



2012年会展业并购舞台 中国独舞

■ 本报记者 范丽敏

2012年,全球经济缓慢复苏、艰难前行。会展业作为经济状况的晴雨表,已经显现出欧美经济于衰退中缓慢爬行的痕迹。但在中国,会展业却呈现出风景这边独好的繁荣景象。

2012年,中国主办方组织的各专业类展会规模频频攀升,甚至多个展会规模已跃居全球首位。这似乎给中国会展业以足够的信心:中国展会可以做到最大,未来还将会做得更好。

而2012年的中国会展业,更是获得全球业界同行的青睐。尤其是,中国会展业界并购再次提速,并形成一股持续的浪潮,在经济危机的阴霾下,不得不使中国会展市场成为全球会展业界的一大亮点。

经过30多年的发展,中国会展业并购已成为必然的发展趋势。《中国贸易报》记者调查发现,2012年,会展业共发生6宗并购案例,虽然不是历年来并购案例最多的一年,但持续多年的中国会展业并购热浪表明,中国会展行业仍处于并购活跃期。

近年来,会展业的股权投资和并购案例也逐渐多了起来。而这一切将为中国会展业带来什么?

并购浪潮持续来袭

2012年伊始,励展博览集团与中百会展(北京)股份有限公司达成并购中国日用百货商品交易会暨中国现代家庭用品博览会的合作,其中励展博览集团持有主要股份,并成立新的合资公司——励展华百展览(北京)有限公司。

在完成对中国日用百货商品交易会的并购后,励展博览集团再次以惊人的速度对外发布郑州鑫达实业有限公司与励展博览集团成立合资展览公司的消息。2012年6月6日,双方就此组建的河南励展宏达展览有限公司签约仪式在河南郑州举行。这是励展博览集团首次布局中国华中地区。

作为合资公司,2012年11月,河南励展宏达展览有限公司又与上海歌华展览策划有限公司签署协议,获得上海国际汽车装饰用品采购交易会(CSAE)的100%股份以及该交易会的全部资产,这是励展大中华区快速拓展汽车后市场的第二个大事件。

在会展业并购中动作频频的并非只有励展博览集团及其合资公司。

2012年7月12日,上海博华宣布向上海高登商业展览有限公司收购上海国际葡萄酒及烈酒展览会(Winexpo)。上海博华为亚洲博闻有限公司和上海华展国际展览有限公司联合组建的合资企业。

亚洲博闻有限公司主席及行政总裁爱新克表示:“这次收购能让我们更进一步满足客户的需求。上海博华主办的上海国际酒店用品博览会在咖啡、茶和精细食品领域已经非常成功,Winexpo将为展会访客提供更丰富的产品种类,他们当中有不少是来自酒店和餐饮业的葡萄酒

大买家,将为Winexpo的参展商带来更多商机。”

此外,博闻中国公司收购了广州汽车展50%的股权,以及深圳时装周展览会的部分股权。

在业内看来,近年来,中国会展业并购热浪灼人,企业不是在并购途中,就是在向并购进发的路上。

“并购展览会是市场的发展趋势。在全球范围内,并购展会项目很多。在许多人眼里,并购是大鱼吃小鱼,是资本运作。实际上,我们应该把眼光放长远,并购应该是强强结合,即1+1>2,使整个产业链更趋成熟,解决了参展商和观众群体的需要。”慕尼黑展览(上海)有限公司董事总经理罗维强表示,在慕尼黑上海公司,展会并购是他所提出的8项公司发展策略之一,在未来的市场发展中,公司也会在并购方面有所动作。

英国英富曼会展集团亚太区首席运营官Joho Hassett同样表示,在中国市场,英富曼集团将实施收购会展公司,或会展项目的计划。中国会展市场将为英富曼带来新的发展机遇。

遵循游戏规则

事实上,中国会展业的并购热潮并不是从2012年开始的。

早在2003年11月,法兰克福展览公司就与广州光亚展览贸易有限公司建立了战略合作伙伴关系。当时法兰克福按作价金额投入其中50%资金,并占有照明展一半的股份,双方共同运营广州国际照明和建筑电气展览会。

关注中国会展行业的并购,不得不提及2005年。这一年,中国会展行业先后完成的几项大的

并购事件,曾在会展业界引起极大的震动,诸如励展博览集团与中国医药集团总公司合资成立国药励展展览有限责任公司、法兰克福展览公司与广州光亚展览公司合资组建广州光亚法兰克福展览公司、广东民营企业广东振威展览有限公司与德国美沙集团合资成立广州美沙振威国际展览有限公司等。这一年,甚至被业界称为中国会展行业的资本运作年。

值得关注的是,在上述并购案例中,无一例外都是中国或国有或民营展览公司与外资公司进行战略合作。

然而,到了2010年年底,这一并购模式被打破。

2010年12月,大连北展并购重组上海东博展览有限公司,在业内掀起一阵波澜。其原因在于:前者虽在东北地区具有一定的知名度,但后者主办的上海国际机床展览会,其规模在国内排名前三位,在长三角区域亦是知名品牌展会。业内人士认为,大连北展对上海东博的并购重组是中国会展界发展模式的一种创新,中国民营会展企业正掀起一股资本运作的浪潮。

“与国际展览公司合作并不是大连北展的最终目标,其更远大的计划是,到海外进行国际知名展览项目的并购。”大连北方国际展览股份有限公司董事长李琼表示,随着全球市场向东部转移,一些已在欧美举办了几十年的展览项目,也将随着市场的转移而进入衰退期。但这些曾经引领全球产业发展的品牌展会,多年来,积累了一个庞大的全球专业买家数据库,这是一个品牌展会提供服务最核心的部分之一。收购这样的

展览项目,等于获得了一个全球买家数据库。

李琼认为,收购展会项目,不仅是要掌握展会的主办权,更重要的是要掌握展会的有效信息资源。

“拥有这样的买家资源数据库,可尝试将并购后的全球品牌展会移师中国举办。”李琼说。

优胜劣汰规律

“中国会展业在经历了21世纪初的爆发式增长之后,目前已经进入平稳发展时期。”北京第二外国语学院会展研究中心主任刘大可在接受记者采访时表示,在没有出现大的科技创新之前,并购、优胜劣汰将成为会展行业的主旋律。

在刘大可看来,展会是一个资源整合的平台,通过并购整合优势资源,做大展会已成为会展业发展的必然趋势。

以广州光亚法兰克福展览公司为例。据广州光亚法兰克福展览有限公司董事潘文波介绍,光亚与法兰克福展览公司合资7年来,其所承办的广州国际照明展,已经发展成为全球最大的照明展览会。展览面积从合资前的3万平方米,发展至2012年的近22万平方米;参展商数量从合资前的700多家,增长到2012年的2600家;海外观众数量从合资前的3000多人,增长到2012年的20977人。

在潘文波看来,并购不但使展会本身获得快速发展,参展企业也同样获利不少。

“合资前,产值过亿元的参展企业不到20家,而现在已经达到好几百甚至上千家。”潘文波说。

不过,在肯定并购对中国会展业带来积极作用的同时,励展华博展览(深圳)有限公司董事长蒋承文则提醒,业界对并购的期望值不要太高。

“业内都说‘1+1=3’,其实,也有可能是2,或者是2.5,甚至可能是0。”蒋承文建议,在合并之前,首先要充分考虑到这种合并是不是双赢的;其次就是不要太盲目相信海外大的展览公司,很多正处于快速发展中的中小型展会,现在并不是进行并购的最佳时机,而是最好等到自己发展到一定程度后,再去和国外对接;再次是企业本身要做好财务账;最后就是要有法律意识,与好的会计事务所、专业的律师一起去做,并购会带来很大的发展才要去。

而经历多起并购重组事件的原杜塞尔多夫展览(中国)有限公司行政总裁冯培喜则建议,并购双方应最大限度地减少由于不同文化冲突而带来的损失,在并购重组中,应当着重把握好企业文化变革、融合和再造等几个重要环节。并购重组后,企业可加强员工培训,让员工学习和融合并购重组中另一方的先进管理理念和方式,并创造性加以运用。

“在展会运作中,要想实现盈利就要市场化运作,就要与市场经济的规律完全吻合。但是光有这些还不够,双方还要进行有效的市场规划、运作,双方资源充分利用以及团队的协作。”冯培喜说。

