

业内通告

会展集训营移师苏州举办

本报讯 12月21日,以“展会项目诊断”为主题的第二期中国会展集训营将在苏州举办。

据介绍,该活动以会展主办方、展览会议场馆经营方中的中高层管理者以及大专院校会展专业教师为对象,每期确定一个专题,通过将集体研讨和案例分享相结合的形式,实现“智库+学堂”理念。

据中国会展经济研究会统计,2012年全国90个城市展会数量7083个,展览总面积8466万平方米,较2011年分别降低3.41%、提高3.59%。这说明,经过近30年的发展,中国展会数量持续增长的趋势已经减弱,但展会平均规模水平正在提升。2012年统计范围内的展会平均展览面积为1.2万平方米,反映出中国展会的平均规模仍然偏低。数据分析表明,展会项目的优胜劣汰虽是业界常态,但探究项目发展的规律,提高科学决策和经营管理水平,是会展主办方在中国经济转型阶段需要高度重视的问题。

该集训营由中国会展经济研究会主办、米奥兰特国际展览公司等承办,并移师苏州文化博览中心举办。同时,获得苏州市会展业协会的大力协助。

(章 帆)

外展推荐

2013土耳其国际塑料展览会

展会名称:2013土耳其国际塑料展览会

展会时间:12月15日至18日

展会地点:土耳其伊斯坦布尔 TUYYAP展览中心

展品范围:挤出机、注塑机、吹塑机、造粒机、塑料胶膜、切袋机、染色剂、聚氯乙烯、聚丙烯、天然色素等

展会介绍:

该展会创于1994年,距今已有近20年的历史,得到了土耳其塑料协会的大力支持,具有UFI认证。该展在当地乃至世界都具有很大影响力,目前是土耳其唯一的塑料行业专业性展会,是中国塑料企业进入土耳其市场最理想的途径。

上届展会室内展览面积达7万平方米,分6个展馆进行展出,来自全世界79个国家的898家参展商到会展出了各自的最新产品及技术成果,吸引了3.0456万名来自79个国家的专业观众。参展企业中,塑料机械设备展商占45%,塑料成品及产品原材料展商占25.6%,橡胶工业展商占9.4%,包装工业展商占7.3%,模具工业展商占5.2%。其中分设中国、英国、德国、意大利、韩国等展区。参观商中土耳其客商占86.72%,其他国家占13.28%,分别来自伊朗、叙利亚、保加利亚、俄罗斯、希腊等国家和地区。根据主办方统计,99%的参展商对展会表示了肯定,并确认今年将继续参展。来自土耳其及周边国家的3万多名专业观众参观了上届展会,其中98.7%的参观者表示通过观展实现了自己的采购初衷。

土耳其横跨欧亚大陆,地理位置独特,与叙利亚、伊拉克、希腊等8个国家接壤。商业辐射范围遍及欧亚两大重要市场共14亿人口。土耳其塑料市场极具吸引力,该行业在全球市场具有相当大的竞争优势,占其全国工业比重的3.41%,为该国新兴工业中发展最快的产业之一。

(静 安)

微话题

会展工作者的烦恼

◎ 暮然沉浮:会展工作真是辛苦,用起早贪黑形容一点不过分。中午没有休息,吃饭用最快的速度解决,没有固定的上班时间,加班更是家常便饭,不停地回答、解决客户各种问题,再好的耐心也难以真诚服务,时间久了总会烦的,遇到不知道的问题就瞎指挥。

专业人才缺口依然很大,尤其是像会展设计师这样的高层次人才。“一个会展项目需要20多人专门负责,部分项目负责人的年薪甚至高达20多万元,但依然招不到合适的人。”

机制不顺,市场化运作需加强

青岛会展业的机制运行不顺畅,政府相关部门“胡子眉毛一把抓”的问题也广受业内诟病。一位会展公司老总给记者举例说,国际时装周、航海博览会、消费电子博览会等是在青岛举办的知名的几个大型展会。但是,这些大型的展会都是由政府主办,缺少市场化的运作。“对于这些展会,政府每年都会投入大笔的资金,如果把资金作为扶持资金给企业,由企业运行,完全市场化操作。那么,这些展会绝对会比现在做得好。”一位会展公司负责人说道。

“对于展会行业,政府应起疏导、引导作用,保证整个会展业的市场环境健康有序发展,而不是政府掏钱办展会。政府应尝试与知名的展览公司合作,打造知名品牌展会。若政府管得太多,反而不利于会展业的发展,因此一定要正确发挥政府‘看得见的手’的作用。”

本版话题

延伸阅读

外国专家谈青岛会展业发展

Jenghiz von Streng是瑞士籍投资分析师,会展业专家。他认为,青岛欲发展会展业,最大的挑战就是如何从数以百计的城市中脱颖而出,成功招来顶级的会议和展览,在竞争剧烈的会展市场中争一席之地。

第一,青岛要专注发展其自身优势。青岛作为中国的主要贸易港口,同时也是世界上最好的港口之一,可谓中国“蓝色经济”的先驱。青岛的海洋工程、航运、造船业、海洋化学和生物技术行业皆领先同侪。此外,30%的中国海洋研究机构都设于青岛,拥有中国一半的海洋科学技术领域的专家,人才资源之丰富,绝非一般城市能比拟。青岛拥有专业技术、人才资源,加上其得天独厚的地理优势,自然会成为“蓝色经济”会展项目的必然之选,要在国际上独领风骚,也就指日可待。



为此至少说明资金扶持制度还不完善。

硬件跟不上,缺展馆综合体

硬件设施的缺乏也是青岛会展业发展的一大短板。“目前,青岛虽有青岛国际会展中心,又新建了青岛国际博览中心,但青岛还是没有一个是集会议中心、展览中心及餐饮中心于一体的专业展馆综合体。”贾峻莱表示,综合德国、美国等发达国家会展业的经验看,一个大型的展馆综合体是会展经济发展不可缺少的条件,但青岛目前还没有这么个地方。随着各个城市新建场馆规模的不断扩大,青岛也需要有一个几十万平方米的展馆综合体。

交通的问题也制约着青岛会展经济的发展。今年10月份在青岛国际博览中心举办的农机展,规模为历届农机展之最,同时也是山东省历史上承接的规模最大的展会。然而,一位参展商介绍到,展会规模很大,人气很旺,但交通却堵得水泄不通。展会第一天,参加开幕仪式的一些参展商,本应是早上八点半就到展会现场,但就因交通拥堵,最终十一点才到,在路上被堵了3个多小时,错过了开幕式。这位参展商表示,按照国际规范,从展馆到市中心的距离应该不超过10公里,公交、地铁、轻轨、快速交通应该遍布,能四通八达,但这一点,青岛目前还没做到。

人才缺口大,创新能力不足

“目前,青岛有了一些同声传译人才和设备,但要举办大型的国际会议,还需要从北京、上海等城市引进。”一位会展公司老总告诉记

“大转盘”转出会展财富图

■ 梁 敏

按照国际上展览业的产业带动系数1:9来计算,即1元的会展业可以带来9元的其他收入。用一句很形象的比喻,一次成功的会展就像在城市的上空撒钱。

近日,中国(太原)煤炭交易中心展览中心的工作人员马靖渊比平时还要忙,因为他具体负责的2013山西·太原人才智力交流大会开展了。

今年以来,被称作“大转盘”的中国(太原)煤炭交易中心展览中心的展会繁多,内容丰富多样,煤炭工业技术装备展览会、2013中国(太原)国际汽车展、国际啤酒节、首届山西文化产业博览交易会、第三届中国(山西)特色农产品交易博览会等接连上演。“大转盘”在会展财富的大拼图前分得越来越多的“羹”。

工作人员忙并快乐着

2013山西·太原人才智力交流大会在当日上午开展不到2小时,8000张免费派发的门票全部领完。根据组委会安排,当日下午还将免费发放4000张门票。马靖渊一边在场内巡视,一边和记者聊着。

马靖渊对这个“大转盘”两年来的运转

情况很熟悉。按照规律,展会旺季在每年3月至10月,进入11月,随着天气转冷,会展业也相应进入淡季。但现在,传统意义上展会淡旺季的界限已越来越模糊。比如以前,春节前后一段时间属展会淡季,可2014年春节期间已经有会展商预订了场馆。而且,今年以来,展会档期跟着周六、周日走,许多展会排在双休日,经常一个连一个,出现“周周有展”甚至“一日多展”的情况。马靖渊和他同事的双休日、节假日都成了正常上班时间。该展览中心经常收到会展商送来的锦旗,对活动的组织筹备工作表示感谢和赞扬,这让马靖渊感到很开心。

发展势头强劲

就在马靖渊忙得像个陀螺一样的时候,他的同事秦迎军也没闲着。他俩从2011年7月中国(太原)煤炭交易中心展览中心开业至今,一直负责会展的营销工作。

秦迎军正在为2014年山西精品年货节进行招商、招展工作。“2014年元旦到春节期间不休息。正月里除了精品年货节,还要搞一些有创意的活动。年货节不仅是年货采购,还要与展览展销、民俗、文化联系起来,成为一个综合性展会。”说这些话的空当儿,秦迎军已经接了好几个会展商要求参展的电话。

中国(太原)煤炭交易中心展览中心运行时间不长,却表现出强劲的发展势头。2011年,该展览中心共举行各类展会活动12场,包括第六届中国中部投资贸易博览会、第二届中国(山西)特色农产品交易博览会、2011中国·太原国际汽车展览会等。

2012年,该展览中心共举办各类活动38场,场馆使用率达19.35%。其中,展览类活动15场,包括3万平方米以上大型展会5场。今年到目前为止,该展览中心已举办各类活动42场,其中会展24场、商业活动18场。其中,光汽车展就举办了7场。该展览中心在积极承接各类展览活动的同时,充分利用自身资源,多元化经营,举办了多场答谢会、发布会、晚会、音乐会以及试乘试驾等大型活动,提高了场地利用率,提升了运营水平。

这不是简简单单的数字。每一场会展的成功举办,势必助推全省招商引资和经济转型跨越发展。

山西欲打造会展大品牌

“大转盘”进入快速运转阶段。如何把握这一机遇,为山西省会展产业再加一把劲?

山西省会展业起步于2007年的第一届煤炭博览会。与国内其他地方相比,该省的会展业起步较晚,缺少政策支持。比如成都



会展观察