本报特稿

中国会展业标准之争调查

详细报道见7版

CEFCO力推中国会展业国际化进程

■ 本报记者 傅立钢

经国务院批准,由中国贸促会(CCPIT)、国际展览业协会(UFI)、国际展览与项目协会(IAEE)和独立组展商协会(SISO)携手主办的第七届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2011)将于1月13日至15日在杭州黄龙饭店举行。届时,国内外会展业界精英、学界专家及政府官员将汇聚魅力杭城,共襄盛举,同台论道。

在当今的中国,中型城市会展业正处于一个快速发展上升阶段,在这个广阔的市场中蕴藏着无限的商机。杭州正是中型会展城市中的佼佼者,更是中国现代会展业的发源地,早在80多年前,第一届西博会首开中国现代博览会先河。为"争促物产之改良,谋实业之发达",杭州于1929年举办了历时137天的首届西湖博览会,参观人数达2000万人次,来自全国各省及海外侨商的近15万件展品,不仅吸引了众多观众,而且在国际上产生了重要影响。近年来,杭州会展业稳步快速发展,成为中国长三角地区首选商务会议旅游目的地,杭州市会展业正在实施国际化战略,CEFCO在杭州的举办必将推动当地会展行业国际化的发展进程。选择在杭州举办本届论坛,旨在挖掘中型会展城市的发展潜力,让更多的国际宾朋关注中国会展业、关注中国中型会展城市的未来发展。

秉承"开放、合作、共赢"的宗旨,第七届中国会展经济国际合作论坛以"谋篇·布局·新视野"为主题,下设两场全体会议及四场分组会议。论坛的两场全体会议着眼于探讨中国会展业的宏观态势,通过解读当前经济形势,对会展业的未来发展做出前瞻性判断;中国贸促会将发布《中国会展经济发展报告2010》;国内外各方代表也将就会展业的未来走势建言献策。与此同时,四场分组话题将从区域产业发展分析、国际新市场开拓、会展业运作模式、自主品牌打造等角度,就时下会展业的热点问题展开深度对话。探求在当今的激烈竞争中脱颖而出的成功之道,从而逐步提升中国会展业在国际舞台上的竞争力和话语权。论坛同期还将举办第十二届中国国际展览和会议展示会(展中展)。

创办于2005年的中国会展经济国际合作论坛,由中国贸促会、国际展览业协会(UFI)、国际展览与项目协会(IAEE)、独立组展商协会(SISO)共同主办,是四家国际间非政府展览组织在中国会展业迅速发展、对外开放不断扩大的背景下,为加强中外交流合作、实现互利共赢的重大举措。前6届论坛共邀请到来自20多个国家和地区的3000余位代表参会,200多位嘉宾发表演讲,全球会展精英通过论坛增进了解、交流经验,促成了一系列重要项目合作,取得了明显成效,成为中外会展业开展集体对话的重要平台。

会展关注

1月10日,为期4天的2011亚洲艺术博览会暨第三届亚洲艺术高端市场博览会在北京中国国际贸易中心展厅落下帷幕。

本届亚洲艺术博览会在欧盟中国经济文化委员会协助之下,以"巴黎秋季艺术沙龙"亚洲选拔展为契机,选拔亚洲优秀艺术家并推向国际高端市场。

组委会邀请了国内外各艺术机构和艺术家参加或参与亚洲艺术博览会,共同推动亚洲艺术复兴。除了展出风格各异的艺术作品之外,本届展会还独出心裁地展示了众多将艺术与产品完美结合的新颖创意,其中西门子家电艺术空间携八位艺术家创作的彩绘冰箱、洗衣机滚筒装置等作品参加展览。

本报记者 叶子 摄影报道

会展业"评奖事件"的背后

■ 伊 宇

疯了!中国会展业评奖陷入了一个怪圈,一些评奖在没有多少含金量的奖牌下,隐藏的是地方政府的政绩需要。于是,2010年度的最后一个月,中国会展业"评奖事件"在北京和上海两大会展城市一个接一个,一边是组织评奖方卖奖卖到满脸堆笑,一边是获奖一方领奖领到手抽筋。真可谓是一派"其乐融融"的景象。

回顾刚刚过去的2010年中国会展业,既有中国2010上海世博会这样值得大书特书的重大事件,也有政府部门出台对举办各类节庆活动的规范。此外,还有需要记住的恐怕就是会展业频繁的"评奖事件"了。

不如来问问,到底谁需要奖项?有地方政府部门需要奖项证明自己的业绩,还有的就是会展业内公开的秘密:有的地方会展办公室获得年度奖,就可以晋升工资。现在终于能明白了吧,各地方获奖与个人的口袋息息相关,却与当地会展业发展不相干,这太滑稽了。

问题的根本还在于,获奖一方并不在意谁是评奖的组织方。至于拿由谁评的奖,都只为向上级主管交代本年度的工作业绩,至于其他则不在获奖考虑范围之内。如此一来,可以套用时下正在上映的电影《让子弹飞》的一句台词:让子弹飞一会儿。难道,中国会展业的奖牌也要多飞一会儿吗?

时下,如果到某地方的会展办公室,或者是某展会组织方的办公室,或者是某展馆的办公室,再或者是某会展工程搭建企业的办公室,再或者是某展品运输服务企业的办公室,如果没有几块似曾相识的奖牌,那就证明该"办公室"是刚刚入行的,还未被上述评奖机构发现,暂时成为漏网之鱼。

这就是中国会展业"评奖事件"留下的痛,医好这种病不需要名医。如果想要病愈,只需视获奖如粪土。

问题又要回到先有蛋还是先有鸡的老路上,是谁先做了评奖的一方,让获奖一方尝到了甜头;还是谁成为第一个奖牌的需求方,让评奖方尝到了为行业颁奖的快感。起初,业内还有人追问,但随着"评奖事件"的增多,追问的声音渐渐被淹没了。更可怕的是,曾经站在追问队伍的那部分群体,后来也都上台领奖去了,如果他们回头看见还有人在台下犹豫着,则会笑着告诫你:"在会展江湖混,这是规矩。"

现在的玩法是,这次的这部分群体在北京的颁奖现场是台下的观众,下次在上海的颁奖现场,那些曾经在北京领奖台上的获奖者或许就成为台下的观众了。既然评奖如此有市场,组织评奖方自然乐得数钱数到手软。而获奖又是一件荣光的事,干吗不接受呢?何况这还和自己的口袋密切相关。于是乎,供求双方达成了默契。

这很不正常。人人都没奖时,市场至少纯净一些,而人人都有奖了,就难免乌烟瘴气。有业内权威人士指出,时下的中国会展业"山寨"奖遍地开花,评奖已经没有准则和规范。有的是媒体评奖,只要能出席颁奖现场就能获奖;有的是相关民间机构组织评奖,需要出钱才有获奖资格。

通过评奖的方式,鼓励行业发展是正常的,但到处充斥的都是"山寨"奖,就要引起有关管理部门的关注了。

短语时评

有话要说

会展评奖 挑战行业尊严底线?

■ 鲁 谓

2011年,是"十二五"的开局之年,也是中国会展业在后世博时代"理性、成熟、提升"的关键一年。上海世博给了中国会展业机会,在这一年,中国会展业应该更理性、成熟、稳健、务实。

这些年有很多行业都经历着评奖之乱,如房地产业、IT业等。早在2006年,就有知情人士为房地产评奖揭过底:"这些楼盘的颁奖活动举办方通常会在宣传资料的出场嘉宾名单上打上国内知名专家、业内知名老总的头衔,并同时在举办单位上冠以'建设部'、'建设厅'等名号,借以抬高自己的身价,吸引房地产开发企业的参与。但在活动举行期间,却以专家、老总临时有事为由,安排其他二三流人物顶替。开发企业一手拿钱,一手就可以得到奖牌,而各种奖项事前早已'瓜分'。十大、十佳、明星楼盘、最佳人居……如此纷杂的'光环',开发商与消费者的心态与取向都在随着市场的专业化进程而潜移默化转变着,因此,有业内人士认为,看似风光无限的颁奖盛典已经在逐渐变质。"

会展创意就是颁奖

会展业乱评奖也不是一个新话题,早在六七年前就有媒体人质疑过,而且这几年也一直在质疑中,不过质疑声音很快就被"主奖派"的喝声盖住了:"吃不着葡萄说葡萄酸,你有本事也可以评呀!""倒奖派"无话可说,不是没本事评奖,因为评奖本身就是没什么技术含量和门槛的活儿。"倒奖派"是对自己要求严,做事有底线。质疑并没有挡住中国会展乱评奖的脚步,再加上中国会展业到现在没有明确管理部门,于是乎,会展评奖愈演愈烈、越来越失控且离谱。

会展业不应该评奖吗?应该!行业需要总结经验,表彰先进,树立榜样。谁有资格给行业评奖?按理说谁都有资格评奖,只要公平、公开、公正,让人信服。会展业不可以卖奖吗?当然不可以,任何行业都不允许公开买卖奖项。只不过现在卖的不是奖,而是活动和参会费的寂寞。也就是说,活动的参会费很寂寞,需要颁奖来刺激,来拉人、来鼓动。按说会展业组展的精英都是活动策划大师,不会连个忽悠人来开会的创意都没有,而只靠颁奖来请君入瓮吧?令人遗憾的是,新的创意似乎只是颁一些别人还没颁过的大奖!让一些还没有得过大奖的展会、城区、人物获奖而已。

只要有市场需求

各种会展大奖评了这七八年,中国有会展理想的城市(包括城区)都被奖了个遍,有的城市获奖次数还远不止一两次。只是中国真正的一线会展城市北京、上海、广州鲜有获奖,香港的中奖率基本等于零。是这些城市表现不够好吗?非也,是人家对此没兴趣。用业界人士的话说:"大奖只颁给有需求的人,大象无形,无需证明。"那些踌躇满志的多项大奖得主在拿奖后失落地发现后面还有N个大奖在颁给各路冤家,到头来,排排坐,吃果果,人手N份大奖,拿回去让当地媒体鼓与呼N次,取得了良好的社会效益。

2011年,中国会展业还有更多进步的空间,比如管理、比如标准、比如规范……会展评奖在有标准、有数据、有公信力、有权威机构认可的情况下可以进行,只是在这些标准还都没确定的前提下,能不能先停停那些无厘头的疯狂评奖?因为这已在挑战这个刚成熟行业的尊严底线!