

# 北京电影节:启动中国电影国际梦

会展传真

## 中国(昆山)品牌产品交易会 获最佳国际贸易奖

本报讯 日前,中国(昆山)品牌产品交易会在多哈举行的第八届世界商会上,荣获2013世界商会竞争奖“最佳国际贸易项目奖”。这是中国国际商会1992年参加世界商大会以来第一次有展会获此殊荣。

中国(昆山)品牌产品交易会是唯一以促进进口为宗旨的展会项目,其前身是去年3月举办的中国国际进口产品博览会,此前,“进交会”已获得美国商务部贸易展览会TFC认证,并被列入美国商务部全球重要展会推广计划。(辛华)

## 昆明国际会展中心 升级改造在即

本报讯 为了迎接首届南亚博览会,作为开幕式举办地的昆明国际会展中心,从去年12月29日开始投入9958万元对场馆进行升级改造。近日,昆明国际会展中心有限公司副总经理张怡透露,中心改造工程到5月20日将全部完工,最大的转变就是新建了一个室内多功能大厅。

据张怡介绍,新建的多功能大厅是一个极为开阔的空间,整个室内部分有5000多平方米。主席台除了可做发布信息之用外,还可用于演出,只需重新布置灯光即可。大厅也同时具备举办欢迎宴会、展览、论坛等功能。

“大厅的净空达到23.9米,采用玻璃加钢架结构构建,17米以下都是活动隔断板,加上玻璃幕墙,采光、通风都很好。大厅还新采购了中央空调,即使开幕式时来宾很多,也能保证空气清新。”张怡说。

此外,大厅的后部也扩建了新的贵宾厅,呈对向分布,共12个,面积从2000多平方米扩充到4000多平方米,顺延舞台两侧大门可以直接通达。同时,贵宾厅的两侧还新配了两部升降电梯。(张勇)

## 陕西杨凌将打造 全国农业会展之都

本报讯 近日,陕西杨凌农业高新示范区管委会(以下简称管委会)发出消息称,将以农高会为龙头,进一步提升杨凌会展业发展水平,培育壮大会展业市场,推动服务业加快发展,把杨凌打造成为全国农业会展之都。

据了解,示范区会展业起步于1994年开始举办的农博会,历经20年的发展,目前已经形成了农高会、农贸双中心两大品牌展会,建成杨凌国际会展中心A馆、B馆、C馆3个室内展馆,室内展馆面积达到4.7万平方米,同时建成4万平方米的农业机械展区和5.5万平方米的现代农业示范展区,品牌展会数量和展馆面积位居全省前列。

此次,管委会提出通过5至10年的时间,在杨凌培育5至10个在国内有较大影响力的知名品牌展会,引进3至5家国内外知名展览公司举办各类专业展,涌现1至3家经济效益好、市场竞争力强的展览企业集团,改造现有展馆设施功能,新建大型现代化展馆;到2020年,杨凌将举办各类展会活动10个,展位总数达到3000个,会展业收入1亿元,带动相关产业收入6亿元,进入全国会展城市100强,初步建成关中—天水经济区内特色鲜明、影响广泛、品牌知名、服务专业的会展城市。

按照示范区城市的总体规划,管委会将加快现代化大型会展场馆的规划建设,为承接全国大型会展创造条件,要积极探索社会资本投资场馆建设,进一步加快现有场馆的升级改造,尽快形成功能完善、配套设施先进、设施先进的会展场馆群。展馆管理服务单位要尽可能地减免会展企业的专管租赁费用,降低企业办展成本。

目前,示范区财政每年安排会展业发展专项扶持资金500万元,专项资金主要用于对在示范区举办的各类展会按照产业类别、规模、效益、层次和影响等进行奖励;对将全国性、专业性的大型展会争取到示范区举办有直接贡献的个人给予奖励;对会展企业开展的专业认证、人才培养、会展形象宣传等给予经费支持;对会展企业及重点展会申请UFI等专业认证给予经费支持。(刘合)

产电影的数量和质量与电影市场要求仍然不相适应,电影市场现状与电影市场潜力之间还存在明显差距,进口影片与国产影片、市场“大片”与普通国产影片的市场份额、票房严重失衡,大城市市场与中小城市和农村电影市场存在巨大差距,发行业、放映业与制片业利益不均衡等。所有这些,也许恰好说明中国电影业的发展正处在一个重要而关键的发展和调整时期。

据国家会议中心有关负责人介绍,4月14日第三届北京电影节新闻中心成立,随即全面对媒体开放。来自组委会的数据显示,截至4月14日,已有来自260家境内外媒体的1036名记者注册。媒体机构的数量,及记者人数,均超过了上届。

据上述负责人透露,4月14日的中外记者招待酒会,参加的媒体记者超过100人。为了这次媒体招待晚宴,国家会议中心运营部酒会现场的装饰、布置,都围绕着电影这一主题进行,电影胶片、场记板等电影符号元素融入其中。此外,每一道菜肴都含有非常浓厚的电影元素,呈现方式和电影也有密切关联。其中用巧克力制作的可食用“胶片”成为中外记者拍摄的焦点。

会展关注

## 宴会突出电影元素

有业内人士分析认为,目前在中国,国

个国家和地区的531部影片参选,电影节选片委员会从中遴选出15部“天坛奖”入围影片,由国际国内7位电影界权威人士担任评委的国际评奖委员会按照电影节评奖章程,评出“天坛奖”各大奖项,在4月23日晚的颁奖典礼上公布并颁奖。电影节新闻发言人赵志勇对媒体介绍,“天坛奖”评奖今后将成为北京国际电影节的常设主体活动,每年一届,下设最佳影片奖、最佳导演奖等10个奖项。

业界人士表示,“天坛奖”评奖的定位和目标,充分表达了北京电影和中国电影与全球电影交流对话、互利共赢、共同促进世界电影和谐发展的美好理想。

据知情人士介绍,北京电影节主办方要将“天坛奖”打造成为北京国际电影节的灵魂和提升影响力的核心要素。对此,有业内人士质疑,北京电影节的历史只有三届,因此奢望北京国际电影节设立的奖项“天坛奖”具有卓越的影响力是一种不现实的苛求。但也有人士认为,北京电影节至少启动了国际梦。

## 成交额超过80亿元

本届北京电影节期间,多位国外电影人士表示,中国目前已经从全球电影产业的参与者转变为了主导者,国外的中小电影机构都确实感到了来自中国市场的竞争压力,“也

第三届北京国际电影节(以下简称北京电影节)闭幕式,因四川芦山发生地震临时将明星将走的红地毯换上蓝地毯,外界多是通过国家会议中心的微信在第一时间得知这一消息。本次北京电影节闭幕式由“走星光大道”和“颁奖典礼”两个环节组成。

由中国国家新闻出版广电总局和北京市政府主办,国家新闻出版广电总局电影管理局和北京市广播电影电视局承办的北京电影节,以“共享资源共赢未来”为主旨,定位于国际性、专业性、创新性和高端化、市场化的大型电影主题活动;中国电影产业走向世界和与国际合作交流交易的重要平台;北京建设国家文化中心的重点文化活动;努力打造具有“国际水平、中国特色、北京风格”的世界文化交流品牌。

本届北京国际电影节有一个现象引发关注:在参与本届电影节电影市场推介、交易活动的企业中,多了一些“陌生”面孔,更多的国外电影特效、化妆、保险等服务企业来到中国,希望寻找到一个中国“老板”,为中国电影业服务。

## 首设主竞赛单元

作为本届北京电影节的亮点,首次设立了主竞赛单元,进行“天坛奖”评选。来自56

# 贸促会举办清食展 加快与清真产业对接



济互补性强,穆斯林国家在资金、市场和能源方面具有很大的优势,而中国在技术、管理和人力资源方面则更具实力,这使得双

方在经贸和投资领域互利合作的前景更加广阔。

会上,万季飞提出了三点建议:扩大贸

易规模,推动贸易平衡、可持续发展;拓宽合作方式,扩大双边投资规模;推进清真标准互认,深化清真产业合作。(毛雯)

# 交流联谊无可厚非 取消茶歇不可取

这个无形产品的真正消费者,参展商和买家、观众则是展览的最终顾客,忽视参会者、参展商以及观众的真实需求,在满足顾客需求上竭尽全力,尽搞些花里胡哨的东西,结果就是被消费者抛弃。说白了,消费者购买某个产品或服务,要的是这个产品或服务带给他的效用。效用高低,可以简单说明产品和服务的质量,除非市场上没有竞争产品或替代品,否则消费者对质量低下的产品和服务就“用脚投票”,国人热衷于到境外购买奶粉就是一个最好的例子。

会议、展览的主办机构,如政府部门、事业单位、协会和企业,在某程度上决定了一个会议或展览的质量,主办机构是否高度重视(比如,是否为了制定一个多数人感兴趣的议题而多方咨询,而不是因人设议题),眼界是否开阔,预算是否充足(比如,是否能请到高质量的主持人和演讲人),日程是否科学合理,工作人员经验丰富与否,市场营销和组织技能的高低,等等。这些综合因素加上会议展览承办机构的服务质量,构成了这个会议、展览的整体质量。

不断分析消费者需求,持续改进产品和服务,投其所“好”,自然能让潜在消费者变成真正的消费者,现有的消费者变成忠诚消

费者。那么,不妨问一下,会议消费者到底要什么?其真正的需求到底有哪些?

在我看来,一个参会者抽出时间(往往要搭进去宝贵的周末),花费银子若干,千里迢迢奔赴一个会场(出门可不是什么享受,飞机不误点的少,高铁发生事故时挺危险,各地都惊人的堵车),主要目的有三:一是获取知识、信息,接受教育,了解行业发展趋势和最新科学技术成就,进行台上和台下的互动讨论。这个可以用“学知识”来概括。二是推广自己所在的组织,推销自己的产品和服务,意图获得客户。“卖东西”也是一个参会目的。三是结交朋友,认识客户,进入一个行业、被行业所了解,就需要进入一个圈子,而这个圈子不但能帮助自己搭建人脉,也可让自己所在的机构和机构所从事的业务和服务被业内所了解,继而被更多的人认同、购买。因此,“认识人”是第三个参会目的。

会议进行中,专家、企业高管、政府官员都站在(坐在)台上,参会者坐在台下,大家都忙于听会,根本无缘得以交换名片,更遑论探讨交流了。

参加一个会议,什么时候有机会认识人呢?答案是,会议安排的茶歇、酒会、宴

会和其他活动,如外出参观、比赛等。这种时段不但能让参会者有充足的时间跟学科带头人、专家、学者近距离地交流,面对面探讨问题,解决疑问,补充加强“学知识”;还可借此机会找到生意伙伴,找到买家和卖家,有针对性地进行一对一的洽谈,有助于实现“卖东西”;更可维系老朋友,结交新朋友,跟业内知名的科学家、经济学家、政府高官一起合影、发微博,跟偶像级人物把酒言欢、谈笑风生,会后时不时回味一下这种愉悦、难忘的经历,不亦快哉?“认识人”是人们交往的目的,自然也是参会者的需求,尤其目前网络发达,人们大部分用短信、微信联络,见面少了,面对面聊天的愿望更强烈了,因此,交流联谊这个应该有,也必须。

最近,我参加了有限的几个会,发现主办方都因噎废食地取消了茶歇和酒会、宴会,原因大家当然都心知肚明。但没有了交流、联谊,我们还愿意出门参会吗?

(作者系国家会议中心总经理)

会展大咖秀



刘海莹

“国八条”出台后,一些可开可不开的会议、没有实际内容的庆典活动取消了,大吃大喝、铺张浪费不见了,这都是好事。对于我来讲,至少不用参加那些本来就没必要举办的活动了。

我曾在多个场合讲过,各种形式主义,大多是主办方为了掩盖其会议质量的虚弱而采取的自欺欺人的做法。参会者是会议