

叶明水:会展业可走高端路线

■ 本报记者 周春雨

2014年,台湾名品博览会(以下简称台湾名品展)将在大陆的7个城市举办。其中,杭州为首次举办此类展会。

这是否意味着,台湾在大陆二线会展城市的布局提速?

近日,在接受《中国贸易报》记者采访时,台湾贸易中心副秘书长叶明水对此并未予以否认。但他表示,台湾会展业发展将进一步全球化、精致化和科技化。

在参加第十届中国会展经济国际合作论坛(以下简称CEFCO)期间,叶明水强调,台湾展览业在提升专业化的同时,还将提供科技化的服务。在与亚洲区域会展市场的竞争中,台湾会展业亟待转型升级。

二线城市有需求

“一些大型的展览集团也加快了在二线城市会展城市的布局,这是一个好的信号。”在叶明水看来,尽管目前大陆二线城市展馆使用率偏低,但地方有合作的需要。

他认为,随着城镇化的发展,二三线城市纷纷兴建场馆作为促进当地经济发展的核心项目,短期来看,很可能导致展览数量及市场规模缩减,但从长远来看,展馆建设将加速展览专业化及市场化的转型,意义重大。

据了解,此次CEFCO期间,已有多个城市会展管理机构与叶明水进行深度交流,并提出合作办展、人才培训、组团互访等计划。

叶明水强调,自2013年起实施“台湾会展领航计划”以来,台湾会展业更注重国际化、专业化、市场化的提升。此外,在绿色环

保方面,台湾会展业实行ISO 20121认证,提升了会展业的环保标准。

“在展会期间,尽量减少特装展位产生的垃圾。”叶明水坦陈,全球环境的改变,对展览搭建在环保方面也提出了新的要求。会展业有责任和义务,为保护环境做出努力。

“门当户对”

“中小型会展企业在寻找合作伙伴时,需谨慎‘门当户对’,不要攀富。”叶明水认为,中小型会展企业找到适合的合作伙伴非常重要。

此次叶明水参加CEFCO的演讲主题为“中小企业如何在异地寻找合适伙伴”,同时也继续推广“台湾会展领航计划”,希望有机会与各地会展业合作。

事实上,自2009年以来,台湾名品展已经在大陆的一二线城市举办了27次,据统计数据显示,名品展为台湾企业促成合作金额约120亿元,有效地提升了台湾商品在大陆的知名度。

叶明水介绍,台湾名品展除南京每一年举办一届外,在其他城市还没有形成例展,但并不影响台湾名品展举办地范围的扩大。如今年将于10月中旬首次在杭州举办。

据悉,2014年,台湾名品展将在贵阳、济南、呼和浩特、天津、北京,以及上述提及的南京、杭州等8个城市举办。

《服贸协议》迎新契机

据叶明水提供的数据显示,2013年,台湾举办了185个国际会议,187个展览。据其透露,奖励旅游90%的客户来自大陆。

另据台湾世贸中心提供的2014年海峡



两岸会展活动计划显示,自3月初至10月底,大陆的组展方将赴台北参加19个展会,涉及体育用品、汽车零部件、绿色产品、科技照明、文化创意产业、食品、游艇、橡塑、电子、太阳光电等行业。

叶明水坦陈,若《海峡两岸服务贸易协议》实施,台湾服务业将面临转型升级,这对海峡两岸加强合作,是一个非常重要的战略机遇。

针对外资会展企业加速在华并购现象,叶明水表示,目前,大陆的一些龙头骨干会展企业,也可以通过收购、兼并、控股、参股、联合等形式做大做强,打造若干个在全国具有较强竞争力的会展领军企业。

据介绍,目前,台北国际电脑展

(Computex Taipei)和台北自行车展(Taipei Cycle)已经享有一定的国际影响力,吸引了众多海外参展者到台湾推销相关产品。但不可否认,在会展业的竞争中,台湾仍然面临着来自亚洲各个经济体的挑战。台湾必须通过建设新的场馆和完善相关配套设施,向国际展会组织者证明其会展市场的实力和内在价值,吸引更多的参展商到台湾参展。

据悉,台湾新建的高雄博览中心(KEC)即将启用,首个展会是大型游艇展,届时将吸引大陆的企业参展。

本版话题

海口进入中国品牌会展城市之列

海南海口凭借会展业发展规模和速度、会展设施建设、政府重视程度等综合指标评比,去年连续第二年荣获被誉为中国会展业“奥斯卡”的中国会展“金海豚”大奖——中国品牌会展城市奖;在2013中国国际会展产

业论坛暨全国会展业发展大会上,海口市荣获“第十届中国会展之星年度大奖、全国十佳会展城市奖”等。

“这意味着,海口已经进入中国品牌会展城市之列,开始从三线会展城市向全国二

线会展发达城市行列迈进。”海口市会展局局长吴家宏说。

2013年以来,海口市会展局紧紧围绕市委、市政府的中心任务,开拓进取,务实创新,会展工作整体进展顺利,取得明显成效,会展业与各产业形成相互促进和并行发展的态势,海口共举办规模以上会议和展览活动223场,高效、保质、超额完成了任务。

吴家宏说,去年以来,海口市委、市政府高瞻远瞩,支持会展业发展,而海口市会展局也继续加大岛外促销力度,利用省内各平台,促进海口形象、文化内涵的提升,利用海口市办会办展的有利条件,达到招会引展的目的,让2013年成为历年来办会办展次数、场数最多、规模最大、效果最明显的一年,保持了展会数量、质量与规模的增长。

去年,海口市会展局认真贯彻落实《海口市鼓励会展业发展专项资金使用管理办法》和《海口市展览业管理办法》,严格开展会展项目申报备案工作,有效整合会展资源,避免重复办展和恶性竞争,使该市展览业和会展业发展专项资金的管理工作更规范,环境更优化,发展更增速,扶持更有力。

通过对会展企业和会展活动的扶持,海口市会展局大大发挥了会展业专项资金的支持激励作用,极大地调动了企业办会办展

的主动性和积极性。

同时,该局还申请加入了国际大会及会议协会(IC-CA),成为该国际组织的一员,2013年11月初,参加了在上海举办的国际大会与会议协会第52届年会,借助这一高端平台,推介海口会展环境和办会优势,进一步提高海口在国际会展领域的影响力。

另外,海口加入了中国会展城市联盟,并且在第二届中国(北京)国际服务贸易交易会上,海口市会展局同中国会展协会、中国建筑装饰协会、中国石化化工联合会、中国材料研究会、中青联等单位签署了会展战略合作协议,为争取明年更多的会展活动在海口举办奠定了良好的基础,并且,该局还与长三角城市会展联盟签署战略合作框架协议,进一步扩大海口与上海、南京、杭州、合肥、南昌、宁波等联盟城市之间的协作与交流,促进会展业健康、可持续发展。

“今后将继续积极组织研究和扶持策划国际旅游岛优势产业品牌项目,引进先进技术合作办会办展,整合做大大地会品牌,加大对品牌项目培育的政策支持力度,为会展活动在海口举办创造条件,为把海南打造成区域性会展中心作出贡献,为构建海口大会展格局而努力。”吴家宏表示。(弓长)



近日,西北地区最大的新春传统水陆灯会在西安大唐芙蓉园内举办。据了解,此次灯会以浓郁的民俗特色、新颖的艺术手法、传统与时尚的文化混搭为主要展示内容,为民众打造一场视觉盛宴。图为灯会现场。张一辰 摄

2014成都会展:重节俭、国际化及会议服务

■ 本报记者 袁远

在业内人士眼中,成都是我国近些年来发展最快的会展城市之一,会议展览业为成都市品牌的发展和建立都作出了重大的贡献。据记者了解,2013年1至10月,成都共举办国际会议81个,包括2013财富全球论坛,第十二届世界华商大会,第二十一届中国国际工程大会,第三十五届世界水力学大会,第八届中国欧盟投资贸易合作洽谈会等众多重量级的国际会议。

2013年6月和9月,《财富》全球论坛和世界华商大会两大具有国际影响力的盛会齐聚蓉城,成都也成为迄今为止全球唯一一个在同一年度吸引两大盛会落户的城市。此前,仅有新加坡、中国香港和泰国曼谷在不同年度举办过此两大盛会。

新会风下的新机遇

众所周知,中央八项规定明确要求,精简会议活动,切实改进会风。成都市博览局局长母涛对此表示,新会风不仅对反对

铺张浪费,规范会展行业风气有积极意义,而且对会议市场提供了健康前行的推动力,这是挑战,更是机遇。会议应该由政府举办为主,向以市场为主转变,由注重形式向注重实效转变,引导会议产业向实效型、专业化方面发展。成都也根据八项规定,进一步调整了会议产业的发展思路,重点对在成都举办国际性、国家性和专业性的会展活动进行扶持,不再举办务虚会、研讨会,同时在成都举办各种会展活动,都严格按照节俭办会,注重实效的原则进行。

以第14届西部博览会(以下简称西博会)为例,据统计,该博览会的嘉宾数量、产品数量都较上届减少10%到68%不等,但是招商引资平台作用依然强劲,成都市在该次西博会上签约29个,同比增长了5.7%。对此,母涛认为,在国家政策的因素影响下,会议产业的作用,将得到更好的发挥,功效将进一步提升,地位将不断强化,这为城市发展会议产业标识了更高的起点,提出更新的要求,带来更好的机遇。

打造国际化会议品牌

“承办国际会议可以在较短时间内实现城市知名度、美誉度和影响力的大幅跃升。”母涛表示,下一步他们将紧紧围绕建设区域性国际交流中心的目标,以会奖旅游为先导,广泛争取国际会议的承办权,通过营造大事件效应,不断打造成都的国际化会议品牌,让成都更紧密地融入全球体系。

同时,中国核学会、中国水力发电工程学会、中国材料研究学会、中国仪器仪表学会等中科院所属国家行业学会的相关会议组织负责人表示,成都具有举办国际会议的良好会展设施条件和领先全国的会展服务模式,对在成都成功举办会议非常有信心,愿意与成都加强合作,在条件允许的情况下,将更多的国际性学术会议落户成都。

在刚刚结束的第六届中国会议产业大会上,成都市获得了“2013最受欢迎国际会议旅游目的地”称号,而随着与中科协合作

力度的进一步加大,更多国际会议落地成都,成都会展业的国际化水平将获得进一步的提升。

重视会议服务

母涛表示,成都这样的城市发展会议产业,还有一方面需要特别重视。

注重专业会议服务公司的作用。会议服务贯穿了整个会议的始终,即有会议的前期策划,也有会终的各项筹备和归期的管理执行。今年的财富全球论坛和世界华商大会,服务商都不是成都本地的,都是北京的服务商。世界华商大会就是由信诺传播执行的,成都本土的服务商和北京的服务商有很大的差距,所以我们就是要通过接触专业化的会议服务商,来提高我们整个会议的专业化水平。”母涛表示。

会展观察

业内通告

第六届北京双年展启动筹备工作

本报讯 自创办以来,已成功举办五届的北京国际美术双年展将在2015年迎来第六届。近日,主办方中国文联、北京市政府和中国美协在京举办新闻发布会,启动第六届北京国际美术双年展筹备工作。北京双年展一直坚持以当代形态的绘画和雕塑作品作为展览的主要形式,同时也适当吸纳装置、影像和综合材料作品参展。第六届北京双年展拟于2015年秋季在北京举办,将以“记忆与梦想”为主题,充分展现、发挥各国艺术家的人文关怀、创作激情和审美理想。据悉,第六届北京双年展投稿报名日期将截至2014年12月25日,评选工作将在2015年1月进行。(朱永安)

外展推荐

第十一届印度国际汽车、摩托车及零配件展览会

展会时间:2月6日至11日
展会地点:印度新德里 Pragmatism Maida 展览中心
展品范围:汽车、摩托车、特殊功能车、多用途运输车、商务车、公交车、卡车、两轮车、三轮车等
展会介绍:该展会创办于1986年,由印度汽车制造协会(SIAM)、印度汽车工业联合会(CII)与汽车零部件制造商协会(ACMA)联合主办。上届展出面积达12.5万平方米,展商数量达到了2105家。其中,印度国内展商1298家,海外展商807家。参展企业中,约0.19%为整车制造企业,83.3%为汽配生产企业。展会期间,前来参观的专业观众主要为海外大采购团(来自33个国家的98个代表团)、经理、部门经理、工程师、技术人员、政府官员、高级管理人员、决策者、经销商等。加拿大、中国、法国、德国、意大利、日本等10个国家在展会现场设有独立展馆。其中,中国展商声势浩大,近200家中国企业前来参展。对于中国汽摩配企业来说,该展是开拓印度市场的最好平台。该展在印度汽车行业甚至民众中都具备一定影响力。以南亚或中东为主的专业采购商对该展均有所了解。

印度是全球第二大双轮车生产国、第五大商用车生产国和亚洲第四大乘用车生产国。共有12家乘用车厂、9家商用车厂、5家专用车厂等。在汽车市场,马自达铃木、塔塔和现代(印度)的销量占印度整车总产量的70%;而摩托车市场基本被Hero Honda、Bajaj Auto、TVS三家企业瓜分。(毛雯)

微话题

宁波对政府会展“动刀”

会展张吉林V:政府机关渗透过多、大包大揽,是全国政府会展项目的“老大难”问题。随着现代会展业的不断发展,政府主导模式越来越难以适应现实发展需求,会展项目多而散、资金管理不规范,甚至出现铺张浪费等不良现象。

整治会展“四风”问题 昆明在行动

昆明廉博V:清理规范各类活动,未经批准或已明令取消的节庆、论坛、会展、晚会等活动一律不准举办;市级部门不得与县级或企业联办文艺晚会和节庆演出,不得使用财政资金、国有企业资金邀请各类名人明星参与活动。

让展会产生动力

福建商旅会展服务V:面对纷至沓来的展会邀请,企业对是否参加展会、参展能带来哪些效益、该如何充分利用会展传播企业的信息、如何与强大的对手同台竞展等一系列问题都心存疑惑,这就涉及到如何真正让展会发挥作用的问题。