



十八大 中国因素 节点 趋势 突破 机遇
使命 上市 结构优化 品牌建设 绿色环保

《中国贸易报·会展周刊》独家发布：

2013 年中国会展业关键词



陈先进(全球展览业协会主席、上海市商务委员会副主任)：中国展览业仍处在战略机遇期

2013年的中国展览业机遇与挑战共存,如何将挑战化为机遇,这是一个不小的考验。

总体上看,中国展览业仍处在战略机遇期,但很难出现两位数的高速增长。其中,一线城市的展览规模和数量不会发生太大变化,二三线城市可能出现不同的发展轨迹。从行业来说,与产业过剩行业相关的展览会将面临更严峻的挑战,而一些涉及内需、民生和城镇化建设的展会将取得较大发展。

2013年,全球展览业的主要增长点还是在亚洲和拉美地区,如中国、印度、巴西。美国经济如有明显企稳复苏,美国展览业将会出现稳定和小幅增长。欧洲则喜忧参半。因此,我对全球展览业的发展趋势还是审慎乐观。

任兴洲(国务院发展研究中心市场经济研究所所长)：会展业迎来三大趋势

2013年,中国会展业将发生新的变化。
2013年,中国会展业三大趋势:一是会展行业将从注重规模扩张向更加注重总体质量提高转变;二是中西部会展业发展加速;三是世界会展业中的中国因素进一步增强。

随着中国经济平稳发展、发展方式转变和中国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。由此可见,将有更多展览和重要国际会议在中国举办,重要的中国展览和会议将吸引更多外商参展和专业观众、与会者积极参与。此外,国外的展览和会议也将吸引更多中资企业参加。

随着世界会展业中的中国因素进一步增强,世界会展业的总体格局将会进一步发生改变。

霍建国(商务部国际贸易经济合作研究院院长)：促产业结构优化升级

十八大报告提出,“要始终把改革创新精神贯彻到治国理政的各个环节”,并对重点领域和关键环节的改革提出战略部署和具体要求。改革的潜在红利正有待我们具体实现,这意味着中国经济将会出现新的发展机遇。加快发展生产性服务业和现代服务业是中国产业结构优化升级的战略重点。

作为生产性服务业和现代服务业的重要组成部分,会展业不仅仅是促进生产与贸易、文化与交流的平台,还要通过深化改革,不断提高服务质量与效率,为推进经济结构战略性调整和产业结构优化升级发挥更加积极的作用。

李雪敏(北京市东城区旅游委员会主任)：会奖业将取得突破性发展

2013年是世界经济形势仍然较为复杂的一年,世界旅游业不容乐观。虽然面对很多不利因素,但是中国正处于经济结构调整的关键时期,一些增长性产业会议、展览相继如期举办,预示着2013年将是会议业大发展的一个不错年头。另外,政策不断调整、新兴产业和服务业加快发展、经济活跃因素不断增加,这些都是会展业发展的有利因素。2012年的《中国和亚洲会议和奖励旅游报告》显示,中国和亚洲的会奖业在未来12个月将有突破性发展,尤其是终端客户的会议需求将呈直线上升。因此,对于会奖业而言,2013年是充满潜力和机遇的一年。

2013年,中国会奖业将在持稳中向好的态势发展,专业会议和展览的数量将会增加。

陈琳(中国贸促会成都分会会长、成都市博览局局长)：2013年是“国际会展突破年”

2013年被确定为“国际会展突破年”,成都会展将迎来新的历史机遇。2013《财富》全球论坛和世界华商大会两大具有全球知名度和世界影响力的盛会将齐聚成都,成都会展国际化将由此迈上新的征程。

2013年,作为“财富之城、成功之都”的成都将朝着“具有国际影响力的中国会展名城”阔步前进。

赵强华(中国—东北亚博览会秘书处常务副秘书长、吉林省博览事务局局长)：政府主导项目承担责任

2013年,“中国吉林·东北亚投资贸易博览会”更名为中国—东北亚博览会。中国—东北亚博览会成为国家以东北地区为支点,面向东北亚区域开放合作的重要战略平台。

中国—东北亚博览会秘书处将继续坚持政府主导,将该博览会打造成为东北亚政府间对话交流的渠道、促进东北亚区域经贸合作的平台,成为中日韩自贸区建设的重要载体,承担起国家赋予的责任和使命。

袁再青(中国会展研究会会长)：政府扶持助力品牌建设

十八大令中国再次站在历史的节点上。
对于2013年中国会展业,我们有理由保持乐观的态度:中国经济企稳回升,企业利润见底增长。随着产业结构调整转型取得新突破,会展业将会迎来新的机遇。与此同时,中国会展业的国际化水平将进一步提升、管理将进一步规范、产业环境将进一步优化。特别是政府扶持力度将进一步加大,有利于品牌展会做大做强。

朱裕伦(雅士展览服务有限公司董事长、香港展览会议业协会永远名誉主席)：中国将是亮点

2013年,全球经济触底反弹,但仍处于缓慢复苏阶段。不过,中国将是亮点。

十八大提出了加快城镇化建设步伐。随着城镇化进程的推进,一些二线城市的展会数量在未来几年将会增长,这对要大力发展会展业的城市来说是个好消息。

十八大提出了要大力发展现代服务业。这样一来,展会组织者将会更加重视品牌建设与管理,将会更加重视以“节能环保”为主题的展会。此外,海外展览公司将继续在中国寻求并购机会,竞争不可避免。为此,政府应该扶持本土会展企业发展。

徐迎新(中国纺织工业联合会会长助理、中国贸促会纺织行业分会常务副会长)：加大“走出去”力度

2013年,在十八大精神的鼓舞下,我们将努力把展会打造成为贸易合作、科技进步、品牌建设和时尚的引领者与风向标。

一方面,我们将依托行业优势,加强与专业协会的紧密合作,不断加强和谐工作团队的建设并提高工作水平。另一方面,我们将不断苦练内功,进一步提高展商的参展水平,优化展品结构,提升国内外专业观众数量与质量,继续改进展会运作的精细化管理和人性化服务,大力提升展会形象和品质。在做好来华展的同时,还要加大“走出去”的力度。如在欧美传统市场举办境外自办展的基础上,优化结构,顺应企业和市场需求,积极开拓南美等新兴市场。

张效林(机械汽车展览联合会秘书长)：品牌专业展发挥榜样力量

期待专业品牌展会在2013年有更好的表现,为提振经济和市场、引领产业健康发展发挥榜样力量 and 影响力。
尽管2012年国内外经济低迷,但是不少中国专业品牌展会逆势而上,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。

刘大可(北京第二外国语学院会展研究中心主任)：机遇大于挑战,有望持续增长

2013年,在全球经济持续低迷的态势下,中国经济增长速度明显放缓。但对会展业来说,仍然存在三个优势明显的基础性因素:
一是全球经济重心东移的基本趋向未改,中国经济存在结构性增长机会。
二是中国经济经过30多年的快速增长,已经形成了内生的惯性增长动力,尽管与前些年相比会有所放缓,但是与全球经济相比,仍然会有较高的增长率。
三是中国会展业尽管经历了10年的黄金增长期,但是相对于那些开放较早和市场化程度较高的行业来说,仍然存在“行业补课”的过程,具有较多的市场机会。

张敏(上海会展研究院执行院长、上海大学教授/博导)：率先回暖 一路上行

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。
会展业具备一业兴百业、一行活万行的龙头引领作用,成为城市现代服务业体系升级的工具杠杆和阶梯。由此看来,一个城市的全球竞争力主要体现为其现代服务业竞争力。中国城市化潜力巨大,必将成为新一轮增长的引擎。会展业为工业化、城市化和精神文化三大需求提供资源集聚服务,在2013年乃至未来5年到10年以至更长的一个历史时期内,将发挥越来越重要的作用。

刘海莹(国家会议中心总经理)：由数量向质量快速提升

2013年将是中国经济结构转变的关键之年。
会展业自身正在从数量快速增长向质量快速提升转变。回顾国家会议中心接待的大型高端国际会展项目,每年都会定期举办,且展览面积或使用的会议室数量都呈现出稳定的增长态势。

面对蓬勃发展的中国会展业,一些追求卓越会展企业应该借助发展战略机遇期,进一步提升软实力。通过采取积极参与行业标准的制定,完善自身品牌战略规划、构建领先型的业务模式,积极努力实施多元化发展等举措,进一步挖掘具有高附加值的业务,以转变会展业普遍存在的外延式发展的粗放增长方式,希望最终建立起由品牌、创新、服务所驱动的内涵式发展的新增长模式,带领中国会展业走上新的台阶。

李琼(大连北方国际展览股份有限公司董事长)：企业上市将成新趋势

2013年,中国会展业将迎来新一轮发展机遇,会展业作为经济发展的助推器、振兴产业的有力抓手、国际国内贸易沟通的有效平台,其作用和功能将更加凸显。
十八大不仅为中国未来快速发展描绘了宏伟蓝图,还做出了具体部署,全面建成小康社会给产业发展带来了前所未有的新机遇。中国作为世界最大的生产基地和消费市场,为会展业发展奠定了良好的基石;世界经济的复苏和中国经济的崛起,给会展业发展增添了活力。
经过大浪淘沙,会展品牌影响力、社会覆盖率、企业的参与性将得到进一步增强。一线城市会展业继续领跑,二三线城市奋起直追、优秀会展业企业积极争取上市,不断提升发展后劲将成为新的趋势。一些与时俱进的新兴展会将伴随着经济持续发展而诞生。同时,一些缺乏活力的展会将告别历史舞台。

曹萱(恒瑞行传播集团总裁)：数字营销渐成趋势

记得一位未来学家曾经谈到:“科技愈发达,人们愈希望见面。”对于会展行业未来发展的前景和空间,我始终保持积极、乐观的心态。
高科技手段的应用为会展业注入了蓬勃发展的生机和动力。以当下时尚且具创意的“微会议”为例,区别于以往传统告知形式,与会人员能够通过移动终端及时了解、获取关于会展的各种重要信息,这在很大程度上增强了互动体验性与主观参与性。不仅如此,借助视频等数字营销手段,使会展项目更具趣味性和观赏性,更好地连接起主办方、展商和观众。

曹秀华(信诺传播总裁)：提升整合资源能力

大家对会展业未来发展的看法、观点基本一致,就是要走市场化、国际化、专业化的道路。而在当下,大家对会展业的发展要求可以说是运营市场化、品牌国际化、管理专业化。
在这样的要求下,会展服务公司应该以新的要求和角度看待市场,从广度拓展客户、从深度发掘客户需求,以创新能力、整合资源的能力提升自身竞争力。在这个过程中,会展服务公司应该脚踏实地以自己的专业化服务帮助客户提升价值。

黄彪(常州灵通展览用品有限公司总裁)：绿色环保渗透产业链

十八大提出实施创新驱动的发展战略,即从要素驱动、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。这些将使民营企业会展企业在市场竞争中依靠科技创新赢得更多机会。
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,加速中国会展业的国际化进程。可以预测,随着中国会展企业国际化进程的加快,全球会展市场将出现新的格局。
绿色环保理念已经渗透到会展产业链的每个环节,绿色环保是大势所趋,发展绿色会展是所有会展企业发展的必由之路。