

媒体传播助力“大会展”概念

■ 本报记者 兰馨

“会展业要有‘大会展’概念,无论是经济论坛、展览,还是文化性质的节庆、博览会,以及商务性质的会奖活动,都应该融入‘大会展’之中。”日前,在中国经济网会展顾问联谊会上,中国市场学会会长、中国贸促会原会长、中国经济网会展高级顾问俞晓松指出,媒体在对会展的宣传报道中也要融入“大会展”概念,发挥导向作用,从而促进整个会展业的发展。

中央《关于“十二五”发展规划的建议》指出,要加快发展现代服务业,把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点。拓展服务业新领域,发展新业态,培育新热点。会展业作为现代服务业的重要组成部分,越来越受到各级政府和有关部门的重视。

媒体助推“大会展”概念

俞晓松表示,在“三网融合”的背景下,中国传媒格局将发生改变。网络作为传播信息的新媒体,以超强的新闻时效性、多手段的表现形式、便捷的阅读方式成为人们获取信息的新渠道。

俞晓松指出,会展业经过多年历练,虽然成绩瞩目,但也存在一定的问题。其中有些政府主导型展会筹备时间仓促、展览水平不高。对于这种现状,媒体就要发挥导向作用,将此类展会与国际展会作对比,借鉴国外的办展经验,加快会展业规范性建设。

针对目前媒体对会展业发展现状的报道力度,全球展览业协会亚太区主席、上海

世博会事务协调局副局长陈先进指出,媒体的权威性,首先表现在要有独家的观点和想法。其次,现有媒体资源要联合,这样才能更好地发挥信息平台作用。

商务部国际贸易经济合作研究院院长、中国会展经济研究会会长霍建国表示,会展业发展需要权威媒体适当引导。同时,他也强调媒体引导也要把握好尺度。

“目前很多媒体都在关注会展经济,令会展业受到越来越多的重视。”北京贸促会副会长、北京国际会议展览业协会副会长储祥银表示,近日,财政部、外交部联合发布《关于严格控制在华举办国际会议的通知》,进一步规范 and 加强管理在华举办的国际会议。媒体也进行了广泛的报道,从这一方面看,会展业的发展要有权威性媒体支持,通过对重要事件的报道来对行业进行引导,让专家学者在媒体平台上进行观点交锋。中国会展经济研究会副会长陈泽炎则认为,专业的会展媒体要具备三个条件:权威、尖锐、全面。

助推自主品牌展会

“媒体宣传报道要重视主办机构,呼吁政府给予品牌展会更多重视,从而推进中国自主品牌展会的发展。”机械汽车展览联合会秘书长张效林认为,时下,会展专业媒体很多,其中有的媒体频繁地举办各类活动,对热点事件关注得不够。他指出,媒体报道需纲举目张,抓住会展业的“纲”,就要抓住展览项目主办机构的想法。

张效林表示,通过媒体的传播,让各界逐渐达成共识,举办展会的目的,是推动行业、企业的发展。目前,仍有不少重复举办

的展览会,品牌展不多,这样一来,消耗了参展企业的财力。而品牌展会,由于口碑好才是企业最愿意参加的展会。会展业从长远发展来看应着力培育自主品牌,媒体应呼吁政府给予品牌展会更多的重视,推进品牌展会的发展。

张效林称,中国会展业正处于走向国际化的机遇期,中国会展业将服务更大的市场,要抓住会展业的发展方向,推进会展业真正为行业、企业搭建更好的平台。

对此,全国农业双交中心副主任张凤林表示,媒体要树立权威性、要旗帜鲜明。

加强中外融合

IAEE 亚洲展览理事会主席、新加坡会议与展览管理服务公司董事长廖俊生则表示,中国会展市场越来越受到国际展览公司的重视。中国要比新加坡或者其他东南亚国家拥有更好的会展市场。在国际经济大背景下,美国会展业滑坡,欧洲会展业在经历过金融危机之后刚刚开始恢复。国际会展业十分重视亚洲市场,特别是中国市场。

“会展媒体要传递各方声音、加强中外交流并推动会展业的国际化发展。”中国会展经济研究会副会长、国家会议中心总经理刘海莹认为,政府、企业、行业都在关注会展业的热点。与此同时,媒体还要传达包括政府、企业、专家的声音,如相关政策出台后的解读。特别是要搞好中外交流,中国会展业发展到现在不过 20 年,跟国外会展业相比,运作经验、经营理念都存在一定的距离。如何提升中国会展

业的经营、管理水平,国际间的经验交流是必不可少的。

“媒体权威性的关键是:不是谁有钱谁说,也不是谁有权谁说,而是谁说得对谁说。”中国国际贸易学会会展专业委员会主任、北京第二外国语学院研究生院教授刘大可如是说。

中国展览馆协会工程专业委员会原主任、北京优逸展览公司总经理穆桦认为,媒体要突出焦点事件报道的“独到性”

“方向比努力更重要”

“会展业媒体要突出亮点栏目,把握好发展方向。”中国贸易报社社长、总编辑范培康强调,作为传统媒体,中国贸易报一贯致力于与网络媒体,尤其是专业会展媒体,共同合作、沟通策划选题。例如,在关注行业热点问题时,中国贸易报和中国经济网会展中国频道对选题进行策划,邀请专家发表观点和建议,同一时间在报纸和网络刊发。

范培康指出:“在发展网络新媒体的过程中,一定要把握好方向,因为方向比努力更重要。”

范培康强调,会展报道在栏目设置上,既要突出亮点,也要突出会展业的热点和焦点。更重要的是,要打造“大会展”的概念。时下,各地政府举办的节庆活动都应包涵在“大会展”内。

会展关注



香车美女装扮再添展会看点。日前,首次移师北京中国国际展览中心(新馆)的第 14 届中国汽车用品暨改装汽车展,在开幕当天观众注册人数就超过 8 万余人,创历届展会最高点。

本报记者 季春红 摄影报道

石狮海博会坚持两岸共赢 是优势亦是战略

■ 本报记者 兰馨

日前,第十四届海峡两岸纺织服装博览会暨 2011 休闲服装博览会(以下简称海博会)在京举行发布会,本届海博会将延续“两岸、规模、专业、休闲、时尚”的主题。据悉,今年“两岸”特色将更为突出。

第十四届海博会将于 4 月 18 日至 21 日在石狮举行,规模宏大,主展区三大展馆面积 4.5 万平方米,共设 3000 个展位,凸显闽派服装板块特色,充分展现和发挥闽派纺织服装产业链的整体集群优势,促进产业整合和协作,推动形成新的竞争优势。

两岸谋共赢

本届海博会,台湾纺拓会将组织历届规模最大的展团参加。另外,台湾制

衣工业同业公会、台湾针织工业同业公会、台湾毛衣编织工业同业公会也将组团参展。届时,海博会台湾馆规模将进一步扩大。

据石狮市市长黄南康介绍,两岸纺织服装产业具有多样性、包容性、互补性,发展前景广阔。《海峡两岸经济合作框架协议》的签署生效,为深化两岸服装产业合作注入了新的活力,带来了新的机遇。

本届海博会期间,组委会将举办项目招商、台湾新型功能性纺织品推介会、台湾时尚品牌联合发布会、两岸纺织机械对接座谈会和纺织机械、缝制设备新品发布会等大型经贸活动,台湾展团还将提供高科技项目与大陆企业对接,推动两岸业界在面料业、纺织机械业和市场建设方面合作共赢。

据悉,本届海博会期间,第二届海西国际时装周将与中国时尚同盟实施战略合作,引入时尚创意资源,吸纳海峡两岸及日韩众多知名服装设计师和专业时尚与设计机构,将举办近 20 场时装品牌和设计师作品发布会,以及面料、辅料、流行色的流行趋势动态专场发布会,打造一个专业化、国际化、创意化的品牌时装周。

汇集创意资源

本届海博会期间,石狮品牌服饰名品馆将开馆,并作为展示石狮及各地设计师原创品牌聚集地常年对外营业开放;海博会分展区总面积 40 万平方米,设服装城交易区、鸳鸯池布料市场、金汇面料市场、富丰商城等 6 个分展区,展示石狮作为中国休闲服装名城和国际纺织采购中心的风采。

本届海博会将充分发挥石狮作为中国服装跨国采购基地的优势,重点打造两个对接活动:一是由中国纺织工业协会、中国纺织企业家联合会组织约 50 家中国上市、重点纺织企业与台湾业界进行交流对接;二是由中国服装协会组织近 100 家中国优秀服装采购买手与当地服装企业、协会的产销对接。与此同时,推动电子商务和推进国际贸易也将作为本届海博会的重点。此外,还将举行石狮面料城奠基仪式,倾力打造国际化纺织交易中心,进一步提升石狮作为中国重要面料采购配送中心的地位,促进纺织服装产业与服装市场的全面繁荣。

据悉,中国纺织信息中心还将发布“2011/2012”秋冬季中国纺织服装流行趋势发布,以及面料、服装趋势发布等专题活动,凸显时尚概念。

会展传真

全国城市工业品贸易中心联合会 会展工作委员会成立

本报讯(记者 周春雨 叶灵燕)日前,全国城市工业品贸易中心联合会会展工作委员会(以下简称会展工作委员会)成立大会暨行业交流会在国家会议中心召开。大会公布了会展工作委员会顾问、会长、副会长、秘书长、副秘书长名单及机构设置。

据记者了解,全国城市工业品贸易中心联合会会展工作委员会下设展览组织联络部、会展中心联络部、布展工程单位联络部、会展管理机构联络部、国际合作部和理论研究部 6 个部门。其中,为了凸显会展工作委员会在行业内的学术性、权威性及实效性,理论研究部人员由相关部委的领导、相关协会的的领导,会展学术领域的教授,知名展会的主办人,以及资深的会展场馆管理专家组成。理论研究部多角度、全方位的人员构成,将为全国会展工作委员会的工作提供支持。

“随着中国经济实力的不断增强,中国会展业蓬勃兴起且日渐壮大。面对中国会展业发展的有利时机,为了规范、促进全国会展业的健康发展,成立会展工作委员会是大势所趋。”全国城市工业品贸易中心联合会会展工作委员会会长覃业竣在大会上致辞说,全国城市工业品贸易中心联合会会展工作委员会将为全国会展业界的机构、会展场馆、城市会展管理机构、会展服务商等打造“会展人之家”。

覃业竣指出,成立后的会展工作委员会将开展大量有针对性、务实的工作,包括行业统计、行业标准和品牌展会评审认证工作。他特别强调,会展工作委员会将发布全国会展业的权威统计数据,以此调动会展人参与统计的积极性。覃业竣认为,中国要想从会展大国走向会展强国,必须创立自己的品牌评审体系,打造中国会展业的“正道”。

针对行业标准,国标委标准审查部研究员葛颖指出,标准是打开、引领、规范市场,促进产品出口、经济发展的利器。企业掌握了标准则掌握了主动权、话语权,可以提高产品竞争力、抢占市场制高点。

葛颖还指出,尽管服务业标准是全新的领域,但是得标准者得天下,会展业界应该认清制定行业标准的目的和意义,积极参与全国会展业标准的制定和实施工作。

香港去年会展旅客 增加逾两成

本报讯 香港旅游发展局日前公布,2010 年访港过夜的会展旅客共 142.9941 万人次,比 2009 年上升 22.8%,比 2008 年也增加 22.5%,其中内地旅客占 41.8%。

据香港旅发局分析,去年全球经济情况稳定,商务旅游活动增加,加上国际上主要货币兑港元升值,也令香港作为会展活动目的地的吸引力大增,所以各主要地区市场的访港会展旅客都有可观的增长,其中内地旅游数量的增幅最突出。据统计,去年来自内地的过夜会展旅客共 59.8022 万人次,比 2009 年增加 35.4%。

在短途市场方面,南亚和东南亚地区升幅最显著,比前年增加 24.6%,达到 23.0964 万人次。另一方面,由于年内多个大型会议及展览在香港举行,因此各长途市场也有不俗的增长率,其中美洲地区增幅最明显,共 15.5137 万人次,比前一年增加 18.4%。

香港旅发局主席田北俊表示,今年访港过夜会展旅客将继续增长,预期全年将达 160 万人次,比去年上升约 12%。

他透露,今明两年已确定将在香港举行的大型会议和展览约有 315 个,其中包括预计有 6000 人参与的 2011 亚洲电脑图像与互动科技研讨会议及展览,以及预计有 1.2 万人参与的 2012 世界牙科联盟年会。(静安)