

解密“国家会议中心现象”



■ 本报记者 叶子

2008年北京奥运会的主新闻中心、国际广播中心以及击剑比赛馆,2009年11月摇身变为高端会展场馆;打破开业不盈利的市场常规,第一个完整经营年便实现盈利;在会展业竞争压力不断加大的市场环境中,凭借软硬实力吸引众多国际、国内高端活动纷至沓来……

做到这一切的便是国家会议中心,它矗立在北京奥林匹克公园中心区,它的出现和崛起被会展业界惊呼为“国家会议中心现象”,人们不禁好奇:国家会议中心凭什么做到这些?

华丽转身 独占鳌头

时间倒回2008年8月,在北京奥运会主新闻中心里,各国媒体繁忙奔走于奥运赛场和新闻中心之间,将最新赛报向五大洲发布,彼时的主新闻中心无疑是世界媒体关注的焦点。

也许那时有人 would 认为,因为笼罩在奥运会的光环下,这座建筑才显得如此辉煌。而现实告诉大众,在4年多后的今天,这座恢弘的建筑又以“国家会议中心”的身份,成为

功能设计,比如增加了中央厨房的面积等等。2009年11月,可同时容纳2万人开会,并同时为1万人提供餐饮服务;可接待中型、精品展览以及各种大型会议活动的国家会议中心正式亮相。

为了具备与硬件设施相匹配的软件服务水平,国家会议中心组建了一支优秀的人才队伍,开业伊始便在业内率先推行“一站式服务”,为展览客户和大型活动客户提供最大限度的便利,提升服务效率,改善客户体验。

大家也许想象不到,刘海莹自2007年6月担任国家会议中心总经理负责筹备开业工作后,第一次出差就是7月到深圳参加中国会展文化节,2年后国家会议中心才正式开业。2007年11月,国家会议中心就曾派员参加国际大会及会议协会(ICCA)的年会,设立展台,向国际业界进行市场形象推广。亚洲领先的硬件设施,战略领先的市场理念以及团结高效的执行能力,使得国家会议中心从一开始就确立了行业翘楚的地位。

生逢其时 功能齐全

2008年的北京奥运会,让世界将目光

分。国家会议中心总经理刘海莹表示,会展场馆不仅需要具备足够的场地优势,更需要功能齐全的配套服务。以厨房的设计为例,大型会展场馆必须满足大量客人同时用餐、且餐饮高质的要求。为此,国家会议中心在筹备之初就配备了面积达6000平方米的中央厨房,可同时满足1万人的用餐需求。此外,每个楼层均配备了厨房设施和备餐间。餐饮配备只是会展场馆前期准备工作的一小部分。因国家会议中心同时又作为展览场所,设计人员对如展厅进货门的宽度、高度,对应展览展示品的库房甚至展品包装材料的库房等项目在筹建时都进行了全面的设计,为展览的进场、施工、撤展顺畅提供保证。“承接会展项目考验了会展场馆的每一个细节,场馆的设计在华丽的同时更要实用。”刘海莹说。

此外,国家会议中心还与拥有420间客房的国家会议中心大酒店相连,这种既独立又相关的设计,为客人提供了既高效又舒适的会展体验。而除国家会议中心大酒店之外,周边多家同属北辰实业的高星级酒店,为参加大型会议和展览的客人提供了充裕的客房及相关配套服务。

走向上游 优势凸显

截至2012年底,国家会议中心共接待了2256场会议和活动、212个展览,这些骄人成绩的取得源于国家会议中心对自身角色的准确定位。

国家会议中心一直将服务质量放在发展的首位,每一位员工接受培训的第一课便是“满足客人需求是首要宗旨”。而通过服务于数千场会议、活动和数百场展览,国家会议中心能够提供的已经不仅是简单的会场接待服务,在很多会、展、活动中,国家会议中心已经参与到产业链的上游,成为主办方的重要合作伙伴,在很多时候扮演着会、展、活动“指导者”的角色。

刘海莹表示,国家会议中心是一个大型场馆,对于很多活动来说还很“新”。最了解国家会议中心的当属这里的工作人员。由于具备丰富的经验,这些工作人员能够为客户提供一系列可操作的活动解决方案。这种全产业链的服务能力正是其他一些会展场馆所欠缺的,也是国家会议中心的核心竞争力之一。

以国家会议中心2012年12月24日举办的“四季圣诞4D礼遇”客户答谢会为例,晚会以四季为主线分为4个篇章,除了精彩的演出,还通过与季节相对应的阵阵花香、朦胧水雾、片片红叶以及皑皑白雪重现了四季的美景。“仙女”飞天,圣诞老人从天而降的环节则凸显了4D的创意理念。而据了解,本场活动,从创意到具体执行,从舞台搭建到现场道具采购,国家会议中心多个部门的工作人员均参与其中、亲力亲为,不仅展示了国家会议中心举办大型活动的场馆优势,更显示了工作人员从策划到执行的全方位服务能力。

刘海莹表示,现在创意已经成为决定国内、国际会议、活动是否取得成功的重要元素。为了顺应这一趋势,国家会议中心深入挖掘自身软性资源,进行二次开发,如挖掘企业优秀表演人才,成立专门的艺术团等,将自身的业务水平不断升级,从而始终走在行业前端。

抓住机遇 做强品牌

2011年12月5日,国家会议中心与中国国际航空公司签订了战略合作伙伴协议。国家会议中心与国航联合向国际会议和展览主办方、中介机构、国际媒体及全球市场进行推广和宣传,积极开展国际会展项目合作,为北京申办国际会议和展览项目提供协助和支持。刘海莹表示,只要能把国际会议和展览吸引到北京,即使不落户国家会议中心,国家会议中心也会大力支持。

2012年,国家会议中心接待各类会议和活动共计744个,接待展览74场,其中接待千人以上大型会议81个,占会议总量的11%。再观收入,2010年是国家会议中心第一个完整经营年度,当年便取得盈利,开创了大型会展中心开业第一年就盈利的先河。而随后的2011年、2012年,国家会议中心收入节节升高,跳过了会展业内普遍存在的经营爬坡期。这些成绩的取得,与国家会议中心善于抓住机遇,不断壮大品牌的努力息息相关。

2012年5月28日至6月1日,首届中国(北京)国际服务贸易交易会(简称“京交会”)在国家会议中心成功举办。通过“京交会”,国家会议中心充分认识到了时代赋予

自身的新角色:作为一个会展平台,它已经与中国寻找新的经济增长方式,促进经济结构转变的国家战略联系到了一起。而随着国家级会展平台地位的正式确立,国家会议中心品牌效应将进一步显现。

2013年5月28日至6月1日,第二届“京交会”将再次选址国家会议中心。商务部服务贸易和商贸服务业司副巡视员吕继坚作为“京交会”主办单位代表在参加国家会议中心的活动时表示,国家会议中心作为“京交会”的载体,不仅是中国高端会展的首选举办地,更是世界的交流、交易平台。他透露世界贸易组织、联合国贸发组织2013年都将于“京交会”期间,在国家会议中心举办全球性大会。而北京电影节、SAP中国商业同盟会以及孔子学院大会等大型会议、活动也将选择国家会议中心作为举办场地。

而国家会议中心一直以来采取的行之有效的推广方式,是其品牌影响力不断扩大的保障。自成立以来,国家会议中心一直选派专人积极地在国际、国内市场进行高效的推广和开发,参加国际知名的行业展览和行业会议。通过认真研究客户需求的新变化,巧妙应用社交新媒体,采取灵活

的整合营销方式,在短时间内打出知名度。

同时,国家会议中心的品牌效应也引起了会展业界的关注。越来越多的场馆将国家会议中心视为学习对象和发展方向,前来参观、交流、学习。

追求卓越 难以复制

随着经济的发展,越来越多的大型会展场馆在全国涌现,但国家会议中心的领袖地位却一直未被撼动。刘海莹表示,国家会议中心不仅作为会展场地提供涉及全产业链的完善会展服务,更作为北京的会展业名片,肩负着向世界展示中国会展力量的重要责任。同时,国家会议中心将持续改进服务质量作为企业的核心理念,刚刚过去的2012年是国家会议中心的“服务质量年”,今年是国家会议中心的“双优满意年”,这些发展目标的提出,都是国家会议中心追求卓越、不断进取的真切体现。

今天,国家会议中心已经打造出了会展业界的一种“现象”,诸多会展人目睹、思考这一“现象”,希望习得其中诀窍。而国家会议中心本身全方位的向上发展,又不断使“现象”升级,成为会展业的明星。



附:2012年国家会议中心大事记

2012年国家会议中心红火开年,活动纷呈。

1月5日,施耐德年会;1月6日,爱立信年会等一系列企业年会在国家会议中心举行。

3月31日20时30分,雄伟壮观的国家会议中心外景景观灯及部分室内区域照明灯瞬间熄灭,全球性的环保公益活动“地球一小时”活动启动。

4月11日—4月12日,英特尔信息技术峰会(IDF)在国家会议中心隆重举行,这是此项信息技术行业峰会连续第三次选址国家会议中心。

4月23日—4月28日,为期六天的第二届北京国际电影节在国家会议中心圆满落幕。来自30个国家和地区、180余家媒体的近900位记者参与了本次活动。

5月28—6月1日,国家会议中心成功接待首届京交会,时任北京市市长郭金龙盛赞国家会议中心:“不仅是‘北京速度’,同时是‘北京质量’”。

7月19日—7月22日,由北京市妇女联合会、中国国际贸易促进委员会北京市分会和国家会议中心联合主办的妇儿博览会在国家会议中心举办,国家会议中心作为主办方之一,投入了大量人力、物力,

支持妇儿展做大、做强、做精。

7月26—7月27日,SAP中国商业同盟会在国家会议中心盛大举行。大会首日就吸引了超过1万名观众到场。

8月20日—8月31日,被称为“天文界的奥林匹克”的第28届国际天文学联合会大会在国家会议中心隆重召开,时任国家副主席的习近平出席了开幕式。

8月27日,首届中非地方政府合作论坛在国家会议中心隆重开幕。来自中国和非洲40个国家的首都和其他主要城市的地方政府代表以及部分企业家代表近2000人出席了会议。时任中共中央政治局常委、国务院副总理的李克强出席论坛开幕式并致辞。

9月12日,国家会议中心作为CIBTM的战略合作伙伴,特别为所有参展商和特邀买家精心打造了国家会议中心之夜欢迎酒会。国家会议中心艺术团为来宾们奉上了一场精彩纷呈的演出。当晚,国家会议中心艺术团团标正式发布。

12月24日晚,国家会议中心“四季圣诞4D礼遇”客户答谢会在一层展厅举行。1500名宾客莅临现场。而现场多维度、立体化的4D效果则成为此次客户答谢会的最大亮点。



中国乃至亚洲首屈一指,比肩世界的高端会展场馆。国际医疗仪器设备展览会、中国(北京)国际供热空调、卫生洁具及城建设备与技术展览会、亚洲运动用品与时尚展、SAP中国商业同盟会、微软技术教育大会、英特尔信息技术峰会等一系列世界瞩目的展览、会议及活动在国家会议中心举办,使得这个曾经的奥运场馆一直都处于世界的瞩目之中。

国家会议中心由北京北辰实业股份有限公司投资建设,在完成奥运接待任务后,秉承“共享奥运财富、做好场馆赛后利用、促进城市发展”的理念,赛后改造优化了部分

投向了北京。越来越多的会展人士认识到了北京服务大型会展项目的实力。而这时问题也浮出水面:缺乏综合性的会展场馆,那些规模在3000人以上甚至上万人的会议、展览却难以在北京找到相应的举办场地。此时,国家会议中心横空出世,它的出现不仅能解决硬件方面的难题,还可以为大型会展提供快捷、高效的服务,诸多会议、活动以及展览开始选择国家会议中心作为举办场所。

“国家会议中心现象”固然与时代背景相关,但能拥有“让客人来,让客人反复来”的能力与前期的精密筹备更是密不可分

