

会议业回归市场 顺应国际化趋势

■ 本报记者 周春雨

中国会议业需要经历一次回归的历程。近日在上海闭幕的第52届国际大会与会议协会(ICCA)全球年会,将中国会议业推向了全球市场的最前沿。尽管在ICCA的全球会员中,中国仅占39家,但这并不影响中国会议业迎来大好机遇。

首次参加ICCA全球年会的中国会议产业大会(CMIC,以下简称会议产业大会)秘书长王青道,将此次参会视为一次难得的与国际会议组织接轨的机会。王青道表示,本次在中国上海举办的ICCA全球年会的通用语言为英语,这意味着ICCA全球年会的国际化程度毋庸置疑。

第52届ICCA全球年会选址上海,已表明了中国会议业在全球的地位。一如ICCA首席执行官马丁瑟克在致上海旅游局的贺信中指出的:“上海举办ICCA年会,将实现两个十分重要的战略性目标,它不仅能让ICCA全球会员了解中国丰富的文化和巨大的商机,同时也将为中国本土会议产业的专业人士传播更多的经验和技能。”

坚持国际化模式

会议业正在进入调整阶段,全产业链都面临着新的市场结构。因此,2013年的会议产业大会将给予业界更多的期望。

自去年底,“新会风”出台后首次举办

的第六届会议产业大会将是怎样的一个新起点?

“今年在会议产业大会的主题和服务上将有更多的改进和提升。”王青道在接受《中国贸易报》记者采访时坦陈,会议业只有接轨国际,才有继续生存的空间和机遇。

王青道表示,参加第52届ICCA全球年会令他学到了国际会议在服务上的很多经验。但即将于12月2日在国家会议中心开幕的第六届中国会议大会的升级,却是在第五届会议产业大会结束后,就已经开始了。

据王青道介绍,自本届起,国际化将被确定为今后会议产业大会的发展方向。与会嘉宾的国际化程度将再度提升,将有来自于20个国家和地区的1700名专家学者,以及业界人士参会。

王青道强调,参会者数量的增长不是会议产业大会的目标,搭建一个务实、高效的平台,助力会议业的发展才是初衷。

本届会议产业大会的主题为“新探索·新机遇、会议产业新未来”,意在探讨全球会议市场的发展趋势。

会议业进入全新时期

在国际化的同时,中国会议业也迎来了另一个机遇,即会议与奖励旅游产业正在进入一个全新的发展时期。

王青道表示,应该看清楚会奖旅游在会

议业中所扮演的角色。为挖掘中国会奖旅游目的地的资源,本届会议产业大会期间将进行城市形象宣传片的展播。需要关注的是,会议与奖励旅游合作洽谈,将是本次会议大会最大的亮点之一。

会奖旅游被看作是旅游市场中含金量最高的部分,且具有消费水平高、价格敏感度低、逗留时间长、团队规模大等特点,正是由于会奖旅游档次高、利润丰厚、市场潜力大、经济效益显著,所以使得越来越多的旅游目的地和旅游企业加入到这一市场的竞争中来。本次会议产业大会将首次组织召开全国旅游系统会奖旅游发展研讨会,深度探讨中国会奖城市及会奖旅游未来的发展方向和机遇,以及会奖旅游在城市经济中的重要作用及地位。

与此同时,还将首次推出中国会奖旅游发展论坛、会议与传播论坛、会议与展览论坛、会议产业领袖圆桌会议、中国高校会议教育论坛等。此外,除了继续举办北京高端旅游与会议产业联盟年会之外,增设的还有中国12家会奖旅游城市聚首会议产业大会的中国会奖旅游城市联盟年会。据透露,本次将有180个特邀买家带来新的会议项目。

组织需创新形式

专业化已被公认为会议产业的重点发展方向,特别是承办国际会议,更要体现专

业性。与其他服务业不同,会议业的服务在组织创新上,只有用务实的手段才能搭建有效的平台。

据了解,本届会议产业大会将以会议+展览+洽谈+培训四位一体,以及现场对接洽谈与预约洽谈相结合的方式,根据会议产业链各环节诉求的不同,提供可行的解决方案。

顺应国际化会议的发展趋势,本届会议产业大会将组织超过30场的专业论坛及活动,解读中国会议市场的新机遇、新未来,在充分参考欧美会议市场成熟的发展经验后,此次组委会希望通过市场化、国际化、专业化的运作模式,为与会的会议业界的人士提供更多的资讯。

此外,今年本届会议产业大会还将首次引进会议运营管理师(CCMP)项目,为会议行业培养具专业性实际操作能力的管理层,为中国会议产业发展提升“核心竞争力”。

在第52届ICCA全球年会期间,全球会议界纷纷将目光聚焦到了中国,这表明,中国会议市场正在被国际会议组织者所关注。也就是说,中国会议业必须国际化、市场化、品牌化、专业化,才能把握新一轮的市场机遇。

会展关注

近日,第八届中国北京国际文化创意产业博览会在北京闭幕。数据显示,本届文博会期间,签约总额达1190.36亿元人民币。其中,文化创意产品贸易成交额317.66亿元,投资类项目协议总金额872.97亿元。

据介绍,本届文博会的产业化、市场化、国际化水平进一步提升。与往届相比,本届文博会中,文化贸易如广播影视节目、网络游戏研发制作、出版发行、版权贸易、设计创意等项目成交增长明显;平台类、产业联盟类合作项目亦有增加,利于产业资源整合和产业环境完善;文化与经济融合愈加深入,文化、科技、创意融合的新兴文化产业项目较多;文化产业园区、集聚区投资类项目规模大,产业集聚和带动性强。

本届文博会分别组织了展览、推介交易、论坛、创意体验等分会场活动。其中,以文化创意产业投融资、文化产品交易、产业合作、文化产业园区和基地入驻、艺术品授权、艺术品拍卖为主要内容的60多场项目推介交易签约活动,吸引了海内外1.2万客商到会洽谈。

图为观众在展会现场体验光影技术。

本报记者 周春雨 摄影报道

会展传真

第八届文博会中国影响力企业品牌文化论坛在京召开

本报讯 近日,第八届北京文博会中国影响力企业品牌文化论坛在京举行。论坛邀请了经济和文化领域的专家学者、企业代表、媒体人士,重点围绕品牌与经济、品牌与文化、品牌与市场等话题展开了研讨。

本届论坛以“文化铸就品牌,梦想腾飞中国”为主题,第九、十届全国人大常委会委员会副委员长成思危、《经济日报》原总编辑冯井、中国城乡建设经济研究所所长陈准等分别围绕活动主题进行了主旨演讲。

此外,论坛还举行了“中国国际品牌战略研究中心”成立的揭牌仪式。与此同时,中国人民大学与对外经济贸易大学也联合有关权威专家机构发布了《2013中国品牌文化影响力500强》报告,该报告为国内首次发布。

据悉,“2013中国品牌文化影响力500强榜单”主要是从品牌年龄、知名度、美誉度、效益水平、发展潜力等方面对企业进行了评价。海尔、国家电网、联想、宝钢、中国平安、工行、同仁堂、阿里巴巴、贵州茅台、凤凰卫视位列榜单前十强。

与会人士认为,该活动通过积极开展品牌示范工程,以榜样的力量促进我国从商标大国向品牌大国、品牌强国快速转型,为增强我国产业国际竞争力,努力促进发展方式转变,提高经济发展的质量和效益做出了贡献。(杨颖 霍玉茵)

云南国际博览事务局成立

本报讯 近日,在昆明国际会展中心,云南国际博览事务局揭牌成立。该局将致力于把中国—南亚博览会暨昆明进出口商品交易会,打造成为中国与其他国家和地区经贸交流的重要平台,同时整合会展资源,培养会展人才,将会展产业培育成云南省一个新兴的特色产业。

据了解,云南的邻省区四川、广西,均成立有国际博览事务局,这些机构的级别均为正厅级事业单位,负责各类国际博览会的策划和实施。

云南国际博览事务局的成立,是云南省贯彻“桥头堡”战略的重要举措和成果,标志着云南会展事业经过20多年的探索和努力,终于有了一个统筹服务云南会展产业的专门机构,助推云南省改革开放和经济社会全面发展。(宗赫)

2013长沙科交会开幕

本报讯 日前,2013中国(长沙)科技成果转化交易会在长沙高新区麓谷会展中心开幕。

2013科交会以“产学研金一体化,创新创业在长沙”为主题,共设立国家“863计划”重大成果展(长沙展)区、长沙市重大科技产品展示区等12个展区。展出总面积超1万平方米,共512家企业的1269件实物展品参展。开幕式上还分别签署了长沙市政府与俄罗斯、意大利国际技术转移合作协议和产学研金合作重大项目合作协议。

2013长沙科交会现场聚集了来自海内外各界的嘉宾代表、留学生、学者,科交会的举办就是为海内外的科技人才、科技成果、科技项目和科技创新创业的汇集交融、交流、对接提供一个良好的平台。(李慧)

第四届中国调味品新配料技术论坛将在粤召开

本报讯 11月28日,第四届中国调味品新配料技术论坛将与2013中国(国际)调味品及食品配料博览会同期(简称“CFE2013”)在广东举办。CFE是由中国调味品协会主办的全国最专业的调味品展会,至今已成功举办八届。

展会期间,将有参展商300余家,参观观众2万余名。除招商、展示、洽谈外,一系列围绕调味品行业科技创新、技术探讨、营销交流的配套活动将同期举办。而由中国调味品协会调味食品配料专业委员会主办的品牌性配套活动——调味品新配料技术论坛,自2010年以来,已成功举办三届。论坛不仅展示了行业前沿食品科技以及最新的技术发展趋势,同时也促进了配料新技术在调味品产业的推广。(平和)

展会应引领产业发展潮流

的第八届中国北京文化创意产业博览会(以下简称北京文博会)就证实了这一点。

北京文博会创办于2006年,经过几年的培育和提升,已成为集聚全国文化创意资源,透视产业动向趋势,促进产业合作和产品交易的平台。北京文博会组委会将其功能总结为具备五大平台效应:全方位展示文化体制改革和文化创意产业发展成果的宣传推广平台;促进产业项目落地、文化投资与贸易的交易服务平台;引领文化体验和文

化消费的消费示范平台;推动文化创意产业学术交流和资讯传播的信息发布平台;深化文化创意产业境内境外交流合作的文化交流平台。

创办北京文博会的意义首先在于服务国家发展战略,促进经济发展方式转变和消费结构转型,引领文化创意产业发展,发挥产业发展风向标的作用。随着经济全球化趋势的加快和科技水平的提高,文化创意产业正在成为21世纪全球最具商业内涵和价值的朝阳产业。中国政府2006年9月发布的《“十一五”时期文化发展规划纲要》提出了文化事业和文化产业“两手抓、两加强”的发展思路,新兴文化创意产业因能耗低、附加值高和发展潜力大而倍受重视。北京市

委九届十一次全会明确提出了将文化创意产业作为首都经济发展的重要支柱之一进行重点扶持和发展,并确立了重点建设全国八大文化创意产业中心的发展战略。北京文博会就是在此大背景下应运而生的,因此,理所当然地担负起了“打造文化新引擎,提升文化软实力”的使命。基于这样的定位,北京文博会自创办伊始就确立了服务国家发展战略,引领文化创意产业潮流的指导思想。每一届北京文博会的活动策划都紧扣时代主旋律,把握发展新趋势,确保整体活动体现鲜明的时代特色,切中社会经济发展的迫切需要,使文博会成为整合文化创意产业资源,对接社会各方需求,推动文化创意产业发展的有效平台和风向标。

创办北京文博会的意义还在于利用首都文化资源优势,助推文化创意产业发展,发挥产业发展加速器作用。北京文博会强调中国优秀传统文化与现代科技、人的创意智慧相结合,关注延伸文化产品价值链和提升文化产品附加值,注重丰富大众文化生活和引导文化消费,促进中国文化创意产业做大做强。在活动策划中,文博会立足于北京文化创意资源要素禀赋,发挥了首都文化科技教育人才集聚的独特资源优势和市场辐

射力,通过集聚中央和全国的文化资源,吸引国外文化创意产业的高端技术和产品,打造了一个具有中国特色、世界影响力的国际文化创意产业交流交易盛会,有效地助推了文化创意产业发展。北京文博会对于推动北京文化创意产业发展,提升北京文化创意产业地位也发挥了极为重要的作用。文博会在北京举办,加快了北京文化创意产业集聚区的建设步伐,促成一大批项目落户北京。据有关数据显示,2005年至2010年,北京市文化创意产业年均增速达到20.2%,高于其他产业的发展速度。时至今日,北京文化创意产业产值已超过万亿元,在地方经济中的比重已超过12%,成为仅次于金融业的第二大支柱产业。

展会是经济发展的晴雨表,展会更应该是产业发展的风向标和加速器。唯有发挥好展会风向标、加速器的作用,展会才能可持续,才会更具生命力,更有发展前途。

(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

一段时期,会展人曾津津乐道于会展经济1:9的拉动效应,并以此宣传会展对城市经济的贡献;甚至更有人将其形象比喻为“举办展会就像一架飞机在城市上空撒钱”。对此,笔者认为:展会的作用不仅限于此。展会更大、更重要的作用是在于其对产业发展的助推和促进作用,亦即展会作为产业发展风向标和加速器的作用。近日闭幕