

成都打造国际会展名城

本报讯 2013年是成都国际会展突破年。数据显示,今年上半年,成都共举办各类重大会展节庆活动213个,展览面积约124.3万平方米;参展参会节预计超过4100万人次,同比增长超过6%;直接收入预计超过26亿元,同比增长约18%;拉动消费约240亿元,同比增长约18%;促成各类商品成交超过700亿元,同比增长超过13%;促成签约投资项目433个,协议投资金额1791.6亿元,同比增长33.7%。

成都市博览局局长母涛表示,成都会展业将以“五化”——市场化、产业化、国际化、品牌化和规范化为统领,建设具有国际影响力的中国会展名城。创新办展、办会理念,创新办展、办会模式,加快会展经济发展方式转变,为2013年成都国际会展突破年定向奠基。具体做法是成都会展业要做到以市场化为导向,做强做优会展产业;以产业化为支撑,推动会展与融合发展;以国际化为引领,提升成都对外开放水平;以品牌化为目标,打造中国会展名城;以规范化为重点,营造成都会展良好发展环境。

2013年6月,第十二届财富全球论坛在成都举办。从“蓉城”到“锦城”再到“财富之城”,成都正朝着具有国际影响力的中国会展名城方向前进。

母涛表示,全市会展部门将以精心承办财富论坛和华商大会为总牵引,以国际化视野创新工作,借势形成提升城市综合实力的大事件效应,力争在会展场馆、项目、服务、企业、人才等方面全面提升国际化水平,实现会展环境建设与国际接轨,以国际化促品牌化、专业化,实现会展国际化与城市国际化同步发展,加快成都建设开放型区域中心和国际化城市速度,为成都打造西部经济核心增长极作出更大贡献。(韩清华)

大连会展中心地铁站主体结构完工

本报讯 近日,有消息称,大连会展中心地铁站主体结构已经完工,不日将对外开放。据悉,会展中心地铁站施工站点位于大连市中山路沿线石油大厦西侧的地铁围挡内。目前,随着车站主体结构的完工,车站顶板已经“封顶”,地面覆土也已经回填。

据了解,该会展中心车站是大连地铁明挖车站中第15座完成主体施工的车站。会展中心车站整体沿中山路南北向布置,为地下双层岛式站台车站。由于靠近海边,丰富的地下水成为施工的一大难点,丰富的地下水成为施工的一大难点。而站厅层是个长方形的贯通区域,未来售票、检票等设备将在这里布设。由于主体结构已经完工,风水电等施工已陆续进场。

会展中心车站全长237米,比普通标准地铁站要长一些。由于该车站是大连地铁1号线1期工程的终点站,在车站的南端设有渡线段。渡线段区域的轨道一端设有道岔,形成“人”字形短线。待通车后,渡线段将方便列车变线“掉头”及短时间停车。

由于地处金融圈及旅游圈,会展中心的出入口设置也备受关注,该站共有4个出入口。(张翰)

贵阳参展人数突破355万人次

本报讯 近日,贵阳市通报了近年来会展经济的发展情况,贵阳市观展参会人数已经连续两年超过300万人次。去年观展参会人数约为347余万人次,今年仅上半年参展人数已达355万人次。

贵阳市国际会议展览中心总经理徐成里表示,7至9月是全国的展览淡季,却是贵州的展览旺季,会展中心7至9月档期已经爆满。一家国际会展公司的总经理表示,他们已经将总部落户贵州,因为贵阳凉爽的气候具备举办会展的先天优势。

据悉,贵阳市会展业已进入快速发展阶段,展会项目数量从2011年的110个增长到2012年的243个,增速远远高于周边城市;展出面积从20万平方米增长到67万平方米;会展直接收入从0.9亿元增长到13.38亿元;带动相关产业收入从67.5亿元增长到102.9亿元。(田丹)

陈德铭与台湾海峡交流基金会董事长林森在上海举行两会恢复协商以来的第九次会谈,并完成了《海峡两岸服务贸易协议》的签署。

据悉,双方已同意加快《协议》货物贸易、争端解决协议的商谈进程,力争在年内完成磋商。事实上,继《协议》签署之后,台湾会展业已先后到西安、成都、杭州等地寻求并谋划《协议》的后商机。

业界一位不愿具名的知名人士表示,自《协议》签署后,从台湾会展业界频到大陆“抛绣球”,就可以看出,台湾会展企业乐于与大陆合作,尤其是会展商务旅游板块,成为台湾从业者最看好的一块“大蛋糕”。

稍早,台湾贸易部门主管张俊福接受本报记者采访时强调,台湾的阿里山、日月潭、太鲁阁,以及东北角、垦丁等滨海景点,都是会展商务旅游活动的目的地。

张俊福表示,台北、高雄、台中和台南等地可供选择的大型国际观光饭店较多,住宿费用亦具“亲和力”,这些成为企业选择在台举办会展商务旅游活动的原因。

据悉,为吸引会展商务旅游的客户,台湾“观光局”提供迎宾、伴手礼及文化表演,以及台湾特色文艺节目欣赏等项目,其中,台北市提供经费补助。

会展关注

目前大陆还不具备展会品牌输出的实力。因此,台湾会展业同行不必过多焦虑来自大陆会展企业的竞争压力。

陈泽炎表示,在会展行业内,目前只有大陆的搭建、装修企业到台湾发展,可以很快承接各类业务。其他的如运输、租赁企业,与台湾本地的企业相比,都不具备足够的竞争实力。

陈泽炎指出,近年来,台湾企业到大陆参加展会的数量在增多。但相对而言,大陆企业到台湾参展则不多见。只有大陆的会展企业到台湾办展,才会与台湾本土会展同行产生竞争,但短期内不会有此类现象发生。

近年来,由台北世界贸易中心董事长王志刚推动的“台湾名品博览会(以下简称台湾名博会)”在大陆多个城市举办,并引起了不小的轰动。

目前,台湾名博会已成为台湾展览项目在大陆成功举办的品牌项目。其中,在南京自2009年以来,已连续举办了四届。据一位不愿具名的知情人士介绍,每一届的台湾名博会都吸引了大量的南京市民抢购台湾产品,并引发了南京周边城市到南京台湾名博会采购台湾产品的热潮。

据不完全统计,台湾名博会已先后在南京、东莞、山东、湖北、天津、北京、重庆等地举办过。

合作大于竞争

今年6月21日,海峡两岸关系协会会长

企业有政府补贴,愿意亏本做,只收2万元新台币,这样台湾会展企业就会受到伤害。”

针对这一说法,中国会展经研究会常务副会长陈泽炎接受《中国贸易报》记者采访时表示:“台湾会展业界多虑了。他所提到的政府补贴,是指大陆地方政府给予会展业的财政扶持资金,但只针对其所在辖区内举办的展览项目给予补贴,除此之外,出展有补贴,其他的则不在补贴范围内。因此,大陆企业到台湾举办展会没有财政资金扶持。”

根据《协议》关于会展业的条款规定:允许台湾服务提供者在大陆以合资、合作或者独资的形式设立会议展览公司,依规定提供会议服务或展览服务。在其他承诺中规定:允许台湾服务提供者以跨境交付方式,在上海市、福建省、广东省试点举办展览。委托江苏省、浙江省、福建省、山东省、广东省、重庆市、四川省商务主管部门审批在当地举办的涉台经济技术展览会。

对此,一位不愿具名的台湾会展业人士表示,如大陆会展企业到台湾举办展会,将刺激消费并把更多商机带到台湾。

“短期内不会”

陈泽炎认为,《协议》生效后的短期内,大陆展会的组展方还不会到台湾举办新的展览项目。第一,有实力的大陆会展企业基本上都是在大陆的城市举办品牌展览项目。第二,大陆展会的组展方到台湾举办一个新的展览项目,还不具备竞争力。第三,

《协议》生效:海峡两岸会展业合作胜过竞争

本报记者 周春雨

随着《海峡两岸服务贸易协议》(以下简称《协议》)在台湾“立法院”进入审查程序,台湾会展业人士担忧:如果《协议》生效,大陆会展企业进军台湾会展业市场,将导致台湾会展“行情”被打乱。

不仅台湾会展业有此担忧,其他行业也有此顾虑。

日前,中共中央台办、国务院台办副主任孙亚夫曾表示:“由于《海峡两岸服务贸易协议》专业性强、内容很多,目前台湾部分业者和民众担心《协议》对自己的企业或自身就业造成冲击,因此对《协议》生效有所顾虑。”

孙亚夫强调,实际上,只要全面了解了《协议》的内容,特别是仔细查看过具体承诺表,就可以消除这种忧虑,同时还可以感受到这是一份独具两岸特色、体现大陆务实和善意的协议。

“担心行情被打乱”

据台湾《自由时报》报道称,台湾展览暨会议商业同业公会理事长、台湾展昭国际企业股份有限公司总经理林茂廷接受采访时认为,开放大陆会展业同行到台湾发展,最大的风险就是“破坏行情”。

在林茂廷看来,大陆各地发展会展业,政府将给予财政资金扶持。他甚至举例说:“例如在台湾办一个生技展,一个摊位的行情大约收4万至5万元新台币,但大陆会展



红红火火的圣迭戈动漫展刚刚过去没多久,迪士尼影业打造的第三届D23展会又于近日在南加州安纳海姆会展中心拉开帷幕。在开幕式发言中,迪士尼公司CEO鲍勃·艾格特别提到了正在建设中的上海迪士尼乐园,对这个全球最新的迪士尼乐园充满期待。而在影视项目上,他表示,接下来几年观众们会有更多的惊喜。《复仇者联盟2》、《加勒比海盗5》、《星球大战7》、《蚁人》、《大脑内外》、《寻找多瑞》(《海底总动员》续集)等多部动漫都将相继上映。(刘和)

展馆建设的虚火与量体裁衣

个,面积104.9万平方米,另外还有计划待建项目5个,面积59.08万平方米。

中国已经成为真正数一数二的展览馆大国。

与早先展览场馆建设相比,新一轮展览场馆建设热潮具有单体规模大、涉及范围广泛和建设方式多样等特征。从单体建设规模看,早先展览场馆建设单体面积大体以千、万平方米计,最大规模的也就10万平方米左右,而新一轮展览场馆规划建设动辄20万、30万、50万平方米,规模十分宏大;从涉及范围看,新一轮展览场馆建设不仅仅涉及城市政府,一些中央政府部门及直属机构和省市县级政府也参加进来了,上海、天津、重庆、北京四大直辖市率先,很多大中城市垂范,一些县级城市也不甘落后;从建设方式看,新一轮展览场馆建设更是花样百出,灵活多变:既有中央机构单干,又有中央地方合作;既有政府规划建设,又有政府企业合作;既有政府协调企业运作,也有市场调节企业筹建。

另据中国会展经济研究会统计委员会统计数据显示,2012年,全国102个统计城市共举办展览7083个,展出面积8466.7万平

方米。而被调查城市展馆总面积为1528.6万平方米,这意味着全国已建展览场馆每平方米在2012年平均可以有6.2次使用机会,相当于每个场馆有6个展会,而且是全馆规模,相当于每两个月才有一个展览会。这样的利用率本来就不乐观,如果考虑到一些展览活跃城市,展览场馆供不应求,每年举办数十,乃至上百展会;那么,另一些城市展览场馆的利用率低到什么程度就可想而知了。

我曾经对城市展会下过一个定义:城市展会是以城市展览设施为依托,以城市产业结构、消费结构和文化传承为条件的经济活动和经济行为。城市特定产业基础和市场需求是城市会展发展的决定因素。在这里有两层含义:首先会展作为一种部门经济是城市经济独有的产业形态,会展具有自己必备前提条件和自身的发展规律,不同的城市具有不同的会展优势和展览资源,不同城市因地制宜发展自有特色的会展经济很有必要,但不必按行政区划成立机构,来规划、协调、管理会展行业。其次,城市会展基础设施是会展业发展的必要条件,但不是充分条件。举办大型会展活动没有大型场馆设施不

行,但不等于有了大型会展设施就一定能推动会展经济发展。会议或者可以招徕,节庆也许可以打造,但展会绝对难以打造。没有必要的经济、市场和产业支撑,展会很难打造,即使强力打造,也难以长期维持。

因此,各城市在规划自己会展基础设施,特别是展览场馆建设过程中一定要谨防虚火,要量体裁衣,将建设规模控制在自己会展资源基础上,切不可将希望建立在所谓“招商引展”基础之上,栽下梧桐树,不一定引来金凤凰。“循环型展会”资源有限,竞争激烈,每个具体城市可实现的机会有限;即使争办成功,也不知多少年才有一个轮回。把希望寄托在别人身上,风险太大。客观现实地规划自己的会展经济,实事求是地建设会展设施,避免重复建设和不必要的资源浪费十分重要。

(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



储祥银

目前,各地举办展览和建设展馆热度不减;随着城镇化进程的加速,新一轮展览场馆建设的热情又空前高涨。根据中国会展经济研究会统计工作委员会对全国102个主要经济城市和会展活跃城市的调查统计显示,2012年上述城市共有展览场馆245个,总面积1528.6万平方米。其中,已建成场馆230个,面积1364.62万平方米,在建展馆10