

新疆亟须创建专业特色品牌展

■ 本报记者 静 安

新疆具有独特的地理位置,与俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、阿富汗、巴基斯坦、印度等多个国家接壤,并有数不尽的“粮仓”、“肉库”、“油盆”、“煤海”等资源,已逐步成为中国西部会展经济发展的一片沃土。尤其是新疆国际会展中心的建成,将吸引更多会议和展览到新疆举办。

然而,业内专家表示,新疆会展业存在“小、乱、杂”的现象,缺乏对展会规模和品牌的培养,缺乏高素质的专业展览人才和展览公司等,亟须着力培育具有国际竞争力的特色品牌展会。

会展业快速发展

“1985年,乌鲁木齐举办了第一届对外经济技术洽谈会,从此拉开了新疆会展业的帷幕。”中国贸促会新疆维吾尔自治区分会(以下简称新疆贸促会)会长王克林介绍说,到了1990年,新疆才真正迈出参展、参展、来展的第一步。当年,新疆贸促会带领相关部门、企业,前往天津参加了环渤海经贸交流会。同年,日本松下电器公司到乌鲁木齐举办了新产品展示会。

王克林说,首届乌鲁木齐对外经济贸易洽谈会举办的1992年,是新疆会展业发展的一个节点。此后,新疆每年都会举办数个展

会,开始大力发展会展业。

据统计,新疆迄今已举办各类展会640余个,包括中国—亚欧博览会、新疆国际农业博览会、中国新疆喀什·中亚南亚商品交易会、乌鲁木齐丝绸之路冰雪风情节、伊宁进出口交易会、霍尔果斯口岸展等,展会总规模超过170万平方米,吸引国内外客商近600万人次,各类经贸洽谈签约额突破2000亿元。以乌鲁木齐为例,2011年,乌鲁木齐举办各种展会53个,经贸成交额为901.28亿元,展览面积达45.8万平方米。

新疆会展业的快速发展,引来了各地展览公司到新疆办展,有些则直接到新疆组建分公司。上海世博会新疆馆的设计承建方北京点意空间国际展览集团即是其中一家。该集团总裁吕玉贵说,新疆经济正在快速发展,如何通过展览将地方城市文化特色准确定位并进行策划、系统营销正是他们的主攻方向。他们将把全国各地成型的经验项目带到新疆来,引领行业的发展。

缺乏国际品牌展会

“近年来,虽然新疆会展业快速发展,但也面临一系列的问题。”王克林认为,目前,新疆举办的展会大部分都属于综合性展会,专业性展会较少,国际化水平较低。

王克林说,新疆还缺乏高素质的专业展览人才,尚没有将会展教育纳入普通高等教

育体系。4年前,乌鲁木齐职业大学与新疆国际博览中心友好协商,合作开办了西北地区第一个会展班。至今,乌鲁木齐职业大学为新疆会展业培养出100余名专业员工,但仍无法达到把乌洽会升格为国家级展会的要求。

“新疆国际会展中心开馆,为新疆会展业的发展提供了硬件保障。”王克林表示,但与北京、上海、广州等这些大型会展城市相比,新疆还没有统一的政策扶持。

亟须创建品牌展会

2月27日,新疆会展业协会在乌鲁木齐成立。王克林说:“新疆会展业协会的成立,对于解决目前行业存在的问题,进一步规范新疆会展业市场,进行内部协调,形成自律机制,维护公平竞争,推动新疆会展业健康、快速、可持续发展,进而推动新疆经贸和相关行业的快速发展具有积极的意义。”

中国民主建国会新疆维吾尔自治区委员会相关负责人建议,新疆需制定发展会展业的总体规划和设想,将会展工作纳入年度目标考核范围,设立会展业发展专项资金,引导和扶持会展业的发展。同时,政府应建设会展信息平台,并加大财政专项资金投入。各相关部门应以此为蓝图,用5年至10年时间,努力把新疆会展业做大做强,使新疆成为亚欧乃至全球物资、技术和资金的流

动中心。

该负责人还建议,在发展会展业的过程中,政府应继续加强场馆硬件设施及周边配套设施的建设,培养专业会展人才,做好宣传、服务工作。引进人才成长的激励机制,在各大院校申报并开设会展专业,企业可联合高校,共同制定会展专业人才培养方案,设立相应的专业考评体系。

“一次国际会议或展览会不仅可以带来可观的经济效益,还能带来无法估价的社会效益,这些效益有的是立竿见影的,而更多的是潜移默化、逐步发挥作用的。”乌鲁木齐市人大代表张晓平说,通过明确功能定位,确立会展业向专业化、国际化、集团化方向发展的目标。他建议,既要办一些规模大、影响广、具有较强国际性的综合会展,并作为永久性项目长期办下去,更要举办一些具有新疆特色的专业性会展。

张晓平认为,新疆要想创建真正的国际展会品牌,还需要注意知识产权保护。近年来,中国参展企业在国际展会上频繁遭遇知识产权纠纷。因此,在举办国际展会期间,持续对参展企业提供知识产权保护服务,提供知识产权调解服务是非常适宜的。

本版话题



3月25日,为期4天的2012第四届北京国际房车露营展览会在北京市房山区北京房车博览中心闭幕。在此次展会上,近200辆房车、近千种各类型房车零配件等与公众见面。

本报记者 季春红 摄

■ 姚 小

江苏无锡会展业将加速“扩容”,今年举办大中型展览和规模以上会议将比去年增加一倍,并着力建设无锡会展经济总部基地,争取通过3年时间把无锡建设成为在海内外具有一定知名度的区域性会展中心城市。由此,无锡市出台了新的扶持会展业发展资金管理办法。

今年重点展会比去年增加一倍

据统计数据显示,去年无锡市共举办大中型展览和规模以上会议599个,其中重点展览展销会35个,总展览面积36万平方米,累计实现会展业直接收入约3.1亿元,带动相关产业收入约30亿元,呈现出旺盛的生命力和

发展势头。

据会展申报信息显示,今年无锡市共有重点会展项目67个,其中已确定的会展活动45个,意向性活动22个。2012无锡太湖国际家居建材创意产业博览会、2012无锡国际婚礼博览会、无锡太湖国际汽车用品博览会、首届国际健康产业2012中国(无锡)博览会等“重头展会”将令人耳目一新。

三年行动计划助会展业快速发展

3月23日召开的无锡市会展业发展第二次联席会议下发了《无锡市会展业三年行动计划》讨论稿,提出到2014年力争会展活动数量和展览总面积年均增长15%以上,展览总面积超过50万平方米,大型国际会议10个以上,形成一两个在国内外具有较强影响力的

会展品牌,以及10家以上具有较强实力的会展企业和会展配套服务企业。

据了解,今年无锡市将着力建设无锡会展经济总部基地,对基地进行整体规划,并实施统一有序的开发、服务和管理。对入驻会展企业及配套服务企业提供优惠政策支持,将基地建设成为机制顺畅、服务优质、集聚效应明显的会展企业总部集聚区。此外,今年还争取培育5家以上具有较强实力的会展企业和会展配套服务公司。

资金扶持力度进一步加大

3月23日,无锡新的会展业资金扶持办法出台。根据新政,对符合条件的市重点展览会,最高可按照企业实际支付场租费的40%给予宣传推广补助,最高补助额度100万

元。而在此前,这一比例为10%至30%。对市重点国际会议,最高可按照会议场租费和境内外专业媒体宣传费50%给予一次性补助。

值得一提的是,新政特别增加一条,对举办入选无锡市年度优秀展览会的企业,最高可给予20万元的一次性奖励,对具有一定规模和重大影响力的重点会展活动,经无锡市政府同意可采用“一事一议”办法予以支持。

此外,无锡市规定,对从2011年起已在本市连续举办3年、每期展览面积达到或超过3万平方米的市重点展览会的举办企业或机构,最高可给予50万元的一次性奖励。

会展观察

业内通告

武汉长江工商学院 新增会展经济与管理专业

本报讯 近日,教育部官方网站公布了2011年度高等学校本科专业设置备案或审批结果,武汉长江工商学院去年申报的“会展经济与管理”专业获批。

据管理学院旅游管理系主任刘春介绍,该专业的开设主要是服务湖北地方经济发展。武汉市“十二五”发展规划提出要将会展业作为大力发展的产业,把武汉打造为“立足华中、辐射全国、面向世界”的中国中部会展中心城市和中国会展名城。因此,今后湖北省对会展专业人才的需求会越来越大。

“我们学校作为以商科为学科特色的学校,瞄准了市场对会展人才的迫切需求,于去年4月份向省教育厅申报了该专业。”刘春介绍道,该校之前就开设了会展旅游等相关课程,在会展人才的培养方面具有师资力量和教学资源,管理学院将积极做好新专业的教学准备,创造条件充分满足新专业人才培养的需求。

根据教育部文件精神,该专业将于今年开始招生。 (李灵飞)

外展推荐

2012年墨西哥国际建筑 与住宅展览会

展会时间:10月16日至20日
展会地点:墨西哥城 Banamex 展览中心

主办单位:墨西哥建筑与住宅促进中心

展品范围:浴室、厨房设备:各类卫生洁具、马桶、面盆、浴缸、淋浴房、花洒、浴室厨房家具及电器等。装饰、装修材料:各类墙面和地面饰材、石材、地砖、墙砖、石膏线、地板等。电气、照明设备:电气开关、电线电缆、楼宇自控设备等。建筑、五金制品:建筑家具五金、门窗锁具、安全消防设备等。

展会概况:墨西哥国际建筑与住宅展览会(EXPO CIHAC)是墨西哥乃至拉丁美洲地区最大、最全面的建筑贸易洽谈会,每年举办一届,已连续举办了二十多届,现已成为国际建筑市场领域最新产品和技术的最佳展示平台之一。

往届回顾:据有关资料显示,EXPO CIHAC 2011 展览面积达3.5万平方米,共有19个国家和地区的612家展商参展。据官方展会市场调研显示,96%的展商对2011年的展会满意,其中92%的展商有意向继续参加2012年的展会;95%的观众也对展会表示满意并愿意继续参与今年的展会。据了解,中国展商在该展会上获得了较好的参展效果,与众多采购商当场签下了订单。

2011年,中国贸促会组织了来自北京、上海、广东、浙江、福建等8个省市的38家生产企业和外贸公司参加了该展会,主要展品有太阳能热水器、卫浴产品、复合地板、木地板、地砖、陶瓷、门窗等。据统计,中国展商共接待来自墨西哥、危地马拉、哥伦比亚、阿根廷、巴西等国家和地区的客户1953家,贸易成交额达597万美元,意向成交额约1300万美元,主要成交商品为太阳能产品、卫浴产品、陶瓷等。

前景分析:该展会主办方墨西哥建筑与住宅促进中心是一家非营利性机构,由当地建筑领域的行业协会、银行、建筑公司、房地产开发商、地产经纪人、建材生产商,以及建筑设备供应商等组成,采取企业化运作,并与当地政府保持良好的沟通与合作,是墨西哥建筑和住宅行业最具代表性的机构。

此外,墨西哥是南美洲经济发展水平较高的国家之一,同时作为世界贸易组织以及北美自由贸易区成员之一,它在经济贸易交流方面对北美地区乃至拉丁美洲地区都有较强的辐射作用。 (方 凡)