



本版话题

会展城市竞合模式期待被超越

■ 特约撰稿 曹雨禾

2月14日,《人民日报》刊登的题为《中国城市化观察:城市化不能“大跃进”》一文特别提到,“中国200多个地级市中,有183个城市正在规划建设‘国际大都市’”。

在民众眼里,国际大都市应有足够数量的国际航班、外企及境外商务人士;在政府看来,国际性会议和展会应该成为一个突破口。因此,许多城市纷纷投巨资建设规模庞大、设施豪华的会展中心,此番建设热潮还将持续下去。再者,“十二五”规划要求“转变经济发展方式”,会展业作为现代服务业的组成部分,发展前景巨大。

目前,上海成为中国第一展会举办地,北京和广州紧随其后。但北京的会议业却遥遥领先。为此,上海奋力追赶。成都、杭州、南京、大连、厦门、青岛、武汉、重庆等众多城市雄心勃勃,矢志进入第一阵营。祭出的法宝无外乎:各地政府出台一系列会展业发展政策和会展业发展专项资金,用以补贴、奖励会展项目及市场促销。二线城市也意识到合作、联盟、共赢的重要性,纷纷携手,力图拓展新路径。

沪杭案例

4月12日,以“后盛会时代中国会议产业的发展机遇”为主题的首届2011中国上海会议与旅游产业发展论坛在上海举行。上海市旅游局和杭州市旅游委员会(以下简称杭州旅委)是该论坛的联合主办方。论坛期间,上海市旅游局局长道书明与杭州旅委主任李虹表示要加强合作。

这是很有意思的举动。显然,杭州旅委主动找到上海市旅游局,希望能借助上海的会展优势,将部分高端商务旅行者吸引到杭州去。应该说,这是相当不错的想法,在实际操作中也是可行的,因为双方没有触及本次论坛最重要的议题——会议业。虽然上海市旅游局表达了“有些会议可以在杭州举办,到上海观光,有些会议则

可以在上海举办,到杭州观景”的大度,但业界清楚,应该是杭州“傍”上海。可以大胆猜测,如果将联合主办方杭州旅委换成杭州市会展办,上海方面一定不会如此大方。

时下,会展业的直接竞争十分激烈,一个会议在上海召开,就不会当年再在杭州举办,反之亦然。会议如此,展览也是如此。“会议+旅游”或“展会+旅游”,对两个城市来讲,各取所需——一个城市要会议,一个要会前旅游或会后旅游,互补作用明显,有利于吸引会展主办机构和参展商、参会者,两个城市实现双赢是有可能的,因为利益诉求不同,能达到各自的利益最大化。但如果是“会议+会议”模式或“展览+展览”模式,两个城市完全是竞争关系,直接冲突下要达成合作几无可能。

成都案例

5月20日,杭州、南京、长春、长沙、青岛、重庆、西安、宁波、济南、沈阳、南昌与成都共同签署了《中国12城市会展合作框架协议》(以下简称《框架协议》)。该协议由成都市博览局发起,旨在推动行业资源的有效流通和优化整合。

成都市博览局局长陈琳解释了发起12家二线城市签订《框架协议》的初衷:“一线城市,如北京、上海、广州的会展业起步较早,发展也已经成形,联合这些二线城市共同发展,国内会展经济才能达到良性发展,二线城市的会展业才能共同进步,从而促进区域经济

快速增长。”

该《框架协议》涉及7个方面的合作:建立城市区域合作关系、会展项目区域合作互补、会展规划政策交流与共享、会展品牌建设、会展统计指标建立、会展协会协调自律、会展人才培育和交流。合作机制则是“建立各城市的日常联系,通过专业论坛、行业会议等平台,开展双边和多边的区域交流合作。

互为竞争关系的12个城市能走到一起,致力于加强合作、防止资源内耗,希望依靠差异化取胜,这是个难能可贵的举措。目前,城市间的竞争以及展会的同质化现象有目共睹,这也是为何各地纷纷设立金额可观的会展业发展专项资金的最根本原因。

但“会议+旅游”、“展览+旅游”模式在这12个城市基本不适用,能套用沪杭模式的大概只有成都和重庆、杭州和南京这两对组合,但这两对组合也都有些勉强,因为两个城市之间的距离不近。

经济学上的“经济人假设”应该同样可以用到城市身上,尤其是当前政府依然存有追求GDP、追求政绩的想法,本质上都期望自己的城市能承接更多会展项目。

对于“在政策建议、规范管理、调查统计、数据互换、差异化竞争方面搭建对接交流平台”,要做的工作很多,单单一个统计指标建立就牵涉不少方面。业界关心的是,该《框架协议》是否有常设秘书处来协调这12个城市?是否准备各自拿出一些经费来建设会展品牌和进行人才培育、交流?是否由各个城市轮

流来担任执行主席?

境外案例

成都、杭州等12个城市签署的《框架协议》,可被视为一个联盟。在境外,有两个类似的联盟能作为借鉴。

最佳城市联盟(Best Cities Global Alliance)由世界上8个会议业发达的城市会议促进局(CVB)联合组建而成,这8个城市分别是温哥华、爱丁堡、开普敦、墨尔本、哥本哈根、迪拜、圣胡安等。最佳城市联盟的总部设在马来西亚首都吉隆坡,相当于秘书处,有专职的工作人员。秘书处经费以及为这8个成员城市进行宣传推广的费用,由8个成员城市共同支付。秘书处职员在全球各大专业展览和行业会议、论坛上对成员城市进行推介,在全球客户集中的城市进行路演,还与行业媒体和国际协会保持密切联系,并负责为成员城市竞标国际会议。除此之外,秘书处还为成员城市提供专家意见、召开客户论坛等。成员城市还负有为其他成员城市介绍客户的义务。最佳城市联盟代表了世界上城市会议促进局工作质量的最高水准。

另一个联盟是未来会议城市联盟(Future Convention Cities),由首尔旅游局、伦敦旅游局和悉尼会议局于2010年7月23日发起成立。这3个会议促进局成立该联盟的主要目的是,希望把会议发达城市联合起来以加快会议业的发展进程,并在每一个目的地城市实现会议活动对经济发展贡献的最大化。阿布扎比旅游局、多伦多会议局、德班(南非)旅游局、旧金山旅游协会随后加入。今年4月,来自悉尼会议局的Lyn Lewis-Smith成为该联盟的第一任主席。

成都博览局发起的《中国12城市会展合作框架协议》要想取得成功,除了这12个城市要拿出真心诚意推动合作外,还需要建立包括常设秘书处在内的长效机制。

上海、杭州模式以及《中国12城市会展合作框架协议》都是十分宝贵的有益尝试,其中各个城市表现出来的开放、创新思维及努力理应该得到业界的肯定,也期待这两种模式获得成功。

全球商业展会百强地图

■ 张敏 朱晴 翁婷瑾 张超

借助中外文献、比较视野和量化数据,对国内外商展做实证调研与归纳对比,有助于人们加深对会展业规律的认识,更精准地把握中国会展业的地位、目前存在的问题和未来发展的路径,以便采取针对性措施,推进中国会展强国和国际贸易中心建设。

世界百强花落九国

根据统计数据,2010世界商展百强主要集中于欧洲六国和中美、俄三国,总展出面积1826.3万平方米,展会平均面积18.26万平方米。按入选展会数量、展出面积和总面积占比排序:德国排第一,入选展会58个,展出面积1145.1万平方米,总面积占比62.7%,规模超出其余八国总和近70%,是中国的6倍,拥有绝对优势,堪称会展强国;中国排第二,入选展会14个,展出面积186.1万平方米,占比10.2%;意大利排第三,入选展会8个,展出面积168.4万平方米,占比9.2%;法国排第四,入选展会7个,展出面积146.3万平方米,占比8%;美国排第五,入选展会7个,展出面积100.1万平方米,占比5.5%;西班牙排第六,入选展会3个,展出面积38.2万平方米,占比2.1%;瑞士排第七,入选展会1个,面积16万平方米,占比0.88%;俄罗斯排第八,入选展会1个,面积15万平方米,占比0.8%;英国排第九,入选展会1个,面积11.05万平方米,占比0.6%。

按展会平均面积排序:意大利居首,21.05万平方米;法国位居第二,20.9万平方米;德国位居第三,19.74万平方米;瑞士位居第四,16万平方米;俄罗斯位居第五,15万平方米;美国位居第六,14.3万平方米;中国位居第七,13.29万平方米;西班牙位居第八,12.73万平方米;英国位居第九,11.05万平方米。

中国商展异军突起

纵观中国商展入围世界百强历史,2008年为4席,2009年6席,2010年猛增至14席。入围面积排名也由第六、第五位迅速攀升到第二位。这期间,全球金融危机成为中国商展异军突起的转折点。2010年,中国会展城市入榜商展百强数量:上海拥有4个,展出面积61.5万平方米,超出位居第二的北京近22%;北京拥有4个,展出面积50.6万平方米;广州拥有3个,展出面积41万平方米;深圳拥有2个,展出面积21万平方米;香港拥有1个,展出面积12万平方米。按规模占比排序:中国进入2010世界商展百强的5个城市:上海居首,占比33%;北京位居第二,占比27%;广州位居第三,占比22%;以下依次为深圳、香港,分别占比11.3%、6.4%。按展均面积排序:上海居首,15.38万平方米;广州位居第二,13.67万平方米;北京位居第三,12.65万平方米;以下依次为香港12万平方米,深圳10.5万平方米。在2010年入围的中国

商展中,进入前50位展会有3个,分别是上海中国国际工程机械/建材机械/工程车辆及设备博览会,位列第26,展出面积21万平方米;北京国际汽车展览会,位列第39,展出面积18万平方米;上海国际汽车工业展览会,位列第47,展出面积17万平方米。就国内商展而言,北京、上海、广州三地领跑全国。2009年度,中国举办规模以上商展254个,上海以47个蝉联榜首;北京拥有24个,仍居第二;广州拥有21个,位列第三;深圳拥有17个,排名第四。受全球金融危机影响,2009年上海规模以上展会数量减少5个,但仍以总数47个遥遥领先于第二名的24个,连续三年蝉联榜首,凸显了上海作为国际会展中心城市的优势地位。

2009年度,上海举办展会总计526个,展出面积723万平方米;长三角举办展会1833个,展出面积1709万平方米;全国展出面积3876.7万平方米。据测算,2009年度,长三角地区展览面积约占全国展览总面积的44.1%,上海展览面积约占长三角地区展览总面积的42.3%。长三角是中国最重要的会展产业带,而上海则是长三角会展产业带上的龙头城市。

(未完待续)

外展推荐

2011年亚太国际矿业技术、设备及服务展览会

展会时间:9月6日至9日
展会地点:澳大利亚悉尼奥林匹克公园悉尼展馆
展品范围:矿山设备及煤矿机械:采煤机、液压支架、锚杆等。选矿及粉体加工设备:破碎机、筛分机、捣浆机、磨机、绞车、矿车等。安全防护及消防设备:防爆器材、瓦斯报警设备、传感器、降温设施等。机电设备及矿业勘测设备:柴油机、减速机、空压机、经纬仪、探矿机等。
展会概况:每4年一届的亚太国际矿业技术、设备及服务展览会(AIMEX),已成为亚太地区最大矿业展、全球三大矿业展览会之一。
往届回顾:2007年,AIMEX吸引了519家澳大利亚和海外供应商参展,展示了矿

业行业一流的产品和设备、最新的技术与服务。同时,它还吸引了超过1.4万名来自矿业、电力、电信、交通运输等相关行业的工程、技术人员及贸易采购商。据有关调查,61%的观众有采购意向,83%的参观商表示非常满意,95%的参展商表示会继续参展,65%的参展商表示已经连续参加了两届AIMEX。
前景分析:作为矿业大国,澳大利亚拥有领先的技术和服务,为全球采矿业提供创新产品和技术解决方案。在AIMEX 2007上,采购商和供应商齐聚一堂,在互动的商务环境中与同行交流关键技术。AIMEX 2011将继续展示其独特的魅力,吸引全球业内人士参展,在经济复苏的过程中寻求更多发展机会。
(方凡)

业内通告

柯桥纺博会国际化程度提升

本报讯 日前,2010中国柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)在中国轻纺城国际会展中心举行。之后,又推出纺博会二期——2010中国·柯桥窗帘窗纱及布艺博览会。纺博会为浙江省绍兴县柯桥镇会展业赢得了声誉,也形成了有影响力的展会品牌。据了解,2010中国柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)的招展工作提前一个月就全部完成,更多高质量、有影响力的参展商报名参展,绍兴本土知名企业“越红”、“红绿蓝”等一早就报名参展,而且继续以大特装形式亮相纺博会。另外,浙江大自然控股、浙江富润等国内知名企业也都纷纷参展。此外,本届展会还吸引了日、韩、德等国家纺织企业的参与,其中日本企业组团参展,欧洲最大的花型设计公司之一意大利ANTEPRIMA印花花型设计公司也首次亮相柯桥纺博会。本届展会境外参展商数量是上届的3倍,可谓是国际化方面的一个全新突破。据统计,本届展会的展位总数达800多个,参展企业375家。柯桥纺博会自举办以来,一届比一届有影响,一届比一届有实效,企业从中得到了实惠。知名企业的参与、国际参展商和采购商数量的增长,都显示了展会品质的提升。柯桥纺博会已经成为绍兴县的金名片、产业转型升级的大平台、繁荣市场的大载体和加快城市建设的重要抓手。
(柯董)