

青岛世园会商业运营探路:政府购买专业化服务

■ 本报记者 周春雨

2014年青岛世界园艺博览会(以下简称2014青岛世园会)再为青岛的国际影响力加分。

近日,以“让生活走进自然”为主题的2014青岛世园会落下帷幕。这是青岛继举办2008年奥林匹克运动会奥帆赛(以下简称青岛奥帆赛)之后,时隔5年,再次承办的国际大型会展活动。

就在2014青岛世园会闭幕前夕,由加拿大花园协会主办的“花园无极限国际会议”、“北美花园旅游会议”组委会,为青岛世园会出色的策划、组织和运营,颁发国际花园旅游奖年度最佳展会奖。

国际园艺生产者协会(AIPH)秘书长提姆·布莱尔克里夫在得知青岛世园会获得国际花园旅游奖后表示:青岛世园会此次荣获年度最佳展会,进一步显示了全球园艺界对青岛世园会的肯定。

需要提出的是,青岛世园会尝试商业化运营,与中青旅博汇会展运营管理有限公司(以下简称中青旅博汇)合作,以购买专业化服务运营世园会项目。

探路商业化运营

2014年青岛世界园艺博览会执行委员会副秘书长朱悦涛接受记者采访时表示,与中青旅博汇的合作,是青岛世园会的一次创新性尝试。

青岛世园会的做法,也是截至目前为止,我国承办世园会的一次创新。

据朱悦涛介绍,在青岛世园会的运营上,青岛地方财政不直接投入资金,而是成立了国有独资的青岛世园(集团)有限公司,所需资金全部通过市场化方式解决,世园区内工程项目实行招投标制,由具备资质的企业承包建设。

青岛世园会商业开发借鉴了奥运会的市场开发模式,凭借青岛世园会的品牌价值,吸引了中国太平保险、青岛银行、山东航空公司等20多家企业签约赞助,赞助总金额达3亿元。

朱悦涛认为,青岛世园会市场开发的关键,在于知识产权保护环境日臻完善。随着2008北京奥运会的举办,我国政府和民众的知识产权意识有了很大提升,尤其是法律手段、规则措施的逐步完善,为企业提供了公平竞争的氛围和基础,也使得企业愿意花大价钱投资世园品牌。在朱悦涛看来,承办世园会的创新,是将市场开发手段运用到城市资源的管理运营上,而不是简单的投资。此外,政府须具有服务意识,转变职能,才能发现市场机会并用好社会资源。

购买专业化服务

在2014青岛世园会闭幕式上,国际园艺生产者协会(AIPH)主席维克·克朗为青岛世园会颁发了国际园艺生产者协会金牌奖,以及国际花园旅游奖2014年年度展会奖两个奖项。

维克·克朗表示:“举办(A2+B1)此类规模的展会并非易事,既需要有梦想,更需要全情投入,事无巨细、付出更多的努力。本

届世园会的组织工作非常庞杂,青岛成功完成了这一任务。”

“为青岛世园会提供专业化服务,执行力与团队的素质很重要。”中青旅国际会议展览有限公司(为中青旅博汇的经营方)高级副总裁郭俊华接受记者采访时强调。

据介绍,中青旅博汇承接2014青岛世界园艺博览会主题馆1、2、3号馆的整体运营以及3号馆国际竞赛的招展组织。作为国际园艺生产者协会的规定项目,国际竞赛是世园会的重要赛事。

在为期6个月的会期内,中青旅博汇举办了牡丹竞赛、插花花艺竞赛、洋兰竞赛、肉质多浆竞赛等10项室内竞赛的策划、招展、评审、颁奖活动,组织近4000多件国内外参赛作品,接待参赛方单位及参赛人员1500多人次。同时,还组织了114个室外展园评审等工作。

此次中青旅博汇的专业化服务及组织国际竞赛的能力,被青岛世园会的主办方、国家林业局、中国花卉协会等机构认为本次国际竞赛的组织是历届世园会以来的创举,对世园会的举办具有里程碑意义。

会展的倍数效应

2014青岛世园会,是首次在中国沿海城市举办的具有山地特色的世界性园艺展会。青岛世园会还在世园会历史上首创了展示竹类植物的专类馆和展示“海底森林”的海洋馆。

根据统计显示,青岛世园会在开园的半年中,累计入园游客400余万人,主题馆、植

物馆、园艺文化中心等展示性场馆累计接待游客约900万人次。

如果说,2008年青岛奥帆赛展现的是南部的海滨美景,2014年的青岛世园会则展示的是青岛北部的生态区。作为将永久保留的世园会址,依托青岛北部的崂山风景区而建,其“城市生态化”和“生态城市化”的理念,是青岛市政府的城市规划战略。

朱悦涛表示,举办世园会给青岛带来的价值,并不局限在吸引了多少客流,能有多少门票收入。更重要的是为青岛带来了一种新的城市管理理念,就是充分运用市场手段,完成社会资源的配置。

根据青岛市的规划,今后将放大世园效应,规划建设世园生态新区。发挥世园会在优化区域布局、统筹城乡发展、建设生态文明方面的带动作用,按照“投入在园内、效益在园外”和“立足眼前建世园、着眼长远建新区”的战略思路,在世园会园区及其周边规划194平方公里的世园生态新区。青岛市政府将世园生态新区与西海岸新区、蓝色硅谷、新机场列为统筹城乡发展的四大重点区域;新一轮城市总体规划将世园生态新区与红岛经济区、中德生态园列为三大重点战略地区。

朱悦涛表示,2008年奥运会让世界认识了“帆船之都”青岛,2014世园会则为“城市升级”更近一步。

本版话题

流行趋势发布,东华大学和北京服装学院也发布了2015/2016秋冬针织服装流行趋势。

上述业内人士表示,中国的针织品从内衣到时尚化服装所经历的路程看,本土企业与品牌的设计需求日益明显,消费者对于产品的优化设计诉求不断加大,品牌迎合消费者诉求,越来越重视品质、个性、风格及产品内涵。

据介绍,今年浙江桐乡首次组团参展,规模为1000平方米,希望借助时尚第一汇的平台,推广桐乡毛衫品牌。

展会期间,主办方还组织了以未来渠道发展及营销模式的论坛,主题围绕买手和品牌社会化营销来进行,主办方邀请国内外主流买手店和研究机构参与讨论各项议题。

在业内看来,时尚第一汇除了帮助针织产业集群加快转型升级、提供发展契机外,也为众多服装品牌寻找市场机遇提供了新的平台。

针博会转身时尚第一汇 力促行业升级

■ 本报记者 兰馨

近日,PH Value时尚第一汇暨中国国际针织博览会(以下简称时尚第一汇)在上海新国际博览中心落下帷幕。这是中国国际针织博览会与全球时尚展会和零售商会议领域的领先者——英国i2i会展集团(以下简称i2i)的合作,将展览更名为PH Value时尚第一汇暨中国国际针织博览会后(更名前简称针博会)举办的首届展览。展览吸引了超过150个国际与国内品牌参会。

双方合作后举办的展会展品品类扩展到服装、鞋包、配饰等,强调品牌的展示和塑造,品牌区内汇聚了来自中国内地、英国、法国、意大利、比利时、荷兰、丹麦,以及中国香港和中国台湾品牌参展。

展会极具吸引力

中方主办方之一的中国针织工业协会充分发挥其专业优势,利用多年积累的买家数据库为参展品牌提供服务,i2i集团则与其在上海、香港、新加坡、台北、首尔和东京的办事处合作,利用合作伙伴的当地数据库资源,邀请包括零售商、代理商和经销商来展会对接洽谈,买家主要来自大型百货商场、购物中心、国际连锁零售商、电商以及加盟代理商。

业内人士认为,针博会转身时尚第一汇的变化,预示着针织行业的转型升级。

中国纺织工业联合会会长助理、中国针织工业协会会长杨世滨表示,参加PH Value时尚第一汇是海外品牌进入中国的平台,也是国际合作的新突破。

此次时尚第一汇不仅吸引国际一线大牌

参展,还通过展会将国际化服装流行趋势引进了国内,这将有助于国内企业寻求更好的交流与沟通。需要提出的是,本次时尚第一汇的参展品类除服装外,还扩展到鞋包和配饰。

在展会现场,来自英国、法国、意大利、比利时、荷兰、丹麦、西班牙以及中国内地、香港和台湾等国家和地区的86个品牌。其中,sarah pacini、jones+jones等以女装和服饰为主的欧洲品牌都是第一次亮相中国。

促进国际合作

有参展商表示,首次参加时尚第一汇,希望通过参展找到中国的合作伙伴,提升设计水平。本次时尚第一汇期间,组委会组织了10场超过15个品牌参与的新品发布会。其中,国际著名趋势研究机构wgsn还在现场为展商与观众带来2015春夏男装和女装

现场:乱!

异常活跃的美容行业、急功近利的生产厂商、过度热情的参展人员,使得第二十五届北京美博会现场环境乱糟糟。

究其原因,一是行业备受瞩目,身为行业展的第二十五届北京美博会吸引了大量的展商与观众,现场环境嘈杂、拥挤。二是各家参展厂商,都带来了大量的产品,除了展出一小部分外,其余的都打包成箱堆放在展台角落,以便现场销售。另外,不少厂商还摆出了一张或数张美容床,为现场观众做脸部护理或纹绣眉眼唇等,令偌大的展台显得杂乱无章、拥挤不堪。三是众多参展人员肩负产品宣传推广员的使命,不管观众是否需要,一味地向观众硬塞产品资料,造成大量资料成了无效废纸,被观众随手扔掉,使得地面一片狼藉、脏乱不堪。

除了观众,有些展商对造成地面脏乱也有不可推卸的责任。记者在艾魅丽展台看到,一美容师一手用绣眉针给一观众绣眉,另一手自然而然地将擦掉多余色料的纸巾扔在地上。废纸巾散乱丢弃一地,无干净、卫生可言。

对此,观众柴女士颇有微词。用她的话说:“现场环境脏乱差,显得展会服务不



在第二十五届北京美博会上,一美容师正在给观众纹眉,其身旁的地上丢弃着大量废纸巾。

到位、现场人员素质偏低。好的现场环境可以体现主办方的管理水平,反映大家的自我约束力,并能够营造良好的沟通交流氛围。作为展会各方利益主体,无论是主办方还是展商、观众等都应该自觉地维护好现场环境。”

会展观察

业内通告

“乔丹杯”运动装备设计大赛奖项揭晓

本报讯 近日,在梅赛德斯一奔驰中国国际时装周期间,由中国服装设计师协会和乔丹体育股份有限公司共同主办的“乔丹杯”第九届中国运动装备设计大赛决赛暨乔丹·尹鹏2016S/S流行趋势发布在北京举办。

“乔丹杯”第九届中国运动装备设计大赛以“激情·喝彩”为主题,呈现了乔丹体育为2014年度盛大体育赛事释放的热情与诚意。在参赛作品,来自天津科技大学的张新杰以缤纷对撞的色彩表现了当下流行的印花,非常新颖;江西服装学院的陈倩以“动力十足”的男装表现了世界杯的激情,黑白红的经典搭配让人印象深刻;北京服装学院的郝真以中国传统五行为基础,展现了另类运动感的女精灵形象,独辟蹊径;培娜工作室的夏免的“律动”系列,表现了街头感十足的律动晨光,滑板、围巾等配饰非常引人注目。在运动鞋的设计中,内蒙古师范大学国际现代设计艺术学院的郭倩文以美国队长为灵感,用金属按钮、星标图案等形式组成未来感的运动鞋;西安工业大学的黄焯宏以五星巴西为参照设计的桑巴篮球鞋系列,立意非常特别。

在金顶奖设计师王玉涛领衔的评委经过初评和终评之后,最终入围决赛的20组优秀运动装设计作品和20组运动鞋设计作品角逐本届大赛鞋服类的金、银、铜奖。获奖选手将会得到乔丹体育的签约设计师机会,在乔丹品牌继续追逐自己的设计梦想。

(王伟亚)

中国·南方企业社会责任论坛召开 企业社会责任任重道远

本报讯 社会责任不仅是一个企业发展的必要条件和生存保证,同时对于树立企业良好的社会形象做出不可估量的贡献。

为此,2014年广东省社会责任研究会年会暨第七届中国·南方企业社会责任论坛于近日在仲恺农业工程学院举办。年会上,广东省社会责任研究会会长、教授、博士生导师黎友煊博士作《广东省社会责任研究会2014年工作报告》,还就广东省社会责任研究会理事会成员作了补选,并对2013年广东省社会责任研究年度优秀成果奖颁奖。

会议公布了“2013年度中国上市公司社会责任建设100强”和“2013年度广东省上市公司社会责任建设20强”名单并颁奖。另外,会议期间举办了主题报告和经济学家与企业家圆桌互动两个环节。广东省社会责任研究会副会长、五邑大学副校长、教授卢坤建博士做了“公共管理视角下的社会责任体系建设探究”主题发言。广东省社会责任研究会副会长,华南师范大学博士生导师林勇教授做了“经济发展与企业承担社会责任的方法方式”的主题发言等。参会人员踊跃提问,现场气氛十分活跃。

(静安)

励展践行企业社会责任

本报讯 随着冬季临近,为支援贫困的中国西部地区,励展博览集团全球员工共同参与了为贫困儿童购买新衣的捐款活动,这是2014年励展慈善计划中的主要活动之一——“把爱送给孩子们”行动。此次捐赠活动是继今年年初励展赞助一场慈善高尔夫球活动,为上海贫困社区募集了超过65万元开展的。“把爱送给孩子们”行动是励展与香港苗圃行动(Sowers Action)——一个致力于促进中国农村教育援助的非营利慈善机构携手共办。这一行动的目的是向云南省昭通市的学龄儿童捐赠温暖的羊毛外套,该地区在今年8月遭遇一场严重地震,导致600多人死亡、近2000人受伤。一旦冬季来临,昭通将迎来1至12摄氏度的低温,而这里的许多居民都较贫穷,只有靠薄薄的衣裳过冬。

此次行动,包括励展北京、上海、深圳和郑州办事处以及励展中国国际销售部的员工,励展全球管理团队成員共同参与捐助了458件衣服,合计5.496万元。

(庞海虹)