



业内快报

上海市旅游标准化技术委员会会展奖励旅游专业委员会成立

本报讯 为促进上海会议服务业规范化、专业化发展,推动上海国际商务会议旅游目的地建设,近日,在2013中国(上海)会议与旅游产业发展论坛期间,上海市旅游标准化技术委员会成立了第一个专业委员会——会展奖励旅游专业委员会。

会议服务业标准化是会议旅游产业发展的重要技术支持,是规范会议旅游市场秩序和行业监督管理、提高服务质量和水平、推动旅游产业转型升级、提升会议服务业国际竞争力的重要手段,更是把上海建设成为世界著名旅游城市的必然要求。上海市旅游标准化技术委员会会展奖励旅游专业委员会的成立是推动会议服务标准工作的制度化保证。

今后,上海市旅游标准化技术委员会会展奖励旅游专业委员会将积极推进会议经营与服务规范系列标准的制定、修订工作,并依托相关标准对会议服务机构、会议场所等开展达标评定工作。

(张峰)

青岛举行大型世园知识展

本报讯 为普及世界园艺知识,2014青岛世界园艺博览会执委会和青岛市委宣传部,在青岛世园会倒计时一周年之际,分别在青岛五四广场、中山公园、青岛市图书馆等地举办了以“生态青岛·美丽世园”为主题的大型展览。

此次展览以图文并茂的形式,充分介绍世园会的起源发展、青岛市筹办世园会的工作历程,解读青岛世园会的主题、理念、会徽、吉祥物、园区规划设计等,展示青岛生态文明建设成就和园区后续利用设想,倡导人类与自然、城市与自然和谐共生的新理念、新创意,展示人、城市、园林、自然和谐共生的未来发展新模式。(鲁文)

新疆石河子城市展览馆5月开建

本报讯 新疆石河子市城市展览馆将于5月破土动工。这个作为石河子今年动工兴建的地标性工程,预计在明年完工并向公众开放。

据悉,即将兴建的石河子市城市展览馆总建筑面积为16681平方米,地面建筑共4层,一到三层设有展厅和3D虚拟演示厅。展厅部分设置有城市模型展区、规划体验互动展区、三维虚拟演示厅、城市建设成果、愿景规划、北工业园区、北泉镇、南区及农牧团场展区等,集中展现石河子城市地域特点和各历史阶段的城市文化。建成后,这里将是集文化、教育、休闲旅游等多功能于一体的“石河子微缩城市景观”。(宗赫)

亚洲雄起,或改全球会展业霸主格局

■ 本报记者 兰馨

近日,中国会展经济研究会第八届年会暨中国会展经济(青岛)论坛(以下简称中国会展年会)在青岛落下帷幕。本届年会吸引了近400人参会,其组织方在组织环节上力求务实、节俭,清新节约的办会风格得到了参会代表的支持。

中国会展经济研究会会长袁再青在致辞中指出:会展业要成为政府的务实新风做贡献,为反腐倡廉做实事。当前,中国会展业面临的环境出现了一些新的变化。从表面上看,新风给会展产业链的一些环节带来了震动,甚至是冲击。但从根本上看,当前面临的这样一个挑战,也是会展业转型升级的一个重大机遇。贯彻务实新风会,对会展业的健康和可持续发展是一件好事。另一方面,会展业也应挖掘自身的优势。因此,为了共同探讨会展业的发展,本届中国会展年会的主题确定为“会展业的科学发展与务实发展”。

亟需树立行业规范

中国贸促会原会长俞晓松表示,新会风将会令会展业的内容更加充实,并将更多地注重经贸交流的实效。对青岛会展业来说,无论是地理位置还是城市的公共设施等条件,都比其他城市要好,这就是青岛发展会展业的优势。

“营造良好的行业发展环境,是推动会展业科学和务实发展的有力保障。”商务部服务贸易和商贸服务业司四处处长舒寰表示,从政府来讲,加强行业的合理布局,是推动会展

业发展的必要前提;搭建会展合作交流平台是加强会展业发展的重要途径;培养高素质管理团队和从业人员是会展业科学务实发展的重要基础。总而言之,中国的会展人才正面临良好的发展机遇,我国拥有雄厚的会展基础和庞大的对外贸易体系,这为我国发展成为会展大国、会展强国提供了可能。

国家发改委对外经济研究所所长张燕生认为:“过去30年,是转轨阶段;未来30年,将是规范阶段”。

张燕生指出,十八大提出了两个加快,一个是加快经济体制改革;另外一个则是加快转变经济发展方式。这两个加快提出的方向是2020年的GDP和城乡人均收入要翻番。未来10年,是包容性、平衡型和可持续发展的翻番。因此,这种变化将对会展业的发展提出新的要求,也就是希望能够实现包容性的发展。

“十八大再一次明确了中国仍然处于一个重要的战略机遇期。”商务部国际贸易经济合作研究院院长霍建国认为:这体现在三个方面:第一,用改革红利有待释放来作为整个内涵的主要支点;第二,要强调改变环境,改变环境就是要深化经济体制改革,创造一个公平的竞争环境,把经济发展仍作为一个中心任务;第三,应强调制造业的优势,人力资源创新能力需要普遍提升,不仅仅是制造业的技术工人,包括管理人员,甚至包括各级领导干部。

霍建国认为,战略机遇期的特征则体现在四个方面:首先是经济发展理念的转变;其次是可持续发展的能力;再次是经济理论

的支撑;最后是决策的科学性。

适逢国际发展契机

“现在大部分的展览会还处在以服务为导向的阶段,有些已进入客户关系管理阶段,而最高的阶段应该是思想领袖阶段,展览会必须在行业里面能够提出新的理论和新的观点,这个展览会才有生命力。”2013年度UFI全球主席陈先进表示,将利用UFI平台推广中国展览业。

陈先进介绍说,目前,UFI有621个会员,在全球85个国家和地区,涵盖了世界40个最大经济体,超过4500个展览会由UFI会员主办。包括港澳台的大中华地区,内地UFI会员占到78%,占到了绝大部分。

“全球五大变化影响中国会展业”。博鳌亚洲论坛高级执行总监姚望表示,当今国际形势发生了深刻变化,同时国际格局也发生了深刻变化。

姚望认为,大型国际会展活动离不开对国际形势的认识和分析。全球五大变化分为:一是全球重心东移——全球重心的转移不再是欧美一统天下的局面。对于会展业来讲,要准备迎接一个全球会展业以亚洲为中心的格局;二是全球结构重组——新兴经济体的发展应该得到会展业的高度关注,今后应将关注点、客源、市场与新兴经济体国家建立紧密的联系,会展才会有生命力;三是全球治理的重心——发展中国家、新兴经济体国家会越来越掌握更多的话语权、投票权和决策力,使得整个国际秩序发生变化,这必然影响到会展业;四是全球化路径变轨——新

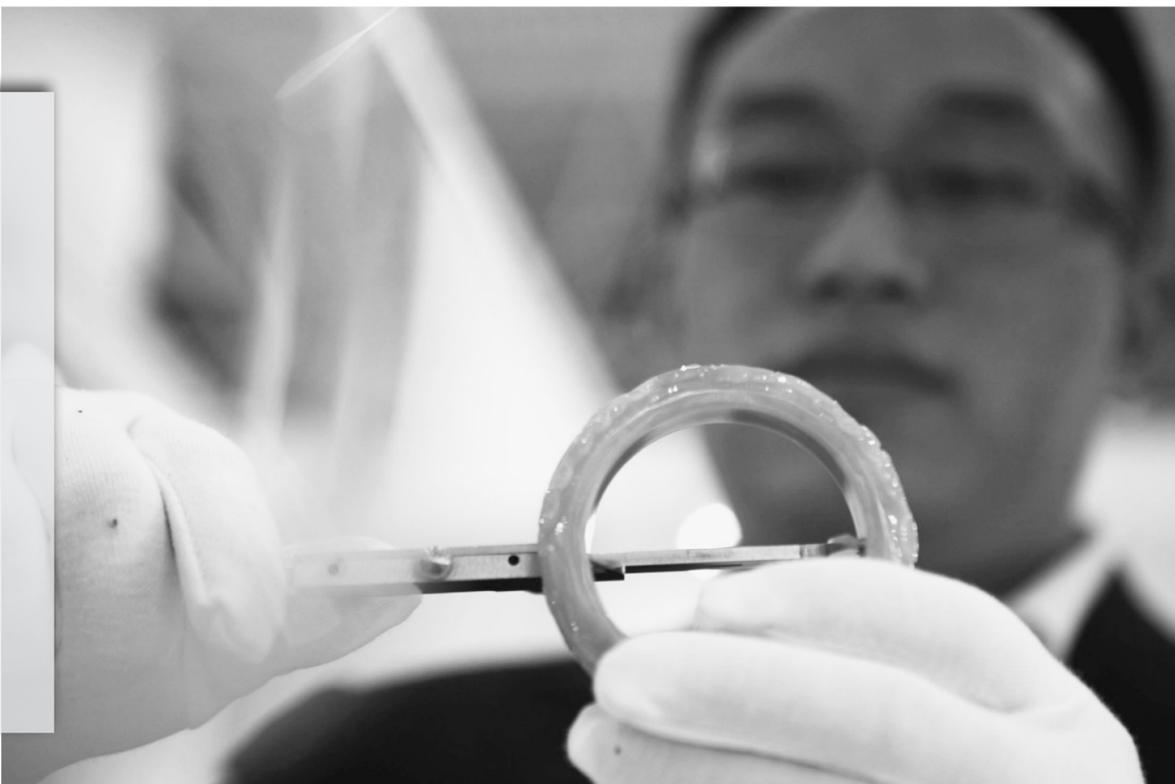
兴国际合作的新途径是自贸区建设,用这个有利的条款去发展会展业,吸引客户以自贸区带来的成果促进发展;五是全球领袖的新神话——从会展业角度来看,应注意到新的国际地位的变化,新的国际关系的处理。

在国际大环境背景下向好的中国会展业,还要面对与上下游产业链的协同发展。湖北大学旅游发展研究院院长、教育部工商管理教指委旅游与会展学科组组长马勇认为,会展与旅游融合发展是当今世界会展业的一个发展方向,同时也是旅游业的一个发展方向。

而青岛会展业发展办公室主任张世斌解读城市案例时介绍,近年来,青岛国际啤酒节、青岛国际帆船赛、中国国际消费电子博览会(SINO CES)等一批会展项目,在国内具有了一定的知名度和品牌效应。日前,青岛已形成了专业展会、会议和节庆活动齐头并进的发展态势。

根据规划,青岛将抓住山东半岛蓝色经济区和青岛市中日韩自由贸易区示范区建设的契机,启动打造“国际海洋会展之都”领军计划,重点打造国际海洋经济与科技博览会和亚太贸易投资洽谈会两大龙头自主品牌项目和六个方面的重点品牌项目的推广,以达到青岛“2+6”品牌战略的目的。进一步将青岛打造成世界海洋经济科技、人才、信息等要素融合交流的聚集高地。

本版话题



近日,由中国珠宝玉石首饰行业协会主办的2013北京春季珠宝展在北京全国农业展览馆举办。这是该协会继举办国际珠宝展之后,在北京主办的另一个珠宝类展会。据主办方提供的数据显示,本届展会共推出精品展位600余个,共有来自国内外的200余家知名企业参展。

记者在现场发现,随着现阶段物价指数的不断上涨,包括翡翠等玉石产品的价格也水涨船高,普通玉镯最低价格也突破了1万元,最高价格超过45万元。

图为参展展品。

本报记者 季春红 摄影报道

海南办展须走出六大误区

■ 蒋应雄

近年来,海南采取跟踪评估、印发调查问卷和评估表、召开展商和买家座谈会等形式,对20多个展览会进行了评估。根据评估结果总结,海南的展览会在策划、招展、组织、布展、运行、服务等方面取得了进步,但也存在着一些不容忽视的问题。要办好展览会必须走出六个误区:

第一,切实走出重形式、轻实效的误区。

展览会的形式固然重要,但是一个展览会毫无节制地把组展重心和过多的人力、物力、财力放在气氛的渲染、隆重的开幕式、闭幕式、演出、宴会和豪华场馆搭建上,而忽视了展商、展品、专业买家和消费者的组织,忽视了展商、专业买家、消费者的参展效益,是无法站稳脚跟,无法生存发展,更无法做大做强的。最近,有些展览会因为买家不足引发参展商的不满,甚至上访,其教训是深刻的。因此,展览会必须摒弃传统的、落后的思维模式,把主要的精力放在扩大交易量,放在买家、展商的组织、服务和展览会的管理上。

第二,切实走出重政府扶持、轻市场运作的误区。

各级政府的关心和支持是展览业发展的重要因素,是展览会成长的重要支撑。但组展商从展览会的立项、策划到运行,就盯着政府,却忽视了市场的主导作用,忽视了效益的拉动力量,忽视了以成交吸引展商、以产品

吸引买家,以效益、展商、买家托起展览的客观规律,长此以往,展览会必然越办越被动,越办政府的压力越大,越办路子越窄。个别展览会呈现了“一次游”的局面值得引起重视。因此,展览会应走出重政府支持、轻市场运作的误区,要十分重视市场调查、市场开发、市场力量的作用,使展览会更加适应市场、更加贴近市场、更加有效地服务市场。

第三,切实走出重招展、轻买家组织的误区。

展览会的成功一定程度上取决于参展商和展品的数量和质量,而效益和买家的质量才是最重要的决定因素。在买方经济背景下,参展商作出参展的决定前往往要先了解展览会的买家数量、质量和类型,特别是要深入了解同本企业展出产品相关的买家的数量、购买意愿和成交的可能。因此,参展商是否参展的决定因素是由相关的买家数量和成交的可能性决定的。而事实上,有不少展览会的组展商不够尊重办展的科学规律,把所有的精力和成本放在招展、布展上,忽视了专业观众的组织和组织,结果是参展商不少,展馆展台华丽,开幕式热热闹闹,但观众却寥寥无几,展商比采购商多,几天的展览会开幕之后就结束之时,参展商意见很大。在跟踪调研中,不少参展商抱怨“上当受骗”,不少参展商表示“永远不参加这种作秀”的展览会。

第四,切实走出重一般招展、轻重点招展的误区。

展览会在招展的方式上采取媒体和广告宣传的形

式招展很有必要,但是仅依赖这种简单的招展方式是远远不够的,有不少展览会策划规模大,实际规模小,策划做得好,实际效益差,有的展览会甚至半途而废。出现这种情况的原因很多,其中,没有前期扎实的准备工作,没有庞大的数据库支撑,没有目标和重点目标客户,没有同重点客户建立互信、互惠的依存关系是主要原因之一。因此,展览会必须下功夫做好前期基础工作,明确重点目标,用功夫、情感、诚信、服务、效益招展和组织观众,展览会就一定能够从一商难求变成一位难求。冬交会东盟馆和渔博会的成功招展就证明了这一点。接受冬交会东盟馆招商任务后,在难度很大的情况下,海南省贸促会首先制订了招展方案,建立数据库,确定目标机构和客户,并派出招展组赴广西和北京东盟中心召开展览会推介会和联谊会,同时到东盟博览会同相关机构洽谈招展和直接招展,效果很好,原招展计划是58个标准展位,报名参展的达105个标准展位。渔博会的组展商海口国际会展中心经营管理有限公司除了投放广告,还到其他区域进行重点招展和组织买家,彻底扭转了展览会难以维系的颓势。

第五,切实走出重组展布展、轻运行管理服务的误区。

组展布展是展览会的重要内容,而展览会的运行,管理和运行也是重中之重,不少展览会对组展布展抓得很紧,却忽视了运行、管理、服务环节,缺乏系统化、科学化、优质化的运行、管理、服务理念,思路不清晰,组织不健全,人员不配备,经费不到位,结果出现了不少混乱、

矛盾,甚至纠纷。如有些展览会像闹市,秩序很差、声音嘈杂、卫生失管,有些展览会住宿、用餐、交通、接待、治安安排不好,造成宾客、参展商、买家的不满,甚至出现上访、诉讼等问题。可见,展览会不仅要重视组展、布展,更要重视运行、管理、服务,过激情绪的疏导和突发事件的处理。

第六,切实走出重降低收费、轻效益牵引的误区。

展览会降低展位租金,降低参展成本不可非议,而不重视展览会的效益,片面采取低租金、低成本,甚至追求零租金、高补贴也不可取。有些展览会不收展位费,还对参展企业、机构进行住宿、生活补贴,有些展览会每个标准展位在3000元左右,但参展效益不好,展览会也会越办越小,越办越差。国内办得较好的展览会,标准展位一般在1万元左右,香港在2万至5万元不等,这些展览会一定是靠效益牵引的。海南的汽博会,房展会和游艇博览会市场化程度较高,收费也较高,同样效果也很好。可见,展览会的吸引力不单靠降低展位费,而在如何提高参展效益,只有保证了参展效益,参展商就会争着订展位,展览会就会越办越好,规模也会越办越大。

(作者系中国贸促会海南省分会副巡视员)

谈经论道