

新媒体技术环境下虚拟展会发展影响因素的研究

邱湘琪

广州城建职业学院, 中国·广东 广州 510925

【摘要】虚拟展会是依托新媒体技术发展起来的一种新型的会展模式,它一直被认为是实体展会的延伸和补充。近年来全球经济结构调整、地缘政治不稳定和经济贸易方式变化等因素共同的影响,会展业受到重创。然而,产业外部环境变化也促进了虚拟展会技术的升级和应用。虚拟技术和设备研发成倍增长,促使虚拟展会快速发展。本文通过梳理国内外虚拟展会技术应用和发展的研究成果。剖析虚拟展会发展影响因素,并揭示虚拟展会自身价值。为制定会展产业发展政策提供依据。

【关键词】新媒体技术;虚拟展会;影响因素;发展研究

Research on influencing Factors of Virtual Exhibition Development under new media Technology Environment

Xiangqi Qiu

Guangzhou Urban Construction Vocational College, Guangzhou 510925, Guangdong China

[Abstract] Virtual exhibition is a new exhibition mode basically the developing of new media technology, which has always been considered as an extension and supplement of physical exhibition. In recent years, due to the global economic structure adjustment, geopolitical instability, changes of international trade mode and other factors, the exhibition industry has been heavy hit. However, the external environment changes of industry have also promoted the upgrading and application of virtual exhibition technology. Virtual technology and equipment researching has increased exponentially to prompt the rapid development of virtual exhibitions. This paper reviews the research results of application and development of virtual exhibition technology at home and abroad. It analyze the influencing factors of virtual exhibition development, and also reveal the value of virtual exhibition itself. It provides the basis for formulating the policy of exhibition industry.

[Keywords] New Media Technology, Virtual Exhibition, Influencing Factors, Development Research

【基金项目】广州城建职业学院人文社科类项目一般课题:“新媒体技术环境下虚拟展会的价值重塑和发展研究”(课题编号:2022SKY26)

引言

在互联网时代,新技术的出现和发展对社会、经济、人的生活模式及价值观产生了深刻的影响。同时对传统产业也产生了巨大的影响,中国会展产业在新媒体技术推动下也出现了诸如虚拟展会、3D影像展示、远程会议等新会展模式。全球政治和经济急剧变化加速了会展产业跳跃式的发展,甚至改变了会展产业格局。本文通过梳理国内外虚拟展会技术应用和发展的研究成果,展示新技术发展脉络和应用场景,分析虚拟展会应用的影响因素,揭示其发展价值,为制定虚拟展会产业发展政策提供理论依据。

1 虚拟会展发展新机遇

近年来,全球政治、经济等不稳定因素对会展业造成了极大的冲击。据中国会展业统计数据,2019年展览总数11,033场,展览总面积14,877.38万平方米。但随着全球政治和经济急剧动荡,2020年中国展览急剧下降到5408场,展览总面积仅剩7726.61万平方米,较2019年分别减少50.98%和48.05%。2022年举办展会2572场,面积4721万平方米,降幅为48.6%(详见图1)。

数据表明,2020年受全球经济结构调整、地缘政治不稳定和经济贸易方式变化等因素的影响,中国会展业受到重

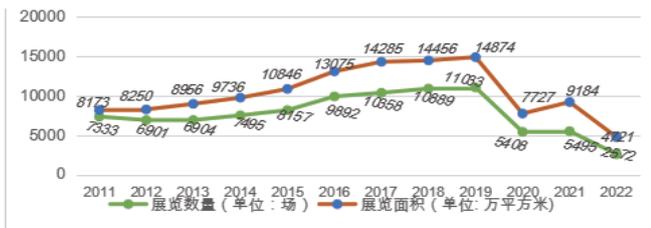


图1 2011-2022年全国展览数量、展览面积发展情况曲线图
创, 展览规模下降约50%。为在变化中寻求新的发展机遇, 恢复会展产业活动和经济秩序, 许多会展企业和科技公司纷纷将目光转向新媒体技术的虚拟会展。他们开发和
创新虚拟会展平台, 以互联网为基础, 利用远程、实时、仿真、虚拟等新媒体技术开展线上会展业务。

2 虚拟会展研究综述

全球学术研究者也注意到新媒体技术在会展产业的发展。以互联网为基础的新媒体技术使远程会议、虚拟展会、VR旅游和节事等会展活动新模式成为可能。“Virtual Reality”技术简称“VR”, 它是集计算机技术、电子信息
技术、仿真技术于一体, 在打造的拟态环境中为使用者提供实现沉浸式体验。国内外许多学者从会展新媒体技术应用、虚拟会展技术发展、虚拟会展使用影响因素等方面对虚拟展会进行了研究。

2.1 新媒体技术在会展业中的应用

2.1.1 新媒体技术出现

随着互联网地不断发展和应用, 新媒体技术也逐渐出现在各种应用场景。赵焕清指出新媒体技术可实现与传统媒体类似的新闻宣传稿件推送, 还可实现自身业务的二次拓展和延伸。王娜认为新媒体技术改变了高校思政教育技术环境, 且依托新媒体灵活的业态和丰富的平台, 对社会、经济、人们的
生活方式和价值观产生了深刻的影响。随着科技的不断发展, 互联网技术在中国社会各个领域的应用不断深入, 新的媒体形式应运而生。

2.1.2 新媒体技术的应用

2020年《商务部办公厅关于创新展会服务模式-培育展览业发展新动能有关工作的通知》指出要积极打造线上展会新平台, 推进展会业态创新, 积极引导、动员和扶持企业举办线上展会, 充分运用5G、VR/AR、大数据等现代信息技术手段。在政策推动下, 中国数字新媒体技术在会展业得到广泛的应用。全球研究者也注意到新媒体技术在会展行业中的应用和发展。丹妮拉·佩里提出3D虚拟重建应用于在线或展览现场等多种场景, 则生产成本将更合理。Shaharir等人认为数字技术和互联网正重塑展览与人和社会的关系。李华新断言虚拟现实技术是人类继互联网之后的下一代平台性技术, 通过多源信息融合、交互式的三维动态视景和实体感官反馈提升用户沉浸式体验。

上述研究表明, 随着新媒体技术的不断发展和功能不断地完善, 新技术改变了人与社会的关系, 甚至重塑了社会交流体系。

2.2 虚拟会展的发展

2.2.1 虚拟会展概述

许多国际组织机构和专家学者也对虚拟会展进行了深入研究。展览组织者协会首先提出了“虚拟展览”(VE)概念, 认为它是对传统实体展览的过度需求而出现的产物。而随着虚拟和现实的互动和交汇的深入, 两者的边界也逐步消除, 出现了诸如虚拟团队、虚拟公司、虚拟社区和虚拟展会等创新产物, 它们不断缩小空间距离创造了具备使用价值和提高效率的交流平台。

2.2.2 虚拟会展的发展

1995年蒙特福德大学和IBM都声称推出了第一个贸易虚拟展会。世界虚拟展会“Fair N Fair”3D 虚拟展会平台于 2009年正式成立, 宣告全球会展业进入3D 时代。Kalfatovic认为具备战略远见的企业把互联网作为一个替代平台, 为开设虚拟展会所需的额外容量铺平了道路。Liz Lee-Kelley等人对中东展览组织者的研究表明, 虚拟展会使企业受益, 且虚拟展会可解决实体展会的局限性。程世安指出新媒体技术改变了传统媒体线性、扁平、单向的传播形式, 网络结构中的任何节点都是中心, 这促使远程会议和虚拟会展发展成为可能。

3 虚拟会展的应用

随着技术的发展和进步, 虚拟展会能实时提供多维度的参展视角, 平面的、二维的、三维立体和3D动态影像。顾林等认为虚拟会展克服了传统会展在举办数量、空间、时间、地点、影响范围等方面限制。邱伟提出通过新媒体技术, 网络节日可在虚拟空间举办。匈牙利的A. Racz等人虚拟重建了匈牙利国家剧院旧建筑, 以剧院舞台虚拟展示匈牙利芭蕾舞早期的技术细节。韩国的Chung Seung 研究认为虚拟展会非常有用, 但观展体验无法与实体展览相比。罗方超认为随着VR和AR的迅速发展, 许多博物馆采用新技术为访客们营造交互式的沉浸环境, 于是虚拟博物馆应运而生。

随着2021年“元宇宙”元年的提出, 虚拟展会技术得到了爆发式发展, 许多会展活动纷纷采用新虚拟技术开展, 以抢占“元宇宙”经济先机。因此, 黄振豪认为创新展示方式有效地开拓了会展市场。刘静则指出会展行业要调整发展战略、抓住发展机遇, 加速会展智能化、数字化的转型, 共同推动展会“线上+线下”业务融合发展。疫情也促使汉诺威米兰展览(上海)有限公司等国际会展公司开始了线上直播、在线研讨业务, 以寻求保持与展商、观众之间的互动。

4 虚拟展会应用影响因素研究

社会发展和个体需求的多样化不断推动虚拟会展发展和应用, 即社会和个人需求是虚拟展会应用的重要影响因素。除外还有哪些影响因素? 以下通过梳理国内外有关虚拟展会的研究对其应用影响因素进行归纳和总结。

4.1 有用性因素

很多学者研究认为, 虚拟展会的有用性是推动其发展的重要因素之一。Cheng, Seung Jin 等人认为参观虚拟展览非常有用, 观者可随时随地获取展览信息, 但虚拟展览可能无法提供比实体展览更好的体验。而Wu Y. 研究了用户对数字服装博物馆的行为意向, 通过模型测试得出信息丰富度(IR)正向影响感知有用性(PU), 同时, 感知有用性(PU)和感知玩乐性(PP)是用户使用数字服装博物馆行为意图(BI)的重要预测因子。Seung-Wan Ju¹考察了虚拟展览体验对购买意愿的影响, 发现娱乐体验、教育体验、逃避现实体验和审美体验, 即用户体验满意度增加有赖于多角度的有用性体验。郭琦讨论会展在移动互联网时代发展战略中提到, 线上展会突破线下展会的空间和时间限制, 为积累观众粘性、打造品牌、与线下展会联动创造更大价值。

4.2 易用性影响因素

虚拟展会新技术对传统会展活动参与者存在一定的挑战性, 新技术的认识、了解、应用和管理对行业造成了一定的冲击。Wu, Y. 研究虚拟数字化服装博物馆使用影响因素, 得出信息质量(IQ)正向影响感知便利性(PC)和感知易用性(PEOU)。Widjono认为虚拟展览应用的功能因素包括了有用性、效率、有效性、可学习性、满意度和可访问性。孟子敏等运用IPA法测量便利性不足影响虚拟展会参展商满意度, 即虚拟展会易用性影响参展商使用意愿。王晓文等依托UTAUT模型分析得出感知易用性因素对参展商使用虚拟展会行为有正向影响。

4.3 技术便利条件影响因素

很多学者的研究表明, 技术便利条件也是虚拟展会发展的重要影响因素。金正日指出技术的不断升级, 使虚拟会展更趋向于真实, 定制式仿真平台的使用促使更多用户加入。刘静剖析后疫情时代会展行业发展问题, 认为目前线上虚拟展会提供的技术有限, 无法接触产品, 交互性体验较差, 导致产品咨询数量远少于传统展会。同时, 虚拟展会运作缺少数字化专业人才, 而人才恰恰是展会线上业务实现超前发展的重要因素。Samsuddin研究发现技术因素与满意度无显著关系, 这一结果与其它学者相关的定性和定量研究有所差异, 但也表明了多数观众对虚拟展会技术了解不足。

4.4 价格、成本影响因素

孟子敏等发现虚拟展会使用价格也是参展商满意度影响因素之一。然而, 杜彦彦也指出, 新网络技术在短期内的大规模使用将提高展览项目运营成本, 组织者和参展商仍倾向于维持现状。郭涛等研究VR技术在展会中应用时通过问卷调查发现, 91.5%调查者认为虚拟展会能够随时随地搜集展品信息, 能有效降低时间和经济成本。魏玲在虚拟会展传播形态研究中指出, 由于虚拟现实技术难度大、成本高, 虚拟会展发展还需要时间。Ario et 等人提出虚拟会展

在品牌知名度、全球影响力和成本降低方面能为参与者提供更好的体验。上述研究表明价格和成本是虚拟展会应用的影响因素。

4.5 信任和安全因素

刘静认为线上展会存在三个信任危机: 一是交易时信息的保密性不能得到保证; 二是线上展会很可能会受到黑客攻击; 三是产品的质量无法保障。叶倩倩在“云展会”战略转型对策建议时提出, 要做好网络安全防护管理, 对关键性的基础设施、数据信息进行加密保护, 建立云展会安全保障制度, 防止黑客入侵、网络攻击、非法远程控制、网络病毒等网络安全问题才能确保虚拟展会的长远发展。

综上所述, 虚拟会展的应用和发展受到外部和内部各种因素的共同作用和影响。有用性, 易用性、成本、信任和安全等内部因素直接影响虚拟展会的发展, 而社会环境、技术便利条件等外部因素也成为了推动虚拟展会发展应用的重要因素。

5 结论

本文通过对虚拟会展和新媒体技术发展和研究成果的梳理, 展示新技术发展脉络和应用场景。分析得出在新媒体技术环境中, 虚拟展会使用行为主要受到有用性、易用性、成本、信任和安全、社会影响、技术便利条件等内外部因素的共同影响。在制定虚拟展会发展政策的时候, 应着重关注这六大因素是如何影响其发展, 并依据相应的影响因素制定有针对性的产业扶持政策, 以加速会展产业的良性快速发展。

参考文献:

- [1] 李华新, 《探析新媒体技术在展览中的应用》[J], 《经济研究导刊(ECONOMIC RESEARCH GUIDE)》, 2020年第36期。
- [2] Liz Lee-Kelley et. al, Virtual exhibitions: an exploratory study of Middle East exhibitors dispositions, International Marketing Review Vol. 21 No. 6, 2004 pp. 634-644.
- [3] A. Rácz, et. al(2019), "A Virtual Exhibition on the History of Hungarian Ballet," 2019 10th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (CogInfoCom), 2019.
- [4] 罗方超, 浅谈VR和AR在虚拟博物馆展览中的应用[J], 中国民族博览, Chinese national Expo, 2022, 01(02): 198-201.
- [5] Widjono, R. A. Analysis of User Experience in Virtual Art Exhibition During Pandemic, 502(Imdes), 93-99. DOI: Google Scholar Crossref.

作者简介:

邱湘琪(1977.03-), 女, 汉族, 广东潮州, 博士, 研究生, 讲师, 研究方向: 会展经济、区域经济、产业发展。