

1. AMF 2016 亞洲會展產業論壇 9月7日和8日於臺北國際會議中心舉行。2. 美國 Maritz 體驗設計部副總裁 Greg Bogue。3. 奧美集團大中華地區董事長莊淑芬。4. AMF 2016 亞洲會展產業論壇開幕活動合影。

AMF 2016 亞洲會展產業論壇活動報導

開啟會展體驗



新想像

文 / 圖 黃雅信



亞洲會展界年度盛事之一的「亞洲會展產業論壇 (AMF)」由外貿協會主辦，今年第 11 屆 AMF 於 9 月 7 日及 8 日在台北國際會議中心舉行。共有 15 國、27 位全球會展領袖來參與，一同展望會展最新趨勢，為 2025 年會展面貌勾勒新藍圖；也邀集多位東協會展領袖齊聚對談，促進新南向會展合作契機。

AMF 論壇的第一天開幕致辭，國際貿易局組長何莉芬說，根據國際展覽業協會 (UFI) 最新研究報告指出，台灣近 5 年展覽總銷售面積累計成長率達 28.6%，高於亞洲的 24%，點出國內會展業者未來 MICE 產業發展前景一片美好。貿協秘書長黃文榮則提到，為配合新政府積極推動的「新南向政策」，特別增

加「亞洲會展領袖對談」場次，促進和亞洲國家間的合作和交流。身兼外貿協會副秘書長及亞洲展覽會議協會聯盟 (AFECA) 的理事長葉明水在開幕致詞中，以近期風靡全球的手機遊戲寶可夢 (Pokemon Go) 為例，說明擴增實境與衛星定位系統的科技應用，可望為會展產業開啟新面貌。

CEO 對談 · 2025 會展新面貌

國際展覽業協會 (UFI) 總經理 Kai Hattendorf 認為，會展發展的趨勢因著「全球化」潮流變化加劇，改變正在浮現。他觀察，世界各地仍持續投入大筆資金在展覽會場館的硬體基礎建設上，會展產業在未來的市場中儼然成為重要驅動力，

可以創造驚人的產值。同時他也指出這是全世界都在賭一把的產業，目前仍在實驗及測試錯誤 (try and error)。

他說，去年中國的阿里巴巴與亞洲最大的會展主辦單位亞洲博聞 UBM 合作攜手合作，結合阿里巴巴的線上市集和技術，與 UBM 的線下展會模式，積極合作舉辦大型展會活動，表示中國仍是全球的會展產業高度關注的一級戰區，巨額資金注入會展的硬體基礎設備。

他又指出，「Security」安全議題成為會展產業的新主流，安全、科技、線上線下的合作，表示會展未來將不是主打產品與硬體設備，而是轉移到展覽經營的品牌、內容，以及不一樣的互動模式。



AMF 2016 亞洲會展產業論壇吸引全球會展領袖齊聚，共揭體驗新世紀。

Freeman XP 亞太區副總裁 Adam Charles 在演講開始要全場的觀眾站立起來與旁邊的朋友互相擁抱，體驗會展人與人交流互動是要用行動和用心地體會展現，且在演講中指出三個會展設計的趨勢，包括創新文化 (Innovation Culture)、文化消費 (Cultural Consumption)、以及有意義的參與 (Meaningful Engagement)。而會展的內容客製化是未來趨勢之一。

他說，現在講究消費者的高參與度，以駭客的交流活動為舉例，比如活動中與會者可以在會場以「Unconference」非會議形式（又稱自助會議）舉行，意味研討會的議程有可能是當天早上才決定，讓會眾有共同參與規劃議程的高參與感。同時舉出 Freeman XP 公司曾經舉辦馬拉松式電玩競賽活動，電玩活動吸引超過 2 萬餘人參加，舉辦電玩競賽連夜的活動，玩家選手可能是想睡在會展場地，不需要有住宿的安排。包括駭客活動有可能是 24 小時連夜的，可能會有消費者希望可以是搭建帳篷 (tents) 的方式處理住宿，或是利用公共空間進行活動。

TALLEY 管理董事長暨執行長 Gregg H. Talley 基於過去三十年的會展產業經驗，指出多個全球商業會展發展趨勢，包括增加全球健康與安全議題，比如茲卡病毒成為全球健康威脅；風險管理；全球競爭加劇；客戶不斷增長的期望；會展的每個部分都朝向客製化，包括會展體驗的客製化；新形態的客戶和活動，包括駭客開發者活動 (Hacker events) 及搭建帳篷 (tent worlds) 的活動等發展趨勢。

Talley 說，過去以「日期、報價、場地空間」(dates、rates、spaces) 不再能滿足市場的需求，主張會展業者應該開始用「新的語言」進行從業之間的對話。他認為，會展業價值評鑑的方式需要改變，不再只看人數次數和消費數字，而應開始評量會議中人與人交流互動帶出的

無形價值。另會展界或許需要更多大學和研究中心開始著手研究改造會展產業價值評鑑制度，打破目前的價值評量指標，重新架構會展成功的關鍵指標。

美國 Maritz 體驗設計部副總裁 Greg Bogue 以自身在紐西蘭體驗跳空的親身體驗為例，觀察現代人以「改變生命的體驗」為重要需求，提出「體驗是新的地位象徵」的觀點，引用 Andy Hines 的著作《消費者轉移》(Consumer Shift) 書中的見解，認為「個人的價值將會驅動決策和消費者行為」，個人化的體驗將是趨勢。

當談到如何增加台灣國際會展的業務時，Gregg H. Talley 強調台灣或是亞洲期待國際會展在台灣蓬勃發展，需要更多人出來站在第一線，尤其需要在國際展覽主辦方單位組織裡面擔任決策者，為亞洲區域爭取自己的國際會議展覽的主辦權。他說：「國際會展組織中不乏華裔領袖，但在策劃過程中仍偏向內斂，且比較安靜，不願輕易表達自己的想法，希望未來能看到越來越多台灣的展覽從業人員更積極地替亞洲爭取資源及主辦權，前進國際重要組織，突破文化的舒適區。」

莊淑芬談兩岸品牌未來趨勢

奧美集團大中華地區副董事長莊淑芬指出品牌發展趨勢。莊說，「品牌宗旨化」(Brand with Purpose) 是一

AMF 2016 亞洲會展產業論壇延續往年公益理念，贊助支持南投仁愛村親愛部落「親愛愛樂樂團」，本屆大會特別安排樂團演出，表演活動贏得滿堂彩。



重要趨勢，消費者透過多元的管道了解品牌，加上科技的助燃，消費者開始注意「品牌」代表什麼樣的意義。另一品牌趨勢是「品牌與社區」(Brand and Community)，消費者看品牌不只是針對產品，而是品牌帶出的使命感，期望了解品牌代表的意義是否與自身生活密合，同時關注品牌是否帶出其應有的附加價值。

「品牌嚮導化」趨勢則顯示品牌開始提供課程，進一步體驗產品的好處；同時，品牌近年亦朝向「Me Brand」品牌就是我，「品牌親密化」的趨勢發展。另一趨勢是「品牌電商化」，傳統的通路開始朝向電子商務的通路發展，互聯網讓很多小品牌建立知名度。莊觀察，品牌到了下一個典範轉移的臨界點，莊說，「品牌如何走下去？奧美的觀點是，讓品牌對消費者以及對世界是有意義的。」她深信兩岸的品牌都可以互相學習，互相觀摩，且希望台灣的數據的平台和科技的應用可以迎頭趕上。

2015 年 ICCA 最佳公關獎 — 哥倫比亞波哥大會議局分享 One Young World 世界領袖高峰會經驗

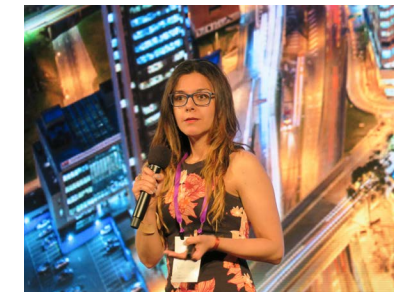
波哥大會議局局長 Sandra Garcia，以「人們—希望的力量」(People: The Power of Hope) 為題，分享 2015 年 ICCA 最佳公關獎「Best PR Award 2015 ICCA World」得獎經驗，以得獎的會議活動「One Young World」世界青年領袖高峰會為例，描述打動民心的關鍵不在會議內容，而在「為什麼」要辦會議。

他說，當提到哥倫比亞這個國家時，大多數的人第一個聯想到的是毒品、槍枝、暴力、危險。國家人口有五千萬人口，人民嚴重自信心不足，舉辦國際會展是改變人民自卑心理的開始。他提到：「我們開始告訴所有人，我們要做的不只是辦會展，我們正在「建造一個新的哥倫比亞」且讓民眾相信我們正在寫歷史。「One Young World」吸引 190 個國家共襄盛舉，在主視覺的設計上，加入國家的傳統織布的圖騰文化元素，最終贏得 ICCA 最佳公關獎的殊榮。

台灣——會展業的明日之星

國際獎勵旅遊協會 (SITE) 主席 Mr Rajeev Kohli 在會中形容台灣是會展界的珍珠，意義非凡，代表世界各國看好台灣在會展界的未來發展，相信台灣是明日之星；今年邀請到東北亞、亞太、歐美等國家的 MICE 產業重要領袖齊聚一堂，非常難得，期待促發更多的交流與合作機會。

會後採訪亞洲展覽會議協會聯盟 (AFECA) 理事長葉明水，他說今年的 AMF 非常成功，但台灣在舉辦國際會展的挑戰方面，隨著新的趨勢到來，台灣有著新的考驗在面前，其中國內的場地設備規模侷限仍是一大挑戰。葉明水說：「我們看到歐美展覽公司期望舉辦大規模的會展，仍往場地設備具規模的地點找。」同時，當會展業界多把眼光集中在業務拓展和行銷的討論上時，似乎也多半忽略了台灣國際會展人才培育的課題。葉明水指出，台灣會議舉辦的發展朝向跨國合作的方向發展，獎勵旅遊方面也需要更多企業的支持，且整體國內會展發展趨勢應朝向科技化、跨國合作，未來也將看到越來越多會展利用新興科技應用在會展產業。



1. 荷蘭海尼根體驗館總經理 Dirk Lubbers。
2. 哥倫比亞波哥大會議局局長 Sandra Garcia。
3. 國際獎勵旅遊協會 (SITE) 主席 Rajeev Kohli。
4. 會展數位行銷公司 Feathr 共同創辦人 Aidan Augustin。
5. AMF 2016 亞洲會展產業論壇「亞洲會展領袖對話」議程講者合影。