

会展城市竞争力指数首发

成都跻身前五强

■ 本报记者 兰馨

日前,由中国会展经济研究会主办的2016中国城市会展业竞争力指数年度发布会暨高端学术论坛在成都举行。“2015全国城市会展业竞争力指数排行榜”在会上首次发布,北京、上海、广州、深圳、成都等城市入选首批“中国最具竞争力会展城市”。

据中国会展经济研究会常务副会长储祥银介绍,《2015全国城市会展业竞争力指数研究成果》由国内20余位权威专家经过深入研究论证后形成,相关指数体系主要由会展城市竞争力、会展城市整体环境竞争力等四类核心要素组成,突出会展城市的核心竞争要素比较,尚属首创。

科学评价指标体系

中国会展经济研究会会长袁再青表示,这一研究成果可以对中国会展业的理论建设和未来产业的各个方面提供理论指导意见。

储祥银介绍说,目前,我国会展业发展存在不平衡情况,会展业相关指标较多,尚未形成一个全面的衡量会展城市竞争力的指标

体系,难以真实反映每个城市的会展业发展现状和发展潜力。在此背景下,研发更加科学的会展业评价指标体系,有利于从城市竞争力的维度契合全国会展经济的发展趋势。

“竞争力指数对城市社会经济发展,现代服务业在城市发展中的地位,经济结构的转型、升级、调整,具有相当重要的参考价值,各个层次可以利用指数来衡量城市的竞争力。”UFI荣誉主席、全国会展业标准化技术委员会主任、上海会展行业协会会长陈先进在会上讲道。

陈先进表示,会展经济具有极强的拉动效应,当前在国内,会展业对相关产业的带动作用也正从过去的集中在经济领域,逐渐向社会、经济、生态、文化等更广范围领域延伸。因此,许多城市都加大了发展会展产业的力度,商旅文会协同发展,融合发展正成为共识。

与会人士表示,此次成都跻身前五强,与其近年来自身发展建设高度相关。近年来,成都构建起先进制造业、现代服务业、都市现代农

业联动发展的现代产业体系,形成了特色优势产业、战略性新兴产业和现代服务业产业集群,累计落户成都的世界500强企业达278家,具有较好的产业基础和办展办会条件。尤其是近年来,财富全球论坛、世界华商大会、G20财长和央行行长会议等大型会议先后在成都举行。其中,今年举行的G20财长和央行行长会议是首次在中国西部地区举办。这些都足以证明世界性大会越来越青睐成都。

成都跃进备受关注

从研究结果看,成都在展览业与会议等方面均表现突出,尤其在国际化合作方面的表现更为抢眼。

目前,成都已成为继北京、上海、广州之后,中国第四个、内陆第一个实行72小时过境免签的城市;已开通国际(地区)航线89条,通航国内外城市199个,航线覆盖北美、欧洲、非洲、中东及亚洲等地区的重要枢纽城市;“蓉欧快铁”成为中国到欧洲最快捷的货运大通道。如今的成都已经是全国同类大城市中保留行政审批数量最少

的城市之一,也是西部唯一跻身“中国服务型政府十佳城市”榜单的城市。

中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎在接受记者采访时说,成都拥有非常好的核心竞争力,城市发展社会经济基础非常好,这也是会展业发展的经济基础。会展作为人群密集的活动,需要政府积极的引导和支持,成都很积极地在创造这样一个环境。此外,成都对城市的宣传、推介也很突出。可以说,成都会展业是扎扎实实地在向前发展。

陈先进表示,上海提出了建设世界会展之都,成都提出了建设国际会展名城,从本质看目标一致,彼此可以在这个过程中进一步加强合作与交流,进一步提升会展业的市场化、专业化水平。

今年,预计成都都将举办重大会展活动超过520个,展览面积330万平方米;会展业直接收入82.1亿元,同比增长10%;综合收入697.1亿元,同比增长10%。

会展关注



中新社记者 彭大伟 摄

第68届法兰克福书展:中国书香今更浓

近日,第68届德国法兰克福国际书展令世界目光聚焦法兰克福。本届书展吸引了来自100多个国家和地区的7000多家参展商,参展书籍约27万册,举办了4000多场活动。

在本届书展上,130多家中国参展商不仅展出了优质图书,还举办了一系列精彩纷呈的文化活动。

孔子学院总部在本次书展上推出了“中国孩子的书香世界”儿童绘本专题展。该展从全国500家出版机构征集的近千种绘本中,遴选出197种原创作品进行展示。通过中国作家、插画师的文字和绘画,将独

特的中国绘本之美呈现在国际出版的舞台上。

北京市新闻出版广电局牵头推出了北京主题展区,组织了包括“字里行间”连锁书店、京东图书、北京科学技术出版社有限公司在内的6家企业联合参展。整个展区除了京味儿十足的装饰摆设,还利用茶道、古筝演奏、书法抄经等新颖而又独具中国韵味的细节设计吸引了大量观众的关注与热情参与。

北京市新闻出版广电局图书出版管理处处的丁惠女士介绍说:“我们

把版权、图书带过来的同时,也想把中国的传统文化来向世界做一个展示、做一个推广。”

书展期间,北京主题展区的6家参展企业共吸引上百家国际出版商前来接洽,其中仅北京时代华语图书有限公司就向30多个国家和地区的出版商输出了约140项版权。

图书“走出去”是文化“走出去”的重要组成部分。见微知著,睹始知终。仅从本届法兰克福书展就能切身感受到,中国的文化自信令世界瞩目,中国内容的国际表达日益深入人心。(许多 张毅荣)

当会议的平台功能显现……

■ 王青道

第二,会议平台有何意义?

对于会议组织方而言意义重大。所有人都想把自己的会议办得很有吸引力、很有影响力,而把会议做成一个业界有影响力的平台则是最有价值的选择。

对于参与者各方都有现实意义。时间成本日益成为参加会议的最高成本之一,这对高层负责人来说,选择平台会议来快速实现参会诉求就变得非常重要,而且这样的选择在经济上也最划算,无论是参会、参展、赞助、发言都一样。

对于中国会议市场发展也十分有益。从长远来看,成熟的会议市场结构应该是“品牌+平台”性质的。所有的会议及活动,要么直接就是一个平台,要么是某一个平台的有机组成部分。而且所有的会议及活动,或者本身就是某个品牌,或者是某个品牌机构举办的。师出无名的会议将不会再有多少支持者。

第三,平台会议构建的两个要点:

平台性会议对会议组织方和会议参与者都提出了更高的要求。品牌性、平台性会议时代,预示着随



本建成结构优化、功能完善、布局合理、发展均衡的会展业体系,打造10个以上特色品牌会展活动,年度展览面积达到400万平方米,会展业直接收入和会展经济增加值分别达到50亿元和400亿元,逐步向辐射东北亚的区域性会展业中心城市迈进。(贺晓燕)

太原出台会展活动管理暂行办法

本报讯 日前,太原市政府办公厅下发了《太原市会展活动管理暂行办法》,对在太原市市区举办的各种展览、会议等活动及管理作出相应规定。

《办法》要求,对已成功举办的会展活动名称权属实行保护;任何单位和个人不得随意设限和迫使承办单位接受指定服务商。各级行政管理部門不得采取或变相采取行政干预手段要求企业参展,不得通过行政及其他手段强行要求企业或个人提供赞助;行业主管部门应当对专业会展活动给予支持和帮助;各有关部门根据各自职责,对会展活动实行服务式管理。

《办法》规定,符合以下标准之一的重大会展活动,可以申请以市政府名义主办或联合主办:第一,对全市经济社会发展有重大作用和意义的,配合全市重大战略或外事外贸工作需要的;第二,由省级以上部门或国家级行业协会、境内外著名展览机构主办,邀请市政府作为主办或联合主办的;具有全国性、综合性或较强专业性,净展出面积两万平方米以上或展位超过1000个的。申请以市政府名义主办或联合主办的会展活动,承办单位应提前6个月向市会展办提出申请。

值得一提的是,太原市政府将每年安排300万元会展补贴资金,扶持太原市会展业发展。(王洛)

杭州会展业“弯道超车”

本报讯 继G20杭州峰会后,主会场杭州国际博览中心一直门庭若市;10月16日,中国国际丝绸博览会落幕;10月19日,第二届世界杭商大会又在这里开幕……目前,杭州国际博览中心实质性合作项目日期已排至2020年,战略性意向合作项目日期已排到2022年。

这样的会展热并非杭州国际博览中心独有。记者采访发现,杭州大部分会议型酒店承接的会展活动同比均有较大幅度的增长。

G20峰会在提升杭州接待能力、硬件设施的同时,还引来了一

大波会展活动,让杭州会展业“弯道超车”。

近年来,杭州已有西湖国际博览会、杭州国际动漫节、云栖大会等一批国内外知名的品牌会展项目,加上相关政策措施的出台和G20杭州峰会的利好,让杭州会展业不断赶超先前。根据国际大会与会议协会今年6月发布的2015年度全球会议目的地城市排行榜,杭州凭借27个国际会议位列国内城市第三,仅次于北京和上海。这也是杭州首次跻身全球100强国际会议目的地城市。(杭婉婉)

郑州会展市场持续升温

本报讯 记者近日获悉,今年前9个月,郑州共举办展会174个,展览面积176.25万平方米。其中,3万平方米以上的大型展会13个,展览面积共61万平方米;国家级流动展7个,展览面积7万平方米;新创办展会6个,展览面积4.1万平方米。

今年前9个月,郑州市品牌展会实力增强,展览业由规模扩张向品质提升转型。中国郑州(中博)建材装饰博览会、中国郑州国际定制家居暨门业展览会等经贸类展会展览面积增幅超过30%,大河车展、郑州消费品博览会等展会面积有所上升,展览市场回暖态势渐显。

另外,传统展会项目崭露头角。前9个月,汽车交通工具、房产建筑装潢等传统行业展览面积65.61万平方米,同比增长5%,仍占市场主导地位。医药保健、能源环保等行业展会数量和展览面积增长幅度近100%,郑州数码印花及平板打印展等新创办展会发展态势良好。

此外,郑州本地办展机构举办展会142个,占全市展览数量的82%;展览面积151.97万平方米,占全市展览总面积的86%。前9个月,郑州市共举办13个3万平方米以上的大型展会,其中包括本地展会达11个。可以说,本地品牌展会已占据主体地位。(何宇)



G20杭州峰会结束之后,国家会议中心总经理刘海莹从杭州回到北京,笔者去拜访他,特别想知道他作为主接待场馆负责人对于这次会议的感受。他谈了很多,其中给笔者印象最深刻的一点就是关于会议平台的问题。

大家都知道,G20是一个全球主要国家领导人的聚会,讨论的问题宏大而严肃,似乎几千名嘉宾都在为这次聚会本身而忙活,其实不然。会议本身当然很重要,但同样重要的是,所有领导人都在会内会外安排了各种密集的会见和交流活动,而且这些活动所占用的时间可能远超他们参加正式会议的时间。

所以,刘海莹说,G20峰会实际上是一个平台,会议的组织方与参与者都能通过这个平台达到各自想要的目的——或者社交,或者观点分

享,或者达成某笔交易,又或者干脆就是传播自己想传播的信息。

关于会议平台的问题很有意义。从操作层面看,涉及会议组织运营等的思路及策略;从理论上讲,又与会议的价值、功能及其发展变化密不可分,确实值得探讨。

互联网的能是巨大的,能赋予一些古老的词汇全新的时代意义。“平台”便是其一。“平台”主要是指一家企业或机构创建特定的网络环境,以供某类产业链的成员或者某类人群在其中开展互通信息、业务等。会议作为群体面对面交流的一种方式,一开始就带有一定的平台性质,只不过这种功能并没有被充分挖掘出来。究其原因,一方面可能是因为时机不到,另一方面是因为对于会议作为工具及平台的价值重视不够。

关于会议平台,有以下几个问题需要探讨:

第一,会议平台的功能是什么?

会议平台的功能实际上是会议工具功能的进一步放大。随着社会经济的发展,人们对于会议价值的认识不断深入,会议的工具效用将

会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处