

杭州商务会展设施规模与城市国际定位不匹配

■ 欧燕萍 魏皓奇

杭州的旅游国际知名度和国际化程度究竟如何?杭州距离成为中国首选的旅游休闲中心、国际知名的风景旅游城市还有哪些路要走?

近日,在杭州市政协专题常委会上,杭州市政协港澳台侨和外事委员会发布的提升旅游国际化水平专题调研报告称:“杭州旅游国际化的现状,与旅游资源禀赋不相称,与国际重要的休闲旅游中心的定位不匹配。杭州的商业综合体、商务会展设施等硬件基础设施的规划建设,缺乏国际视野和战略眼光,与一些先进城市相比,规模普遍偏小。”

相关数据显示,2013年,杭州市共接待

国内游客9409.14万人次,实现国内旅游收入1469.88亿元;而入境游客仅为316.01万人次,旅游外汇收入21.60亿美元,入境旅游人数、旅游外汇收入占旅游总人数、旅游总收入

的比重仅为3.2%和8.3%。国际商务会展对旅游国际化起着强有力的带动作用,虽然就举办的会展总数量在中国大陆的城市排名来说,杭州市位列北京、上海之后,排名第三,但国际性知名会展数量少,规模小,也没有举办较大影响力的综合性国际赛事。

和平会展中心、世贸展览中心虽然使用率较高,但面积太小;白马湖会展中心有6万多平方米的建筑面积,但由于设计等原因,实用面积只有3万多平方米,且配套不完善。

正在建设中的杭州奥体博览中心,尽管

有容纳2500人的会议中心和1000个固定座位的会场,但缺少国际化的专业会议功能设计,酒店住宿不配套,投入运营后,无法从根本上缓解配套设施需求增加的压力。

即使奥体博览中心将于2016年建成,杭州市的会展设施仍落后于武汉、成都等城市,更别说要赶上上海、广州了。

报告提出,“国际化设施功能弱,正是国际商务会展活动少的根源,是杭州市长期以来缺乏发展的大思路及体制机制上的统筹、规划、协调的结果。”

报告建议,以奥体博览中心和白马湖国际会展中心为主体,不断完善国际化专业会议功能设计和周边配套设施建设,形成以大型的专业化、国际化会展设施为支

撑的“一主多副多馆”会展场馆酒店设施体系,构建江南国际博览城,满足大型的专业化、国际化会展需要。

同时,规划建设超过3000人容量的现代化大型专业会议中心,特别是要在奥体博览中心附近配套建设单体拥有1000个以上客房的酒店,这是承担大型国际会议的必备条件。鼓励发展酒店集群,吸引更多高星级酒店落户杭州,满足承办高标准国际会议的需要。

另外,还要提高交通的国际通达率,完善各项配套设施,真正提升杭州的国际化水平。

相关数据显示,2013年,杭州市共接待

业内通告

厦门鼓励会展业做大做强 引进新展会最高奖200万元

本报讯 据记者从厦门市商务局获悉,厦门市近日出台了《促进会议展览业加快发展若干意见》(以下简称《意见》),相比2011年开始实施的扶持政策,新政策大幅提高了扶持力度,其中招揽引进展览奖励从100万元提高至200万元。

《意见》决定,常规奖励总额从50万元提高至100万元,对台奖励总额从20万元提高到40万元,招揽引进展览奖励从100万元提高至200万元。《意见》规定,对厦门培育举办的经贸类专业展以实际标准展位数量进行奖励,奖励届数不超过六届,前三届每个展位奖励500元,后三届依次递减百元,每届奖励总额不超过100万元。

在引进展会中,展览规模达1万平方米且不少于500个标准展位的,给予10万元奖励;规模每增加5000平方米且不少于250个展位,奖励金额相应增加5万元,每个展览项目奖励金额最高不超过200万元。

此外,本次《意见》还新设了三个奖项,分别为自办展特别奖励、增量奖励以及大型会展机构引进奖励。

其中,自办展特别奖励是对机械电子、五金建材、家具家居、文化休闲、信息消费、都市农业、医疗医药、纺织服装、海洋航空装备、新能源新材料等10大重点领域展览会,在实行常规奖励的基础上增加30%的特别奖励。

增量奖励是在常规奖励6届期满后,给予扩大部分展览面积相应的奖励。与该展会的历史最大规模相比,每增加5000平方米且不少于250个展位,给予5万元奖励,鼓励继续扩大规模。

大型会展机构引进奖励是对达到相应标准的新设会展企业给予相应的购房房价或办公用房租金补助。其中,购买的自用办公用房,按房价5%(每平方米最高不超过800元)给予资金补助,最高不超过200万元;租赁的自用办公用房,连续3年每年按核定租金的20%给予补助,累计最高不超过80万元。

《意见》还调低了奖励门槛,商业、学术会议由原统一以五星级酒店500间夜为奖励起点,调整为商业会议奖励按四星级酒店500间夜、学术会议按三星级酒店500间夜为奖励起点。《意见》规定,商业会议住宿四星级宾馆达500间到5000间,给予2万元到25万元奖励,5000间以上给予30万元奖励。住宿五星、三星宾馆按1.2和0.8的系数折算。

学术会议住宿三星宾馆达500间到5000间,给予2万元到20万元奖励,5000间以上给予24万元奖励。住宿五星、四星宾馆按1.4和1.2的系数折算。

(顺和)



日前,2014中国国际轻工消费品展览会在京举办。来自轻工业近20个行业700多家日用消费品、文化艺术品、食品饮料类品牌企业参展,展览规模达3万平方米。图为某厂家设计师制造、形态各异的琉璃饰品,颇受“时尚追星族”的青睐。 本报记者 季春红 摄



日前,在北京市朝阳区,一处以老旧厂房改造而成的北人户外文化产业园正式开园,并首次对外开放。据了解,该园区占地面积1.65万平方米,可用展览展示建筑面积近万平方米,以水上、露营、雪地、渔猎、骑射、山地、飞伞等水、陆、空各类专业户外装备展览展示和专业培训体验活动为主。图为一名三轮摩托手在B9、B10北人户外文化产业园区内进行漂移表演。 本报记者 季春红 摄

展会名称的设计方法及申请冠名

■ 张凡

为展会“取名字”,是以专业的方式做展会名称的文字编辑工作。

从专业的方式和文字编辑的角度,设计展会的名称应做到准确、简明和通顺。

关于准确。展览主题是展会名称中的核心词组,是展会展览范围和服务对象的集中体现,因此必须准确提炼,科学反映。比如中国国际软件和信息服务业交易会(大连)、中国(重庆)国际云计算博览会和北京国际物联网技术产品应用展览会,展览主题虽然都和计算机、互联网技术有关,但计算机软件、云计算和物联网各是专业化的细分概念,因此3个展会的展览范围和服务对象不尽相同。

要准确设计展会名称中的展览主题词组,必须尊重相关的行业规范或行业习惯。如建筑陶瓷展览会的展览主题就不能用“瓷砖会”,宠物展览会的展览主题就不宜称作“小动物”。在这方面,将行业协会、专业学会名称中关于行业或专业的概念转换为展会主题,是较为妥帖的方法。如中国(上海)焙烤设备与技术展览会的展览主题,就是由

中国焙烤工业与糖制品工业协会名称中的行业概念提炼而来的。

关于简明。展会的全称尤其是体现展览主题的词组,应尽可能简明,字数不宜太多。比如广告喷印写真设备、标牌标识、LED发光体产品及其技术展览会,其展览主题的用词包含了展会3个方面的展览范围,如加上国别/地域、展会性质等词组,这个展会名称的字数接近30个字,太过冗长,不利于推广。

展会的简称也是追求简明效果的途径。宝马展就是经典案例。一般而言,简称展会的词组不但精炼,且朗朗上口,往往比展会全称易于传播。

关于通顺。展会的名称在文字上应通达顺畅,既要避免语义上可能产生的歧义,也要避免可能产生的怪异别扭的感觉,还要做到口述时不拗口。如“煤炭博览会”简称“煤博会”,因“煤”与“没”字同音,被舆论认为不妥,后改为“能源产业博览会”。又如“城市矿产博览会”,一般人就很难理解“城市矿产”的概念。

此外,设计展会名称时还要注意以下问题:

一是选择国别/地域/展会所在地的词组时,应考虑展会的需要。地域性的展会不必非冠名“中国”;服务国内需求的展会无须标榜“国际”;在展会名称中标明举办所在城市名称的,在推广效果上往往优于标明省(区)名称。

二是展会的中文简称很少是人为设计的,多系约定成俗。这是因为中国人有讲省略语的语言习惯。而约定成俗的展览会中文简称,其“造词”往往有一定规律,一般是一地名+展览主题+展或会;简称的字数少则3个字,多则5个字,鲜见2个字和6个字及其以上的,如“糖酒会”、“北京车展”、“上海宝马展”、“厦门投洽会”。这些简称的后缀/定语都是单字,且非“展”即“会”。

三是一个综合性的展会有时会 and 旗下多个专业展同期举办,也有主办方乐于将主题相互关联的多个展会安排在同期同馆举办。在这种情况下,展会的名称设计就需要统筹不同项目之间的关系,既要注意不同展会名称的协调,也要注意突出各个展会的特点。

四是主办方为有利于市场推广和品牌建设而追求展会名称的个性。设计有个性

的展会名称,有的是为了区别于同主题的其它展会,如广州春季有两个广告设备展览会,其中广告喷绘机联盟主办的属于后起的展会。

申请冠名

在中国,如展会名称冠以“中国国际”的名号,需获相关政府机构的批准。有权批准展览会冠名“中国国际”的机构,除国务院外,还有商务部、科技部和中国贸促会。在特殊情况下,地方政府也可以批准。如冠名“上海国际”的展会,就可经由上海市府批准。在展会的对外宣传中,以上机构列为展会的“批准单位”。

申请程序

展会的名称是否需要冠名“中国国际”,一般基于展会主办方的需要。这种需要,有的是主办方认为借此可以提升展会的影响力,有的是主办方认为借此有利于保护自身的权益(跨国公司对此十分看重),有的则是因为展会是政府项目,政府对此有明确要求。

除中央政府或商务部、科技部、中国贸促会决策自办的展会、可自行决定冠名“中国国际”外,其它展会主办方欲冠名

“中国国际”,按规定需向商务部、科技部或中国贸促会提出申请,获得批准后方可正式冠名。

申请展会冠名“中国国际”的程序,并无统一规定。但一般规律是,向商务部、科技部提出申请的机构,一般不是展览公司这样的商业机构,而是地方政府或国家级的协会、商会或学会(主要是“中国”字头的协会、协会),或者是各省、直辖市、自治区商务厅、科技厅(局)。如省会城市的政府提出展览会冠名“中国国际”的申请,需先报经省(自治区)政府批准,再由省(自治区)政府上报向商务部或科技部;如“中国”字头的协会等在京外办展,提出展览会冠名“中国国际”的申请,则需要省一级商务厅或科技厅出具同意申请的函件。

商务部是国务院明确的主管展览业的政府部门,因其统管商业贸易工作,故成为批准展会冠名“中国国际”最多的政府部门。

会展书院