

海口会展业借势旅游跻身竞争队列

会展传真

义乌会展业助推中小企业发展

本报讯 在刚刚结束的第五届中国国际旅游商品博览会上,一位客商与参展的义乌西贝虎特种车辆有限公司达成采购意向,这位客商之所以下单新款的“西贝虎”,就是看中该公司新品频出、技术不断改进。如今,浙江义乌越来越多的中小企业像“西贝虎”一样,利用展会平台揽得新客户、赢得新商机、拓展新市场。

据义乌会展办负责人介绍,今年以来,义乌会展业大事不断,承办了首个国际性会议——中国—东盟自贸区联委会第三次会议,成功举办第八届文博会和第五届旅博会,还有电子产品、五金电器、家具、进口商品等多个专业展。截至目前,展览面积总计超过28万平方米,意向交易额达118.6亿元。

“搭建国家级会展平台,就是要让参展的中小企业新品频出,推动工业经济转型升级。”义乌会展办负责人称,展会期间,新材料、新工艺、新技术、新设备所生产出来的新产品以及行业流行趋势研讨、市场消费研讨等各类信息的汇集交流,搭建了先进技术交流的创新平台。以义乌优势产业为基础的专业展会,如五金会、消交会、机械展、袜机展、框业展等,不仅吸引了国内外大量优质供应商和采购商,而且带来了大量先进技术信息,这些创意产品、设计理念进一步提升了传统产业产品的附加值,有利于推动义乌本土产业的转型升级,提升工业企业竞争力。

(陈晓利)

会展业权威信息发布会在国家会议中心召开

本报讯 第二届京交会会展交易板块的中国会展业权威信息发布会在展会主会场国家会议中心召开,《全国会展产业政策法规白皮书2012》、《2012年中国展览数据统计报告》、《中国会展经济发展报告2012》相继发布。

商务部服务贸易和商贸服务业司处长舒寰在发布会上介绍《全国会展产业政策法规白皮书2012》时指出,2012年我国会展产业规模持续扩大,产业结构继续优化。一线会展城市更加注重国际化;三四线城市加大力度使会展业发展更加深入;会议与展览齐头并进,“大会展”趋势更加明显。

《中国会展经济发展报告2012》课题组组长过聚荣表示2012年我国会展业发展呈现的基本特点有,会展经济发展与总体经济发展趋势相一致;自身业态特点日益明显;政府推动与制约交相互作用;会展企业经营管理能力相对较弱;探索会展业发展的行业标准有新突破。

中国会展经济研究会常务副会长陈泽炎在发布《2012年中国展览数据统计报告》时指出,2012年统计覆盖面从2011年的90个城市增长至102个城市,同比增长13%;统计项目在原有的“境内办展统计”、“会展机构统计”以及“展览场馆统计”三个板块的基础上加入了“境外办展统计”、“会展机构统计”以及“展览项目统计”三个新的统计维度,在数量上翻一番。

(徐晶慧)

郑州会展业实现递进式发展

本报讯 近日,国家统计局河南调查总队发布的统计分析报告显示,2010年至2012年,郑州会展业呈现递进式发展态势,郑州会展业正朝着大规模、高效益、国际化、自主化迈进,2012年,实现经济效益约150亿元,同比增长15.4%。

数据显示,2010年郑州市办展103个,办展总面积132.1万平方米;2011年全市办展增加至141个,同比增长36.9%,办展总面积155.3万平方米,同比增长17.6%,两项指标增长均为两位数;2012年全市办展158个,同比增长12.1%,办展总面积175万平方米,同比增长12.7%。

郑州会展中心负责人介绍,经过多年的发展,郑州会展业逐步形成了以民营企业为主,媒体、政府部门及社会团体为辅的会展市场主体体系。2012年民营企业举办展览123个,占全市展览数量的78%。国有企业举办展览18个,占全市展览数量的11%。政府单位举办展览10个,占全市展览数量的6%。社会团体举办展览7个,占全市展览数量的4%。

相关专家认为,郑州航空港经济综合实验区发展规划的获批,无疑会为郑州会展业的发展提供前所未有的机遇,依托发达的交通体系、巨大的市场、蓬勃的食品加工、汽车制造等特色产业,郑州会展业也会迎来一个新的高速发展时期。

(沈会淋)

此次展会期间还举行了海上浪漫游艇婚礼,100对来自全国各地的爱侣在海上驿站举行盛大的游艇婚礼。

牵手国际会议

5月30日,在第二届京交会期间,中青旅、中国会展协会、中国建筑装饰协会、中国石油化工联合会、中国材料研究学会5家单位与海口市会展局签订战略合作协议。

据知情人士透露,今年5月,中国材料研究学会六届三次理事(扩大)会暨2013年会员活动日上宣布,由国际材料研究联合会主办,中国材料研究学会承办的第二届国际材联青年科学家大会将于2014年落户海口。

据了解,国际材联青年科学家大会是国际材料研究联合会学术交流的重要国际会议,每两年举办一次,也是全球青年材料科技工作者开展学术交流的重要国际会议。预计,届时来自全世界材料科学研究第一线的科技工作者,产业界人士及政府有关职能部门负责人约1500人参加会议,其中外宾将达到500人。

据中国材料研究学会有关负责人表示,正是因为海口存在“种种令人向往的魅力”,他们才确定将第二届国际材联青年科学家大会于2014年落户海口。

会展关注

第五届端午食品博览会成都开幕

全国400家粽子生产及食品企业组成强大阵势,齐聚沙湾会展中心。近日,第五届端午食品博览会暨粽子文化节在成都沙湾会展中心拉开帷幕。粽子口味就有上千种成为本次节会的卖点。

本届展会汇集了五芳斋、元祖以及中冠等400余家食品企业的参展,带来的上千种不同风味的粽子,苏式、粤式、川式、港式、台式一应俱全,让市民在家门口就感受到了这场“粽子盛宴”的魅力。

(刘和)

移动互联的背后

面却往往做不到与时俱进。

当下,移动互联正在并已改变了会展这个行业。如展览和会议参会者的广告,不再局限于原来的会刊、展报、背景板、胸卡和地面、墙面上的传统广告了,只是赞助一个会议或展览的无线WiFi就能博得众人的一致好评了,而且效果颇佳。

2013全球移动互联网大会(GMIC)今年仍选择在国家会议中心举办,同期展览面积近8000平方米,而参会人数更是高达16000人。移动互联网的开发者、应用者,还有风投和媒体记者蜂拥而至,那种兴奋、狂热难以形容,竟然有人在会议开幕的前一天到国家会议中心“探营”。移动互联不仅仅是网络的连接,更是社会各行各业的全天候链接。展览会议当然无法置身局外,范总说得对,“唯有与技术传播的融合,展会才能满足广大的客户需求”。

移动互联对于展会而言,我想其背后应该还有两个意思。

运用于展会、基于移动互联网开发出来的产品和服务存在着商业机会。招商、招展、注册、付款、签到、穿梭巴士、反馈评价、精准的邀约和配对、联谊等各环节都需要符合参会者、参展商和观众真实需求的产品和服务,好产品自然有人用、有人买,谁能开发出好的产品来谁就能挖到第一桶金,就怕没有适合这个行业的优秀产品。

事实上,让人眼前一亮的服务于展会的产品和服务还太少。

我曾说过,未来,一个大会完全可以分割成若干“小饼干”分开来卖,参会者对某个分会、某个联谊酒会感兴趣则可以自由选择并临时注册、付费,到了会议室刷手机通过,而到别的会议室则被拒绝入内。现在参会者不管愿不愿意都必须购买整个会议产品。会议演讲主题和演讲人则可以反向定制:一定数量的潜在参会者就一场分会的议题和候选演讲人达成一致意见,反馈到主办者那儿,主办者与参会者讨价还价,最后双方就价格及演讲人取得共识。

嗯,听起来很有意思,不是吗?

移动互联越发达、覆盖面越广,人们对于面对面的交流、联谊、学习培训的愿望就越强烈。微博上收到两朵玫瑰和当面被人赞赏,这其中的差别不言而喻,我们都愿意被人当面赞扬。一个部门的同事在网上发起一个头脑风暴跟围坐在一起,大家你一言我一语的头脑风暴,我相信后者的那种气氛、那种环境更能催发出灵感来。全球移动互联网大会每年的参会人数都在增加,除了会议本身的影响力在扩大这一因素外,也是因为这一行的玩家更需要面对面的交流,毕竟线下活动的一些优势是线上难以企及的。



■ 刘海莹

5月14日,《中国贸易报》社长范培康为“会展大咖秀”栏目撰写的《展会进入“移动互联时代”?》一文,我读后颇受启发。范总年轻有为,看好移动互联网的发展前景,深信移动互联将全面改变我们的生活。我同意范总的观点,也相信展览、会议作为生产性服务业的重要组成部分,必将受益于移动互联,但也同时受累于移动互联——那些还没准备好的展会主办机构和服务商将面临来自同行的竞争和来自客户的压力,别忘了,参会者、观众可是会提出“苛刻”要求的,而展览、会议在这方

会展大咖秀