

城市会展经济地理系列报道·上海

编者按:根据“十二五”规划,会展行业在服务业体系中的地位再次提升。加大发展会展业已成为各地提升影响力的首选,部分城市相继出台了会展业发展规划。中国会展业迎来了发展的重要机遇期,而中国城市会展格局的变化,正在或者即将影响全球会展市场的秩序。

纵观中国会展经济的发展,以城市为单位而分出不同等级的趋势日渐明显。《中国贸易报 会展周刊》厚积薄发,为梳理行业

发展脉络,全新推出“城市会展经济地理”系列报道,以关注不同城市的形式,通过新闻调查采访,解读当下中国会展经济发展的格局与脉络。其间,我们既展示会展城市的优势与佳绩,也会揭示城市会展的某些“短板”。期望通过我们的努力,能为各城市会展规划者、管理者和从业者们提供客观的信息,带去可资借鉴的启示。

系列报道首站,从上海开始。

总策划 范培康
特约顾问 陈泽炎
执行主编 周春雨
报道团队 兰馨 叶灵燕
范丽敏 郝昱

上海,亚洲崛起的国际会展传奇

■ 本报记者 兰馨

随着上海自由贸易区的挂牌,上海的现代服务业是否也将续写新的传奇?

自“十二五”以来,上海会展经济的发展可谓是一个奇迹,上海,正在成为亚洲乃至国际会展的聚集地。

根据《中国贸易报》记者的粗略调查,结果显示,“十二五”以来,上海会展业的发展无论是展会规模,还是会奖旅游均已领跑全国,成为中国会展的中心城市。

“十二五”以来,一线会展城市的发展势头尤为明显,依据《上海建设国际贸易中心“十二五”规划》,上海正努力发展成为国际会展中心城市,提高中国在世界会展业的地位和影响力。

区位优势仍明显

上海是举办大型国际展会理想的城市,这在会展业界已成共识。

梳理上海会展业“十二五”以来的发展脉络,仍不能绕过其地处长三角的区位优势。这也是诸多外资公司驻华办事处首选上海的理由。

近些年,一些品牌展会根据行业及参展商的需求,在上海增加了不同季节的展会。如中国国际家用纺织品及辅料博览会,已由每年秋季举办一届,于2011年起,改为在上海春秋各举办一届。

与此同时,国际展览大鳄也加快了在上海的布局。英国的ITE、英富曼相继在上海完成并购首秀;而德国的法兰克福、汉诺威、杜塞尔多夫、慕尼黑、纽伦堡的展览项目的规模均纷纷扩容。其中,法兰克福在上海举办的上海国际汽车零配

件、维修检测诊断设备及服务用品展览会,已举办了9届,其规模疯狂扩容至21万平方米。

随着上海经济地位的提升,邮轮旅游被纳入上海市“十二五”发展规划。2012年9月,“上海中国邮轮旅游发展实验区”在宝山吴淞口国际邮轮港正式揭牌,这是中国首个邮轮旅游发展实验区。

目前,上海吴淞口国际邮轮港和已建成的上海港国际客运中心、外高桥海通码头初步形成了上海“一港两地多点发展”的邮轮母港布局,可以同时停靠5至8艘豪华邮轮,年通过力超过150万人次,成为上海建设国际航运中心和世界著名旅游城市的重要组成部分。

展馆硬件优势

会展业界流行一种说法,“上海新国际博览中心展馆实用”。

2012年2月,上海新国际博览中心全部建成的17个展馆,室内总面积达到了20万平方米,成为目前上海市已建成的最大展馆,也是目前国内展览档期最紧张的展馆。

作为上海会展业的标志性场馆之一,上海新国际博览中心历经12期扩建,室内展览面积达到了20万平方米,室外展览面积则达到10万平方米,同时配备20个卸货区,以及2个多层大型敞开式停车库、5个室外停车场,可提供总计4730个车位。

根据《中国贸易报》的统计显示,2011年,上海新国际博览中心规模达到10万平方米以上的展览项目为14个。而2012年,上海共举办了806个展览,总展出面积达到1109万平方米,位居全国各城市之首。

但进入2014年,上海新国际博览中心一馆独大的局面将被改写。

据悉,根据上海虹桥国家会展中心的建设进度,2014年5月将完成A馆和B馆两个板块的施工和设备安装调试,有望于明年6月迎来第一批展览项目;整个会展中心将于2015年6月全部竣工,满负荷运营后平均每天客流量将达到20万人次。

该国家级会展项目由中国商务部与上海市政府共建,投资额约230亿元人民币,将建设成内外贸结合、进出口结合、货物贸易和服务贸易结合为发展模式的项目。

新技术尚不完善

尽管当下已经进入“大数据”时代,但中国会展业使用移动互联网新技术的环节还是比较少。需要提出的是,上海会展业尽管规模与影响力已达到国际水准,但与国际相比,在新技术的使用上仍然存在短板。

根据调查显示,上海展馆方少有启用终端APP服务。与此同时,各展馆在使用新技术层面尚处于空白阶段。也就是说,当移动互联已经进入会展业时,展馆方尚未及时升级服务。

近日,在会展业界的某次论坛期间,上海市商务委员会副主任、全球展览业协会(UFI)全球执行副主席陈先进指出,在中国会展业还强调专业化、市场化时,欧美会展已进入后专业化和后市场化时代。

陈先进指出,“会展业提升新技术,难度不在技术环节上,而在内容上。”他强调,中国会展业要创新,需在内容上做足功夫。

(下转第6版)



1956年10月6日,毛泽东主席在日本“国贸促”会长村田省藏和日本展团团长宿谷荣一陪同下参观日本商品展览会

二战后,日本追随美国对新中国实行敌视政策,在很长一段时期内使中日关系处于不正常状态。为促进中日关系早日正常化和排除两国关系的障碍,中国领导人和日本友好人士进行了坚持不懈的努力,积极开展民间交往,从经济关系发展到政治关系,以民促官,以经促政,卓有成效,意义重大。

根据第三个中日民间贸易协定的规定,中国贸促会于1955年10月在日本东京,12月在大阪分别举办了中华人民共和国商品展览会;日本国际贸易促进会于1956年10月在北京,12月在上海也分别举办了日本商品展览会。

1956年10月6日上午,毛泽东到西郊机场为印度尼西亚总统苏加诺送行。当路过位于北京西直门外苏联展览馆(北京展览馆)时,透过车窗看见“日本商品展览会”的醒目大横匾。对这次日本展览会,毛主席早有所闻,便临时决定,顺道到日本展会看看。

日本展会接待办公室接到电话通知后,就像一锅油炸开了。日本展会开幕式定于这天下午举行,毛主席突然要来参观,实属意外。于是,连忙分头通知中国贸促会领导和日本展团负责人,还有记者、摄影师、展会工作人员和安全部门,等等。首先赶到展览馆的是贸促会领导。日本展团负责人得知这一消息后,更是喜出望外,兴奋不已。闻风而动的日本随团记者,更是早早来到展馆。据说,当天发出的许多新闻照片,都是日本记者拍摄的。

中国贸促会主席南汉宸和日本国贸促进会会长人村田等人,恭候在展馆大门口迎接毛主席的到来。到达展馆后,毛主席面带微笑,同上前迎接的日本展会负责人握手,说的头一句是:“可以进去看一看吗?”村田按照日本礼仪,弯腰鞠躬说:“当然,当然,不胜光荣之至!”

毛主席走进展馆后没有休息,立即开始参观。他对各种展品都颇有兴

趣,不时地予以询问。一开始,由日人员介绍展品,译成中文后说给主席听,这样太耽误时间了。于是,改由中方技术人员直接向毛主席讲解。登上二楼后,展团负责人村田建议,请毛主席到休息室休息片刻。主席进走休息室后,一眼就看见正在准备茶水的中国贸促会的服务员老王和小王同志。主席随即走过去,主动同老王和小王握手。见此情景,他俩忙不停地擦手,神情激动地用双手紧紧握住毛主席的手,高兴得不知说什么好。

在当时,展览会作为中日民间贸易协定规定的部分,承担着以

民促官、以经促政,促进民间交往的使命。而毛泽东亲临日本展览会现场,被日方组委会视为“无上光荣之至!”更是被日媒一致认为,这是日中两国在战后还没有结束敌对状态下,两国关系中的一件大事。

一直以来,展会在作为经贸平台的同时,也承担着政治和经济融通的使命,其在促进国际间往来方面的地位不可小觑。

毛主席参观日本展览会

宾主落座后,村田再次向毛主席致谢,表示“无上光荣之至!”毛主席称赞日展办得很好,对日本朋友的辛勤工作表示感谢。

村田先生向毛主席赠送了两台小录音机,并说其中一台是送给主席夫人的。主席笑道:“这不是多了吗?谢谢!”村田先生请主席题词,主席欣然接受,当即在贵宾题词簿上挥笔写道:“看了日本展览,觉得很好,祝日本人民成功。”

参观结束后,毛主席站在展馆门厅,向大厅内外参观的群众挥手致意。村田等送主席到车旁,再次郑重致谢。当主席的坐车缓缓离开时,村田等不禁高举双手,动情地高呼:“毛主席万岁!”

毛主席参观日本商品展览会的消息,在日本国内立即成为轰动朝野的特大新闻。日本报刊纷纷发表评论,一致认为,这是日中两国在战后还没有结束敌对状态下,两国关系中的一件大事。

毛主席参观日本在中国举办的展览会,具有重要的现实和历史意义,影响深远。对奋斗在展览战线上的同志,也是很大的鼓舞和鞭策。

(本文节选自《展览的故事》,乔木荣著。作者曾任中国贸促会出国展览部副部长、中国国际展览集团公司副总经理等职。)



1956年10月6日,毛主席在中国贸促会时任主席南汉宸陪同下在北京展览馆参观日本商品展览会