

中国贸促会着力培育品牌展和专业展

提升会展“贸促”力

■ 本报记者 傅立钢

日前,由中国贸促会主办的2013年全国出国经贸展览工作会议在北京举办,中国贸促会副会长王锦珍介绍了2012年全国出国经贸展览工作情况,部署2013年展览计划的实施和2014年展览项目审批工作,同时,结合国家“十二五”规划,对未来两年我国出国展览的发展进行深入探讨。

出国展保持稳定发展势头

据王锦珍介绍,受国务院委托,贸促会自2001年起,负责全国出国举办经济贸易展览会项目的审批管理工作。2004年,国务院将“出国举办经济贸易展览会审批”作为确需保留的行政审批项目,设定行政许可,由贸促会负责实施(会签商务部)。为切实做好出国展览审批管理工作,贸促会同商务部于2006年联合印发了《关于修订〈出国举办经济贸易展览会审批管理办法〉的通知》(以下简称通知)。依据该通知,贸促会以展览项目审批和管理为抓手,引导、协调出国展览活动,配合国家外经贸总体战略的实施,支持组展单位开拓国际展览市场,规范出国办展市场秩序,切实加强出国展览知识产权工作,维护参展企业的合法权益。过去两年,世界经济复苏乏力,国际市场需求不旺,国际竞争进一步加剧,贸易摩擦有增无减,我国出国展览业的发展遇到一定的困难。面对新阶段、新形势、新要求,中国贸促会与商务部密切配合,联合全国组展单位,以加快转变外贸发展方式为主线,积极促进我国展览业“走出去”,引导和支持组展单位和参展企业参加有影响的国际博览会和新兴市场的展会,着力培育品牌展览和专业展览,提高出国办展项目的贸易促进

能力,保持了稳定的发展势头。

2012年,经贸促会会签商务部审批,全国有108家组展单位赴64个国家实施了办展计划1536项,比上年增长11.7%,其中,参加国际博览会1466项,占项目实施总量的95%;举办单独展览会70项,占项目实施总量的5%。全年出国办展净展出总面积69.3万平方米,比上年增长14.5%,出国参展企业近5万家,比上年增长18.6%。出国展览的发展对我国经济、对外贸易的稳定增长和调整产业结构、转变增长方式作出了贡献。

目前,我国出国展览的数量和规模呈现平稳上升的发展态势。在出国参展的财税政策方面,企业可通过团体项目和参展企业自行申请两种方式,获得中小企业国际市场开拓资金的补贴。这有效激发了企业参展的积极性,也是各级政府直接推动的结果,在全国组展单位和参展企业的积极努力下,2012年,全国出国展览各项主要指标较2011年有较大提高,展出规模和参展企业数量的增速已基本恢复到2008年金融危机前的水平。出国展览目标市场表现出由欧美传统市场向新兴国家市场转移的趋势。从我国出国展览项目的地域分布看,欧美市场仍然是主流市场,但新兴展览市场表现更趋活跃,赴亚洲、拉美、非洲的办展规模和数量增长显著,从业态上表现出由欧美市场向新兴国家市场转移的趋势。2012年,我国出国办展规模居前10位的目的地国家分别为:美国、德国、俄罗斯、巴西、阿联酋、印度、日本、法国、意大利和印度尼西亚。我国赴上述10国的展览项目数量占全年项目实施总量的71%,参展净面积占全年总量的70%。出国展览产业市场表现出由消费品向资本货物,从劳动密集型向技术密集型产业拓展的趋势,直接反映了国际市场需求变化对出国展览行业分布的影响。同时

也说明,新兴市场因经济发展而加大了对机电产品的需求,发达市场却因全球金融危机,降低了老百姓的购买力。国际专业贸易展会仍占主流,自主品牌展览效果进一步提升。

近年来,在全国出国办展项目总量中,企业被组织参加的有影响的国际贸易博览会大约占出国办展总量的95%,这也是贸促会在出国展览项目审批工作方面希望引导和支持的方向;组展单位单独举办的经济贸易展览会(自办展)约占出展总量的5%。2012年,全国组展单位出国举办单独经济贸易展览会(自办展)70个,净展出总面积近17万平方米,项目数量和展出总面积均与2011年持平,展出目的地主要集中在亚洲和欧洲。办展主体范围不断扩大,呈多元化发展趋势。

配合国家外交外经贸战略 实施展览审批

王锦珍指出,在展览审批管理工作中,贸促会依据《出国举办经济贸易展览会审批管理办法》,配合国家外交外经贸战略,依法公开、公平、公正实施出国办展项目审批。实施外贸市场多元化战略,鼓励组展单位在巩固和深度开拓欧美等传统出口市场的同时,积极赴东欧、非洲、拉美、中东等新兴市场办展,提高应对市场风险的能力。引导组展单位参加贸易性和专业性较强的国际知名博览会,提升出国展览的专业化水平。鼓励和支持办展单位组织国内企业参加高新技术、机电类、新兴产业类产品展览会,配合外贸发展方式的转变。坚持公平、公开、公正的原则,对项目审批过程和审批结果全程实行网上公开,同时,积极协助解决各组展单位在项目实施方面遇到的困难,鼓励并支持他们赴新兴市场国家举办展会,对重点出

国办展活动进行现场监督检查,了解展览会的实际效果和参展企业对组展单位办展工作的意见和要求,发现问题后及时采取措施加以解决。针对近年我国组展单位赴巴西国际汽车及配件展、圣保罗机械及装备展等展会上遇到的当地代理垄断经营、强制性捆绑销售等问题,贸促会展览管理办公室代表中方组展单位,与博览会主办方沟通,促使外方重视中国组展单位反映的问题,依照国际展会运作模式,调整营销渠道,使中国展商能获得公平的参展机会和良好的展会服务。

整合资源发行专业出版物

近年来,贸促会展览管理办公室规范和简化审批流程,提高管理信息化水平。在办展项目审批过程中,贸促会与组展单位充分沟通、交流,根据出国办展自身规律开展工作,不断完善审批管理手段,简化报批和审批程序。目前,全国近300家组展单位均可通过网络完成项目申请、跟踪审批进程、上报人员复核、调整项目计划、填报展会实施数据等全程工作,并能实时查询贸促会审批展览项目的公示信息。这些科学的管理措施得到了组展单位的配合、支持与广泛认同。在实行信息化管理的基础上,贸促会进一步完善展览信息搜集制度和数据库建设,通过建立中国展览信息网,发布《中国博览会与展览会》、《中国展览经济年度报告》、《中国展览业年鉴》等,开展与国际展览界的交流与合作,为组展单位了解国际展览动态、科学制定办展计划提供了更加高效的信息平台。

本版话题

实体展会“饭碗”被网上展会抢走了？

■ 本报记者 范丽敏

8月1日,2013台湾美食展览会(以下简称台湾美食展)即将开幕。与以往23届不同的是,本届展会除了将展期从4天延长至31天之外,取消了实体展,以在线展取而代之。一石激起千层浪。

据记者了解,这是自互联网普及以来,台湾首个完全以网上展取代实体展的展会。“台湾美食展取消实体展仅仅是一个个例,并不能说明将来网上展会将会取代实体展会。”接受《中国贸易报》记者采访的业内人士一致认为,恰恰与此相反,成熟的传统互联网以及新兴的移动互联网等,仅仅是提升实体展会服务水平的工具,实体展会仍有极大的发展空间。

业内人士更大胆预测,台湾美食展实体展如果改变定位、进行创新、实现转型,可能会在不久的将来重返观众视线。

台湾美食展取消实体展

“举办超过20年的台湾美食展,今年将有重大变革,原本的实体展将以在线方式呈现,8月1日起正式上线,展至31日。”

近日,一则来自中国台湾中广新闻网的报道,引起业界的广泛关注。

“7月初就听说了,很惊讶,但又在情理之中。”北京第二外国语学院经贸与会展学院院长刘大可在接受记者采访时说,不得不承认,传统互联网、移动互联网等新技术的出现及发展,确实对实体展会造成了不小的冲击。

刘大可说,21世纪初,随着互联网的日益普及,包括中国进出口商品交易会、中国国际日用消费品博览会、中国国际高新技术成果交易会等在内的各大展会都开始“E化”。它们纷纷在举办实体展会的同时,以永不落幕的网上展会形式,架起专业观众、买家与参展商之间信息交流的平台。

当时,不少业界人士甚至还惊呼,网上展会将抢走实体展会“饭碗”,取而代之。

“不得不承认,实体展会具有集中性和实物性,因此需要在某段时间、某个地点集中举办,这也决定了其市场覆盖的有限性。相比之下,网上展会确实具有自身优势,诸如时间长、地域广、易于开辟新市场、促进全球性贸易等。”刘大可说。

这也正是台湾美食展取消实体展的原因。台湾观光局表示,台湾美食展从开办至今已23年,许多观众是专程来台看展。不过,以往美食展集中在4天内举办,厂商必须花费人力、财力到场参展,民众买票入场,常因人数众多,不一定能体验到各类美食,实际销售数量不一定增长。

取消实体展会之后,台湾美食展为了能够实现新的目标,还将实施一系列优惠策略。

“今年改以网络在线办展,将结合旅游路线,让民众出游时也能到推荐的餐厅享用美食。”台湾观光局业务组科长黄桂珠指出,今年,参加在线美食展的厂商,包括70家餐厅在内,将提供八五折的优惠,还有46家观光饭店将提供八八折优惠。

实体展会仍将扮演重要角色

在刘大可看来,台湾美食展取消了实体展,并不代表其他美食展或行业展会都会取消实体展。

以澳门美食节为例。据媒体报道,澳门美食节在举办美食展的同时,近年来,还加入烟花汇演、摊位游戏以及歌舞表演等环节,此外,还举办了摄影比赛,推广摄影活动,将纯粹的美食节演变成美食嘉年华。更重要的是,澳门美食节一连举办17天,极大地拉动了当地的旅游业。

“试想,澳门美食节组委会怎么可能将如此一个实体节会取消举办呢?”刘大可说。

对于台湾美食展取消实体展会的原因,中国会展经济研究会副会长、青岛海名国际会展集团董事长门振春有着自己的看法。他认为,这是因为台湾美食展最初的功能是普及宣传美食概念,而在举办20多年后,美

食概念已经深入人心,台湾美食展因而失去了举办的价值。

门振春说,事实上,德国、美国、中国等海内外都不乏举办了几十届的展会停办的例子,其原因或者是失去存在的价值,或者是定位发生变化,或者是不可抗拒的外力,而非被网上展会抢走了“饭碗”。今后,实体展不但不会消失,还将未来的经贸交流中扮演更加重要的角色。

“作为举办中国北方(青岛)国际五金机电展览会、北京国际口腔器材展览订货会暨口腔医学会学术年会等B2B展会的专业展览公司,青岛海名国际会展集团主要是给参展商提供展示新品、与专业观众及卖家沟通交流的平台,因此,仍将主要以实体的形式举办展会,网上展会仅仅起到宣传补充的作用。”门振春说。

北京德佰展览服务有限公司是一家举办B2C展会的专业展览公司。该公司副总经理孔祥非告诉记者,B2C展会直接面对消费者,非常注重观众的体验。

“如果将B2C展会搬到网上举办,观众如何体验?”孔祥非说。

互联网、移动互联网等仅是提升实体展会服务水平的工具。

“随着传统互联网、尤其是移动互联网的发展,实体展会作为曾经有效的商贸交易平台,正面临着前所未有的挑战。”对于二者的关系,

刘大可认为,前者仅仅是提升实体展会服务水平的工具,实体展会仍有极大的发展空间。

当然,面对新技术的挑战,展会组织者纷纷在思考一个问题:如何更好地利用传统互联网和移动互联网这类服务工具?

对此,作为中国国际缝制设备展览会的主办方,中国缝制机械协会秘书长杨晓京在接受本报记者采访时说,尽管协会人数有限、精力有限,但是今年协会还是以定人定岗的形式,开展2013中国国际缝制设备展览会微博微信的上传、转发等工作。

门振春告诉记者,青岛海名也成立了专门的团队,来研发并实施新的战略。

以即将在上海举办的珠宝展为例。门振春说,组委会精心策划了微博有奖转发活动。一时间,“@海名国际珠宝展”成为热议的话题,从7月19日至23日,仅仅5天时间,就有9603名热心观众转发了上海珠宝展的相关新闻。

“毋庸置疑,展会组织者和策划者都将根据行业变化,利用传统互联网、移动互联网等新工具,实现跨界混搭,从而在价值更大、效率更高的情况下,将传统展会这种客户体验功能发挥到极致。”门振春表示。

会展观察



近日,2013司法监狱防范技术设备展览会在中国国际展览中心举办。本届展会展品涵盖了监狱管理系统、数字审讯、视频监控防范系统、出入口控制、应急指挥系统、周界防范、监狱亲情电话、访客管理、应急救援、电子屏蔽设备等,吸引了众多观众参观。

范丽敏 摄影报道

业内通告

会展管理集训精英论坛 8月将在沪举办

本报讯 由中国会展经济研究会主办、中英合资好博塔苏斯展览公司、米兰兰特国际展览公司和上海联展软件公司共同承办的中国会展管理集训营和精英论坛将于8月10日在上海举办。

据悉,该论坛尝试将研讨与培训嫁接,力求达到“智库+学堂”的效果,务求有效地服务会展企业。首期讨论主题为“信息化与会展业发展”,邀请励展中国公司管理人士介绍国际展览业信息化趋势,并主持对话交流。本届论坛的主题为“展会专业观众邀请的方法”,业内资深职业经理人将围绕专业观众邀请的为什么、是什么和做什么,以案例教学方式与参会者进行分享。

据介绍,参会者包括来自全国各地的行业协会、展览公司、展馆、会议中心及各大院校。为深化交流,集训营将根据与会者需要,以点菜方式安排“一对一”配对交流,体现“智库”的作用。

(江 汉)

会展小贴士

世界旅行社协会联合会

UFTAA (Universal Federation of Travel Agents Association, 简称UFTAA)1996年11月22日成立于意大利罗马,它由1919年在巴黎成立的欧洲旅行社组织和1964年在纽约成立的美洲旅行社组织合并而成,目前,总部设在比利时布鲁塞尔。世界旅行社协会联合会是一个专业性和技术性组织,其会员是世界各国的全国性旅游协会。每个国家只能有一个全国性的旅游协会代表该国参会。联合会的组织机构包括全体大会、理事会、执行委员会和秘书处。主要活动为每年一次的世界旅行代理商大会,并出版月刊《世界旅行社协会联合会信使报》(Courier UFTAA)。

世界旅游专业培训协会

WATTS (World Association for Training Tourism Spcoialists, 简称WATTS)于1969年在意大利科莫建立。该协会是由欧洲和地中海地区国家的代表组织的、进行旅游培训的国际性协会,宗旨是:确保国际旅游业中专业培训的合理化、规模化。该协会现已发展成为一个国际合作中心,会员来自各国的有关官方组织、研究中心、培训组织、贸易组织、企业以及具有专业高级文凭且有实际工作经验的旅游管理人员。

欧洲旅游委员会

ETC (European Travel Commission,简称ETC)是一个拥有33个会员的非营利性机构,总部设在比利时布鲁塞尔。该委员会的33个成员分别是欧洲最主要的33个国家的国家旅游管理机构。

国际青年旅游与交流局

BITEJ (International Bureau for Youth Tourism and Exchanges, 简称BITEJ)是国际性旅游组织。1961年10月2日在奥地利维也纳成立,该局宗旨是:支持和鼓励具有教育作用的各种旅游活动,组织和协调国际旅游活动,加强国际交流与合作。其成员包括41个国家的全国性协会。出版发行的刊物有《国际青年旅游与交流局新闻公报》(季刊)。主要活动是每3至4年召开一次大会。

国际社会旅游局

IOST (International Office of Social Tourism,简称IOST)于1963年6月7日在比利时布鲁塞尔成立。该局宗旨是:促进国际社会旅游事业的发展,协调成员国的旅游活动,为成员国提供有关旅游方面的各种信息。该局成员包括12个政府级协会、25个国家的全国性协会和11个国际性协会。

国际旅馆与餐馆协会组织

IOHRA (International Organization of Hotel & Restaurant Association,简称IOHRA)于1949年5月9日在瑞士苏黎世成立。该组织宗旨是:更好地发展旅馆和餐馆的业务,将各国旅馆和餐馆协会组织起来。该组织成员包括25个国家的全国性雇主组织。该组织机构包括大会、总委员会和执行委员会。

(傅立钢 编写)