



大连会展业：量减质增的背后

■ 葛玉广

每个城市都有着不同的区位优势、经济潜力、区域影响和发展目标。依附城市发展而生的会展业，必定打着城市发展的烙印，也必须打造具有自身特质的会展。

“十二五”以来，大连会展业始终保持良好发展态势，展会项目持续稳定，展出面积每年超过100万平方米，展会平均规模在1万平方米以上。2012年，大连市共举办展会89个，比上年减少2%；展出面积117万平方米，比上年增长17%，展会数量略有减少，但展会规模增加明显。

不求数量上的急速扩张，追求质量上的稳步提高。会展业同其他任何一个产业一样，都需要一个自身生存和发展的基础和条件。并非每个城市都有相当多的优势产业，即使有也并非都适合举办展览。城市会展业的发展地位和潜力，主要取决于城市本身的产业优势、市场容量、经济实力以及对周边地区的经济辐射能力。展览的功能就是把大量买家和供应商在特定的时间、特定的地点汇集起来。因此，展览举办城市要有强大的市场需求，能吸引大量的参展商和买家。

依据这一要求，对大连市现有的产业进行梳理，着重支持、发展与本地主导产业、优势产业、新兴产业关联紧密的相关展会，自觉引导会展业服务于本地区国民经济发展成为大连会展业的中心任务。依托主导产业、优势产业、新兴产业的这类展会，专业化、国际化水平才能不断扩大，展会质量才能不断提升，功能和影响才能突破本地范围，走向全国，走向世界。

中国大连进出口商品交易会暨大连国际工业博览会是举办时间最早、持续举办时间最长、与本地工业经济关联度最高的经贸活动，也是大连会展业重点发展的中坚项目。2012年的展会设有机床及附件、

工业自动化与仪器仪表、冶金与金属材料、橡塑与印刷包装机械、轴承工业、流体机械、焊接、铸造以及五金工具等专项展区。大连工业企业一如继续关注展会，支持展会，参与展会。

2012年软交会展览面积达到3.5万平方米，同期举行会议活动44项，中外参展厂商842家，海外参展参会团组覆盖20多个国家和地区，国内省市参展团组30个，观摩团组53个，参观观众3.1万人次，其中专业会议及行业用户代表1.8万人次，842家参展商洽谈及签订交易项目近3500个。2003年至2012年，堪称中国软交会的“黄金十年”。参展和参会规模的纪录不断被刷新，项目合作的数量和质量不断被新的技术领域和更高层次的合作项目所覆盖，作为唯一的国家级软件交易会，已成为被业界充分认可的国际化程度高、重点论坛影响大、洽谈交易效果好的“中国软件第一展”。

城市会展业只有拥有一定数量的品牌展会，才能确保本地会展业发展拥有牢固的根基，既可带动本地相关产业经济，又可为其他同类展会的跟进、扩展和提升提供了可能。

就地取材不是拒绝创新，创新也要立足城市根基。在展览市场比较成熟的今天，创立前所未有的展览会项目的市场空间已经十分有限。但由于社会进步和经济发展，总会产生新的领域适合展览业进入。

人才是产业发展的关键，“海创周”就是大连会展业服务产业发展、创立的前所未有的展会项目。2012年“海创周”进一步凸显“立足辽宁、服务全国”的功能定位，组织开展了“五会”、“八展”、“六论坛”等19项主体活动。

由于展览市场发展的不平衡，展览会项目的地域性创新仍然具有较大的市场空间。展览会的主办方是地域性创新的动力与基础。没有主办方的创新，就不可能有展

览会的新项目。任何行业性或地域性展览会新项目的创立并经营成功，都是主办方苦心创意策划、精心组织实施的结果。

2012年年初以来，国际航运市场持续低迷，新船订单锐减，船价大幅下跌，船舶企业“接单难、交船难、融资难、盈利难”现象日益突出。第十届大连国际海事展览会以438家参展商，30%的国际展商参展比例，超2.3万平方米的展览面积，国际、装备、配套、综合、船舶融资、科技成果、海事文化和辽宁船舶工业推介等八大展区的设立，2万多人次的参会，规模同比增长15%的速度，令其东北亚地区最重要的海事展名副其实，让“严寒”中的造船业多了缕缕暖意。大连海事会三易场馆，从大连博览中心到大连星海会展中心，再到大连世界博览广场，展览面积增长了12倍，参展数量增长了5倍，国外参展商增长了10倍，成为东北亚地区最为重要的海事展会之一。双年的10月第四周的周二到周五被国际海事界认可为“大连时间”。

大连服博会将展会功能定位为海外品牌进入中国市场的重要平台、时尚创意及流行趋势的发布窗口、国内自主品牌推广孵化基地、拉动地方产业的主要载体，并围绕这个定位开展各项活动，进一步形成了有别于国内众多同类服装纺织品展会的独特风格和品位。2012年服博会展览面积4万平方米，参展商来自16个国家和地区、国内30多个城市，近500多家厂商展示300多个中外服装纺织品品牌。其中海外品牌110个，占展区面积的40%，较上年增长了15%。新增丹麦、匈牙利、土耳其和斯洛伐克等国别参展商。另有来自32个国家和地区、国内50多个城的采购商及专业观众3.2万人次入场，比上年增加了30%。“海外品牌进入中国市场的重要平台”和“拉动地方产业的主要载体”的功能尤为突出。

会展相依相连，发展各有门道。我国



资料图片

展览大发展在先，会议大发展在后，以至现在很多人会将会展仅仅理解为展览；许多会展活动也只谈展，很少谈会；不少谈会的场合，又大多谈会议的接待，很少谈会议品牌的策划和培育。会议与展览同样要求适应人员大进大出的交通条件，需要承接地的优质基础设施和服务水平，但会议业对经济、政治、社会、科技的影响更大，参与人员的层次、水平更高，会议的规模和数量也不是展览所能及。

首届中国大连夏季达沃斯年会的成功举办，确立了大连作为国际知名会议城市的地位。为了扩大夏季达沃斯年会的后续效应，培育新兴会议产业，大连市提出了大力发展会议经济、打造国际会议目的地城市新品牌的工作思路，并吸收展览业专业化、市场化、国际化的经验，探索和推进市场化办会的新路子。

由于受会展行业不规范的大环境影响，管理规范进程跟不上会展业的快速发展，大连市会展业发展速度不快，质量不高，企业整体实力不强，素质参差不齐，会展专业人才缺乏，存在诸多不足和问题。

2013年，大连将坚持以科学发展观为指导，坚持政府引导、社会参与、市场运作、多元化投入、产业化经营、社会化服务，以面向未来、低碳环保、科技创新、和谐包容、合作共赢为方针，发挥优势，整合资源，高起点谋划，高标准要求，高水平运作，努力实现会展业的专业化、市场化、品牌化和国际化，逐步把大连打造成为国内外具有重要影响力的东北亚国际会展名城。

本版话题

甘肃会展业：硬件硬了 软件不软

■ 本报记者 静安

1月22日至29日，甘肃省第十二届人民代表大会第一次会议和政协甘肃省第十一届委员会第一次会议（以下简称甘肃“两会”）在已全面投入运营的、有“陇原客厅”之称的甘肃国际会展中心建筑群项目召开。

有关专家认为，甘肃国际会展中心建筑群项目的全面建成投运，不仅成为向世界展示甘肃的一个窗口，也为甘肃增添了一张世界级名片，成为甘肃会展经济、文化产业发展的新引擎。

曾有甘肃一展览公司负责人在接受媒体采访时说，甘肃会展业是硬件不硬、软件不软，这使得甘肃举办的各种展会相形见绌。现如今，甘肃会展业情况又如何？

硬件：升级

鸟瞰甘肃国际会展中心建筑群项目，甘肃大剧院兼会议中心和展览中心东西峙立；高达157米、开创了西北地区国际化五星级酒店先河的兰州皇冠假日酒店以蕴含“黄河之水天上来”的意义，使整个建筑群达到了首尾呼应、一气呵成的表达效果。

该项目位于黄河北中心滩，由大剧院兼国际会议中心、展览中心、国际五星级酒店三部分组成，建筑面积为18万平方米，总投资约20亿元。

2006年11月，甘肃省人民政府第92次常务会议研究决定，由甘肃省电力投资集团公司按照“政府主导、市场运作”的模式，开发建设甘肃国际会展中心建筑群项目。甘肃省电力投资集团公司以展览中心获得6项国家和省级奖项、大剧院获得5项国家和省级奖项、酒店获得3项国家级奖项、整个建筑群应用“四新”技术230余项等优异成绩，使这座集会议、展览、文化演出等功能于一体的建筑群成为名副其实的“陇原客厅”。

良好的硬件设施能否达到甘肃“两会”这么高规格的会议对服务接待工作的要求，无疑成为最引人关注的问题。

为了进一步做好甘肃“两会”各项服务保障工作，甘肃国际会展中心专门邀请了人民大会堂专业服务人员对其员工进行系统培训；成立了“两会”保障服务工作领导小组，从诸多细节入手，细致做好每项保障工作；进一步强化会议服务人员的大局意识、责任意识等，高标准、高质量、高效率地保障会议的顺利进行。

一位业内人士说，办好甘肃“两会”如此高规格和大规模的会议，将增高会展中心的知名度和“含金量”，也将提升其服务水平。

甘肃国际会展中心自2010年运营以来，已成功举办了各类展览活动200多个，其中包括3届兰洽会。节会期间，许多酒店生意火爆，旅游、餐饮、出租车等行业闻风而起。甘肃会展经济正渐渐释放出能量。

软件：薄弱

作为甘肃省大力发展会展业的第一步，2010年，



伴随着无数的赞誉与光环，甘肃国际会展中心在兰州成功启用。然而，除场馆全年出租率不高外，与其相辅相成的甘肃会展业还未真正创造出自己的品牌、形成自己货真价实的软实力。

在2012年举行的一次内部工作会议上，甘肃国际会展中心有限责任公司总经理张柱感慨地说，甘肃省经济发展水平较低，会议、展览、剧院及文化旅游等产业发展基础比较薄弱，产业链发育不全，文化消费不足，文化消费习惯尚未形成，市场化运作水平低，专业人才匮乏，政府支持和帮扶发展的相关政策、机制和环境等还不够完善。这些问题和不足是影响公司当前运营和长远发展不可忽视的重要因素。

“缺品牌特别是自主品牌，这是我们会展业发展的软肋。”现代策展公司展览部总经理温政军说，外地的专业展各具特色、主题鲜明，而甘肃的许多展会更像一个大集市。

办展会要向外地请展览服务商，这是甘肃会展业遭遇的尴尬。“作为服务业，会展业在发挥服务功能的同时，自己却需要别人服务。”张柱失望地说。

中国贸促会甘肃省分会有关人士直言，甘肃的会展更像是自娱自乐，缺乏国际视野。本地人办展、本地人参展，只会让甘肃会展业的路越走越窄，更谈不上打造大品牌。目前，规模较小、水平低下、发展不足是甘肃省会展业面临的最大难题。

甘肃省经济合作局相关负责人也指出，与经济发达地区比，甘肃省的展会市场化、专业化和国际化程度低，缺乏影响力较大的品牌展会；会展业发展不平衡，以政府主办的综合性展会占主要地位，缺乏专业展会，缺乏龙头企业。

出路：科学谋划

一位业内专家说过，发展会展经济需要科学谋划。兰州大学经济学院院长高新才认为，一个城市会展经济的发展，要求政府不能完全依靠市场机制来调节经济活动，而是必须承担其合理配置市场资源的重任，维护会展市场的健康和繁荣。

兰州大学管理学院教授李应周表示，甘肃有很深的文化积淀，但文化、科学、教育方面的会展是空白，应用差异化打造会展品牌。

中国连锁经营协会常务副秘书长陈烁说，要打造品牌展会，应该名号响亮，既要具备相当的规模，还要有规范的展会服务、完善的功能和丰富的配套活动等。此外，展会定位一定要准确，要充分了解展商和观众的深层次需求，要突出展会内容的差异化，从而打造优质品牌展会。

业内人士任福康认为，每个展会应该有不同的特色和资源，有的双管齐下，会与展互动；有的以会促展，彰显高端；有的以展促会，凸显专业。地域、文化、经济水平等因素决定了展会经济的不同形式，如彼此难以借鉴是会展经济的痼疾。

甘肃省委党校的王成勇指出，今后，甘肃要加速经济转型跨越发展，努力走出一条内陆边远地区开放开发的新路子，进一步放大大会经济在开放开发中的带动效应。

展会透视

美国无线通信展与MobileCon展会2014年起合并

近日，据美国无线通信和互联网协会发布的消息称，美国无线通信展与MobileCon展会将于2014年起正式合并，形成仍由美国无线通信和互联网协会举办的CTIA超级移动展会，将于美国拉斯维加斯当地时间2014年9月9日至11日举办。除此之外，2013年美国无线通信展(CTIA2013)春季展会将于2013年5月21日至23日拉开帷幕，2012年由MobileCon展会更名而来的2013年美国无线通信展(CTIA2013)秋季展会则将于2013年10月9日至11日在美国加利福尼亚州圣何塞举办。

美国无线通信展(CTIA)是每年春季于美国举办的最大、最具代表性的全球无线通信产业综合贸易展会之一，此前的展会吸引了超过1000家企业，范围覆盖数十个行业，来自125个国家、超过4万多名相关人员参与其中。(韩雪飞)

外展推荐

2013第二届中国(北京)国际打印耗材展览会

展会时间:2013年6月6日—6月8日
展会地点:中国国际展览中心(老馆)
展览范围:1.墨盒、硒鼓、色带、碳粉、墨水及连续供墨系统;

- 2.兼容、再生、循环使用的打印机和复印机通用耗材;
- 3.芯片、感光鼓、各类辊、膜、空盒等配件和原材料;
- 4.打印耗材的制造、翻新、灌装、测试等设备和工具;
- 5.相纸、票据纸、彩喷纸、热敏纸等办公打印用纸;
- 6.打印设备与耗材的技术、信息、包装等服务类产品。

业内通告

◎中青旅会展：一年一度的年会成为许多行业掘金的机会。就长远来看，年会经济并非是一年一次的生意，因为一个完整的年会解决方案涉及多个行业的联动发展。从年会经济到MICE，涵盖了多个产业融合，并且正以一个独立的行业成为不少国家和地区发展会展和旅游产业的重要推手。

微话题