



中国贸促会：出境展承载国家形象推广重任

■ 本版撰文 本报记者 周春雨 叶灵燕

编者按:展会能直接带给受众群体真实的现场感觉,其直接的宣传效果,远优于新闻媒体间接呈现的客观报道。利用好出境展这一平台推广国家形象,不仅传播幅度广,效果明显,还具有传统媒体所不具备的其他优势。

长期以来,作为非政府组织,中国贸促会举办的出境展不只局限于促进贸易、宣传民族品牌,更重要的还是承担着推广国家形象、输出文化及跨文化交流的公共外交责任,尤其是近几年其参与民间外交、经济外交的重要性日趋凸显。



“出境展除展示民族品牌之外,还要通过展会平台提升国家形象。”近日,中国贸促会展览部业务二处处长姚鲁杰在接受本报记者采访时表示,这是中国贸促会有别于其他展览公司的职责所在,同时也是组织出境展的最高境界。

中国贸促会会长万季飞针对出境展项目曾强调指出:“展览会不能就展览论展览,更要注重宣传推广国家形象,并肩负起公共外交的社会职责。”多年来,中国贸促会组织的出境展项目,在满足举办国市场需求的同时,还获得了当地政府高层的肯定。

推广国家形象

姚鲁杰认为,展会具有双向人际传播的特点。可以说,利用展会传播比广告更经济,更有效果。

据姚鲁杰介绍,2010年,为了提升国家形象,中国贸促会的出境展利用多种展示手段,对外传播国家的声誉和知名度。

姚鲁杰指出,随着全球化及信息化步伐的不断加快,通过公共外交在国际社会中提升、塑造良好的国家形象,成为国家软实力建设的重要手段之一。近年来,中国贸促会的出境展业务在推广“中国制造”的同时,还起到了公共外交、民间外交、经济外交的延续作用。

姚鲁杰还指出,推广国家形象是为经济建设 and 国家安全创造良好的国际环境。在推广宣传国家形象时,文化要素成为中国国家形象战略导向,以文化中国引领经济中国、政治中国以及国家形象的其他主题。

随着中国经济的发展,出境展的举办国也随着增加。在总结多年的出展业务时,姚鲁杰发现,宣传中国文化更为当地人所接受,文化的交流更能够增加当地民众对中国文化、中国政府和人民的亲近感,在潜移默化中培养并加深他们对中国

在海外主流媒体上宣传国家形象,花费相当可观,动辄每分钟几十万美元。而借助出境展宣传国家形象,不但可以与公众近距离双向交流,而且展会期间举办的

公关活动还可以弥补广告宣传的不足。姚鲁杰认为,作为非传统媒体宣传形式,展会传播比广告宣传更具说服力,通过展会现场交流,可以近距离地接触受众,从潜意识里影响他们对中国的认知。他表示,承担着公共外交使命的中国贸促会展览部,在促进经贸合作的同时,创新地加入中国文化元素,通过声光电等表现手法,并配以图片、实物等,对中国传统文化、历史、社会等进行全方位宣传,向当地民众展示了一个更全面的中国。

国家利益至上

姚鲁杰强调,通过出境展对外推广国家形象,应坚守国家利益至上的原则。要有清晰的定位、专业的策划和较高的审美意识,尤其要妥善处理文化的差异性,用好当地的宣传资源。此外,尽量淡化对外宣传的官方色彩,采取独立、民间的客观中立态度。在推广方式上宜采用客观、含蓄的方式,尽可能地做到“没有宣传的宣传才是最好的推广”。

在举办出境展推广国家形象方面,中国贸促会总结出这样一些经验:“善于运用国际化、现代化的表达方式,展示以文化和价值观为主的宣传内容,更富感观吸引力,更能表现国家的形象和魅力”。

2010年,中国首次赴萨尔瓦多举办中国贸易展览会,该展会是中国贸促会历年以来在中美洲未建交国家举办的规模最大的一次展会。比亚迪、中兴、华为、康佳、力帆等国内知名民族企业,在中国贸促会的帮助下开拓当地市场,其中部分企业达成在萨投资合作生产意向性协议。

2010年是中国印尼建交60周年暨中国印尼友好年,中国贸促会在印尼首都雅加达举办了中国贸易周活动,展出规模达1.2万平方米,来自全国18个省市的近400家企业参展,是迄今中国在印尼举办的规模最大的一次展会,推动了中国与印尼以及整个东盟地区的经贸往来与合作。中国驻印尼大使馆给中国贸易周组委会发来感谢信,认为此次展会有利于促进中国与印尼双边经贸关系的良好发展。

姚鲁杰表示,萨尔瓦多中国贸易展览

会在国家形象的推广定位、公关活动的开展上都做了有益尝试,对今后举办大型出境展,有效提升国家形象、输出软实力等方面具有借鉴意义。

姚鲁杰介绍说,本届展会策划有两个交叉的主题,即通过经贸展示,促进双赢的双边经贸合作,以及通过文化、中国形象的展示,促进公共外交。这在展会的策划及实施上有很大的难度。如何使两个主题相辅相成,在展览策划、项目管理上需有更多的投入。

从传播的细节上看,萨尔瓦多中国贸易展览会采取了较为含蓄的方式,大量运用了人民生活、精神面貌、饮食文化等内容,收到了极好的效果。这也印证了“没有宣传的宣传是最好的宣传”,从“生活世界”扩展到“价值世界”的道理。

开拓新兴市场

“10多年来,中国贸促会坚持在不发达国家举办展览会。除付出努力外,更需要有责任感,才能完成国家赋予的使命。”姚鲁杰如是说。

据统计,2010年,中国贸促会展览部业务二处组织出境展项目15个,包括赴与中国未建交的萨尔瓦多、尼加拉瓜等国举办4个大型单独展会,展出规模达2.6万平方米,组织参展企业800余家,取得了良好的经济效益和社会效益。

在越南、古巴举办展会期间,越南国家副主席、古巴最高行政机关——部长会议副主席等亲临中国馆参观,并授予中国

馆“越南国际贸易展设计金奖”、“哈瓦那国际博览会最佳展馆”、“哈瓦那国际博览会最具代表性组织国”等荣誉。

中国贸促会展览部业务二处副处长章书靖表示,2010年,展览业务部二处的出境展浓缩了中国贸促会各种职能和亮点,不遗余力地开拓新市场、新业务、新行业,真诚办展,加强了展会举办地民众对中国的认识与了解。

根据国家战略部署,出境展以展会为平台和手段,帮助企业开拓新市场,促进产业结构升级,扩大对外贸易和投资。据中国贸促会展览部业务二处副处长罗垒介绍,根据企业需求,他们对出境展做了一些调整。为了推动中国太阳能、光伏等新能源、新技术走向海外,组织中国企业参加了北美国际太阳能科技展览会,展出了太阳能供水系统、太阳能集热采暖设备、太阳能建筑应用等产品,为中国企业优化产业结构、实现产业升级换代提供了良好的平台和贸易机会。

为贯彻市场多元化的外贸方针,有效拓展新的贸易渠道。展览部业务二处举办的出境展在加大对美国、日本、澳大利亚等传统发达国家市场开发力度的同时,还加大了对如巴西、墨西哥、印度、阿联酋、朝鲜、泰国等新兴市场的拓展力度,涉及消费类电子、建材、安防、建筑机械等多个行业。

姚鲁杰坦陈,将非发达国家的非专业展会办成有效的展会是一门艺术,难度很大,但发展空间也很大。

编后语:

通过中国贸促会展览部业务二处实施的出国展不难看出,中国贸促会在国家形象塑造以及公共外交方面积累了丰富的经验。

首先,中国贸促会不同于其他政府机构和宣传媒体的特点,更能体现独立、民间的客观态度。其次,展会能够充分利用各种资源,准确把握文化差异性,将宣传工作本土化。最后,展会期间举办的一系列公关活动,对推动民间外交、经济外交工作发挥了不可或缺的作用。

伴随着全球化及信息化的深入发展,公共外交或公众外交正成为构建国家外交的一个重要部分。作为非政府组织,中国贸促会参与民间外交、经济外交的使命感也随之更加突出。

延伸阅读

行使社会责任不是简单的事情

出境展属外事工作范畴,要求展会从业人员具备一定的政治觉悟、公关技巧,懂得国际礼仪,具备综合知识,还要有专业精神和工作激情。对于举办出境展的中国贸促会展览部业务二处工作人员而言,他们不是简单的机关工作人员,自然要不断学习、进取,才能更好地行使社会责任。

在繁忙的工作中,中国贸促会展览部业务二处通过多种形式的活动,加强人员工作技能、业务能力等各方面的建设,将事务性组织构建成学习型组织,建设了一支具有核心竞争能力的队伍。2010年共组织多种形式的学术交流会、讨论会和各种形式的培训、讲座10余场次,涉及的内容涵盖如何利用国外展览会推广国家的形象,如何做好展览会的宣传广告工作,以及展览会的时间管理、客户关系管理、危机管理和公共形象管理等。

为提高队伍素质的国际化水平,培养一支具有国际化专业技能、国际商务知识和文化适应能力、国际化视野和境界的对外宣传队伍,展览部业务二处在人员紧张的情况下,有计划地先后派遣近一半的业务干部在国外常驻学习,每人基本上掌握两门外语。

中国贸促会展览部业务二处2011年出国展览项目信息一览表

序号	国家	城市	展(博)览会名称	展出时间	展出内容
1	美国	拉斯维加斯	国际消费类电子产品展览会(CES)	1月6日至9日	消费类电子产品、通信产品及配件等
2	美国	奥兰多	国际建材展览会(International Builder Show)	1月12日至15日	综合建材、陶瓷石材、暖通设备等
3	日本	东京	国际太阳能展览会(PV EXPO)	3月2日至4日	光伏系统、再利用电池、加工技术等
4	巴西	圣保罗	国际电子元器件展览会(Electronic Americas)	3月28日至4月1日	电源元件、连接器、自动化系统等
5	澳大利亚	悉尼	国际建材及设备展览会(Design Build)	5月11日至13日	建筑材料、采暖空调、卫浴设备等
6	朝鲜	平壤	国际商品博览会(International Fair)	5月16日至19日	家用电器、纺织服装、汽车用品等
7	巴西	圣保罗	国际安防展览会(EXPOSEC)	5月24日至26日	商业安全设备、防火及拯救设备等
8	美国	华盛顿	生物技术大会暨展览会(BIO)	6月27日至30日	生物技术产品、生物药品研发成果、生物技术应用等
9	美国	旧金山	北美太阳能科技国际展览会(Intersolar North America)	7月12日至14日	太阳能设备、测量系统、软件及服务
10	日本	东京	电子电机零配件及材料博览会(TECHNO-FRONTIER)	7月20日至22日	电机、电源系统、防抗噪声产品等
11	日本	千叶	国际五金及DIY展览会(Japan DIY Homecenter Show)	8月25日至27日	手动工具、电动工具、园艺工具等
12	乌拉圭	蒙得维的亚	国际工农业博览会(EXPO PRADO)	9月7日至18日	农机、消费品、纺织机械等
13	危地马拉	危地马拉城	中国贸易展览会	9月22日至25日	机械、电子、家电、建材等
14	洪都拉斯	圣佩德罗苏拉	中国贸易展览会	9月29日至10月2日	机械、家电、建材、日用消费品等
15	墨西哥	墨西哥城	国际建筑和住宅展览会(EXPO CIHAC)	10月18日至22日	建材、灯饰、圣诞产品、家具等
16	古巴	哈瓦那	哈瓦那国际博览会(FIHAV)	10月31日至11月5日	各类消费品、环保技术、农用机械、汽车等
17	印度	孟买	中国制造展览会(Made in China)	12月15日	家用电器、机电产品、轻工产品等