

会展服务纳入政府采购引热议

■ 本报记者 周春雨 叶灵燕

服务缺失一直是会展业国际化提升的短板。

近期,《中国政府采购报》的一则《“国内旅交会、国际旅交会”项目服务没有纳入政府采购》消息,引发了会展业界人士关于会展服务是否应纳入政府采购的一场大讨论。多年来,会展业的一个普遍现象是:各地政府投巨资建展馆,却没有明确地规定为会展服务拨定向扶持资金。尤其近两年,各地政府纷纷财政拨款扶持会展业发展,但多数政府的扶持政策明文规定:展位超过一定数量才可以享受补贴政策。然而,即使展会规模在扶持政策规定范围内,仍然看不到政府为会展项目服务预留的扶持补贴资金。

针对这一现象,本报记者进行了调查,在调查中,有的政府会展项目负责人表示,对会展服务是否应纳入政府采购并不了解,不好发表意见。此外,支持会展服务应该纳入政府采购的人士,对究竟哪一部分该纳入也不清楚。

网上发起讨论

据《中国政府采购报》的消息:“去年审计署在审计报告中指出,国家旅游局没有按政府采购相关规定对国内、国际旅交会事务进行公开招标。国家旅游局规划财务司资产管理处主任科员向飞丹晴表示,会展项目采取的是‘以会养会’的方式,国家旅游局并没对展会项目安排预算资金。”

有网友认为:“政府会展项目服务公开招标,会展业内一直没动静,这个问题其实很典型。”对此,有业内资深人士留言:“由于目前会展、节庆‘政出多门’、‘各自为战’,其中涉及的服务费支出,是否属于‘政府采购’项目,不一而足。”

上海大学上海会展研究院执行院长张敏认为,会展业有公益的一面,也有市场的一面。所以,会展服务应该有所选择地纳入政府采购。

服务类采购也困难

财政部《2012年政府采购工作要点》第一条中明确要求:研究制定推进和规范服务采购指导意见,创造条件推进政府购买服务,逐步扩大公共服务、商务服务及专业服务的政府采购实施范围。查阅全国各地的集采目录,明显感到服务类项目的内容和范围都扩大了。如《上海市2012年政府采购集中采购目录和采购限额标准》将会展服务等10多类服务内容纳入了集中采购目录。

按照向飞丹晴的说法,服务类采购数量不多,采购起来却很难。去年,在国家旅游局的政府采购中,有半数以上属于服务类采购,包括中国国内旅游交易会、国际交易会等。而向飞丹晴也困惑,这类资金是否属于财政性资金?这类项目是否应纳入政府采购? 据其介绍,近年来,国家旅游局通过公开招标方式采购了一些软件平台,随着监管工作的深入,一些原有开发系统已不能满足

工作需求,需要通过政府采购让相关开发公司进行新模板的开发设计。如果公开招标,很可能无法保证服务的连续性,导致软件需重新开发,加大资金投入等问题。

“公益性会展项目的服务纳入政府采购是必然的。很多公益性展览项目已经通过招投标的方式,对会展服务外包进行了有益的探索。”北京第二外国语学院会展研究中心主任刘大可在接受本报记者采访时说。

刘大可认为,会展服务应该按不同会展项目决定是否需要通过政府采购:一是对于完全市场化的会展项目,会展服务应由市场解决;二是对于正在培育中且有市场化发展前景的会展项目,政府应给予补贴资金的扶持,但不能将资金补贴与管理混为一谈;三是对于纯公益性的会展项目,会展服务必须纳入政府采购,通过公平、公正、高效率的流程操作。

刘大可强调说,现阶段,会展服务如何纳入政府采购,应该引起业界的关注和思考。

必须纳入政府采购

苏州国际博览中心有限公司总裁陈刚在接受本报记者采访时表示:“由政府主导的会展项目,其会展服务必须纳入政府采购。”

陈刚认为,会展服务由政府层面进行操作,基本上是做不好的。

“我们公司就有操作政府主办展会的成功例子。”陈刚介绍说,去年和今年,江苏省经济和信息化委员会将江苏产品万里行南

宁展销会和南昌展销会的会展服务外包给苏州国际博览中心有限公司下属机构苏州国华展览有限公司,并对公司的服务工作给予肯定,还表示展销会将继续交由其运作。

陈刚谈到一个很现实的问题,操作此类会展服务项目,要求会展企业具有业务经验,并且要懂成本控制,有合理的团队结构等。不过,目前可选择的专业会展服务外包运营商不多。

投资北京国际有限公司大型活动运营主任陈京生认为,目前,一些政府主导型的会展项目,只有现场的服务人员有费用列支,而洽谈会现场的客户需求服务则没有被纳入项目列支,存在服务缺失。比如说,客户在洽谈会现场寻求项目时,应该有服务人员为他的需求提供对应服务。但大多数展会没有这一服务。

支持会展服务纳入政府采购的还有北京时代华光管理研究院副院长、中国会展经济研究会专家委员会委员刘宏伟。在他看来,会展服务没有被纳入政府采购,说明政府对会展服务还没有足够的重视,这对快速发展的会展业来说,是非常不利的。会展服务是一种服务业态,换句话说,政府对会展项目服务没有明确列支,表明会展业还没有被政府正式认可。

本版话题



近日,中国·天津第十九届投资贸易洽谈会暨第八届PECC国际贸易投资博览会在梅江会展中心开幕,本届洽谈会共吸引了来自26个国家和地区的知名企业参展,到会客商达5.5万人。左图为与会者参观飞机模型。右图为与会者参观木雕工艺品。

岳月伟 摄



重型机械展:场面冷清 展商心焦

■ 本报记者 方 凡

5月10日,2012中国(北京)国际重型机械装备展览会在中国国际展览中心开幕。当天下午3点钟左右,记者在展会现场注意到,整个展会少有观众,场面冷清,有些展商闲得呼呼大睡,有些展商围坐着轻松酣聊,有些面积不小的展位只有一两个工作人员负责接待客商工作,有些展位干脆人去位空,仅有为数不多的展台前有观众参观、咨询。

参展商:闲守展位

“展会开幕当天观众就很少,有些失望、着急。我带来的名片连20张都没发出去,你看看我们交换回来的客商名片就知道了。照今天的情况看,明后天的观众更不可

能多了。”来自广东的一位不愿具名的展商对记者这样说,看观众不多,有些展位只留一两个工作人员看守,其他工作人员都出去游玩了;有些展位压根不见工作人员踪影。他表示,来参展不容易,还是希望有所收效,他们会坚持到最后。

“与大多数参展企业相比,我们的展位还不算太冷清,但与在上海举办的上届展会相比,本届展会的观众确实少。”中联重科物料输送设备有限公司的一位工作人员介绍说,上届展会期间,到中联重科展位参观的观众络绎不绝,不仅有来自国内的客户、供应商和业内专家,还有来自国外相关行业的客商对公司产品进行了详细咨询。展会第一天,企业产品宣传册就被观众索要走近600份,展台周围更是挤满了咨询信息和拍摄的观众。

当记者走近湖南有色重型机器有限公司展位时,见工作人员正低头把玩手机。与记者聊起参展情况,该工作人员边摇头边笑着说:“很冷清,闲得都要睡着了,所以在玩手机游戏。原本想来参展总会有些机会,而看今天的情形,也就这样了,希望在接下来的两天能有所收获。”

参观者:瞎逛展会

“此次展会虽然有北方重工、山东矿机、中联重科、鼎力重工、郑州鼎盛等重要企业‘捧场’,但是相比上届展会,本届展会的国内展商整体阵容稍弱。另外,国际展商也少,更难见那些全球领先的行业领导企业身影。”观众郭先生指出,这可是国家级的重型机械装备展。

到会参观是为了了解行业趋势的郭先生此行有些失落。据他介绍,此次展会的展商多数为中小企业,展出的新技术、新产品“含金量”并没有他期望的那么高,让他印象深刻的展品不多。

不过,郭先生还是收集了不少资料。“为了不枉此行,就慢慢逛,多收集些资料呗。”郭先生说道。

针对展商阵容弱、展会规模小的现象,郭先生分析说,有可能今年企业普遍经营状况不乐观,为开源节流,慎重选择参加的展会,所以有些企业特别是知名企业就不来参展了;也有可能企业不看重华北市场,也就不来了。

参观后有些失落的不只郭先生。从天津赶来的陶先生表示,展会一般般,他就瞎逛着

玩了。“展会我溜达了好几遍,我要对得起我那张动车票。”陶先生哈哈大笑说。

组展方:肯定效果

“展会整体效果不错,比我们预想的要好,这几天我们的手机都要打爆了。”5月13日,承办方北京五洲卓越国际展览有限公司的胡先生在电话中这样对记者说。

胡先生称:“有展商反映展会效果不错。今年展会的观众数量也还行:展会第一天观众有万人,后两天观众少些。”

据组展方的公开资料显示,2012中国(北京)国际重型机械装备展览会是业内较有知名度的展会之一,共设国际起重机械及配件、国际输送机与输送带传动带、国际矿业设备等4个展区,展出了工程起重机、矿山机械等重型机械设备。

在展会现场,组展方的一位工作人员介绍说,重型机械装备制造业主要服务于电力、钢铁、冶金、煤炭等国民经济各部门,是中国装备制造业的重要组成部分,也是关系到国民经济和国家安全的一个重要产业。近年来,在中央振兴装备制造业的战略决策及3年振兴规划的指导下,重机行业取得了长足的进步。据统计,2010年重机行业的工业总产值达7182亿元,同比增长25.55%,市场前景非常看好。该工作人员认为,随着行业发展,展会应该会越来越好。

会展三棱镜

业内通告

会展策划师资格 成投标必备条件

本报讯 近日,新疆生产建设兵团政府门户网站公布指出,农六师五家渠市博物馆内部陈列布展建设项目已由政府批准建设,建设资金来自政府投资,项目已具备招标条件,现对该项目展厅面积3500平方米的设计与施工进行公开招标。招标单位对投标人的资格条件要求有10项,其中第7项要求就是投标方必须有二级以上会展策划师一名。这表明,政府部门已意识到具备会展策划师职业资格对保证政府项目顺利实施有着重要意义。

(穆智莉)

外展推荐

2012年美国ABC 国际婴童用品展

展会时间:10月14日至17日
展会地点:美国路易斯维尔肯塔基国际会展中心

展品范围:游戏类:图书、声像制品等。游戏设备:游乐场设备、计算机系统等。电子显示器系统:婴儿电子监控器、电子体温器等。婴儿车及辅件:安全座椅及设备、儿童房间用品等。健康护理用品:哺乳奶嘴、纸尿裤等。婴儿玩具:声学玩具、软体玩具等。纺织品:床上用品、婴幼儿睡袋等。孕妇及婴儿服装用品:婴儿鞋、童鞋等。食品保健类:乳制品、休闲食品等。

展会概况:美国ABC国际婴童用品展一年举办一届,是儿童用品生产企业了解全球儿童用品发展趋势和市场前景、寻找专业合作伙伴、拓展国际市场的重要展会,被公认为“美国发展最快的展会之一”,同时也是全球少儿产品行业的主导性博览会,只对专业观众开放。

往届回顾:据公开资料显示,2011年美国ABC国际婴童用品展吸引了超过1000家参展企业和1.4655万人次专业观众前来参展、参观,展览面积达9.3万平方米。

前景分析:美国是一个消费型大国,除了高科技产品外,其他生活必需品基本依赖进口。据调查,美国80%的儿童用品依赖国外进口,其中从中国进口的儿童用品占总量的50%左右。很多美国女性消费者由于有重新装修和计划更新居室的打算,会去购买儿童房窗帘和床上用品。

调查显示,智力性产品对年龄较小的孩子最有吸引力。72%的消费者为10岁以下的孩子购买智力性产品,52%的消费者为10岁孩子至18岁孩子购买智力性产品。由于这两个年龄层着重考虑的因素大不相同,这让智力性产品生产商和零售商面临着更为严峻的研发和营销挑战。

中国出口到美国的产品因价廉、质量可靠,受到美国消费者喜爱。

(方 凡)

微话题

会展人才乱象

◎会展间伟:应届毕业生就是牺牲品,各行各业都是这样。会展业总是哭着喊着说缺人,但是到现在都没说清楚缺什么人,学校也是乱上一通,没有章法。

会展育人才,也需出新招

◎会议杂志_高飞:南京会展业发展遭遇人才瓶颈 校企合作尚需弥补裂缝:企业代表希望南京成立“会展业教育委员会”之类的机构,常态化开展岗前培训、课题研究等,为企业储备实用性人才。



展会现场观众甚少,场面冷清