

顺德会展业重新谋划再出发

■ 本报记者 兰馨

11月12日,“顺德北部片区项目对接大会暨项目奠基及动工仪式”在广东(潭洲)国际会展中心场址举行。

此次大会全面展示了顺德北部片区在一体化规划、国际合作平台、会展经济、产业招商、创业创新、基础设施等方面的决心与初步成果,并在“智造、智贸、智享”三大产业主题下推出了系列合作项目,总投资额为1200亿元。

广东省佛山市顺德区委副书记、代区长彭聪恩表示,顺德北部片区将紧紧依托中欧城镇化合作示范区和中德工业服务区两大“金字招牌”,大力发展会展经济,并通过会展业带动相关产业崛起,引领顺德制造业向高端转型升级。“打造对外开放口,与欧洲开展深度合作,让世界先进工业制造的‘质’与中国制造‘量’更好地结合”。

按照顺德区政府提出的建设顺德北部片区一体化发展战略,未来这个片区将实现资源共享、优势互补和开放合作。在产业规划上,北部片区未来将以“一心两翼三轴”

的产业空间布局,以会展片区为核心区,统筹布局智能制造、商务会展、设计创意、科技孵化、电商创客、文化旅游等产业。

会展业将成北部片区三大产业之一

备受瞩目的广东(潭洲)国际会展中心举行奠基仪式,这标志着该会展中心从概念图、效果图层面真正进入实质性施工阶段。未来,会展业将成为顺德北部片区发展三大产业之一,备受会展企业期待。

广东(潭洲)国际会展中心由同济大学建筑设计研究院(集团)有限公司设计。据了解,该公司设计的以“两龙文化”为灵感的方案打败意大利、德国、日本及国内其他优秀设计公司的方案,最终中标。

据悉,该方案以岭南“两龙文化”为灵感,其设计的展馆屋面如同竞相出水的龙舟,侧面则仿若顺德人奋力划舟,连廊则串起了各个展厅,映衬了顺德舞龙文化。

随着中标方案的公布,广东(潭洲)国际会展中心奠基仪式举行。据介绍,会展中心项目将于12月正式动工,预计首期8万平方米的展馆将会在明年9月完工并投入使用。

届时,第二届“互联网+”博览会及第二届珠江西岸先进装备制造制造业投资贸易洽谈会都将在广东(潭洲)国际会展中心举办。

对于会展中心与德国展览公司的合作情况,汉诺威米兰展览会(中国)有限公司总经理符禹透露,目前双方仍在深度交流中。

借用外力发展会展业

此次与广东(潭洲)国际会展中心签约的合作方表示,将引进和联合办展。

据签约企业之一、米奥兰特国际会展董事长潘建军介绍,之所以选择顺德,是看中了顺德的产业结构,“顺德具有世界知名的家具和家电产业,再加上有自己的会展平台,可以结合本土企业的特点,把顺德的品牌推得更广。”

潘建军表示,等到2016年广东(潭洲)国际会展中心建成后,顺德将不再仅是一个制造业基地,还将是一个营销基地。“我们现在会展的合作伙伴大多来自‘一带一路’沿线国家和全球范围内的新市场。把他们的会展带到顺德举办,将增加参展企业数量和丰富展品内容。与在广州举办的会展相比,

在顺德举办的会展将更加贴近本土企业需求,与本地企业的联系也会更加密切”。

另一家参加签约仪式的广东鸿威国际会展企业集团,是一家综合性会展企业,在产业和休闲等方面具有丰富的办展经验。其总经理王登云介绍说,他们选择顺德的原因在于看中了广东(潭洲)国际会展中心优越的地理位置。他们目前签约的两个展览项目分别是园林展览和新材料展览。

“在举办园林类会展方面,顺德在佛山甚至广东都具备优势,尤其是陈村的花卉资源。新材料是发展制造业的基础材料,顺德具有发达的制造业优势,而新材料类展会必将成为顺德会展业发展的一个重点。”有关人士介绍说,等广东(潭洲)会展中心建成后,顺德将有自己的平台举办这两类展会。

顺德会展业的新征程

有业内人士表示,在北部片区一体化战略的带动下,顺德会展业正上演新一轮的发展速度。

彭聪恩强调:“会展就是展示我们顺德

的自信心,展示北部片区、佛山中心城区开放的、包容的、步入中欧城镇服务区的一个响亮招牌。”

记者从知情人士处获悉,在“顺德北部片区项目对接大会暨项目奠基及动工仪式”上,广东会展组展企业协会组织36家会展企业共同参会,探讨顺德会展业的发展。

在本次顺德北部片区项目对接大会上,会展业板块一共签约9个项目。达成合作框架协议的一系列会展项目涉及广东会展组展企业协会提供会展资讯、培训、引进和宣传等服务,广东广播电视台会展频道电视直播间落户顺德,振威展览集团、米奥兰特国际会展、青岛海名、巴斯特、广东鸿威、广东智展将其品牌优势展览落户顺德或共同主办,上海安普特提供“一站式”会展物流服务。

广东会展组展企业协会会长刘松萍表示,顺德会展业将迎来新的发展机遇。

会展关注

会展传真

河北省出台促进展览业改革发展实施意见

本报讯 河北省政府近日印发的《关于促进展览业改革发展的实施意见》提出,到2020年,河北省力争培育2个至4个在国际和国内具有一定影响力的展览城市、5个至10个在国内外具有一定影响力的京津冀区域自主品牌展会,建设1个至2个具备现代化设施的大型展览场馆,进一步完善河北省展览业布局,全面提升河北省展览业的综合竞争力和影响力。

在创新驱动发展展览业方面,意见提出,一要培育展会品牌。按照专业化、国际化、品牌化要求,支持中国·廊坊国际经济贸易洽谈会、唐山陶瓷博览会等较大展会通过跨国、跨地区的会展市场联合,进一步做大做强;引导石家庄动漫博览会等一批具有产业基础、地域特色的中型展会,努力向品牌展会发展;鼓励品牌展会申请驰名商标和著名商标,创建服务名牌。二要深化国际合作。吸收国外资金、技术和管理人才进入河北省展览市场,引进国际知名会展品牌到境内合作办展,提高境内展会的质量、水平和效益;组织有条件、有实力的企业到境外参展办展,支持品牌展览和展览企业开拓国际市场。三要加强京津冀对接。以京津冀协同发展国家重大战略为指引,建立京津冀展览业交流协作机制,积极推动京津冀“大展览圈”建设,谋求京津冀展览错位发展;搭建京津冀展览业信息服务平台,推动会展场馆、会展企业、会展服务单位合作交流、合作办展,实现三地展会、展馆、参展商信息资源共享共用;积极承接北京市非首都功能疏解和京津产业转移,整合资源,优化服务,推动河北省展览业做大做强,成为新的增长极。

(吴新光)

大连会展业首推产学研合作

本报讯 近日,辽宁省对外经贸学院与中国贸促会大连市分会、大连市会议展览行业协会分别签订了合作框架协议及产学研合作协议。未来,几方将在人才培养、智力交流及科研、决策咨询等方面展开多层次合作。

作为中国最早一批发展会展业的城市之一,大连会展产业具有一定优势,拥有多个在国内具有相当影响力的品牌展会。但近年来,大连会展业面临着展人才匮乏、专业展会规模萎缩等发展困境。

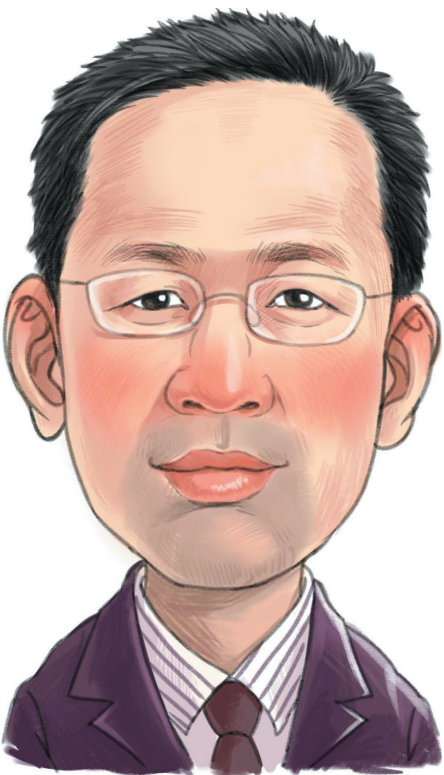
据悉,目前大连市会展、会议产业每年的专业人才缺口至少数百人。为了充分发挥相关机构的互补性优势,有效聚集创新要素和资源,中国贸促会大连市分会与辽宁对外经贸学院此次达成合作框架协议,大连市会议展览行业协会与辽宁对外经贸学院签订产学研合作协议。未来,辽宁对外经贸学院将协助中国贸促会大连市分会及会展行业协会进行科学研究、发展规划制定、行业趋势预测等,部分会展专业学生将享受到协会企业实习甚至工作等良好机会。(孙霞)



11月16日,为期4天的2015中国·厦门国际汽车展览会(以下简称厦门车展)在厦门国际会展中心落下帷幕。本届厦门车展由连续举办了12届的海西房·车大联展升级而来,展览面积突破了5万平方米,汇集了80余个品牌、近千款新车。



笔者在现场看到,参展车型中,不乏10月底才面市的新车,如搭载16大领先科技的全新宝马7系、备受关注的新能源车比亚迪宋等。更令人惊喜的是,多款新车选择厦门车展作为首秀舞台,现场举行了上市发布会。



■ 姜淮

应南非共和国夸祖鲁—纳塔尔省(Natal,以下简称夸纳省)邀请,广东省政企代表团于本月上旬前往南非出席相关商务活动。本次活动是广东省响应国家“一带一路”战略,以拓展商贸旅游为契机,加强两省间深度合作的举措。笔者随同参与了一系列商务考察活动,其中涉及商贸、旅游和会展等领域合作交流。两省交互做了投资和贸易环境的推介,并达成诸多合作协议,签署了两省拓展商贸旅游会展备忘录。在参与了和商贸旅游相关联的会展领域事务后,笔者有了一些感想。

考察交流首站为约翰内斯堡桑顿会展中心。桑顿会展中心是南部非洲的国际领先和最有声望的、多目的的展览和会议中心,展览面积为1万平方米,年办展数量30场次至40场次,经常举办国际性的会议和展览,因而配套了众多各具规模的会议室。2005年5月8日,“全非洲中国和平统一论

“一带一路”会展机遇畅想

坛”在这里召开。

带着筹备东莞产品南非博览会的意向,笔者一行与桑顿会展中心方进行了商洽。东莞作为国际制造业名城,其尤其特色且规模化的会展经济,给桑顿会展中心留下了深刻印象,坚定了其承接“南博会”的信心。

此行,笔者的职责是为同行的会展和跨境贸易企业做南非市场拓展的投资评估顾问,通过对当地产业、贸易、专业市场和办展环境的考察作出可行性论证。由此引发了笔者个人对近年来,尤其是“一带一路”战略提出后,逐渐风生水起的政府展的反向思考。

目前,“东南西北”为呼应国家战略的投资贸易类政府展方兴未艾,很多国家热衷于参与中国此类展会,展位费优惠甚至免费,往来机票和食宿免单,产品热销,获得空前的收益。在“请进来”的战略导向下,政府展为一些国家的廉价终端消费品提供了免费的销售市场。

从产品和经济结构来看,以出口为导向的中国加工制造业产品具有相当大的国际比较优势。我们通过展会,开放国内市场。但在一般贸易和加工贸易领域,展会的双边关系是否能达到平衡?

我们是否因开放了具有比较优势的市场,而进一步加大了产能过剩?

我们办展所追求的最终经济目的何在?是否可以通过免单的付出而获得资源类或能源类的产品?

因为我们拥有世界上种类最多、质优价廉的加工类终端产品。反观当前“东南西北”此类展会,我们引进的或曰被引进的所谓的国外特色产品多为旅游、农产品等。

目前,似乎没人去关注此类问题。在万国旗帜飘扬和电子礼花鞭炮的宏大热烈氛围中,我们沉醉于达到了“请进来”的梦幻中。

记得一年多前,有位成都的老板找到我

们,希望在展会上帮其接洽东南亚一些国家的客商,意向在其国家投资设立家具厂,因这些国家严禁原木出口,希望通过在当地建厂,生产家具然后返销国内和世界其他国家。且不论是否有关政策行得通,这种思路还是值得推崇。君不见,中国的加工装备机械在出口的过程中,不是按其技术含量而是以重量来定价,美其名曰扩大装备制造业的出口,实质是在卖钢铁。为什么别人可以这么做,而我们在具有比较优势的领域却做不到?

或许可以这么说,在对“一带一路”战略解读中,我们的大方向是正确的。而在贯彻总体思路的具体媒介或载体运用中,还存在一定程度的“盲人摸象”。我们通过展会为众多国外消费品提供了免费销售平台,又通过大笔推广费为其招徕了大批消费者,帮其赚得盆满钵满。这是不想彰显大国风范?毕竟,世界已进入了市场经济时代。

基于这种认识,此次随广东省政商代表团考察南非市场,评估和筹划“南非东莞产品博览会”则适逢其时、恰逢其势。借顶层战略设计,拓展沿线海外市场。在操作层面上,政府的财政资金真正用到了企业身上,通过一系列的推广,辅之于跨境电商平台和出口退税政策,扩大制造业产品出口,做大贸易额,发展境外经销商和代理商,直至建立完善的O2O渠道体系。由此,笔者在总结考察成效时,提出的定位:借政策势能,以展览为先锋,以跨境贸易为目的,满足公共需求和企业需求,得到了广东省政府和商务厅、贸促会领导的肯定。

此次考察的另一个认识修正了笔者的初始想法。作为该类展会的实际运作者,需要考量的重要因素之一是办展成本的最优化,理想的做法是举办巡回展。主要城市的巡回展出,可以摊销一次性的组展、物流、人工费用。笔者通过走访了解到,南非新建了

众多的“中国城”,集中了类似于义乌小商品城销售的货物,是多年前由一批以广东人和福建人为主的华人客商兴办的。近年来,“中国城”的经营遇到了瓶颈。他们响应“一带一路”的商贸会展构想,希望在不同城市若干个中国城举办,由此意想吸引更多的产品和企业落户“中国城”。然而,“一带一路”巡回展的产品与“中国城”常态化销售的产品存在天壤之别:一为优质产品,一为低端廉价商品。是弥合展品差距,还是在专业场馆办展?似乎回到了展会专业化的角度进行评估了。这里暂不做深究。

另一种理想的做法是以博览会造势,依据首届举办的成效分析,深入目标消费市场的数据库,有针对性地策划举办系列优质产品展,如服装、玩具、家具、食品、高尔夫用品等,由“博”而“专”,实现产品贸易和展会效益的最大化。

以上可统称为“走出去”。而推而广之,展会可以“走”入众多沿线国家。

因承办海上丝绸之路博览会的机缘,笔者相识了塞舌尔总统特使,与其多次交流,对在塞举办展会进行了深度沟通。作为印度洋上的岛国,旅游是该国支柱产业。而珠三角可以为其提供优质的沙滩用品,还可以帮其策划国际婚纱摄影、婚礼活动。由此,则能将产品与地方特色有机结合,通过展会、活动的平台,扩大产品贸易,做大当地旅游市场,互惠双赢。类似的题材可以挖掘很多,关键是将产品优势与沿线国家的特色产业相结合,达到互惠互利的目的。由此,以展会来诠释“一带一路”的经济宏图。

(作者系广东现代会展管理公司副总经理、中国会展经济研究会副秘书长)

会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。