

业内通告

昆明滇池国际会展中心
新馆有望明年启用

近日,云南省政府要求加快昆明滇池国际会展中心融资工作及施工进度。在加快推进展馆建设的同时,确保酒店、海洋乐园等服务性设施于今年内开工建设,展馆主体部分要于2014年6月中国-南亚博览会(以下简称南博会)前建成并投入使用,酒店、会展配套设施自开工之日起3年内建成。

日前举行的昆明滇池国际会展中心建设领导小组第六次会议要求,要加快规划完善和审批工作。原则同意《昆明滇池国际会展中心总体规划》及《昆明滇池国际会展中心展馆建筑设计方案》,由昆明市委同项目业主,本着满足项目功能需要、满足项目品质外观要求、满足平衡建设资金、依法依规的原则,加快完善相关规划,抓紧完善审批手续。考虑到该平台主要是展馆与海洋馆等建筑的连接部分,且不直接占用土地,原则同意该平台及相关建筑不计入项目总容积率。

同时,还将加快项目用地保障工作,确保于5月31日前完成已办手续土地的实质性移交工作。

该项目建设领导小组提出,为了确保项目顺利推进,将加强对口业务工作的督查与指导,合力推进项目建设。对云南省省直有关部门和市、区人民政府及项目业主工作落实情况进行跟踪督查和分析评价,定期通报督查情况。对玩忽职守、工作推进不力的单位和部门要严肃问责。(向星权)

南亚博览会首批进口
展览品顺利通关

近日,中国-南亚博览会(以下简称南博会)首批进口展览品在昆明长水国际机场口岸顺利通关,该批货物来自印度、巴基斯坦、约旦、伊朗,主要为化妆品、围巾、皮夹克和椰枣等当地特色产品,共计1.6吨。

近期,预计还有22个海运集装箱的展品运抵广州黄埔港后再运至昆明,这些展品来自印度、巴基斯坦等国,主要为木制品、铜制品及石材工艺品。

据介绍,为全力支持南博会、中国昆明进出口商品交易会展会物资、人员快速顺利通关,昆明海关成立了领导小组,制定了多项通关便利措施:进境展览品不分国别批次,实行一次性行政许可审批和统一担保;派员驻会监管,快速通关;实行“清单”备案申报方式,展品凭清单提前申请,加快货物通关速度;对需要查验的展览品,依申请可实行布展时查验,以便于布展和避免多次开拆和搬运造成破损;在重点口岸、机场设置专用通道,实行24小时预约通关等,保障通关顺畅。(倪明)

北辰会展
5年拉动收入过百亿元

在北京召开的国际性、有影响的超大型会议中,超过2/3选择落户北辰会展。5年来,北辰集团通过承接会议、展览,直接收入达10.56亿元,拉动相关行业收入超过百亿元。

日前,为备战第二届中国(北京)国际服务贸易交易会(以下简称京交会),北辰会展多个岗位员工在国家会议中心进行了服务技能展示和模拟演练。员工们现场展示了3分钟变更会场形式、5分钟完成客房整理等绝活。据介绍,本届京交会期间,除开幕式外,北辰会展将承担全部接待服务工作,其旗下的国家会议中心将承担全部会议、餐饮服务。

除京交会外,依靠高效的服务、专业的会展场馆和综合运营优势,北辰会展已吸引了大量国际、国内综合展会活动来此举办。统计显示,目前,在北京召开的国际性、有影响的超大型会议中,超过2/3选择落户在此。如全球三大电子消费展之一的美国苹果公司产品展会、中国规模最大的医学专科会议长城心脏病大会等已经长期在此举办;微软技术大会、全球IT业界高水平的英特尔信息技术峰会等规模超过5000人的大型会议,也已把国家会议中心作为会议首选举办地。(宗和)

助力品牌推广 专业展会寻求突破

■ 本报记者 周春雨

“展会成为后制造时代,企业销售的主要渠道之一。”日前,环球资源(global sources)旗下商业管理杂志《世界经理人》发布最新调查报告显示,在供应商开拓市场的几个重要领域中,包括获取销售线索、争取订单、打造品牌,以及获取重要客户,参加展会成为供应商的首选,紧随其后的是选择专业的B2B外贸网站。

近年来,随着全球经济危机阴霾的蔓延,出口受阻成为中小企业面临的巨大挑战。于是,各行业为帮助企业拓展市场,纷纷开始了新一轮的行业品牌展会的建设。近日,中国林产工业协会提出,通过行业品牌展会的平台,促进中国制造品牌知名度的进一步提升。同时,还透露了培育品牌展会的计划和方案。

据了解,自全球金融危机爆发以来,在中国内地举办的专业类展会的规模不但没有减小,反而逐年扩容。

展会成企业销售首选渠道

2013年以来,环球资源2013年智·胜未

来出口系列论坛在中国内地多个城市举行,主办方表示,举办该论坛意在探讨2013年中国外贸出口的新出路。

环球资源企业事务总裁裴克为(Craig Pepples)在接受记者采访时表示,此次调查,旨在了解“后制造时代”中国企业的竞争优势及发展方向,结果显示,买家的采购更为积极。其中,54%的受访供应商表示,与3年前相比,买家的咨询总量有所增加;同时,77%的受访供应商表示,买家二次回复率也有所提高或持平。

裴克为表示,本次调研显示,57%的受访者将在2013年增加市场推广预算,这表明中国供应商已意识到市场推广的重要性。调查还显示,参加展会成为多数供应商开拓市场的首选。

裴克为透露:“此次调查发现,近年来,B2C外贸网站虽然发展迅猛,但仍未占据主导地位,只有34%的受访者表示曾使用B2C外贸网站向海外销售产品,其中超过81%的供应商在此项上的投入占其年度总投入的25%或更少。”

根据调查数据显示,2013年,中国企业

仍将欧美作为目标出口市场。其中,58%的受访者将欧盟作为其主要出口市场,紧随其后的分别为北美洲为47%、亚洲其他地区为44%、东南亚为43%、东欧包括俄罗斯为34%、拉丁美洲为23%、非洲为20%。

展会为中国制造品牌搭台

“加快中国制造的品牌建设,推动林业产业升级,展会显现了重要的平台作用。”中国林产工业协会秘书长石峰在近日举行的中国林产工业协会品牌培育试点工作启动会暨林产工业专业展会座谈会上提出了要发展林业产业会展经济。

石峰强调,林业工业行业展会要为林业行业的中国制造品牌服务。首先,展会需进行合理定位;其次,让企业在展会期间找到更多的机会;再次,要邀请专业会展公司运作;最后,还要重视林业行业专业展会的规模、质量、服务,专业的服务是专业展会竞争的核心。

据国家林业局原党组书记、副局长,中国林业经济学会理事长李育才介绍,2013年全国林业厅局长会议提出了“实施林产品品

音响灯光乐器展:着力释放行业正能量



资料图片

■ 本报记者 叶灵燕

成立了多个专业观众接待服务小组,举办和计划举办多场各方展前协调会,有序推进馆内搭建、交通服务等展会相关保障工作……据记者了解,第二十二届中国国际专业音响、灯光、乐器及技术展览会(PALM EXPO 2013,以下简称PALM2013)组委会不断将展前工作深化、细化,确保展会的各项方案在实施过程中万无一失。

“截至目前,PALM2013的筹备工作已经基本结束,展位确认工作也已完成。”中国演艺设备技术协会副秘书长兼展览部部长陈正纲告诉《中国贸易报》记者,今年,在提升服务方面,是展会有史以来最重视和最务实的一届。

实现三个提升

中国演艺设备技术协会理事长朱新村指出,目前,国内经济处在一个经济发展方式转变、经济结构深化调整的历史时期,国家要转变经济发展结构和方式,要满足人民群众的精神文化生活需求,提出“文化强国”

战略,制定了将文化产业打造成为国民经济支柱性产业的发展目标。举办PALM,既是认真贯彻党中央建设“文化强国”的发展目标,也是协会为实现行业由大到强发展目标而进行的一项重要工作。为了更好地引领行业发展,今年,展会将实现三个提升。

第一提升展会的国际品牌。据介绍,展会期间举办的国际论坛将邀请国际知名专家演讲,并邀请海外媒体参与报道,以扩大海外影响力。不仅如此,展会评选的知识产权及产品进步奖还将邀请欧美大型行业组织高层颁奖,塑造和提升国内演艺设备企业的正面形象与国际知名度。

朱新村强调,仿冒假冒展品是展览业毒瘤,影响产业和国家形象。此次展会再次颁发知识产权奖,是为了释放行业正能量和扩大企业影响力。本届展会还首次设立产品进步奖,以促进科技进步、技术创新,促使演艺设备企业获得更多更大的市场销售机会。

第二提升展会的效果。朱新村表示,今年展会将组织中商贸易洽谈会、海峡两岸贸易洽谈会,加大邀请国内外专业观众的力度,加强

与国内外相关组织协会的合作,实现展会由“联谊”走向“商贸”,实现各方资源的优势互补,共同促进行业的发展,拓宽行业的发展空间。展会期间,还将根据市场的发展及自身的薄弱环节,调整和加强相应的活动内容。

“这些举措都是为了提高展会效果,为参展商服务。”朱新村如是说。

第三提升展会服务水平。朱新村认为,展会的吃住行,因展览环境及配套限制而不够完善,需要主办单位通过种种努力进行优化,尽最大努力提升展会的服务质量。

陈正纲具体介绍说,PALM2013将于6月7日至10日在位于北京顺义的中国国际展览中心新馆举行。该展馆的吃住行条件先天不足,只得后天弥补。在交通方面,他们打的是“组合拳”,对公交车、地铁、自驾车、免费巴士线路做了详细的介绍和安排;

在吃住行方面,他们比较细致、周全地将展馆附近的餐厅、酒店刊登在参观指南中,并将免费发放给参展商、观众。除此之外,他们还扩大专业观众邀请范围,拓展扩大专业观众邀请途径,并采取展会开幕式等。“今年,我

房展会上的“铁笼美女”是一招败笔

■ 曾志扬

近日,2013中国太湖·无锡春季房地产交易展示会在无锡太湖国际博览中心举行,50家企业的近70个楼盘参展,房源总面积达500多万平方米。展会还组织了房管联动服务、现场答疑解难、“宝贝达人秀”亲子活动等,展位前的房模们争奇斗艳,引来观者无数。

房展会虽“引来观者无数”,可惜并非都是看房者,不少人是冲着看美女而来的。现场,在一个大铁笼里,有一位插上一双翅膀、穿着比基尼的美女。这一举措让人震撼的同时,不禁要问,卖房子与比基尼何关?要美女助阵,这是开发商对自己的房子没有信心,还是要将房子比喻为年轻貌美的女子?

有道是酒香不怕巷子深,买房凭的是开发商的信誉,看的是开发商的口碑,比的是价格的合理。信誉好,口碑佳,价格公道,自然买者如云,还需美女招徕生意吗?如今,请美女来搔首弄姿,显然是开发商底气不足。生拉硬拽将比基尼摆上阵,岂不有“风马牛不相及”之叹?

有诗道:“若把西湖比西子,浓妆淡抹总相宜”。杭州西湖千姿百态,不论阴晴都有迷人之处,于是以景状人,将西湖比作西施的天然丽质,足见诗人的构思之精妙,下笔之如神。如今,房展会上的美女如云,当有将房屋比作美女之意,但观看美女只能看外表之美,买房子岂能光图外表而不看内在质量?房子要建得坚固,装修要讲求质量,外观漂亮的房子并非就是宜居之家。常见有

媒体报道,新房入住不久,墙壁脱落,水漫金山,入住新房反添烦恼。与其外观冠冕堂皇,实在不如内里实实在在的好。如此看来,将房子比作美女有引喻失义之讥。

如今,凡展必有美女似乎已成惯例,卖车的必有“香车宝马”的点缀,卖衣服的则有“内衣抢货”的闹剧,有人感叹,如今的销售已到了“美女时代”。

“美女时代”是经济社会之悲,悲就悲在商品销售不是以物美取胜,以价廉领先,而是借助美女来冲锋陷阵,似乎美女也成了现代商业中的商品。办房展以“铁笼中的美女”来吸引消费者眼球,未免让人遗憾。

当今,百姓生活达到小康水平,房屋销售自是不愁,这无疑是个商机。如何利用商机,维护好、引导好房地产业的规范发展

牌战略,推动林业产业结构升级”的要求。他强调,近年来,林业产业的展会在推动林业经济发展中的作用越来越明显,展会不仅成为企业开拓市场的重要平台,而且逐步成为提升产业整体水平的重要途径。

李育才提出,林产专业展会也面临如何创新转型升级和品牌塑造的问题,林产工业要从“中国制造”提升到“中国创造”,在加快林业专业展会发展的同时,也要打造林业专业展会的品牌。

对此,国家林业局计财司副司长、全国木材行业管理办公室主任孙建指出,要按照市场化的要求做大做强林业会展经济。尤其是专业展会,必须要按照市场规律进行合理定位。展会的组织方要促进企业的市场主导地位,要让参展的企业得到实惠。同时,要按专业化的要求打造林业专业的品牌展会。要发挥林产工业协会的作用,提升专业会展品牌的影响力。

会展观察

们不断强化服务意识,多做务实的事,将有限的人力、物力、财力投入到能让客商获得实惠的地方中去。”陈正纲表示。

突出三个特点

据陈正纲介绍,PALM2013吸引了20多个国家和地区的1700多家企业参展,展览面积有望超过11万平方米。为了给参展商、专业观众搭建一个全方位的交流平台,PALM2013将突出商贸洽谈、知识娱乐、技术交流三个特点。

今年,展会搭建商贸洽谈平台,使参展企业更好地开拓国际市场、台湾市场。展会期间,6月8日将举办中外商贸洽谈会,届时,将有100人左右的国际买家团与部分国内参展商进行面对面的商贸洽谈;6月9日将举办海峡两岸贸易洽谈会,届时,台湾地区组织的由70余个企业代表组成的专业买家团将与部分参展商进行面对面的贸易对接洽谈。此外,中国演艺设备技术协会还将联合美国戏剧技术协会、德国专业灯光音响与演艺技术协会等国际行业组织,在展会现场举办3场交流会,探讨中国演艺设备企业如何开拓美国、欧洲和拉丁美洲市场。

本届展会将精心策划和安排一些聚集人气的知识娱乐性活动。据介绍,这些活动主要包括第八届贝塔斯瑞乐队大赛决赛、第一届吉他中国大赛、乐器文化长廊、首届K歌王暨直通“快男”争夺赛等,在进一步普及乐器知识的同时,提升展会文化氛围,提高观众的参与度。

除此之外,今年展会有关技术交流活动的广度和深度也将有所增加。据记者了解,第十一届中国国际演艺设备与科技论坛以“演艺科技与艺术的融合”为主题,通过典型案例,分别阐述美国、英国、德国等欧美国家和我国演艺设备、技术设备的研发与应用现状,研讨在多种形式的文艺演出中科技与艺术的融合,促进中国与世界演出艺术与技术的交融发展。另外,中国演艺设备技术协会还将联合中国舞台美术学会、中国建筑学会智能建筑分会等国内行业组织,就舞台美术创作与科技发展等多个主题开展技术交流。

陈正纲指出,PALM2013将商贸洽谈、知识娱乐、技术交流三者相结合,是展会最大的看点。

本版话题

是急需解决的一个课题。笔者以为,要让房地产业的规范发展,要立足三点:一是“百年大计,质量第一”,为广大消费者提供质量可靠的商品房;二是立足于售后服务,让消费者买得放心,住得宽心;三是合理定价,拒绝暴利,实现“居者有其屋”的目标。如果做到这三点,那么得天独厚的房地产业自然“皇帝女儿不愁嫁”,还要请美女推销房子吗?

于此看来,房展会上的“铁笼美女”是一招败笔,因为房屋销售凭借的是质量与价格,美女助阵只能让人有买椟还珠的遗憾。

谈经论道