

全国糖酒会来了 福州会展经济火了



2012年秋季全国糖酒会现场

本报记者 叶灵燕摄

■ 本报记者 叶灵燕

网友“亦悟亦惑-吴勇”:不到一个月的时间参加了两场酒类展会,格鲁吉亚葡萄酒博览会和福州秋季糖酒会,前者简约专业主题鲜明,有着专业展会的务实功能,而后者越发感觉是个大集贸市场,热火朝天但实效难以恭维。

网友“青涛会展”:福州秋季糖酒会之行,收获了2.5公斤资料,独自负重远行,心里满是思念。福州的口碑和形象在外地客商心中远不及格。大部分人说秋季糖酒会是鸡肋,走马观花都没看全整个会场。客商太多、任务太重,还好如愿以偿地请到了需要的客户。

且不论福州接待大型展会的承受力和接待力如何,首次造访福州的第87届全国糖酒商品交易会(以下简称2012年秋季全国糖酒会)声势浩大,展览规模、参展客商人数创下了福州举办展会的最高纪录,让福州会展经济火了,使餐饮、住宿、广告等相关行业也火热“飘香”。

学生扎堆兼职忙

10月18日,2012年秋季全国糖酒会开幕当天,除了福州极其拥堵的交通状况让人印象深刻之外,还有是那在福州海峡国际展

展中心展馆内外当模特、做礼仪、搞促销的学生大军。

“放眼望去,偌大的福州海峡国际会展中心广场满是促销人员的身影,似乎比观众还多。本届全国糖酒会场面异常火爆,有他们的一份‘功劳’。”来自北京的观众谢霏霞笑言。

在展馆外,这些兼职搞促销的学生大军,有着“龙袍”的、穿“军装”的、着旗袍的、穿充气衣的……无论是扮演八面威风的“皇帝”、朝气蓬勃的“小红卫兵”,还是扮演迷人的摩登女郎、可爱的充气娃娃,他们一般都是十几人、数十人规模“作战”,长长的队伍手举广告牌,尽显厂家的宣传气势。在展馆内,这样的促销队伍也是随处可见。

此外,参展厂家还为自己的展位请来了礼仪、引导员。来自浙江的一家黄酒生产厂家的工作人员告诉记者,其公司招了30名学生来做兼职礼仪、引导员,他们每天的收入相当可观。

学生不仅在本届全国糖酒会上兼职忙,在“会外展”(为了“傍”上人气超高的全国糖酒会,很多酒类生产厂家会在糖酒会举办地的酒店内设展厅)上也忙得不可开交。10月14日就赶到福州的谢霏霞告诉记者,在经贸会展中心酒店、闽江饭店等酒店,除了来自全国

各地的酒类生产厂家及其经销商外,大多数人群都是来做兼职促销的学生,他们要么身着特制服装派发传单、展示各种食品和酒水,要么举着广告牌为企业造势。

谢霏霞说:“本届全国糖酒会参展企业约有3000家。由此推算,糖酒会期间,兼职人员的需求量应该以‘万’来计。”

收废品人员大行动

本届全国糖酒会期间,除了参展客商洽谈忙、学生兼职忙之外,收废品人员捡宣传资料也很忙。

“你看看福州海峡国际会展中心广场,比人还多的就是那满地跑的广告单,弄得一片狼藉,看着很不舒服。”谢霏霞有些不满地说。

“这是每届全国糖酒会的普遍现象,丢弃的宣传资料之多,是一般展会难以企及的。一方面,酒类生产厂家财大气粗,不管宣传是否有效,他们舍得大投入广发广告单。另一方面,每届全国糖酒会的超高人气,都会吸引那些没有进馆设展位的酒类生产厂家乘机‘搭车’,免费宣传一把。”一家酒类杂志的记者表示,这种现象令到每届全国糖酒会上捡废品的人员都乐开了花,捡了大便宜。

记者在福州海峡国际会展中心广场看到,满地丢弃的宣传资料惹得不少收废品人员手忙脚乱,大捡特捡,捡到手软。

据谢霏霞介绍,在“会外展”现场,收废品人员也不少,有些是孤军“作战”、有些是夫妻齐上阵、有些是全家总动员,纷纷蹲守各大酒店。据其观察,坚守在各个酒店门前捡拾宣传资料的至少有十几人,拿着一大摞蛇皮袋或黑色大塑料袋有备而来。

“会外展”冲击糖酒会

本届全国糖酒会蜂拥而来的客商,令福州酒店业炙手可热,特别是各种“傍”糖酒会的“会外展”更使房源紧张。

据记者了解,10月18日,本届全国糖酒会才正式开幕,而早在10月13日,各“会外展”就已在福州的30多家星级酒店粉墨登场了,就连平时客人较少的经济型酒店和一些地段较偏的酒店也成了客商们的落脚点。

对此,全国糖酒会福州组委会投诉中心的一位工作人员称,这些“会外展”会对本届全国糖酒会造成冲击,但这也是糖酒会的常态。

记者注意到,在福州海峡国际会展中心路边发放的各种宣传资料上,均标有“糖酒会展址”,而有些地址不是福州海峡国际会展中心。另外,在一个酒店门口,摆放着一个印有各酒类生产厂家名称及展厅具体位置的大牌子,醒目位置标着“2012秋中国福州第87届全国糖酒商品交易会”的字样;有的酒类生产厂家则直接在品牌宣传展架上,醒目地标出“2012年秋季全国糖酒会”的字样。

在参展商看来,搞“会外展”的酒店主要集中在市区繁华路段,交通便捷,便于客户找寻。

全国糖酒会福州组委会提醒广大客商,逛“会外展”要小心假冒伪劣产品。“会外展”由于欠缺监管,不仅可能存在假冒伪劣产品,也不能保证酒类生产厂家的资质及信用。

福州市商务局有关人士则指出,主展场对各种促销行为是有所限制的,这也让许多酒类生产厂家将“会外展”作为可以尽情施展各种营销手段的舞台。

本版话题

业内通告

广交会电子商务与中国银行签署全面战略合作协议

本报讯(记者 谭雪)日前,广交会电子商务有限公司同中国银行股份有限公司在广交会展馆中央平台举行签约仪式,双方正式建立了全面战略合作伙伴关系。

广交会组委会副主任兼秘书长、中国对外贸易中心(集团)董事长王志平在致辞中表示,7月,中国对外贸易中心(集团)与广东省民营企业合资组建了广交会电子商务有限公司,广交会将再一次实现历史性跨越。

广交会电子商务将突破时空限制,将原来每年两届现场看样成交的广交会,发展成为全年365天为采购、供应双方提供全面服务的电子商务平台。

据悉,广交会电子商务将与中国银行联合推出“展融通”广交会客商专属融资服务平台,该平台将分阶段推出面向境内供应商的出口贸易金融服务及中小企业贷款服务、面向海外采购商的订单融资类服务。

据了解,广交会现阶段需要通过转型创新突破发展瓶颈,而电子商务为其提供了很好的发展平台。

外展推荐

2013年德国纽伦堡国际玩具展览会

展会时间:2013年1月30日至2月4日

展会地点:德国纽伦堡国际展览中心

主办单位:纽伦堡国际展览公司

展品范围:毛绒玩具、皮毛玩具、木制玩具、竹编玩具、糖果玩具、户外运动用品、火车及轨道模型系列、书籍及棋牌娱乐用品、节日用品及圣诞树饰品、电脑游戏软件等。

展会概况:德国纽伦堡国际玩具展自1949年创办以来,每年举办一届,一直吸引着世界各地的玩具企业参展,是玩具领域知名度最高、影响力最广、参展人数最多的世界三大玩具展之一。

往届回顾:据有关资料显示,2012年德国纽伦堡国际玩具展共有来自63个国家和地区的2683家展商参展。其中国际展商占69%,这么高的比例也证明了该展会是玩具行业的主导展会。

展会期间,来自114个国家和地区的79243名专业观众来到纽伦堡。其中海外观众占54%,他们主要来自意大利、法国、荷兰、西班牙和英国、俄罗斯等国家。在所有观众中,有超过70%的观众为采购经理或决策者,他们是广大展商的重要目标客户。

根据展会现场的调查统计,2012年展商对参展效果的满意度均比往年有所提高。84.5%的展商表示总体满意(高于2011年81.5%的比例),92.9%的展商表示将继续参展(高于2011年的91.3%)。

前景分析:绿色环保是个大趋势,所以那些对环境有较大影响的产品自然会被市场淘汰,玩具产品也不例外。

作为全球重要的行业盛会,德国纽伦堡国际玩具展关注玩具行业的可持续发展以及对环境和资源的保护,希望玩具走向绿色。

中国玩具生产企业在环保方面也做了很多努力。比如,他们不仅使用环保的包装、材质和涂料生产耐用玩具,还有了自主设计和自创品牌。(方凡)

微话题

烟花大会变成烟花“劫”

◎人民日报:本是火树银花夜,却因烟花窜入看台,变成了你呼我喊的惊悚时刻。杭州烟花大会变成“烟花劫”,敲响了安全警钟。不只杭州,各地举办节庆、会展,常不乏烟花燃放环节。放的是烟花,烧的是公款,污染的是空气,还可能灼伤观众,这样的“燃放冲动”,该收一收了。

济南会展业如何摆脱“掣肘”

■ 邵明红

有统计数据显示,今年上半年,济南市举办展会共80场,展览面积达115万平方米,参观观众420万人次,交易额达612亿元,拉动相关行业增收82.6亿元。下半年,共有7个“国字号”展会落地泉城。

然而,可喜的数字背后,展馆设施落后、会展管理人才短缺、会展企业专业化程度低等问题依然制约着济南市会展业的发展。在今年的政府工作报告中,济南市提出要大力推进商务会展区域性服务业中心建设,发展会展经济,冲刺全国会展名城,成为济南市会展业发展的重要目标。

在激烈的竞争条件下,面对市场化运营道路上的各种瓶颈,济南要想冲刺成为国内一流会展名城,有哪些“掣肘”急需摆脱,又该从哪些方面突围?

专业展馆面积不足7万平方米

“济南展馆面积小、设施落后的问题存在多时了。”济南市商务局现代服务业处处长姜文正说,目前济南较大的专业性展览场馆只有舜耕国际会展中心和济南国际会展

中心;其他则是一些非专业性的场馆,展览面积均在2000平方米以下,两个大展馆,加起来面积不到7万平方米。

展览面积小给济南会展业带来不少尴尬,直接影响国际性、国家级超大型展会的引进。全国药品博览会、中国国际农业博览会等国家级展会对展览面积都有要求,需要有10万平方米展览面积的展馆,但因济南没有,这些展会生地被“卡”在了门外。姜文正说:“济南拥有四通八达的交通环境和区位优势效应,一家大型会展企业负责人甚至说,什么时候济南大展馆建起来,就把这些展会引进来。”近几年的全国糖酒会每次都需要15万平方米左右的展馆面积,但是在济南只能同时使用济南舜耕国际会展中心、济南国际会展中心两个展馆,并对后者的地下车库进行改造,临时增加4万平方米,才勉强满足展会需要。

而济南市现有的专业场馆采用多层设计,楼层高度不足,承重能力不够,不符合国际展览的要求,也直接影响国际性、国家级超大型展会的引进。

“好在济南西部建筑面积10多万平方米的会展中心已开始建设,将大大改善济南的会展条件。”姜文正表示。

会展专业从业人员仅占20%

济南大型会展企业太少,同样制约着济南市会展业的发展。据了解,目前济南比较有实力的会展企业有七八家,在全国能站住脚的、知名的有实力的展览公司极少,国外的展览机构几乎没有,这个和展馆、展览设施落后也有关系。会展企业少,济南会展业的营销策划和统一推广力度就不够,自主品牌展会少,一些优势产业没有自己的专业展会。

此外,济南设立会展专业的高校不多,学习会展业的大中专毕业生太少,这也是济南会展业的一个“短板”。

济南会展业的大多数从业人员未经过展览专业系统的学习和培训,而熟悉会展业、了解国际惯例、富有操作经验的会展策划、数据库管理和会展项目管理核心人才紧缺。调研数据显示,济南市办展企业规模普遍偏小,10人至30人的企业占到56%,很多企业只是有部分会展业务。会展业从业人员素质较低,营销手段落后,大部分系转行而来,真正学会展专业的员工只占20%左右。由于工作强度大、待遇低,展览公司也很难请到、留住人。

舜耕国际会展中心策划部的李霞告诉记者:“对参展企业综合性的服务,不是一个简单的工程,而是全方位的,包含展会的服务、设计、宣传、策划等诸多内容,不经过几年的实践锻炼,新人很难立即上手。”

济南会展需“断奶”走向市场化

“济南会展不但要跨过这些门槛,而且以后还要学会抛开对政府怀抱的依赖性,走市场化道路。”一位研究会会展多年的人士介绍说,发展会展经济是一项系统工程,虽然离不开政府支持,会展经济能否健康发展,关键还是要看市场认可度和具体项目本身的潜力,更多地按照市场化运作模式发展会展业。

据了解,国内不少城市都在探索会展业市场化运作的道路。“市场化、专业化、国际化、规模化将是济南会展业下一步的发展方向。”姜文正说,像“大杂烩”一样的展会将越来越没有竞争力,行业发展到一定程度就要朝专业化方向发展。

会展观察