

安徽会展业遭遇“成长的烦恼” 规范发展迫在眉睫

■ 本报记者 静 安

“近来来,安徽省大力发展会展经济,作为地区经济发展现代化程度指标之一的会展业发展迅速,安徽的合肥、芜湖已初步奠定了宁汉之间区域性会展中心城市地位。”近日,安徽省统计局服务业处主任科员沈国权告诉记者,目前该省会展业还存在市场化运作程度低、展览规模小、硬件设施落后、专业人员数量少等一些迫切需要解决的问题。

鉴于此,业内人士建议,安徽应制定会展业管理办法,规范发展,依托自身的资源优势和区位优势,构建风景、民俗、文化、经济“四位一体”的会展业,打造一批在国内外具有重大影响的会展品牌。

历史:各类展会渐成规模

珠宝展、坚果炒货展、家电展、车展、徽

商大会、旅游大会、龙虾节、美食节……近年来,在安徽举办的各种各样的展会让人目不暇接,不仅内容丰富、贴近生活,同时也具有较高规格。

“安徽会展业发端于上世纪末,自2002年位于合肥市经济开发区的安徽国际会展中心建成以来,安徽会展业步入新一轮成长周期。”沈国权表示,截至去年年底,安徽共有87个具有办展资格、能常年举办展会的专业性展览场馆,可供展览的展馆面积达到27.58万平方米,比上年增长1.1倍。尤其是合肥滨湖国际会展中心的建成,使得安徽承接大型展览会的能力大大提升。

“快速发展的会展业也推动了安徽各大城市的建设。”沈国权说,合肥、芜湖两市多次获得全国会展“新锐城市”、“最具魅力”和“最具竞争力”城市等多项殊荣,与南京、大连等城市一起位居全国二级会展城市之列,对提升城市形象起到了积极的宣传作用。

现状:行业发展仍处初级阶段

安徽会展业在快速发展的同时,也遭遇了“成长的烦恼”,出现了一些不和谐的声音。

沈国权承认,安徽会展业在发展过程中确实存在诸多问题,仍处于初级发展阶段:首先,会展业市场化运作程度低,政府参与过多。当前,安徽较有影响力的展会如徽商大会、花博会、资本对接会、家博会、药博会等基本上都是由政府主办、承办和运作的,形象展示的多,实际效果不好。其次,会展业规模小,硬件设施落后,服务意识较差。2011年,全省规模在3000平方米以下的展会占47.5%,2万平方米的占11.2%,4万平方米的仅占1.8%。酒店接待能力不足,2011年全省星级饭店462家,其中五星级酒店17家,占全国的2.6%,而16个地级市中8个没有五星级酒店。最后,会展业专业人员数量

少。相关统计数据显示,在安徽会展业市场上,直接从事会展业的专业人员仅有600人左右,相对全国10万人左右的会展从业人员来说,安徽会展人才总量偏少。

未来:积极打造品牌展会

对于安徽会展业发展现状,一位不愿具名的业内人士建议,安徽省应充分发挥政府对会展业的宏观调控、产业导向和市场监管作用,减少政府直接参与。建立健全会展业行业自律体系,发挥行业协会组织的各项职能,有效地组织会展资源,规范竞争秩序,统一市场准入门槛,避免重复办展、低层次办展,避免会展行政化和功利化,从而促进会展业健康、持续地发展。

本版话题



2012年12月6日至9日,中国女企业家协会联合国家会议中心主办的“品位生活—首届中国女企业家优秀产品展”在北京国家会议中心举办。这次展会首次以女企业家为参展主体,旨在展示女企业家的才华和改革开放以来所取得的成就,进而推动参展企业提升品牌知名度,增强市场竞争力,加深社会各界对中国

女企业家群体的了解,为企业谋求更广阔的发展前景、更快的发展速度和更高的发展质量。这次展会既有中国电信、中粮集团等多个大型公司加入,也有如内蒙古巴彦淖尔九士祥羊绒衫集团和甘肃莫高实业发展公司这样地处中小城市、属当地支柱型企业的参与。

(本报记者 傅立钢 摄影报道)

市场成就展会 展会拓展市场 ——写在京正孕婴童展十周年

■ 储祥银

十年前,正当“非典”肆虐之时,北京京正展览展示有限公司(以下简称京正)策划了北京京正孕婴童展览会。历经十年,京正孕婴童展展会从第一届的展览面积2500平方米到现在展览面积增加到50000多平方米,几经艰辛,几经磨难,笔者有幸目睹了京正孕婴童展发展的全过程,并亲身经历了与京正孕婴童展发展命运同样的北京会展业的发展历程。创业的艰辛、成长的烦恼、成功的喜悦,几多感慨;其中的辛酸与甘苦、痛苦与愉悦,不亲身经历,难解其中滋味。

是什么让展览人如此纠结、感伤,而又如此执着?是产业,是市场。市场捉弄人,市场造化人。正是中国婴童产品市场的发展造就了婴童展会。十年前中国婴童产品市场刚刚起步,十年来中国婴童产品市场快速增长,不断壮大。中国孕婴童研究中心的数据显示,2011年,中国婴童市场总规模价值约为1.15万亿元。目前,中国已成为仅次于美国的第二大孕婴童产品消费大国,而中国每年逾2000万的新生儿更是将2015年的市场规模价值预测推高至2万亿元。

正是中国婴童产品市场的高速成长和快速发展催生和成就了婴童展会。于是有了婴童展、孕婴童展、孕婴童产业博览会、孕婴童用品博览会、婴幼儿用品展览会、妇女婴幼儿用品展会、婴童嘉年华,有了杭州婴童展、上海婴童展、中国国际婴童展、深圳婴童展、成都婴童展等等。在此大环境下,京正孕婴童展也得到充分发展,取得了巨大的成功,于是有了北京京正孕婴童展和

广州京正孕婴童展,形成了一南一北、一年两届京正婴幼展的格局。

市场成就展会,展会拓展市场。首先,展会本身就是市场,是市场营销途径之一。展会可以将分散的、分布于不同时间和区位的交易机会汇聚到一起集中交易。展会促成的交易扩大了市场规模,成为了市场的有效组成部分。展会延伸了市场概念,丰富了市场内涵,扩展了市场外延,展会拓展了市场。其次,展会可以有效地整合市场资源,成功地将各类市场要素集合起来,将生产厂家、销售渠道和消费群体汇聚到一起,实现面对面的沟通。展会是桥梁、是平台,可以提高市场交易效率,降低交易成本。再次,展会源于市场,得益于市场;同时,会展业可以回报市场、反哺市场,促进市场的规范和发展,促进产业的壮大和强盛。

京正正是经历了这样的发展历程,秉承了这样的发展理念。2003年京正在北京创办孕婴童展会,为国内外孕婴童品牌企业和分销商搭建起沟通的桥梁;2007年京正将展会扩展到广州,叩开了华南孕婴童市场的大门;2008年京正在全国重点城市开展“京正·婴雄会”订货会答谢活动,广泛地将各区域生产厂商和经销商联系起来;2010年京正首次组织“京正·海外考察团”,带领业内人士观摩国际展会,发展大买家;2011年京正举办“京正·母婴产业系列座谈会”,进一步巩固与各区域孕婴童企业的密切合作关系。通过展会和相关系列活动,京正展会为中国婴童产业的发展 and 市场的建设做出了自己应有的贡献。

弗若斯特沙利文咨询公司在2011年10月发表研究报告说,中国的孕婴童市场未来



将继续保持稳定的发展态势,总体市场价值将在5年内翻倍。报告认为:未来5年中国孕婴童市场仍将高速增长的主要原因有四:一是稳定的消费人群。根据预测,中国2011年至2015年0岁至6岁的婴童数量将达到9000多万,人口基数保证了该产业的稳步发展。二是消费意愿的提高。由于计划生育政策,婴儿及儿童往往由父母双方及他们的上一代人共同抚养长大。家长对孩子健康、衣着的投入意愿较强,促进了该产业的发展。三是消费渠道拓宽。销售渠道的增加为消费者提供了更多的资讯与便利,特别是近年来发展的网络目录销售以及多品牌一站式专卖店,为一些二三线城市的消费者提供了更多的消费选择。四是安全意识增强。父母对孩子成长阶段的营

养需求、安全考虑较多,也更加愿意购买价格虽高、但安全性能也高的产品。可以预见,随着产业和市场的扩充,全国婴童展会也必将有更大的发展。展会市场竞争必将更加激烈,竞争也必将推动展会品质的提升和展会服务的提升。

衷心祝愿京正在未来的竞争中越战越勇,越战越强,不断取得新的进展和更大的进步。

(作者系北京国际会议展览业协会副理事长、秘书长,北京市贸促会副会长,对外经济贸易大学教授、博士生导师)

谈经论道

业内通告

南亚国家商品展更名为中国—南亚博览会 明年6月将办首届

经国务院批准,已成功举办了5届的南亚国家商品展明年起将正式更名升格为中国—南亚博览会,由商务部和云南省政府共同主办,于每年6月6日至10日与昆交会同期举办。

云南是中国通往南亚最便捷的陆上通道,南亚国家正向着新兴工业化的方向快速发展,是世界经济增长潜力最大的地区之一。加强中国与南亚国家的全方位友好合作,实现互利共赢,把南亚国家商品展这一中国与南亚各国开展经贸合作的重要平台和载体升级为中国—南亚博览会,是中国政府为进一步发挥云南与南亚国家相邻的独特区位优势和文化相亲的传统亲缘,加强和扩大与南亚乃至印度洋国家和地区经贸交流、深化多领域合作所采取的一项重要举措。

12月6日,商务部和云南省政府在北京召开筹办通报会,向与会的马尔代夫、尼泊尔、斯里兰卡、巴基斯坦、印度、阿富汗、孟加拉国驻华使节、外交官及数十家中外媒记者通报了中国—南亚博览会筹办的相关情况。云南省副省长高树勋、中国贸促会副会长张伟,商务部、外交部、省商务厅、省贸促会、省外办等相关部门领导参加了通报会。

高树勋说,中国—南亚博览会将为中国与南亚各国间的合作提供更大的平台,将双方的友好往来推进到更高层次。商务部亚洲司副司长梁文洮表示,中国—南亚博览会将积极推动区域贸易和投资便利化,深化互利务实合作,并不断提高合作的层次和水平。参会的各国驻华使节、外交官给予了积极回应,纷纷表示,中国—南亚博览会将更有利于密切中国与南亚各国在经贸、文化等各方面的关系,各国将大力宣传推介,并积极组团参加明年的首届中国—南亚博览会。

据介绍,首届中国—南亚博览会以“促进中国—南亚全面合作与共同发展”为宗旨,以“相互开放、务实合作、互利共赢、和谐发展”为主题,包括商品展销、高峰论坛、投资合作、文化交流等重大活动,致力于将其打造成为中国与南亚国家之间的商品交易、服务贸易和投资合作的窗口及平台,成为面向亚太、面向世界的高水平综合型展会,为南亚国家商品走向中国、中国商品走向南亚乃至环印度洋国家和地区构筑起通道和桥梁,实现合作共赢。中国—南亚博览会将在南亚国家商品展的基础上,结合南亚各国的优势和特色,增加旅游、文化、服务贸易、投资促进等方面的展示内容。

(韩雪飞)

外展推荐

2013年印尼国际家禽畜牧展览会

展会时间:2013年6月26日——6月28日

展会地点:巴厘岛努沙杜瓦会展中心

展品范围:畜牧、家禽、水产品冷藏冷冻及加工技术与设备,包装技术及设备;畜牧、家禽、水产疾病的预防、治疗及保健技术与设备;乳品产业加工技术及设备;兽药、渔药产品及加工设备;饲料、添加剂技术及加工设备;宠物、水族等特种养殖产品、用品及技术设备;牧草、种子等特种种植业产品及技术设备;畜牧、家禽粪便处理及再利用环保技术与设备;专业技术咨询、服务机构;专业媒体、网站、刊物等。

微话题

@沈阳会展:新型展会缺乏产业基础。谈及新型产业的发展,许多业内人士表示不敢轻易涉水。一些如今当红的产业延伸出了许多小型新展会,但很多这样的小型展会在一两年后便销声匿迹,导致某些已经成型的品牌展会规模被削弱,对产业集聚造成影响。