

新加坡商务会展业领跑东南亚

会展传真

■ 本报记者 周春雨

3月19日和21日,新加坡旅游局先后在武汉、北京举办了两场“新加坡数字媒体行业推介会”,重点推荐将于6月中旬在新加坡滨海湾金沙举办的几个展会项目。

“新加坡数字媒体行业推介会”作为新加坡发展商务会展的战略,近年来坚持在华举办。

据介绍,商务会展与奖励旅游业是新加坡旅游业的主要收入来源。据统计数据显示,2011年,新加坡商务游客增至320万人次,较2010年增长2.6%,商务游客的消费支出增长4.1%,达到约56亿新加坡元,其中不包括观光和娱乐消费。2012年上半年,新加坡的商务会展与旅游游客较上年增长8%,商务游客的消费支出同比增长12%,达到约30.6亿新加坡元。

目前,新加坡已经发展成为亚洲地区重要的商务目的地之一。

主打商务会展牌

随着商务会展旅游的兴起,新加坡将其作为会展业的发展方向,并从中找到了适合新加坡会展业发展的模式。商务会展旅游覆盖会议、奖励、展览和主题活动,是目前全球旅游业最热门的话题。

据新加坡资讯通信发展管理局(IDA)中国华北司司长池思颖介绍,6月18日至21日,第二十四届国际通讯与资讯科技展览及研讨会(Communic Asia 2013)将在新加坡滨海湾金沙会展中心举行。本届展会规模预计将达到4.3万平方米,参展企业1250家,同期还将举办第18届国际广播与数字多媒

体科技展览及研讨会(Enterprise IT 2013)。据悉,中国华为等知名企业将参展。

展会期间,还将举办Communic Asia 2013 高峰会议。自2005年起,新加坡资讯通信发展管理局开始举办ICT(Informationand Communications Technology)部长级会议。这个高层闭门会议邀请各国ICT部长到新加坡就共同关心的ICT相关议题展开讨论并交换意见。2012年,新加坡与世界经济论坛(WEF)合作举办了ICT部长级会议。此次会议以“利用ICT实现更大增长”为主题,与会的部长级代表们审议了ICT在促进和推动社会经济增长和发展中所发挥的重要作用。

Communic Asia 2013 高峰会议将聚焦移动营销、服务于商务、电信客户体验管理、宽带演进等热门话题进行讨论。

积极拓展中国二三线城市

新加坡资讯通信发展管理局在中国上海、印度、中东和美国成立了海外办事处,并签署了多个与资讯通信有关的谅解备忘录,建立了政府与政府、政府与企业间的国际战略联系,为促进多边市场的合作共赢提供帮助。

而中国是新加坡资讯通信发展管理局极为重视的市场之一。2002年,新加坡资讯通信发展管理局在上海设立了中国办事处。时隔两年后的2004年,新加坡信息通信协会(SIFT)在新加坡资讯通信发展管理局的支持下,在上海成立了新加坡资讯通信中心(ISC),以促进新加坡和中国资讯通信之间的通力合作。

据了解,新加坡资讯通信发展管理局通

过举办研讨会、论坛、交流会,为新加坡企业提供中国市场的信息。与此同时,还组织新加坡商务考察团到中国的主要省市,了解市场情况,探讨合作机遇。

本次推介会除了推介Communic Asia 2013和Enterprise IT 2013外,还向中国的组展商们推出了“Digital and Music Matters”展会。据其有关负责人介绍,目前,已有一些知名品牌企业报名参展,当然,也希望更多中国企业报名参展。

据一位不愿具名的知情人士透露,新加坡资讯通信发展管理局将帮助新加坡会展企业拓展中国二三线城市,还将帮助企业把握云计算、医疗信息化等领域的新增长机遇,进一步促进新加坡与中国在资讯通信领域的合作。

目前,新加坡资讯通信发展管理局与许多中国城市和地区建立了友好合作关系。除北京、上海、广州等一线城市外,其还到合肥等二三线城市进行商务考察。2010年和2011年,其分别到中西部的武汉和重庆进行了商务考察访问,并与相关机构签订了合作备忘录。

软硬件正在建设中

据有关人士透露,根据新加坡旅游局展览会议署的在华推广计划,今年六七月间,其还将在上海举行一场“新加坡数字媒体行业推介会”。此外,其还将计划有选择性地

在华推广新加坡的会展商务旅游。早在2006年6月,新加坡就推出了为期10年的“智慧国2015”资讯通信产业发展蓝图,意在将新加坡建设成为以资讯驱动的智能国度 and 全球化都市。

池思颖介绍说,目前,“智慧国2015”规划目标已经实现过半,信息通信行业已经成为新加坡经济增长最重要的引擎之一,而各类展会则成为新加坡促进与海外合作的重要平台。

上述知情人士表示,会议、展览与奖励旅游业对新加坡旅游业而言极为重要,新加坡旅游局一直不遗余力地推动其发展。根据国际大会和会议协会(ICCA)的全球排名,新加坡连续10年高居亚洲会议城市之首,同时自2006年以来在世界会议城市中稳居前5位,这在亚洲是独一无二。

在配套设施方面,新加坡不断推陈出新。金沙集团投资的滨海综合娱乐城是最新的旅游景点。2012年10月下旬,新的新加坡滨海邮轮中心投入使用,可以停靠世界最大的邮轮。2014年,还会有一个体育城投入运营。

对于中国市场,新加坡旅游局除在华推广其会展商务旅游之外,还将继续推介“我行有我新加坡”这一品牌,主攻北京、上海、广州等一线城市。

近年来,亚洲旅游节已成为新加坡最大规模的活动,来自亚洲各地的旅游业代表可在此讨论整合亚洲旅游业的战略,共同探索推动旅游业向前发展的方案。

虽然亚洲旅游节、亚洲旅游展的规模逐年扩大,但有关人士认为,其在中国的影响力还不够,希望今后有更多中国企业参展。

会展关注



日前,CCBN2013中国国际广播电视信息网络展览会在北京举办。据了解,本届展会共有来自世界30多个国家和地区的近1000家企业和机构参展,展览面积覆盖了中国国际展览中心(老馆)全部场地。记者在采访中发现,随着国家重点推进电视台数字化、网络数字化、电影数字化、监管数字化,数字制作、传输、接收等高新技术产品已成为商家比拼实力的最大卖点。其中,“云媒体”的概念已经悄然渗入到人们的数字生活观念中。

本报记者 季春红 摄影报道



贸易集市遐想

纺织服饰、小件家具、花草苗木,南来的、北进的、本地的、外购的,虽不说一应俱全,倒也都能觅到。叫卖声、嬉闹声不绝于耳,讨价还价的艰苦、交易达成的喜悦随处可见。熙熙攘攘、闹闹哄哄,一切都显得那么混乱无序、那么杂乱无章。但是,冥冥之中似乎有什么东西在驾驭着集市,在主导着交易。通过纷争、争吵、讨价还价,交易达成,购买者获得自己需要且自认为物有所值的物件,出卖者卖出了自认为价格可以接受的物件,获得了货币。如交易不成,则各奔西东。这里的道理十分简单,作为一个集市,必须有买家、卖家,必须有交易达成;只有卖家没有买家,只是集,不成其为市;有买家没有卖家,达不成交易,只有行而行不成市。集市参与者很少有人研究经济学,也不会致力于价值规律研究,但讨价还价随手拈来,在双方认为合适的价格基础上达成交易。在这里,价格是调节交易的唯一杠杠,价值规律在不知不觉之中发挥着调节作用。

联想到我们会展行业,似乎也是如此。

在市场经济条件下,一切经济活动和行为都会受到市场规律的影响和制约。所谓市场规律实际就是供给、需求、价格定律。价格围绕价值波动,价格调节市场供给和需求。价格上涨,需求缩小,供给扩大;价格下跌,需求增加,供给减少。价格促进市场供给与需求的均衡。会展特别是展会,一点也不例外,也必然会受到市场规律的制约,受到会展资源供给和市场需求方面的影响。

从会展服务供求角度分析,在会展产业链中,会展行业众多参与者虽然角度不同、功能各异,但基本扮演着会展服务提供者和会展服务需求者的角色。会展举办国家或城市是会展公共服务的提供者,属于会展服务提供方;展会主办方对参展方来说是服务提供者,属于服务供给方;对于场馆服务和其他会展服务提供者说,则属于服务需求方;展会参展方在参加展会方面是服务对象,属于服务需求方,但相对最终商品、服务消费者,他们又是商品或服务的提供者,属于商品、服务的供给方;场馆、搭建、旅游及相关会展服务方面均属于服务

提供者,是会展市场中的服务供给方。在展会市场上,多数参与者从本质上看都属于服务供应者,只有展会产品、技术、服务的采购商才是展会的实际需求者,亦即展会活动的终极需求方。

展会成功固然与城市会展设施、政府扶持政策、服务提供水平有关,但展会成功与否、持续与否、能不能发展壮大,则取决于展会产品、技术、服务的实际需求者,取决于展会终极需求方。只有他们才是展会的最终埋单人。我们会展人在策划展会时就应当充分认识市场规律的作用,认真研究实际市场需求,客观分析终极需求者的规模结构,注重展会实际需求者培育和储备。归根到底一句话:要十分重视展会买家队伍的存在、建设和涵养。

(作者系中国会展经济研究会理论指导委员会副主任、对外经济贸易大学教授/博导)

会展大咖秀

“一展两馆”助香港成展览业龙头

本报讯 香港近日公布的一项研究结果显示,尽管香港目前仍保持“亚洲展览之都”地位,但是面对邻近市场的竞争,香港应透过“一展两馆”的模式,加强业界合作,促进香港两大展览场地的协同效应,争取成为国际展览业的龙头。

该研究是由环球资源早前委托香港中文大学工商管理学院决策科学与企业经济学系主任张惠民与BMT Asia Pacific进行,以探讨香港贸易性质的商业展览目前市况、面对的挑战及发展前景等。

研究显示,2004年至2011年期间,香港展览业蓬勃发展,总销售面积每年平均增幅达11%,比国际平均增幅水平还高。2006年至2010年期间,环球展览业曾出现每年约0.1%的负增长,但香港展览业持续保持两位数的增长,表现不错。

目前,香港有两个主要展览场地:香港会议展览中心、亚洲国际博览馆。张惠民指出,业界对香港会议展览中心需求较大,而亚洲国际博览馆则出现低使用率。在展览旺季,很多香港大型展会就会出现瓶颈问题,难以把展会推向国际化,这是香港展览业现时面对的挑战。

张惠民还指出,内地近年不断积极发展展览业,主要是举办大型的内销性展会,其特大大展览馆面积较香港优胜。香港无法与内地在场地规模上较劲,但香港要保持竞争优势,就要运用国际角色,多举办国际性贸易展会。

张惠民说,“一展两馆”是未来香港展览业发展的方向,若有一个展会的规模超过任何一个香港展览场地可容纳的规模,那就要灵活配合使用两大场地,充分发挥场地效益。加强场馆间的协调,进一步完善大屿山的配套设施,如交通、娱乐休闲设施等,若能再把握港珠澳大桥带来的发展机遇,香港的展览业将可进一步蓬勃发展。

据香港展览会议协会提供的资料显示,2010年,会展业为香港带来358亿港元的经济收益,占本地生产总值的2.1%。今年年初,香港特区政府成立的“经济发展委员会”下设“会展及旅游业小组”,专门研究会展旅游业的发展。

(李焯龙)

中国—东盟自由贸易区联委会会议在义乌召开

本报讯(记者 张志乾)日前,中国—东盟自由贸易区联合委员会第三次会议在浙江义乌召开。此次会议主要讨论如何解决中国与东盟之间的贸易摩擦和壁垒,扩大两地间的经贸合作。会议包括全会及经济合作、原产地规则、海关程序和贸易便利化等工作组会议。审议自贸协议执行情况,研究进一步推动贸易自由化和便利化的措施等。

2012年1月,中国—东盟中心与义乌市人民政府就共建“东盟产品展销中心”达成战略合作共识,在国际商贸城设立规模为5000平方米的“东盟产品展销中心”。目前,印度尼西亚馆已入驻,新加坡、柬埔寨、马来西亚等馆也正在积极筹建中。

博鳌亚洲论坛加强医疗保障工作

本报讯 日前,2013年博鳌亚洲论坛医疗保障工作会议在海南省农垦三亚医院召开。会议由该院副院长田作春主持,重保办、医务科、护理部、药剂科、设备科、总务科、保卫科、急诊科、重症医学科、综合保健病房的负责人及内外科系统大主任均参加了此次会议。

在会上,有关部门详细讲解了2013年博鳌亚洲论坛的医疗保障工作方案,医务科将牵头组织人员的急救培训、考核,急救车入库的安全检查,应急方案的演习等,保证保健工作各部门、各环节的无缝隙对接。会议要求,必须做好人员、设备设施、安全保卫、后勤保障等全方位的精确安排,确保2013年博鳌亚洲论坛的保健工作万无一失。

(陈泽燕)



■ 储祥银

不知什么时候,住家附近开了一片贸易集市,每周一、四、六逢集。偶尔得闲徜徉其间,对于久居都市的我来说,似乎别有一番风味,另有一番情趣,更有一番浮想。

集市不算大,东西不算多,但老百姓居家过日子用的日常生活用品也还算丰富。时令水果、应季蔬菜、鱼虾海鲜、日用杂货、