

洛阳会展业驶入发展“快车道”

■ 常书香 孙鹏飞 史志良

去年,洛阳会展经济综合排名跃升至全国第46位。自2013年至今,作为现代服务业的重要组成部分,洛阳会展业从无到有、从弱到强,经过快速启动、稳步推进,驶入发展“快车道”,成为推动洛阳经济社会发展的“绿色引擎”。

“弯道超车” 后来居上

新春伊始,洛阳会展中心五楼办公室里一派繁忙景象。

5月9日至11日,2016中国(洛阳)国际机器人暨智能装备展览会将在洛阳会展中心举办,为给主办方助威展览集团提供更直接有效的服务,洛阳会展中心专门提供办公场所,目前基础办公设施已到位。

中国(洛阳)国际创意产业博览会、第5届洛阳国际珠宝玉石及艺术品红木文化博览会等也在紧锣密鼓筹备中。

据统计,2013年以来,洛阳已成功举办各类展览137场,其中,在洛阳会展中心举办展览102场,参观者达407.5万人次,展览商品销售额达135.6亿元,外地参展客商占比超过25%。

中国会展经济研究会城市展览业发展综合指数显示,在全国140个大中城市中,去年洛阳会展经济综合排名跃升至第46位。

“与国内一线城市及省会郑州相比,洛阳会展业起步较晚,从2013年开始真正起步。”洛阳会展中心副总经理沈大富介绍,洛阳会展业经过近

3年发展,形势逐渐向好,与周边会展业起步较早的城市相比,已经实现“弯道超车”。

会展业管理体制逐步健全。2012年7月,市花会办加挂市会展办牌子,2013年5月,市会展办增设会展管理与服务科;洛阳先后下发《洛阳市人民政府关于促进会展业发展的意见》《洛阳市会展行业管理暂行办法》等,逐步建立起会展业发展管理协调机制。

会展业服务体系日趋完善。目前,洛阳会展业的政策咨询、业务办理更加便利,已逐步形成会展政策网上公开、工作问题微信提醒、相关材料网络报送和会展资源群里共享的服务体系;统计评估更加公正,聘请专业统计评估公司,做好会展活动跟踪评估;补贴奖励更加公平,完善了展前立项方案审定、展中专业公司跟踪评估和展后领导小组集体研究审核制度,2013年以来已为40项会展活动办理了补贴业务。

会展业品牌化、市场化、专业化程度不断提升。农业博览会、工业博览会、旅游博览会和创意产业博览会四大品牌博览会日渐成熟,中国轴承技术与服务博览会、亚太牡丹产业交易会、网交会已成为本地会展业亮点;98%的会展已实现招商及具体组织实施事宜由企业负责;专业会展不断增加,如国际芳香展、新能源汽车展等,外地专业会展公司来洛阳办展日益增多,外地专业会展公司洛籍人

员回乡注册公司也越来越多。

找准差距 继续发力

洛阳市会展办相关负责人介绍,短短3年内,虽然洛阳会展业取得显著成绩,但与其他先进会展城市相比,还有不小差距。

一是会展业协调发展的水平有待进一步提高。日常消费类会展多,约占会展总数的72%,专业品牌会展少;展览活动多,约占90%,商务会议少;流动展多,约占60%,自办展少;可办展场地多,专业场馆少。

二是对会展主体的培育力度有待进一步加大。由于洛阳本地专业会展新公司办展经验、能力不足,客户资源少,活动策划协调和市场运作能力较弱,存在亏损多、赢利少、办展积极性不高的问题。

三是展馆保障工作有待进一步提

升。洛阳会展中心场馆设施及面积在国内同等城市中优势不明显,2014年、2015年展馆使用率为31%至33%;洛阳会展中心的道路标志少、抵达公交线路少,宣传不到位;体育场、体育馆、博物馆等场馆会展利用率较低。

四是会展业的整体宣传营销力度不够大,缺少有效的营销途径;组织企业外出学习交流、项目推介活动较少,会展宣传资源整合不够,单打独斗,效果欠佳。

放大优势 打造品牌

洛阳如何补齐“短板”,进一步提升会展业发展水平?

河南科技大学经济学院院长刘溢海表示,会展业是一个城市的名片,属于综合效益高的“绿色产业”。城市会展业的发展,势必带动城市知名度的提高和其他产业的发展,同时



C3日本动玩展开幕 规模位列历届之冠

近日,2016年C3日本动玩博览会在香港开幕。据悉,今年参展场地面积比去年扩大三成,参展商数量也增加一成,预计入场人次有望突破去年20万的记录。

图为展会现场。

中新社 谭达明 摄



借鉴港澳经验

夯实东莞会展经济新格局

近日,政协港澳委员唐子恩等预交的提案《关于夯实高端会展经济加速东莞国际化步伐的建议》提出,以低投入、低污染、高效益等为特点的会展产业,已经成为世界各国和地区竞相追逐的“香饽饽”。他建议借鉴港澳经验,夯实东莞会展经济新格局。

东莞各大展会陆续加上了“国字头”

唐子恩建议,东莞应依据自身发展模式,多从香港与澳门的城市经济发展中汲取优势,以会展经济、动漫产业作为重要抓手,快速提升城市品牌,促进城市产业升级与合作,塑造东莞国际城市新形象,“东莞会展经济的国际化条件已具备”。

截至目前,东莞除了中国加工贸易产品博览会、国际名家具(东莞)展览会等高规格品牌展会外,还新增了海上丝绸之路博览会以及被称为全球最大的跨境电商专业展的第一届O2O外贸交易会(以下简称网贸会)等展会。东莞各大展会陆续加上了“国字头”,这些加上“国字头”的展会知名度和影响力明显提高,不仅吸引国内知名企业参展,而且还吸引很多

国外企业前来参展,大型展会和高规格展会的举办大大提高了东莞的城市知名度和国际形象。

唐子恩认为,会展经济对展馆的要求很高。东莞要打造国际化城市,须以“会展经济”为抓手,借鉴香港经验,合理规划会展场馆建设,切不可盲目建设。

例如,香港的会展中心旧翼和新翼刚一建成,就举行了香港回归大典和世界银行、国际货币基金组织理事年会等共2361项活动,赢得了世人赞誉和丰厚收益。此外,香港还有过去兴建的香港国际会议中心、文化中心 and 艺术中心等,可供举办各种不同规模和档次的会展。这方面,东莞完全可以借鉴和学习香港的发展模式。

唐子恩说,东莞要发展特色会展经济,定位高端品牌。东莞会展业的国际化步伐正在加快,而且展会的种类也不再局限于工业展。以“动漫产业”为抓手,提升东莞会展经济的高端化与国际化水平已迫在眉睫。东莞具有服装和玩具出口的传统优势,与动漫衍生品牌有效结合,不仅可以大大开拓国内原创动漫品牌及产业前景,更有助于提升会展经济的定位与国际化。

今后要逐渐形成“企业前台,政府后台”格局

政策规划先行,按照市场经济规律发展。唐子恩说,东莞会展业发展须遵循市场化为主、政府扶持为辅的原则。具体来说,政府投资建设大型会展基础设施,会展场馆的管理和运营公司化;政府创建优良的会展环境,会展业务的经营商业化;政府只对公益性的会展和关系社会经济发展的重要会展给予必要的扶持,一般性商业会展按市场规则运作。要按照市场经济规律办事,今后要逐渐形成“企业前台,政府后台”。

唐子恩建议,政府要研究东莞会展业发展规划、法规、管理和配套政策,会展期间政府要协调交通、安全、通信、电力、海关、知识产权保护等方面事宜,其他方面可以放手让企业去做,包括招商,这也是“政企分开”。今后政府参与主办的商业性展会可逐步走向市场化,并在条件成熟时退出,但现阶段由于会展市场还不够规范,政府应重点培植和保护一批具有城市特色的品牌会展,通过鼓励、加强、引导,扶持一批本土具有发展前景的会展服务企业。(东 日)

山东将建东北亚高端会展核心区

“到2020年,UFI(国际展览业协会)认证品牌展会达到两三个,在国内具有较强影响力的品牌展会达到10个,培育潜力展会品牌20个。”近日,山东省政府发布的促进会展业改革发展意见指出,力争打造集高端会议、展示推介、经贸洽谈、文体交流、旅游度假为一体的高端会议、大型活动聚集带,形成东北亚高端会展核心区。

在空间布局方面,着力提升济南、青岛两市会展核心城市凝聚力,强化“两核”驱动力。重点培养烟台、潍坊、临沂、东营、威海五市优势特色产业自主品牌展会,提升“五极”辐射力。同时,鼓励各市培育和创办具有区域特色的主题会展,培育“多点”支撑力。

在壮大市场主体方面,做强龙头企业,到2020年,具有国际化、标准化、专业化运营能力的会展龙头骨干企业要达到5个。培育特色会展企业,到2020年,室内展览总面积达到

125万平方米以上,具有1000人以上接待能力的国际会议中心达到5个。

在促进对外交流合作方面,强化重点区域带动,与金砖国家、“一带一路”沿线国家开展系列“走出去”和“请进来”贸易促进服务,培育境外自主展览品牌。促进高端国际交流合作,加强自办展会与国际战略品牌嫁接合作,打造区域性国际会展品牌。同时,积极推动“走出去”。支持龙头企业与国际品牌会展企业共同举办展会,并到发达国际和地区参加国际性会展。要树立“大会展理念”,推动会展活动与城市建设、旅游文化、金融等产业融合发展,促进会展业转型升级,逐步建立起以品牌、创新与服务驱动的新增长模式。创新交易载体,建立“山东会展商务”门户网站,整合现有会展资源,建设网上3D展示厅,打造线上线下融合发展的会展网上集群。(朱苏琴 马刚)

重庆将基本完成长江上游地区

“会展之都”框架建设

近日,记者从重庆市商委获悉,2016年重庆将通过品牌带动、促进会展消费、注重人才培养、完善配套设施、优化发展环境等五大重点工作,实现全市会展总面积达780万平方米、直接收入120亿元、拉动消费900亿元,重庆作为长江上游地区“会展之都”建设框架基本完成。

在实施品牌带动方面,重庆将重点打造中国(重庆)国际投资暨全球采购会等20余个品牌展会,评选“十大品牌展会”和“十大特色展会”。同时,市商委将指导各区县办好“一区一品牌,一节一特色”,并跟进全国糖酒会、全国药交会等大型展会,争取其落户重庆。

为促进会展消费,全市将围绕住房、汽车、商贸等消费热点,重点支持渝洽会、购物美食消费节、国际车展等一批消费类展会,从而有效刺激消

费需求,实现保增长目标。

要实现会展业的持续发展,会展人才培养尤为重要。2016年,重庆将通过开展校企合作,举办“全国会展策划管理师认证培训”、“专家巡讲”等活动,预计全年培养会展职业经理10人以上、会展高级策划师50人以上、会展本专科毕业生300人以上。

2016年,重庆会展配套设施将进一步完善,如重庆国博中心将加快配套设施和场馆智能化建设,并增加会议设施,以提高大型国际展会承载能力,同时区县展览及会议设施的规划和建设也将有序开展。

此外,重庆还将进一步优化会展业发展环境,以专业化、国际化、品牌化、信息化、市场化为导向,推进全市会展业市场化率达85%以上,专业化率55%以上。(杨 艺)

看好场馆委托管理的市场前景

■ 唐 雪

领域进行了市场摸底,也由此体会到,国内会展场馆管理距离专业化、国际化还有很长的路要走,北展时代未来发展可提升的空间十分广阔。

提到委托管理,不得不说已经发展到成熟阶段的酒店品牌管理,尤其是国际知名酒店管理集团,在委托双方的合作中处于绝对的强势地位。不少人认为会展场馆品牌管理可以参考酒店管理。事实表明,两者相差甚远。酒店作为城市服务配套,业主可以自由选择确定管理品牌并进行市场化运营;会展场馆则不同,一方面要带动会展业发展,另一方面要肩负着拉动经济和社会发展的重任。简而言之,既要服务市场,也要服务政府,因而会展场馆

选择管理方的决策权基本在政府。由此种种,酒店品牌管理对于场馆管理来讲,只可大概参照,不可复制照搬。

会展场馆委托管理在国内的尝试并不多,成功案例更是少之又少,在对会展业较为发达的德国、法国、美国、意大利、英国、澳大利亚和新加坡等国家近20家会展场馆管理的集团公司进行调查时发现,对于区域内场馆统筹管理和委托管理模式已经比较普遍。例如,法国巴黎展览公司管理法国境内11个场馆;英国谢菲尔德国际场馆管理集团管理谢菲尔德市内14个大型体育、休闲及娱乐设施;美国SMG管理着美国境内68个场馆和境外4个场馆

等,这为我们提供了很好的借鉴。

对比酒店业和国际场馆管理,国内会展场馆管理仍然处于十分初级的阶段,中国贸促会发布的《中国展览经济发展报告2015》数据显示,2015年使用率低于20%的展览场馆,在5万平方米以下场的占约80%,5万平方米以上场的占62%。由此可见,专业化的场馆管理公司存在很大的市场空间和发展前景,那么如何来衡量专业化呢?笔者认为,最直接的表现来自两方面:一是管理公司自有场馆管理运营良好;二是受托管理场馆受到业主、政府和行业的认可,两者缺一不可。当然,受托管理成功,仅凭管理方的单一力量无法实现,这有赖于多方共同努力,包括会展业市

场环境的不断优化,政府投资建设场馆更加理性、更加注重实效的理念转变、业主对于专业人做专业事理念的普及、客户对于服务体验要求的提升等等。

诚然,这些改变并非一朝一夕完成,国内会展场馆委托管理的探索也很难一蹴而就,但笔者相信,未来的中国会展业,必然会有专业场馆管理公司的一席之地。

(作者系北辰时代会展公司总经理、国家会议中心副总经理)

会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

▼ 信息集结号

厦门国际石材展即将启幕

第16届中国厦门国际石材展览会将于3月6日至9日举办。厦门承载着全国60%、全球15%的石材贸易量,是最重要的世界石材商贸中心。厦门石材展充分利用港口优势,迅速发展,合作伙伴涵盖全球20多个国家近40种专业媒体平台,更是吸引了30多个国家组织专业采购团组参展。

厦门与国内最大的石材加工基地接壤,掌控了厦门及周边1万多家石材加工厂资源。厦门石材展专注于国内外石材贸易15年,卓越品牌吸引各地区企业、协会等相关各方悉数到场,展品覆盖石矿一开采一加工一建筑工程等全产业链,做到国内市场一站式辐射。

武汉建博会 将于3月举办

第9届武汉国际绿色建筑技术产品博览会将于3月24日至26日在武汉国际博览中心举行。

据组委会工作人员介绍,本届博览会由湖北省建筑节能协会、湖北省建筑装饰协会、武汉市节能办等共同举办,是中部地区知名行业交流平台。届时,包括中建三局、德国IBP、德国安热、俄罗斯NB、法国圣戈班、达柏林阀门、永隆门窗、能实暖通、嘉幅达节能等新老客户将入驻博览会,预计展出面积1.2万平方米,展商500家。同期还将举办绿色建筑发展论坛。除装配式房屋外,充分利用太阳能供热供暖、利用低碳装饰材料及绿色施工方法建造的楼盘,也将在博览会上亮相。

内蒙古食品博览会 首设牛羊肉订货会

由内蒙古食品商会主办,中匈企业家联谊会、国际绿色产业协会内蒙古分会、内蒙古瓜果蔬菜协会、伊利集团、蒙牛集团等协办的第12届内蒙古食品博览会将于4月15日至17日在内蒙古国际会展中心举行。此次食品博览会预计展览面积3万平方米,700家企业参加,入场人数预计达到8万人次。

本次博览会涉及食品机械、包装材料、进口食品、茗茶、名酒、各地特产、冷冻食品、餐饮安全食材供应及服务、食品保鲜及冷冻冷藏技术设备,今年主办方新增首届牛羊肉订货会,不断丰富展品内容、信息技术、科技交流。

中俄博览会 7月在叶卡捷琳堡举办

第3届中俄博览会拟定于7月11日至15日在俄罗斯叶卡捷琳堡市举办。此为该博览会首次赴俄罗斯举办,拟设装备制造、日用消费、资源开发等八大板块,全力打造面向中俄双方开放式的国际合作平台。

中俄博览会由中国商务部、黑龙江省政府、俄罗斯联邦工业和贸易部、俄罗斯联邦经济发展部联合主办。博览会前身为已举办24届的中国·哈尔滨国际经济贸易洽谈会,至今已成功举办两届。从今年开始,博览会将由中国、俄罗斯两国轮流举办,其中,中方举办城市永久确定为哈尔滨。作为唯一列入中俄两国总理会晤联合公报中的国际型展会,本届中俄博览会将通过不同的展览方式推介企业,展示产品、技术和项目。

中国展团首次参加捷克国际旅游博览会

近日,第25届捷克“假日世界”国际旅游博览会在布拉格开幕。中国展团由来自中国国家旅游局及河北、河南、浙江等省的旅游部门和企业共计40余人组成,在为期4天的展期内,将与捷克及各国旅游业界人士开展交流洽谈、展示中国丰富的旅游资源和产品、提供赴华旅游的各类信息,展示“美丽中国”的旅游形象。

此次博览会是中东欧地区最重要的旅游展,今年中国首次组团并以主宾国身份参展,在当地业界引起了极大关注。作为展会上的新面孔,具有浓郁中国特色的展台吸引了各国旅行商驻足参观、洽谈,来自河南的少林武术队则以地道的“中国功夫”为当地民众呈现了一场精彩纷呈的视觉盛宴。

(本报综合报道)