

米兰世博会成功闭幕 中国馆摘获两项大奖

■ 本报记者 静安

历时半年的2015年米兰世博会于10月31日成功落下帷幕。6个月中,超过2150万名来自世界各地的参观者见证了这场以“滋养地球,生命的能源”为主题的盛会。其中,中国馆累计接待中外观众突破300万人次,成为米兰世博会最受关注、参观人数最多的场馆之一,并获得了国际展览局评选出的“大模块建筑奖项铜奖”和意大利著名出版集团Classeditor组织评选的“世博展馆遗产大奖”循环利用杰出奖一等奖。

在闭幕仪式上,意大利总统马塔雷拉表示,米兰世博会为世界各国搭建起交流平台,为实现“零饥饿”目标和全球粮食安全作出了积极贡献。国际展览局秘书长洛塞泰斯指出,米兰世博会的成功举办是米兰、伦巴第大区以及整个意大利的骄傲。米兰世博会政府总代表萨拉认为,米兰世博会的成功举办不仅为人类的饮食文明留下了可贵的财富,也向世界展示了意大利的才华和能力。中国贸促会副会长、米兰世博会中国馆政府总代表王锦诗代表中国馆出席闭幕仪式。米兰世博会闭幕当天下午4时30分,中

国馆举行闭幕仪式。2015年米兰世博会中国馆系中国首次以大模块自建馆形式参加海外世博会,建筑占地面积达4590平方米,由前区园林花海和形似“歇山”的馆体组成。自米兰世博会开幕以来,造型磅礴大气、独具韵味的中国馆吸引了大量中外游客参观,并被媒体评为米兰世博会最受欢迎三大场馆之一,受到了国际展览局、意大利米兰世博会组委会、各参展方和参观者的高度评价。国际展览局为本届世博会设置了建筑设计、主题演绎以及展览展示三个类别的奖

项,对集群联合馆(Cluster)、小模块(2000平方米以下)自建馆及大模块(2000平方米以上)自建馆等分别进行评定。其中,大模块建筑奖是注册类世博会上含金量最高、最重要的奖项。“麦浪”造型的中国馆从米兰世博会26个大模块自建馆中脱颖而出,摘获2015年米兰世博会大模块建筑奖铜奖。另外,中国馆还获得了由意大利著名出版集团Classeditor组织评选的2015年米兰世博会“世博展馆遗产大奖”循环利用杰出奖一等奖。负责此次“世博遗产大奖”的独立第三方评审团由意大利前总理普罗迪、米

兰前市长莫拉蒂、国际食品政策研究院总干事方升根、2007年诺贝尔经济奖得主马斯基、马尼拉天主教安东尼奥和世界农艺协会主席阿尔瓦雷斯等世界知名人士组成,具有高度的权威性和公信力。在参评的140多个展馆中,中国馆凭借“可循环”的环保建筑设计和面向未来的可持续发展展示理念获得评委会高度评价。

米兰世博会特别报道

会展传真

国家会展中心(上海)“空中绿色通道”明年建成

本报讯 近日,一条专门为国家会展中心(上海)客流进出“舒筋活血”的“空中绿色通道”全长343米,将缓解会展中心参观客流快速疏散的压力。

国家会展中心(上海)于2014年年底投入使用,是目前世界上面积最大的建筑单体和会展综合体,设计容量为40万人次。不过,今年5月举办的医博会系列展会几乎“挤满”了国家会展中心(上海),客流进出遇到了较大瓶颈。由于国家会展中心(上海)位于虹桥商务区,大型展会举办期间,前来参观的客流经常遭遇上下班高峰,再叠加乘坐飞机、火车的出行人流,容易引发较为严重的拥堵,开通更便捷的观众分流通道迫在眉睫。

据悉,该工程将于明年1月15日结构贯通,并于6月竣工交付使用。(敬晨)

前三季度重庆两江新区会展业营收增长20%

本报讯 记者近日从重庆两江新区管委会获悉,今年1月至9月,新区会展产业发展态势良好,营业收入增长20%。作为两江新区会展产业的代表企业,重庆悦来投资集团相关负责人介绍说,今年前三季度,重庆国际博览中心共举办展览14场,展览面积达65万平方米;演唱会14场,活动16场,会议90场,文化业态更加丰富。

重庆国际博览中心作为全国第四大、西部第一大会展中心,场馆硬件条件可媲美国际一流展馆,有效弥补了过去重庆会展场地不足、无法承办大型展会的局限,助力重庆会展业发展连上新台阶。

今年以来,在重庆举办的一系列大型知名品牌展会大都选择在重庆国际博览中心举办,如第16届立嘉国际机械展、第18届中国(重庆)国际投资暨全球采购会等。(黄军)

协会商会财政拨款被取消 或加快会展业市场化进程

■ 本报记者 周春雨

财政部近日下发通知称,从2018年起,中央财政将取消对行业协会商会的直接拨款。

通知称,按照中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《行业协会商会与行政机关脱钩总体方案》要求,为支持行业协会商会脱钩试点稳步推进,鼓励行业协会商会加快脱钩,中央财政对原有财政拨款支持的行业协会商会按原经费管理渠道继续给予一定支持。

通知还明确,在逐步减少直至取消行业协会商会财政拨款的同时,中央财政还将通过购买服务等方式支持行业协会商会发展,按照政府购买服务相关管理规定,将适宜委托行业协会商会承担的服务事项纳入政府购买服务指导目录,加强信息公开和绩效管理。

从表面上看,这一通知与会展业似乎没有瓜葛。但在会展业内引发两种不同观点:一方观点认为,失去财政拨款的“二政府”将失去“特权”;另一方观点认为,协会商会牵头主办的展会已经市场化,该通知对其影响不会太大。

协会需自主经营

“会有其他机遇。”酒店哥哥网总裁许锋认为,协会商会应该像企业一样精心运营。

根据国办发[2015]53号通知,为落实《中共中央办公厅 国务院办公厅关于印发〈行业协会商会与行政机关脱钩总体方案〉的通知》有关要求,积极稳妥推进行业协会商会与行政机关脱钩,国务院决定成立行业协会商会与行政机关脱钩联合工作组(以下简称联合工作组)。

联合工作组的职责是组织实施《行业协会商会与行政机关脱钩总体方案》,推进全国性行业协会商会脱钩工作,指导和督促各地区行业协会商会脱钩工作,统筹协调解决脱钩工作中的重点、难点问题。

据许锋介绍,在欧美,协会完全是NGO(非政府组织),没有政府财政支持。但有的协会会吸纳相关政府机构为会员,并向其收取相关的会费。譬如UFI(国际展览协会)、ICCA(国际大会及会议协会)等国际知名协会,会员就包括不同城市的旅游局、博览局。

有人士认为,协会商会与政府机构脱钩,这表明中国会展业加速与国际接轨。

不影响成熟会展项目

“对展会的影响不明显。”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,多数由行业协会主办的大型展会早已成型,不再依靠财政拨款维持运营。而依赖财政拨款运营的展会,在市场竞争下无法继续生存。

有业内人士提到,协会商会与政府机构脱钩后,由其主办的展会将进一步市场化。对此说法,陈泽炎表示,目前会展市场的情况是,有些由协会主办的展会,如由中国机床工具工业协会主办的“机床展”,其影响力的确大于由专业展览公司举办的同类展会。但石油类展会则不同,由专业展览公司举办的要好于由行业协会主办的。这是由市场平衡决定的。

对于稍早前业内流传的企业“被参展”的说法,陈泽炎强调,“被参展”的是指政府主导型展会,与由协会商会主办的展会不同,这需要厘清。

许锋则强调,协会商会与政府机构脱钩,并不表明中国会展业与国际接轨。在他看来,这是两个不同的概念。

政府为展会外包服务发包方

“政府主导型展会要实现的是政府的战

略目标。”陈泽炎强调,自国发15号文件公布以来,要求政府退出主办展会的呼声越来越高,甚至要求政府完全退出主办展会的角色。这其中需要明确的是,15号文件提出的是政府机构不能介入展会业务。

陈泽炎表示,作为展会的所有者与利用者、展会外包服务的发包方,政府是希望利用展会这一平台实现战略发展目标。这里需要指出的是,政府不是用行政的办法而是以展会外包服务发包方的身份,达成既定目标。

陈泽炎指出,政府主导型会展活动项目本身是可以市场化运作的。一直以来,政府会展活动项目承包不出去,是因为条件不够优惠或者是没有实际的承包方。

至于业内抱怨协会商会的“二政府”行为,近年来已经不多见了。尤其是行业协会主办的成熟展会非常需要行业龙头企业来参展,以提升展会的影响力。可以说,彼此已成为亲密的伙伴关系,几乎不存在协会商会以“二政府”身份强迫其会员企业参展的现象。

会展关注



日前,第十四届中国国际食品加工和包装机械展览会(CHINA FOODTECH)在北京举办。来自中国、美国、韩国等多个国家和地区的数百家品牌企业参展,展览面积超过5万平方米。产品涉及原料清洗、切割、包装、仓储和物流等食品加工环节的设备。

图为石家庄汉普食品机械有限公司展出的超精细面条加工设备引来观众驻足。

本报记者 季春红 摄影报道

会议的变革:从面对面到价值平台



■ 王青道

上个月,听一位朋友说,上海地区多年来一直很成功的、以外国人为主要参会对象的会议运营模式,今年遇到了麻烦,一些以此业务为生的公司面临生存困境。曾几何时,这种会议模式引来了很多羡慕的目光——洋人参会,交钱多又痛快,而且是美元。

刚听到这个消息的时候,笔者心里紧张了一下。可仔细琢磨,也不觉得奇怪。近些年来,各行各业都在发生剧烈变化。几年前流行的很多产品与服务,如今都不见了踪影。会议市场也一样,旧的东西、旧的模式逐渐消亡,新的东西、新的模式不断产生,只不过会议市场的变化不像时尚消费品市场般抢眼罢了。就在几年前,随便一个协会或者什么机构,攒个主题、找个景区、发个文件,就有很多人跟着凑热闹。现在可不一样了,别说中央不允许,即便放松控制,如果会议没有什么知名度、主题不好,或者会议目的地与会议场所没什么新意,也不会有多少人跟着瞎耽误工夫。

时代的发展就像一列奔驰向前的列车,如果你不能成为车里人,就会成为车里人过眼的风景。

时代变了,“会议”的概念是不是也需要更新呢?长期以来,“会议”被认为是多人面对面交流的一种方式。那么,只是“面对面”和“交流”就是“会议”了吗?为什么那么多以“面对面”和“交流”为特点的会议惨遭淘汰?为什么很多会议成为了浪费时间的一种方式?人们通过会议到底想要获取什么

东西?什么样的会议才能面向未来?

在以往很长的一段时期里,人们都在为温饱而战,所以时间不值钱,随便一些吃的、玩的或者可以带回家的东西,都可能诱惑着人们不远千里去参会。现在呢,几乎所有的东西都变了模样,老套的开会模式自然也就没有了市场。现在,会议应该做做“减法”了。笔者认为,会议的“减法”可以先从以下几点开始:

一要减掉简单的信息传递型会议。互联网前时代,很多会议都是简单的信息传递工具。如今是信息时代,除非你的信息有足够强大的魅力,否则别想把任何人拽在会议室的椅子上。

二要减掉简单的吃喝玩乐游导向型会议。用“二八定律”分析参会群体就会发现,中国潜在的参会人群虽然庞大,但是真正有能力、有资格参会的人只是其中的一小部分。而这部分人属于高端消费群体,最不缺少的就是简单的吃喝玩乐游体验。

时代变了,会议的内涵也在发生变化——会议已经不只是“面对面”和“交流”那么简单的事情了,就像现在“吃饭”的目的已经不再只是为了“填饱肚子”一样。笔者认

为,会议除了具有“面对面”和“交流”的内涵之外,还要加上“为参与各方带来相应价值”这一条。这里面有两层意思:一、“面对面”和“交流”作为会议的基本方式没有变;二、会议要为参会各方(不仅包括组织者,还包括参会者、演讲者、赞助者、服务提供者等)都带来相应的价值。这样一个新的定义,既会给长期以来以组织者为主导的会议运营管理模式提出挑战,也会使更多有名无实的“会议”失去生存空间。

关于会议的“价值”,我们需要从多个角度来理解:

一是参与者的机构价值和个人价值。会议首先是一种工作的工具,会议的参与者都是某个机构的代表,机构承担了费用、提供了时间,参与者首先要完成机构赋予的使命;参与者同时又是活生生的人,他有各种生理的、社会的需求要在会议过程中实现。也就是说,机构的使命是通过一个个的人来完成的。因此,会议必须具备为机构和个人两方面同时提供有效价值的价值。

二是会议的核心价值和附加价值。会议的核心价值实现的过程,就是会议组织方通过各种有效方式,包括学习、讨论、观点分

享、社交、业务与激励等,让参与者实现参会目的的过程。会议的附加价值,就是会议组织方通过一系列设计与安排,让参与者获得更多、更好的价值体验,既包括工作方面的,比如考察、参观等;也包括个人方面的,比如旅游、购物、休闲娱乐、美食、文化艺术、体育健身等。

由此看来,面对面交流只是会议的形式,为参与者各方带来实际价值才是会议的本质。经济发展与社会进步不断地抬升着人们对于会议的期待。在这种背景下,会议要出色地完成自己的使命,不仅需要简单的面对面对话的工具变身为全新价值的创造者,还需要发展成为强大平台的建设者和推动者,进而让更多相关的人参与进来,并长期受益。

(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

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。