

“桑迪”发飙 美商务会展“休假”

■ 本报记者 周春雨

飓风“桑迪”不仅吹乱了美国总统大选,或令美国会展业“休假”。

据报道,10月29日开始,纽约1700所大中小学停课,110万名学生留在家中躲避暴风雨。纽约联合国大楼总部10月29日暂时停止了所有国际会议。

与此同时,部分来自中国的参展商也因回国途经纽约转机,而与飓风“桑迪”有了亲密接触。据报道,飓风“桑迪”不仅让美国东海岸铁路系统全面停运,也让世界上最繁忙的纽约三大机场“罢工”,影响波及全球。

10月26日,结束了在美国奥兰多举办的2012年美国安全及劳保用品展览会(The 2012 NSC Congress & Expo,以下简称美国劳保展)的参展工作后,部分来自中国的参展商转道纽约。根据计划,一部分中国参展商于10月29日在纽约转机回国,而另一部分人员则从洛杉矶转机回国。

令人没有想到的是,从洛杉矶转机的人已经回国倒了时差,而美国东海岸的飓风“桑迪”却令从纽约转机的人经历了一场噩梦。10月29日,由于受飓风“桑迪”的影响,美国纽约7600架次航班被取消。这直接导致了这部分中国参展商被迫滞留在纽约。

在获悉参展商因飓风“桑迪”被迫滞留在纽约后,“新天会展”的微博留言:“展商和展会人员都不容易啊!纽约的航班都取消了,有几个客户从纽约转机,因此滞留。”

因飓风“桑迪”被迫滞留纽约的还有来自中国的商务旅游团体,他们的安危牵动着旅行社每一位紧绷着的神经。

紧急安排食宿

“纽约机场都没有工作人员了,部分酒店也关门停业了。”10月30日,中国旅行社总社(北京)有限公司出境旅游总部美洲部一位不愿透露姓名的负责人告诉本报记者,按照行程计划,他们有一个10人的旅行团于10月29日从纽约乘机回京,没想到受到飓风“桑迪”的影响,已滞留在纽约。

据这位负责人介绍,纽约已经断水断电,还好的是,10人组的旅行团都已经安排了住宿。如不发生更大的意外,11月1日,纽约机场开放后,这一10人团组将乘机回国。但截止记者发稿前,却未能与该负责人联络上,因此尚不清楚该旅行团是否已经回国。

“新天会展”在微博上向记者介绍说:“虽然航班延误,但我们公司有专业的操作部门在跟进,服务于展商,所以不成问题。”

据《新闻晨报》官方微博称,上海有14个团、172人在美国旅游,其中绝大多数旅游团都在美国西海岸和塞班、夏威夷等地,行程不受“桑迪”影响。此次行程受到飓风影响较大的是春秋国旅于10月23日出发的一个25人美国深度游团,该旅游团原定行程为16天,但可能因为飓风耽误掉4天的行程。

由此一来,到境外参展商务会展活动,如何保护参会人员的人身安全,成为业界讨论的热点。近年来,随着会展业的逐步成熟,大型会展活动与突发事件的应对方案也收到各组织方的重视,尤其是涉及到境外商务活动,预案已成为整个项目不可或缺的部分。

启动临时预案

飓风“桑迪”令整个美国东部地区300

万人断电,华盛顿、纽约和全美人口密度最大的新泽西州现在成了飓风重灾区。

“康辉有几个商务团体正在美国参加活动,在飓风‘桑迪’到来之前,都已经在我们的建议与劝阻下及时调整了行程,避开了受‘桑迪’飓风影响惨烈的美国东海岸。”康辉国际商务会展(以下简称康辉会展)总经理陈伟介绍说。

陈伟表示,应对风险的最高境界是预见并规避。

据陈伟介绍,康辉会展有着完善的预警机制,根据政治、天气、社会、地质等各方面信息的汇总与评估,及时向重点客户及操作人员提供旅行目的地黄色、橙色及红色警示,尽量避免前往风险较大的国家或地区。

如遇突发事件,康辉的工作人员会根据性质及严重程度,按照备案有序地进行处理。所有举措都必须以保护客户的安全及利益最大化为原则,兼顾保险、法规、成本、公关、时效等各个方面,并考虑到可执行性。

陈伟强调说:“在处理过程中与客户及其他有关方面持续有效地沟通至关重要。”他认为,商务考察组织方应该以最大程度保护客户安全及利益作为决策原则,妥善及时地处理好突发事件。

中青旅(北京)国际会议展览有限公司总裁袁浩告诉记者,由中青旅组织的在美商务团组活动因有提前预案,此次没有受太大影响。

美市场受影响

由于“史上最强”飓风“桑迪”的猛烈袭击,纽约这个世界上最繁忙的都市从10月28日晚开始猝然放慢脚步。

“尽管飓风‘桑迪’已经过去了,但仍

会令经历过这场飓风的人心有余悸。”陈伟表示,从经验来讲,受灾地区大型活动的取消一定会带来包括经济在内的很多负面影响。比如,活动场地及人员住宿取消的订金损失、交通票务的退票费用、器材资料及搭建装饰的浪费、产生滞留而造成的额外费用等。

当然,如果在协议中有“不可控因素”相关的保护条款,或国家主管机构有明确的规定,可以减少部分损失。

陈伟认为,即使美国政府及时救助,并奇迹般迅速恢复灾区正常秩序,但在以安全为重的商务客人心中依然会有阴影,从而暂时取消前往美国东部的计划。不仅如此,美国季节性频繁的自然灾害,会在某种程度上使客户在美国举办大型活动变得更加谨慎。

陈伟介绍说,应对此类事件,康辉会在第一时间与客户方组成临时工作小组,24小时工作,根据客户需求、现实条件及相关规定及时采取有效措施,通过康辉采购资源及服务网络的优势,动用必要的关系,迅速解决参会人员在当地的安全、住宿、交通、饮食、通讯等基本问题。同时,还积极地与客户协商,在可控的成本内尽早抢占有限资源,安排人员安全返程。在整个过程中,与滞留客户的密切沟通与热心安抚至关重要。

“如果因取消行程而产生的额外成本,我们会协助客户与各供应方积极协商,根据协议规定与国际惯例妥善解决。”陈伟表示。

会展关注



11月4日,为期3天的2012中国国际文化艺术博览会在北京闭幕。

本届艺术博览会展出的逾千幅(件)作品涵盖了油画、国画、书法、版画、雕塑、装置艺术和艺术瓷等门类,其中包括了吴作人、萧淑芳、田世光、白雪石等名家名作。



该艺术博览会不仅设立了名家云集的传统与经典展区,还汇集了实力与新锐艺术家的当代艺术展区,一批国际化的知名画廊和艺术机构也首次在本届艺术博览会上现身。另外,由来自法国、澳大利亚、俄罗斯、德国、波兰、土耳其、朝鲜等国家的艺术机构组成了国际艺术

展区,展示了充满异国特色的精美艺术作品。

本届艺术博览会还举办了一系列特色主题展,如国内当代先锋艺术画廊展出的《自由的尺度》当代水墨主题展、《跨世纪的经典》十九世纪欧洲经典油画作品展等。

(王振 摄)

亚洲博闻与EFEM成立合资公司在土耳其拓展婴儿用品产业

■ 罗颖坚

亚洲博闻有限公司日前宣布,收购了土耳其伊斯坦布尔EFEM公司的70%股权,成立合资公司UBM ICC,合力发展EFEM的婴儿用品展,并进一步开拓亚洲博闻全球性的婴儿用品产业。

EFEM是土耳其知名的母婴用品展(MBCP)和秋冬婴童时装展(Wintexpo)的主办方。设立在伊斯坦布尔的MBCP于1992年首次举办,现已成为欧洲第三大婴儿用品展。MBCP 2012在伊斯坦布尔CNR国际展

览中心(CNR Expo)举行,展览面积达3万平方米。

每年7月,亚洲博闻在上海主办旗下上海CBME孕婴童展、CBME童装展(CBME),为亚洲最大的婴儿用品展。CBME 2012在上海新国际博览中心举办,汇集了1287家国际参展商及53583名观众,展览面积达11.584万平方米,较2011年增长了44%。承接CBME的佳绩,亚洲博闻在CBME 2012上宣布,将于2013年在巴西和印度主办CBME。

MBCP和CBME的展品种类同样

涵盖服装、家具、玩具、食品和服务。两个展会都立足于高速成长的市场:中国拥有世界上最庞大的人口,消费力持续上升,尤其在婴童产品与服务上;而土耳其则拥有全球最高的出生率。

EFEM创办人及董事总经理Erdal Baykara表示:“我们与亚洲博闻一直紧密合作,相信能够在双方的共同努力下,进一步丰富我们22年来在土耳其婴童产品市场累积的经验和知识。作为连接欧洲和亚洲的桥梁,我们的展会对行业别具策略价值,而这次与亚洲博闻的合作势必令展会更广泛地受

到业界关注,并吸引更多来自世界各地的人士参与。”

亚洲博闻有限公司主席及行政总裁爱新克说道:“我们合力推动双方展会的销售和推广工作,取得了丰硕成果,成立合资公司是一个大跃进。亚洲博闻将业务拓展至土耳其这个新兴市场,在全球扩展我们的孕婴童产品经销权。我们套用最佳的实践知识和跨业务客户推广,会令展会更加成功。MBCP和Wintexpo已是土耳其顶尖的孕婴童展,透过亚洲博闻强大的国际网络,将为展会吸纳到更多国际品牌和买家。”



会展传真

黑龙江会展网正式开通

本报讯 11月2日,黑龙江会展网开通仪式在哈尔滨市举办。

据了解,黑龙江会展网隶属于黑龙江省会展事务局,其功能是面向会展企业,免费发布展会排期、展览公司介绍等信息,打造龙江省会展业信息交流平台。

黑龙江会展网设定栏目11个,包括品牌展会、会展资讯、行业会展、展览场馆、会展服务、会展人才等。在试运行期间,黑龙江会展网已经收集发布文字图片信息3000多条。正式启用后,它将被打造成为展会信息发布和统计平台、品牌展会推介和展示平台、会展旅游服务和支撑平台、会展人员培训和认证平台、中俄展会互动平台。通过这个平台,黑龙江将整合省内展会资源,服务全省会展业。(龙江)

第五届中国城市会展发展大会在杭州召开

本报讯 11月2日,2012第五届中国城市会展发展大会暨政府主导型展会创新峰会在浙江杭州召开。

在本次大会上,与会专家就“政府如何加大对会展产业的政策扶持,依托地方特色和产业优势,培育发展名副其实的会展名城和品牌展会,充分发挥会展业展示推广新技术和新工艺、传播新信息和新理念的重要作用,全面推动会展产业结构的演化与升级,促进会展产业自身更快更好发展”等问题进行深入探讨。

在“会展,推动产业发展”的主题会议上,杭州市政府副秘书长、会展办主任叶敏就杭州会展业和西博会的发展以及所取得的成就给予了肯定,同时分析了杭州会展业和中国会展业在发展过程中所面临的问题,希望各兄弟城市能够与杭州携手发展,共同寻求会展推动产业发展之路。(黄晨龙)

雅森国际首创“展网”联合见成效

本报讯 日前,在新媒体慧聪网北京总部的会议室里,迎来一拨特殊的客人。他们在这里再一次将“传统展览与新媒体融合,如何实现传统展览与虚拟网络的观展互动和展商信息衍生”提上了重要议程。

记者了解到,会议当天是北京雅森国际展览有限公司与慧聪网签订“展网”联合战略合作的日子,也是雅森与慧聪网自2009年战略合作以来,顺利度过5年合作期满的日子。谈及过去5年的合作,“雅森国际”的掌门人——谢雨用以微笑和肯定给过去一个满意的评价。

在雅森和慧聪提供的一份公开资料中称,过去5年的“展网”联合,为CIAACE汽车用品展的快速发展、扩大市场影响力等作出了重要贡献,最终将CIAACE打造成具有世界级影响力的后汽车市场会展品牌。

借助新媒体实现“展网”联合,提升展会层次和观展互动效果,实现线上、线下双重展示效果,已成为展览行业发展的趋势。雅森国际作为展览功能创新的实验者之一,誓言要在“展网”联合领域增投更多的人力和物力。

谢雨告诉记者,为了强化新媒体资源在传统展会中所发挥的作用。明年3月在北京中国国际展览中心(新馆)举办的“CIAACE 2013中国国际汽车用品展览会”将首次引入大型电子商务平台,如京东、卓越·亚马逊、苏宁易购、库巴、车品宏智等将在展会期间实现线上专场采购对接。谢雨认为,电子商务平台在展会中的运用,将开启行业从传媒渠道扩展向市场销售的专业路径升级。

记者在由雅森国际提供的统计数据中看到,由其主办的CIAACE汽车用品展,曾在第十四届创造了225亿元的成交记录。对于明年展会的规模和社会效应,这个融合了网媒巨头和电子商务平台为一身的超级展览,雅森国际乐观预计,参展企业将超过6000家,专业观众有望达22万人次。(季春红)