

● 会展关注

北京中展工程携手北京花木

合力服务北京世园会

■ 本报记者 兰馨

日前,中国国际展览中心集团公司(下称中展集团)全资子公司北京中展国际展览工程有限公司(下称北京中展工程)与北京花木有限公司(下称北京花木)签署战略合作协议。中展集团总裁贺彩龙表示,双方将强强联手,为2019年中国北京世界园艺博览会(下称北京世园会)提供专业的展览与园艺服务,向世界展示中国形象。

2019北京世园会的主题为“绿色生活,美丽家园”,是继2008年北京奥运会和2010年上海世博会之后规模最大的专业类园艺博览会。

专业服务赢得客户信赖

北京中展工程主要承揽国家在海外组织的大型展览展示活动的设计、制作、施工布展工程,由其设计施工的1988年澳大利亚布里斯班世界博览会中国馆、1992年西班牙塞维利亚世界博览会中国馆、1993年韩国大田世界博览会中国馆,或被评为“最佳展馆”,或被评为“五星级展馆”。此外,1998年葡萄牙世博会中国馆、2000年德国汉诺威世博会中国馆、2012年韩国丽水世博会中国

馆,以及2010年上海世博会四川馆和1999年昆明世界园艺博览会的创意设计均获创意类金奖。

除承接世博会、世园会项目之外,北京中展工程还承接国内大型活动的创意设计和施工,如全国海关反走私展、中国文物事业50周年展、建国50周年国庆彩车、社会科学院成果展等,以及北京国际机床展、北京国际汽车工业展览会等大型品牌专业展览项目的设计布展。

据了解,随着北京中展工程品牌和知名度的提升,一些知名企业如中国石油化工总公司、青岛海尔公司、李宁体育用品公司等赴海外参展,均邀请北京中展工程为其设计参展展台。同时,德国西门子、美国思科、意大利国家展团和韩国国家展团,以及日本松下、佳能、夏普来中国参展,也都纷纷指定北京中展工程为其创意设计展台。

经过50多年的发展,北京中展工程已有数十名专业展览工程策划设计人员。目前,其在德国法兰克福、美国拉斯维加斯拥有大型基地和库房。

助力展示中国形象

北京市园林绿化集团有限公司党委副书记龚雁表示,此次合作为



双方带来了新的发展机遇,今后双方将进行优势互补,实现合作共赢。

据了解,北京花木是以花卉苗木和园林景观为主业的城市园林绿化壹级资质企业,拥有全国十佳花木种植企业和北京市农业产业化重点龙头企业等称号。

据介绍,北京花木的业务板块

涵盖大型综合性园林景观、公园建设、道路绿化、房地产园林、湿地公园、展会造园、屋顶花园、平原造林等多个专业方向,曾多次荣获国家和省部级精品工程奖。

在签约仪式上,双方表示,2019北京世园会承载着展示中国生态文明建设成果、引领绿色发展、提

供美丽家园建设示范等方面的时代使命,对展示大国形象意义重大。

贺彩龙表示,以此次签约为起点,今后双方将有更多的合作。中展集团将进一步完善运营服务体系,继续提升信息化、品牌化的办展机制,为更多参展企业、与会客商提供更为便利的服务。

重庆两江新区悦来会展总部基地开工

■ 黄军

近日,重庆两江新区悦来会展总部基地项目开工。据了解,重庆悦来会展总部基地项目是重庆两江新区发展商务商贸、壮大会展产业经济、打造长江上游会展之都的重点工程。项目建成后,将进一步完善悦来片区商业商务的重要城市功能配套,激发重庆会展业的创新活力。

该项目由重庆悦来投资集团所属子公司重庆两江商务中心置业有限公司与重庆悦来两江国际酒店会议管理有限公司联合开发建设,是兼具生态建筑和智慧建筑的特色项目,业态涉及精品酒店、智能办公、体验式商业、前沿商务等。

记者了解到,该项目地处两江新区悦来会展城的核心区域,距离重庆国际博览中心北入口约900米,紧邻已投入使用的6号线和规划中的10号线地铁出口。

据介绍,重庆两江新区悦来会展总部基地计划以会展产业生态链为核心,打造复合、绿色、智慧、创意、研发的会展产业及优秀人才聚集地,形成特色商务办公集群,建设以特色酒店、特色配套设施于一体的会展生态综合体和城市新地标。

会展业具有很强的关联性和拉动性,作为展示宣传城市形象的窗口,会展对提升城市知名度和美誉度、改善营商环境、引进潜在投资等都有巨大的促进作用。

重庆两江新区悦来会展总部基地建成后,将依托重庆国际博览中心的产业集聚作用,大力引进品牌会展企业和会展配套企业,实现悦来会展产业集聚,助推重庆会展产业发展。

作为国家级开发开放新区,重庆悦来两江新区正大力发展会展产业,打造国际会展集聚区。作为两江新区会展产业的发展主力,重庆悦来投资集团所属子公司重庆悦来国际博览中心自2013年投入运营以来,已累计举办展会115场,展览面积550万平方米,累计接待世界各地客商960万人次,直接拉动城市消费近500亿元。

其中,重庆国际博览中心的中央大厅作为西部唯一万人级专业室内演艺场地,更是逐渐成为各大演艺公司举办演唱会的的首选之地,已累计举办演出48场,极大地提升了悦来片区的热度。

按照国际商务、会议展览、文化创意、生态宜居和休闲游憩的功能定位,重庆悦来投资集团以打造“一带一路”标志性国际会展平台为目标,结合临空会展中心打造,大力推进长江上游会展之都建设,吸引国际会议、展览以及优质会展企业落户悦来,推动重庆本地展览发展,打造会展产业经济圈,会展文化旅游区,绿色会展示范区,形成以悦来为核心的国际会展集聚区。

昆明会展业拉动经济收入234.9亿元

日前,记者从昆明市博览事务局获悉,2017年,预计昆明共举办各类展览活动120场,同比增长21.21%,各类会议25966场,同比增长8.9%,各类节庆活动180场,同比增长181.25%。预计会展业总收入26.1亿元,同比增长18.48%,拉动昆明市经济收入234.9亿元。

为加强会展业内部集聚,昆明会展产业促进会应运而生。目前,已吸引50余家会展企业成为会员单位。集聚会展产业链条各种企业,逐步形成以专业会展公司、社团组织为主体,以各类专业服务组织为配套的会展市场体系。

在推动会展业外部联动方面,积极推动会展业与高原特色现代农业、旅游业、大健康、文化创意产业等重点特色产业融合发展。2017年举办的展览活动中,与昆明市特色重点产业相结合专业展览50多场,有效带动产业发展。据调查监测,仅文博会、农博会、旅交会和医博会4个重大展会,拉动昆明经济收入达17.53亿元。

据昆明市博览事务局相关负责人介绍,2018年,昆明将在培育规模性品牌展会同时,注

意引导、扶持、培育小而精的专业展会项目;加强对会议活动市场关注和扶持。着力打造昆明会议市场标志性项目,进一步增强外部吸引力、提高会议市场营销能力,研究出台相应扶持和引导政策,推动昆明会议市场再上新台阶;做好节庆活动策划研究和规划,进一步提升节庆活动知名度和影响力。在丰富和壮大节庆活动市场同时,注重与重点产业和特色资源融合,不断提升其知名度和影响力,使其成为昆明会展业另一大亮点;努力拓展国际市场,提升国际化程度。充分发挥区位优势,进一步巩固提升南亚、东南亚国家展会项目,参展商和观众到昆明参展;同时,努力开拓其他国家会展市场,进一步提升昆明会展业国际化程度;着力培育市场主体,做大做强会展龙头企业。培育一批有潜力中小型会展企业向规模化、专业化、品牌化方向发展壮大,引导中小型会展企业建立同业战略联盟,鼓励国内外分支机构会展公司在昆明设立分支机构、代理机构和合作机构,参与市场竞争。(杨爽)

安徽户外展:打造健身休闲产业新名片

■ 本报记者 孙强

为加快健身休闲产业发展,安徽省贸促会与合肥市政府近期以“打造健身休闲平台,促进运动产业发展”为主题,共同举办了2017安徽户外休闲运动用品展览会,利用合肥的区位优势和社会影响力,以展品、活动、竞赛等多元化内容,打造健身休闲产业的新名片。

本次展览会于2017年12月22日至24日在合肥市滨湖国际会展中心主展馆举办,设置了11类展区,包括特装展位56个、标准展位140个,面积达2.3万平方米,共有来自北京、上海、广州、江苏、浙江、山东等15个省市的200多个品牌参展。

展会主要涉及户外露营装备、房车租赁及改造、赛车类精品、户外运动俱乐部、户外健身休闲运动用品、水上运动用品、室内健身用品器材、智能健康运动产

品展区、户外游乐设备、垂钓用品及配件等。参展的国内外品牌企业主要有北京中汽京福房车、上海隐瑜伽连锁、江苏杜肯电动平衡车、行者户外俱乐部、慢生活房车、卡森房车、长青健身中心、探险者户外用品、山小户外用品、大伟游艇等。其中,安徽省赛车协会牵头,携中国宝马摩托车车主联谊会、合肥工业大学方程式赛车队、合肥启飞航空运动有限公司、中华弹弓竞技合肥联盟、巴哈车队、安徽天堂寨房车营地等20多家企业组团参展。

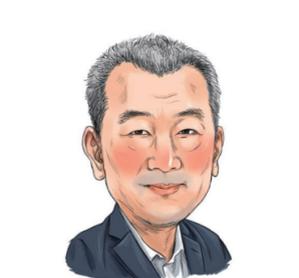
此次展会期间,还举办了首届合肥驴友节,组织旅游爱好者开展“驴友大V”分享会,邀请健身行业教练员阐述国内优质户外旅游线路,分享户外运动经验,现场教授野外生存救援措施,分享大家之言;组织赛车爱好者举行

电动F1方程式绕桩表演,安排了F1方程式赛车、哈雷、宝马等知名品牌摩托车进场展演,让观众仿佛身临F1现场;现场举办房车露营体验、弹弓竞技赛、太极拳武术表演秀、瑜伽展演、轮滑滑板展演体验、亲子健身游乐园体验、体育舞、广场舞展演等多项活动;邀请专业极限运动俱乐部进行现场教学,展现极限运动的趣味与魅力等。

随着人们对户外运动、健康休闲的关注和重视,中国户外运动市场越来越火热,市值也越来越可观。本次展会发挥了商贸交流平台的作用,通过户外新品展示、品牌形象树立、渠道建设与商贸合作、行业趋势探讨等方式,帮助100多家终端客户结成合作伙伴,为安徽及周边市场提升了品牌知名度和竞争力。

展览工程企业,无砥礪不前行

■ 李益



● 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

中国会展业在新时代,新定位、新功能、新使命的振奋和利好声中走过了2017年。但笔者想说的则是,处于会展产业链条上的展览工程。在接下来这一年,展览工程企业和下游产业链将身处“严冬”。准确地说,这个“严冬”的周期从雾霾成为挥区位优势,进一步巩固提升南亚、东南亚国家展会项目,参展商和观众到昆明参展;同时,努力开拓其他国家会展市场,进一步提升昆明会展业国际化程度;着力培育市场主体,做大做强会展龙头企业。培育一批有潜力中小型会展企业向规模化、专业化、品牌化方向发展壮大,引导中小型会展企业建立同业战略联盟,鼓励国内外分支机构会展公司在昆明设立分支机构、代理机构和合作机构,参与市场竞争。(杨爽)

被关闭。虽说在去产能、供给侧改革的大背景下,这些展览工程及下游企业可能只是被钢铁、水泥、电力等行业“捎带”上的被迫者,但由此带来的生存危机,以及势必遭遇的原材料、加工制作、人力、物流等多方面的价格上涨和一系列连带效应,已经开始显现。这样一来,今后可能的爆发,涨价很难传导给会展业的终端企业,却将使位于中下游的众多展览工程类企业因资金链断裂、难以负担成本、人力资源不济等原因而出现危机潮。

如此,呼声已久的“绿色会展”迎来了新契机。前有第122届广交会按照100%的绿色展位普及率目标,推动绿色布展常态化,制定实施《广交会绿色发展2.0计划》,构建系统化、标准化、信息化、标杆化的广交会绿色发展体系,持续提升绿色发展成效,引领着全国会展业绿色环保、低碳节能发展方向的成功实践,后有2018年中国国际进口博览会确定要按照新发展理念,把进口博览会办成一个创新、协调、绿色、开放、共享的博览会。进口博览会是高层次的、低碳的、绿色的,体现循环发展的。在此形势下,展览工程企业必须直面装备、技术、工艺、运营方式、盈利模式等方面的转型升级。但绿色会展的可持续发展不可能仅靠行政命令,也不可以价格作为单一衡量和引导,必须是一种全行业乃至市场供需双方从认识到实践的协同,达此境界尚需时日。

传统意义上的展览工程及下游产业链属于劳动力密集型、以制造加工为主的传统行业,本身就具有依赖自然资源和低成本发展模式的弊端。在中国会展业的发展历程中,展览工程企业出现最早,门槛最低,技术创新和管理创新最少,企业数量和从业人数众多。一方面,展览工程行业与经济运行以及固定资产投资周期有较大关联,工程算是会展业中最大的一块“蛋糕”。另一方面,进入展览工程竞争的企业既有国营、外资、合资,也有私营、个体,激烈竞争由来已久,利润率却逐渐下降。

普遍存在的关键问题是,缺乏核心竞争力。核心竞争力是建立在核心资源基础上的。展览工程乃至会展行业产业链上各个环节的核心资源都是客户,展览工程的价值本质是:为客户创造一个空间,实施整合营销,客户品牌和价值体验,提升客户品牌影响力,体现展览工程服务的附加值,价值观念的体现和认同,提高客户满意度和忠诚度。其中,展览工程服务的附加值是为客户所实施和呈现的品牌传播、价值传递。围绕这个价值本质的全部价值创造活动,构成了创造价值的动态过程,价值链的。

脱离价值链,在同质化的低层次竞争中只能依赖价格,所带来的行业整体利润水平下降,干涉甚至扰乱市场及客户心理预期,不利于企业自身发展等种种弊端,已经被证明是一种以产品和成本为导向的发展战略,被动和有限地适应市



● 会展传真

义乌去年展贸成交额同比增长9.68%

本报讯 近日,记者从义乌市旅展委获悉,2017年义乌市共举办各类会展活动134个。展览面积94.3万平方米,同比增长4.57%;吸引来自100多个国家和地区193.97万人次客商参展,同比增长28.01%;展览贸易成交额427.13亿元,同比增长9.68%;举办规模以上(展览面积1万平方米)展览23个,同比增长27.78%。其中,举办商业性展览51个,新创办商业性展览10个。

去年,在国家商务部和上海市政府合作共建的会展研究专门机构——上海会展研究院(SMI)发布的新版会展蓝皮书《中外会展业动态评估研究报告2016》中,义乌市名列世界综合排名第36位,国内排名第6位。义乌的品牌展会国际认证成效显著,目前已拥有国际展览联盟(UFI)认证展会3个,超过杭州、成都、重庆等众多城市。

苏州新时代文体会展集团成立

本报讯 近日,苏州新时代文体会展集团公司成立揭牌。新时代集团由苏州文化博览中心公司和苏州工业园区体育产业发展公司合并组建。

据介绍,新时代集团所辖艺术中心、博览中心、体育中心3大载体建筑面积超100万平方米,资产规模超100亿元。

新时代集团的成立,为苏州文化、会展、商旅、体育产业的发展提供更高的平台,将提供标准化、流程化五星级服务,做大演艺、会展、商旅、体育4大业务,打造具有全国影响力的文化产业品牌,提升市场竞争力和可持续发展水平,逐步培育上市。举行高水准、高质量的演艺节目、体育赛事、文化活动,创作更多有温度的文艺作品,加大文化、体育产品供给,满足市民的精神文化需求。(孙宝平)

场。取而代之的,必将是展览工程企业的产品(服务)创新、品牌创新和渠道创新。

中国展览工程发展经历过三次重大变革:第一次是上世纪80年代末和90年代初,现代展览技术、装备进入中国市场,推动了现代展览工程企业的发展,也形成了目前仍然可见的企业衍生、发展版图和行业布局。第二次是在2008年北京奥运会和2010年上海世博会这一周期,既从展览工程企业中分化出一批展陈企业,也由于会展活动的国际性视野、国际化标准,极大地促进了行业进化发展。第三次则是由中国经济新常态所带来对于会展定位、功能的重新认定,以及互联网+、大数据、互动多媒体、新媒体等领域迅猛发展的叠加效应。这一轮大变局,将使会展更加回归本质。

可以看出,技术推动力、标准提升、国际化接轨,都是构建展览工程企业核心竞争力的推动力。这一次,在环境倒逼下的展览工程企业也将经历一次汰弱存强、格局重构的大洗牌。这一轮核心竞争力的重构,将不会停留在价格竞争、规模调整的低层次,也不会仅仅局限于技术创新,而将越来越转向供应链、渠道、品牌传播等综合的资源整合能力和成本管理能力。

展览工程企业不砥砺前行,焉能前行?!(作者系北京逸格天骄国际展览有限公司副总经理)