

打好中国体育及娱乐场馆运营持久战

——专访AEG中国总裁兼首席执行官葛伯强

的8月8日,北京夏季奥运会开幕。亿万中国人为“同一个世界,同一个梦想”的实现欢呼雀跃。5年后的今天,北京当年为了奥运会花巨资建造的各类场馆,基本成了游客合影留念的背景点缀。

近日,《中国贸易报》记者专访了AEG中国总裁兼首席执行官葛伯强(John Cappel),他对中国体育赛事场馆如何摆脱现存问题进行了解答,并为中国传统体育赛事及娱乐场馆的运营提出了建议。

AEG是领先全球的现场演出及体育赛事供应商,在全球范围内拥有并运营着100多个大型体育和娱乐场馆。其分公司——AEG中国目前是中国最大的现场活动推广公司,业务涵盖体育和娱乐活动推广、设施和活动赞助权销售以及场馆运营管理。AEG中国目前在中国运营上海梅赛德斯-奔驰文化中心、北京万事达中心以及大连的中升文化中心。

设计、管理、活动内容 一个都不能少

AEG中国和葛伯强带给中国的,不只是场馆,还有国际顶级场馆的运营经验。

在采访中,葛伯强首先强调,运营好一个体育娱乐场馆关键有三点:一是场馆设计要经过周全的考虑。在场馆施工前的设计阶段,场馆的项目文件中应该包括其便利设施和适用于体育赛事及娱乐活动的装置。例如:灯光、印象和场馆舞台制作器械在设计时就应该考虑必须适用于多功能的活动用途;二是场馆的专业管理;三是场馆的活动内容要多样化。如有体育球队等成为场馆

的主要租户,并施行灵活的场馆赛程安排,将更有助于场馆运营。

他指出:“从我们多年在中国运营场馆的经验来看,在中国,大多数的场馆只为了进行一次重大体育比赛活动而建造,缺乏完整的包括演出装备、电力容量和最佳承重以及电梯的出入口等的相关制作容量。”

娱乐与酒店行业高度融合 助力娱乐场馆发展

葛伯强曾对媒体透露,在中国,对于一家国际级场馆而言,冠名权、创始合作伙伴以及包厢售卖利润能够占到场馆总收入的75%,其他收入只占到25%;而在国外,其他收入却占到70%。那么中国场馆应如何改变这一现状?

对此,葛伯强提出,多年来,世界上其他地方的娱乐行业已经与酒店业高度融合,并实现一体化。这一“酒店娱乐行业”的概念在中国大陆还很新,但该行近几年来在中国大陆将快速发展。在中国市场上,娱乐业的发展已经过了多个阶段,正在逐渐成熟。在增加了其中的消费力、扩大了市场需求的同时,会刺激并产生中国的最佳场馆典范。“上海的梅赛德斯-奔驰文化中心就是第一座具有国际化标准的新概念场馆典范。我们对于我们管理的这些场馆其将来的辅助性收入的增长潜力感到十分乐观”,他说。

2012年,梁静茹在梅赛德斯-奔驰文化中心的演唱会售出了17790张票,创下了中国室内演唱会售票的纪录。这证明葛伯强对AEG中国运营的几个场馆充满信心

心不无道理。

高端服务至关重要

除此之外,场馆能否给予客户高端的服务并带来良好的客户体验,对场馆运营也起到了至关重要的作用。

葛伯强指出:“对服务人员进行培训、提供具有持久性的良好服务,是体育赛事及娱乐场馆运营商想要开发出一套高端场馆活动服务方式必须面临的挑战。不止是中国,在所有新兴市场的服务行业中都存在这一挑战。由于在中国,体育赛事及娱乐场馆运营是个新兴行业,而我们是其中的先锋,因此,对于我们来说,要面临的挑战更加艰巨。”

从AEG中国运营第一个场馆开始,他们就发现,很多中国场馆服务人员根本没有从事高端活动服务方面的工作经验,所以,培训就得从“零”开始。而且,通常一座典型的中国场馆每个月平均有4至6场高端音乐会或活动。在葛伯强看来,培训服务人员长期、良好的服务水平将是一场“持久战”。

“我们从在每场活动中注重服务人员基本培训并及时给予服务人员支持入手。一旦有足够的人员达到了服务培训的目标和标准,他们就能成为培训的监管者,加强并帮助改善客户体验”,他表示。

本版话题



葛伯强(John Cappel)因对中国,特别是上海的杰出贡献而荣获2013上海外国人白玉兰纪念奖。图为他在颁奖仪式上。

■ 本报记者 郝昱

近年来,国际级大型体育赛事及娱乐巨星演唱会在我国各大城市举办得如火如荼。究其原因,中国体育赛事及娱乐场馆与国际接轨的商业运营模式、逐步完善的设施设备以及良好的观众服务体验,是吸引明星大腕来华一展风采的重要因素之一。但也有不少当年政府投入巨资建造的体育赛事及娱乐场馆面临功能单一,使用率低等运营问题。今年8月,据德国之声中文网报道,5年前

业内通告

第十五届骨科学术会议闭幕 连续3届在京举办

本报讯(通讯员 贾莎莎)近日,第十五届骨科学术会议暨第八届COA国际学术大会在国家会议中心落下帷幕。该大会是目前国内骨科界最大的国际学术年会,创立于2006年,曾先后在北京、郑州、苏州、厦门、成都等地举办,自2011年首次落户于北京的国家会议中心后,已连续在京举办3届。

据其组委会统计资料显示,本届大会有来自64个国家和地区的127位骨科学术团体主席及代表参会,注册代表达1.2827万人,参会的国内外骨科设备知名厂商205家,设有22个国际分会场和17个国内分会场。作为骨科界的年度学术会议,本次大会在会前共收集到1.7559万篇投稿。其中,英文投稿1543篇。大会设立ICL骨科教程98人次,嘉宾发言735人次,电子壁报展示2832篇,现场共有46人进行病例讨论交流。此外,本届大会为促进国际化交流,推出了全英文交流的首届世界骨科联盟大会(1st World Orthopaedic Alliance Congress, WOA)。

据悉,国家会议中心作为本届大会的主会场,为符合主办方对会议场地的要求,细化会场并合理设置,将大宴会厅A、B、C厅作为重点科学专题及开闭幕式场地;多功能厅A、B、C厅报告厅以及28个会议室作为各类科研课题专场,本届大会上,丰富的研究成果充分展现了世界骨科领域的科研水平。国家会议中心还将新媒体形式与会场布局完美结合,成功实现电子壁报、讲座视频等学习交流模式。使大会更好地呈现出骨科产业跨越式发展的新局面。



近日,第三十二届伊斯坦布尔国际书展展览会闭幕。中国以主宾国身份参展,并打出“新丝路,新篇章”的主题语。100多家中国出版企业带来了5000多种优秀出版物,向土耳其民众展现中国文化艺术成就与魅力。图为观众在中国展区内参观。 卢哲摄

2013俄罗斯 克拉斯诺达尔农业展览会暨俄罗斯国际农业论坛

展会名称:2013俄罗斯克拉斯诺达尔农业展览会暨俄罗斯国际农业论坛

展会时间:11月20日至23日

展会地点:俄罗斯克拉斯诺达尔国际展览中心

展品范围:拖拉机、收获机、插秧机、农药、化肥、杀虫剂、除草剂、各类温室机械设备、建设原料、排灌及节水灌溉设备等

展会介绍:该展会是由国际展览联盟(UFI)认证的国际农业专业展会。预计本届展会展览总面积达3.73万平方米,净展出面积2.2706万平方米,其中包括室外面积1.225万平方米,室内面积1.0456万平方米。本届展会将有来自俄罗斯、澳大利亚、奥地利、阿根廷等32个国家和地区的621家参展商参展。据悉上届展会观众达1.3373万人,其中95%为专业观众。

克拉斯诺达尔位于俄罗斯的最南端,该地区总面积超过了瑞士和比利时的面积总数,区域的人口高达520万人。克拉斯诺达尔是连接欧亚大陆的桥梁,海陆空三种国际运输线路交汇于此,贯穿于欧洲、地中海、东亚以及中亚地区,同时毗邻黑海。对于开拓欧亚大陆市场具有战略性意义。

克拉斯诺达尔市是克拉斯诺达尔地区的政治、经济和文化中心,人口高达83.2万。是俄罗斯南部重要的工业和农业中心。该城市的主要经济体系包括仪器制造、家具制造、烟草制造、食品制造、农业以及展会活动等。

克拉斯诺达尔地区是俄罗斯农业的龙头,拥有着极其肥沃的土地,所有温带地区以及大部分亚热带地区的种植物都可以在这里生长。这里是俄罗斯第一大谷物生产地区,是俄罗斯第二大向日葵以及蜂蜜的产地。克拉斯诺达尔地区的农业总产值在整个俄罗斯地区占据相当高的比重。在当年举办展会将为展商带来巨大商机。

(毛雯)

外展推荐

会展教育需培养有特色的全才

工作呢?”上述媒体人向记者感叹道,其实,目前这种状况并不是个别现象,而是具有普遍性。

一员难求 企业需要有耐心、能吃苦耐劳的人才

“随着业务的拓展,我们今年将招聘销售专员、策划师、展览设计等若干人才。”广州市誉博展览服务有限公司总经理周俐宏表示,现在最缺乏的是有耐心、能吃苦耐劳的人才,比如很多大学生都做不好电话销售这一最基础、最辛苦的工作。

周俐宏说:“曾经到我们公司实习的高校学生优点是理论基础扎实,从前期的设计到后期的施工都比较出色,还能较好地理解客户的需求。但同时存在着一定的缺点,即动手实践能力不足,还有待提升。”

一位不愿具名的企业负责人则告诉记者,他们在此次招聘会上发现,不管是会展策划与管理,还是会展经济与管理专业,所培养的学生大都不符合企业的要求,需要从头培养。

“这对于自身也正在摸索、发展节奏极快的企业而言,显然有些力不从心。”上述负责人说。

近年来,中国会展业发展迅速,短短几年的时间,已经走过了欧美发达国家几十年的发展之路,因此会展专业人才缺口极大。

正因如此,进入新世纪以来,不少院校开设了会展教育专业,会展人才培养也如火如荼地展开。

根据《全国会展本科专业统计分析报告》数据显示,目前全国实际从事会展本科专业教学的高校达52所,主要集中于长三角、珠三角和环渤海湾地区。随着会展本科专业开设数量的不断增加,总体招生数量快速扩张。从2004年只有上海师范大学和上海对外贸易学院共招生145人,到2012年全国共54个专业招生2947人,达到2004年的20倍,9年间总计招生1.3365万人。

一边是会展业快速发展所带来的大量人才缺口,一边是院校所培养的毕业生成倍增长。为什么还会造成企业招聘不到合适的人才呢?

周俐宏分析认为,学校所培养的学生由于眼高手低、实操性不强、综合运用能力欠缺等,大部分都不符合企业的用人需求。

校企合作 培养有特色的全才

对于当代大学生普遍眼高手低和不能吃苦的问题,周俐宏建议,学校应该提前让学生了解职位情况,让其有心理准备,以缩短企业和毕业生的“磨合期”。

广州汇博会展服务有限公司总经理周武行则认为,优秀的毕业生应该具有良好的心理承受能力和一定的电话销售技巧,才能在职业发展中更快得到晋升。

事实上,各大高校也正在探索培养符合企事业单位所需人才的道路。

广东交通职业技术学院营销管理系副教授高南林告诉记者,在会展教育中,为了能够更好地跟企业要求契合,他希望学生最好是电话销售、平面设计和展台设计等都能做。对于学校而言,要多举办真实的会展项目,使学生在其中得到锻炼;而企业则应多提建议,让学校更好地培养符合要求的人才。

谈到校企对接时,广东工业大学经贸学院的岳鹤老师说,为了更好地培养学生,学校做了很多努力:首先,经常请校外的专家到校举办讲座;其次,学校为会展专业的学生召开了行业观摩周,让学生能在实际展会中学习;最后,学校还经常与企业开展相关的对接交流。

会展观察

北京会展场地过剩

百森展览V:目前,无论是政府规划还是以市场为导向的会展场地项目都在如火如荼地建设中。随着各地新会展场地的兴建,业内人士开始思考北京是否有相应的会展需求。

会展业如何发挥特色 值得深思

珠港澳活动会展资讯:素有“城市经济助推器”之名的会展经济,如何发挥展会专业化特色,提高专业化服务水平,是值得展会组织者和活动策划者思考的问题,会展必须按照市场经济规律举办,政府机关可以引导和传递信息,但不能包办。

微话题

■ 本报记者 范丽敏 通讯员 林奕全

刚刚送走了2013年史上“最难就业季”,转眼又进入11月,2014年高校毕业生的“就业战役”开始打响。

11月17日,广州市首届会展达人专场招聘会(以下简称会展招聘会)在广东工业大学举办,来自中山大学、广州大学、广东轻工职业技术学院等三四百名应届毕业生,与82家会展企业进行了面对面沟通,以期找到心仪的工作。

然而,记者通过采访毕业生、教师和企业负责人发现,不少应届生眼高手低、知识层面仅仅停留在理论说教上,这与注重实际操作能力和细节的会展企业对人才的需求显然不相符。事实上,会展企事业单位需要的是会展销售、沟通服务、平面设计、展台设计和项目策划等都能做的全才,并且希望毕业生本身要有自身特长。

眼高手低 毕业生“心气高”

“怎么都是招聘电话销售和展台搭建的?怎么基本上没有招聘会展策划的?”转了一圈,来自广东工业大学的毕业生小李没投出几份简历。

小李告诉记者,电话销售和展台搭建的工作太累了,且起薪低,一般仅有2000元左右,他实在不想从事这种工作。

事实上,记者从会展招聘会上获悉,和小李一样,不少毕业生,尤其是本科学历的毕业生都有类似想法,他们认为辛辛苦苦4年,学习了经济学、国际贸易、管理学、统计学、英语等专业课,就应该去办公室做管理工作,怎么能从电话销售或展台搭建做起呢?

一位不愿具名的媒体人曾向记者讲述了一个耐人寻味的真实故事:一个刚刚毕业的学生到某展装公司工作,经常被派到展台搭建现场。由于时常要和农民工一起吃饭,他无法忍受,不到一个月就辞了职。

“这个毕业生连基本的价值观都错了,怎么可能做好