

会议城市间的竞争 拼资源还是拼服务

■ 本报记者 兰 馨

“会议不仅是信息交流的工具,还能形成一个产业。”在外经贸部原副部长孙广相看来,由于会议城市不像展览城市那样,对相关产业和市场的依赖性那么强,因此,一些以名胜风景区众多著称的城市也可能成为会议城市。

近年来,随着会议业的快速发展,会议城市间的竞争愈演愈烈。与此同时,将会议城市进行排名也成为会展业的新趋势。北京在国际大会及会议协会(ICCA)2011年接待会议数量的全球城市排名中已跃升至世界第10位,上海以其较高的会议国际化水平在世界上享有盛名。此外,成都、杭州等地,也因其资源优势逐步成为国际会议目的地城市,中国会议业呈现出了一派繁荣景象。

软、硬件设施需完善

孙广相指出,成为会议城市,仅靠风景名胜还不够。因为,会议活动是人群迅速聚集,迅速离散的活动,特别是大型国际性会议,更强调会议的可进出性或通达性,缺少完善的交通网络,无法成为会议城市。

“从社会经济条件来看,经济实力及发展环境,是评价一个会议城市竞争力不可或缺的因素。”国家会议中心总经理刘海莹认为,会议城市的安全性、医疗与卫生条

件、专业服务水平、社团/协会的活跃性等软、硬件设施条件,是会议组织者选择会议目的地时首要考虑的问题。城市的区位及交通设施,决定了对外交流的便利性和城市会议举办数量及与会者人数。此外,从基础设施及会议可进入性方面看,会议中心和酒店设施、区位环境、交通设施及会议审批管理等各方因素,均决定着会议城市竞争力的强弱。同时,地理环境和气候条件,也影响着会议组织方对会议城市的选择。而住宿环境的好坏则透射出一个城市接待国际会议的能力。

综合环境的考量

中国科学技术协会书记处书记张勤认为,越来越多的城市将会议业作为区域经济发展的新增长点,建设新会议设施,推出会议业扶持政策,鼓励各种类型的国内国际会议到城市来召开,对会议组织者来说十分具有吸引力。目前,中国会议业拥有了有史以来最好的办会条件,同时也有了更好的机会,会议为经济、科技、文化、教育等发展以及国家影响力的提升创造了条件。

刘海莹表示,首先,拥有足够的会议场馆是会议目的地选择的必要条件。其次,从地理和资源优势上讲,文化和旅游资源是提升城市会议业吸引力的重要因素,如巴黎、伦敦、巴塞罗那、北京等地属拥有丰

富历史文化资源的会议目的地城市;而千岛湖、九寨沟、三亚等地则是拥有丰富旅游资源的会议目的地城市。

刘海莹强调说,一个城市较为严格、繁琐的审批手续会降低会议可进入性,政府有关部门需考虑如何适当简化会议,特别是国际会议的审批程序。会议城市的发展离不开相关政府部门的支持,政府通过对外宣传等营销手段不断扩大城市知名度、提升城市形象,其营销的效果直接关系到一个城市会议举办量的多少。

专业服务的竞争

业内人士一致认为,会议城市竞争力的提升离不开专业的服务。刘海莹指出,专业服务水平是会议城市软实力的衡量标准。一个城市专业会议组织者(PCO)和目的地管理公司(DMC)数量的多少,以及会议从业人员的经验,决定了该城市会议产业的发展前景。一般来说,会议从业人员的经验值与举办会议的次数成正比,较高的专业组织能力和管理水平是大型会议活动成功与否的关键。

近年来,北京就为发展会议业做了诸多尝试和努力。北京市旅游发展委员会副主任孙维佳表示,中国要做整体的会议市场推广,把中国打造成世界级的重要会议旅游目的地,这需要所有会议城市携手,每个城市都有责任作出一份努力。比

如在中国的会议城市之间建立一个会议奖励旅游促进机构,促进城市之间的合作,这样共同来向全世界推广中国的会议、旅游市场。

品牌会议走出去

近年来,北京在国际合作方面也进行了实质性的尝试。据《中国贸易报》记者了解,目前北京市旅游委已加入国际奖励旅游管理者协会(Site)、国际大会与会议协会(ICCA),与国际会议工作者联盟(MPI)、国际旅行旅游从业者协会(Skal)等专业组织,并建立了合作关系。还与英国励展集团建立了战略合作伙伴关系。并通过举办Site全球年会等活动,逐步提升了北京作为会议目的地城市在国际上的认知度和影响力。

博鳌论坛高级执行总监姚望鼓励中国品牌会议走出去。据其介绍,前些年,博鳌论坛的主要活动多在国内的城市举办专题会议。但随着博鳌论坛国际影响力的提升,近年来,博鳌越来越多的专题会议是在中国以外其他国家举办的。让中国代表团更多地参与国际上的大会和活动也是中国品牌会议走出去的重要方式之一。

会展观察



近日,第九届中国(长春)国际汽车博览会在长春国际会展中心开幕,136家国内外汽车厂商携1147辆展车亮相,参展车数量创历届之最,其中国内首发新车达50余款。本届汽博会为期8天,以“绿·动·车城”为主题,室内外展区面积达19万平方米。

左图为展会现场人头攒动。右图为观众在某展区体验汽车游戏。 林宏 摄



第十三届珠宝展闭幕 参展商鱼龙混杂

■ 本报记者 方 凡

7月13日至16日,以“精品、投资、升值”为主题的2012第十三届北京国际珠宝展览会在中国国际贸易中心展厅举办。7月14日,记者在展会现场发现,本届展会不仅有高档奢华的珠宝饰品璀璨登场,廉价仿制的装饰性工艺品也来“凑热闹”,原本专业的珠宝展变成了“杂货铺”。

参观者:要擦亮眼睛

“这家的翡翠一折出售,一块标价几千元的翡翠挂件,只需要几百元就可以买走。这么低的折扣,让人心里没底,不知道东西是真是假,只有自己擦亮眼睛了。”观众张女士站在一家来自云南的参展商的展位外对记者说:“翡翠标价牌上都注明是A货,听人说天然质地的A货也不一定就有收藏价值。更何况我是个外行,不敢轻易下手。其他观众也只是逛逛看看,出手的极少。”

“你听,这家参展商又在吆喝了。只要有观众经过其展位,该参展商都会喊:‘翡翠一折,进来看看。’这哪像卖翡翠,倒像路边摊卖便宜货,有损珠宝展形象不说,还严重

影响观众的心情。”张女士颇为反感地说。

“我买了串仿制珊瑚项链。参展商事先告知说是仿制珊瑚,价格也比真珊瑚低得多,我当它是工艺品,买来配衣服的。”吴女士介绍说,该展会展品不乏工艺品,如展出的花丝镶嵌首饰、尼泊尔银制饰品等款式新颖,吸引了众多观众围观。

同时,吴女士指出,廉价仿制工艺品出现在珠宝展上不免令人有些失望。据其介绍,有些珠宝展主办方片面追求经济效益,参展商无需提供资质证明,交钱便能入驻,使得展品良莠不齐,甚至还出现假冒产品。

吴女士建议,主办方应该严审参展商资质,把好展品质量关,以免损害北京国际珠宝展览会品牌形象。

参展商:应该加强自律

“有仿制的、装饰性饰品展出?”上海宝麦进出口有限公司的一位工作人员称,他们一直忙着接待新老客户,还没有时间到各展台去转转。

上述工作人员介绍说,作为北京国际珠宝展览会的忠实参与者,其公司已经参加了多届展会,推出的珠宝及珍珠深受客户喜

爱。展出的这两天时间,已有不少老客户到会参观选购。

此次展会,来自台湾的参展商林慧英带来了古董、原创设计的珠宝。她对自己的展品充满信心。她说,以品质保证为前提的珠宝饰品,被赋予了思想寓意、文化内涵,设计感很强,更像是件艺术品,让人欲罢不能。正当林慧英与记者酣聊之际,有两位观众来到展台前,对展品表现出浓厚的兴趣。

一位不愿具名的参展商认为,有些不算珠宝商的参展商想混入珠宝展,可能是看上了该展会的名气、影响力。不怕他们带来廉价的工艺品,就怕他们带来假冒伪劣产品。他以翡翠为例向记者介绍说,有些颜色看起来非常漂亮的翡翠,其实是通过原本有毒的药水软化石料后,注入颜色加工而成的,内行人一看就知道是假的。这类用药水浸泡过的翡翠对人的身体健康有害,不懂翡翠的人误买后佩戴在身上,后果可想而知。他呼吁,参展商应该加强自律,营造“我为人人,人人为我”的良好氛围。

组展方:会重视展会存在的问题

“事实上,我们做了很多工作。”对于

展会存在展品良莠不齐的情况,一位不愿透露姓名的展会工作人员回应说,展前,他们设置参展门槛,审核参展商资质,希望将不符合要求的参展商拒之门外。展中,他们提供珠宝现场检测服务,让消费者买得放心。

“总而言之,我们采取了一系列措施,以保证展会质量、消费者利益。”该工作人员如是说。

为了向记者说明该展会展出的珠宝绝大多数是有收藏、投资价值的精品,该工作人员如数家珍般一一作了介绍:世界顶级红宝石供货商之一的辉帝公司展出了红钻级别的顶级“鸽血红宝石”;来自台湾的120家珠宝企业以稳定的质量、绝美的设计,赢得了北京消费者的青睐。

该工作人员表示,观众的态度、购买体验对展会而言至关重要,可以影响参展商对展会的认可度,关系到展会的可持续发展。他们会重视展会存在的问题。

会展三棱镜

业内通告

“‘假展骗展’法律防范”研讨会在上海举办

本报讯 近日,由上海市律协会展业务研究委员会主办的“‘假展骗展’法律防范”研讨会在上海举办。本次研讨会邀请了上海市商务委、会展业协会及展览公司的有关专家参加。

上海市会展业促进中心副主任谢刚及浦东新区会展办主任助理姜刚昇认为,法律法规不完善、多头管理体制、对“假展骗展”定性定义较难把握及处罚力度不够均是造成“假展骗展”现象存在的原因,应从推动会展立法等方面多管齐下,进行综合治理。

上海市会展行业协会副秘书长马红定认为目前的会展业发展总体趋势是好的,“假展骗展”的定义有待明确,但客观上因恶意竞争或宣传不实造成展会主题混杂现象确有发生,应加强信息对称、明确归口部门,建立真正有效的会展监管机制。

与会律师与嘉宾还就参展企业加强自身防范,政府部门完善管理,律师全面介入会展法律服务等话题及具体案例进行了深入的探讨。此次研讨会研讨范围涵盖了会展业的现状、发展及会展业法律服务等诸多问题。

(静 安)

外展推荐

2012年俄罗斯国际冶金展览会

展会时间:11月13日至16日
展会地点:莫斯科全俄展览中心
主办单位:俄罗斯金属展览公司、俄罗斯金属及钢铁贸易商协会

展品范围:黑色及有色金属的制造与生产、各类钢管、各类型材及板材、特殊钢材及各类合金材料、各种金属线材、电极及碳素产品;钢铁服务中心及仓储、运输与物流、电子商务与信息技术等。

展会概况:俄罗斯国际冶金展览会每年举办一届,现已发展成为世界上著名的冶金展之一、俄罗斯境内最大的冶金工业展览会。

往届回顾:资料显示,2011年俄罗斯国际冶金展览会吸引了35个国家或地区的601家参展商,展出面积为2.882万平方米。与此同时,本届展会还吸引了专业观众2.9347万人次。展会期间,还举办了专家会议、研讨会与座谈会等技术交流活动。

前景分析:俄罗斯工业基础雄厚,部门齐全,以机械、钢铁、冶金、能源及重化工业为主。其中,钢铁工业作为国民经济的基础产业在俄罗斯的经济发展中占有重要地位。

经过10多年的发展调整,俄罗斯工业表现出了强劲的增长势头。随着经济的快速发展,部分钢铁产品货源短缺,出现了供不应求的局面。

据有关统计,2011年,俄罗斯粗钢产量比2010年增长了2.4%;成品钢材产量增长了3.2%,达5950万吨;生铁产量增长了0.3%,达4820万吨。

中国的耐火材料、备品备件、铸造技术、不锈钢、管材、建筑用钢、汽车用钢和检测监控仪器、技术设备等在俄罗斯有着很强的竞争力,市场前景广阔。

中国与俄罗斯是近邻,地缘优势明显。如果中国企业不失时机地将中国的冶金设备、技术、产品推向俄罗斯市场,对推动中俄钢铁贸易和经济技术合作的快速发展,抢占俄罗斯钢铁市场的制高点有着重要意义。

(方 凡)

微话题

未来展会必备三大条件

@会展马绍良:中国会展经济研究会副会长、常州灵通展览用品有限公司总裁黄彪:未来的展会标准,必须符合环保、简洁、速度三个条件。要做到“标准展位特装化”和“特装展位标准化”。黄彪认为,绿色环保是大势所趋,倡导低碳理念将成为会展行业发展的趋势,发展绿色会展是所有会展企业发展的必由之路。

旅游城市会议业 应制定科学统筹管理办法

@中国经济网V:旅游城市要根据会议产业发展的特点和需求,制定科学的统筹管理办法。尊重行业 and 市场需求,稳健推进,切忌在服务软件、政策、配套甚至管理理念都没有理清的情况下,就大建会展中心,生拉会展项目“进城”。软件跟不上,城市会展业不但没有搞起来,也使纳税的广大民众认为会展业发展是政策作秀的产物。