

香港展会提升双向平台职能 助力亚洲市场

■ 本报记者 兰馨

“10月至11月,香港有7个大型展会相继举办,累计规模达18万平方米。”近日,在第十八届北京·香港经济合作研讨洽谈会(以下简称京港洽谈会)开幕前,香港贸发局新任总裁方舜文接受记者采访时透露,香港贸发局对秋季电子展和秋季灯展的调查显示,84%的海外参展商看好亚洲市场,并希望通过参加香港展会进入亚洲市场。

方舜文表示,香港展会已由此前内地企业拓展国际市场的平台转为国际品牌进入亚洲市场的一个有效途径。

据介绍,本届京港洽谈会的主题是“互通要素、双向投资、同享机遇、共创繁荣”。方舜文强调,香港与北京的合作已日趋紧密。

京港合作密切

京港两地创新办会模式,鼓励和支持企业办会,此次京港洽谈会首次让在港企业和香港知名商协会牵头主办专题活动。加大香港各大商协会、在港国际商协会、中小商

协会邀请力度,首次定向邀请尚未在北京投资的香港综合实力排名前百强企业参加京港洽谈会,进一步提升京港洽谈会对香港企业的覆盖面和影响力。

数据显示,今年1月至9月,香港在京新设企业505个;实际利用外资48.1亿美元,增55.4%。截至9月,香港在京的外商投资企业累计1.3121万家,实际投资累计331.5亿美元。同时,香港是北京企业在境外投资最多的地区。今年1月至9月,北京在香港直接投资额达15.1亿美元,同比增长103.02%。截至9月,北京在香港累计直接投资额41.51亿美元,占北京全部境外直接投资的24.64%。从贸易方面看,香港是北京最重要的贸易伙伴之一。今年1月至9月,两地贸易额51.2亿美元。

对于京港合作,北京和香港长期保持着密切的经济往来,北京是香港最重要经贸伙伴之一。

竞争对手一直都在

在谈及与内地其他城市的合作时,方舜文坦陈,上海自贸区正在成为香港的竞争对手,但加强两地互惠互利合作至关重要。

方舜文表示,多年来,香港一直要面对不同的竞争对手。之前,外界认为香港的竞争对手是新加坡,现在说是上海。竞争不是坏事,随着内地逐步加大开发力度,对香港来说有很多好处。因为香港服务业发展得比较成熟,可以与上海、福建、天津等地进行互补,做到互惠互利。比如说,上海在造船业方面做得很好,而香港在航运服务方面做得比较好,所以双方有很好的合作空间。

针对近日试点开通的“沪港通”,方舜文表示,试点才开始,其中的机构投资者居多,想让一般民众对香港企业有所了解,还需更多地宣传推广。对此,香港贸发局将与香港交易所合作,在内地开展一系列路演,让香港企业更为内地熟知,进而吸引更多资金流入香港。

值得一提的是,上海自贸区目前运行已满一周年。随着内地多个沿海省份、城市也有望获批,香港如何保持优势备受关注。

继续提供双向平台

方舜文认为,随着香港转型,香港贸发局要扮演新角色,其中一大方向就是推广香港服务业,继续为全球企业提供

双向平台。一方面,为有意开拓亚洲,特别是中国内地市场的港商和海外企业提供服务;另一方面,助力中国内地乃至亚洲企业进军海外,推动香港成为亚洲“营商之都”。

目前,全球局势错综复杂,令贸易充满挑战,但亚洲区的增长速度胜于其他地区。无论是亚洲企业“走出去”,还是海外企业“走进来”,香港凭其成熟的服务业,做好桥梁角色大有可为。

香港在做海外企业进入中国内地的“桥头堡”的同时,今后将致力于做中国内地乃至亚洲企业进军海外的“桥头堡”,继续为全球企业提供双向平台。

方舜文还表示,除了“营商之都”,香港还要确立“潮流之都”的地位,香港贸发局不仅要海外举办大型活动,推动香港品牌,还要通过在香港举办多个与娱乐、设计、生活文化相关的展览,推销时尚香港的形象。

会展关注



某参展机构在展会上推出智能机器人参与互动表演



云端技术已经成为信息化教育发展趋势



利用信息化技术进行远程教育已经成为现代教育的重要组成部分

12月1日,由教育部直属单位中国教育学会主办,《中国教育》杂志社、知名展览机构雅森集团承办的2014国际智慧教育展览会在北京国家会议中心开幕。本次展览面积达1.6万平方米,218家教育机构参展,展品内容涉及智慧教学、智慧校园教育管理、智慧互动课堂等。

用技术驱动和创新驱动引领未来教育信息化发展新趋势,成为本届展会一大亮点。作为教育创新技术领航企业,思来氏、世纪超星、优士创新、方宇、蓝蛙等公司的展台人气爆棚。

本报记者 季春红 摄影报道

移动互联时代,会奖企业的位置在哪里



■ 王青道

移动互联时代,各行各业的运行模式和竞争环境都会发生深刻的变革,会奖旅游业当然也不例外。那么,在变革之后的市场格局中,会奖公司的位置又在哪里?

不可否认,在当下的会议与奖励旅游市场上,会奖公司发挥着十分重要的作用。会奖公司这个群体自诞生之日起,它们就以新理念、新技术、新方法、新手段的倡导者和实践者的形象,引领着产业发展潮流。不管是

在会奖市场成熟的发达国家,还是在像中国这样的发展中国家,都没有人会怀疑会奖公司这个专业群体的市场价值。即便是在移动互联时代,信息技术、计算机智能与电子商务迅猛发展,会奖公司的作用也无法取代。然而,价值是一回事,发挥作用的方式则是另外一回事。在电子商务环境下,会议与奖励旅游业的产业运行模式和市场竞争环境会有哪些改变?会奖公司发挥价值的方式与以往相比会有哪些不同?

长期以来,在会奖市场上,虽然上游客户拥有“自己说了算”的感觉,但在整个交易过程中,会奖公司始终处于信息的优势地位,是交易的真正主导者。在信息不对称的情况下,客户掌握的信息有限,而且他们之间也缺乏交流,凭借这种信息屏障,会奖市场得以维持相对稳定的状态。有人会说,会奖公司的竞争一直都很激烈啊。但是要知道,在缺少互联网深度参与的行业中,市场竞争其实并不充分。在电子商务环境下,信息传递更为方便、快捷,客户之间交流和联合的步伐大大加快,客户讨价还价的能力日渐增强。在这种情况下,会奖旅游企业凭借信息或者渠道优势获取额外利润的能力大大削弱,市场竞争必将更加激烈。

在传统竞争模式下,信息传递不畅,以规模效益为主的竞争优势一旦形成,就会产

生相对稳定的竞争格局。而在移动互联条件下,市场节奏加快,领先的产品与服务迅速被市场所接受。一家企业如果能够对市场需求和变化做出快速反应,并及时推出质优价廉的产品与服务,就将迅速占据市场。新的竞争模式与企业规模的关系已不再那么紧密,规模可以是优势也可以是快速反应的拖累。

随着电子商务的普及,中间环节的重要性虽然还在,但是简化的趋势不可避免。移动互联时代,企业建立自身供应网络的时间和成本大大降低,渠道资源大幅贬值。地理阻隔一直是许多目的地管理公司的一道防护屏障,但随着电子商务的普及,企业跨地区甚至跨国经营的能力逐渐增强,弱势企业无法再凭借地利而偏安一隅。会奖公司的行业集中度将迅速提高,强者更强,弱者更弱。

与此同时,随着中间环节的压缩,渠道资源的贬值以及灰色地带的消亡,会奖公司需要从客户价值的角度重新确立自身地位。重要的是,上游客户在运营管理方面的任何变革,都会以不同的方式传导给包括会奖企业在内的供应商群体,从而引发供需关系的调整与变化。

电子商务的逐步普及、O2O模式的广泛应用,将为企业间的交易提供一个虚拟的、无边界的平台,从而使得采购流程简化、信

息成本降低,企业与供应商之间的关系因此变得更加微妙,供求双方之间的主从关系变得更加清晰。

企业为了增强自身快速反应能力,更多的服务内容将通过外包方式来完成,这其中就存在着机遇与挑战。

总之,由移动互联引发的商业革命,改变的不仅仅是信息的传递方式和市场的交易方式,还深刻地影响着行业的市场格局和竞争环境。电子商务使市场参与者的力量对比发生了很大变化,并创造出了一个“重新洗牌”的机会。对于一个面向未来的会奖公司来说,真正需要超越的不是邻家的竞争对手,而是新的市场环境下客户的期待。如果没有判断错误,移动互联将会把中国会奖业划分为两个阶段:一个是移动互联“前阶段”,即中国会奖业的初期发展阶段;另一个则是移动互联“后阶段”,即中国会奖业快速发展的新阶段。

在新的发展阶段中,你的会奖公司的位置在哪里?

(作者系中国会展经济研究会副会长、《会议》杂志总编辑)

会展大咖秀

会展传真

粤澳欲联手申办国际展会

本报讯 记者近日从珠海会展局了解到,由于国际展会一般需要提前三年至五年申办,珠海方面正在策划跟澳门共同去申办国际上的一些展会项目,一部分放在澳门,一部分放在珠海。

得益于粤澳之间的联动合作,会展业正成为澳门非博彩经济中的一股重要力量。

澳门贸易投资促进局主席张祖荣表示,2013年全年有1030场会议展览在澳门举行。澳门和广东会展是错位发展、联动合作的关系。比如今年的澳门国际贸易投资展览会与广交会就是接驳的,会议展览产业区是由粤港澳携手联办,并且特别推出了“一程多站”服务和“会展直通车”计划,即展会引导客源到广交会参观,赴珠海横琴和广州南沙进行实地考察,为参展客商提供最大化的效益和商机。(谭超)

陕西举办首期会展从业人员培训班

本报讯 11月26日,由陕西省商务厅主办、西安市会展行业协会承办的第一期陕西省会展从业人员培训班在西安曲江国际会议中心开班。此次培训是陕西省会展行业培训零的突破,是会展从业人员平心静气学习的好机会。

此次培训聘请了会展专业院校的知名教授,从会展基础、国内外会展环境、行业形势分析、会展业政策法规、会展营销等方面进行了系统的培训,取得了较好的效果。陕西省会展行业近百家单位,共300余名学员参加了培训,规模大、人员多,尚属业界首次。

11月27日,陕西省会展从业人员培训班圆满结业。首期培训班的成功举办是陕西省会展从业人员、会展行业协会、会展行政管理部门的共同努力的结果。将为陕西省会展从业人员建立理论培训、业务研究、行业交流的良好平台。

据悉,第二期陕西省会展从业人员培训班将于12月23日至24日举办。(单尚)

成都会展经济晒单

本报讯 11月中旬,第十二届米其林必比登挑战赛在成都成功举办,这是继财富全球论坛、世界华商大会后,成都迎来的又一个国际性盛会。

随着米其林必比登挑战赛的成功落幕,今年1月至10月成都会展经济的成绩单也新鲜出炉。据成都市统计局统计数据显示,今年1月至10月,全市共成功举办第十五届中国西部国际博览会、第90届全国糖酒会等重要会展项目415个。其中,国际会议85个、展览165个、节庆赛事165个。展览总面积280.5万平方米,同比增长19.4%。会展业直接收入58.7亿元,同比增长17.6%。拉动消费499.4亿元,同比增长19.3%。

除了吸引国际展会落地,成都还着力打造本土展会品牌。

今年10月1日至14日,成都首次创办的自创品牌大型文化创意和设计服务产业展会——2014成都创意设计周举行,总成交金额达4.8亿元。

不仅如此,在今年的第十五届中国西部国际博览会上,成都还推出了“六会”、“十推介”、“四展”等20项活动。其中,在成都市投资说明会暨项目签约仪式上,成都签下14个签约项目,累计金额达517.5亿元。

此外,还通过第十五届成都国际家具展览会、第四届成都国际孕婴童产品博览会暨中小学生用品展销会等15个消费者参与程度较高、拉动消费成效明显、促进产业发展显著的大型消费类品牌展会活动,吸引了大量市民逛展。其中,仅家具展、孕婴童展、美食节等六大活动累计成交额(含零售)就超过380亿元。

据了解,接下来,成都还将举办世界机器人及智能装备产业大会暨博览会、中国(成都)国际都市现代农业博览会、中国成都现代工业技术博览会等会展活动。(刘彦君)