

论坛泛滥 业界患上“厌烦症”

■ 本报记者 兰 馨

“时下,各种论坛太多了,很多论坛都邀请部长、局长等领导参加,但没有太多实际的效果。”中国贸促会副会长张伟近日转述了中央有关领导对目前举办的各类论坛现状的忧虑。

2010 年 11 月 17 日,《人民日报》一篇题为《治“论坛厌烦症”》的评论引起广泛关注。文中说道,“在江苏张家港市永联村召开的中国农业论坛首届年会开幕式上,一位资深专家提到一种现象——论坛厌烦症:社会上各种论坛越来越多,而真正受欢迎、有价值的却很少,甚至一听到‘论坛’,人们就感到厌烦。”

论坛作为会议产业的一种形式,正在成为市场的宠儿。时下,论坛的数量过多,也呈泛滥之势。业内人士指出,目前,中国会议产业与欧洲的差异较大,反而与美国的国情更为相似,都是幅员辽阔、人口众多,有着巨大的国内消费市场,会议产业基数庞大,国内会议将占据较大的比例。

缺乏国际竞争力

业内专家指出,我国会议产业在快速发展的同时,也暴露了一些问题。一方面,政

府在制定明确的会议产业发展政策和具体的支持措施方面还有待加强。另一方面,中国会议产业的从业人员缺乏系统的培训和再教育,尤其是在岗教育,这严重制约了会议产业的发展。

专家介绍说,中国会议产业的发展仅有 30 年的时间,而国际上成熟的会议产业大国都拥有超过 50 年的历史。为此,中国会议产业的发展要从以下几个方面入手:首先,应该尽快出台会议业的长远发展政策;其次,需要成立专司会议业推广促销的会议局(CVB);再次,要加快会议业的市场化进程;最后,大力培养专业人才,提高会议业从业人员的专业水准。

作为会展业的重要组成部分,近年来,会议产业已经引起政府及专业机构的高度关注。近日,在杭州举办的第七届中国会展经济国际高峰论坛(CEFCO 2011),高度关注会议产业的发展,其间更以“会议产业在中国的发展与未来”、“如何提升中国会议举办地的国际竞争力”两大前瞻性议题,探讨了中国会议产业的发展。据悉,此次会议议题属于本届中国会展经济国际合作论坛 6 大议题中的两个分组会议。

与会专家认为,会议产业在促进经济发展、提升城市形象等方面发挥着日益显著的

作用,各国对会议业的支持力度不断上升,很多重要国际会议的申办竞争日益激烈,各方面考核因素都可能对申办结果造成影响,稍有疏忽或许便会抱憾而归。

尤其是,目前,中国会议产业的国际竞争力还十分薄弱。据国际大会及会议协会(ICCA)的统计数据表明,2009 年中国举办的国际协会会议数量在全球排名第 9 位,但接待的国际协会会议仅占全球的 2.95%。

提高商业化路径

据不完全统计,目前,全世界每年的大型会议不少于 15 万个,仅国际会议就有 7 万多个。每年国际会议产值为 2800 亿美元。大型会议对区域经济发展的带动作用显而易见。

“‘厌烦症’现象的出现,表明市场对论坛已经有了甄别力。”国家会议中心市场总监许锋认为,这是一件好事,可以提升会议的商业化程度。政府官员参与度减少,将有助于会议(论坛)主办方积极思考如何提升会议的质量,而不是考虑如何邀请政府官员。

许锋指出,一些规格较高的会议,其主办方往往要邀请相关部委高层官员出席并致辞,但由于这些高层官员的时间很难确定,甚至在会议开幕前一天都无法最终确定

出席官员的名字及职务,这给会议日程增加了很多不确定因素。而出席会议领导的致辞往往千篇一律,内容太宏观,缺少具体的指导性。

许锋强调说,当然也不能一概而论,有些会议或论坛,比如汇率、产能、物价等一些政策及方向性的论坛,还是需要国家层面包括有关部委官员表达政府的观点,这类论坛也成为行业了解政策的一种渠道。

在 CEFCO 2011 期间,许锋表达了他的观点:“中国的会议产业正处在蓬勃发展阶段,以 2011 年为界限,前一个 10 年,可以称为中国会议产业的追赶阶段,在这一阶段,中国会议产业扮演的是追随者和学习者的角色。中国会议产业虽然进展迅速,但仍然与美国、德国、法国、西班牙等发达国家有一定的差距。后一个 10 年,中国会议产业应根据自身优势,找准定位,提高会议服务水准,成为有力的竞争者。”

许锋表示,在欧洲,会议产业的产值远大于展览业。未来 10 年,将是中国会议产业发展的黄金期。

本报特稿

华南汽车展移师合肥

近日,合肥市市长吴存荣与上海市会展行业协会会长、长三角城市会展联盟理事长吴承璘一行会谈时透露:随着上海国际展览公司与合肥滨湖国际会展中心签约,世界 A 级的上海国际汽车工业展将随之移到合肥。

据了解,经合肥市商务部门多方争取,由上海汽车展衍生的华东汽车展(暂定名)落户合肥之事一锤定音。双方约定,2011 年 10 月在合肥滨湖国际会展中心举办华东汽车展,该车展原则上不低于国内 B 级车展标准。

据介绍,A 级车展重在进行汽车品牌推广,而将在合肥举办的华东汽车展重在拓展销售渠道,厂家和零售商以整车及零配件参展的热情会高涨,其中部分参展商可能就会在合肥投资设厂,所以对合肥乃至安徽汽车业发展来说,更是难得的契机。据保守估算,一届 B 级车展至少将吸引来四五十万的观众人流,其中很大一部分是省内的专业观众即汽车厂商,因为 B 级车展参展商绝大多数是国内自主品牌和中外合资品牌。

合肥每年 10 月都在安徽国际会展中心举办一次汽车展,华南汽车展来了,原来的汽车展会被取消吗?记者从合肥市会展部门了解到,目前没有取消的打算。“就是要充分进行市场竞争嘛。”合肥市商务局副局长凌必发介绍说,会展未来的发展方向就是完全市场化,政府参与和主办展会比例越来越小,让各类车展各显神通各展所长。

合肥滨湖国际会展中心承诺在 4 月底或 5 月初完成场馆建设,使场馆达到车展使用要求,并确立专业化的场馆运营管理单位。协议明确,今年 7 月协议到期将签正式协议,这意味着华东汽车展可能长期在合肥举办,每年办展一次。

此外,合肥市还分别与上海市、南京市、杭州市、南昌市、宁波市 5 个长三角重点会展城市签订战略合作框架协议,将搭建各会展城市之间的学习交流互助及宣传互动平台。长三角城市会展联盟与中国机械汽车展联委会也签订战略合作协议,今后将在 6 个方面加强联系和合作,共同打造中国先进装备制造业的综合服务平台。

(静 安)



日前,第三届厦门特色农产品暨农业龙头企业产品展销会在厦门会展中心举行,由于适逢双休日,为备年货的大量客流蜂拥而至。品种繁多、物美价廉和新鲜亮丽、颇具特色的台湾农产品成展会新宠,深受厦门市民喜爱。

据悉,政府搭台、农民唱戏、市民受益,由厦门市农业与林业局、厦门日报社、厦门农产品集团倾力打造的第三届厦门特色农产品暨农业龙头企业产品展销会于 1 月 24 日落幕。图为展会现场。

(夏 雯)

大连北方并购上海东博 民营资本启航

■ 倪玉 本报记者 静安

日前,大连北方国际展览有限公司(以下简称大连北方)并购重组上海东博展览有限公司(以下简称上海东博)签约仪式在大连举行,此举开创了会展业合作的新模式,也拉开大连北展作为东北最大民营展览公司布局全国的序幕。

根据双方协议,大连北方并购重组上海东博后,将由大连北方在上海设立新公司上海东博文化发展有限公司,作为接受上海机床展的所有权及相关资产的载体,也是继续运营上海东博“上海国际机床展”项目的主体。同时,大连北方国际展览有限公司将向原上海国际机床展涉及的有关方面定向增发合计不超过 30%(含 30%)的股份。并购重组后,上海东博所有的客户资源将转移到大连北方控股的上海东博文化发展有限公司,上海东博展览有限公司相关人员的转移以相关人员与上海东博文化发展有限公司签订劳动合同并由上海东博文化发展有限公司缴纳社会保险金为准。

为上市热身

大连北方目前拥有 6 个国际性展会的举办和所有权,年展览面积 20 万平方米,所举

办的中国国际家具展、东亚旅游博览会、房交会等展会多数是中国北方同类展会中规模最大的;上海东博拥有上海国际机床展的举办和所有权,年展览面积 10 万平方米左右,企业估值 1.5 亿元。

媒体报道,此次大连北方对上海东博的并购重组是中国会展界发展模式创新,在我国业内具有里程碑意义,预计通过此次并购重组,大连北方国际展览有限公司 2011 年利税将突破 7000 万元。

据大连北方国际展览有限公司董事长李琼介绍,早在去年 6 月,大连北方就与券商签订了“新三板”上市协议,力争在最短的时间内实现在主板上市已成为大连北方的目标,本次资产重组是大连北方上市前迈出的又一坚实步伐。大连北方将继续扩大在全国各地的资产重组或并购,推动展览行业资源的最佳整合,以期实现连锁式经营,集团化发展。

此次大连北方对上海东博的并购重组是中国会展界发展模式创新,在我国业内具有里程碑意义,通过此次并购重组,预计大连北方国际展览有限公司 2011 年利税将突破 7000 万元。

布局全国

李琼接受媒体采访时坦陈,按照上市的

目标,大连北方将开始在全国布局连锁公司,初步目标是从现在在全国拥有的 20 多个分公司、办事处,增加到 200 个分公司、办事处,形成不仅在一线城市有大连北方的子公司、二线甚至三线城市、生产厂家集聚地城市都有大连北方子公司的良好发展局面。从区域上,将形成大连、北京、上海、广州、成都五大区联动的态势。

李琼表示,当大连北方发展到这个规模时,可以形成规模、积聚人才、降低单位成本,为上市奠定良好基础。同时,也有助于大连北方下一步国际化网络的布局。

此外,据李琼介绍,目前全国有 5000 多个专业类展会,这些展会虽然有的具有一定规模,但许多展会存在招展和专业观众的参与方面同样有进一步提升的空间,李琼十分看好“携程网”模式对包括交通、酒店业在内的旅游业的拉动作用,李琼计划下一步将打造一个类似“携程网”模式的展览业“展之桥”网站,连通展览业的各个环节,不仅可以促进企业自身的招商招展,还可以为全国 5000 多个专业展会的招商招展工作提供服务。

会展关注

会展传真

上海青浦打造会展经济区

近几天来,都市合作共建在上海建设国家会展项目的消息传出后,许多客商纷纷打听会展项目建设的时间表,表示出强烈合作意向。据透露,承接重大会展项目落户,青浦区已在规划打造一个 19 平方公里左右的会展经济区,将成为上海未来的会展经济地标。

客商表现出的极大兴趣,并不出人意料,因为业界对大规模的会展平台期盼已久。作为中国乃至亚洲最重要的会展城市,上海的会展场所已多年处于供不应求状态。业内人士介绍,目前上海全年展出面积 750 多万平方米,实际办展能力可达 1000 万平方米,但上海现有各类展览场馆室内面积只有 26.8 万平方米,大致能容纳的展览总面积约 700 万至 800 万平方米。由于展览场馆紧张,目前上海新国际博览中心拥有两个“第一”:一是展馆租金每平方米 20 元,这是全球最高的;二是展馆使用率超过 70%,而在国际上,这一数据达到 50%已是非常好了。

预测未来几年,上海展览业将以每年 15%至 20%的速度发展,到 2015 年,总展出面积将超过 1500 万平方米,30 万平方米以上规模的大型展览项目将超过 20 个。展览面积的限制,对展会业扩张形成了阻碍,一些优质大型展览项目难以做大,新设项目无法排进档期。

此次都市合作共建的国家会展项目,是突破这一瓶颈、释放上海会展业潜力的绝佳机遇。项目落户于大虹桥商务区的青浦地块,北至崧泽高架路南侧红线,南至规划六路北侧红线,西至诸光路东侧红线,东至小淞港河道西侧蓝线,建设用地面积约 1560 亩,将建成国内外最具规模、最具水平、最具竞争力的会展综合体,会展综合体由展览场馆、综合配套设施和后勤保障设施组成。其中,展馆展览面积约 50 万平方米,建筑面积约 120 万平方米,投资总规模 230 亿元左右。

会展项目带来的商贸业集聚潜力,成为当地发展的巨大动力。为了配合项目落地,当地政府和相关开发公司积极对接,争取调整了原先的规划,根据大型会展业的车流、物流密集特点,把该区域的交通道路、桥梁承重等的调整、改造列入新一轮发展规划。同时,产业链规划也在积极推进之中,围绕会展项目及其背后巨大的商贸业潜力,将积极打造配套项目,引进保险、票据等企业,打造一个贸易金融服务区,并引入酒店式公寓、快捷酒店、文化休闲区等为商贸会展业配套的设施。可以预见,不久的将来,西虹桥板块将成为上海会展经济最活跃热点地区之一。

(解小方)

2011 年重庆会展业收入欲增两成

本报讯 近日,重庆市商委主任周克勤对外透露,2010 年重庆市举办展会 405 场,由会展带来的直接收入为 25.3 亿元,拉动相关行业的消费达 214.3 亿元,同比增长了三成多。按照计划,2011 年,重庆将力争举办展会 450 场,使会展直接收入达到 30 亿元,进而拉动消费 250 亿元。

此外,在 2011 年即将举办的大型展会中,中国园艺博览会将备受关注,同时,重庆正积极争取中国零售商大会落户重庆。据悉,该会议是国内零售商最高规格会议,每届都吸引众多国内以及和国内企业有业务往来的国际零售巨头云集现场参会,除商讨零售行业热点话题外,巨头们也会相互寻找合作机会。

据了解,重庆已连续两年获得了“全国十佳会展城市”称号,大力发展会展业,成为拉动重庆城市消费的有力武器。

(桑 梓)