

上海展装市场逐渐分化 客户跟着搭建商走

■ 本报记者 叶灵燕

上海展装市场正在发生改变。

作为中国会展业领先城市,上海的展览业高速发展,其国际化、专业化、市场化程度等处于全国先进水平,给上海带来了巨大的经济效益和社会效益,有力地提升了上海的国际知名度,加快了上海现代化国际大都市建设的步伐。

统计数据显示,2012年,上海举办展览会数量达806场,展览面积达1109万平方米,展览数量和面积均居全国之首。

上海展览业发展势头强劲,带动了上海展装行业的蓬勃发展,各种各样的上海会展展示搭建公司风生水起,他们的经营实力、设计水平、搭建能力、专业程度等都走在全国前列。

“上海在环保办展方面也走在全国前列。”近日,接受《中国贸易报》记者采访的中国小商品城集团股份有限公司国际博览中心总经理方界平强调。

“相比其他城市,上海所用展具比较环保,很多能重复利用,有些展板用了很多年依然还在用。”嘉兴市光大展览有限公司总经理张玉云进一步介绍说。

不仅如此,记者通过调查采访得知,领先全国的上海展装行业近来还呈现出了新的特点和趋势。

展装市场分化

“上海展装行业已形成了产业链,不同展装企业可在各自的领域内优化发展,且互不干涉。”方界平强调说,在特装展台设计搭



场加剧分化。”刘宏介绍说,如有些展示搭建公司只承接展览设计搭建、有些只做会议承办策划、有些开始做专卖店设计搭建、有些专注于博物馆展厅设计制作等。当然,那些做主场搭建的展示搭建公司也只专注于主场搭建。

“看似做得少,其实做得更多了,做的速度也越来越快、越来越专业,别人无法与你竞争。”在展装行业摸爬滚打了很多年的刘宏还是觉得隔行如隔山,展示搭建公司应该集中精力做专某一业务。

当然,上海展装行业的价格之战依然存在,这也是全国展装行业的通病。不过,在刘宏看来,知名的大型展示搭建公司不会参与价格战。因为他们可以凭借强势的品牌实力留

多次到德国、丹麦、法国、中国香港和上海等地参加过服装类展会的宁波帕玛服饰有限公司负责人鲍明源承认,国外展会的展台设计搭建更具艺术性,更有创意,也很时尚。

“尽管上海展会的展台设计搭建与国外相比风格稍显传统,但已经与国际接轨了。”鲍明源给出了自己中肯的评价。

客户跟着搭建公司走

据刘宏介绍,现在的上海展装企业专业化程度普遍较高,设计水平和服务意识都很强,素质也越来越专业,跟客户的关系也随之越来越密切。而早些年,展装企业忙于求发展、接业务,精力、垂直深度有限,没有将业务、服务做精细。



果展示搭建公司的目的只是为了签单、赚钱,即便你伪装得再巧妙,客户也能感觉得到。尤其是在上海这样国内外知名展装企业云集的一线会展城市,想赢得客户,必须用实力、专业、创意等挖掘客户的“理想”,并协助客户实现“理想”。当他们把心思放在帮助客户实现“理想”上时,发现自己与客户的沟通是平等、高效的,并且会得到客户的尊重与信任。

“这样大家都愉快,其他的问题也更好解决。当然,这也不耽误展览展示搭建公司赚钱。”刘宏深有体会。

为在搭建需求大、竞争压力也大的上海展装市场生存立足,无论是荷玛展览、千瑟文化、契合展览还是其他展示搭建公司都有自己的策

的看法。他认为,有些展馆方以高高在上的管理者身份自居,对搭建商的规定过于死板,展馆方没有意识到搭建商也是自己的服务对象。

搭建公司应抓住时机

目前,上海现有上海新国际博览中心、上海光大会展中心、上海展览中心、上海农业展览馆、上海世博展览馆等展览场馆,共有展览面积四五十万平方米。

作为最重要的会展城市之一,上海依然受制于现有展馆规模的局限,就当下而言,上海的实际办展能力还远没有得到释放。依据《上海建设国际贸易中心“十二五”规划》,上海将努力发展成为国际会展中心城市,提高中国在世界会展业的地位和影响力。

据报道,上海虹桥国家会展中心项目建设用地面积约104公顷,建筑面积约120万平方米。该项目建成后,将拥有40万平方米的室内净展览面积和10万平方米的室外展场,在展览规模和体量上大约相当于3个上海新国际博览中心,达到德国汉诺威展馆的量级。到那时,上海虹桥国家会展中心将成为世界建筑面积最大的会展综合体,上海也将成为中国拥有最多展馆资源的会展中心城市。

据记者了解,在规划和建设国家会展中心国家级展馆的同时,上海还将进一步做专做强中国国际工业博览会、中国(上海)国际跨国采购大会、中国华东进出口商品交易会等国家级品牌展会,做大世贸商城等展馆的常年展示业务,大力培育进出口商品博览会和国际专业展。

方界平分析预测,上海虹桥国家会展中心建成投入运营后,上海展装行业将会发生新变化。一方面,大展示搭建公司可能会强强联合。虽然目前上海大展示搭建公司所占市场份额优势明显,但是多出个展示面积庞大的国家会展中心,上海展装市场将有更大发展空间。为了能使强者更强、弱者出局,大型展示搭建公司有可能会走强强联合的发展道路。另一方面,有可能会涌现新生代。上海会展业“突然”出现上海虹桥国家会展中心这么大个“蛋糕”,想分食的人或展装企业自然会多起来。

上海青浦区有关负责人在接受媒体采访时说,位于大虹桥范围内的国家会展中心全部地下工程目前已施工完毕,2014年5月将完成A馆和B馆两个板块的施工和设备安装调试,有望于2014年6月举办第一批展览,整个会展中心将于2015年6月全部竣工,建成后将成为世界上最大的会展中心之一。

“现在,正是展示搭建公司进入上海展装市场的好时机。”方界平对《中国贸易报》记者如是说。



建环节,有大型专业展览搭建公司参与,且这些公司不从事标准展台搭建业务。

对于这样做的好处,方界平给出了自己的看法:展装企业之间的恶性竞争少了,利润更透明了。

强者恒强,市场分化不断加剧。这是上海展装行业的现状,也是趋势所向。

“随着客户——展商的要求越来越高,尤其是大品牌展商要求展台的搭建越来越精致,上海展装市场随之分化。”契合展览服务有限公司(以下简称契合展览)董事长刘宏认为,展会所涉及的行业各不相同,每个行业又有每个行业的特点。而不同行业,其展示方式、产品特性等又大相径庭。为此,上海展示搭建公司现在纷纷在参展门类上下功夫,并且每个公司都有自己的核心业务,而原来他们是无论什么行业类别的展会展台设计搭建业务都承接。

“尤其是上海世博会之后,上海的展装市

住与自己相匹配的大型参展企业,构建自己固定的客户群,从而保证自身的生存与发展。

尽管如此,有些问题还是值得注意。比如,上海某大学的会展与旅游学院对中国国际工程机械、建材机械、工程车辆及设备博览会(以下简称Bauma China)进行了一次实地考察,并对前后发放的共计150份展商满意度调查问卷的数据进行分析后发现,即便是这种专业化程度较高、行业地位显著、展会规模较大、业界反响较好的市场化展会,参展商对现场搭建满意度仍达8%。

不可否认的是,包括上海在内的一线会展城市会展业发达,大型国际品牌展会较多,展示搭建风格和水平在国内均属一流。用刘宏的话说,北京展览设计搭建风格宏大、正统,广州的活泼、实用,海派风格时尚、前卫。方界平也表示,上海的展台设计搭建风格简洁、明快。在这方面,其他城市与上海比尚存差距。



“只要大家身体力行,基于客户的需求,找到与自己的契合点,能够实现共赢。”刘宏他们还是看到了回报:“现在是客户跟着我们走,我们也跟着客户走。有些客户将某展示搭建公司从这个展会带到那个展会、从这个城市带到那个城市,有些客户还与某展示搭建公司在同一展会上合作了一届又一届、一次又一次。”

据记者了解,像Bauma China、中国家具展览会、上海国际汽车展览会等知名展会的大品牌展商都有自己“御用”的展示搭建公司,契合展览也有自己的忠实客户。

对于展览展示搭建公司而言,每个展会都是一个新的开始,展台如何设计搭建?要传递什么信息给观众?想达到何种展出效果?真正的答案在客户心中,因为这是客户的“理想”。上海荷玛展览服务有限公司(以下简称荷玛展览)、上海千瑟文化传播有限公司(以下简称千瑟文化)的有关人员指出,如

略、法则。比如,契合展览自创一套赢得客户的程序:感召客户—营造环境—学会聆听—挖掘“理想”—实现“理想”。刘宏解释说,这套程序具体来说就是等弄清楚了客户的意图,想出办法后,在良好的沟通环境下,了解客户真正想要什么,并进行充分挖掘,最后协助客户去实现它。

事实上,上海也不乏展商与展览展示搭建公司合作失败的案例。失败的经历使得一些展商产生了恐惧心理,对所有展示搭建公司水准心存顾虑。刘宏提醒同行说,客户会用你承诺的效果是否实现来检验你的业务水准。

千瑟文化的有关人员认为,上海作为国内展会的云集地,其展装企业的执行能力受到严格考验。在市场结构优化升级的情况下,一批资质较差、实力不强的上海展示搭建公司渐被淘汰出局,而存活下来的公司比较值得客户信赖。

此外,作为展馆方的管理者,方界平就上海有些展馆对搭建商管理过于“死板”给出了自己

展览“航母”是如何炼成的?

■ 本报记者 范丽敏

2012年,上海共举办806个展览,总展出面积达到1109万平方米,位居全国各城市之首。

而在这806个展览项目中,10万平方米以上的展会就像是“航空母舰”,格外耀眼。

这些耀眼的“航空母舰”是如何炼成的?解析展会的发展历程,便可窥见个中原由。

依托行业发展

印象中的缝制设备,依旧是缝纫机及其辅助件,是一个小众行业。

“就是针对这么一个看似不起眼的小行业,我们却做出了世界最大的缝制机械展会——中国国际缝制设备展览会(以下简称缝制设备展)。”中国缝制机械协会秘书长杨晓京在接受《中国贸易报》记者采访时说,“其实,不仅是展馆申报积极,各大参展商预订的展位规模远远超过了我们预计的上海新国际博览中心的9个展馆的面积。”

杨晓京介绍说,考虑到更好地为每个

参展商服务,我们压缩了他们的申报面积,将本次展会展览规模依然维持在10万平方米。

“为了增加本次展会的宣传效果,我们还以定人定岗的形式,通过微博、微信等最新的技术,开展了2013中国国际缝制设备展览会的上传、转发等工作。”杨晓京说。

从1987年创办之初的2000平方米,到如今的10万平方米,从最初的订货会,到如今展品结构和档次不断优化、国际展商和观众的比重越来越大、品牌效应不断扩大、知名度和美誉度不断提高的专业展会,缝制设备展是如何办展的?

在杨晓京看来,主要是受益于中国缝制设备行业的高速发展。由于中国服装纺织行业对缝制机需求的快速增长、低廉的劳动力成本和完善的基础设施,世界缝制机行业经历完了由欧洲、美国向日本、中国台湾、新加坡的转移过程后,自上世纪90年代初又开始向中国大陆全面转移。因此,20多年来,中国缝制设备行业得以高速发展,其产量目前已占全球的70%以上。

印证行业成长

“与此同时,缝制设备展也见证了缝制设备行业的发展和中国市场的变迁。”杨晓京说。

据记者了解,伴随着行业快速发展而成长起来并见证行业发展的“航空母舰”级展会不仅有缝制设备展,还有上海国际汽车工业展览会(以下简称上海车展)、中国(上海)国际建材及室内装饰展览会(以下简称上海建材展)、中国美容博览会(以下简称美博会)等。

其中,上海车展尤其具有代表性。

据上海车展相关负责人介绍,回顾上海车展发展历程,主要分为以下4个阶段:一是从第一届的1985年到上世纪90年代初期,中国还没有形成自主生产的能力,上海车展基本上都是被外国汽车巨头所占领,扮演着一个让国人开眼界、考察和观摩平台的角色;二是从1989年到1995年,国家逐渐明确将汽车工业作为国民经济的支柱产业来发展,第一次把鼓励私人购买汽车写进了政府政策文本,从此中国轿车工业进入了一个崭新发展阶段。上海车展的展台上也渐渐出现了国内汽车商的身影,发展

速度很快;三是从1995年到2003年,这是中国汽车发展的一个高潮,汽车政策等各方面更加明朗化了,上海车展因此渐渐迈向成熟,不仅越来越火,而且完成了由国内车展向国际车展的转型,受到国内外汽车厂商的追捧;四是从2005年到现在,伴随着中国车市连续井喷、成为全球第一大市场,上海车展破茧而出,迅速完成了“凤凰涅槃”的蜕变,成为中国最权威、国际上最具影响力的汽车大展之一。

可以说,上海车展的发展历程,就是中国汽车产业近30年来成长的真实写照。

全力服务行业

2012年,上海共举办了806个展览,总展出面积达到1109万平方米,位居全国各城市之首。预计到2015年,上海展览会总展出面积将超过1500万平方米,实现上海会展业“十二五”规划提出的目标要求。

历数这806个展览,为什么某些展会成长为“航空母舰”?有些则不行呢?

在杨晓京看来,这些“航空母舰”大多创办于上世纪八九十年代,抓住了机遇。此

外,还有一个重要原因就是他们一心一意地为行业为企业服务。

杨晓京告诉记者,2005年,考虑到我国缝制机械结构调整的任务还很艰巨,企业需要花更多的时间、精力成本来研发具有自主知识产权的高、精、尖产品,企业尤其是大型企业普遍感到从精力、参展成本上以及新产品开发速度上都面临很大的压力。为此,协会决定对缝制设备展的举办周期做出重大调整,将以往每年一届改为两年一届,逢单年9月在上海举办。

据杨晓京介绍,在经历了多年高速发展之后,中国缝制机械行业自2007年下半年开始减速下行,显露出行业调整的端倪,遭遇了多年不见的“寒冬”。而在2009年,金融危机波及中国,缝制设备行业遭遇前所未有的困难。为此,在2007年和2009年两届缝制设备展上,他们不仅没有提高展位费,而且主动予以优惠,帮助企业度过寒冬,赢得了这些企业的信任。

这些“航空母舰”的建成,不仅促进了上海会展业的发展,而且带来了大量的人流物流,改善了上海的经济社会环境,可以说已经成为上海新的“名片”。