

## بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

تأثیر محصولات و خدمات ارائه شده در فضای مجازی بر زندگی روزمره (از باورها و عقاید گرفته تا رفتارها و نمادها) بر کسی پوشیده نیست. امروزه همگان اذعان دارند که فضای مجازی جزء لاینفک زندگی بخش زیادی از عموم مردم شده است. در این میان لازم است دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی برای دستیابی به اهداف کلان خود، برنامه‌ها و اقدامات خود را متناسب با تغییرات سریع فناوری و نیازهای مخاطبان، بازسازی کنند.

یکی از محورهای مهم مأموریت دستگاه‌های حاکمیتی در باب فضای مجازی، حمایت از تولید و نشر محتوای فرهنگی مناسب هست. از سوی دیگر از جمله عواملی که در تولید پایدار و مستمر یک محصول فرهنگی (اعم از کالا، خدمات و محتوا) مؤثر است، توجه به ابعاد اقتصادی آن محصول هست. بسیاری از تولیدکنندگان محصولات فرهنگی در فضای مجازی به دلیل عدم توجه به مؤلفه‌های اقتصادی از ادامه حضور در این حوزه انصراف داده یا با سختی به کار خود ادامه می‌دهند. نمایشگاه توسعه کسب و کارهای فرهنگی در فضای مجازی (چهارسوق فرهنگی) یک بستر و زمینه مناسبی است که در صورت تحقق واقعی و استمرار آن می‌تواند زمینه ارتباط پایدار و مؤثر میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را فراهم کرده و ضمن حمایت صحیح از تولیدات فرهنگی در فضای مجازی، به استمرار و گسترش استفاده از این محصولات در فضای مجازی کشور کمک کند.

اما یک نکته مهم قابل ذکر است. با توجه به گسترش امکانات و دسترسی مردم به تولیدات، برگزاری نمایشگاه رسانه‌های دیجیتالی برای عموم مردم با کاهش استقبال تولیدکنندگان و مخاطبان مواجه شده است و لازم است در نوع برگزاری و مخاطبان این نمایشگاه تغییری صورت گیرد. به نظر می‌رسد امروزه ضرورت دارد نمایشگاه به محلی جهت آشنایی تولیدکنندگان با جدیدترین محصولات یکدیگر و محلی برای ارتباط تولیدکنندگان با سایر عناصر و اجزای زنجیره تولید تا مصرف (مانند سازندگان سکوها، زیست‌بوم‌ها) و به عبارتی محلی برای تجاری‌سازی محصولات فرهنگی در فضای مجازی تبدیل شود. از این رو ضرورت دارد نمایشگاه در قالب B2B برگزار شود.

۲۸ تا ۳۱ خرداد ۱۳۹۸

قم، بلوار امام موسی صدر،  
جنب استانداری،  
محل دائمی برگزاری نمایشگاه قم



دوازدهمین نمایشگاه

رسانه‌های  
دیجیتال

نهضت تولید محتوا



IP-TV, VOD • محتوای آموزشی • محتوای دینی • محتوای سلامت • بازی‌های رایانه‌ای • محتوای سبک زندگی (کودک و خانواده) • کتاب الکترونیک • محتوای خبری • استارت‌آپ‌های محتوایی • استورها • اپراتورها و شرکت‌های وابسته • تبلیغات اینترنتی

# نمایشگاه تعاملی کسب و کارهای فرهنگی در فضای مجازی

دوازدهمین نمایشگاه ملی رسانه‌های دیجیتال



IP-TV, VOD • محتوای آموزشی • محتوای دینی • محتوای سلامت • بازی‌های رایانه‌ای • محتوای سبک زندگی (کودک و خانواده) • کتاب الکترونیک • محتوای خبری • استارت‌آپ‌های محتوایی • استورها • اپ‌آورها و شرکت‌های وابسته • تبلیغات اینترنتی

۲۸ تا ۳۱ خرداد ۱۳۹۸

قم، بلوار امام موسی صدر،  
جنب استانداری،  
محل دائمی برگزاری نمایشگاه قم

ایرانسل  
دفتر تبلیغات اسلامی  
سراج  
مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی  
دارالحدیث  
توسکا  
آخرین خبر  
یکتانت

معاونت علمی ریاست جمهوری  
مرکز ملی فضای مجازی  
آموزش و پرورش  
مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه  
صدا و سیما  
مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال  
همراه اول

آدرس دبیرخانه: قم بلوار امام موسی صدر سالن مرکزی شهر  
تلفن: ۰۲۵-۲۶۲۰۶۱۷۹

نشانی در فضای مجازی: @b2bfair

بیت نام از طریق: [b2bfair.saramad.ir](http://b2bfair.saramad.ir)



## سوالات متداول

### سوال ۱. اهمیت برگزاری نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال چیست؟

باید توجه داشت برخلاف همایش‌ها که معمولاً مخاطبان تنها با امکانات یک شرکت آشنا می‌شوند، با یک بار بازدید از نمایشگاه فرصت آشنایی و مذاکره با ده‌ها شرکت برای شما فراهم می‌آید.

مسئله دوم، ارتباط فعالان این عرصه با سایر همکاران است که اجزای زنجیره ارزشی حوزه محتوا را شکل می‌دهند و این می‌تواند مذاکرات عرضی و طولی را در پی داشته باشد.

سومین مسئله، امکان رشد کسب و کارهای کوچک در کنار کسب و کارهای بزرگ در کنار فضای نمایشگاهی است.

نکته حائز اهمیت بعدی امکان دعوت از مسئولان سیاست‌گذار، مذاکره جمعی و ارائه بازخوردهای عمومی به مسئولان در نمایشگاه‌هاست.

همچنین باید خاطرنشان کرد در این نمایشگاه، تشکیل سبدهای پلتفرمی یا کنسرسیوم‌های کسب و کاری به دلیل در کنار هم بودن اجزا و امکان انجام مذاکرات تشکیلاتی و صنفی امکان‌پذیر است.

### سوال ۲. ساعات بازدید از نمایشگاه به چه صورت می‌باشد؟

دوازدهمین نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال کشور، همه‌روزه از ساعت ۱۶ الی ۲۱ پذیرای بازدیدکنندگان محترم است.

### سوال ۳. آیا امکان فروش محصولات در نمایشگاه وجود دارد؟

خیر. این امکان وجود ندارد.

### سوال ۴. هزینه‌های شرکت در نمایشگاه به چه میزان است؟

هزینه شرکت در نمایشگاه برای همه اصلاعات کسب و کارهای حوزه محتوا رایگان است و درباره سایر هزینه‌ها از جمله اسکان، تغذیه و... تلاش شده است صاحبان کسب و کارها حداقل هزینه‌ها را متقبل گردند. در این زمینه قراردادهایی با هتل‌های استان قم با قیمت‌های بسیار مناسب و یارانه‌ای منعقد شده است که منجر به کاهش چشمگیر هزینه‌های جانبی می‌گردد.

گفتنی است این امکان برای کسب و کارها حاضر در نمایشگاه وجود دارد که با قیمت‌های بسیار مناسب، از خدمات لازم برای طراحی و برپایی غرفه‌های خود استفاده نمایند.

## سوال ۵. نمایشگاه از چه بخش‌هایی تشکیل شده است؟

یکی از قسمت‌های دوازدهمین نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال کشور، بخش استورهاست که محلی برای نمایش محصولات طراحان نرم افزارهای تلفن همراه به حساب می‌آید.

قسمت عمده‌ای از ترافیک آینده مبتنی بر ویدئوست. شرکت‌هایی که در حوزه پخش فیلم و رسانه‌های آنلاین فعالیت دارند در این گروه قرار می‌گیرند که بخش IPTV ها و VOD های نمایشگاه را تشکیل می‌دهند.

بخش سوم محتوای خبری و اطلاع رسانی است که در آن، پلتفرم‌هایی فعال در حوزه خبری، معرفی می‌شوند. در این بخش امکان مذاکره خبرگزاری‌ها و اصحاب رسانه با فعالان این حوزه فراهم است.

افرادی که در حوزه‌های مختلف آموزش از جمله آموزش سطح مدارس، سطح مهارتی، سطح دانشگاهی و سازمانی و آموزش‌های آنلاین فعالیت دارند، در بخش محتوای آموزش نمایشگاه قرار می‌گیرند.

بخش پنجم نمایشگاه مرتبط با حوزه دینی است. در این بخش محتواهای دینی در قالب‌ها و اشکال مختلف عرضه می‌شوند و امکان مذاکره آنان با صاحبان پلتفرم‌های مختلف برای ارائه محتوا در بسترهای جدید مهیا می‌شود.

بخش ششم نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال کشور به محتوای سلامت اختصاص دارد. هم اکنون شاهد پلتفرم‌هایی هستیم که تمام حوزه‌های سلامت را پوشش می‌دهند و می‌توانند فضایی را فراهم نمایند که محتوای مناسب با این موضوع در جامعه جریان یابد.

محتوای بازی‌های رایانه‌ای بخش بعدی نمایشگاه به شمار می‌آید. این قسمت شامل پلتفرم‌ها، استورها، رسانه‌ها، تولیدکنندگان و سایر فعالان حوزه بازی است که در این بخش شرکت می‌نمایند.

بخش دیگر این نمایشگاه به محتوای ویژه کودک، خانواده و سبک زندگی اختصاص یافته است که محتوای تولیدی در این بخش نیز در معرض نمایش گذاشته خواهد شد.

در بخش کتاب الکترونیک نمایشگاه، بازدیدکنندگان با پلتفرم‌های کتاب الکترونیک مواجه می‌شوند که با توجه به وضعیت دشوار حوزه چاپ و نشر، فرصت مناسبی را در اختیار ناشران سنتی برای ارائه تولیدات خود در قالب الکترونیک قرار داده و همچنین تقویت محتوای این پلتفرم‌ها را نیز پدید خواهد آورد.

بخش دیگر نمایشگاه، استارت‌آپ‌های محتوای محوری هستند که شامل شرکت‌های کوچک و در حال پیشرفت می‌شوند.

یکی از بخش‌های مهم نمایشگاه، اپراتورها و شرکت‌های وابسته هستند که نقش مهمی در زمینه انتقال محتوا دارند. اگر اپراتورها برای در اختیار قرار دادن فضای مناسب‌تری به پلتفرم‌ها مجاب شوند، قطعاً کمک شایانی به صنعت محتوا خواهند داشت.

آخرین بخش نمایشگاه، حوزه منتورینگ و پشتیبانی کننده از حوزه محتوا است که در آن، مشاوران حقوقی، تامین اجتماعی، مالیاتی، تجاری و کسانی که می‌توانند در حوزه تولید محتوا مشارکت داشته باشند، ضمن آشنایی با ظرفیت‌های این حوزه، زمینه هم‌افزایی و ارتباطات موثر با صاحبان کسب‌وکارهای تولید محتوا را ایجاد نمایند.

## سوال ۶. برگزاری نمایشگاه به شکل B2B چیست و چه ویژگی‌هایی دارد؟

رویکرد برگزاری بیشتر نمایشگاه‌ها فناوری اطلاعات و فضای مجازی B2C یا مردم محور بوده است که کسب و کارها خود را به مردم عرضه می‌نمودند. این روش با وجود مزیت‌های زیاد و ارزشمند بودن، موجب شناخت مناسب زنجیره‌های تولید محتوا نسبت به یکدیگر نمی‌شود. به این معنا که صاحبان پلتفرم ممکن است از محتوای مناسب بهره‌مند نباشند و یا تولیدکنندگان محتوا، بستر مناسبی برای عرضه آن نیابند که موجب تحمیل هزینه‌های سنگینی می‌شود که از عهده بسیاری از فعالان این حوزه خارج است. روش برگزاری این نمایشگاه موجب آشنایی و هم‌افزایی و کاهش هزینه‌های دو طرف می‌گردد.

از سوی دیگر کسب و کارها شاید امکان شناخت درستی از فضای یکدیگر نداشته باشند که این نمایشگاه می‌تواند در عین ایجاد فضای رقابتی، امکانی برای ارتباط بیشتر فعالان این حوزه با یکدیگر و برنامه‌ریزی برای ورود به عرصه‌های جدید را فراهم آورد.

در واقع این نمایشگاه فرصتی برای تشکیل سبدهای از صاحبان محتوا، پلتفرم‌ها، اپراتورها و مصرف‌کنندگان عمده محتوا از جمله مدارس، دانشگاه‌ها و سایر سازمان‌ها را فراهم می‌آورد.

## سوال ۷. محل نمایشگاه امسال و روال اجرایی دوره‌های بعدی نمایشگاه به چه صورت است؟

طبق توافق به عمل آمده با مرکز رسانه‌های دیجیتال مقرر شد حداقل شش نمایشگاه استانی و ملی در سطح کشور مطابق روال کنونی تشکیل گردد. هم‌اکنون اولین نمایشگاه در استان قم برگزار می‌شود و پس از آن متناسب با اعلام نیاز استان، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای حمایت از برگزاری تا شش نمایشگاه دیگر نیز اعلام آمادگی نموده است.

گفتنی است پس از برگزاری اولین نمایشگاه و بررسی نقاط ضعف و قوت آن، طی اعلامی به ادارت کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها، محل برگزاری نمایشگاه‌های بعدی مشخص خواهد شد.

با توجه به تخصصی بودن نمایشگاه و مخاطبان توصیه می‌شود تیم فنی و بازرگانی شرکت‌ها در غرفه‌های نمایشگاه حضور داشته باشند.

