

●会展关注

移动互联网时代 会展服务亟须定制化产品

■ 本报记者 兰馨

在“互联网+”的背景下,中国会展服务转型升级的速度正超出国际同行。

准确地说,随着移动互联网的快速发展,会展活动的主办方已将移动互联作为服务转型升级最有力的技术支撑。尤其是近两年来,随着专业类展会规模的扩容,其主办方对服务技术个性化的需求日趋紧迫。

《中国贸易报》记者调查发现,几乎所有的会展项目主办方在与移动互联服务技术供应商的对接中,都很难达成“一拍即合”的结果。常常是主办方需要简单便捷的服务功能,供应商却因不熟悉会展项目的流程,而设计的产品操作过程繁琐。据调查,这一类的APP多因注册用时过长,而被观众放弃。

某主办方一位不愿具名的相关负责人表示:“我们需要的是一

款人人都会用的‘傻瓜’软件。”

服务的变与不变

记者从法兰克福展览(上海)有限公司(以下简称法兰克福)内部“汽配展”总结会上了解到,2015年“汽配展”观众的统计数字为10.9686万人次,来自140多个国家和地区,远超2014年的8万人次,增长了23%。

据法兰克福有关负责人介绍,相比2014年,2015年“汽配展”观众使用移动端登记注册的数量增长424%。针对需求,2015年“汽配展”的移动端登记注册系统的确进行了人性化的改进,注册流程更便捷、更注重用户现场使用体验。

该负责人强调,为观众提供移动端登记注册系统,为的是提供更便捷的服务。这就需要将现场服

务前置。简单地讲,就是将所有会展现场登记注册等环节,提前与供应商进行沟通、设计,力求观众在现场使用移动端时,可以节省更多排队等待的时间。

由于不同的专业类展会有其特殊性,主办方对移动端服务产品的需求也各不相同,而且其对移动互联技术不大熟悉;同样,供应商对会展具体业务及流程不熟悉,以至于所能提供的产品与主办方预期的差距往往很大。

产品设计应以客户需求为重

记者发现,目前的问题是供需双方对移动互联产品设计的关注点,存在较大差距。

“对主办方来说,观众数据是非常重要的资源。”某茶博会相关负责人李先生坦陈,之前,很多主办方不愿意尝试移动端的登记注册产品,更多的原因是,担心自己会展项目的观众数据“被流失”。此前一段时期,会展业界还对会展项目数据的安全性进行过讨论。令会展主办方左右为难的是,如不使用移动端登记注册系统,又担心落在时代后面,

失去竞争力。

供需双方的矛盾还在于供应商认为技术很重要;而主办方则认为注册环节越简单越好,最理想的是老年人都能使用。

据李先生介绍,事实上,令会展主办方更不愿接受的是,供应商给出的报价很高,甚至有的供应商为了让客户接受高价格、高回馈的移动端登记注册系统,在系统中添加了很多增项服务。

李先生认为,供应商的增项服务不是从实际的使用出发,而是一味地强调技术,产品设计显得过于臃肿。参展商和观众在注册过程中往往因环节太繁琐,而放弃使用,导致主办方投入的资金遭受直接损失。

应用功能需简化

有关统计数据 displays,国内每年举办展会8000多个,其中八成以上都是专业类展览项目。这意味着这么多不同类型的展览项目,需要各不相同的移动端登记注册系统。

针对这一现状,业内人士指出,供应商切记不要将一个展览项

目的移动端登记注册系统稍加改变,拷贝给另外一个完全不同的展览项目。这样的产品,客户不满意,甚至会因此失去客户。

法兰克福有关负责人表示,专业类展会移动端登记注册系统是一款定制化产品。因此,供应商应该主动熟悉并掌握展览项目的运作流程,并根据不同类型的展会特点,提供有专业属性的移动端登记注册产品。而不是在合作过程中,再按照客户的需求一步步进行完善,这样不仅耽误时间,也容易让客户对其失去信任。

事实上,随着会展业的快速发展,不仅会展主办方们相继启用了移动端系统,不少会展城市也在着手建立城市会展数据平台。这其中,最先有动作的是成都。2015年10月,成都智慧会展大数据中心上线,这是一款集数据采集、存储、管理、分析、运用和展示等功能于一体的综合应用平台。

这对移动互联服务技术供应商提出了新的要求:不同的会展城市,有不同的性格和特点,需要不同的产品。

昆明会展业纳入政府统计范畴

日前,昆明市统计局审批通过了“昆明市会展业统计报表”统计调查项目,这意味着昆明会展业从今年起正式纳入政府统计范畴。

昆明市博览事务局相关负责人表示,将在数据采集和分析的基础上,定期发布行业统计数据,为行业企业、研究机构提供数据服务,从而实现统计数据的共享和数据价值的最大化。

在此之前,昆明市尚未建立会展业的专项统计体系,导致有关反映会展业发展情况的基础性数据比较匮乏,给行业企业竞争与发展、行业宣传与推广、政策引导与管理等工作带来较大约束,也不利于会展业的持续发展和提升。鉴于此,昆明市博览事务局在参考发达地区会展业统计工作经验的基础上,结合全市会展业发展现状,编制了昆明市会展业统计报表制度。

昆明会展业自上世纪90年代末初步形成以来,已成长为一个初具规模、相对独立的行业。据不完全统计,目前,昆明市以会展业务为主要业务活动的企业数量约有200家,相关外围服务企业数以千计;年度举办各类展会超过400场,总展览面积超过130万平方米。

昆明市会展业统计工作定位为政府统计的范畴,其作为一种政府管理部门根据履行监督管理职责的需要,依法组织实施的部门统计调查活动,从而实现对行业信息的定期持续采集,有利于行业企业及时了解市场动态,把握市场机会,实施差异化竞争策略,促进企业创新和良性发展;有利于行业管理部门各项工作的开展,提高行业管理和政策扶持的精细化水平;有利于相关各方积极开展行业研究,深化对行业发展的认识,为行业发展提供有效的智力支持。

(来源:昆明市博览事务局)

昆明市会展业统计体系由三部分构成:一是数据采集部分。通过制定和实施会展业统计报表制度,收集反映行业企业发展和会展项目活动的统计数据,形成完整的行业统计数据库。二是数据分析部分。通过对基础数据的整理统计和分析,对行业经济发展情况进行统计核算,形成定期的行业统计报告,为行业管理决策提供支撑和服务。三是数据发布部分。通过网络平台和新闻通报会等多种方式,定期发布行业统计数据,为行业企业、研究机构提供数据服务,从而实现统计数据的共享和数据价值的最大化。

昆明市会展业统计体系的调查对象界定为两大类、六小类:一是会展业企业单位,即主要从事会议、展览、大型节庆等活动的主办或承办业务的企业单位。具体包括展览活动主办企业单位、会议活动主办企业单位以及专业会展场馆运营企业。二是非会展业企业单位,是指附营会展业或从事与会展业直接相关的经济活动的其他行业企业单位。具体包括会展专业服务企业、住宿业单位和非专业场馆单位。

昆明市会展业统计体系的调查内容主要包括单位统计和项目统计两大模块。其中,单位统计以企业为基本调查单元,主要统计企业基本信息、人员结构、基础设施、财务状况以及运营会展和服务会展的情况。项目统计是以具体的展览和会议活动项目为基本调查单元,主要统计项目总量、项目基本信息、项目规模情况以及项目收支情况。

昆明市会展业统计体系采取“统计报表调查”这一基本的调查方式,对会展业企业进行普查,对非会展业企业则进行重点调查。



多件“孤品”亮相昆明收藏品博览会

近日,2016中国昆明收藏品博览会在昆明举办。吉庆有余洋彩镂空青花套瓶、唐青花点彩瓷质乐伎女俑、孔雀蓝釉花鸟虫贝盖罐等估价上亿的“孤品”亮相展会,让众多收藏爱好者赞叹不绝。云南省收藏家协会会长李德昆介绍说,云南在抗日战争时期属于大后方,许多富商在当年携带大量宝贝前来避难,以至于许多藏品流落云南。刘冉阳 摄



会议市场的假象

■ 王青道

很多企业、投资商纷纷进入会议市场,而且期望在短期内建功立业。经过一段时间的折腾后,猛然发现,中国会议市场与他们想象的不一样——看起来很大,可做到一定的份额却很难;原本在很多行业成功运行的法则,在会议市场上却失去了效力。前段时间,一位新入行不久的企业负责人跟笔者说,不在这个行业摔打几年,想弄出点名堂真不容易。他说得对,但凡在中国会议市场上有不俗表现的人,大多都有着十年八年以上的功力。看着一些新进入者碰壁,一位资深的业界人士带着有些得意表情说,会议市场不认“投机客”。

那么,会议市场到底什么样?为什么它和看上去的大不一样?统一的会议市场是不是存在?看来,探究其中的真相很有必要。虽然我们可能无法将会议市场的复杂结构一下子呈现出来,但是通过对于一些典型“假象”的分析,我们就有可能更加接近于它的本来面目。

第一,会议市场是不是一个统

一的大市场?笼统地说,会议市场很大,这话没有什么毛病,但如果只是停留在这个层面上,就会产生误解或者误导。“会议”这两个字看起来很简单,可它在市场上的表现却极为复杂。到现在为止,笔者还没有发现其他任何一个行业在分类方面的复杂性能够超过会议。这么说吧,如果想要把会议市场的结构及其特点说明白,没有一大堆的表格和文字,是根本做不到的。美国学者 Savio Chan 总结说,中国实际上并不是一个单一的市场,而是一个市场的集合。这句话特别适合于中国的会议市场。如果有人说,他可以通过几种简单的方法,将会议市场整合起来,而且还可以做到一定规模,请不要轻易相信他的话。偌大的会议市场是被分隔在众多细分市场当中的,统一的会议市场在目前的中国并不存在。

第二,会议市场的花费额是不是真的很高?美国人是按“总花费”来分析会议市场的,而“总花费”涵盖的环节和项目类别很多,但具体

到某个方面所占的比例就很小了。比如,大家都在争抢“会议场所”市场,乍一看这个细分市场很不得了,可能有数千亿元,即便拿到其中的十分之一也不少。可仔细分析,事情并没有想象的那么简单。会议场所分为数十个门类、上百个子类,更何况几乎每个子类在企业性质、企业规模、管理模式、覆盖地域、运作思路、功能构成、地区特点、客源结构、客户类别、地理位置、专业服务、流程控制、价格机制、结算方式等方面还存在一定程度的差异,没有什么统一的解决方案,可以吃遍全中国。

第三,中国会议从业者的数量是不是很庞大?一个做专业培训的朋友跟笔者说,会议市场这么大,从业者这么多,做会议专业培训潜力一定很大。其实,这也是一种假象。美国人把专业做会的称作“会议专业人士”(meetings professional),这种分类方法很科学,因为它把这部分人与那些非专业人士进行了区分。中国会议市场还没有达到那样的程度,会

议专业群体的数量还比较小。我们要知道,“会议”相关的工作是交叉性极强的,可能上千万人都会做一些与“会议”相关的事情,但他们只是“顺便”做做而已,只有极少数人才会真正成为“会议人士”。一般来说,如果某个人的“会议”相关的工作量达不到50%至60%以上,他就很难有“会议”专业的认同感,也就不会过于关注“会议”市场上发生的事情,不会去参加“会议”专业培训。当然,随着中国社会经济的发展,会议市场的规模在不断增大,“会议”的专业性在进一步增强,专业从事“会议”的人数也会变得很庞大。不过,这需要一定的时间。

做会议市场,就像烹制高汤,需要慢慢熬,熬到了一定的火候,滋味自然就出来了。

(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



●会展传真

米兰三年展中国路演系列推介会在北京启动

本报讯 近日,第二十一屆米兰三年展国际博览会中国路演系列推介会在北京启动。有关艺术院校、机构、企业和媒体界代表近百人参加活动。

中国贸促会贸易投资促进部副部长张亮在讲话中指出,在意大利的大力支持配合下,中国参加2015年意大利米兰世博会取得丰硕成果,推动了中意双方的经贸文化交流。第二十一屆米兰三年展是新的一届认可类世博会,中国贸促会作为负责中国参加世博会事务的机构,将鼓励、组织和协调中国优秀的艺术院校、机构和企业参展。希望通过参展,加强中意乃至中欧文化创意产业的交流与合作,为中意双边关系全方位发展作贡献。

此次米兰三年展的中国路演活动包括北京、重庆、成都、广州和上海五站。第二十一屆米兰三年展以“二十一世纪:极致设计”为主题,将于2016年4月2日至9月12日在米兰举办。(静安)

国际会展业CEO峰会在上海举办

本报讯 1月11日,为期两天的2016上海会展论坛——国际会展业CEO峰会在上海开幕。本次峰会以“市场化和国际竞争力”为主题,并且围绕主题设了五个议题。

“十二五”期间,上海市会展业快速发展,展览场馆的展出能力已跃居全球第一,室内外可展览总面积超100万平方米。2015年,上海市各类展览展出总面积达1500万平方米。在“十三五”规划中,上海市明确提出把上海建成“国际会展之都”。

上海市会展行业协会会长陈先进表示,“十三五”期间,上海会展业将围绕配套设施建设、制度机制建设、政府监管三个方面发力,为规范会展业建立一套切实可行的体制机制。(王洛)

浙江首次出台促进全省会展业发展政策文件

本报讯 为抓住杭州筹备G20峰会的机遇,近日,浙江省发布第一个促进全省展览业发展的政策文件《关于进一步促进展览业发展的实施意见》(浙政办发〔2015〕131号)。这是浙江省根据《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》精神,首次全面系统地提出了全省展览业发展的具体目标和主要任务,多个首次提及的工作要求成为该政策文件的闪光点。

这是浙江省首次明确要从展览业大省向展览业强省发展,明确展览业改革发展的主要目标是形成产业结构优化、服务功能完善、市场运作良好的展览业生态圈。

这是浙江省首次提出要把握承办G20峰会机遇,把杭州建设成为国际重要会展之都。同时,将宁波、义乌等打造成为浙江展览业品牌城市,在余姚、海宁、柯桥等地发展区域特色专业展会。

这是浙江省首次明确建立由省商务厅牵头、相关部门共同参与的联席会议制度,建立展览业统计、监测体系。

这是浙江省首次提出要打造若干个国内知名龙头展览企业,鼓励展览企业通过资本市场发展壮大,推动大型骨干展览企业上市。

这是浙江省首次提出要利用展览会宣传推广“品质浙货”,提升“浙江制造”在国际市场的知名度和认可度,重点支持浙江企业参加“一带一路”沿线展会。(钟荷)

沈阳将组建会展运营集团

本报讯 近日,沈阳市副市长祁鸣在政协沈阳市第十四届委员会第四次会议上透露,2015年,沈阳市共投入1亿多元发展会展业;未来,沈阳市将依托沈阳国际会展中心,组建会展运营集团,大力发展会展业。

“沈阳国际会展中心名气大,并且已运营多年,但周边经济和现代服务业、第三产业严重滞后。这些都与国际会展中心、会展经济圈不相符。”沈阳市政协委员刘福章表示,沈阳市会展业应进行机制、体制创新。目前,国际会展中心等会展机构归属于沈阳地铁集团管理,而该集团各项工作重要而复杂,没有太多精力顾及会展方面的工作。

刘福章建议,在“十三五”开局之年,政府应加大投入、扶植会展中心及周边企业。借沈阳新南站开通和沈阳市委、市政府南移之际,真正打造出一个现代繁荣的会展经济圈和会展产业带。(张举)



根据美国会议产业理事会(CIC)发布的数据,美国2012年会议市场的花费总额约为2800亿美元,约占美国该年度GDP总额的1.8%。如果按同比例计算,我国会议市场的花费总额应该在1.2万亿元人民币。中国会议市场的规模究竟有多大,没有统计数据,只能靠推测。根据业内外人士的普遍看法,即便没有1.2万亿元人民币,1万亿元人民币或者8000亿元人民币的规模总会有的。在这种“推测中的巨大市场”的诱惑下,