

药企违规交易，会议业成“灾区”

会展传真

■ 本报记者 兰馨

会议业倒下的第一张多米诺骨牌,正在引发连锁反应。

随着葛兰素史克(GSK)“行贿门”事件的持续发酵,近日,又有媒体报道称:根据同花顺Ifind数据统计发现,2012年A股市场共有68家上市药企披露了会议费的金额,费用支出高达30亿元。

2012年年报显示,中新药业去年的推展定销会议费金额为4.7亿元。当年这家公司的主营业务收入是51亿元,净利润则只有4.4亿元。去年一年的会议费超过净利润3000万元。

不仅仅是2012年,实际上2011年中新药业的会议费用同样高达3.16亿元。当年,其主营业务收入和净利润分别为43.92亿元和2.48亿元。会议费用同样超过了其当年的净利润。

近日,公安部在新闻发布会上透露:“自2007年以来,葛兰素史克向超过700家旅行社及咨询公司转移了高达30亿元人民币的资金。这些资金往来,我们有充分理由怀疑是非法资金的处理。”

“会议业将在葛兰素史克‘行贿门’事件后噤若寒蝉。”好博塔苏斯展览公司董事、副总经理张凡接受《中国贸易报》记者采访时如是说。

会议业怎么了?

“医药业反腐拖累会议业,将成为2013年中国会议业的大事件。”张凡表示,68家上市药企披露了会议费的金额,费用支出高达30亿元。目前虽不能断言此中必有黑幕,但与葛兰素史克热衷会议营销相似。

张凡认为:“药企反腐绝非普通经济案件,从民生讲,是为了遏制长期居高不下的药价,葛兰素史克‘行贿门’案震慑的是跨国医药企业。从国际反腐看,此举为中国政府主动出击,之前是西方国家反腐连带中国。从宏观层面看,葛兰素史克事件可谓是一石多鸟,一批官员、协会、学会、医院、医生涉案,有警示效应。由此,药企‘会销’必遭重创。”

张凡介绍说:“国际会议统计中,医学会议占10%以上,国内这一比例估计更高。”他表示,中华医学会每年举办很多医学会议,其中既有国际性会议,也有国内行业交流型会议。中国政府借此案震慑药企,医学医药会议必将转冷,会议业再遭重创无疑。

此外,张凡也在其会展微博中发表评论称:“会议业具有特殊性,从业者不可因逐利而触犯法律。葛兰素史克‘行贿门’事件应引起中国会议业的高度重视和反思。”

会议业再遭重创

有媒体报道称,葛兰素史克“行贿门”事

件只暴露了医药行业潜规则的一角。

张凡指出,自中央出台“八项规定”、“六项禁令”以来,先是“三公”消费风光不再,又现葛兰素史克“行贿门”事件。会议不但是官场整风对象,而且成为商业贿赂工具。

据媒体报道,葛兰素史克举办2000人的会议支出为1000万元。其中近200万用于行贿或自肥。

“行规如此,这种做法比较普遍。”葛兰素史克副总裁、运营总经理梁宏揭开了医药行业“会销”的秘密。

公安机关表示,许多由旅游公司承办的医药会议,都涉嫌存在洗钱、涉贪、涉贿的违法行为。

“或取消这块预算,或大肆削减预算。”某集团一位不愿具名的相关负责人向本报记者介绍,他们的客户中也有葛兰素史克(GSK),预计受此次“行贿门”事件的影响,合作将被搁置。

该负责人表示,葛兰素史克“行贿门”事件之后,医药类企业的奖励旅游项目都不敢做了。据其表示,不仅医药行业,自2012年底,“八项规定”、“六项禁令”出台以来,其他行业的奖励旅游、商务旅游项目,相比上一年至少减少50%。

多米诺效应显现

“酒店业还不是太敏感。”张凡认为,不管

是之前的“八项规定”、“六项禁令”,还是此次葛兰素史克“行贿门”事件,以及68家上市药企会议费支出高达30亿元,中枪的绝不会只有会议业,其上下游产业都将受到影响。

近日,湘鄂情连关8家门店引起媒体的高度关注。据其公司7月17日的公告显示,2013年一季度,公司营业收入比上年同期下降三成,亏损近7000万元。面对严峻的市场形势,公司对酒楼餐饮业务进行经营政策调整,主要包括停售高价菜、取消了厅房服务费、不设最低消费、酒水平价销售等。

湘鄂情有关人士表示,关店是对高端餐饮投资的止损,如果有些门店依然亏损,不排除还会继续关店。

据一位不愿具名的会展业内人士透露:“自‘八项规定’、‘六项禁令’发布以来,很多酒店的会议数量急剧下滑。”

同样,有鲜花销售也因会议市场萎缩而不景气。

据记者调查显示,今年以来,很多政府机构、企业高层们出差参加会议的频率也大幅减少。

针对葛兰素史克“行贿门”事件,会展人士李德群在其会展微博中发表评论称:“该事件会倒逼会议产业加速变革。”

会展关注



日本2013技术先锋展会开幕

据日本《产经新闻》报道,汇集发动机技术、电源技术等最新技术的展览会“科技先锋2013”于17日在日本东京江户地区的东京大基地拉开了帷幕。

“科技先锋2013”由10个展览会组成。480家公司参与,以节约能源的电子产品和元素技术为首,展会展现了日本高端技术支持下的强大造物能力。

(刘禾)

上海海关支持会展业健康发展

本报讯 据统计,今年1至6月,上海海关共监管国际展览会107场,展览面积57.4万平方米、进境展览品货值2.7亿美元,顺利地完成了包括“首届国际兰花展”、首届“上海国际技术出口交易会”、“亚洲商务航空展”、“007电影设计展”等系列重要展会的海关监管与服务工作。

据了解,上海海关主动采取了多项服务措施来为展会各方提供全方位的优质服务:密切联系沟通,积极参与上海市会展业管理部门联席会议,共同探讨会展产业发展趋势动向,主动对接展会主办方,全面掌握行业动态与企业需求;优化通关模式,根据展会规模、展品类型定制个性化监管方案,派员至展厅提供“门到门”查验,在节假日及非工作时间实行预约通关,从快、从简办理相关手续,努力为参展商来沪参展铺设“便捷路”,确保展品无障碍通关;深化业务创新,通过推进海关指定场馆认定工作,对已通过海关认定的签订合作备忘录的场馆举办展会免收展品担保,降低企业办展成本,同时鼓励符合条件的展馆向海关申请指定场馆资格;提升监管水平,加快软硬件升级,积极推进“海关国际展会信息化管理辅助平台”建设,探索展品延展等业务的网上申请、审核与批复业务。

此外,上海海关还支持建立展览品监管仓库,完善配套设施,满足参展企业集中存放展会货物等需要,增强上海地区会展业综合服务保障能力。(张静)

珠海确立“四化”管理思路 发展会展业

本报讯 在珠海“三高一特”现代产业体系建设中,会展业作为高端服务业的重要内容,得到珠海市政府的高度重视。目前,珠海相继成立会展局、会展旅游行业协会,以此整合资源推动会展产业发展。据了解,会展业发展规划目前已获批准实施,相关的具体扶持政策意见也正在拟定。

珠海航展明年将满十届,位于十字门中央商务区的会展组团正在加紧建设,由法拉帝游艇联合意大利游艇协会在横琴举办的全球顶级品牌游艇展览会等展会也正在酝酿落实,珠海的会展业有望迎来加速发展的拐点。

根据规划,珠海将按照管理机构归一化、举办机构专业化、会展公司集团化、会展运作国际化的“四化”管理思路,以“大会展”为出发点,加强与国外会展业组织和机构的交流与合作并结合本地航空产业、打印耗材、游艇制造等优势产业发展。这一系列举措有助于发挥会展产业的“杠杆效应”,推动珠海“三高一特”现代产业体系的建设和整个城市的加快发展。(陈石蕊)

海口市提升会展业运营水平

本报讯 今年以来,海口市旅游发展委员会、海口市会展局等多部门均在不同场合表示,将继续加大力度,引进大型会展。

海口有关部门有的放矢,特地出台鼓励会展业发展的新政策,不断优化会展业发展的政策环境,给海口会展业带来了新的战略机遇。为了对会展业进行规范管理,并提供高效服务,2011年6月,海口市会展局应运而生。由此,海口会展业在不断优化的发展环境中也迎来一个个新的突破。

自2011年4月1日起正式实施的《海口市奖励旅行社开发客源市场暂行办法》增加了会议引进,“旅行社引进会议规模达到300人以上,游览1个以上收费景区或观看1场演艺节目,并入住海口一类、二类旅游饭店2晚,每次会议奖励2万元”。这项奖励政策点燃了旅游企业引进大型会展的“激情”,海口市中国旅行社、海南辰达国际旅行社等旅行社负责人表示,将不断争取将更大的会议引进海口。

据不完全统计,在一个会议会展结束后,将近10%的参会人员会参加海南环岛旅游,不仅延长了游客的人均逗留天数,提高了旅游业淡季时设施设备的利用率,也为其他行业更快地发展起到了推动作用。会议旅游已成为海口商务旅游的重要组成部分,成为拉动海口旅游发展的生力军之一。(封冰)

在 MICE 项目竞标中胜出的秘籍



曹莹

进入2013年,更多MICE同行选择通过竞标,优化更加适合自己的客户服务。

总体来看,商业环境发生改变,行业竞争加剧,MICE产业正面临着结构调整。与此同时,很多客户为了自身发展需要而加强

成本控制。

应该说,在欧美国家,MICE行业的竞标往往会保持较强的活力,因为在与优质服务客户合作的过程当中,双方都经历了互相选择、共同创造,以及各自学习的过程。竞标在充分满足客户需求的基础上,建立了更佳的目标体系。

我个人认为,竞标不应该始于单纯的接到标书后日以继夜的备战。以MICE常规业务为例,很多时候,竞标机会的获得来源于一次偶然的精彩展示,一次简单的会面,一次正式或者非正式的聚会,一次看似并非深入的交谈。说到这里,会有朋友认为这是销售和业务人员前端沟通的环节,并不能归为竞标活动的开始。我想说的是,一位优秀的销售人员或业务人员,本身就是设置在竞标活动前端的先锋官,因为我们始终相信:客户就在身边,机会就在瞬间。

自接到客户竞标文件伊始,表明万里长征确实已经迈出了第一步。但此刻,是否对邀约方以及邀约方的切实需求有了充分了解便是需要思考的问题。这时,一些员工会

开始研究竞标邀约文件,作出分析然后展开工作,这样的员工基本上会得60分。因为MICE行业的一大特点是:邀约文件是平面的,而客户的实际需求确是立体且丰满的,在准备竞标前拜访客户,充分了解客户多层次需求是必要的。然后才是对竞标邀约文件的充分分析和准备,做出最完善的应标手册与方案。

一般来讲,客户往往在关注一家从事MICE服务的供应商的同时,还会考虑其业务涉及的广度。举个简单的例子,一个从事搜索引擎业务的客户,此时需要联合一家从事高端汽车业务的跨行业伙伴共同完成其全景地图的落地展示,从而共享KPI。那么,客户希望自己的MICE服务商能起到桥梁作用,联络到相关的优势资源进行品牌联合。也就是说,拥有优质的资源越多,胜出的机会也就越多!

对于客户而言,选择第三方服务供应商时都会有这样的心理:用熟人!这里所谓的熟人可能是之前合作过的供应商单位。其实可以理解,MICE行业是智力型服务行业,

执行过程中高水准的服务团队会利用打情感牌来更好地完成标的。当然,客户同样顾虑在面临重要任务时,选择新供应商有可能会出问题,毕竟没有合作过,双方的工作习惯、执行能力、工作态度等都不熟悉。

然而,在竞标之初直至服务结束,建议参与竞标的企业,提供完善的服务体系及考核标准的文案,并站在客户需求的立场想问题。

2013年对于新加入MICE行业来说是不平凡的一年。这里还想对职场上的正在经历着各类竞标的新同行们说一句:置身竞标过程中,你会看到一个愈发成熟的自己,而跳出竞标之外,你会收获与团队协作的默契,结识更多的朋友,积累更多的人生经验与感悟。当然,还有成功的喜悦、挫败后的重新振作、百折不挠的意志以及披荆斩棘的魄力。

(作者系恒瑞行集团总裁)

会展大咖秀