



专业展会与锦标赛结合 带动产业发展

■ 本报记者 叶灵燕

“马拉松赛事和路跑运动的发展,刺激了市场需求,带动了相关行业的发展。中国体育用品业联合会、中国田径协会应时而为,在体育赛事推广和体育用品结合的探索中推出创新性展会。继去年尝试后,再次将赛事与展会结合,携手2011年北京国际马拉松赛举办规模更大、内容更丰富的2011北京马拉松博览会。”国家体育总局副局长杨树安在2011北京马拉松博览会新闻发布会上如是说。

路跑爱好者提供有力支持

“从国内来看,以中国目前参加跑步运动的群众基础来看,支撑起一个专业博览会没有任何问题。从国际来看,依托著名马拉松赛事举办体育产业方面的展会也是一大潮流。”国家体育总局器材装备中心副主任、中国体育用品业联合会副主席彭晓在接受记者采访时指出,北京国际马拉松赛已经举办了30届,今年是第31届,无论是从知名度还是影响力来看,都是世界一流赛事。而北京马拉松博览会与北京国际马拉松赛紧密结合,将为体育产业发展提供坚实的载体、广阔的平台和丰厚的土壤。从2011年北京马拉松博览会目前的招展情况看,反响不错。

马拉松和路跑项目已经深受广大体育爱好者的欢迎,同时也逐步成为举办城市的健康品牌。据国家体育总局田径运动管理中心副主任、中国田径协会副主席王大卫介绍,在中国的锻炼人口(即每天平均锻炼时间达到30分钟的人)中,有60%进行的是跑步运动。另外,中国已有20多个马拉松赛,但相比日本的300多个马拉松赛,尚有增大空间。他相信,随着中国各地对马拉松赛事的不断重视,以后马拉松赛会越来越多,这是必然趋势。

据杨树安介绍,近些年来,北京国际马拉松赛参与者极其踊跃,每次接受报名不到一周,就全部报满,难以完全满足众多马拉松爱好者和路跑爱好者的报名参赛需求。这种情况也多次出现在国内其他城市马拉松赛上。今年,3万北京马拉松参赛名额,只有5天就全部报满。

马拉松与博览会结合更加紧密

彭晓指出,路跑者需要吃、穿、用等方面专业的路跑用品。从某种程度上说,他们的需求支撑了路跑用品生产企业群体。据介绍,2010年,首届北京马拉松博览会吸引了3万名北京马拉松参赛选手及2万多名观众到会参观。这个数字不仅让人们看到了长跑活动广泛的群众基础,也让众多商家看到了巨大的商机。

“我们的产品在美国市场已经得到许多路跑爱好者的认可,而此次北京马拉松博览会将给我们提供一个进军中国市场的契机。”VIBRAM中国区总裁带着他的团队和产品来到2011北京马拉松博览会新闻发布会。

国家体育总局器材装备中心主任马继龙介绍说,截至目前,阿迪达斯、爱世克斯、李宁SKINS、特步、美津浓、新百伦等行业领先企业都已明确表示参展,德尔惠、安利、宝矿力等企业也表现出了浓厚的兴趣。其中有些再次参展的企业要求扩大展位面积。

据主办方提供的资料显示,以“跑动·时尚”为主题的2011北京马拉松博览会将于10月14日至16日在北京奥林匹克中心区庆典广场举行。此次博览会将汇集运动鞋服、运动营养品、体质监测和辅助训练器材、时尚产品四大类别的路跑装备,并增加健身类训练器材和旅游类产品的展示,为马拉松爱好者打造一届运动时尚的“嘉年华”。

据了解,今年的北京国际马拉松赛与北京马拉松博览会更加紧密结合。由于本届博览会会场设在比赛的终点,因此,主办方精心设计了参赛者的退场路线,让他们在比赛结束后能够更加充分地参与博览会的各项活动。

“今年的北京马拉松博览会注入新的尝试,这让我们对今年的博览会充满信心 and 期待。”在王大卫看来,北京马拉松博览会开创了国内专业精品体育展会与锦标赛结合的全新模式。2011北京马拉松博览会的举办,将推广路跑运动、促进路跑文化传播,进一步完善和丰富北京国际马拉松赛的内涵。

杨树安表示,推动中国由体育大国向体育强国迈进是中国体育界面临的历史任务,竞技体育、群众体育和体育产业、体育文化等领域既要更深层次推进,又要协调发展、互相推动,而北京马拉松博览会就是这方面的典范。

展业观察

(上接第6版)

2010年4月发布的《第七次全国国民阅读调查》结果显示,在中国18岁至70岁的公民中,接触过数字阅读的比例达24.6%,其中有16.7%的公民通过网络在线阅读,14.9%的公民接触过手机阅读,4.2%的公民使用PDA、MP4、电子词典等进行数字化阅读,1.3%的公民使用其他手持电子阅读器阅读。以此来看,网络阅读和手机阅读目前占据主导地位。

但手机阅读也有一些显而易见的缺点。各厂商应该继续开发新技术,让其尽快完善。

电子书行业前景广阔

“目前,中国电子书技术还处于起步阶段。电子书技术经历了3个发展阶段:电子书1.0阶段和2.0阶段就是文字和简单的图片,而电子书3.0阶段是增强型电子书,它兼容电子书1.0、2.0,有很多富媒体的加工嵌入技术。”作为电子书技术提供商,北京天悦皓达文化发展有限公司市场部总监孙安向记者介绍:“电子书一旦扩大发行出版,将改变传统出版业的出版链,简化印刷、销售等环节。”

数字出版企业也对电子书前景表示乐观。香港联合出版集团成员万里媒体有限公司助理运营经理游海波介绍说:“我们集团下属公司都有自己的电子书业务,但集团的目标是在将来发展一个统一的平台,做电子书销售,但相关技术还在开发中。”他还指出,电子书的出版节省了印刷等费用,风险和成本大大降低,他们看好电子书行业。

中国国际会议市场解析

■ 刘海莹 许锋 李美

“十一五”时期,中国会议业取得了令人瞩目的成绩,行业地位基本确立,会议数量稳定增长,会议项目呈现专业化、国际化的发展趋势,以往“重展览轻会议”的局面得到了一定程度的改善,无论是会议数量、会议产值还是从业人员都快速地得到了发展。

目前,对于国际会议尚未有统一的界定,也由此造成了统计数据的缺失。即便北京、上海等城市已经着手会议的统计工作,但因统计口径不同,数字出现了较大差别,如北京统计年鉴2007年公布的国际会议数字是8045个,而上海旅游统计年鉴2007年公布的国际会议数量是632个。鉴于此,本文对国际会议的统计主要参考了国际大会及会议协会(ICCA)报告,从中可以了解中国国际会议市场的发展态势及在国际会议业的地位。

国际会议数量

自2004年以来,中国举办的国际会议数量取得了显著增长,之后几年,国际会议发展一直稳定在较高的水平上。根据国际大会及会议协会(ICCA)报告显示,2006年和2007年中国内地举办国际协会会议数量分别为232个和230个,2008年受奥运会影响,国际会议数量跌至223个,但2009年迅速回升,且明显超过之前几年,国际会议数量达245个。另外,从国际排名来看,除2008年之外,其他几年中国内地举办国际会议的全球排名稳定在前10名之内,其中,2005年至2007年连续3年位居全球第8名,2008年位居第11名,2009年回升至第9名(如图2-1所示)。

受2008年北京奥运会和2010年上海世博会等因素影响,中国的国际知名度和美誉度空前提升,国际影响力大大加强。可以乐观地预见,将有更多国际大型会议落户中国,从国家会议中心的预订计划可以窥探到该趋势。目前,国家会议中心远期国际会议预订已经排到了2018年。

国际参会者人数及比例

对国际参会者人数的估算,本文主要参考了国家旅游局公布的因商务/会议原因入境人数(如图2-2所示),尽管该数字没有将因会议入境的人数单独列出,但是有理由认为该数字在一定程度上可以反映中国国际会议产业的发展规模。一方面,从入境人数来看,2005年至2007年中国因商务/会议原因入境的人数出现了显著增长,其中2006年的增长率为20%,2007年的增长率为25%。另一方面,商务/会议入境人数占全部入境人数的比例也在2005年至2007年间取得了明显增长,2007年其比例已经超过1/4。需要特别说明的是,2008年因商务/会议原因入境的人数及所占比例均出现了明显下滑,其主要原因在于奥运期间,为确保安全,外交部对入境人员的签证进行了一定程度的限制。

国际参会者客源结构

中国入境参会者的客源结构与中国在世界旅游客源市场所处的地理位置、区域经济和历史文化等因素有很大关系。从各洲的客源分布状况来看,来华参会的客源以亚洲参会者为主。根据国家旅游局公布的数据来看(如图2-3所示),2006年至2009年亚洲参会者的平均比例已接近60%。此外,欧洲参会者位居第二,其占据来华参会人数的1/4。相对而言,非洲和大洋洲来华参会的人数较少。另外,连续4年的数字显示,亚洲来华参会人数的比例呈上升趋势,而欧洲参会者的比例却在逐年下降。从各个国家的客源分布状况来看,中国周边邻国成为中国极为重要的客源国市场。其中,韩国成为中国首要的客源国家,不仅来华参会人数最多,且一直保持高速增长,除2008年受奥运影响外,2006年和2007年其增长率分别为22%和29%;日本和俄罗斯分别位居第二和第三。另外,新加坡、马来西亚和印度也成为了中国重要的客源市场,这3个国家不仅离中国近,而且还有大量的华侨和华人,对中国历史和传统文化有很强的追溯和认同感。所以,从地理位置、历史文化 and 经济能力等多方面考虑,这些国家都极有可能成为中国极具潜力的入境会议市场。

国际会议产业的收入

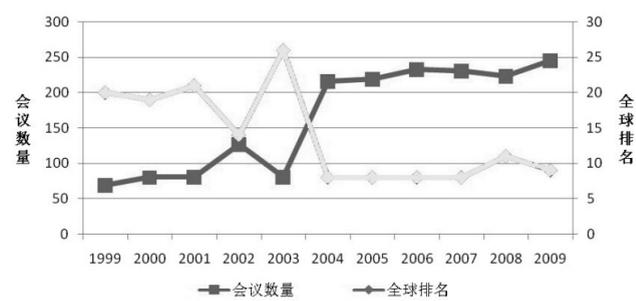
鉴于前文多次提到的缺少会议统计资料的原因,目前尚未有官方对全国的国际会议产业收入进行详细统计。在可搜集到的资料中,只有北京统计局对国际会议产业的收入进行过统计,其数据显示,2005年至2009年北京举办的国际会议产业收入分别为3.73亿元、5.04亿元、5.99亿元、5.64亿元和3.78亿元。对于全国国际会议产业的收入,本报告采用了两种方法进行估算。

一、根据国家旅游局公布的数字,通过入境参会者的人均花费情况及入境参会人数进行推算。具体数字请参看表2-2,由此可以计算出,2006年至2008年国外入境参会者平均每天花费在200美元以上,如果以参会者在华平均停留时间为3天计算,每年国际参会者带来的收入约40亿美元。

二、根据中国会议酒店联盟公布的《2009年中国会议酒店调查报告》,受访酒店的平均营业收入约为5987.8万元。其中,会议收入占总收入的比例为38%,以该标准进行计算,截至2010年第二季度,全国2259家四星级以上酒店的会议收入就已高达514亿元。

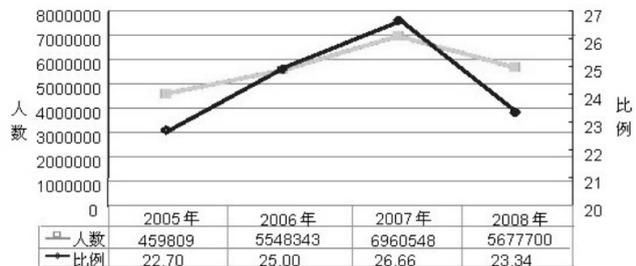
(作者简介:刘海莹系国家会议中心总经理、中国会展经济研究会副会长,许锋系国家会议中心市场总监,李美系国家会议中心市场代表)

图2-1 2005年至2009年中国举办国际协会会议数量及全球排名变化



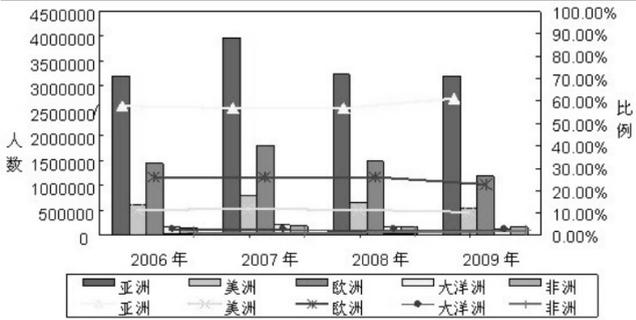
资料来源:ICCA年度报告

图2-2 2006年至2008年因商务/会议原因入境人数及占全部入境人数的比例



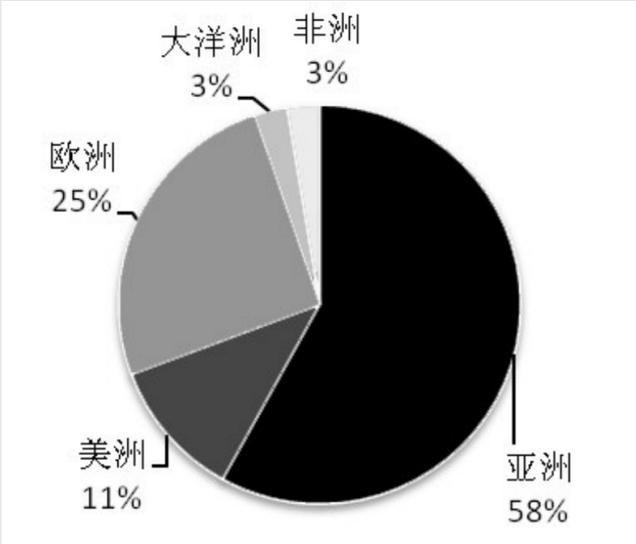
资料来源:国家旅游统计年鉴

图2-2 2006年至2009年各洲因商务/会议原因入境人数及分布状况



资料来源:国家旅游统计年鉴2006、2007、2008和2009

图2-3 参会者在各洲的客源分布状况



资料来源:国家旅游统计年鉴

表2-1 2005年至2008年各国因商务/会议原因入境人数及分布状况

单位:万人

国家	2005年	2006年	2007年	2008年
韩国	99.48	121.44	157.21	113.26
日本	88.78	98.95	99.11	88.58
俄罗斯	58.11	61.63	69.46	61.10
美国	33.46	45.47	60.36	49.80
马来西亚	12.70	16.75	23.84	20.41
德国	11.85	16.89	22.40	19.92
英国	13.28	18.37	24.12	18.59
印度	9.36	13.87	17.64	12.84
新加坡	12.41	13.28	14.04	12.46
澳大利亚	9.77	12.99	16.43	11.81

资料来源:国家旅游统计年鉴

表2-2 2005年至2008年各国因商务/会议原因入境人员花费状况

	2008年	2007年	2006年	2005年
人均花费(美元/人天)	228.2	211.45	236.15	204.48
因商务/会议入境人数	5677700	6960548	5548343	4598091
收入合计(千美元/天)	1295651	1471808	1310241	940218

资料来源:根据《国家旅游统计年鉴》和中国会议酒店联盟公布的《2009年中国会议酒店调查报告》估算

本版话题