编者按：全球经济形势萎靡不振，各行各业如履薄冰，会展业也大不如前。就会展场馆而言，在经济大环境的制约下，除一线城市的会展场馆外，多数城市展馆发展停滞不前，甚至出现倒退现象。

尽管如此，有些二三线城市会展场馆还是把更多精力放在实质性工作上，深耕细作，步步为营，逆市突围。

从本期起，本报将对那些既仰望星空又脚踏实地的会展场馆进行报道，对其在面对逆市奋勇前进的过程中取得的经验与采取的做法进行解读，以飨读者。

义乌国际博览中心：上至老总下至保安都是“服务员”

■ 本报记者 叶灵燕

浙江义乌，这个县级市是一个制造传奇的地方，从来不甘寂寞，也从来不缺话题。它的会展业也不例外。

近几年，由于受国内外复杂多变的经济形势和企业生产经营成本上升等不利因素影响，企业参展、客商参会的积极性普遍降低，这给义乌会展业带来了冲击。

“义乌会展业不仅逆市增长，而且越来越强。”日前，浙江中国小商品城集团股份有限公司国际博览中心（以下简称义乌国际博览中心）总经理方界平在接受《中国贸易报》记者电话采访时如是说。

记者查看相关资料后获悉，近年来，义乌会展业多项统计数据均呈现递增态势。

义乌会展办最新统计数据显示，今年上半年，义乌市共举办各类会展活动59个（包括展览29个、会议及活动30个）。其中，商业性展览15个，展览面积超30万平方米，同比增长16.17%；参展企业6190家，增长6.3%；展位数1.56万余个，同比增长18.63%；观众数43.1万人次；成交额128.29亿元，同比增长11.9%。

多位业内人士与记者聊及义乌会展经济时表示，有力的政府支持、独特的市场优势、庞大的采购商群体、一流的展览场馆以及完善的配套服务体系等，无疑为义乌会展业的逆市增长提供了保障。

“面对逆市，我们从多方面入手不断寻找出路。”方界平道出了义乌国际博览中心作为展馆方的救市、抬市举措。

反向思维让利组展方

今年，鼎鑫展览公司举办了浙江省最大的家具类专业博览会；聚汇展览公司成功举办了首届机电产品展；翔达展览公司成功举办了第三届电子商务及网络商品博览会……

可以说，展馆的优惠政策是吸引组展公司、外来展的最直接因素。在一系列优惠政策中，方界平指出的反向思维让利组展方政策值得一提。

方界平介绍说，到义乌国际博览中心举办的展会按照展览面积需求，展馆收费标准从一个馆到两个馆到三个馆递减。换言之，展会规模越大、需要的展馆越多，展馆租金费用每平方米单价越低。

“实施‘递减式’价格策略的目的是为了鼓励更多大型展会落户义乌国际博览中心，这与其他展馆的收费方针大相径庭，是超常规的做法，实实在在地让利给组展方，使他们在艰难时期还略有盈利，保持良性循环。”方界平告诉记者，对大型外来展来说，反向思维让利组展方政策极具吸引力。

方界平强调，反向思维让利组展方政策不只适用展会空档期，同样适用展会旺季。据其介绍，根据习惯，每年的3月和7月、8月原本是展馆的空档期，而今年因有了外来展、新办展会义乌国际博览中心空档不空。

方界平同时还强调，让利组展方是为了共渡难关，稳定展览市场则是为了规避矛盾，展馆绝不会为了点蝇头小利而破坏展览市场秩序。如新办展、外来展若与原有展会的展期、展会主题有冲突，遇到再好的展会，组展方出再高价，展馆也会拒绝。

义乌国际博览中心对展会加以严格审核、控制，有效地维护了展览市场秩序，并且使强展会更强。

今年上半年，义乌两大国家级展会市场化、专业化水平显著提高。其中，第八届文博会共设国际标准展位3320个，参展企业1335家；实现展览成交额48.3亿元，其中外贸成交额29.15亿元，分别同比增长6.92%和5.81%。第五届旅博会共设国际标准展位2058个，参展企业1522家；实现成交额35.02亿元，其中外贸成交额13.05亿元，约占总成交额的37.3%。

作为在会展业摸爬滚打了很多年的资深人士，方界平深知，只有组展方好了，展会方才能好，义乌会展业才能更好。

先服务后管理

方界平认为，随着全国展馆数量的逐渐增多和规模的不断扩大，义乌国际博览中心作为展馆的后起之秀，只有在服务管理上下功夫，才能打动客户。

“为了服务好进馆的各方，我们中心上至老总下至保安都是‘服务员’。”方界平向记者讲述了义乌国际博览中心的独特做法：“采取在服务管理当中附带物业管理的方式，而不采用其他展馆惯用的纯物业做法。故此，进馆的各方先是我们的服务对象，然后才是我们的物业管理对象。”

对此，方界平进一步详细地解释说，博览中心工作人员在展会过程中不仅是物业管理者，更是组展公司的一份子，从展会的引进到结束全程跟进。比如，转换服务，替组展方承受参展商责难并详细解释原因；做事前管理，严格杜绝安全问题发生；减免费用，承诺在标准配置内产生的安保、保洁等费用全免……

“就这方面，义乌国际博览中心每年投入、付出很多。”方界平强调，展会期间，展馆真正成为组展方的一个部门，听从指挥，尽量为其提供好的服务。

为了给进馆的各方提供好的服务，义乌国际博览中心的拓展部、展务部、综合部和工程部四大管理部门协调一致，通力协作。“在一个系统的大框架前提下，进行条块分割是义乌国际博览中心管理的基本模式。”方界平表示。

拓展部主要负责在文博会、义博会、森博会、旅博会四大国家级展会举办期间，邀请组展公司到博览中心参观、指导。方界平笑言，这招不是什么高招，但确实有成效，比任何广告都来得实际。所谓百闻不如一见，用事实说话。只有当组展公司看到博览中心办展的实际效果，才会产生兴趣并达成合作。

展务部则是尽力做到在展会期间最好地服务展商。“我们的原则是要主动出击，不做被动者。”方界平指出，当一个展会确定入驻博览中心之后，他们将安排展务部全员提前一年跟随展会全面了解其需求。这样做等于把磨合期提前到了展会的前一届，当展会真正落户博览中心的时候，中心会提供更得体、细致的服务。

工程部主要负责展会期间的全部设计搭建工作，这在其他展馆很少见。方界平表示，这样可以避免不同展台由不同设计搭建公司来负责所造成的标准不统一、质量难保证的现象。

综合部则起到综合协调各部门的作用。

方界平认为，如果进馆各方满意度不断提高，那么义乌国际博览中心办展水平也会逐渐提升，以打造展馆应用和服务平台为目标的义乌会展业才能得以长足发展。

展馆论道

近日，由北京市国有文化资产监督管理办公室举办的首届北京惠民文化消费节暨第十六届北京艺术博览会闭幕。此次活动以“文化惠民，梦想北京”为主题。来自国内及法国、奥地利、美国、韩国等20多个国家和地区的100余家画廊、艺术机构参展，汇聚5000多件国画、油画、雕塑等艺术精品，既有当代最杰出艺术大师的作品，又有极具文化品位的国内外美术佳作。今年的艺博会将突出中西艺术的交流与融合，通过各种展销活动，引领艺术创作和销售的潮流及趋势。

图为展会现场。

本报记者 郝昱 摄影报道

汽车制造业博览会勇闯京城 欲打通汽车产业链

■ 本报记者 范丽敏 通讯员 陈丹丹

除了两年一届的北京国际汽车展览会外，在北京，关于汽车的展会可谓是“铺天盖地”，包括中国国际改装汽车暨房车展览会、中国国际汽车零部件博览会、中国国际新能源汽车展览会、中国汽车用品暨改装汽车展览会等等。

其中，仅在9月中旬，北京就先后举办了第二十届北京汽车展销会、2013中国国际汽车零部件博览会。

竞争，只能用惨烈来形容。

然而，这并没有阻挡住主办方前赴后继办车展的热情。

2013年中秋佳节，首届中国国际汽车制造业博览会（以下简称汽车制造业博览会）在中国国际展览中心（新馆）拉开帷幕。

“不得不承认，作为首届展会，我们在组展过程中确实遇到了不少困难，诸如限购限行所带来的汽车市场萎缩、车展太多所带来的参展商和观众分流等。”即使如此，百瑞国际会展集团有限公司副总裁李敬东在接受本报记者采访时仍然信心十足。

李敬东表示，汽车制造业博览会将主打汽车产业文化，重在建立健全的产业链。他们力求将其打造成为继北京国际汽车展览会之后的国家第二大汽车盛会。

主打汽车文化

一辆兼具怀旧与时尚外观的经典战车、疾驰宛如旋风的传奇座驾、影片中不可或缺的一位主角……

“这是1966年帝国公司的‘黑美人’轿车，是具有传奇色彩的设计师迪恩·杰弗里斯专门为电视剧《青蜂侠》定制的。”老爷车展台前一位李姓工作人员告诉本报记者，影片中，包括武术泰斗李小龙在内的除暴勇士们充分利用了该车的特殊功能：可以发射烟雾，车后能发射尖钉以刺破追来车辆的轮胎，并能通过一种超现实的电视屏幕观看数英里外的路况。

记者在老爷车展区发现，不仅仅是“黑美人”，1972年保时捷激光917运动型跑车、1956年凯迪拉克第二代埃尔多拉多等20余款世界级百年经典老爷车纷纷来到汽车制造业博览会现场，不仅诠释了世界汽车发展的历史进程，而且其古典、奇特的造型，更是让观众大饱眼福。

“老爷车所记录的不仅是人类工业的进步、审美的发展，更重要的是承载和见证了汽车发展的历史。”李敬东说，汽车制造业博览会以“汽车发展历史沿革”为主线，其中百年世界经典老爷车展区意为“回顾历史”，另外还有“把握现在”、“面向未来”两个方向，集中展示了汽车制造设备、工艺、材料和现时国内外知名品牌车、改装车、房车，以及未来概念车、新能源车等。

李敬东表示，本次博览会重在打造汽车产业文化，并对自汽车诞生以来不同时期汽车的历史背景、设计理念、外观内饰、技术换代、材料进化等进行展示和剖析，让每个参与其中的人都能感受到汽车产业的浓厚文化氛围，由对汽车行业的单一了解，扩展到对汽车整个历史和全产业链的认识。

“同时，通过汽车展览、汽车经贸、汽车文化、汽车论坛、汽车运动等一系列活动，把汽车产业文化元素全方位渗透到活动中，使更多人多角度、深层次理解汽车产业及其文化，全面促进汽车产业及文化的快速发展。”李敬东说。

据了解，北京汽车制造业博览会由中国贸促会主办，百瑞国际会展集团有限公司等共同承办。

市场化办展

据李敬东介绍，在本次展会上，整车参展品牌涵盖了大众、奔驰、沃尔沃、奥迪、标致、雪铁龙、斯柯达、丰田等百余家，其中进口及合资品牌占到75%，自主品牌占到25%，展出车型中新款车型占到60%以上。

“当然，汽车制造业博览会不仅展示整车，同时还全面展示了汽车材料—零部件加工成型—汽车四大工艺装备等整条产业链。”李敬东说，此外，他们还组织现场研讨会，共同服务于汽车行业，努力将其打造成中国汽车产业链“一站式”采购平台，成为中国、亚太乃至全球汽车工业领域最新产品和技术的交易平台和展示窗口。

李敬东同时承认，新起步的汽车制造业博览会尚处于市场培育期，还有许多不足之处，包括行业知名度不高、市场影响力弱、展商与观众的参展参观欲望较低等。

“然而，我们也有自己的优势。”李敬东说，他所在的团队同时“操盘”中国（长春）国际汽车博览会、中国（天津）国际汽车工业展览会、中国·沈阳国际汽车展览会等，拥有丰富的举办展会尤其是车展的市场化经验。

李敬东表示，今后，他们将主打文化牌、打通产业链，力争使汽车制造业博览会能够在京城立足，并将其打造成为继北京国际汽车博览会之后的又一大汽车盛会。

业内通告

粤港澳签署《伶仃洋宣言》打造珠三角会展走廊

本报讯 近日，来自香港、澳门、广州、深圳、珠海、东莞、佛山、顺德、中山、惠州等地的会展界人士100多人，聚集在珠海市外伶仃岛“论道”并签署《伶仃洋宣言》，致力打造珠三角会展的“黄金走廊”。

活动由珠海市会议展览业协会和珠海外伶仃海馨酒店共同主办。与会人士在体验珠海海岛休闲旅游的同时，出席参与“伶仃洋会展沙龙”，就港珠澳大桥给3地会展界带来的机遇与挑战、传统会展业与新模式的机遇、网络时代与传统会展的创新、会展及酒店接待一条龙特色配套服务探讨等进行专题“论道”。

其间，粤港澳会展界代表签署了《伶仃洋宣言》，表示愿在《珠三角城市会展联盟合作协议》的框架下，发挥区位、资源、人才、品牌优势，合作互补，互利共赢，形成更为强大的辐射力和影响力，促进城市间会展业的共同发展，致力打造珠三角会展黄金走廊。（温 希）

外展推荐

2013第7届巴西国际泵阀管道管材及组件展览会

展会名称：2013第7届巴西国际泵阀管道管材及组件展览会

展会时间：10月1日至3日

展会地点：圣保罗移民展览中心

展品范围：泵类、疏水阀、电站阀、电磁阀管线、、配件、压缩机，调节器、润滑系、、驱动系统、动力机械、控制系统，密封装置等

展会介绍：上届展会共吸引了专业观众1.2万多人，分别来自巴西、委内瑞拉、哥伦比亚、墨西哥、美国、加拿大等国家，涉及石油、化工、水处理工业、电力等行业。近400家参展商参加了此次展会，巴西本地的展商多达249家，与上届相比增长了49%。国外展商也是前所未有的活跃，来自世界上17个国家的215家公司参加了该展会，总面积达1.92万平方米。巴西国内的管材需求量逐步增加，商机巨大，这也给中国的相关企业带来了机会。

首先，在石油价格看涨的情况下巴西石油公司将增加石油和天然气的产量，而增加产量的重要途径就是开发新的油田，新油田的开发则需要大量的管材。据估计，今年巴西石油产量将增加2%至3%，这对管材生产厂家来说是利好消息。

其次，巴西大批现有的油气管道已经老化，迫切需要更新，这也会导致管材需求量增加。巴西油气管的设计寿命为33年，目前的平均使用年限已经达到了22年，而其中的16%（相当于800万吨）已经使用了30多年，进入淘汰期。

最后，巴西经济的增长也会使其他行业增加管材需求。巴西政府已经制定了提高机器制造业、石油化学工业和消费品产业竞争力的长期规划，为住房、供热和供水部门服务的公用事业部门也将进行全面改革，这都将导致管材需求量增加。（静 安）

微话题

悲哉会展教育

张凡的会展微博V：我不明白，为什么会展专业毕业生情愿戴着“助理”的纸帽子，而鄙视“销售代表”的硬牌子。大约助理名头语焉不详，云山雾罩，易于蒙人，进而可满足虚荣心。销售代表名称太直白，无法包装吧。鄙视销售的人，建议远离会展业。

会展廖庆威：长沙凭借着优越的传媒优势和高铁汇聚带来的交通枢纽优势，已经形成了一定数量的知名展会。但湖南会展业从业人员不超过3000人，具有5至10年实际操作能力和经验的专业人才不足30人。