展览业立法:主导市场化还是强化行政色彩

■ 本报记者 静 安

近日,制定《上海市展览业管理条例》(以下简称《条例》)的议案已被列为正式立法案一事,引发了业内关于展览业管理的讨论。

记者调查显示,业内人士对制定《条例》的目的是什么、是否为加强行政管理非常关心。

众所周知,2014年,上海市商务委员会为进一步优化会展业市场环境,将过去的国际展审批制改为备案登记制;由一年两次审批改为网上即时审核,审核项目由原先的9项减少为4项;取消展览档期保护;非上海的展览公司也可到上海办展。这些举措激发了市场活力,让业界拍手称快。

而此次制定《条例》的议案被列为正式列为立法案,则让业界"雾里看花"。

"引发揣测"

"在这个时间节点宣布《条例》被列为正式立法案,难免引发猜想。"一位不愿具名的业内人士如是说。

该人士表示,由于宣布《条例》被列为正式立法案恰恰在"药交会"参展商和观众诟病上海交通以及相关配套设施不完善之后,因此不得不引发业内"联想"。

对于《上海市展览业管理条例》被列为正式立法案一事,另一位业内资深人士在接受《中国贸易报》记者采访时强调说:"如果是为了避免区际竞争而制定管理条例是应该给予支持的,但因和其2014年的取消展览档期保护规定相违背,所以才会引发猜测。"

据知情人士透露,自国家会展中心建成后,上海新国际博览中心2015年前5个月出租的展览面积同比减少了100万平方米。这或许是《条例》被列为正式立法案引发业内揣测的结果。

就业内的各种猜测,记者向上海市有关管理部门提出了采访意愿,但截至记者发稿前,并未得到回应。

对此,上述业内资深人士表示,看来,目前这些都只能停留在猜测层面。

"约束什么?"

"已经列为立法案了,表明《条例》此前已经有一个较长的准备时间。"中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎认为,展览业立法并没有那么急迫。

陈泽炎表示,展览业的立法,要清晰约束什么?如果只是为了管理展览行业的诚信就提出一个立法案来,显然不符合市场需求。而2014年上海已取消了展览档期保护,《条例》列为立法案的目标是什么,又要保护什么?这个需要界定清楚。

陈泽炎强调,对于中国的展览业来说,立法不是当务之急。上海展览业的当务之急是贯彻国务院公布的国发〔2015〕15号文《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》(以下简称国发15号文件),这是国务院首次全面系统地提出展览业发展的战略目标和主要任务,对进一步促进展览业改革发展作出了全面部署。

陈泽炎指出,显然,《上海市展览业管理条例》与国发15号文件不呼应。

"或是创新?"

"在地方法规中,其中一类是国家法规的贯彻。"好博塔苏斯展览有限公司高级经济师、董事、副总经理张凡接受记者采访时表示,立法要确定是什么目的。如果《条例》不具备操作性,则没有意义。

张凡强调说,国发15号文件中关于展览业的管理,明确了在展览的事中和事后的管理。对于展览业来说,政府要厘清哪些属于事中管理,哪些属于事后管理。

张凡认为,法规不应该带有行政色彩,而是要具有较强的约束性和强制性。

张凡表示,如果《上海市展览业管理条例》对目前混乱的上海会展市场起到制约作用,不失为是一种创新。但问题是,《条例》强化的是什么?

需要指出的是,在会展市场发展不顺畅时,一些地方政府就会提出立法,希望通过立法手段解决会展业发展过程中的所有问题。

对此,业内人士均认为,会展业应强化其市场行为,而非行政色彩。

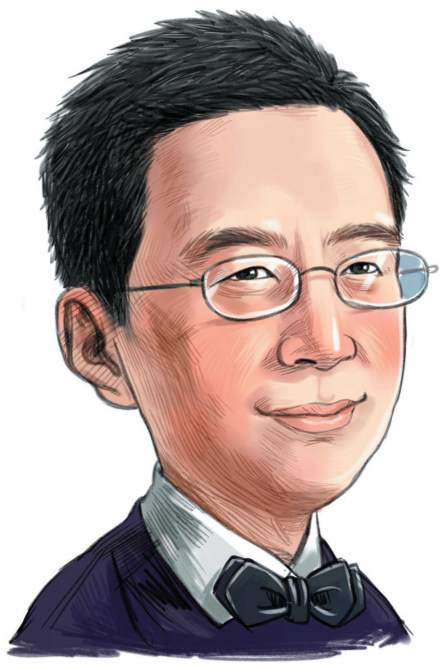
会展关注

5月31日,为期4天的2015天津(国际)家具展览会在天津梅江国际会展中心闭幕。

据悉,本届家具展得到了众多业内企业的关注和支持,延续了以实木为主,同时涵盖其他品类的办展特色。本次展会规模大、展区大、品类全,展览面积扩增至10万平方米,立足"京津冀"协助同发展,汇聚行业内的最新产品、创新理念、设计潮流及行业发展的最新趋势和动向。为支持原创设计,本次展会还专门开设了设计专区,为有才华的设计师提供展示创意与设计的舞台,打通设计商业化之路,同时也方便企业寻找最合适的设计,实现品牌传播与设计价值的双赢。

王欣鹏 摄

拥抱互联网时代 会展业不遑多让



■ 沙克仲

近几年有一种观点,认为倡导和坚持面对面沟通的传统会展业迟早要被"颠覆",网上虚拟展会将替代实体展会。这个观点在上世纪90年代末曾风行一时,后来随着互联网泡沫的破裂而归于沉寂。这些年,随着互联网技术再次成为社会发展的重要推动力量,上述观点卷土重来,重新成为人们讨论的话题。

会展业需要与互联网结合,这是经济社会发展使然。但是,笔者所不能认同的是会展业与互联网技术对立、非此即彼的观点。会展业固然是传统行业,但会展业并不保守。如果回溯到哪怕是15年前,看看那个时期的会展行业,便不难发现,现在的会展业已经进入了一个与互联网技术融合的时代。与其他很多行业相比,会展业在拥抱互联网时代、运用互联网技术方面不遑多让、毫不逊色。

曾几何时,互联网已经成为人们了解展会信息的最重要渠道,很难想象没有自己网站的展会将是什么样儿;电子邮件基本上已经替代了纸质招展材料,参展商名录也越来越多地从纸质名录转变为网上名录(online catalogue);社交媒体推广、SEO早已成为会展营销的"家常便饭"。在营销软件方面,美国走在了前面,基于云技术的客户管理和营销软件被广泛使用,传统数据库被Salesforce、Microsoft Dynamics、Sugar等替代,而且目前这些软件均有智能手机版本,这大大提升了使用的便利性和空间范围;美国还有许多营销软件如HubSpot、Marketo等,这些软件分析客户行为,致力于提高使用者的精准营销能力,颇有大数据概念的影子。

在展会现场管理方面,RFID(射频识别)技术刚刚被投入使用不久,基于该技术的NFC(near field communication,近距离无线通信)技术又脱颖而出。由于成本低廉,NFC大有取代RFID之势。主办方可以利用NFC相关技术推送展会信息,展商可以向观众推送信息,同时观众也可以通过NFC主动获取展会和展商信息。在美国,仅客户跟踪、位置行为识别方面的软件就有10多种……

值得一提的是,随着智能手机的广泛使用,会展业同步进入移动互联时代。在技术领域,近期为行业所关注和重点推广的展会App发展最快。据美国相关机构对300家会展组织者进行的一项调查显示,2016年之前,86%的展览组织机构都会使用展会App,其中94%的机构在2015年加大了对App的资金投入力度和使用范围。

展会App过去只不过是参展指南的网上电子版,这个时代将一去不复返。目前,展会App已经应用到现场登录注册、交流互动、客户洽谈邀约等许多展会环节。通过App,除了可以了解展会日程、查看展览"地图"之外,还可以获得展览会议的参与主体信息,并与之建立联系、实现沟通。在会议方面,利用App可以提前向演讲嘉宾提问题、获得观众会后的反馈、下载会议材料如演讲嘉宾的PPT等。当然,App也少不了定位功能,主办方利用定位功能了解观众的参观路径和兴趣点,从而优化展览管理。由此产生的"大数据",有可能是技术给会展业带来的下一个惊喜。

由此可见,会展业与互联网的融合正在加速。回到本文最初的话题,如果我们把传统展会与互联网的结合看作是一种创新,其实现方式可能有两种:第一种是像我们上面介绍的那样,即展会各个环节的互联网化,利用互联网提升展会营销、运营等各个环节的效率;第二种是对展会本身商业模式的否定和颠覆,比如以虚拟展会彻底替代实体展会。

从目前的情况来看,第一种创新正更为实际。笔者认为,这是会展业拥抱互联网时代的务实态度。第二种方式更像是一种具有前瞻性的预测。实体展会将被"颠覆",会展业的O2O、互联网+的实质就是线上虚拟展会代替实体展会,笔者怀疑这种思维可能过于简单,是一种非黑即白、非此即彼的简单思维。相比之下,国际上一些展会组织者目前结合实体展会,或者利用App,或者在网站上实现展商和观众互动沟通,这样线上线下融合的尝试和实践似乎更具有现实意义。另外,对原有模式进行彻底的否定和颠覆,比如上马虚拟展会,即便有可能产生历史性的突破,实现巨大的价值,但其失败的可能性也远远大于实体展会。一方面,这种预测还没有得到市场检验,也许根本不符合市场需求;另一方面,即使这种预测是正确的,对上马新模式时机的把握也将决定创新者的成败,"望山跑死马",过早的投入有可能让创新者成为"先烈"。

总之,一个基本的认识是,会展业在拥抱互联网时代的过程中不遑多让,正在主动地一步一个脚印地发展。我们需要做的是,专注每一个提升展会参与者价值的细节,务实地推动每一种技术的创新和运用。至于展会与互联网还会以何种方式实现结合,让市场来决定吧,我们拭目以待。

(作者系北京圣讯文化发展有限公司总经理、青岛海名会展集团顾问)

会展大咖秀

会展传真

会展专业掌门人汇聚绍兴 创新高校课堂教学

近日,由浙江省会展学会主办、浙江农业商贸职业学院承办的2015第四届浙江省会展专业掌门人圆桌会议在浙江绍兴举行。本次会议以"高校课堂教学创新"为主题,围绕"扩大小班化教学"、"全面减少必修课,增加选修课"、"实施分层分类教学"、"建立新开课预讲制和准入制"等议题展开自由讨论,许多学校的创新做法为与会者带来很多启示。这些创新参与者包括杭州科技职业技术学院的开课准入制度和课程准入制度、长短课有机结合制度开展较早,并做出了特色;安徽财贸职业技术学院的"仿真微公司"分组学习法;浙江农业商贸职业学院教学团队制定的"2+3+5"策略;金华职业技术学院试行"弹性学分制"、分方向开展教学;浙江万里学院引导学生做会展产业研究报告"持续三年,分层递进";上海师范大学的"区域巡察学习法";树人大学实行短学期制;浙江金融职业学院的中外合作办学;浙江经贸职业技术学院在系层面开展的跨专业创新平台课程建设等等。

与会者认为,浙江省会展教育和会展业一样,面临新的挑战和机遇,肩负从"大"向"强"转变的重任。

本届圆桌会议首次"走出浙江,跨境邀约",特别邀请了江苏省会议展览业协会秘书长王志扬先生,安徽财贸职业技术学院、上海对外经贸大学、上海师范大学的丁蓉、蓝星、卢晓3位会展专业掌门人出席。

圆桌会议是浙江省浙学论坛分论坛项目,每年一届如期召开。依照惯例,会议最后确定了明年圆桌会议的时间地点。在各院校踊跃申报承办权的基础上,会议经投票决定,第五届浙江省会展专业掌门人圆桌会议将于2016年5月21日召开,金华职业技术学院赢得承办权。

(钟 鑫)

贵阳会展业借"大数据"转型

互联网+和大数据+,正在驱动贵州贵阳会展业转型升级。利用互联网跨界创新的2015贵阳国际大数据产业博览会暨全球大数据时代贵阳峰会(以下简称数博会),"三个升级"让人耳目一新。

据贵阳市投资促进局副局长、会展办副主任吴宏春介绍,本次数博会首先引入了会展专用云计算应用服务系统,实现参展与观众的线上注册,确保展商及专业观众信息的全面收集;同时,建立起展商、观众数据库,实现展中、展后的数据分析,形成分析报告,为办好下一届数博会提供数据支持。其次,通过手机APP软件及微信注册、iBeacon会展导航等创新手段,实现观众的自助参与。最后,在实现展商线上注册的同时,为展商提供展台观众统计、收集产品信息、潜在商机管理等增值服务。

贵阳市会展办提供的资料显示,去年贵阳共举办各类会展活动680余场,参会参展人数约351万人次,实现直接经济效益18.27亿元,综合经济效益137亿元。中国会展经济研究会的统计数据显示,贵阳市会展业在全国省会城市的综合排名由2011年的第30位上升到2014年的第18名,发展势头强劲。

过去,展会的收入主要来自展位销售、门票及广告等;现在,数据信息也能创造价值,而由多个细小数据汇集而成的大数据则是会展业未来可持续发展的核心竞争力之一。

(沈丽琼)