年轻的商务访问者非常看重人际连接，并希望参与和融合到志同道合的社群中。因此，他们越来越关注沉浸式学习和独特的体验。这意味着活动主办方通过“一对多”的对话就能吸引受众目标的时代已经过去了。因此，场馆开始变革，与主办方更密切地合作，带来令观众印象深刻的体验。

在科技节期间，主办方还把椰子浸泡香米饭、寿司之类的可以拍照留念的小口的食物放在传送带上，并套上包装袋供与会者随时带走食用，以此满足千禧一代对独特、真实的体验的需求。此外，场馆还与活动主办方密切合作，设置多个主题区，提高了会场的创意，还吸引了很多非常年轻的访客。这包括设计灵感来自新加坡古老的龙形游乐场的沙盒，以及具有中国海峡两岸遗产主题的餐饮区。

虽然大多数活动的内容主要由组织者决定，但作为场馆提供商，我们必须跟上行业的需要。只有通过活动主办方和场馆之间的积极合作，才能实现以用户为中心的具有创新性的活动方案。场馆应该保持灵活，满足主办方对于活动的需求，以适应活动主办方当前和未来不断发展的需要。■

(作者系国际会议中心协会主席、新加坡新展控股集团首席执行官)