

会展经济如“飞机撒钱”被批词穷老套

■ 本报记者 兰馨

中国会展业在进行新一轮的“改革”、“升级”。

但这一轮的“改革”，或是“升级”，似乎更多的只是“改革”、“升级”一方在“自娱自乐”。

近日，贵阳市委常委、观山湖区委书记丁旭东在向外描述当地会展经济发展时引用了“在一个城市举办一次会展，就好比有一架飞机在城市上空撒钱”的说法，再次引发了会展业界的声讨：“可飞机会来吗？”

在贵阳“飞机撒钱”话题尚未平息之际，成都又爆出了“第三代会展商圈”的概念，北京也使出传统购物中心试水“会展购物中心模式”的炒作，一时间，从一线会展城市到二线会展城市，再到三线会展城市，会展业的“改革”声势可谓是一浪高过一浪。

这一切表示会展业又迎来了机遇期，还是只是地方政府自导自演的独幕剧？

被讽“词穷老套”

“在一个城市举办一次会展，就好比有一架飞机在城市上空撒钱。”近年来，这一说

法成为各地建设大型展馆的最充分的理由，同时也成为媒体引用的“经典”。但令业界质疑的是，这一说法无从考证，尽管曾有媒体报道称，此说法出自于德国某知名展览公司的一位高层，但没有得到相关的证实。

对于“发展会展经济如‘飞机撒钱’”这一比喻，好博塔苏斯展览有限公司董事副总经理张凡在其微博发表评论称：“飞机撒钱，1:9的拉动效应，这些话在会展业界至少讲了十几年了，能不能换点新的说法？”

张凡表示：“不是每个城市都可以发展会展经济，也不是每个城市都需要建设大型展馆。”

与此同时，张凡也指出，“新建展馆的地方政府官员，图新鲜讲‘飞机撒钱’，‘1:9的拉动效应’情有可原。但自称为会展专业媒体或资深的展览人，似不应词穷老套。君不见，美国人遏制中国崛起的新词是‘亚洲再平衡’吗？上海自贸试验区的特色叫‘负面清单管理’吗？”

无独有偶，今年7月，中国国际贸易中心展厅(以下简称国贸会展中心)迁址光耀东方广场，双方的合作被定义为新商业模式，并引发了商业地产业内的广泛关注。有媒体报道

称：“国贸会展中心对于光耀东方广场而言就是一个停在头顶上‘撒钱的飞机’。”

试水“会展购物中心模式”

针对光耀东方广场打破常规引入国贸会展中心的做法，商业地产界认为，这是用新模式破解运营难题。甚至被认为，将最具人气吸引的“展会”与传统的购物中心结合，创造一种“会展购物中心模式”是大胆的构想。

据记者了解，移师光耀东方广场的国贸会展中心规模为2.2万平方米，将打造为北京及全国顶级会展中心，计划引进包括时装展、珠宝展、房展、礼品展、动漫展、文化艺术展等国内中高端成熟展会，适时举办高端常态展示，逐步形成以消费类展会为核心的“常年展+定期高端主题展”相结合的展览格局。

目前，这一模式得到了商业地产业内专家的肯定：“这是一种新的模式，目前在全国尚属首次，从商业地产的逻辑上看是成立的，而且会出现一种新的商业运营模式。会展是最容易聚人气的活动，大量人群的进入会让商场的养商期大幅缩短，而且固定展会的带动作用将是一种长久的资源。”

据知情人士透露，在光耀东方方面看来，会展经济与传统商业结合的新模式是一种创新。

但一位不愿具名的展会主办方负责人在考察了移师后的国贸会展中心展厅后向《中国贸易报》记者表示，展厅内的层高对于搭建特装展台是一个极大的制约，且不实用。

创造“第三代会展商圈”

“中国会展业善于‘创造’新概念。”上述不愿具名的负责人如是说。

近来，成都“第三代会展商圈”的概念一经出炉，就令会展业界一时反应不过来。根据成都会展中心建设的时间排序，成都沙湾会展中心为第一代会展商圈，成都新世纪会展中心为第二代会展商圈。

而据《成都商报》报道，成都“东二环杉板桥片区”将成为成都第三代会展商圈，将建设中国糖酒会永久会址。该报道称，成都中糖投资有限公司以16.6亿元的总价，在去年取得了位于成华区杉板桥片区内原嘉陵电厂的236亩地块。根据出让规定，地块竞得人应修建不小于3万平方米的交易中心，而

这就是中糖集团将打造的中国糖酒会永久会址。据悉，项目预计投资将达15亿元，集会展、办公、商业、居住、旅店、展览、餐饮、文娱等于一体城市生活空间。

在成都有关方面看来，“第三代会展商圈”延续了传统会展经济对财富的巨大吸附力，同时展现了新型会展经济的新特性。

记者从有关方面了解到，蓝光集团和中粮集团已经介入，成都“第三代会展商圈”区域项目，与中糖集团共同打造，还有与会展经济相关的产品。据上述知情人士介绍，与中国糖酒会永久会址同属杉板桥片区的，蓝光·东方天地从建造之初，在产品设计上就考虑到了会展经济对商业的巨大需求，针对会展经济专门打造了LOFT产品，抢得“第一桶金”。

针对上述情形，会展业界资深人士坦陈，会展业的改革创新是值得提倡的，但前提是必须根据实际情况。否则，“飞机撒钱”也只是一个传说。

会展关注

8月23日，2013中国(大同)国际汽车文化节在山西大同举办。这是继去年山西大同市政府和中国汽车工业国际合作总公司在古城墙内共同主办汽车文化节后的又一次汽车文化盛宴。本届车展以“名车名城 大美大同”为主题，由汽车展览、汽车摩托车巡游、模特大赛、汽车嘉年华、“梦幻大同”音乐沙龙、新闻摄影采风活动等6大板块组成。记者在展览现场看到，城墙内除了阿斯顿·马丁、世爵、宾利、劳斯莱斯、兰博基尼等领衔的豪车外，古城墙上一字排开的福特、凯迪拉克、斯泰贝克等几十款经典老爷车更是展会的重要看点。来自组委会的粗略统计显示，展会期间观展人次将有望突破20万。

本报记者 季春红 摄



“中国婚博会”引发著作权纠纷 会展公司被诉侵权

本报讯 据上海法院网公开信息显示，近日，上海相墅企业发展有限公司以著作权侵权为由将上海博万会展有限公司诉至浦东法院。原告诉称，其于2007年6月1日创作完成美术作品《中国婚博会》，并于当日在上海首次发表。经中国版权保护中心审核，原告作为法人对该作品依法享有著作权，国家版权局于2011年9月13日向原告颁发了著作权登记证书。

从去年年底起，原告发现，被告分别在上海光大会展中心及世博展览馆承办的婚庆展览会上将原告的《中国婚博会》作为该展会的名称，并在对外宣传、广告以及相关附属产品中大规模使用《中国婚博会》。

被告又于2012年12月15日至16日在上海世博展览馆召开“中国婚博会”，并在展览馆大范围使用《中国婚博会》。同时，被告在对外宣传中大量使用“中国婚博会”5个字。

原告认为，被告的行为侵犯其著作权，故诉请判令被告：立即停止在其承办的婚庆展览会上使用原告的《中国婚博会》，包括停止使用“中国婚博会”5个字；在其官方网站及《新民晚报》刊登向原告赔礼道歉的声明；赔偿经济损失100万元。现该案尚在审理中。(宋媛)

瑞金红都之春艺术节停办

本报讯 江西省瑞金市委、市政府日前决定，不再举办已有30年历史的红都之春艺术节。目前，所有相关明年该节庆的筹备工作已经停止，节省下来的资金将用于“文化下乡”和文化惠民工程建设。

为活跃城乡人民精神文化生活，1983年春，瑞金举办了第一届红都之春艺术节，由各乡镇、各部门组织文艺节目参与集中汇演。此后30年，这一艺术节成为瑞金一年一度的地方节庆，每年均演出5至7个专场，上演节目150多个，千余名演员参加演出。其内容也逐年增加，其间还举办商品展销以及各类展览等，并吸引了邻近县市组队参与，成为具有一定知名度的区域性社会活动品牌。

随着时间的推移，红都之春艺术节的举办规模越来越大，取得的效果却不尽人意。为了参加艺术节，取得名次，有的农民排练就要花费两个月左右的时间。还有为了达到“文化搭台、经贸唱戏”目的，有时还会邀请明星助阵，并且组织盛大焰火晚会，原本由百姓“唱主角”的艺术节，变成了商贸会，群众都不太乐意参加。叫停举办了30年的红都之春艺术节，得到了瑞金市群众的理解和支持。(鞠光明)

会展大咖秀



■ 刘海莹

跨国药企葛兰素史克(GSK)中国公司的行贿事件仍在持续发酵，牵出了众多国际知名医药企业，国内不少医药公司也未能幸免，报刊杂志电视以及网上对这方面的报道可谓铺天盖地。媒体只是从各自的角度给出了自己的意见，因为公安机关还在调查，还没给出官方定论。

7月19日，在北京发行量极大的《北京晚报》用醒目的“如何‘包养’一场医学研讨会”作为标题，痛陈医药公司的斑斑劣迹，“非法借助旅行社大量套现，进而向相关部门机构官员和医生大肆行贿，销售链条演变

成贿赂链条，药品价格很大程度上被一再抬高。其实，在那些能够左右药品价格的环节中，频发的、变味的研讨会也是推手之一。”我们知道，医药公司为了推广自己的产品、扩大市场份额，绞尽脑汁以俘获开药医生的心，安排各地的医生参加医学学术会议，给知名学科带头人(一般称之为“讲者”)讲课费，组织医生旅游，参加展览、搭建豪华展台，设置抽奖环节，为医生发表论文提供“支持”，等等，途径不一而足。而赞助是其中最常见、赞助又和广告、卫星会(指在大会期间，在午餐时间邀请医生参加医药公司组织的推介会、说明会，往往提供免费午餐)、嘉宾发言、医生差旅有着千丝万缕、不能说的关系。

于是，医药公司的赞助也成了诟病的对象。可以预测，即将召开的医学学术会议上，药企将减少对会议的赞助。

赞助有玄机，赞助有无奈——有的企业提供赞助，但实际是为索要回扣和佣金，有的企业是被政府“打招呼”而不得不赞助。原来很多政府会议因为经费不足，就采取向企业摊派的方法筹集会议经费，国有企业和有求于政府的民企、外企就被“赞助”，成了赞助单位。尤其是政府主导型展览，因为其质量欠佳，招展困难，众多企业碍于情面被“参展”，也属于赞助的一种。

赞助有点儿像过街老鼠。赞助有点好在有人说实话。8月20日，《中国医

学论坛报》发表了“必须理直气壮地开学术会议”一文，就今后的学术会议还要不要接受药企资助等问题采访了工程院院士钟南山。钟南山坦陈已见，认为药企资助学术会议无可厚非，药价虚高怎能归咎于药企资助学术会议，按照RDPAC(中国外商投资企业协会药品研制和开发行业委员会)规定资助学术会议。钟南山说自己取得的学术成绩就得益于企业资助的国际交流。钟院士的坦荡、直率令人肃然起敬。

一个机构组织会议，总会遭遇缺钱的窘境。筹集会议经费有多个渠道，赞助、广告是必不可缺的。这时候企业觉得赞助会议有助于扩大企业的影响力，推介自己的产品和服务，开发新客户、巩固老客户，就会接洽组委会。双方一拍即合，谈妥赞助协议。主办方就有了财力去邀请知名演讲人、为参会者提供交流联谊的茶歇、酒会、户外活动、技术考察，往大了说是推动行业的进步和发展，往小了说是提高会议的质量，真正受益的是参会者；而赞助方想要的就是参会者对本企业的认可和好感。真乃你情我愿，各取所需。不是挺好的事吗？

依笔者看，除非是内部会议，只要是对外开放的会议，无论收取会议费与否，赞助都有其积极的一面(索要回扣本就是违法乱纪的行为)，其正当性不容置疑，且效果很可能要好于硬广。很多会议有帮助青年才俊成长的项目，如“青年领袖论坛”、“明日之

星”等，这些都需要企业资助。学术会议对老师和学生减免注册费，背后也是企业赞助在起作用。企业应该根据自身的实际情况，选择合适的会议、论坛、展览，采用合意的赞助方式(比如连续赞助)来营销企业的产品和服务。

赞助普遍存在于会议和展览，也是一种常态，我们绝不能对此采取一刀切的做法。达沃斯世界经济论坛年会、博鳌亚洲论坛年会哪个不是大企业争相赞助？赞助的门槛高低也似乎反映了一个会议的影响力和在这个行业的地位。全球商务旅行协会(GBTA)2013年年会的两位主旨演讲人美国前第一夫人劳拉·布什和希拉里·克林顿，分别是由Orbiz for Buiness和Concur两家公司赞助的，而2012年年会上，她们的夫妇小布什和克林顿总统作为主旨演讲人登台，也是拜Orbiz for Buiness和波音公司的赞助所赐。想想看，参加这样的会议得多带劲儿。除此之外，赞助在我们生活中也比比皆是。2002年5月13日，位于上海的中欧国际工商学院设立“宝钢经济学教席”，首位担任该教席的是吴敬琏教授，捐赠教席是社会特别是工商业界赞助工商管理学院的一种形式。北京大学汇丰商学院这个名称也十分直白，汇丰银行就是它的独家赞助商。李宁等体育装备公司赞助中国运动员参加国际赛事，我们也不觉得别扭成章吗？

(作者系国家会议中心总经理)

会展传真