



上海会议业发展报告

■ 刘海莹 许锋 李美

卓越的经济基础、完善的硬件设施、较高的世界知名度都为上海会议产业的持续发展提供了扎实基础和巨大潜力。2010年上海世博会的成功举办,更为上海会议产业的发展提供了一个实现跨越式前进的巨大历史机遇。本文主要从上海的会议设施情况、会议接待数量、会议业收入和会议业从业人员这4个方面对上海会议业的发展态势进行分析。

会议硬件设施

上海拥有良好的会议硬件设施。最为知名的上海国际会议中心因2000年举办APEC会议而一举成名,拥有28个大小不等的多功能会议厅,其中最大的会议厅4400平方米,可同时容纳3000人。此外,上海的高星级酒店也具备良好的会议接待能力。

截至2010年第二个季度,上海共有36家五星级酒店、57家四星级酒店,这些高星级酒店为上海会议设施提供了重要支撑。如上海世茂佘山艾美酒店设有一个可容纳多达1800位客人的无柱式豪华宴会厅、470个座位的礼堂、7间会议室和2个室外场馆;浦东香格里拉大酒店拥有大小会议室及宴会厅30多个,其中最大的宴会厅1530平方米,可同时容纳1500人开会;2010年2月新开业的上海新天哈瓦那大酒店会议、活动及宴会场所总面积将近1800平方米,最大的宴会厅将近740平方米,可被分割成4个小会议厅,可接待800人的鸡尾酒会。

除此之外,上海的专业展馆也拥有一定的会议配套设施,如上海光大会展中心配套的会议中心拥有1300平方米、配

备6声道同声传译的大型多功能厅豪华宴会厅以及43个不同风格的多功能厅、豪华贵宾厅、演示厅,成为上海会场数量最多、设施最齐全、服务最全面的会议中心之一。

另据上海市政府发布的《中国2010年上海世博会环境报告》显示,世博会后,世博主题馆将转变为展览活动场馆,上海世博中心将改建成国际会议中心,2010年11月1日上海世博文化中心正式更名为梅赛德斯-奔驰文化中心,主要承办娱乐演出、文化活动和体育赛事。由此看来,世博会部分场馆的后续利用对推动上海成为世界级会议城市将发挥积极作用。

国际会议数量

2006年以来,上海所办国际会议数量连续4年呈增长趋势,其中2006年475个,2007年632个,2008年678个,2009年771个。会议数量的增长,一方面得益于世博会对会议产业的带动效应,另一方面与上海市旅游局积极的会议产业促进策略密不可分,如上海旅游局推出的“上海会议大使”在利用其在各自行业、专业、组织中的影响力,推动了一批具有影响力的国际协会会议在沪举办。其中,2009年举办的第21届国际生物化学与分子生物学联盟代表大会、第十三届亚太儿科护理大会、国际泌尿外科学会(SIU)第三十届大会都是超过1000人的行业协会会议。这些会议的举办极大地促进了上海会议业的发展,向国际社会充分展示了上海作为会议目的地的实力。

从上海举办的国际会议类型来看,专题研讨会和论坛占据重要的市场份额,2006年至2008年连续3年超过40%。另外,从近4年的统计数字来看,上海协会会

议市场正在稳步增长。2009年,上海举办协会会议205个,占全部的26.6%;与2008年相比增加了42个,同比上升25.8%。国际大会及会议协会(ICCA)的数据显示,上海连续3年在国际协会会议领域的世界排名在上升。此外,第52届ICCA年会已决定于2013年11月2日至6日在上海举办。由此可见,国际行业协会日益看好上海市场,加之世博会和上海政府促进会议市场的努力和措施,上海会议市场前景良好。

国际会议规模

100人至500人参加的中型会议是上海国际会议市场的基础,占据了半壁江山,并且比例呈逐年上升趋势,2006年其占据的份额大约为45%,2009年已上升至65%。此外,小于100人参加的小型会议也占据了一定的市场份额,但是比例却在逐年下降,2006年其占据的市场份额与中型会议相当,但是,2009年已下跌至27%。具体看来,100人至299人参加的国际会议占据绝对优势,并且增长速度最快,至2009年其比例已接近一半。相对而言,超过1000人参加的大型会议占据的份额较小,连续3年比例不足2%。

会议从业人员

上海对会展业人才的培养力度一直很大。从高等教育来看,上海目前设有会展专业的学校有32所,占全国的30%以上。为了更好地提高这些高校学生的实践能力,上海市紧缺人才培训项目“会展策划与实务”考核办公室与上海国际会议中心、上海市旅游会展推广中心知名企业、实训基地合作,为会展院校学生提供见习岗位。从在职教育来看,上海市

人事局、职业能力考试院和世博人才认证中心面向从事文化、体育、展示、会议等场馆经营管理及其相关工作的人员开设了场馆经营管理专业技术培训,面向会展业的经营管理人员或专业技术人员开设了会展策划与实务培训。

尽管上海市的会展高等教育和在职教育齐头并进,大批会展人才走上工作岗位。但是,鉴于上海市会展业的强大需求,会展人才仍显不足。据上海师范大学2007年完成的《关于会展人才的市场调查报告》显示,2007年上海会展行业直接从业人员约5000人,其中有经验的高级项目经理不足50人。可喜的是,2010年世博会的召开将有利于扭转上海会展人才不足的局面。据了解,世博局专门工作人员有1000人,

世博会服务人员、管理人员、场内志愿者、安保卫生人员等有几万人,还有各类场馆的讲解员、布展人员、招商人员等,总共有几十万的世博人才。这些人才通过历练,将具备服务世界级大型会展的丰富经验,这将是上海会展行业的宝贵财富,同时也会集中将上海打造成为中国会展旅游人才的“蓄水池”。

(作者简介:刘海莹系国家会议中心总经理、中国会展经济研究会副会长,许锋系国家会议中心市场总监,李美系国家会议中心市场代表)

本版话题

上海部分展馆会议室情况

场馆名称	会议室情况
上海国际会议中心	有4300平方米的多功能厅(宴会可容纳3000人,会议可容纳4000人,可兼作展厅)和3600平方米的新闻中心(兼展厅)各一个、800人会议厅一个、200人会议厅两个等
上海世贸商城	有面积近2000平方米的多功能厅和9间50平方米至220平方米的各种规格会议室
上海光大会展中心	拥有1300平方米配备6声道同声传译的大型多功能厅豪华宴会厅以及43个不同风格的多功能厅、豪华贵宾厅、演示厅
上海国际展览中心	有4个面积42平方米至100平方米不等的会议室,1个贵宾室,1个可容纳230多人的多功能会议室
上海新国际博览中心	有37个总面积为5862平方米可容纳3616人的会议室
上海展览中心	拥有42个多功能展厅,100多间会议用房
上海浦东展览馆	设有报告厅、贵宾厅、休息厅等
上海多媒体生活广场	会展中心设有多功能厅、贵宾休息室、圆桌会议室、长桌会议室、培训中心、商务中心及小型会议室等
上海汽车会展中心	有9间环境优雅、设施先进的会议室

业内通告

深圳会展业规模年增20% 有望成会展新中心

本报讯 日前,2011年中国(深圳)国际物流与交通运输博览会(以下简称物博会)在深圳会展中心举办。该展会规模短短几年已居同类展中亚洲第一、世界第二,显示了深圳正努力成为亚太地区国际会展中心城市。

深圳会展业总规模保持年均20%以上的增速高速发展,每年举办大型展会近80个,其中2万平方米以上的大型展会年均约30个,5万平方米以上的大型展会10多个。今年,深圳已排定展会数量达94个,展览总面积有望达到创纪录的215万平方米。深圳会展业不仅规模不断扩大,其展会也逐步走向国际化和品牌化。2010年,深圳举办的获国际展览业协会(UFI)认证的品牌展会12个,其中包括高交会、文博会等拥有较高国际品牌效应的知名展会。

近年来,深圳市各有关职能部门各司其职,加强协调配合,规范市场秩序,优化会展环境,不断为深圳市会展业发展创造有利条件。在本次物博会现场,深圳海关设立展位,除即时办理展品进出口相关手续外,还提供进出口业务、知识产权海关保护等相关业务的咨询服务。

据深圳海关现场业务处处长林奇辉介绍,由于深圳会展业发展迅猛,展会的国际影响力越来越大,展会相应的进出口业务不断增加,深圳海关不仅在深圳会展中心设立了展览品监管科驻场服务窗口,还陆续研究制定措施,不断扶持深圳会展业走向世界。

林奇辉称,作为展会监管的职能部门之一,深圳海关注重扶持会展相关行业协会,为相应展会的举办提供充分保障。(郑小红)



日前,由国家民族事务委员会、国家体育总局、国务院新闻办和贵州省政府共同举办的中国少数民族传统体育大型图片展在北京民族文化宫举办。本次展览共展出代表性作品400余幅,是新中国成立以来中国各少数民族传统体育图片首次进行系统收集、全面拍摄和综合展示。展出作品内涵丰富、数量庞大、时间跨度长、覆盖地域广,真实地反映了中国各少数民族的文化体育生活,充分展示了少数民族的体育魅力。

本报记者 季春红 摄影报道

北京马拉松博览会亲民时尚

■ 本报记者 叶子

继2010年成功携手北京马拉松赛之后,2011北京马拉松博览会于10月14日至16日第二次举办。今年,北京马拉松博览会将地点设在奥林匹克中心区的“水立方”和“鸟巢”之间,这个位置不仅保证了专业观众的人流量,非专业观众也有很大的基数,这对参展商而言是个利好消息。

作为不缺观众的展会,2011北京马拉松博览会需要更多亮点激发观众的参观热情。主办方希望围绕“跑动·时尚”主题,通过丰富和细化服务措施,为展商提供更全面、更深入、更精准的定制营销服务,为观众打造更丰富、更时尚、更成系列的嘉年华活动,并为他们搭建互动更顺畅、交易更便捷、功能更丰富的交流平台。

体验互动活动亲民

围绕观众开展定制服务,在本届博览会的筹备之初就得到了广大展商的普遍认可,反响积极。在2011北京马拉松博览会上,国际、国内一线路跑品牌如阿迪达斯、爱世克斯、美津浓、特步、耐克、新百伦、魏拔然、李宁、多威、回力、索康尼、泰诺健等几乎悉数亮相,展览面积较去年成倍增长。这些展商在展会上推出了新产品、新技术和新概念,如阿迪达斯的Sequence跑鞋、新百伦的Minimus系列、美津浓的Runlife社区、李宁Skins的梯度压缩功能装备等。

毫无疑问,知名展商、知名品牌及其单品系列是吸引观众的重要因素。那么,主办方通过何种展示方式把更多观众吸引到各个展区?据记者了解,本届博览会精心打造了“我爱·马拉松”系列主题活动。主题活动下设“爱知识”、“爱乐跑”、“爱艺术”、“爱城市”、“爱健康”五大板块,形成了一系列更丰富、更时尚、更成系列的活动,涵盖了路跑文化的各个方面。

记者在展会现场注意到,观众不仅可以在现场亲身体验展商展出的全系列产品,还可以参与互动活动。在“路跑学院”,观众可以听取名家名师带来的关于跑步技能、训练、营养、损伤及恢复等方面的知识讲座;在“乐跑天地”,观众可以享受由DJ引领的音乐酷跑体验;在咖啡区,观众可以品尝绿色、低脂的有机食品……“这就是我们一直在思考的,如何在展商与观众的互动中把北京马拉松博览会打造成为一个真正具有文化内涵的嘉年华。”国家体育总局器材装备中心副主任彭晓在早些时候接受记者采访时表示。

展会功能更加完善

近几年来,体育用品市场呈现由单人单品向单人多品发展的趋势,路跑装备市场已经成长成为体育用品终端市场上单品售卖份额最大的一部分。而作为行业协会,中国体育用品联合会近几年一直在积极探索体育展会从

B2B向B2C方向纵深拓展的道路。

与传统的B2B展会采购订货不同,定位于B2C的北京马拉松博览会现场售卖功能更加突出。在去年的展会上,有70%以上的观众在现场购买了品牌展品。而2011北京马拉松博览会从举办地点的选择上就为展商和观众提供了便利。据主办方工作人员介绍,今年展会不仅选在奥林匹克中心区举办,还使展区的色彩和功能更加时尚和完善,这既能增加参展品牌的曝光机会,又能更好地满足品牌展示和产品销售需要。

据记者观察,售卖的许多跑步装备,因质量好、价格优惠,深受观众喜爱。在多威展台,众多观众“围抢”物美价廉的产品,场面热烈。

由此可见,功能更多样的2011北京马拉松博览会,使展商与观众的互动更顺畅、交易更便捷。国家体育总局器材装备中心主任、中国体育用品业联合会副主席兼秘书长马继龙表示,这也正是中国体育用品业联合会和中国田径协会的共同愿望——通过全新的、多样的展示方式,向观众展示前沿的路跑产品和健康理念,搭建起一个文化、传播、教育、娱乐的多维共融的交流平台,引领路跑运动时尚风潮,倡导健康生活方式。

会展观察

外展推荐

2012美国国际精细化工及医药原料展览会

展会时间:2012年2月15日至17日

展会地点:美国新奥尔良

展品范围:定制化学品、医药原料及中间体、农用化学品、食品添加剂、油漆和涂料、电子化学品、添加剂、电子化学品、家用化学品、特种及精细化学品等。

展会概况:自1984年创办以来,美国国际精细化工及医药原料展览会(Informex)是美国目前唯一的精细化工专业展览会,始终代表着化工行业科技发展的潮流,以高度的专业性以及高质量的参展商和观众在国际化工界享有盛誉,尤其是定制合成业务更是该展会的突出特色。

往届回顾:2011年,美国国际精细化工及医药原料展览会吸引了480多家企业参展,超过4000

名专业观众到场参观。其中,71%的观众来自北美地区,14%的观众来自欧洲,15%的观众来自亚洲及其他地区,70%的观众有采购意向。

前景分析:众所周知,美国是全球精细与专用化学品生产和消费最发达的国家之一。近几年来,美国精细化学品年销售额约为1250亿美元,高居世界首位。从2011年中国企业参加美国国际精细化工及医药原料展览会的反馈情况来看,78%的企业认为观众的专业程度达到或超过预期,75%的企业认为产品在美国非常有市场,68%的展商在展会现场预订了下属展位。另外,绝大部分展商通过参展达到了开拓市场、收集信息、维护客户关系、推广品牌及销售产品等目的。(方凡)