

编者按:在党的十八大报告中,现代服务业已成为中国经济战略结构调整的重要组成部分,这令会展业看到了更好的未来。但在全球经济形势复杂且不确定的背景下,会展经济的兴衰牵动着会展人的敏感神经。为此,在2013年的开年,《中国贸易报·会展周刊》特邀本刊顾问,在前瞻与回顾中,勾勒出业界所期待的中国会展经济的轮廓。

中国会展业勾画新轮廓

理由对2013年会展业持乐观态度。随着结构调整转型取得新的突破,会展业将创造新的机遇。

行业的机遇

在吉林省博览事务局局长赵强华看来,国家高度重视会展业发展,印发了《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》,全面指导会展业有序发展。同时,从整体上规范、整合和完善了重点国家级政府主导型展会的战略布局。

而成都市博览局局长陈琳则认为,中国会展经济已经迎来历史上最好的战略机遇期。

北京东城区旅游委员会主任李雪敏则表示,对于中国会议业来说,2013年仍然是较为复杂的一年。一是世界旅游业发展形势不容乐观。欧洲经济持续低迷,世界经济复苏的不稳定性、不确定性上升,中国人境旅游市场复苏的希望不大。世界旅游业总体将处于增速较低的发展时期,欧洲、北美会奖旅游向中国企业要求报价单位较往年有所减少。二是由于中央政府关于“三公”开支预算及管理的加强,政府相关的公务开支会减少。另外,党的十八大倡导勤俭办会,各部委对会议持谨慎态度,有一部分会议程序被压缩。三是中小企业融资困难,加之出口形势没有好转,年会预算和规模也有不同程度的压缩,这种不利影响可能会蔓延至2013年。总体来说,2013年,中国会奖业将在持稳中向好的态势发展,专业会议展览的数量将增加。

市场的机遇

常州灵通展览用品有限公司总裁黄彪表示,十八大提出了实施创新驱动发展战略,要从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。十八大强调,公平、平等地使用生产要素。同时,国家提出大力发展文化创意产业。这些将使民营会展企业在市场竞争中依靠科技创新赢得更多的公平机遇。

在国际化融合度越来越高的今天,中国会展企业应该抓住机遇,加速中国会展业国际化进程。可以预测,随着中国会展企业国际化进程的加快,全球会展市场格局将发生新的变化。

中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新坚信,展会将成为贸易合作、科技进步、品牌建设和时尚的引领者与风向标。十八大指出,推进经济结构战略性调整。在这一基础上,要加快转变对外经济发展方式,推动开放朝着优化结构、拓展深度、提高效益方向转变,形成以技术、品牌、质量、服务为核心的出口竞争新优势,促进加工贸易转型升级,发展服务贸易。

机械汽车展览联合会秘书长张效林分

析认为,在2012年国内外经济低迷的形势下,不少中国专业品牌展会逆市而上,继续扩大规模和影响力,如中国国际工程机械、建材机械、工程车辆及设备博览会,北京、上海、广州的车展,中国数控机床展览会等,并已跻身世界名展前列。这不仅反映出世界经济贸易的重心进一步向新兴市场国家特别是中国倾斜,还反映出国内外各行业企业对中国经济向好的信心。

机遇与挑战

北京第二外国语学院会展研究中心主任刘大可分析指出,尽管全球经济低迷的态势依旧,中国经济增长速度明显放缓,但中国会展市场主体取得了显著进展,目前已经基本形成了国有、民营、合资、外资等多种会展企业有序竞争、共同发展的格局,这些微观主体对企业自身发展的渴求形成了推动整个会展业发展的重要内生动力。

会展业过去10年的竞争主要体现在微观层面的产品和服务竞争上,但是伴随着行业规模的扩大和市场组织化程度的提高,会展活动竞争的形式会从企业、场馆等微观层面扩大到地区和城市等宏观主体之间的竞争,竞争的手段将从价格、服务等产品要素延伸到收购、兼并等资本要素,从企业之间的价格竞争延伸到城市之间的政策竞争。

上海会展研究院执行院长张敏也指出,2013年,中国会展业或将伴随中国经济企稳回升,包括加工业、制造业转型升级和微笑曲线调整,服务业尤其是文化创意产业的渐次雄起,特别是十八大提出的全面建设小康社会的五位一体总布局,发挥服务业的引领功能,率先回暖,一路上行。

2011年,德国针对500强企业的一份调查显示,84%的企业认为,展会是除了企业网站之外最重要的沟通手段。值得关注的是,这一数据2009年为83%,2007年为81%。

国家会议中心总经理刘海莹乐观地预估,2013年,将是中国经济结构转变的关键之年。作为全球第二大经济体,中国的经济总量已经积累到了相当高的水平,但就经济质量而言,在一段时期内,中国仍将处于由以加工为主的低附加值经济向以设计、研发及服务为主的高附加值经济过度的过程中。在他看来,会展业不仅是经济发展的晴雨表,更是经济发展的指南针,能够为中国未来的经济发展指出一条清晰的道路。

本报特稿

能力和功力,令置身其中的客户感受到“国会”营造的浪漫、人文气息,更感受到“国会”对客户的心思和真诚。

会展业属于现代服务业,属于文化创意产业,会展创新是为客户策划大型活动的核心竞争力,创新要的就是打动客户的灵魂。

回到开头说的年会,不应只是联谊的“借口”,而应是一次实力的秀场。这里的实力不只是用常规酒店为客户提供一次集体的餐饮服务,而是以一种创新的能力和功力来证明自己的真心,而真心终究是有回馈的。这其中,是否蕴含着年会营销的技巧和学问,抑或商业文明的真谛?

食不厌精、脍不厌细,唯真心而已。海总,明年还来啊?!

(作者系中国贸易报社社长兼总编辑)

会展大咖秀

会展传真

今年海口将投入3500万元扶持会展业发展

本报讯 记者近日从相关部门获悉,为了进一步扶持会展业发展,今年,海口市将拿出3500万元扶持会展业发展。根据正在编制的海口市会展业有关规划,到2015年,海口市每年举办各类会展活动将达500个。

海口市不断加大对会展业的扶持力度,先后出台了《关于加快海口会展业发展的若干意见》、《海口市展览业管理试行办法》、《海口市鼓励会展业发展专项资金使用管理暂行办法》等一系列政策文件,在优化会展环境、培育品牌展会、完善保障措施等方面做出了明确规定,并不断加大资金支持力度。

2012年,海口市举办的展览和上规模的会议达到200个以上。今年,海口市将引进举办第十届中国国际物流节、国际动漫产业博览会、第二十三届全国图书交易博览会、中国(海南)国际妇幼用品博览会、第四届基因产业大会等大型会展活动。(海婉)

济南会展业去年创收165亿元

本报讯 1月13日,记者从济南市商务局获悉,2012年,济南市共举办各类展会155场次,展览面积达220万平方米,吸引观众833万人次,拉动相关行业收入165亿元。其中,1000个展位以上的展会达21个,1万平方米以上展会63个,国字号专业展会12个,引进举办全国性会议论坛3个,国外来华展2个,实现济南市会展历史外博会零的突破。

通过联合高水平办展机构、提高主办单位层次、增扩境内外知名参展企业数量等办法,济南市品牌展会档次和会展企业办展实力不断提升。2012年,济南市21个1000个展位以上的品牌展会占全年办展总数的13.5%,总展览面积达56万平方米,参观人数达177万人次,分别占总数的25.4%和21.2%,拉动相关行业增收38亿元。

为提升会展业国际化水平,济南市积极鼓励企业“走出去、引进来”,主动与国内外著名展会主办机构联系沟通,通过邀请冠名、项目合作、承担交通食宿费等办法,邀请他们到济南考察展会,商谈展会合作事宜。另外,济南市还与招商引资工作紧密结合,积极与国外著名展会、品牌企业联络沟通,在提高展会国际化合作水平和国际影响力上狠下工夫,全市展会国际化水平得到较好提升。

据济南市商务局相关负责人介绍,引进更多规模大、档次高、效益好的国字号展会始终是济南市会展业的发展重点。2012年,济南市先后成功举办了12个国字号展会 and 3个全国性会议论坛。国字号展会无论是规模档次,还是经济和社会效益在国内同行业展会中均居首位。(邵明红)

呼和浩特市会展业规模质量双增

本报讯 记者日前从呼和浩特市会展协会工作会议上获悉,2012年,呼和浩特市举办各类展会70个,较上年增加了10个,展会现场总成交额约176亿元。

2013年,呼和浩特市会展协会将在呼和浩特市委、市政府的领导下,开展形式多样的会展及研讨活动,大力推进会展实践工作,为呼和浩特市会展业发展提供服务。为了服务经济社会发展大局,呼和浩特市会展协会将抓住“两个重点”:一是紧紧抓住通过丰富多彩的活动开展会展工作这个重点;二是抓住通过各种举措提高会展质量这个重点。同时,还将把握好“三大环节”(即把握好“建设”、“创新”、“自律”三大主要环节),使整个协会工作在建设发展、在创新中提高、在管理中推进。(李爽)

■ 本报记者 兰馨

2013年伊始,全球经济触底反弹,但仍处于缓慢复苏阶段。在这一背景下,有观点分析认为,相比欧洲和美国,尽管中国经济增长速度放缓,但中国仍将是亮点。

而作为经济晴雨表的全球会展业走势如何?尤其是中国会展业会是一大亮点吗?

本报记者调查发现,中国会展业没有那么悲观。

中国的机遇

“2013年,中国会展业将呈现增长趋势。”全球展览业协会(UFI)主席陈先进认为,但不会出现前几年的两位数增长。其中,展会的规模和数量都将减缓。

陈先进认为,一线会展城市总体形势比较稳定,不会有太大变化。但二线会展城市将发生变化,其中有些城市将会脱颖而出,而有些城市的增长速度将放缓。至

于更多中小型会展城市的形势,目前尚看不清楚。

就全球而言,会展业主要增长点在亚洲区域。其中,中国会展业的增长速度还将排在前列,但需审慎乐观。

陈先进指出,在当前形势下,中国会展业将出现内需型展会多一些、出口型展会少一些的发展趋势。这意味着竞争将加剧,展览业应该多创新,多用多媒体的手段进一步提升服务质量,让客商满意。与此同时,内需型展会只有准确定位,才能更好地为参展商服务。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲认为,2013年,虽然会展规模仍将有所扩大,但无论是展览业还是会议业都将向提升质量方面转变。成都、郑州、西安、重庆等中西部城市的会展整体水平将有明显提高。随着中国经济平稳发展、发展方式转变和巨大市场潜力的释放,世界会展业的中国因素将进一步增强。

中国会展研究会会长袁再青表示,有

年会社交记住了啥

交错、杯酒言欢中穿插抽奖节目?多数联谊年会,或熟悉或陌生的客人间相互说些祝贺、祝福的客套话也就各自散了,也就各自淡忘了。

年会也不都是缺少创新,也不都是没有记忆的。一场集味觉、听觉、视觉、嗅觉、触觉于一体的创新盛宴嫁接到了西方的圣诞节,给人耳目一新之感。

2012年圣诞平安夜,国家会议中心策划的“四季圣诞4D礼遇”客户答谢会如期举行。在C2展馆内,梦幻般的“飞天仙女”翩翩起舞,派礼物的圣诞老人驾车从天而降,时不时飘散开来的花香水雾,环绕四周及中央的13块巨型高清彩屏,划分出春、夏、秋、冬四个区域,1500名来宾落座在不同的“季节”里,没有高低贵贱亲疏远近冷暖之分,都享受着国家会议中心餐饮部门精心制作的美食,欣赏着其员工表演的四季歌舞。就在所有来宾陶醉其间时,展馆中央直径达25米的圆形T台上,一位身着中山装手持话筒、脸上荡漾着招牌式笑容

的人甫一出场就吸引了所有人的目光——他是“国会”(国家会议中心员工习惯的简称,多霸气的简称!)掌门人刘海莹(业界称其为“海总”)。

没有官话套话,面对全场客户,海总的开场白居然首先是感谢自己的团队,因为正是这个团队历时半年筹划的这场客户答谢会,从场景设计到节目安排,从摆设位到饮品菜谱,从团队服装到礼品奖项等,策划方案多次被推翻重来,才有了这场被现场客户称为会展业的“春晚”。每一款菜品、甜点,甚至红酒酱汁,都源自餐饮大厨们的亲手调制。这是“国会”第二次在自己的展馆举办答谢宴,也是海总第二次向客户介绍其餐饮部的每一位大厨。我是首次参加,故印象深刻。

这场用心打造的展馆年会更像是“国会”的专场营销秀,4D技术的场景布置、中西合璧的美味佳肴、细致入微的现场服务,向来到现场的客户亲切地诠释了其硬件、软件、餐饮、服务以及每个环节上的实力、



■ 范培康

又到一年年会时节。从圣诞到元旦至春节,年终岁末是答谢客户的最好时机。每年都有的年会又打算如何过?邀请客户在酒店进行一场中规中矩的聚餐?或者到会所、度假村组织娱乐活动,在觥筹