

音响灯光乐器展 为新品展示狠下功夫

■ 本报记者 范丽敏

“截至目前,第二十二届中国国际专业音响·灯光·乐器及技术展览会(PALM EXPO 2014,以下简称PALM2014)的筹备工作已经基本就绪。”在近日举办的PALM2014新闻发布会上,展会组委会执行主任、中国演艺设备技术协会副秘书长兼展览部部长陈正纲表示,无论从形式、内容,还是服务效率上,组委会都将有新的突破,力争为社会、为行业、为企业呈现一个繁盛、和谐、高效、圆满的展会。

力推新产品新技术

“目前,国内有关音响、灯光、乐器类的展会确实不少,所展示的产品同质化现象普遍存在。”中国演艺设备技术协会理事长朱新村认为,展品是展会的灵魂,没有高新技术、高新产品,展会是办不好的。

为此,今年的PALM在新产品新技术的展示上狠下了一番功夫。

“5月26日至29日,由中国演艺设备技术协会联合新加坡英富曼会展有限公司共同主办的PALM2014将在北京中国国际展览中心(新馆)举行,预计展览面积将超过10万平方米。”陈正纲介绍说,国际、国内参展商高度重视本届展会,将携重量级产品参展,一些知名企业包括深圳市台电实业有限公司、广州市浩洋电子有限公司、ETC

(Electronic Theatre Controls)等,更是在展会上安排了具有自主知识产权的新品首发仪式。

陈正纲表示,在本届展会上,扬州市古筝协会将携扬州琴筝乐团亮相,这也是扬州琴筝产业首次组团赴京参展。扬州琴筝乐团将现场展出款式优雅、工艺精美的各色古筝,向全球观众展示精湛的中国传统琴筝制作技艺。

“除了像往届一样按照行业划分展区外,PALM2014还将首次集中设立新产品新技术展示区,并将举办PALM2014产品技术进步奖的颁奖活动。”陈正纲说。

此外,《中国贸易报》记者了解到,在本届展会上,不仅展示新产品新技术,还将举办PALM2014参展企业新产品新技术交流会。

据陈正纲介绍,在PALM2014参展企业新产品新技术交流会上,参展企业工程技术人员将介绍参展企业新产品新技术的原理、性能、特点、适用领域,并解答观众提问。

陈正纲表示,PALM自创办以来,从参展单位、展览面积、观众人数、展览效果等方面经历了一个逐年攀升的发展期,在全球范围内同类展览会上,创造了其它展会无法替代的品牌价值,已成为行业内最知名品牌展览会之一,并锐意向文化产业演艺设备精品展会迈进。展览会旨在为企业进行高新产品技术展示、国内外信息技术

交流、企业品牌文化宣传提供高起点的展示平台。展览内容广泛涵盖专业音响、专业灯光、舞台机械、会议系统、视频系统、中西乐器等领域的设备与器材,数万种展品将全面、集中地展示该领域最新成果。

紧扣市场新变化

“今年,演艺市场发生了很大的变化。”朱新村分析说,受到国内政治、经济等因素的影响,大型综艺演出活动大幅减少,演艺市场出现波动。

据中国演出行业协会发布的《2013中国演出市场年度报告》显示,2013年我国演出市场总经济规模为463亿元,与2012年相比下降9.0%,其中票房收入131.08亿元,同比下降2.9%,政府补贴、广告赞助、衍生产品、主体配套设施及其他服务性收入同比下降9.6%。在节俭办晚会和简政放权双重政策下,我国演出市场步入了转型升级的轨道。

朱新村介绍说,相关调查结果显示,近15年间,大部分在一线城市建成的266座剧场存在三方面的问题,一是品种单一;二是功能闲置;三是运营困难,一些场馆存在建设奢侈浪费现象。

在朱新村看来,下一步,演艺市场的新热点将是在公共文化、群众文化、旅游文化建设上升温,城镇化建设将使文化产业的发展空间进一步扩大。目前,群众文化消

费低于我国经济增长速度,群众文化消费严重不足。场馆建设演艺设备将会进一步向二三线城市发展。

“为此,展会将推出‘德国优秀的多功能会展演艺中心采用的创新科技及其成功的设计、运营经验’讲座,将以德国两家演艺中心为例,从设计及经营维护的角度,解析创新的高科技演艺设备如何使场馆大幅缩短换场时间、节约人力物力,并为客户提供更多使用服务,持续提升经营效益。”朱新村说。

据中国演艺设备技术协会副理事长劳伟杰介绍,第十二届中国国际演艺设备与科技论坛主题为“多媒体音视频设备技术在演艺中的应用”,演讲主题主要有多媒体音视频技术的发展趋势、多媒体音视频技术在戏剧中的应用、视频设备发展及在演出中的创新应用等。

此外,展会期间,还将举办近20场技术交流会,包括展会邀请国内外资深行业专家举办的讲座、参展企业主办的产品和技术推广会等。

“这些将对国内二三线城市承载群众公共文化活动的多功能场馆建设产生现实的借鉴作用。”朱新村说。

本版话题



近日,2014中国北京国际宠物用品展览会在中国国际展览中心举办。记者注意到,展出的宠物用品种类繁多,到会观众购买热情很高,现场气氛活跃。

近年来,随着人们生活水平的持续提高,饲养宠物已经成为很多人的生活方式,宠



物用品市场应运而生,销量节节攀高,并呈现出巨大的发展潜力。为了抢占我国宠物经济的巨大商机,众多国际知名宠物用品厂商纷纷进入我国市场。

本报记者 叶灵燕 摄影报道

天津房交会告别政府"主婚" 市场办展能否激活会展经济

■ 朱 军

天津房地产展示交易会(以下简称房交会)连续两年缺席,而今卷土重来。有业内人士分析,过去两年的缺席因为房交会的营销作用越来越弱。但是记者采访本届房交会组委会杨如平主任时,杨主任道出了真实缘由:和以往政府主导不同,未来的房交会要走市场化序列,停办两年正是为转变思路做铺垫。

市场办展 商业嫁接无缝不入

“房交会一直是房管局负责的,和我们不发生横向联系。”记者在采访建委有关部门负责人时,对方如此回答。一句“房管局负责”是过去历届房交会给业内、政府部门留下的深刻印象。但是,这种深刻印象在2014年不再管用。本届房交会的介绍资料上明确写道:天津市房地产协会主办,天津市宝协展览有限公司承办。

杨如平表示:“政府主导的房交会需要到主管部门报批,批准后再走财政支出,以财政支持为主,而本届展会走市场路线,自负盈亏,只需要到相关部门备案。”在市场化主导思路下,本届展会的商业意味十足。招商、植入、资源共享、营销推广等几个方面均有浓重的商业嫁接色彩。

记者了解到,本届展览中除常规的住宅产品外,还有旅游地产和海外地产两种商品类型,其中,海外地产外包给北京四季房产公司来完成,而旅游地产则以青岛等地的旅游地产运营企业为主。而作为承办

企业的珠宝展览公司也借机在房交会一廊之隔的展区同期举办一场珠宝展,以资源共享谋求效益最大化。据了解,为了扩大展览的知名度,主办方还与多家媒体进行展位置换,甚至将短信平台和呼叫中心也纳入到其营销体系中。

政府监管 确保房源可靠

虽然展览走市场化路线,但是政府监管不可少。房地产交易环节政府屡有管理办法出台,大型展会,更少不了对于参与项目的审核。

房交会组委会负责人表示:政府有关部门已经对参展项目进行了核查,以确保参展房源的真实可靠。参展可售项目均具有商品房销售许可证,公示楼盘表,并按套标注销售面积、销售单价等内容,强化信息透明度。

杨主任告诉记者:市场化的办展在确定合格的展览场地后,需要到政府有关部门备案。北京一家地产展览公司的资深策划任女士对记者表示:相对来说,北京的展览监管宽松度更高一些,房地产商品交易会以及一些其他会展业务频次很高,但是天津房交会作为首次市场化试水,这方面的监管很有必要。

天津南开大学泰达学院会展经济系教授何会文表示:政府干预过多并不利于项目发展,但是也不能走到另一个极端。项目发展到成熟阶段,并不需要政府太多的干预,只要遵循国家相关规定即可。而在发展初期,政府的协调各方作用对于培植

会展项目有关键作用。

市场接手办展 政府服务软环境

何会文曾负责天津市会展经济发展规划,目前正在做滨海会展经济的远期发展战略。他表示:市场接手会展项目最大的优势在于能够以服务顾客为中心。“会展经济是一种服务性行业,满足顾客的需求需要不断地进行服务创新,挖掘有价值的题材才能持续吸引参展人群。而政府更应该做好服务。”

“像一些会展经济比较发达的国家,都有一种组织叫CVB。这种组织既具有管理职能,又有服务职能。全球大约有1/2的这类组织是由政府财政支持的。”何会文指出。我国目前没有该类组织,政府应当承担起这种服务职能:目的地的形象塑造,信息的收集与提供,以及多个服务组织之间的协调。这三方面的政府服务内容,是市场办展的重要软环境。

他举例说:“在信息的收集与提供方面,大型展会带来的临时生活需求相当大:5000人的展览,天津市大多数展览公司根本不敢承接,原因就在于信息掌握得不对称。CVB在这方面的作用非常明显,它能够掌握整个城市的酒店、停车场等信息并汇总给需要的举办企业。举办企业就会对大规模的展览有更直观的可行性衡量。”

天津会展业要引入“源头活水”

从市区到津南的路上,紧靠天津大道

有一片很宽阔的地块正在平地待建,几位工人告诉记者:这里将要建成中国北方最大的会展中心。有知情人士表示:天津国家会展中心将于2015年落成。

相比上海与广州的会展业发展,天津会展业长期以来均属弱势。现有大型会展项目如达沃斯论坛、自行车博览会等商业化运作力量孱弱。天津要想成为北方的会展中心,还需要引入“源头活水”。

不少业内人士表示:往年的房交会,房企参展热情也并不高,因为有政府部门的出面协调才勉强作为一个品牌活动参与,而真实的营销作用已经微乎其微。也正因如此,不少业内普遍不看好本次房交会,直到目前为止,预计参与房交会的房企数不足在津房企一半。房交会的参与热情不高也反映出了天津会展业的一大困境。

“在官方的说法中,天津会展业发展不足主要是因为自身的产业结构限制:天津是北方的制造中心,而会展业吸引的主力机构为研发与营销中心。这只是官方的解释,但是在我们做过的会展效果比较研究中发现,北方企业的参展热情与参展效果,相比南方都要弱。市场化的会展运作,缺乏政府的行政命令,如何吸引更多参会者是一个重要问题。”何会文分析。

会展观察

外展推荐

2014年土耳其国际家居及礼品博览会

展会时间:4月17日至20日

展会地点:土耳其伊斯坦布尔展览中心

展品范围:礼品及节庆:电子礼品、节日LED灯具、游戏产品、玩具、玩偶、包袋及皮制礼品等

展会介绍:土耳其国际家居及礼品博览会每年在伊斯坦布尔举办,是东欧、地中海地区、中东、西亚、非洲地区影响力最高的贸易博览会。上届博览会有来自土耳其、意大利、德国、葡萄牙、俄罗斯、乌克兰、希腊、埃及、新加坡等20个国家和地区近600家企业参展,其中,知名品牌包括:Tefal、ARZUM、AOWENTA、KING、BLUEHOUSE、BEAF、Nouval Group等。他们展出的上万种产品让观众及媒体感受到了生活日用的创新理念以及家居礼品市场流行趋势。

土耳其为全球十大新兴市场国家之一,其人口7800万,其中4成为年轻族群,具有庞大的消费能力。土耳其横跨欧亚大陆,是世界上最繁荣地区之一。作为新兴市场,土耳其发展迅速,并大规模进行基础设施建设,已经成为欧洲美洲中东之后的又一大投资热点地区。近年来,随着中土贸易的发展,中国和土耳其的贸易往年来递增长,中国已经成为土耳其第三大进口商。据我国海关统计,去年外销土耳其金额高达13亿多万美元,较上年同期增长12.34%,土耳其市场仍有十足的成长空间,越来越多的中国企业把目光投向土耳其。(静安)

业内通告

贵阳会展业首季创经济效益近3亿元

本报讯 往年的一季度都是会展业的淡季,而今年一季度贵阳市会展业却打破惯例,实现淡季不淡,创造直接经济效益近3亿元。

记者日前从市会展办获悉,今年一季度,贵阳市共举办各类会展活动85个(场),约50万人次参会参展。其中展览15个,展览面积10万平方米,观展人数39万人次;各类大、中型会议65场,参会人数近1万人次;各类赛事活动5场,参赛观众人数达10万人次。

整体看,一季度贵阳共举办国字号会展1个、专业大型会展9个,相比去年同期有所增加;一些常规知名展会,如医疗博览会、人才博览会等,规模比往年都有所扩大。全市会展业呈现出态势好、规模大、档次高和效果优的特点,目前会展直接经济效益已接近3亿元。(刘磊)

2014中国煤炭产业发展论坛将展开行业热点讨论

本报讯 受供需逆转、产能过剩及税费过重等因素影响,煤炭产业发展呈持续低迷状态,但危机中也孕育机遇,在修改后的《煤炭法》和《煤炭经营监管办法》指导下,我国煤炭产业深化市场化改革,加快了行业结构调整和产业转型步伐,产业发展的科学化水平得到提高。

在这一产业发展大变局中,可以理性地看到,我国煤炭产业发展仍然面临着煤炭生产和消费方式较为粗放、生态环境约束不断强化、短期煤炭产能建设超前与长远不足、安全生产和职业健康仍需加强等矛盾和问题,煤炭行业、企业面临的任务十分艰巨。

顺应行业发展需求,2014中国煤炭产业发展论坛将于4月16日在鄂尔多斯国际会展中心举办,主题:绿色能源 转型跨越 优势互补 合作共赢。同期还将举办第九届鄂尔多斯国际煤炭及能源工业博览会。

届时,国家各级各地主管部门、行业组织,国内外科研单位、咨询机构、设计院所,煤炭、煤化工、石油化工、电力、水资源、环保等行业的代表、专家、学者、技术负责人等将云集论坛,围绕煤电一体化、交易机制、区域发展、煤炭物流、减税清费等重点、焦点问题共同进行探讨和交流,分析我国煤炭产业的发展趋势及应对方法。

(毛雯)