

# 中国会展行业 资本运作 瓶颈犹存

□ 本报记者 周春雨

“中国会展业第一阶段的并购浪潮已经过去了,接下来,无论是并购还是被并购都将是一个观望阶段。”日前,在2008年中国会展行业资本运作与战略合作高级研讨会上,上海博华国际展览有限公司(以下简称博华国际)执行董事王明亮认为,目前,中国会展行业能够被并购的展览项目并不多。

按照王明亮的说法,现阶段,国内发展得较好的知名展览项目不愿意被并购。他指出,中国会展行业内,真正运营得较好的知名展览项目并不多,相反,不好的项目却比较多。

但也有另一种说法认为,今后2年至3年内,中国会展行业的并购将会进入活跃期。持这一观点的中鹏律师事务所律师邹振东表示,目前,中国会展行业并购的瓶颈,并不是业内没有需求。但他没有明确指出会展行业并购的瓶颈究竟在何处。

新并购浪潮尚未到来  
关注中国会展行业的并购,不得不提及2005年。这一年,中国会展行业先后完成的几项非常大的并购事件,曾在会展业界引起极大的注意力。

其中,尤以励展博览集团与中国医药集团总公司合资成立国药励展展览有限公司最受瞩目,其次是法兰克福展览公司与广州光亚展览公司合资组建广州光亚法兰克福展览公司,此外,还有广东民营企业广东振威展览有限公司与德国美沙集团合资成立广州美沙振威国际展览有限公司。这一年,甚至被业界称为中国会展行业的资本运作年。

值得关注的是,在上述并购案例中,无一例外都是中国或国有或民营企业与外资公司进行的战略合作。多年来,外资展览公司在中国市场迅速扩张最显著的特点就是通过资本运作,收购或者并购国内的展览企业或者展览项目。

这其中不可否认的是,近年来,民营展览公司作为中国会展业的新生力量,其生存法则机制灵活。纵观会展行业的激烈竞争,民营企业因地制宜地采取了不同的策略,有的专注一个或几个知名展会,有的进行对外合作,最大限度地化解未知的风险。特别是发展得较好的企业,通过资本化的方式,把整个项目或公司转让出去。因此,民营企业

在资本运作上的创新也最大。

尽管如此,王明亮坚持认为,中国会展业下一阶段并购浪潮并未真正到来。至于从何时开始,则要看我国经济发展,如制造业、劳动成本等各项因素。

资本运作将进入活跃期?  
邹振东和会展专家的观点则有所不同。他认为,我国会展行业经过多年的发展,大型展览项目会越来越多,有了资金的积累,借助资本平台,有可能出现跟风现象。

他同时也强调,尽管大型展览项目多,但部分展会的生存压力非常大,这促使一些小型展会不得不寻找资金依靠。

据其介绍,他本人曾先后主持了中国国际光电博览会(CIOE)、中国电信业投资国际论坛、中国国际美容展、中国国际矿业大会等项目的扩张与合作,且这些项目目前发展态势良好。

针对这一说法,王明亮表示,中国会展业的确需要并购这一发展模式,但前提是,需要资金来整合一些较好的展览项目。他提醒业界人士,被并购是一件很荣耀的事情,这证明展览项目极具潜力。

振威展览集团总经理张学山指出,目前我国不同规模的专业展览公司有几千家,竞争非常激烈,生存的空间很小。他质疑,10年后,这些展览公司还会有这么多吗?还是3年至5年就会被并购呢。

对于近年来国内会展业的并购现象,中国会展经济研究会秘书长陈泽炎强调说,时下,我国会展组织机构或展览公司关注资本运作的前提条件包括以下几类:首先,拥有自主品牌展览项目的主办机构或展览公司;其次,会展机构或展览公司的总资产在行业内处于领先地位;此外,还有一种就是,产权关系明确的会展企业。

资金和人才成最大瓶颈

陈泽炎指出,目前,我国会展行业并购的比例并不大。问题的根本在于,不是不能并购,而是不敢并购。他认为,这其中最主要的原因是,展会是规模效应,如并购后展会规模没有明显改变,就会涉及到底层项目今后的发展。

与此同时,我国会展企业在进行资本运作前,必须要考虑的关键问题是,作为上市公司,财务报表是否完善,这是一个普遍的现象。

王明亮则强调,进行资本运作还必

须考虑的是,并购展览项目后,其原有的经营团队如何安置。他认为,最好的结果是在并购项目的同时,将经营团队全部收购,这样更利于项目的顺利运营。

据了解,作为国内最早进行资本运作的展览公司,博华国际7年前收购了上海国际酒店用品博览会项目,由于收购该项目时,只有1名项目经营人员,当时博华国际的做法是:展览项目和经营人员全部接收。事实证明,这一做法非常好,这一项目已经由当初的不足3万平方米发展到现在的超过8万平方米的规模。

但现在的问题是,有的展览项目经营团队比较庞大,如何处理好不是一件小事情。王明亮认为,并购的关键之一就是要是吸纳好的经营人才。

不可否认,要提高中国会展业的竞争力,联营与并购、强强联手将成为会展业发展过程中的必由之路。但部分与会专家认为,展览项目运作得不成熟和资金以及人才的短缺是中国会展业资本运作的最大阻碍。

## 本报关注

# 5大家具展同期举办 忙晕参展商

□ 傅广梅

第22届广州国际家具博览会、第20届国际家具(东莞)展、第23届深圳国际家具展、第16届龙江家具展、第14届上海国际家具展览会……在短短的一个月里,国内家具行业就密集地召开了5个大型家具展会。

如此多的家具展会扎堆,究竟是互为补充、相得益彰,还是各自为政、竞争客源?意在把家具打造成“国家级特色产业基地”的佛山,怎样才能依托产业优势,办出特色,留住内外客商的采购脚步呢?

竞争优势逐渐被削弱

原材料价格上涨、出口退税调低、人民币升值、质检大棒频举、劳动用工政策日紧……种种迹象传递了同一个信号:家具行业压力更大了!为了积极展示销售自己的产品,佛山的家具企业四处布展。

“我明天一早就要赶到上海布展了!”刚刚从广州家博会赶回龙江的黄新荣说,为了扩大知名度,近期的几大展会都不能缺席。同样,乐从的多数家具企业在这段时间,既参加广州展,也同时现身了东莞展。佛山联邦家私的工作人员文彬透露,他们正在积极筹备上海的布展工作。

走访中,记者发现,家门口的顺德展反而渐渐少人提及了。事实上,龙江是顺德家具制造基地,自2001年举办第一届龙家具精品展以来,该镇借助原产地优势优化了会展资源,在面积、档次上均有突破。同时,乐从虽然家具制造不是强项,但长期活跃的家私商贸市场已经使其成为永不落幕的“中国家具商贸之都”,而选址乐从建立营销网络的企业来自龙江。曾经,由两大行业重镇支撑的顺德家具展,凭借强劲实力在国内外客商中备受青睐。一位厂商回忆:“龙家展火爆的时候,连门口的花坛上都挤满了人!”

交通成迎客障碍

“展览一定要形成规模,摆出新产品,可是龙江展的布局显得拘束了。”广州锐鸿家具有限公司营销中心省外经理

李祖沛表示。在龙江前进会展中心门口,记者观察到,一些本地企业受展厅面积限制,只能用发传单的方式毛遂自荐。

查阅资料发现,琶洲家具展馆有13万平方米,深圳有20万平方米,东莞有24万平方米,上海有35万平方米,而龙江只有4万多平方米。“不仅规模不大,来回也比较折腾!”李祖沛坦率地说,他所在的企业以内销为主,参加龙江和乐从的家具会展不下10次,每次都印象深刻。

“交通太不方便了,拥堵的交通要浪费不少时间。3天左右的展期,我们把展品搬运一个来回,就要花费几个小时!”李祖沛说。不少参展商都有同感,附近的道路对于川流不息的大货车的确实拥挤。顺德依丽思家具制造厂的销售负责人刘华蓉则直接给出了自己的提议,建议货车绕道高速公路,在龙江周围实行交通分流。

展会配套有待优化

“东莞家具展,服务高标准,配套也很好。”某中山家具企业负责人表示,今年他们厂只参加了东莞展,放弃了顺德家具展和广州国际家具展,“这里不仅距离近,而且参展效果、宣传推广、展会会刊、交通配套、餐饮服务、卫生服务、酒店住宿、展会服务等各方面都做得非常到位。”

“穿梭车服务、咨询服务、参观环境是我们选择展会的重要因素。”该负责人表示,虽然不想放弃顺德展的内销机会,但为了节省各种成本,今年只选择了东莞。

记者还在互联网上发现,一网友说:“我的任务是找一些实木的生产厂商。来龙江收获不错。顺路发现,这里的xx休闲城不错,足底按摩技术超好。”一位广州参展商表示,展会周边的配套非常重要,哪怕一间茶楼、一家酒店都会影响客商的情绪。乐从家具协会会长何永生就表示,广州琶洲展馆旁边开了香格里拉,解决了吃饭问题,自己已在广

州展停留的时间比往常更长了。

内销优势不能放弃

“如果是纯粹内销,当然是顺德效果好。我们在乐从专门设立了营销中心。国内的民用家具潜力很大,顺德的内销在全国都是有影响力的。”李祖沛表示,在顺德参展的成本相对东莞和广州都要低得多。

“广州的展会以一线品牌为主,东莞主要销往香港、台湾,深圳的家具展以其会员企业居多。如果企业主打内销,来顺德更合适。”挑剔的客人需要一些实惠的实木家具,有几家便宜,款式也不错的工厂,总算没有白来。”……

从反馈的信息看,尽管有种种不如意,但顺德展还是让客商们有所收获。

“顺德家具展定位就是国内的二、三线品牌,集中在中档。”多次来顺德的中国家具协会理事长贾清文认为,顺德连续多年办展会,如今不仅要让企业有寻找订单的机会,更要跟上配套服务,为行业内的人士搭建信息平台。他也希望,顺德本土的家具企业多一些创新和品牌,这样展会的档次和影响力都会增强。

## 会展看台

(程梅梅)

## 2010世博会直通车

### 国际参展方已达97个

近日,贝宁共和国通过函签的方式与上海世博会组织者签署了2010年上海世博会参展合同。贝宁将在非洲联合馆内展示,并以“农村土地纳入城市——可持续发展动力”作为展示主题。围绕“城市和乡村的互动”的上海世博会副主题,通过再现一幢贝宁的传统建筑,来展现贝宁的文化景观、传统建筑和艺术、手工艺品。

贝宁于2006年6月确认参加上海世博会,是最早确认参展的国家之一。截至目前,签署上海世博会参展合同的国际参展方已达97个。

### 世博园区建设进展顺利

为了迎接即将到来的2010年上海世博会,国庆期间,9.76万建设者奋战在世博园区的工地,为又好又快建好各类项目而努力。

上海世博园区内,各种建筑塔吊星罗棋布,世博中心、主题馆、中国馆、演艺中心以及世博轴等永久性建筑,犹如春笋般破土而出。在世博中心工程施工现场,上海建工七建、机施和安装公司750多名建设者,正抓紧钢结构吊装和玻璃幕墙、地下室管线等安装,力争10月底实现钢结构封顶;浦东世博轴工程已进入大规模、多工种交叉施工阶段。

在外滩通道建设工地,建设者正在加紧直径14.27米的通道盾构掘进机安装,力争11月份开始掘进;外白渡桥正在紧张地进行桥墩施工,争取明年2月份架梁修复的新桥梁。

### 马尔代夫签署参展合同

9月24日至26日,上海世博局派赴缅甸、马尔代夫、东帝汶三国参展小组对马尔代夫进行访问,与马尔代夫政府签署了2010年上海世博会参展合同。

马尔代夫于2007年7月8日正式确认参加上海世博会,是第96个签署上海世博会参展合同的参展方。

素有“千岛之国”之称的马尔代夫1972年10月14日与中国建交。马尔代夫拥有丰富的海洋资源,渔业是国民经济的重要组成部分。

### 民企水晶石成指定多媒体设计服务商

日前,水晶石上海公司顺利成为上海世博会指定多媒体设计服务商。水晶石作为奥运会图像设计服务供应商,为开幕式领衔制作了10多场次的数字影像内容,包括145.5米长的画卷状地幕和492米长的“鸟巢”顶部环幕。

水晶石还成为北京奥运会、残奥会体育展示与颁奖仪式视频内容制作商,在任何一场比赛中,大屏幕上都能看到水晶石参与制作的项目知识普及、观赛礼仪、现场引导等。

据其公司负责人介绍,在最近8年时间里,水晶石先后有800多名员工参与135个奥运相关项目,为北京奥组委27个不同部门提供数字影像专业服务。

根据与世博会的签约,海宝系列动画、网上世博会、世博场馆宣传片等都已列入水晶石工作表。

(本报综合报道)

## 中国—东盟博览会标志出炉

本报讯 日前,中国—东盟博览会5周年标志、口号和宣传海报,在南宁召开的第五届中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会新闻发布会上公布。

中国—东盟博览会5周年标志由“5”和“V”组成。“V”由东博会会徽中的两叶花瓣组成,既是罗马数

字中的“5”,同时又是英文Victory(胜利)中的第一个字母,寓意中国—东盟博览会5年来取得的辉煌成就。“10+1>11”宣传画,简明深刻地概括了中国—东盟博览会的意义、作用,以及跨越11国的广阔市场和巨大商机。

(王天若 韦荣积)

## 广交会整体搬迁琶洲新馆

本报讯 记者从中国对外贸易中心了解到,广州国际会展中心(琶洲展馆)C区已竣工,第104届广交会整体搬迁琶洲,完成了自1957年创办以来的第四次迁址。广交会的承办单位中国对外贸易中心也于9月份喜迁琶洲展馆。

据广交会新闻发言人、外贸中心副主任慕新海介绍,琶洲展馆A、B、C三区全部建成并投入使用,广交会完成整体搬迁,意味着广交会展馆已成为亚洲设施最先进、功能最齐全的国际会展中心。琶洲展馆A、B、C三区总面积超过80万平方米,总建筑面积超过110万平方米,总展览

面积34万平方米,远远超过了流花路展馆占地10万平方米、建筑面积17万平方米的规模。新展馆造型独特,环境优美,设施先进,交通便捷,弥补了流花路展馆楼层低、通道窄、设备陈旧、周围交通不畅的缺陷,可为与会采购商、参展商提供一流的洽谈环境。

据慕新海介绍,第104届中国进出口商品交易会将于10月15日在琶洲展馆如期开幕,值得关注的是,本届广交会将实行“一届三期”的改革,全部集中在琶洲展馆举办,展览总面积超过100万平方米,规模居世界第一。(梁艳芳)

**第五届中国会展经济国际合作论坛**  
CHINA EXPO FORUM FOR INTERNATIONAL COOPERATION (CEFCO 2009)

2009年1月14-16日 **中国·南京**  
JANUARY 14-16, 2009 NANJING CHINA  
知识经济时代会展业的可持续发展

**主办单位:**  
中国国际贸易促进委员会(CCPIT)  
国际展览业协会(UFI)  
国际展览与项目协会(IAEE)  
独立组展商协会(SISO)

**协办单位:**  
中国贸促会南京分会  
中国国际展览中心集团公司  
中国展览馆协会  
京慕国际展览有限公司

**媒体协办单位:**  
中国贸易报社  
中国会展杂志社

中国国际贸易促进委员会南京分会  
地址:北京翠明庄路1号  
邮编:100060  
联系人:朱宝福、孙鹏  
电话:0086-10-68875023/89075036  
传真:0086-10-68875426  
网址: http://www.cefcoc.org  
E-mail: ceffc@ccpit.org

京慕国际展览有限公司  
地址:北京东三环东路4号中国国际贸易中心服务楼208  
邮编:100026  
联系人:赵玲娜、胡晓娜  
电话:0086-10-64600651/84400296  
传真:0086-10-64600594/84400786  
E-mail: ceffc@ieec.com.cn