

励展布局再提速 或开启中国“上海会展年”

■ 本报记者 兰 馨

2015年开年以来,励展博览集团及其大中华区(以下简称励展)在上海先后签署了两项战略合作协议,令本不平静的上海会展市场再掀波澜。

1月中旬,励展与中国对外贸易中心(集团)(以下简称对外贸易中心)在上海召开了战略合作协议签约仪式暨新闻发布会,双方正式建立战略合作伙伴关系。随后,励展大中华区对外宣布:与上海扩展展览服务有限公司(以下简称扩展)已正式成立新合资企业——上海励扩展览有限公司(以下简称励扩)。

针对近期励展战略布局动作频频,一位不愿具名的业内人士表示,励展跻身上海市场,终于圆了“中国会展大市场”的夙愿。该人士分析认为,2015年将成为励展的中国“上海会展年”。

组建上海励扩合资公司

记者从励展方面获悉,1月21日,励扩作为励展博览集团大中华区与上海扩展展览服务有限公司成立的新合资公司正式对外亮相。

事实上,早在2014年11月下旬,励展大中华区曾对外宣布,与扩展达成协议,自2015年起,双方合作主办中国国际触摸屏博览会(C-TOUCH,以下简称全触展)。该展会创办于2008年,现已成为领先的国际性触

摸屏行业展会。

时隔两个月后,双方以励扩合资公司的“新面孔”出现在中国会展业界。据介绍,一年两次的全触展今年将于7月、11月分别在上海和深圳举办。

对于又一个合资公司的成立,励展博览集团大中华区总裁王国洪坦陈:“全触展是励展电子制造与装配展会组合的一个重要补充,很高兴又一支充满活力的团队加入励展。双方通过合作将实现甚至超越客户预期。”

目前,属于励展大中华区的已有5个电子展,总展览面积超过15万平方米,参与者达11.7万余名。而这一全新合资企业将促进励展大中华区在电子制造与装配展会领域的全面发展。

两个月前,扩展董事长张祥括谈及双方的合作时表示:“与励展的合作将把全触展推到一个更高的层次。双方合作预示着上海和深圳触摸屏行业的竞争格局将发生改变。”

“了却最大心愿”

“与中国对外贸易中心(集团)达成战略合作,是励展在中国的最大愿望。”上述不愿具名的业内人士说。

1月中旬,励展与对外贸易中心在上海举行战略合作协议签约仪式,双方正式建立战略合作伙伴关系。据悉,这是世界最

大的展览场馆拥有方与全球最大的展览主办机构之间的第一次亲密接触,也是国内国家级大型会展国企与海外一流展览机构的首次合作。

励展博览集团全球主席Mike Rusbridge在签约仪式上表示:“励展在中国历经了30多年的发展,此次签约是励展博览集团的一个里程碑事件。”

据介绍,励展与中国对外贸易中心(集团)的新型战略联盟协议是双方之间的“强大意向声明”,共同的目标是继续在中国打造世界领先的展会。

根据合作双方声明,本次战略合作以“卓有成效,长期合作,共同发展”为原则,以实现互惠互利、合作共赢为目标,将充分利用各自优势资源,在多层次、多业务领域实现全方位合作。主要合作内容有高层定期会晤、信息资源共享、专业人才培养、展览运营合作、展览场馆合作、展览工程等。目前,已经确定达成的合作项目是今年5月励展的合资公司——国药励展旗下的医疗健康产业的三大展会——“医博会”、“药交会”、“原料会”。融合后,三大展会将正式入驻对外贸易中心旗下的上海虹桥国家会展中心。

在华已有9家成员公司

截至目前,励展博览集团大中华区已拥有包括励扩在内的9家成员公司。

Mike Rusbridge在与对外贸易中心签署

合作协议后表示:“对于中国市场的承诺,励展从来没有像现在这么强烈。从全球角度而言,励展博览集团主办的展会吸引了来自世界各地的700多万名参与者,为其客户达成数十亿美元的业务交易。但与对外贸易中心的合作伙伴关系将帮助励展在中国举办的一些合作项目实现共赢。这一联盟关系也将有助于中国实现展览行业的现代化和可持续发展。”

据悉,2015年,励展大中华区将通过其旗下的9家成员公司在全国各地主办50余场展会,涉及12个行业。

在励展方面看来,目前,中国经济发展进入新常态,市场化步伐加快,大规模“走出去”和“引进来”正在同步发生,不同所有制的融合在中国政府的大力推动下正在积极探索发展。

励展方面强调,中国对外贸易中心(集团)与励展博览集团的战略合作,是中国会展企业积极与国际会展企业优势互补、合作共赢的典范,是扩大开放的体现,是中国会展业提升国际参与度的体现,将对中国从展览大国迈向展览强国,对全球会展业更加兼容并蓄、健康发展产生积极的促进作用。

会展关注

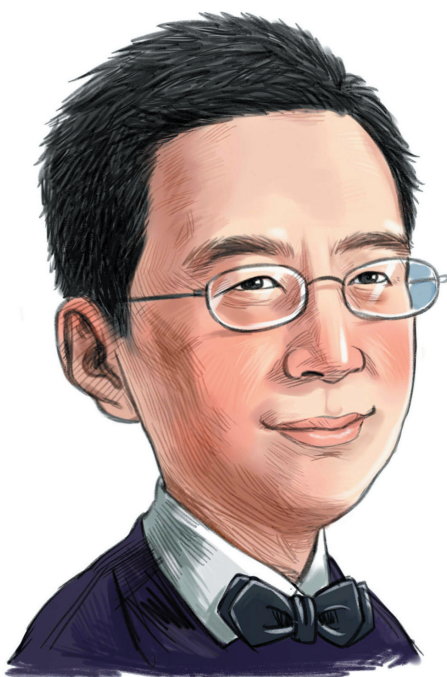


1月26日,为期3天的美丽乡村博览会在北京全国农业展览馆闭幕。

本次博览会汇集政策导向、金融资本、专家智库、信息化技术、生态循环农业技术、各类企业资源,设置科技、文化、实践等方面信息,以美丽乡村十大创建模式的典型村落介绍为主要内容,打造了一个展览成果、推介技术、交流经验、启迪思路的平台,为各地美丽乡村创建活动提供能量与源泉,为建设“宜居、易业、怡游、逸生活”的美丽乡村作出贡献。

本报记者 季春红 摄影报道

点评2014中国年会展业十大新闻



■ 沙克仲

2014年12月30日,《中国贸易报》联合中国经济网推出了2014年中国会展业十大新闻,笔者从一个普通展览企业的角度谈谈看法,供业界人士批评指正。

一、中央规定:党政机关严禁在三亚等21个景区开会。

点评:公共财政支出问题的关键在于,一要公开透明,二要切实发挥人民代表大会等机构在预算制定、审议和执行中的监督、制衡作用,其它均属治标之举。

从会展业的角度来看,靠财政资金吃饭

这条道必将越走越窄,这也属于会议产业需要适应的一种“新常态”。

二、中国将主办2016年G20峰会,成为亚洲第二个主办国。

点评:G20峰会在中国召开绝对是件大事,但它跟APEC一样,离我们日常所说的会展行业还是远了点。因此,把这一条评为会展业的十大新闻之一,虽有利于提升会展业的地位,但毕竟有点牵强。

APEC在北京召开,主要话题不在于会展行业,“主场外交”、亚太自贸区、“互联互通”乃至“APEC蓝”及周边企业的停产、百姓的出行、公共部门放假,这些才是真正相关的话题。除了中国贸促会、国家会议中心承担了接待工作之外,APEC跟通常所说的会展业没什么大的关系。从这个意义上说,2016年的G20峰会跟APEC也不会有什么两样。

三、世界互联网大会永久落户乌镇。

点评:一、世界互联网大会虽然重要,但也毕竟只是一个行业的会议。二、会议的核心在于内容,本次会议在内容上没见到十分引人注目的报道,倒是“永久落户乌镇”随处可见。

貌似“高大上”的一条会议新闻,笔者更倾向于把它理解为乌镇和中青旅的一条“植入广告”。做得的确很棒!值得学习。

四、会展业变革,“大数据的游戏开始了”。

点评:会展业和很多传统产业需不需要大数据?答案是肯定的。笔者并不是因为写过力挺传统会展的文章,就对新技术、新

事物持抵触态度。

笔者只不过是讨厌两个现象:一是“技术派”们耸人听闻的营销方式,什么“已死”了、OUT了、“颠覆”了,这种以制造恐惧来达到营销目的的方式如果不能说已经过时了,至少也是用得太多、太滥。二是把“大数据”等概念说得玄而又玄,不接地气。2014年年底,在美国国际展览和项目协会(IAEE)年会上,笔者认真听了听美国同行如何解读大数据和会展业的关系。令人惊讶的是,这个在国内很“玄”的话题到了美国,本人也能听得懂!原因是美国同行谈大数据时总是把它结合到办展的每一个环节,比如客户关系管理时怎么用大数据、销售时大数据如何发挥作用、现场管理时大数据有些什么作用。这样的解读,展会组织方就既不“困惑”,也不“犹豫”、“观望”了。“大数据的游戏”就应该这么开始!

五、2014年APEC领导人非正式会议在北京召开。

点评:参见第二条。

六、上海国家会展中心投入运营。

点评:个人认为,这应该是中国会展业第一大新闻。这个庞然大物出来以后,至少业界需要关注以下几个问题:在上海展览市场上,有的“规矩”破了,今后的市场规范和竞争格局会怎样?上海场馆的供求关系会怎么发展?国家会展中心对长三角、上海周边地带乃至全国会展业会有什么影响?

超大型会展中心如何经营?其对周边环境会产生什么影响?不妨拭目以待。

七、大连北方国际展览股份有限公司上市挂牌。

点评:从融资的角度来看,笔者不认为有什么重大意义。融资不是展览企业面临的最大问题。这倒不在于展览企业有什么特殊的融资渠道,关键是您有资金了,投什么展会?有什么展会可投?在题材饱和、同类展会竞争激烈的展览市场中,抓一个新题材是最费脑筋的,相比之下,融资的难度倒在其次。据笔者所知,还是有不少企业手里拿着大把“银子”,睁大了双眼盯着市场看有什么新题材和新机会。从这个意义上说,这条新闻没有业内解读得那样意义重大,更何况北方国际上的还是流动性并不强的新三板。

这条新闻让业内反思的是,会展业融资的目的到底是什么?另外,对会展业与资本市场的关系怎么理解?为什么资本市场总体上对会展企业并不“感冒”?会展企业缺的是什么呢?

八、中央巡视组第二轮巡视:商务部部分展会过于奢华。

点评:说得极端一点,不是奢华不奢华的问题,而是政府部门该不该举办展会的问题!首先是该不该花的问题,有些部门钱太多,花起来太随意;其次才是怎么花的问题。关于财政支出的问题,参见第一条,这些都是同一个性质的问题。

会展传真

深圳推出
会展业最新资助办法

本报讯 日前,深圳市经贸信息委与深圳市财政委印发了《深圳市会展业财政资助专项资金管理办法》。根据这一最新资助办法,每年经认定的深圳品牌展会将获得最高50万元的奖励。

深圳会展业财政资助专项资金涵盖展会培育期、展会成长期,甚至包括第三方认证、召开国际会议等。展会培育期资助项目,是指在深圳举办展览面积达到4500平方米及以上的展会,最高按照实际租用场馆场租费用的25%给予资助,资助金额不超过200万元,资助不超过5届;展会成长期资助项目,是在深圳举办的已过培育期的重要展会,其展览面积比上届扩大20%及以上,或展览面积达到2万平方米及以上且比上届扩大4500平方米以上的,最高按实际增加租用场馆场租费用的50%给予资助,资助金额不超过100万元。

此外,对在深圳市举办的获国际展览业协会(UFI)等国际展览机构认证的展会、获国际展览业协会(UFI)等国际展览机构认证的深圳市展览机构,一次性给予15万元的奖励。

(刘虹展)

ITE将继续深耕
俄罗斯市场

本报讯 今年,ITE集团将会继续带领中国企业通过参展来开拓俄罗斯市场。

据记者了解,ITE集团专注于新兴市场尤其是俄罗斯市场,是俄罗斯展览业领导企业,共有118个系列展会,其中有19个展会是行业领导展会,其所办展会占俄罗斯展览市场总额的23%。值得一提的是,ITE是俄罗斯最大展会——莫斯科建材展的主办方。

商务部数据显示,2014年,中俄贸易额增长6.8%,达到创纪录的952.8亿美元。双向投资依然活跃,地方间往来日益频繁,两国间一批大型经济技术合作项目陆续启动实施,为双边经贸合作发展注入新动力。

中俄双边贸易正在快速发展,中国在俄罗斯对外贸易中占据榜首位置,并在俄罗斯贸易伙伴之间起着极其重要的作用。在俄罗斯市场拥有强大组织经验的ITE,希望把更多中国企业引进俄罗斯市场。

(静安)