

●会展关注

杭州会展业借G20峰会再升级

■本报记者 兰馨

外交部部长王毅在十二届全国人大四次会议新闻中心举行的记者会上,回答记者提出的首个问题就与杭州G20峰会有关。

杭州在今年全国两会上引发了新一轮的关注。杭州G20峰会将是中国今年最重要的主场外交,也是全球最受瞩目的经济盛会。一如王毅所说,G20峰会将从杭州再出发。

在外界看来,为G20峰会提供会期服务并不是一件轻松的事情,但参加两会的全国人大代表、杭州市市长张鸿铭却对杭州举办G20峰会充满信心。

“颜值”高“气质”佳

“我们将展现一个既有‘颜值’又有‘气质’的杭州。”在3月7日浙江代表团开放日当天,张鸿铭表示,杭州正全力以赴做好G20峰会服务保障工作,力争将其办成精彩、安全、圆满的盛会。

据张鸿铭介绍,当前,杭州正紧锣密鼓地

抓好四方面建设:一是硬环境建设。会议场馆装修、宾馆道路改造将于今年6月底全部完成。二是软环境建设。要做细安全保卫、环境保护工作。三是提升市民文明素质。从文明用语、文明举止、文明交往等方面提升。四是全方位营造浓厚的峰会环境。从机关到企业,从学校到社区,全面动员,营造氛围。

张鸿铭坦陈,G20峰会为全世界瞩目,对于杭州来说是千载难逢的机会。杭州将牢牢抓住举办G20峰会的良机,提升城市国际化水平,进一步打响城市国际化品牌,提升经济国际竞争力,增强文化国际影响力,提高环境国际吸引力。但不可否认,时间紧迫、责任重大。

营造舒适怡人的环境

将于9月4日至5日在杭州举办的G20峰会主题是“构建创新、活力、联动、包容的世界经济”。

记者从知情人士处了解到,目前,杭州正

在进行场馆改造建设和环境整治,确保在6月底前,全面完成G20峰会主场馆、国宾接待酒店改造任务。同时,杭州积极深化治安、交通、消防、网络、食品、环境等领域隐患排查和专项治理工作。

为了提升市民素质和城市文明程度,杭州开展了以“当好东道主,办好G20”为主题的活动,旨在提升市民素质,展示“现代、文明、开放、诚信、友善”的杭州市民形象。

与此同时,杭州还将按国际化大都市建设目标,以“峰会保障”为契机,全面完成峰会保障工程建设,提升完善交通运输组织与管理水平,着力打造文明交通出行环境,全力构建“大气、文明、绿色、高效、畅通”的综合交通运输体系,实现综合交通水平不断提高、交通拥堵趋势得到治理、百姓绿色出行条件得到改善、文明出行环境得以提升。

提升杭州国际影响力

在杭州方面看来,其举办G20峰会具有

六大优势:杭州是区位优势的中心城市,是底蕴深厚的历史文化名城,是宜学宜业的创新活力之城,是令人向往的旅游会展胜地,是幸福和谐的品质之城。此外,杭州还是新中国外交的重要舞台,举世瞩目的《中美联合公报》就是在西湖边的刘庄起草的。

可以说,举办G20峰会更像是为杭州会展业的“十三五”开了一个好头。据记者了解,“十三五”期间,继G20峰会之后,杭州会展业将有一个明显的升级:2017年举办全国学生运动会,2018年举办世界游泳锦标赛,2022年的亚洲运动会也已经选址杭州。

一位不愿具名的业内资深人士认为,杭州通过G20峰会效应,将吸引更多的国际组织地区总部和分支机构选址杭州,从而极大地促进杭州会展业的升级。

据悉,杭州政府已经计划引进举办与科技、教育、卫生、文化等有关的一系列重大会议,建设具有国际影响力的商务会展之都,提升杭州的国际知名度。

●会展传真

部分澳门企业对发展会展业持观望态度

本报讯 澳门旅游会展发展促进会负责人近日在与中国贸促会进行工作交流时表示,尽管中央政府大力支持澳门发展会展业,部分澳门企业目前仍持观望态度,他们认为会展业难以在短期内替代博彩业成为澳门经济发展的支柱产业。

据了解,澳门企业不看好会展的原因包括澳门本地市场规模较小、产业结构单一,对国际展商缺乏吸引力;来自内地的专业采购商受港澳签证手续影响,难以便捷观展;粤港市场成熟展会运营良好,对澳门构成较强竞争;澳门有国际影响力的品牌展会不多,会展人才不足,目前经济形势下,特区政府难以通过高投入来培育展会;品牌展会发展有其不可改变的市场规律,即使中央通过行政手段向澳门转移会展项目,仍难有市场认可的大型展会长期在澳门生根。还有部分澳门企业界人士认为,目前澳门每年外来入境人数超过3000万,已达当地接待上限,政府不宜过度扶持会展业发展,以避免本地居民因生活不便对外来人员产生抵触情绪。

(景步)

会展票务平台“板凳”接入京东

本报讯 日前,京东与中辰远见科技发展有限公司旗下B2B电子票务交易平台板凳签署合作协议,双方将在会展活动(如展览会、会议论坛、培训讲座等)领域进行深入合作。

据悉,此次双方合作的具体形式为API的技术对接,即京东将在“票务-展会”中为板凳开放接口,开放后用户可以通过京东平台直接查询板凳上的会展票务信息,票务将分为实体票和电子票两种。

京东将成为板凳的新销售渠道和流量入口。而板凳的入驻也将进一步丰富京东票务的覆盖种类,为有参与会展活动需求的消费者提供了更多元的选择。

板凳是一家B2B电子票务交易平台,是集在线购票、会议IP、场景社交等服务为一体的“一站式”会议活动综合服务平台,也是为活动组织者提供营销推广、议程策划解决方案的服务商。

板凳的创始人兼首席执行官刘利勇透露,此次合作预计今年4月可以完成所有对接工作,未来板凳将在京东上开通独立的栏目。

(钟国望)

济南重点打造“6+1”会展活动

本报讯 在近日召开的济南市政府重点展会活动筹备工作会议上,济南市副市长张海波提出三点要求:一是聚焦重点,即聚焦政府、企业、协会等各方面的人力物力,全力以赴,重点打造市政府冠名支持的“6+1”会展活动,形成独具济南特色的知名自主品牌展会。二是明确目标,即明确展会目的,确定办展目标,精细精准地实施好三年行动计划,帮助我市企业和产品扩大对外知名度,以贸易促进投资。三是通力协作,即整合资源,统筹力量,找准定位,发挥好政府、企业、市场各自在会展业发展中的作用,促进济南市会展业持续健康发展。

(闻吉鲁)

兰州财经大学新增会展经济与管理本科专业

本报讯 日前,教育部发布《教育部关于公布2015年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》(教高函〔2016〕2号)。根据通知,兰州财经大学申报的本科专业“汉语国际教育”“会展经济与管理”获准备案,将于2016年开始正式招生。

至此,该校本科专业数量已达56个,涵盖了经济学、管理学、文学、理学、工学、艺术学等七大学科门类。

(甘素)

今年北京车展大众不再单独设展馆

本报讯 记者近日获悉,大众汽车集团或将削减参加今年北京车展的开支,这是其全球成本削减计划的组成部分。今年北京车展期间,大众将不会租用整个展厅展出其车辆。取而代之的是,各品牌将会分散到不同的展馆内,与其他汽车厂商分享展厅。而此前在北京、上海和广州的车展上,大众集团通常会采取包下整个展厅,或挑选一个独立场地的做法。为节省开支,大众还将缩减“大众汽车集团之夜活动”的规模。

(王洛)

华交会上体验跨境电商服务

■高少华 吴宇

展架上,来自澳大利亚的新鲜牛肉正诱惑着你,想立刻掏钱买下带走?别急,牛肉主人请你拿出手机,扫一扫二维码登录线上平台,下单付款后,牛肉就从保税仓直飞你家门了。在近日举行的第26届华交会上,参展的一家杭州跨境电商企业一边忙着招待来往采购商,一边忙着在线销售,展会开幕当天就售出了80多单生鲜产品。

华交会长期被视为“国际市场晴雨表”“出口成交大舞台”“经济走势风向标”。今年华交会首次设立了跨境电商展区,邀请跨境电商平台、物流、支付、第三方服务等企业参展,使他们有机会与现场3000多家境内外供应商及专业采购商零距离接触。

上海市商务委副主任申卫华表示:“随着国际物流、跨境支付的提升,跨境电商在国内呈现出快速发展态势。和传统外贸相比,跨境电商的供应链更为扁平化,国内供应商可以通过互联网直接将商品销往世界各地。”

中国传统外贸业近年来形势十分严峻,“对中国传统外贸企业来说,议价能力差,毛利增长有限,在世界经济下行压力加大的不利形势下,一些企业订单逐渐减少。”亚马逊华东区总监师利宾表示,但“中国制造”的优势依旧十分明显,中国产品依然是性价比较高的产品,而跨境电商为中国企业提供了新的销售渠道和增长空间。

在专家看来,跨境电商就是“中国制造+互联网+外贸”。目前,国家相继出台一系列政策鼓励出口电商发展。跨境电商市场方兴未艾,不同国家用户之间“海淘”需求高速增长,客户对商品品质和购物体验的要求不断提升,这些都为传统外贸向跨境电商转型升级带来契机。

顺应跨境电商潮流的兴起,目前国内长三角、珠三角地区许多企业开始尝试转变经营模式,采取自主研发、打造自有品牌的方式,然后向全球进行电商销售。

“中国制造业经过近30年的发展,众多企业仍在低端廉价竞争,在国际上缺乏品牌认知度,而且没有定价权。”浙江省嵊州市恒丰工艺品有限公司首席执行官操叶安表示,中国企业发展到现在这个阶段,必须培育自己的品牌,重视互联网和跨境电商,因为跨境电商给中国制造企业带来了“弯道超车”的机遇。

四海商舟首席执行官周宇表示,跨境电商视同传统进出口贸易的“互联网+”模式。传统外贸企业的利润率通常只有5%至6%,而采取跨境电商自有品牌模式,企业获得的纯利润可以达到销售额的10%。而且,以出口为目标的跨境电商其实是在做市场增量,并不是简单地替换存量市场。

有专家预测,未来三年,一些自有品牌会受到海外大型采购商的青睐。另外,工业品领域的跨境电商将大有可为。

●会展观察

三“R”影响新经济时代会展业

有关新经济对会展经济的影响问题,一些专家认为,这种影响主要表现在三个“R”——Rapidity、Relationships、Results,即快捷、关联、效果三个方面。

“快捷”(Rapidity):网络经济的突出特点是快捷性,无论是信息传递,还是新产品生产与开发都以一种前所未有的速度运转。这种快捷性对会展业的影响主要表现在以下三个方面:

一是对展览会营销的影响。新经济时代,传统产品开发和生产周期大大缩短,企业生产产品类别和公司经营业务领域的调整频率大大提高,各行各业每时每刻都可能会有“新面孔”加入,“老面孔”退出。在这种情况下,展览会的营销人员必须处处留意业界的变化,时时保持与客户的关系。

二是对展览会项目开发的影响。与产品生产周期缩短一样,展览会的组织者根据市

场的变化情况进行新项目的开发时,其开发的周期和持续的时间也都将大大压缩。如果再像过去那样用18个月或2年的时间去进行市场调研,开发新展览会项目,那么,当你得意地写完项目计划书和可行性分析报告时,你会发现你的同行竞争对手早已捷足先登了。

三是对展览会组织工作的影响。网络经济时代,参展商和观众要求展览会组织者提供的服务不仅要优质,而且还要快捷。大多数展览会组织者对此深有感触,并采取各种措施积极进行应对,如试行网上招展、网上旅行机票和旅馆预订、对客户的咨询通过电子邮件及时回复以及网上下载客户需要的有关展览会的各种资料(展馆展位平面图、展览日程安排、展览会服务手册)等。

“关联”(Relationships):新经济时代,网

络技术的发展与应用使世界各国间的距离更近,联系更紧。

任何一个行业、一个组织,或者任何一个个体,都不能把自己看作是孤立的存在。面对这种挑战,展览会的组织者唯一有效的应对之策是合作。由于网络技术日新月异,建立和管理网站显然不是传统展览会组织者的强项。但展览会组织者可以与专业网络公司合作创办网站,或直接与网络公司现有网站合作,利用他们成熟的网络技术发展自己的展览会网上业务,这既能彼此共享资源和经验,又能节省时间和资金。新经济时代,所有展览会组织者都必须积极对待使用网络技术,学会如何合作,设法扩大合作。

“效果”(Results):长期以来,商界习惯于用投入产出(ROI——ReturnOn Investment)模式来评价一项业务的效果。但在新经济时

代,互联网的业务效果很难继续用这种模式来评价。一个网站的价值不仅在于买卖双方通过网络进行了多少交易,更主要的是,它还通过网站为客户提供诸如业界要闻、市场研究报告和热点谈论等各种信息和服务来增加客户使用网站的价值。

事实上,展览组织者的主要业务不在于对展览会进行管理本身,而重在采取各种措施,利用各种手段——实物展览会、网上虚拟展览会、网上销售或是其他什么形式,成功有效地把买卖双方组织到一起,增加他们参加和参观展览会的兴趣和价值。

从这一点来看,“移动互联网+”“App+”等各项业务都在展览会组织者的业务范围之内,新经济时代,展览会组织者对各项业务效果的评价标准也应适应这种变化。

(来源:会点网)

