

本版话题

农业会展管理模式提速行业标准建设

■ 本报记者 范丽敏

随着中国会展经济的蓬勃发展,加强规范管理、制定行业标准的呼声越来越高。在全行业统一标准缺位的情况下,农业会展行业率先组织开展了分类认定工作,对会展行业管理的思路 and 模式进行了有益的探索,提供了建设性的经验。日前,本报记者采访了

中国贸促会农业行业分会秘书长、农业部农业贸易促进中心主任倪洪兴。

记者:中国贸促会农业行业分会是什么时候开始萌生并筹划农业会展分类认定工作的? 又是如何开展这项工作的? 开展该项工作有何意义?

倪洪兴:加入 WTO 以后,随着中国会展经济和农产品贸易的加速发展,具有国际影响力的大型农业博览会、交易会不断涌现,但由于缺乏总体管理和引导,会展质量参差不齐,重复办展、资源浪费与专业化、规模化会展匮乏现象并存,制约了其健康发展和功能的实现。商务部、中国贸促会等有关管理部门曾尝试在会展全行业内开展统一的认证评估工作,但迫于行业差别对分类标准的影响,尚未形成统一的分类认定体系。

在农业部和中国贸促会的支持和推动下,中国贸促会农业行业分会于 2007 年底着手筹划在农业会展领域率先开展分类认定工作,组织成立了中国农业会展分类认定工作委员会和专家组。2009 年初,该项工

作正式启动,发布了《中国农业会展分类认定办法(试行)》和《中国农业会展分类标准(试行)》两个文件。前者系统地规定了农业会展分类认定工作的原则、对象、目标、工作程序及成果的使用,后者为开展分类认定提供了具体的指标体系。

在 2009-2010 年度的分类认定工作中,首批通过认定的优秀农业展览项目共计 20 个。在此基础上,中国贸促会农业行业分会编印了《中国优秀农业会展指南》中英文版,并寄发各国驻华使馆、商协会机构及各省市自治区相关部门。2010 年 6 月,农业部办公厅发出《关于推进农业品牌工作的通知》,进一步明确了此项工作在打造品牌农业会展、发展农业会展经济方面的功能和目标。

此项工作的开展具有以下三方面意义:一是规范农业会展市场,为行业宏观管理和市场调整优化提供科学系统的参照系;二是扩大农业会展影响力和知名度,树立品牌展会,推动行业健康有序发展;三是系统发布农业会展信息,便利国内外农业企业寻求贸易平台,促进农业贸易发展。

记者:在对农业类展会进行分类认定时,中国贸促会农业行业分会碰到了哪些困难? 有何经验可以借鉴? 目前是否会对试行的办法和标准进行修改?

倪洪兴:主要的困难和问题大致包括三个方面:一是会展数据信息的准确性有待改善。二是分类认定的参与度有待加强。三

是认定结果的公信力有待提高。

为保证分类认定工作的有效性,中国贸促会农业行业分会组织成立了专家组,对全国农业会展进行了一次较为全面的统计梳理,编辑出版了首部农业会展经济研究的专著《中国农业会展理论与实践问题》,今后将以年度报告的形式发布农业会展经济发展的动态信息。

在创新做法方面,2010 年,中国贸促会农业行业分会开发了中国农业会展分类认定数据采集系统。下一步,将在此系统的基础上开发建设“农业会展展商观众数据库”和“农业会展项目信息发布系统”两个共享性信息平台,整合农业会展行业资源,促进行业总体组织服务水平的提升。

在总结分类认定工作经验和问题的基础上,中国贸促会农业行业分会将组织专家组讨论并修订相关分类标准,进一步提高指标数据的可获得性和可比性,并将会展业的一般性指标与农业会展的特殊指标分开,以更好地适应农业会展行业规范发展的要求。

记者:您如何看待目前中国会展业没有统一标准的现状? 结合农业会展分类认定工作的体会,您对中国会展业制定统一的标准进行认证管理有何建议?

倪洪兴:首先,树立行业发展的标准和规范,开展认证管理是会展业实现行业自律和规范有序发展的重要保证。会展行业是一个外部性效果非常显著的行业,会展行业的健

康发展必须要有行之有效的管理体系来支撑。但从会展行业效率改进和可持续发展的要求来看,市场化办展是不可逆转的趋势。因此,会展行业的管理应是在政府支持和政策指引下的行业自律管理,其有效的途径就是加强会展认证,尤其是第三方认证工作。

其次,会展行业的认证管理应当在统一标准框架的基础上结合不同类别会展的特性分类进行。这是由于会展经济作为一种经济形式具有其运行的一致性规律,而不同类别的会展活动由于其功能和行业特性的差异在评估认证时往往不具有可比性。

最后,会展信息收集和数据统计是开展会展行业管理和会展经济研究的前提。中国会展行业目前尚没有专门的数据收集和核验机构,大多数会展信息的发布都是基于主办方或会展城市的统计,来源驳杂、口径不一、缺乏理论依据的问题广泛存在。因此,加强会展行业数据统计的规范性和权威性就成为当前行业管理的首要问题。

目前,商务部、中国贸促会等机关政府部门和部分会展发达省份的有关部门都已提高了对相应领域会展管理的重视程度,并进行了一定的探索。相信在不久的将来,通过部门之间的有效协调和分工,会展行业的自律和认证管理体系必将取得突破性进展,在彰显其公益性的同时,不断提高会展业的效率、效能和资源整合程度,会展产业将真正步入市场化、国际化、规范化的发展轨道。

业内通告

亚洲国际博览馆获饮食业安全奖

本报讯 近日,亚洲国际博览馆在香港特别行政区政府劳工处举办的 2010-2011 年度“饮食业安全奖励计划”中荣获食肆组(非中式餐馆)的安全意识奖。

该奖励计划旨在加强饮食业雇主、雇员和业内人士的工作安全意识,向饮食业界和市民灌输良好的职业安全与健康文化,以及奖励在工作安全及健康方面有优良表现的食肆、管理人员和工友。

亚洲国际博览馆管理有限公司首席执行官刘克华表示:“我们很荣幸能够获得这项殊荣。博览馆在日常运作中,一直把工作安全列为首要事项。此次获奖反映我们对职业安全的重视,并致力追求卓越的服务质素。”

据了解,参与此计划期间,博览馆需接受劳工处职业安全主任的评审,包括由巡查队伍检查博览馆厨房的工作环境,如整体设计、地板整洁、机器设备,以及体力处理操作装备的安全性等。

在获取参赛资格后,劳工处和职业安全健康局代表再进行最后评审。除检查厨房的工作环境外,当局代表也核查博览馆的安全管理制度,如职业安全指引、安全规例及守则、安全培训、紧急应变计划和安全工作推广措施等。亚洲国际博览馆于各项安全管理评审中均表现出众,因而获此殊荣。

(刘佩佩)

外展推荐

第十六届日本中国纺织成衣展

展会时间:4月19日至21日
展会地点:日本大阪 MYDOME 展馆

展品内容:面料家纺:各类服装面料、床上用品、装饰布、抽纱、刺绣、手帕、无纺布等。梭织针织:各类针织外衣、牛仔装、裘皮服装、休闲装、泳装等。相关辅料:服装辅料、花边装饰、时装配饰、领带、帽子、手袋、箱包和流行饰物等。

展会概况:日本中国纺织成衣展创办于 2003 年,以一年两届的频率至今已成功举办了十五届并快速成为中国在日本举办的最为专业、最具规模的展会之一,深得日本业界和中日参展企业的信赖。

往届回顾:据有关资料显示,上届日本中国纺织成衣展注册买家 3500 人,实际到会观众超过 4000 人,其中高层职务观众占 38.2%、中层职务观众占 32.1%。据展会统计,平均每每家参展企业接待有效客户 63 家,其中新结识客户比例达 60%,有超过 95%的参展企业取得了良好的参展效果,成交和意向成交接近 90%,参展企业对展会的满意率达到 90%。

展会优势:专业的代表性参展企业:展会聚集了对日出口最为活跃的江苏、浙江和山东等省份的参展企业,还包括上海、北京、天津、内蒙古、广东、福建、安徽、江西、辽宁等省市区参展企业。另外,也有日本独资或合资企业参展。

丰厚的专业观众资源:该展会现拥有 4 万多份基础客户及 2 万多名核心客户资源。到会的专业观众中有伊藤忠商事株式会社、丸红株式会社、伊势丹株式会社等 50 余家年经营额超过 1 亿美元的大型商社代表。

有效务实的办展理念:日本中国纺织成衣展不断丰富展会内涵,简约时尚的装修风格和紧贴潮流的时装表演已经成为该展会的特色之一,业界的交流互动也开始被展商所欢迎。同时,完备的展览功能和国际化的运营模式都为展会树立品牌形象发挥着积极的作用。

(方凡)

会展观察

■ 本报记者 静安

2010 年 4 月,杭州市西博办(会展办)以世博会杭州案例馆为平台,紧紧抓住上海世博机遇,借鉴世博会先进的办会理念、运作模式和管理经验,创优工作举措,通过全面参与、服务、共享世博会,推动会展业产业转型升级,助推杭州会展业快速发展。

助推杭州会展业快速发展的背景和意义

杭州会展业快速发展是杭州会展业转型升级的内在需求。随着杭州“十二五”规划的开篇启程,要进一步保持杭州会展业的发展优势,更好地发挥会展业在推动杭州城市发展中的重要作用,就必须找到新的突破口和平台。以杭州案例馆为平台,杭州通过全面参与、服务、共享世博会,推动会展业快速发展,进一步推进了会展产业的转型升级。

杭州会展业快速发展是杭州经济转型升级的重要支撑。杭州组建运营杭州案例馆,使之成为杭州参与上海世博会的主要平台和抓手,不断吸收各国先进理念和办会模式,共享上海世博会的发展机遇和合作成果,推进杭州会展业快速发展,为经济转型升级打下坚实的产业基础。

杭州会展业快速发展是杭州打造国际化城市的有效手段。一是借鉴世博办会经验,提升杭州国际化办会水平。积极借鉴上

海世博会先进的办会理念、运作模式和管理经验,全面提升了杭州会展业的国际化办会水平。二是扩大会展项目国际化比例,助推杭州会展业发展。以杭州案例馆为平台,引进各国家馆会展、节庆活动项目,全面丰富和充实了杭州会展业的国际化发展内涵。三是加强与国际组织、机构的交流合作,提升城市国际知名度。以杭州案例馆为平台,积极引进更多国际项目,积极邀请国际组织参与杭州会展业的发展等,以提升杭州会展业在国际上的知名度和影响力。四是加大国际宣传推广力度,打造国际城市品牌。以杭州案例馆为平台,积极组建和完善西博会和杭州会展业的国际宣传营销网络,打造杭州成为有一定国际知名度和影响力的品牌城市。

助推杭州会展业快速发展的创优举措

杭州紧紧抓住世博会举办契机,创优办好杭州案例馆工作举措,不断助推杭州会展业快速发展。

围绕推进杭州经济转型升级,助推杭州会展业快速发展。一是组织企业参与世博,提升服务理念。通过学习他国的先进管理经验,加快杭州本地企业的成长。二是组织企业服务世博,共享世博经济。部分会展企业、制造企业等通过积极参与世博、服务世博,推进杭州“3+1”现代产业体系的发展。

三是推动企业机构互动,加大沪杭经济合作。邀请上海的组织机构和知名企业参加在杭州举办的相关展览、会议、论坛,加强多层面的交流、互动,主动寻求接轨上海的新的合作空间和领域,提升杭州本地企业的综合竞争力。

围绕推进会展业转型升级,助推杭州会展业快速发展。一是以杭州案例馆为平台,创新组建了 5 个工作保障部,设立专业工作团队,创新引进了 30 场以上的文艺活动,策划举办了国际文化交流周、乍得画展等活动,推进杭州城市节庆、文化事业的发展。二是以杭州案例馆为平台,创优引进举办了“和谐城市与宜居生活”世博会主题论坛,提升了杭州国际化办会水平。三是以杭州案例馆为平台,组织推荐创意、策划、广告、搭建等相关会展企业参与世博会,全面提升杭州会展业发展水平。

围绕提升会展业发展理念,助推杭州会展业快速发展。一是以杭州案例馆为平台,创新组建世博会参展城市联盟,进一步推进杭州会展业快速发展。二是以杭州案例馆为平台,创新举办世博合作日、国际会展沙龙等活动,交流办展办会先进理念和运作模式,提升杭州国际办会水平。三是以杭州案例馆为平台,组织分发世博、杭州之旅消费券 10 万余份,加强会展与旅游的互动,扩大城市的国内外知名度和影响力。

围绕提升会展业国际知名度,助推杭州会展业快速发展。一是以杭州案例馆为平台,构建完善了“世博会注册媒体+市外媒体+市内媒体+内部信息简报”的立体宣传推广网络,显著提升了品牌会展项目的国际曝光率和关注度。二是以杭州案例馆为平台,走访了 50 个以上的各国驻沪总领事馆、国际组织等,有效提升了杭州会展业的国际化水平。三是以杭州案例馆为平台,创优策划举办“友谊日”等活动,提升了杭州会展的国际知名度。

助推杭州会展业快速发展取得的成效

杭州市西博办(会展办)以世博会杭州案例馆为平台,通过全面参与、服务、共享世博会,积极实现杭州会展业快速发展这个创优目标,在直接效应和衍生效应两个方面均产生了明显的成效。

直接效应显著。一是引进世博中外游客,国际游客显著增加,经济效益拉动明显。二是组织企业参与服务世博,产生经济效益,助推产业转型升级。三是借鉴世博办会经验,充分运用国际资源,提升西博会休博会的办会水平。四是加强与国际组织的联络,打造城市品牌,提升国际化知名度。

衍生效应扩大。一是提升杭州会展业发展理念。二是提升杭州城市品牌的美誉度。三是推进杭州城市人文建设。



日前,由德中联国际会展(北京)有限公司主办的 2011 年会展人年会暨首届会展资源对接大会在京举办。来自上海、浙江、广东、河北等全国各地约 60 余家展览机构进行了现场招聘,掀起了 2011 年中国会展人才对接的首个浪潮。记者在会展人年会现场了解到,会展人才教育与市场需求不相匹配,依然是会展行业存在的问题。

本报记者 季春红 摄影报道

上海世博会给力 杭州会展业提气