相信市场的力量 别替珠宝展组织者做选择

编者按：近几年，随着珠宝行业的快速发展，各种规模的珠宝展越来越多，举办的也愈来愈频繁。

据不完全统计，仅北京一年举办大大小小的珠宝展就有近百个，有的展馆甚至出现扎堆现象。当前，珠宝展数量已经达到饱和状态，这种现象说明了什么？观众、展商、展会组委会、政府有关部门应该做点什么？

■ 本报记者 叶灵燕

北京珠宝类展会数量之多，从中国国际展览中心、全国农业展览馆、国家会议中心、北京展览馆等展馆的展会计划中可窥一斑。暂且不说全年，仅今年1月至6月，北京月月都有珠宝展，展馆间档期时距相当近，有些展馆甚至同月举办两个珠宝展。

近段时间，北京频繁密集地举办各类珠宝展，但记者在3月23日闭幕的2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展览会和3月27日开幕的2014北京春季珠宝展览会上看到，消费者并没有因珠宝展的频繁举办而降低参展热情。

2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展览会由北京企阳国际展览有限公司（以下简称企阳展览）主办，在全国农业展览馆举行；2014北京春季珠宝展览会则由中国珠宝玉石首饰行业协会（以下简称中宝协）主办，在北京展览馆召开。记者在展会现场注意到，2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展览会到场观众络绎不绝，有些展台前人头攒动，场面非常壮观，动则数千上万元的交易额在现场轻松快速达成；2014北京春季珠宝展览会也人气爆棚，展出的各式珠宝首饰琳琅满目，令人目不暇接，使得许多观众“失去理性”。

记者在展会现场还注意到，不少参加了2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展览会的展商，又携展品出现在2014北京春季珠宝展上。

包括薛女士在内的多位观众在接受《中国贸易报》记者采访时说，珠宝展似乎已经成为众多办展机构和各珠宝商掘金的“战场”。现在，珠宝展数量很多，质量、规模参差不齐，存在同质化现象，更有鱼龙混杂之嫌。不可否认的是，好的珠宝展不仅吸引了一批忠实的品牌展商，还呈现了许多高端的珠宝作品。

展商：有选择性地参展

珠宝商觉得参展能赚钱，会投入极大的热情去参展；展会组织者认为有利可图，就会跟风。这些都是造成现在珠宝展过多的主要原因。

面对高密度的各类珠宝展，珠宝商作何选择，对其有何要求？据记者采访调查得知，珠宝展虽多，但展商并不盲目参加。

在2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展览会上，新万山展位一位不愿具名的工作人员向记者介绍说，他们自去年开始参展，只在北京参加由中宝协、企阳展览主办的展会，一年参加五六个。

在2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展览会现场，台湾墨金玉石工艺有限公司的张世瑾告诉记者，近几年，他们常来大陆参展，效果确实不错，但他们不盲目逐利，而是每年有选择性地参加两三个珠宝展。北京方元老细金文化传播有限公司展会部销售总监郭雪丽表示，该公司非常看重主办方的资质及展会的规模、档次与品牌影响力。所以，会有针对性地选择、参加与自身品牌定位相匹配的知名珠宝展。

接受记者采访的展商普遍有个共识：参加高品质的珠宝展，不仅可以增加展品销量，还可以通过展会平台与业界进行交流，更能够提升品牌影响力。

在2014北京春季珠宝展现场，台湾典雅宝石设计工作坊负责人李家珍向记者坦言，他们不会“遍地开花”地参展，因为不想为此而丢了具备自己个性的设计品位、辜负了已经建立起来的忠实高端客户群。

在2014北京春季珠宝展上，销售花丝镶嵌珠宝首饰的付雅文介绍说，展会规模越大，参展的产品越好。消费者应该尽量选择高品质的展会，这样自己的权益也更加有保障。

多数展商深谙珠宝展鱼龙混杂、良莠不齐，目前比较知名的珠宝展屈指可数。在他们看来，无论是大珠宝展还是小珠宝展都肩负着促进行业发展的使命，如果只在乎到场观众有多少、展商售出多少展品，而忽视展会这个平台的长期影响力，长此以往，不利于展商的忠诚度培养与观众的认知度培养，更不利于展会的品牌建设。

张世瑾认为，各类珠宝展目前频繁密集举办，说明大陆经济高速发展，使得大陆消费者购买力强劲。当会展经济发展到一定阶段后，消费者将更加重视展会的品牌影响力，珠宝展的数量自然会有所减少。

主办方：展会不能只为圈钱

在众多珠宝展主办方当中，企阳展览和中宝协是被接受记者采访的展商提及最多且获得肯定的两大办展机构。

谈及缘由，企阳展览一位工作人员认为，主要得益于其公司主办的珠宝展渐趋成熟，并达到了一定规模。为了更加深入地了解企阳展览及其主办珠宝展的相关情况，记者提前将采访提纲发给了相关负责人，但是由于该负责人一直在外地忙于其他珠宝展召开事项，截至记者发稿时，依然没有采访到该负责人。

至于中宝协，从2014北京春季珠宝展上就可以看出它的权威与专业。“权威机构+平价珠宝”、“权威展商+多种货品”、“权威专家+现场讲座”、“免费鉴定+放心购买”使2014北京春季珠宝展给展商与观众留下深刻印象。

据记者了解，有一定品牌影响力的珠宝展都设有展商准入门槛，不会像多数低端珠宝展那样只为圈钱，降低要求、无暇顾及消费者权益。

从主办方对展会以及主办展会的意义、定位上来说，北京的珠宝展各有千秋。不过，北京举办的形形色色珠宝展普遍纯粹以商业为目的，质量、档次不高。中国珠宝玉石首饰行业协会推广总监潘沐闲认为，原因不是单方面的，与主办方最初的招商动向、展商的销售理念，以及市场上各种造假仿制品的水平和观众的消费心理等都有关系。

“别看有些珠宝展档次不高，仍然不乏观众参观。”潘沐闲指出，这一方面反映了北京珠宝市场的热度，另一方面说明消费者还没有辨别区分珠宝展质量好坏的能力。

对于消费者而言，应该怎样区分各珠宝展的质量，怎么辨别真假珠宝？潘沐闲表示，区分各珠宝展的关键是认准权威主办机构，主办方在与展商、观众之间起到很重要的作用，对展会质量也有巨大影响。另外，各珠宝展的展商群体和质量也是辨别区分珠宝展的一个重要因素，品牌展团的数量和规模在一定程度上反映了展会质量的好坏。她称，对于辨别珠宝真假，观众能够自己学习掌握一些相关知识固然好，但最简单的方法则是要求展商出具权威机构鉴定证书。据记者观察，2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展和2014北京春季珠宝展现场都设有鉴定机构，提供免费鉴定咨询，珠宝商品可以先鉴定后购买，为消费者打出一张明亮的诚信牌。

近期，北京频繁举办各类珠宝展。面对该现状，潘沐闲向记者道出了自己的顾虑。她说，各类珠宝展频繁举办，会造成消费者对珠宝的消费疲劳。而珠宝商品品质下降，会导致珠宝展质量逐渐缩水，展会市场信誉也将受到冲击。

潘沐闲认为，频繁举办珠宝展，对珠宝商来说也是一种市场挑战。一方面，珠宝商得提高自身产品的市场竞争力；另一方面，品牌珠宝商比较痛恨珠宝展上兜售假货的商贩，假冒伪劣的珠宝产品不仅损坏了消费者的利益，也会降低广大珠宝商的信誉度，不利于行业发展。她提议，相关部门应该介入管理规范参差不齐的珠宝展，叫停一些兜售假货、影响市场正常发展的珠宝展，让好的珠宝展作为引导行业发展和市场消费的风向标。

2014年第二届北京春季珠宝玉石首饰展览会现场

专家：政府不要盲目加以干预

对于北京频繁举办各类珠宝展，北京第二外国语学院经贸与会展学院院长刘大可抛出了自己独特的观点。他认为，在没有外力干预的情况下，凭借参展商的自愿参加，一个城市能“养活”这么多的珠宝类展会，这是市场化的体现。

与此同时，刘大可还指出，这在某种程度上也是市场不成熟的表现，此现象不会长久存在。他认为，展会办得有价值，展商和观众才愿意参加、参观。在信息不对称的情况下，同类展会过多过滥，必然会提高展商和观众的选择成本。过几年，经过市场大浪淘沙，大鱼吃小鱼，好坏珠宝展自然会分离，最后生存下来的珠宝展将会成为品牌展。

有业内人士认为，政府有关部门应该对目前出现的展会高密度现象给予关注，对于一些小珠宝展应该有所限制和约束。

而刘大可则认为，目前的种种表现是市场过渡性形态，具有合理性，政府不要盲目加以干预。展会数量多一些，虽可能加剧竞争，对组织者不利，但从长远来看，有利于促进整个行业办展水平的提升。现阶段，政府不妨在公共服务方面多做点工作。比如建立展览会信息系统，收集各珠宝展的数据，予以分析，并在第三方认证下，将这些展会客观地排个序。这将有助于降低展商、观众选择展会的成本，有助于加速市场优胜劣汰过程，有助于培养品牌展会。

业内人士指出，虽然珠宝展很多，但展示形式与展示内容、展品与展商都差不多，同质化现象较严重，难免容易形成恶性竞争。这在危及展会品质的同时，还对珠宝行业的发展是有百害而无一利的。

刘大可并不否认同质化会加剧展会间的竞争，但他认为，同质化是正常现象。在市场经济游戏规则下，追求利益最大化是企业的目标。为实现最大的利润，虽然从道理上讲，各珠宝展最好走差异化之路，但就目前的市场条件而言，也许同质化是他们的最优选择。

既然珠宝展组织者愿意朝同质化方向走，为何要制止它？在刘大可看来，同质化便于展商、观众对展会进行价值比较。另外，同质化还为以后市场收购兼并提供了基础，有利于展会收购兼并后更好地相互融合。

“不要随意否定现状，或许现状是各珠宝展经过无数次选择后的结果。”刘大可表示。总而言之，要相信市场的力量，不要擅自替展会组织者做选择。

北京春季珠宝展览会现场　资料图片

（上接第6版）

而在此前举办的潍坊国际风筝会开幕式暨大型文艺演出上，演出现场经常是众星云集、星光璀璨。以第二十九届为例，开幕式暨大型文艺演出以“放飞春天”为主题，阿兰、戴玉强、乌兰图雅、郑希怡等明星纷纷登台演出，舞台绚丽多彩。

事实上，潍坊风筝会突出招商活动的做法，始于第七届风筝会。

据曾担任过潍坊市委书记、举办潍坊风筝会决策者的王树芳回忆，第七届风筝会期间，举办了风筝游览大山会，还推出了工业产品成果展览交易会、对外经济技术洽谈会、风筝旅游系列产品展销会等30多项经济贸易活动。

“‘经济戏’鸣锣登场，为潍坊拉开了招商引资、经贸交流的大幕。”张崇高表示，由风筝牵线，潍坊市先后与韩国、澳大利亚、日本、俄罗斯等国家的8个城市分别缔结了友好城市关系。日、韩和中国台湾地区在潍坊的投资逐年递增，潍坊国际影响力越来越大，成为山东半岛举足轻重的投资热土。

整合资源　办好特色活动

“潍坊风筝会不是单纯的赛事，也不是单纯的招商活动，而是由一系列活动组成的大型节会。”张崇高介绍说，在风筝会期间，各县市区、开发区和市直有关部门、单位，以风筝会为平台，结合地域和行业特点，将分别举办有特色的分项活动，如美丽潍坊行、第七届海峡两岸风筝文化交流活动、第三届海峡两岸（潍坊）休闲观光农业交流会、第十五届中国（寿光）国际蔬菜科技博览会、潍坊环峡山湖万人健步行、第九届潍坊市城区中小学生风筝节等。

张崇高表示，这些活动与潍坊风筝会一起，成为潍坊一张亮丽的名片，推动了潍坊经济、文化、旅游等方方面面的发展。

据悉，潍坊国际风筝会自1984年举办以来，影响力逐年扩大，是改革开放以来举办时间最长、影响力最广的节会之一。通过节会的成功举办，潍坊先后与60多个国家和地区建立了文化交流关系，与100多个国家和地区建立了经贸合作关系。