

重视品牌培育 海口会展业向广度深度拓展

■ 本报记者 静 安

据海口市会展局统计数据显示,今年上半年,海口会展业整体运行活跃,共举办会展活动122个。其中,国际性会议6个,上千人参与会议4个,有效地带动了海口市交通、旅游、餐饮、通信、物流等相关行业的发展。

由于积极落实会展扶持政策,加大展会引展力度,上半年海口会展活动增速较快。据介绍,上半年海口会展活动完成全年计划的55.5%,同比增长30%,环比增长10%。其中,上规模会议85个;展览活动37个,展出面积31.39万平方米,举办1万平方米以上的展览活动9个。

“海口市非常重视会展新品牌培育,拓展产业领域,不断向广度深度发展。”海口市会展局相关负责人表示,接下来还将加强展会引展工作,确保完成全年220个规模以上会展活动目标。

众多知名展会落地海口

会展业态势活跃兴旺,已成为海口市经济增长的新亮点。随着会展品牌培育不断深化,海口市今年会展业大力发展展会引展结“硕果”。

据记者了解,首届中国(海南)动漫游戏

博览会确定10月在海口举办,这是迄今为止海南最专业、参展商最多、参展种类最多的动漫展。除此之外,第十届中国国际物流节、第四届基因产业大会等大型展会也纷纷向海口抛出“绣球”。

启动建立会展信息库

今年以来,海口市旅游发展委员会、海口市会展局等多部门均在不同场合表示,将继续加大力度,引进大型会展项目。

尽管海口市会展局成立已有段时间,但是先前薄弱的会展基础跟不上当前会展业的快速发展,千头万绪的基础工作都要从头开始。海口目前都还没有一个会展基础信息库。

据海口市会展局局长吴家宏介绍,当前,该局已启动建立海口会展信息库,将所有大型会展信息及时入库,对展会进行调查、统计、评估,在此基础上再建立由展馆、酒店、会展企业、会展服务企业等组成的涵盖全产业链的会展业联盟,通过整合资源,培育会展主体,建立各种各样的服务平台、服务活动载体等。此外,还要发挥会展行业协会作为“展会引展”工作的重要平台作用,推动海口“展会引展”工作的全面开花。

除做好会展业的服务协调工作外,“招

会引展”的工作也刻不容缓。吴家宏说,今年,将紧紧围绕“会展营销年”这一战略部署,加大岛外促销力度,大力扶持2013年中国(海南)国际动漫游戏博览会、第十届中国国际物流节、第四届基因产业大会等会展活动做大规模,带动海口会展业的繁荣。

开展会展业安全生产检查

记者从海南省海口市会展局获悉,为了办好安全会展活动,确保会展安全生产,海口市全面启动开展会展业安全生产大检查,对全市会展设施、展馆、企业等进行大规模检查,并建立和完善会展安全生产大检查工作制度,将该项工作常态化和持久化。

据介绍,海口市会展局重点对海南国际会展中心和海口会展中心的安全防范设备、消防设施设备、电梯、用电设备等情况进行检查,包括安全检查制度的制定和落实、消防通道和安全通道是否符合要求和畅通、消防设施和设备的配置是否齐全良好等。

此外,该局通过完善安全生产检查工作制度,建立安全生产监管、检查制度,对举办各种会议展览活动的前、中、后各个环节做好安全生产检查和监管,同时还组织安全生产教育专题培训,增强会展行业法规和安全意识,彻底排除安全隐患。

引进人才机制

“我们要培育人才,引进人才机制。”吴家宏表示,海口市会展部门正在建立海口会展信息数据库、人才库、会展业联盟,吸引更多的会展业人才。

“我们接下来还要以会展营销为抓手,按照重大工作和基础工作两条主线,全面推进会展职能工作”。吴家宏说,一方面,要以支持地方实体经济发展为重点,继续加强展会引展工作,加强创新,不断推进会展业发展。另一方面,以解决会展行业发展瓶颈为目标,不断做实会展基础工作,实现“六抓六促进”:抓政策落实,促进明年会展项目的建设;抓规划实施,促进行业发展目标的实现;抓会展研究,促进会展业科学化发展;抓网上会展,促进会展业信息化发展;抓人才培养,促进会展业发展基础的夯实;抓队伍建设,促进服务管理水平的提高。以此,确保完成全年220个规模以上会展活动目标,全力以赴确保“一节一会两展”四大品牌会展项目的成功举办,为明年谋篇布局。

本版话题



近日,北京国际电子、半导体工业展览会在中国国际展览中心迎来它的第11届盛会。

据记者了解,本届展会采取了与行业论坛、学术交流、产品推广会、展览、贸易洽谈、采购等相结合的形式,充分体现展会的权威性和实效性。

本报记者 叶灵燕 摄影报道

东莞厚街会展业在夹缝中探索升级

■ 卢太平 梁淑娟

10多年来,广东东莞市厚街镇从为本地企业办展,到成为中国会展名镇,经历了一个质的飞跃。

但不可否认,目前厚街会展业的发展面临内外夹击的双重压力。广深两地会展的知名度和影响力自不待言,而东莞各镇展会遍地开发的局势也削弱了厚街会展龙头的地位和力量。

厚街会展业如何进一步升级,已成为当下发展的新命题。

中山大学岭南学院财税系主任、东莞市特约研究员林江说,只展出自己生产的产品,这是展会的初级阶段,市场做不大,而让别人生产的东西到你这里来展览,专门发展会展业,这才是展会比较高级的阶段。

而厚街会展业从“产地办展”起步,正走在吸引国家级展会落脚,招徕专业化展览公司落户的路上,升级正在进行。

在珠三角区域经中发展会展业

广东现代会展管理有限公司行政总监姜淮说,厚街的会展经济发展主线在于依托制造业基础,由产业而展会,由展会而场馆,由场馆而名镇,成功走出了一条“产地办展”之路。目前,厚街以现有场馆为基础,正在建设其二三期工程,总展馆达130多万平方米,并规划建设好周围的会展物流配套,建设厚街会展新的高地。

要想发展会展经济,区域优势也是重要条件之一。东莞居于广州和深圳之间,距离两地均在1小时车程内,位于珠三角经济区的中心地带。

在厚街举办展会,既可以充分利用珠三角丰富的各种资源,又可以避开中心城市的交通拥挤,时间省、费用低,是实现区域经济一体化的最佳选择。

近年来,随着“一高铁两轨道三高速”交通格局的形成,厚街作为珠三角交通枢纽的区位优势更加突出。借助高铁的速度,以时间换空间,厚街会展业发展基础之一的“一小时经济圈”理念也将得以刷新,这在一定程度上也助推了厚街会展经济的提速。

形成“全民办展”行业联动特色

目前,厚街会展业发展相当成熟,并成立了厚街镇展览工作领导小组。“上至镇工商、交警、城管等20多个部门的配合,下至众多志愿者的积极参与,可谓发展到‘全民办展’的程度。”姜淮说。

姜淮还介绍说,厚街会展业的常态机制也渗透到其他方面,各大商场、酒店等都积极联动参与。目前,厚街有酒店、旅馆130多家,其中星级以上酒店23家,全镇客房总数超1.3万间,年接待旅客逾200万人次。

提出“展贸合一”新模式

去年,厚街镇提出“展贸合一”的新模式,以贸兴展、以展促贸。厚街将借助名家具世博园、102层的名家具总部大厦,结合其研发、设计、展示、品牌塑造等实现“展贸合一”新模式。东莞市委党校经济学副教授查日升表示,厚街提出“展贸合一”是顺理成章的事情。展会只是平台,促成双方合作,达成贸易才是展会的最终目的。

“虽然东莞被称为制造业名城,但只是重工厂、轻市场,市场建设相对滞后。东莞市场的门类比较齐全,但比较分散。”东莞理工学院教授刘继云说,而与产业相对应的展会也未能与市场很好结合。

需要配套完善的现代服务业

对于东莞展览业的发展,中山大学岭南学院财税系主任、东莞市特约研究员林江将其分为三个阶段:第一阶段是只展出自己生

产的产品,这是没有品牌的展会,市场做不大;第二阶段是通过产业升级,生产出自己的品牌产品,如步步高,实现自产自销;第三阶段是别人生产的东西到东莞展览,专门发展会展业,这也是比较超前的阶段。

“东莞或者可以尝试从第一阶段跨越到第三阶段,实现会展业跨越式发展。”当然,林江也深知当中的难度,“拿厚街来说,除了发达的酒店业,也应该有完善的现代服务业、知识产业贸易及保护政策及良好的服务质量。”

姜淮表示,会展业发展必须打出整体品牌。如今,要做的是吸引更多的国家级展会在这里落脚,有更多的大型、商业性、专业化的展览公司在厚街落户。

今年年初,厚街提出争创会展业的“单打冠军”。对此,姜淮建议,一方面要做好品牌的对外推广;另一方面是提高会展业的服务意识。

由市级统筹办展提升会展档次

事实上,除了完善配套设施和环境外,中国会展名镇还处于东莞会展遍地开花的“包围中”。

在去年4月的一次媒体群访中,时任厚街镇委书记的黎惠勤毫不避讳地指出:“目前,东莞会展发展的困局,是各镇街划地为界的观念局限。如果我们思想不开放,只是盯着自己镇街的范畴,各个镇都搞展馆,都各自为政,那东莞的会展业永远搞不好。”

查日升认为,厚街会展业可以看做是其制造业的配套,为广中小企业去拓展市场开辟了空间。他表示,首先厚街会展业需要进一步打响展会品牌,如采用企业强强联合等方式;其次应整合资源,如镇街间开展合作,不要造成资源重复和浪费;再次可以考虑市镇联合办展,提升会展档次。

刘继云建议,会展的品牌推广主要在于

弱化镇街承办,强化市级统筹,因为从一个镇的层面办展,很多发展都会受限。

姜淮说,应以龙头效应带动会展业发展。在众多展会中,中国加工贸易博览会(简称加博会)是其中的龙头。因为东莞本身没有以城市品牌打造出来的展会,而加博会是国家级的展会,将会是东莞会展品牌的龙头。

会展人才极度缺乏需出台专项政策

人才对促进各行各业的发展都是至关重要的,会展业也不例外。姜淮说,在人才引进方面,针对会展这类新兴行业,没有既定标准,需要出台专项政策。现有体制内对新兴行业的人才界定,不符合现实的要求。

广州会展产业研究所所长、广州大学教授刘松萍认为,厚街作为一个镇级单位,对人才方面的吸引力不够,需要不断完善地方环境。与广州、上海等一线城市相比,要加大扶持力度,出台更多的优惠措施,这样有利于人才引进。会展人才培养方面,主要还是在于参展企业和会展企业本身的培训。

姜淮介绍说,东莞高校在会展教育方面,没有专门设立会展业专业,只有涉及相关知识的课程。同时,刘继云还呼吁东莞各大院校设立会展专业,弥补这方面的人才缺失。

去年9月,位于厚街的广东创新科技职业学院在酒店管理专业下,设立了会展方面的课程。据该校李副院长介绍,目前,该校有两个班学生就读酒店管理专业,但对会展课程兴趣不大。

会展观察

外展推荐

展会名称:第二十一届亚洲国际奖励旅游及大会博览会及第十六届亚太区国际商务旅游论坛(IT&CM and CTW 2013)

展会时间:10月1日至3日
展会地点:曼谷圣塔拉世贸中心曼谷会议中心

展会介绍:亚洲国际奖励旅游及大会博览会及亚太区国际商务旅游论坛是全球唯一两展并行的MICE和商务旅游业界盛会。2012年,这一盛会首次融入豪华旅游元素。

自1993年以来,该博览会已成为亚洲首屈一指的专业会议、奖励旅游、会议和展览(MICE)的展会,提供最大的亚太地区MICE供应商展示平台。

始自1998年的亚太区国际商务旅游论坛是亚太地区旅行及娱乐(T&E)管理的大会及展览。各种组织机构里负责企业差旅的影响者、筹划者和决策者参加一年一度的大会以获悉最新潮流信息,做出最好的T&E决策。据悉,亚洲国际奖励旅游及大会博览会及亚太区国际商务旅游论坛的组织方是TTG亚洲传媒公司会展部。

会展小贴士

从国际上许多成功的会展城市——汉诺威、慕尼黑、纽约、巴黎、伦敦、日内瓦、新加坡和香港等的情况来看,会展业特别是已经做出品牌的会展,为城市乃至整个国家带来了巨额利润和经济的空前繁荣。本报从本期起为读者介绍世界著名展览公司。

德国知名会展公司

Messe Frankfurt Exhibition 法兰克福国际展览公司

法兰克福展览公司是世界上名列前茅的从事全球性贸易展览业务的公司,若以展馆面积计法兰克福展览有限公司在全球展览业排位第三。法兰克福展览公司业务覆盖世界各地150个国家和地区。2011年,法兰克福展览有限公司在全球30多个城市举办了101个展会。其中,一半以上展会在德国以外地区举办。

Deutsche Messe AG,Hannover 汉诺威展览公司

总部位于德国汉诺威市的德国汉诺威展览公司成立于1947年,拥有世界最大的展览场馆——汉诺威展览中心,净展出面积高达49.7万平方米。作为世界领先的展览公司之一,其在全球拥有790位员工,70个海外分公司和办事处。汉诺威展览中心总面积达到100万平方米,基础设施一流。公司年收入达到2.5亿欧元。

Messe D ü sseldorf 杜塞尔多夫展览公司

杜塞尔多夫展览有限公司是德国五大展览集团之一。成立于1947年,在全球各地均拥有子公司和代表处,旗下的展览中心拥有20万平方米的展示面积,有雇员600人左右。迄今为止,在杜塞尔多夫举办了约40个业界第一大展览盛会。

Koelnmesse 科隆展览有限公司

科隆国际展览有限公司成立于1922年,是在时任科隆市市长,后来成为德国总理康拉德·阿登纳的倡导下成立的。如今,科隆国际展览公司共有员工500多人,在世界上约90个国家和地区设立了分公司或代表处,为众多参展商、观众和媒体提供服务。

Messe M ü nchenInternational 慕尼黑国际展览集团

慕尼黑国际博览集团成立于1964,是世界十大展览公司之一,每年在全球范围内举办近40个博览会,涉及行业包括资本货物、高科技和消费品,并在各个领域都拥有专业超群的品牌,每年有90多个国家和地区的3万多家企业来到慕尼黑参展,观众遍及全球180多个国家和地区,总人数超过200万。

(傅立钢 编写)