



博览局长访谈

新疆博览局：市场化才能专业化



李静援

■ 本报记者 周春雨

中国-亚欧博览会(以下简称亚博会)已确定自今年起进入市场化运营。这标志着政府主导型的亚博会迈出了管理与经营分离的实质性一步。

“第三届亚博会转身市场化是一个重要的转折。”近日,新疆国际博览事务局(以下简称新疆博览局)局长、中国-亚欧博览会秘书处秘书长李静援接受《中国贸易报》记者专访时表示,作为从乌洽会升格为国家级展会的亚博会,将从搭建亚欧高端平台的层面上探索适合中国与亚欧间经济发展的办展思路。

3月11日,第三届中国-亚欧博览会执委会第一次工作协调会议(以下简称亚博会执委会第一次会议)在京召开。此次会议确定了第三届亚博会“开放互信 共谋发展”的主题,并提出将全力突出亚博会的国际化、品牌化、专业化和市场化。

据了解,3月5日,新疆博览局邀请会展业界专家就亚博会市场化进行了一次务实的探讨。由此不难看出,新疆博览局对亚博会的市场化运营有其战略考量。

借力区位优势

自2011年起,经过两届的运营,亚博会位处亚欧大陆枢纽的区位优势得以显现。

李静援表示,按照对外开放、加快西部大开发的战略部署,亚博会借助地缘优势、区位优势,可谋求与亚欧间的多领域、多层次合作。利用亚博会的平台,可进一步促进中国与亚欧间双赢乃

至多赢。

李静援强调,目前,新疆正处于历史上最好的发展时期,亚博会将令与会各界人士亲身感受新疆的变化,事实也表明,随着亚博会的举办,发挥内引外联、东来西去的作用,的确令新疆经济发生了新的变化。

据了解,在亚博会执委会第一次会议上,各主办单位就论坛活动方案进行了说明。尽管论坛的内容未向外公布,但作为亚博会的重要组成部分,论坛将是备受国内外关注的部分。

“亚博会的论坛部分和展会缺一不可。”李静援介绍说,本届亚博会的论坛环节将根据新疆与亚欧之间经济、贸易的特点,关注中国、亚欧之间的交流与经贸往来,加强并促进中国与亚欧国家之间的合作。尤其是新疆作为向西开放的出口商品加工基地,承载着与周边国家互联互通的责任。

据透露,自今年开始,新疆博览局将根据战略部署,形成一个战略框架和格局。5年内,亚博会将建立相对成熟的运作机制和管理模式,更加专业化、国际化、品牌化和市场化。

此举表明,亚博会虽然仅举办了两届,但办展理念已趋于成熟并逐步完善。

启动信息化建设

为加快亚博会的“四化”进程,新疆博览局成立了亚欧博览局信息化工作领导小组(以下简称信息化领导小组),由新疆博览局局长任组长,已于本月正式启动。这也是国内首个全面推广信息化建设的博览局。

李静援强调,提升亚博会的品牌知

名度和影响力,首先要考虑可持续发展问题,而进行信息化建设,是基于服务先行的原则,目的是通过最新的移动互联网平台,加强信息的通达度,让与会客商了解实时动态信息,利用现代终端技术,提升服务水平。与此同时,数据库的完善也将推进亚博会的信息化建设。

不可否认,信息化建设是发展趋势,通过信息化支撑“四化”,将有效地降低办会成本、提高实效,方便与会客商洽谈签约。当然,信息化建设是一项长期的系统工程。为此,新疆博览局将吸纳IT方面的高端人才,根据亚博会的论坛、展会、展馆、宣传等,进行信息化数据库的全面建设与设计。由于亚博会较其他的博览会起步晚,与内陆会展城市的一些品牌展会还存在一定的差距,因此,必须要进行创新和探索,争取在短期达到内陆会展城市办展的水平,这也是新疆博览局的目标。

李静援坦陈,鉴于新疆会展经济起步较晚的缘故,亚博会需借力、借脑、借市场。据其解释,新疆博览局希望能借助全国的力量、全国的智慧、全国的市场,共同谋划亚博会的战略布局。

新疆博览局成立的时间虽然晚于其他博览局,但也有后发优势:可以借鉴成熟经验,避免走弯路,可先于其他博览局推动信息化建设。

管办剥离

亚博会虽是政府主导型展会,却迈出了进入市场化运营的实质性一步。

对此,李静援解释说,市场化是政府主导型展会发展的趋势,管理与经营进行

记者手记

李静援其人

亚欧之间的重要平台。

于是,李静援开始自下而上的改革。他强调,亚博会发展的力度不够,就无法完成战略目标。而走一步看一步的态度,缺少主动性。

亚博会作为中国与亚欧间的经贸平台,是新疆与国际接轨的机会,更是新疆的机遇,因此,亚博会力求务实,只有这样,才能吸引中外客商的关注。

对于李静援来说,会展业是一个全新的行业,自己是一名新兵。虽然只有两年的时间,但他发现办展

会有很多乐趣,是一项很好的事业。他已经喜欢上了会展,不断地思考、创新。

李静援说自己很幸运,尽管他只是一个刚入行的新兵,但有其他博览局的成功经验可以借鉴,再加上大家给予新疆博览局以及他本人很多的支持与帮助,因此,他信心满满。他表示,希望借助各方力量办好亚博会,但更重要的是,亚博会不能只依赖于人家的帮助,还要靠自身发力,要根据自己的规划,积极拓展更广阔的视野。

直面会展国企与民企之争

■ 江志君

作为中国会展业办展主体的重要力量,民营会展企业的数量占到全国会展业办展主体的一多半以上。这样庞大的一支队伍,自然成为中国会展业快速发展强有力的顶梁柱之一。正是由于这些民营会展企业在中国的会展市场上奋力角逐,优胜劣汰,适者生存,才使得今天的会展市场日趋成熟。然而,不可忽视的一个事实是,民营会展企业生存困难!比如某省会城市,近些年来,民营会展企业竞相关门或者改营其他项目,其中,既有成立十几年的老会展公司,也有刚刚成立不久的新公司。仔细数数该市现在活跃在市场上的那些展览,背后的民营会展企业主办方竟然寥寥无几。其他的民营会展公司都到哪里去了?基本上是同一个答案:歇业、关门、转行。

从多方面反馈的情况来看,这些民营会展企业之所以生存困难,重要的一个原因就是国有办展单位与之争利。

首先是争信誉。国有办展单位作为有政府背景的组织,在组织一个展会时,信誉度比民营会展企业高。参展商在选择展会的时候,很多情况下,都要通过多种渠道了解这个展会的组织者,到底可信不可信,有没有组织能力?能不能办起来?对于国有会展企业来讲,这个问题很好解答,不信,你可以咨询他们的上级主管部门,可一般

来说,哪有上级主管部门不说自己的“下属”好呢?一旦打去咨询电话,答复你的多数都是溢美之词。而对于民营会展企业来说,只能自己为自己解释了,因为没有一个是,如果国有会展企业和民营会展企业在组织同一类会展项目,双方一旦竞争起来,国企的信誉优势便更加突出了。一些国企甚至可以动用政府资源,直接把民企“吃掉”。比如某地一家民营会展企业组织了一个展览会,恰当地某国企也在同样时间组织同类展会,他们同时邀请了三、四家有参展意向的大客户,该国企为了争取这些参展商参展,匿名在网上发布关于该民企的负面帖子,反映这个民企组织的展览的问题,还通过其主管部门直接向参展商反映这个民企的情况,最终,该民企因为信誉度问题,导致这几个大客户取消了参加他们组织的展览的计划。

其次是争项目。多数情况下,展会项目在立项时,国有办展单位在邀请政府部门、行业协会等有政府背景的组织为主办单位的时候,比较容易,可这一步对于众多民营会展企业来讲,难于上青天。为什么非得有主办单位?主要是现在很多行业资源都掌握在这些政府部门及一些行业组织手中,只要他们参与主办,招商招展就容易多了,这个展会基本上就成功了一半。我们可以分析一下,现在全国由省政府、省政府各厅局主办的展会很多,这其中又有几家承办单位

是民营会展企业呢?一些展会名义上是国有会展企业在执行,实际上,这个国有会展企业在操作中表现并不好,只好又通过发动民营会展企业联合执行的形式,将部分或者全部工作转包给民企。甚至一些国有会展企业把承办政府性质的展览作为一种“洗钱”的好办法,虽然他们的招商招展能力较差,但是他们有“近水楼台先得月”的优势,于是,一些国有会展企业便与民营会展企业达成一致,国企负责向有关政府和政府部门申办项目,申办项目所得的政府专项扶持资金归国企。项目申办下来以后,双方协议,由民营会展企业自主经营,自负盈亏,按照市场化运作全权执行,国有会展企业基本上只是充当了一个“中介”的角色。如果这个展会有关部门虽然同意组织了,但是没有申请下来展会扶持资金,那么,作为民企,则需要向国企缴纳一定数额的管理费或者一定比例的展会收益分成。争项目的例子还有很多,再比如某地的会展业一朋友办了一个民营会展公司,策划启动了一个展览,可当地某协会认为,这个展览应该由他们来做,也暗示可以联合组织,但是这家民企不愿合作,于是,协会负责人就向协会的主管政府厅局反映问题进行干预,最终导致该项目流产,可是迄今为止,这个协会也并没有能力把这个展览办起来。

最后就是争实力。多数有政府背景的展会由国有会展企业承担执行,很多情况下,这些项目都有政府专项资金支持。除

此之外,负责承办的国有企业还容易通过工商、税务、城管、治安、环保、消防等各方面的关卡。而对于民营会展企业来讲,不但没有这些优惠,还多了不少躲不过去的坎儿:办展会的钱需要自己掏腰包,很多情况下各方面关系需要自己用钱来摆平。我们知道,多数民营会展企业的资本实力一般,甚至很低,这种致命的先天不足,导致他们基本上没法与国有会展企业去拼,只能在夹缝中求生存。比如某市政府主办了一个综合类的展览,从第一届起,该市政府每年用于扶持这个展览的专项资金高达1000多万元,从成本来看,办这个展览,全部费用不仅用不了这么多钱,还有不少结余。这个展览从举办至今,不仅不盈利,还年年享受这种优厚的待遇,规模越来越小,影响越来越小,作用越来越小,基本上成了一个耗钱的展会。那么这样的展会,即便项目很好,但民营会展企业能承受这么大的投入吗?

会展国企与民企之争,是我国会展业发展不成熟的典型表现,这种情况在短期内不可能解决,我们只能寄希望于中国的会展业尽快成熟起来,市场规则更加公平,让民营会展企业的生存空间更大一些。

(作者系中国会展策划师联盟主席)

谈经论道

业内通告

西宁:重点发展会展业等服务业 带动经济快速增长

日前,记者从西宁市服务业促进发展局了解到,作为国家服务业综合改革试点,今年起,西宁市将重点发展文化旅游、金融、会展、物流、房地产、社区、中介、电子商务、科技服务等九大服务业,让服务业带动西宁经济快速增长。

在这九大服务业领域中,文化旅游业将加快对西宁特色文化资源的挖掘、保护和开发利用,丰富和提升旅游产品的文化内涵,积极打造文化旅游系列品牌,延伸文化和旅游的价值链。金融业将以高级服务、多样化融资、现代信用手段等方式,加快建设环新宁广场、中心广场和海湖新区中央金融商务区,引进省外金融机构,完善创业投资、产业投资、股权投资和担保体系建设。会展业将以建成设施先进、品牌汇集、服务优质、管理规范“中国夏季会展之都”和“青藏高原会展中心城市”为目标,大力引进大型知名品牌展会,培育一批创新意识强、服务质量好的大型会展企业,推动会展业与其他产业的联动发展。物流业将大力发展综合物流中心、专业物流中心和配送中心,构筑与西宁市区域中心城市地位、产业空间布局相适应的现代物流网络。房地产业方面,西宁市将优化调整住房供应结构,加强房地产市场调控,活跃二手房市场,健全规范房地产市场体系和物业管理体系,促进房地产业健康发展。社区服务业将重点发展社区卫生、家政服务、物业服务、养老托幼、食品配送、修理服务和便民服务。中介服务方面,将注重发挥各类市场主体和行业协会的作用,创造公平竞争的环境,促进非公有制中介机构加快发展。电子商务方面将大力发展企业间(B2B)、企业与消费者之间(B2C)的电子商务以及面向中小企业的第三方电子商务,加快培育新的经济增长点。科技服务业将重点建设以城西区为中心,以园区、高校、科研院所为支撑的多节点科技服务网络。

与此同时,西宁市还将加大服务业高层次人才引进力度,开通海外留学人员“绿色通道”,培育一批服务业重点产业学科带头人。对引进的服务业高层次人才在现行政策基础上,用人单位可给予100万元以内的安家补助并计入当期成本。(周建萍)

外展推荐

2013俄罗斯国际冶金铸造钢铁展

展会时间:2013年11月12日—2013年11月15日

展会地点:莫斯科全俄展览中心

展品范围:矿物原料,冶炼技术设备;黑色及有色金属的制造与生产;各类钢管,线材;各类型材及板材;不锈钢,特殊钢材及各类合金材料;各种金属线材;电极及碳素产品;金属加工设备、工具、技术等;检测及控制系统;铸造生产工艺及技术;耐火材料及冶金炉料;各类铸件,精密铸件;金属工具,精加工,金属成型等;焊接切割,表面处理设备;钢铁工业;运输与物流;电子商务与信息技术等。

微话题

◎中国会展门户:展会活动是一个短期的推广行为,展会本身的延续性非常差。如何让目标群体乐意带走资料、礼品,并且完好地保留,在本次展会之后的很长一段时间里还能记得自己,这一点非常重要。事实上,很多展会现场总会有非常多的宣传资料、礼品被遗弃。

◎沈阳会展:在营销方面,主办方招展,面对的是参展商;主办方招商,面对的是参观者。中国已经逐步过渡到“数据库营销阶段”。任何一个展会都是为展会主题行业服务,主办方事先有没有展会所在行业产业链上各环节的强大数据库,是这个展会能否成功的决定性因素。