

山西珠宝展能“火”到何时？

■ 周利芳

“去年,在太原仅举办了四五次珠宝展,今年据我所知将多达十几场,这样下去,势必会给珠宝展带来一系列的负面影响。”近日,太原市会展办展览处处长、太原会展协会秘书长梁峰担忧地说。自去年以来,山西人对珠宝玉石的投资收藏热情高涨,大大小小的会展公司纷纷将目光锁定珠宝展。在太原,进入今年3月后,名称各异、五花八门的各类珠宝收藏艺术展轮番上演,组织者争夺着这块看似大有“钱途”的“蛋糕”。记者通过多日的采访发现,由于无序竞争,使得原本“春光无限”的山西会展行业危机四伏。

珠宝展轮番上演

近两年,山西珠宝产业迅猛发展,全省珠宝首饰年度消费超百亿元。面对巨大的消费群体,各类珠宝展相关会展公司纷纷将目光锁定山西,欲在这里“捞一把”。

继2012太原珠宝收藏博览会暨茶博会让承办方和参展商大挣一笔后,4月份,2012第四届山西国际珠宝玉石及收藏文化展览会和2012山西黄金珠宝玉石首饰暨艺术品博览会分别在山西省展览馆、中国(太原)煤炭交易中心(以下简称煤炭交易中心)同时举办。

两场珠宝展举办期间,各会展公司迫不及待地向参展

珠宝商抛出“绣球”,期待其参加接下来的几场珠宝展。“在展会上联系珠宝商们,可节约不少人力和物力成本。”省城某会展公司的负责人说。据了解,目前国内有不少专门跑展会的珠宝商,参加展会能减少税费、房租、人员工资等方面的开销,还可以扩大知名度,吸引更多的新客户。

会展公司办展和参展商参展的积极性高本是好事,但频繁地举办同类展会却不是件好事。梁峰告诉记者:“今年在太原市举办的各类珠宝展多达十几场,是去年的一倍。尽管珠宝玉石的投资、收藏热正在兴起,但频繁地举办同题材的展会势必会引发人们的视觉疲劳,从而使购买欲望下降,这并不是个好兆头。”

“撞车”展会引来不满

果不其然,参加煤炭交易中心珠宝展销的参展商不约而同地要求组织者给予经济赔偿。同时,在山西省展览馆内,参加展会的珠宝商也纷纷向承办方讨说法。

采访中,珠宝商们对山西省举办的珠宝展给出“缺乏专业性”、“前期宣传不到位或宣传力度不大”、“组织管理水平低”、“政府支持力度不大”等评价。

一位从事会展业多年的老板表示:“两处珠宝展,参展商所享受的待遇不一样,同样的展位,价格却不同,这非常容易引起参展商的不满。”记者了解到,煤炭交易中心举办的珠宝展,参展商租用一个标准展位要付5500元

到6500元不等的费用;而在山西省展览馆,一个标准展位的费用则为4500元左右。

“在山西,喜欢珠宝玉石的人多,但懂行的不多。原本我们打算在本次展会上设立一个讲解珠宝玉石知识的讲坛。但到了场馆一看,展位根本达不到要求,只好放弃了。”新疆乌鲁木齐市德广玉器高级会所董事长沈起飞无奈地说。

北京一位从事珠宝经销的老板说,招商时说展会是国际水准的高档展会,来了以后才发现,竟然有各种兜售次品、赝品的小商贩在展馆内租一个临时小展位,每件商品从几元到几十元,卖完就走。这是专业展会和高级展会最忌讳的。”

经销和田玉的珠宝商褚先生表示,承办方已答应给予讨说法的参展商们经济赔偿,这场“展会风波”才得以平息。据了解,参展商与主承办方发生纠纷的事件在山西省并不是第一次。

“风波”虽小,却折射出不少问题。看来,太原市乃至山西省的会展业要朝着健康、有序的方向发展,任重而道远。

本版话题



近日,北京保利2012春季艺术品拍卖会在北京全国农业展览馆开幕。据悉,此次拍卖品专设古代书画、近现代书画、现当代艺术、古董珍玩、当代水墨、古籍、名酒、钟表、珠宝、乐器、邮品、钱币、铜镜等十余个门类30多个专场,为藏家献上一场辉煌的艺术盛宴。

记者在展会现场了解到,面对今年的外部经济形势变动,保利及时调整了2012春拍的征集思路,力求起到稳定市场信心的作用。在传统精品的征集上取质量、减数量,保持高品质的拍品阵容。与此同时,积极新开门类和专场专题,为市场提供有升值潜力的热点新品。图为拍卖会现场。

本报记者 叶灵燕 摄影报道

展区独立成展 专业是关键

■ 方 凡

展会规模扩大的常见方式是,在原有展会的基础上不断增加相关产业链和新兴行业领域的专业展,或者是将某些相关行业领域展出规模增长明显的部分设为新的专业展。

近年来,国际上综合性展会在不断减少或变革,诸多大型展会走上了革新和转型的道路。把大而全的展览范围划分成专业相对集中的专业展在中国大型的综合性展会中已有探索和实践。

BH、乔山来了,好家庭、英派斯来了……在近日举办的2012年第三十届中国国际体育用品博览会上,国内外知名的健身器材品牌悉数到场,参展面积达5万平方米,占据了体博会的“半壁江山”。“健身器材康复设施展区”首次独立成展,就受到展商的积极响应,招展面积创历届之最。体博会“健身器材康复设施展区”已初尝独立成展的“甜头”,但是否最终脱离体博会成为独立展会,需要经过时间的考验和市场的检验。

为实现“大而专、专而精”的发展格局,2010年第十二届广州建博会通过独立的专业化展会操作,首次将“整体厨房及材料展区”独立成展,即2010中国(广州)国际厨房设备及配件展。从2007年到2010年,陶卫、地材和厨房题材逐年实现独立成展,让建博会的展会结构更紧密、更合理,扩大了行业影响力,放大了企业的参展效果。这种办展模式在过往几届广州建博会中被证明非常不错,品牌云集、一位难求的热烈效应验证了独立办展模式的成功。

科尼尔橱柜公司相关负责人表示,这种独立成展的办展模式能把一个行业凸显出来,如果条件允许的话,也可以借鉴到其他行业上。

深圳市好家庭实业有限公司副总经理李芳平认为,展区独立成展后,专业性更强了,到访的专业客户更多了,展商与客户的沟通空间更大了。同时,她也指出,如果展区脱离母展成为独立展会,它的信息管道功能将被大大弱化,这将有悖企业通过参展了解整个产业发展情况的初衷。

当前,专业展已成为会展业发展的主流,代表着会展经济的发展趋势。通过当前国内外大型展会的变革和发展态势,可以发现大型展会趋向专业化的内涵。

汉诺威工业博览会的演变充分显示了这一趋势。该博展会在已有的自动化展、物流展、仪器仪表展、机器人展、铸件展等10个专业展的基础上,又将数次变革的电力传动专题进行了整合,改名为“传动技术展”,集中展示包括传统的动力传动和混合型驱动系统等最新技术;独立成展的“风能展”是原有的“能源展”和“电厂技术展”两大旗舰展会的有效结合。目前,汉诺威工博会的展览范围已涵盖了13个专题旗舰展。

在与上下游产业接续的过程中,一些专业展发展的规模和速度明显高于其他展会,当其自身达到了可观的规模后,便可独立成展。这样既为母展释放出更多的场馆,又可再次成为一个新的展会,并重新整合其相关产业链。

以法兰克福春秋两季国际消费品博览会为例,它可以系统地展示专业展如何从门类繁多的大型展会中独立出来。法兰克福春秋两季国际消费品博览会是法兰

克福展览公司所有展览项目的始祖。从1959年至2003年,分别从该博览会中独立产生了面料展、卫浴展、家用纺织品展、汽车配件展、乐器展等。2003年,礼品及办公用品博览会被分为纸质办公用品展、圣诞礼品展和美容展独立举办。2004年,美容展又启用新名“美容周”,再细分形成了美容展、化妆品展、国际保健展、个人时尚用品展4个专题展。所有这些展会都成为了法兰克福展览公司旗下的国际品牌专业展。

某类专业展的快速成长与该行业的发展密不可分。比如体博会,国家体育总局体育器材装备中心主任马继龙认为,体博会上,健身康复器材类参展商数量最多,贸易成交量最大,这反映了当下中国体育用品业三大子行业(运动器材、运动鞋、运动服)中运动器材业发展态势最好的格局。

行业专业展在向大型以上规模的发展进程中,还会出现一系列诸如硬件设施配套、大型项目管理、展会重新定位和战略性思考等的变化和差异,这些都会对展会发展产生重大影响。如何继续保持专业展的优势,同时避免大型化所引起的种种弊端,这是国内外会展企业面临的重要问题。

中国是全球新兴的工业领域和新技术迅猛发展的地区之一,已经具备了形成大展的条件,展会主办方应该密切关注专题领域的新动向,抓住机遇,创造出新的展览项目。

谈经论道

业内通告

吉林出台展会管理办法

本报讯 记者近日从吉林省商务厅获悉,吉林省将出台加快会展业发展的政策和措施,并制定吉林省展会管理办法,规范全省会展业发展秩序。

充分发挥会展业协会的作用,加强行业管理和自律。搭建会展企业和政府部门沟通的桥梁,充分反映会展企业的意见和建议,规范行业管理,整合资源,加强协作,改善办展条件,做强做大吉林省的品牌展会,结合吉林省的经济发展需求,培育新的品牌展会。培育壮大会展企业,提高企业自主办展能力。有重点地扶持一批会展企业,提高会展企业市场化运作能力;帮助企业策划有发展前途的展会,为会展设计、装修企业和展会的主办部门牵线搭桥,为企业提供更多的市场机会,提高企业办展、组展能力和办展效益。制定吉林省展会管理办法,规范全省会展业发展秩序。按照国家有关展会政策,结合吉林省实际制定吉林省的展会管理办法,统筹全省会展资源,建立必要的申报和审核制度,避免重复办展和无序竞争;规范管理,减少行政干预,为会展企业的发展壮大提供更宽松的环境。

(吉 美)

外展推荐

2012年萨尔瓦多中国贸易展

展会时间:11月28日至12月1日

展会地点:萨尔瓦多国际展览和会议中心

展品范围:小型家用农机具、灌溉设备、小型包装设备、食品加工设备、塑料吹瓶机、消费类电子产品、家用电器、工程机械、汽车及其配件、五金建材等。

展会概况:两年一届的萨尔瓦多中国贸易展是目前在中美洲地区规模较大的综合性中国产品展。该展会旨在配合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。

往届回顾:2010年,中国首次在萨尔瓦多举办中国贸易展,展出面积3000平方米,共有北京、天津、上海、黑龙江、辽宁、山东、四川、浙江、福建、广东10个省市的近50家企业参展。

据统计,中国参展企业在为期4天的展会中共接待了萨尔瓦多及周边国家观众约6.8万人次,其中来自哥斯达黎加、洪都拉斯、巴拿马、尼加拉瓜、危地马拉、委内瑞拉等国家和地区的专业客户近千人次,现场签订出口贸易合同金额620万美元,签订意向性协议金额1500万美元,成交产品主要为通信设备、车辆及配件、印刷设备、食品加工设备、激光设备及耗材、家用电器、保健品等。

前景分析:萨尔瓦多共和国位于中美洲北部,北邻洪都拉斯,南濒太平洋,西部、西北部同危地马拉接壤,东临太平洋丰塞卡湾,是中美洲面积最小、人口最密的国家。

萨尔瓦多地形以山地、高原为主,多火山,矿藏有石灰石、石膏、金、银等,地热和水力资源丰富。该国经济以农业为主,对外贸易占国内生产总值的一半以上,主要出口产品有咖啡、棉花、蔗糖、虾类、纺织品等,主要进口原材料、燃料、工业制成品和日用消费品。

需要注意的是,萨尔瓦多与欧、美、日等发达国家和地区联系较多,对这些国家和地区的优质产品认可度较高。因此,中国参展企业一定要注意展品质量。

(方 凡)

微话题

中国展会重数量不重质量？

@会展马绍良:据初步统计,2011年,全国共举办了7600个展览会,在数量上已超过德国和美国,跃居全球第一,展馆的建设也已达到世界一流水平。但是目前我国的会展业跟国外相比,仍有两个方面的差距:一是专业化程度不够高,规模不够大;二是市场化程度偏低,市场基础相对薄弱。

@会展马绍良:根据国际展览业协会UFI的最新数据,美国是目前室内展览场地面积最大的国家,占全球总量的21%;中国紧随其后,占全球15%;德国则排名第三,展览场地面积占全球10%。但从展览的规模和吸引力看,德国遥遥领先。世界百强展览中,有58个在德国举办,而中国仅有14个。

食品行业展会问题多

@中国会展门户V:食品行业的展会有两个显著特点:一是同名的展会多,二是小展会多。这类展会确实能聚人气,不过由此引发的食品安全、假冒伪劣、小商小贩跑展零售……的问题也很突出,类似的报道每年各地都有很多。

@中国会展门户V:对多年举办的老牌展会来说太不公平了,连展会名称这种无形资产都保护不了。而且像这么典型的问题都得不到重视,不知道政府对会展业的管理和扶持政策有多少是跟风出台,又有多少是打算真心实意去做的。