

业内通告

中外会展项目合作洽谈会
打造实效性会展商务活动

本报讯 近日,第三届中外会展项目合作洽谈会在京举办,吸引了来自泰国、韩国、南非、印度、俄罗斯及中国澳门等会展业新兴市场的多家企业参会。

本届洽谈会摒弃了传统会展行业聚会式的举办模式,将国际性展览、行业前瞻性论坛、业务指导性讲座以及广泛社交性商务活动有机融合,目的在于搭建中国及海外会展项目拓展国际与国内市场的商务平台,并使之成为中国极具实效性的会展商务活动,帮助每一位参会人员高效地寻找到跨国、跨地区的招展招商合作伙伴。

中外会展项目合作洽谈会始办于2009年,受到了全国以及亚太地区国家与会代表的欢迎。第二届洽谈会更是吸引了来自14个国家的400余名会展业代表参加一对一洽谈会和同期论坛、讲座等交流活动。 (范丽敏)

互联网金融产业发展论坛
探讨技术变化带来的挑战

本报讯 近日,2013中国互联网金融产业发展论坛在京召开。论坛以“社交网络,手机、平板电脑、电子钱包&移动支付,大数据&分析,云计算;开发创新性产品与服务,加强风险控制,降低开发与时间成本,探讨可持续盈利的商业模式;构建高效的金融服务体系;扩大业务量;提升改善客户体验”为主题,通过主题演讲、案例分析,探讨如何应对由技术和市场的快速变化所带来的挑战。

中国金融协会秘书长王作昆认为,互联网金融具备资源开放化、成本集约化、选择市场化、渠道自主化、用户行为价值化等优点,有助于解决金融业存在的严重信息不对称问题。互联网业务与金融业务的融合,将促使中国传统经营方式得到改善,减少依赖节点型的专用资本,这是未来真正实现互联网金融的关键。(陶海青)

外展推荐

2014巴西圣保罗国际鞋类、
体育用品及皮革展览会

展会名称:2014巴西圣保罗国际鞋类、体育用品及皮革展览会

展会时间:2014年1月14日至17日

展会地点:圣保罗安年比展览中心

展品范围:各类皮鞋、运动鞋、时装鞋、休闲鞋、凉鞋、拖鞋等;各类鞋材、鞋类配件及相关技术、皮革制品等

展会介绍:该展会是南美地区皮革行业规模最大、历史最悠久、最具影响力的展会,每年举办一届。预计本届展会面积达8万多平方米。上届展会有1000多家企业参展,展示了3000多个品牌,并有来自64个国家的专业观众的8.9万多人次前来参观。根据展会问卷调查的结果统计,受访观众中有59%对皮革、箱包类制品有兴趣,许多经营鞋类的买家同时也是皮革、箱包制品的经营者。还有61%的观众计划在不久的将来通过皮革、箱包等制品扩展他们的产品范围。

巴西人口达1.57亿,年人均收入3100美元,目前经济实力居南美洲首位,在世界经济中居第8位。圣保罗是巴西最大的城市,也是世界上第三大城市,拥有1700万人口,是南美洲的金融、贸易、商业中心。作为金砖国家之一的巴西,随着经济刺激政策效应的逐渐体现,2012年下半年巴西经济增长率超过5%。

巴西实行市场开放政策后,特别是上世纪90年代以来,每年均有大量外资流入,吸收外国直接投资数额在发展中国家中排第二位,仅次于中国。据巴西方面统计,今年1至11月份巴西进口鞋类产品累计数量达1550万双,同比(800万双)增长将近一倍。其中,从中国进口的鞋类产品数量达1260万双,占进口总量的80%。据悉,中国鞋类产品在巴西进口鞋类产品中的份额最高,所受影响也最大。目前,对产品不同范围的严格划分正在消失,皮革制品40%到50%的销售通过全系列分销商和鞋类零售商来实现。因此,参加这个展会,将会为您带来所有相关领域新的业务机遇。(静安)



2013中国会展业年度研讨会暨昆山会展经济论坛现场

■ 本报记者 周春雨

“自倡导新会风以来,会展业界更加注重会展活动的改革与升级。”日前,在江苏昆山举办的2013中国会展业年度研讨会暨昆山会展经济论坛(以下简称会展业研讨会)期间,中国会展经济研究会会长袁再青表示,十八大后的一年来,从践行“八项规定”到厉行反“四风”建设,政府主导型会展项目受到了影响,进而波及到部分高端酒店,其会议业务下滑20%。不过纵观2013年,在新会风的环境下,一些会展活动的专业化、品牌化,以及质量和效益都有明显的提高。

本次由中国会展经济研究会、江苏昆山经济技术开发区管理委员会主办,中国会展

经济研究会秘书处承办的会展业研讨会主题为“中国会展产业的改革与升级”。与会专家学者就十八大以来,新会风环境下,会展业发展及未来面临的机遇进行了多角度解析和展望。

政府职能转变

与会专家学者认为,随着反“四风”建设的深入,会展业将出现市场配置资源增加,并进行调整的情况,同时将加快会展业“四化”建设的进程。另外,随着政府职能的转变,相关部门将向社会放权,并加强事后监督。与会人士乐见,会展市场的秩序有望好转,但民营企业将承担更重的责任。

中国商业联合会会长、商务部原副部

长、中国会展经济研究会高级顾问张志刚指出,近年来,中国的展馆建设与展会数量增长速度一直居世界首位,在全球金融危机背景下一枝独秀。随着欧美会展主导地位的下降,亚洲各国,尤其是中国会展业呈现出快速增长态势。

调查显示,经贸类展会在全球仍占主导地位,参展企业数量增长显著。但不可否认的是,随着目标市场的细分,专业类展会的规模和数量都将进一步增长。其中工业类展会居各类展会之首,综合类展会开始逐步“萎缩”。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲认为,随着市场经济的发展,市场配置会展资源的作用将加大。同时她还指出,不同阶段,政府的职能应有所不同。

新技术仍以内容为主

“会展业提升新技术,难度不在技术环节上,而在内容上。”来自上海市商务委员会副主任、全球展览业协会(UFI)全球执行副主席陈先进表示,中国会展业要创新,需在内容上做足功夫。

博鳌亚洲论坛高级执行总监姚望表示,各地政府机构应进行会展产业链的布局,其远远“大”于办展办会本身。会展产业链的多元化,将成为会展业下一个发展方向。在会展经济的发展过程中,政府应扮演好“裁判员”角色,而不再充当“运动员”,由参与转为监督和服务。随着中国会展业的逐步成熟,标准化建设将进入一个突飞猛进的阶段。同时,通信技术、互联网技术、节能环保技术将获得更快发展。因此,会展业需在策划水平、品牌打造、运作方式、科技含量等方面进行创新升级。

姚望表示,中国会展业改革的另一个突破点在于自由贸易区架构内进行的全面合

成都会展业开启“大数据”时代

■ 本报记者 兰 馨

2013年,是成都会议及会展的“突破年”。今年6月和9月,2013财富全球论坛(以下简称财富论坛)和第十二届世界华商大会(以下简称华商大会)相继在成都举办。成都成为迄今为止全球唯一一个在同年度吸引两大全球知名盛会落户的城市。

“两大盛会提升了成都的美誉度和国际影响力。”成都市博览局局长、成都市贸促分会会长母涛接受记者采访时坦陈,一座内陆城市想吸引世界眼球,举办国际大型活动,依托活动形成“大事件效应”,就要全方位、多层次、立体化借力借势开展城市宣传营销,在较短时间内实现城市知名度、美誉度和影响力的大幅提升。据母涛介绍,成都将围绕建设区域性国际交流中心的目标,以会展旅游为先导,争取国际重要会议的承办权,通过营造“大事件效应”强化成都的国际化水平,让成都更快、更紧密地融入全球城市体系当中。

近年来,成都按照“市场化、专业化、国际化、品牌化、规范化”的思路,着力建设会议目的地城市,会议规模不断扩大、品质不断提升、环境不断优化,会议产业的综合实力、竞争力和影响力不断提升。

今年9月,经国务院批准,成都成为继北京、上海、广州之后,中国第四个、西部地区第一个实施72小时过境免签的城市,为国外客商到成都参会参展提供了便利条件。

重视专业化服务

母涛介绍说,2013年,根据八项规定,相关部门对在成都举办的国际性、国家级和专业型会展活动进行了扶持。同时,在成都举办的各项会展活动均按照节俭办会、注重实效的原则举办。如第十四届中国西部国际博览会(以下简称西博会)嘉宾数量、展览规模以及相关费用支出,较上届减少10%到68%。但西博会的招商引资平台作用依然强劲,仅成都企业在本届西博会上签约项目就达199个,签约金额达1929.6亿元,同比增长25.7%。

母涛表示,自确立了将成都建设成为“国际国内重要会议目的地城市”的目标以来,成都提出了可优先举办的会议类型和题材:一是综合性的国际国内高端政治经济论坛以及围绕医药、电子、机械、食品、家具等成都优势产业举办的国际高端行业会议;二是新能源、新材料、新技术、电子商务、服务外包、环保生态等领域的高端会议;三是世界500强企业和中国500强企业、国际国内行业组织的年会。



2013财富全球论坛现场

资料图片

母涛指出,在大力提升会议服务专业化水平的同时,会议组织者的专业化水平是会议品质的重要保证。从国内外的经验来看,要举办一个会议,特别是承办国际会议,专业会议服务公司的作用至关重要。从筹备财富论坛和华商大会的过程来看,我国会议服务公司在专业化水平上与欧美国家相比还有较大差距,难以与我国会议产业的发展速度相适应,这是亟待重视和解决的问题。只有会议服务的专业化水平提高了,会议市场的市场化和专业化程度才能提高。

近年来,随着成都会议产业发展速度的提升,会议数量增长与会议设施缺乏之间的矛盾日益突出。目前,成都正在力争构建“一主多副多馆”的会展场馆设施体系,不断完善会议基础设施和配套条件。明年,中国中西部最大的会展综合体——中国西部国际博览城将动工建设,其中规划了20万平方米的国际会议中心,建成后将极大提升成都会展业的硬件水平。

“五化”新思路

据母涛介绍,成都会议业正按照“五化”的发展思路,加快将成都建设成为“国际国内重要会议目的地城市”的步伐,助推成都打造西部经济核心“增长极”。

一是以市场化为导向,强化政府引导作用。坚持政府引导、市场运作、各方参与的原则,实现政府主导向政府引导的转变。培育市场竞争主体,培育壮大会展龙头企业,做精做专会展服务业。

二是以专业化为支撑,提升办会专业化水平,实现展会组织专业化,内容专题化,服务人性化。支持成都会展企业加强与国际国内知名会展公司合资合作,引进先进管理、技术和团队,提高会展企业展会策划、组织、执行的专业化程度,提升会展队伍的专

业化水平。

三是以国际化为引领,提升成都对外影响力。今年在成都举办的财富论坛和华商大会均得到高度肯定,《财富》杂志总编辑苏安迪称赞本届论坛是历届财富论坛之最,而下一届世界华商大会的举办机构——印度尼西亚中华总商会主席纪辉琦则表示:“这次在成都举办的华商大会很成功,我们希望能办得和成都一样好。”成都将按照国际标准规范会展服务语言、标识标牌和项目执行,提升成都对外影响力。

四是以品牌化为目标,打造“中国会展名城”。通过多渠道、多形式、全覆盖招展引会,争取更多国际国内重大会展活动的承办权,吸引国外知名展览公司到成都设立子公司和办事机构,引进现有的名牌会展和办展经验。培育自主会展品牌,如做强做大西博会、家具展、汽车展等现有品牌,不断提升品牌影响力。

五是以规范化为重点,营造会展良好的发展环境。勤俭办展办会,强化市场监管力度。出台《成都市加强展会管理服务促进会展业发展的暂行规定》,加强部门联合执法,加强展会备案登记管理,优化会展服务环境。

提升政务服务

2011年10月,《成都市人民政府关于加快会展业发展的意见》(以下简称《意见》)正式发布,加大了对重点展会的扶持力度;成都市地税局配套出台《成都市地方税务局关于会展业营业税征收管理的公告》,对会展企业实行差额征税。2012年4月,成都市政府正式发布《成都市会展业发展“十二五”规划》,进一步明确了成都会展业的发展战略,这是会展规划首次列入成都市重点专项规划。同时,成都还设立了会展业发展专项资金,扶持会展业发展。今年,成都博览局与

作。与会专家也强调,自贸区“蛋糕”将惠及会展业。

陈先进认为,尽管已经进入大数据时代,但目前,中国会展业对新技术的使用还较少。需要提及的是,随着中国上海虹桥和天津大型展馆的相继动工建设,全球大型展馆集中在德国的现状将被中国改变。

必须转型升级

“按照经济学家吴敬琏的说法,之前中国的市场经济为1.0版本。十八届三中全会后,市场经济体制将升级为2.0版本。”国家会议中心总经理刘海莹认为,行业政策倒逼会展业必须转型升级。

刘海莹在“2.0版”猜想中提出,尽管2013年行业受到多重压力影响,但未来的前景整体向好。预计,市场份额将重新调整,优胜劣汰在所难免。刘海莹谈到,目前,中国会展市场面临的情况一方面 是外资展览公司的并购扩张,另一方面是房地产行业的潜入。也就是说,已有潜在的竞争对手悄然进入会展业。会展业进入2.0版本时代,需要合作才能共赢。

业内人士提醒,2013年不容忽视的问题是,外资展览公司加大在中国市场的扩张力度。随着展览形式的创新,未来的展览现场不会以标摊的形式出现,或将发生巨大变化。

袁再青表示,展望2014年,随着欧美经济的复苏,外贸将有望好于2013年,会展业将稳中向好。会议业有望保持良好发展,但高端酒店业仍需艰难探索。

本版话题

会展观察