



# 德国会展业现状调查

业内通造

四类产业  
为南京会展业发展重点

■ 张敏 何小丽 赵雨薇 黄静雯

## 德国会展业特点

展会指标全球第一。德国展会的数量和质量在国际会展业界排行第一。2010世界商展百强,德国入选58个,展出面积1145.1万平方米,总面积占62.7%,规模高出世界第二大经济体、制造业产出和国际贸易第一大中国6倍,其余8个百强商展大国展出面积的总和不到它的60%。在国际会展业界拥有绝对优势,堪称世界会展第一强国。德国每年要举办大约150个各种类别、不同规模的国际性商展,接待16万至17万参展商和900万至1000万观众。世界制造业领域大约2/3的龙头展会在德国举行。

展览场馆展能世界最强。德国共有22个展览场馆,室内展览面积达270万平方米,可供国内外商展使用。其中,室内展览面积超过10万平方米的特大型展览场馆10个,超过5万平方米的大型展览场馆6个,其余6个共有5万平方米。全球展览场馆50强德国拥有面积近30%,比位居第2、第3的意大利和美国的总和还多;最具竞争力的十大场馆,4个为德国所有,面积占近50%,其余6个为意大利、俄罗斯、法国、西班牙、美国和中国所有。世界五大展览中心有3个在德国。就展能实力而言,德国总体上呈现数量多、面积大、实力强的特征。

组展企业实力最雄厚。调查显示,德国约有100家会展公司,每年举办国际性商展200多个,展出面积1000万平方米左右,年营业额为25亿欧元至27亿欧元,2008年

一度达到29亿欧元,拉动社会综合消费约250亿美元。2009全球组展商24强,按国别排序,德国第一,营业额16.37亿欧元,占29.7%。其中,在营业额排名世界前10位的组展商中,5家属于德国。

德国共有7家组展企业入选2009全球组展商24强。其中表现最突出的是法兰克福展览公司,2009年营业额为4.24亿欧元,位居世界第3,2008年一度达到4.4亿欧元;杜塞尔多夫、科隆、汉诺威、慕尼黑和柏林、纽伦堡这6家分别位列第7、第8、第9、第10和第14、第17,2009年营业额为2.56亿欧元、2.29亿欧元、2.22亿欧元、2.15亿欧元、1.58亿欧元、1.33亿欧元。

高度重视展会经营。据德国经济展览和博览会委员会(AUMA)近期针对德国500家B2B参展商的抽样调查结论显示,展会被看作营销沟通的最重要工具。83%的参展商认为,展会对企业间沟通重要或非常重要。除了公司网站,其余沟通手段均位列其后。在B2B参展商的营销沟通总预算中,展会开支份额高达43%。

此外,展会前景近期虽受全球金融危机的严重困扰,但参展商坚持认为中期前景将不受影响。68%的受访者认为,展会地位在未来5年将同等重要,14%的受访者认为将更加重要,只有16%的受访者认为其重要性会有所下降。

AUMA发挥重要作用。AUMA是德国会展行业的核心组织,在联邦经济与技术和消费者保护、营养与农业部的协助下,为德国官方参与和支持海外展会构筑渠道,其会员单位包括德国最有实力的工商企业,各行

业领域的参展商、采购商和展会搭建商,组展企业。AUMA融汇了政府与企业界的力量,代表德国公众和参展商、采购商、组展商以及会展服务提供商的共同利益。在产业链上,AUMA为不同企业发挥着利益均衡的作用。

## 业绩回顾与展望

2009年业绩虽下滑但会展业优势仍在。受全球金融危机冲击,2009年德国共举办了135个国际专业展,参展商15.4155万人,其中7.2285万人来自德国本土,8.187万人来自海外。组展商共用展览面积578.1738万平方米,吸引了891.6693万名观众到会参观。

与此同时,由于受全球金融危机影响,德国组展商的营业额从2008年的29亿欧元下跌到2009年的25亿欧元,展位租用面积下降了6%,观众减少了8.4%。国际消费展受影响最大,下滑率达9.2%。另外,汽车类展览及针对高品质、耐用品的展览也受到了很大冲击。

或许,这些下滑数字也不能完全归咎于经济不景气。一半以上的原因是由于市场信心不足,导致2009年的展会数量明显减少。坚持出席的参展商在开销上比以往更为谨慎。不过,尽管用于布展的资金减少,但是参展商们仍然力图通过实际参展行动,显示各自行业值得期待的发展前景。

参展商和国际观众比例相对稳定。2009年展览业形势相对稳定。来自欧盟主要国家,如英国、意大利、荷兰的参展商保持了稳定态势,数量下滑仅止于2%。德国参展商实

际上还有少许增加。与此形成对照的是,2009年海外参展商总计参展率下降了5%。

尽管遭遇了全球性经济衰退、出口贸易下滑情况,德国展会的国际观众比例与往年相比仍基本持平,全年共接待外国观众约205万人。这些观众到德国参观国际商展主要是为信息咨询和贸易洽谈。

2010年会展业总体呈现回升态势。据测算,2010年德国举办157个展览,参展商达17万人,观众达990万人次,展位租用面积达690万平方米。2010年的头几个月,国际专业展的数据保持相对稳定。除个别展会外,没有出现参展商和观众数量明显下降的情况。有些展会已经从全球金融危机的冲击中明显恢复过来。

德国参展商对2010年至2011年的展出计划持谨慎乐观态度。尽管有20%的参展商准备扩大参展计划,但是还有20%的参展商打算压缩参展计划。

展览场馆建设侧重现有空间的加工改造。根据监管机构的决策,2010年到2015年间,德国将投入大约3.3亿欧元,用于现有展览空间的整修和现代化改造,而非展览场馆的新建、扩建。

(未完待续)

(作者简介:张敏系上海大学影视学院副院长、会展传播研究中心主任,研究方向为传播学和艺术学。何小丽和赵雨薇、黄静雯系上海大学影视学院会展专业研究生和本科生。)

## 本版话题

近日,2011中国国际铜业展览会在上海光大会展中心闭幕。在此次展会上,来自日本、美国、瑞典、印度等十多个国家和地区的200余家铜业企业集中展示了铜加工技术、材料、设备以及纯铜制品。

同时,一批环保节能的产品技术也纷纷亮相展会。对于以导电为特征的最大功能材料加工业铜加工业来说,科技创新已经成为其自身发展的必由之路。

据中国有色金属加工工业协会铜业部主任王碧文介绍,近年来,中国铜加工材料品种已发生了巨大变化,新产品、新材料开发成果显著,许多产品已成为国内外知名品牌。但是,目前中国铜加工工业大而不强、技术经济指标不够先进等问题依然存在。

裴鑫摄



# 第七届会展文化节将重回郑州

■ 本报记者 叶子

“首届在郑州举办的中国国际会展文化节历经6载后,将于7月22日至25日再次回到郑州。这样的轮回,很大程度上标志着会展文化节所倡导的行业行为准则与发展理念获得了业界的认可,标志着会展文化节品牌知名度及美誉度得到了进一步的提升。”中国国际会展文化节组委会执行主任倪玮近日对外宣布,重回郑州,第七届会展文化节组委会将在往届基础上,着力展示中原文化,突出郑州特色,举办豫籍会展企业家论坛,努力办好“会展人郑州之

夜”文艺晚会,并将邀请与会代表观看大型山地实景演出——《禅宗少林》音乐大典。同时,第七届会展文化节还将举办2011中国会展年会、会展六方对话会、首届中国会展PEM(对接洽谈)大会、“国家会议中心”第三届会展院校大学生专业技能大赛等系列活动。

据介绍,目前,第七届会展文化节各项筹备工作进展顺利:

组委会在原有会展主办者与会展城市项目对接会的基础上,全面升级该项活动,着力推出中国会展PEM大会。PEM大会是组委会为与会代表搭建的商

务合作平台。大会以“一对一”的对接洽谈为核心内容,同时包括展示和推介环节。其中,推介环节将邀请有代表性的机构到会介绍各自的产品、服务及理念;展示环节将以展位或展板的形式,给有展示需求的机构一个全面展示自身特点、亮点的机会;对接洽谈环节是PEM大会的重点,组委会将在会前充分了解与会单位出席活动的目的和需求,进行必要的匹配,为其找到洽谈、合作的对象。同时,组委会还将委托约谈专员为与会单位提供个性化的对接约谈服务,提升与会单位的参会成效。

据记者了解,对于第三届中国会展院校大学生技能大赛,组委会在突出用人单位与院校师生对接的同时,进一步增强该项赛事的公益性与互动交流特色,将安排出一天半的时间进行该项赛事的复赛与决赛。届时,上海大学、厦门理工大学、沈阳师范大学和北京第二外国语学院等30多所高校的会展专业代表队将于7月22日及24日进行复赛及决赛,角逐最后的冠亚军。

## 会展观察

## 外展推荐

### 2011年洪都拉斯中国贸易展

展会时间:9月29日至10月2日  
展会地点:洪都拉斯科特商会国际展览中心

主办单位:中国贸促会

展品范围:工程机械、农业机械、家电、建材、消费类电子产品、太阳能发电设备及系统、医药和医疗器械、五金工具、轻工用品、日用消费品等。

展会概况:洪都拉斯中国贸易展是中美洲地区规模最大的综合性中国产品展览会之一。该展会旨在配合中国国家外贸市场多元化策略,促进中国企业扩大与中美洲国家多种形式的经贸交流与合作。近年来,中国贸促会先后在巴拿马、洪都拉斯、多米尼加、危地马拉、哥斯达黎加、萨尔瓦多、尼加拉瓜等国家多次举办中国贸易展,取得了良好的效果。

往届回顾:洪都拉斯中国贸易展为洪都拉斯及其周边国家到会客商提供了了解和认识中国工业产品的极好机会,已成为中国企业开拓中美洲市场的重要平台。

前景分析:2011年将是中国贸促会近年来第四次在洪都拉斯举办中国贸易展。作为重点展览项目,该展览会较全面地反映中国经济建设的最新成就、展示中国相关行业中领先的产品,为参展企业创造良好的贸易洽谈、结识客户的机会,有力推动中国产品对洪都拉斯和其周边地区的出口,并大大提高中国企业和中国商品在当地市场的形象。展会期间,还将举办相关经贸活动,以促进双方在投资领域的合作,如介绍洪投资政策、环境,对吸引外资及技术的优惠措施、开展企业洽谈会等。

据统计,2009年中洪贸易总额2.62亿美元,其中中国出口2.12亿美元、进口0.5亿美元。目前,中国向洪都拉斯主要出口钢铁板材、计算机和通信技术、棉纺织物等产品,从洪都拉斯主要进口农产品等。

(方凡)