



航企跻身会奖市场 需走“国际范儿”?

业内通告

第四届中外会展项目合作洽谈会举办

本报讯 日前,第四届中外会展项目合作洽谈会在北京国家会议中心举办,吸引了来自政府、驻华使馆、会展企业及服务和教研机构等近百位人士参与。

本届洽谈会将国际性展览、行业前瞻性论坛、业务指导性讲座以及广泛社交性商务活动有机融合,搭建中国及海外会展项目拓展全球市场的商务平台,并使之成为中国极具实效性的会展商务活动。

本着优势互补、互惠互利、共同发展的原则,此次洽谈会进一步推进中国会展业进行多层次、宽领域、全方位交流合作,建成更加紧密的合作机制,实现优势互补,互利共赢,促进会展业经济协调稳定发展。

洽谈会期间,还举办了会展项目推介会、“一对一”商务对接洽谈、中国国际会奖产业大会、出展论坛、会展行业实践知识讲座、“金五星”会展及会奖颁奖典礼等相关活动。(范丽敏)

2014会展策划师国家职业资格考试结束

本报讯 第十三期全国会展策划师国家职业资格考试近日在石家庄结束。来自澳门、福建、黑龙江、四川、重庆、江苏、浙江、辽宁、广东、湖南、湖北、安徽、天津、北京、河南、山东、山西等全国省市和地区的会展企事业单位、政府管理部门领导和业务骨干,以及高等院校的师生等参加了本次考试。

举办会展策划师职业资格鉴定考试,是为了进一步增强会展从业人员的综合素质,学习先进的会展策划与操作理念,提高会展经营管理水平,更好地服务我国会展业健康发展。

据悉,2015年上半年第十四期全国会展策划师国家职业资格考试拟定于2015年5月初举行。考试仍由中国会展经济研究会、中国会展策划师联盟等联合组织。(穆智莉)

上海搭平台 欲引国际著名展会

本报讯 一股创意设计旋风未来几天将席卷上海。近日,以“设计引领·融合发展”为主题的2014上海设计之都活动周在上海展览中心正式启动。

活动周期间,上海方面还将与全球四大设计周主席探讨国际著名展会进入亚洲、中国,乃至上海的可能性。上海市文创办副主任陈跃华表示,设计之都活动周就是一个“大舞台、大平台、大讲坛、大舞台”,通过“四大”这种形式,营造出创意设计的良好氛围,让创意设计服务市民生活,提升产业能级。(杰 日)

WTA中的世界最佳生活时尚饭店奖,同时,北京威斯汀大饭店获WTA的世界最佳金融区酒店奖。

2013年,迪拜举行的2013WTA亚洲及澳大利亚地区颁奖典礼上,墨尔本会展中心(Melbourne Convention and Exhibition Centre,以下简称MCEC)获亚洲及澳大利亚地区2013年度杰出会展中心称号。

据悉,墨尔本会展中心从来自澳大利亚和新西兰的6家同等规模的参评会展中心中脱颖而出,蝉联此项殊荣。获得提名的还包括澳大利亚悉尼会展中心、新西兰奥克兰天空城和澳大利亚凯恩斯会议中心等机构。

截至目前,尚未有中国内地的会展中心角逐这一奖项。

本版话题

谁钟情WTA

海航旗下的唐拉雅秀国际酒店及度假村获得两项2014WTA。

事实上,对于参选WTA,酒店业似乎更加钟情。2009年北京王府井希尔顿酒店曾获WTA的2009世界领先风尚酒店、2009亚洲领先风尚酒店、2009亚洲最佳城市度假酒店和2009中国最佳城市度假酒店4个奖项。

2010年,北京王府井希尔顿酒店再获

展理念、创新的商业模式、国际化的发展业绩赢得了评委们的青睐,作为一颗冉冉升起的东方旅游新星,我们希望海航旅游今后在世界旅游业界再创佳绩。”WTA总裁兼创始人Graham E. Cooke为海航旅游颁奖时表示。

据海航方面公布的信息,这是海航旅游首次获得WTA。

海航旅游集团副董事长韩立新代表企业领奖时表示:海航旅游作为一家在中国旅游行业快速发展浪潮中成长起来的大型旅游集团企业,一直重视全球化发展与品牌建设。未来我们希望创造和引领一种全新的旅行生活方式,完美实现大众心灵深处的旅行体验。

据知情人士透露,2011年海航曾入围WTA。

此外海航方面公布的信息还强调,海航旅游是中国首家也是唯一一家获WTA的

郑州展会效益受市场外迁影响 主办方亟需探寻新出路

郑州批发市场外迁,迁的不仅是场地,一些旧市场维系多年的大型交易会也跟着外迁。同时,新市场承接地纷纷建设会展场地,这为郑州批发市场与会展业之间的良性互动提供了机遇。

年交易额超千万元 种子交易会分会场不复存在

再过十来天,批发市场每年一度的展会就要开始了,但商户李龙的兴致却没有往年高。

2012年,位于郑州市金水区杨槐村的郑州种子批发市场拆除后,李龙和一些商户从杨槐村搬到了黄河以北的一家农资市场。

这一搬,改变的不仅是交易场地,连同以往的客户资源等都变了。特别是到了秋季,商户们便开始怀念当初设在郑州种子批发市场的郑州全国种子交易会分会场的热闹场景。

当年,位于杨槐村的郑州种子批发市场,农资经销商数量由几十家发展到近

百家,历经了十多年的时间。

拆除前,这个市场已经在国内种子市场上有了很高知名度——年交易额达几十亿元,且每年郑州全国种子交易会分会场就设在市场里,这里成为全国重要的种子集散地和批发市场。

“种子交易会的主会场在会展中心,主要进行展示;分会场设在市场里,主要进行交易。当时分会场的年交易额在千万元以上,辐射范围很广,东北、陕西的经销商都来这里采购。”一位知情人士介绍。

“现在黄河桥南、北都有农资市场,也都有种子交易会分会场,但是规模和那时候比差远了。”李龙说。搬迁前,商户们只要把交易会搞好,一年的生意、订单就基本有了着落,但现在的交易会已经无旧日的规模和影响力。

“另外,有些市场已经不在郑州范围内,郑州失去了一个交易额在千万元以上的交易会分会场。”上述知情人士评价,随着商户的分散,想要再形成一个影响全国的种子集散地和展会需要花费数年。

展会主办方开始探索新出路

当一些展会失去了当年的影响力,另外一些展会在市场外迁背景下却表现出更强的生命力。

目前,郑州规模最大、影响力最强的自主品牌展会是中国国际汽车后市场博览会。郑州市会展工作管理办公室主任陈彦介绍,这个由郑州宏达国际车业广场培育发展的大型展会,今年展览规模达到22万平方米。

在市场外迁过程中,主办方也在探索新的展会发展路径。据了解,今年6月26日,宏达国际车业广场在郑州中牟的新项目一期工程试开业,第一批商户进驻。

河南顺展宏达展览有限公司负责人介

绍说,随着新市场的建设,展会呈现向多元化、小规模、高效率、社会型、体验式展会发展的趋势。

他举例说,宏达车业广场现在就拥有另外两个小规模展会:春季交易会和秋季交易会。“这些交易会在功能上、时间上是相互补充的。”他认为,今后郑州会展业应该以大型综合类展会为主,小型展销会为辅,建立政府、协会、企业的联动机制,为国内外高品质、创新、著名的品牌进入郑州提供成熟的平台,也为批发业和会展业的转型提供更大的买家市场。

批发市场与会展间仍缺乏良性互动

但业内对郑州批发市场与会展之间关系的普遍看法是,二者仍缺乏良性互动。

陈彦认为,郑州作为全国重要的商贸城市,虽然建材、农产品、服装批发集散市场体系比较发达,但市场与会展之间的良性互动还不够,依托专业批发市场发展起来的品牌展会数量还不多,会展业在提升市场影响力和辐射力方面的作用还没有得到充分发挥。

“绝大多数批发市场一开始就没能与会展等相关行业结合起来,在整体促销、配套服务等方面存在脱节问题。”河南省会展业协会会长王永国说。

王永国认为,郑州市要把会展业作为外迁后批发市场提升与产业升级的重要贸易与信息平台,利用市场客流推动会展业发展,反过来再发挥会展经济的辐射作用,将有力促进外迁后郑州批发市场的繁荣,最终实现批发市场和专业展会双赢。

(张科峰)

会展观察

读懂会议演讲人服务公司的价值(上)

刘海莹 许锋

演讲人服务公司(speakers bureau),也叫演讲人经纪公司(lecture agency)或演讲人服务公司(speakers management company),在中国很少为人所知。笔者第一次接触到演讲人服务公司是在2004年春季,当时正筹备2004年的世界大城市带发展高层论坛。主办机构之一的博鳌亚洲论坛通过中介公司找到了当时已卸任的新西兰前总理珍妮·希普利做论坛演讲嘉宾。

该中介公司,就是一个演讲人服务公司,目前在北美、欧洲、澳大利亚和新西兰等地非常流行。企业、协会、大学、慈善组织甚至是个人性质的同乡会、家庭都是其服务对象,此类公司的产品(服务)是演讲人及其演讲。演讲人服务公司是会议主办方/承办方提供各类合适演讲人的专业公司。

主持人也属于演讲人范畴,但主办方通常不愿花钱请主持人,而是让本组织的高管、业内知名人士担任主持人。不是说主持人不重要,而是优秀的演讲人未必能成为优秀的主持人。事实上,很多主持人确实也并非合格的演讲人。在欧美有“注册专业演讲人”(Certified Professional Speaker, CPS)考

试和认证。

专业演讲人需具有专业精神。个人品行良好,在某一领域有所成就,不接受不适合的演讲邀请,演讲前认真准备、精雕细琢,履行合约和承诺,准时抵达会议举办地,以有见地的内容和恰当的陈述、表达方式向与会者奉上精神大餐,并配合会议主办方参加合影、签名、酒会、采访等活动。

专业演讲人的标准

如果从经济学的角度来看,就是有需求就有供给。供给与需求是经济学里最常用的两个词。供给与需求是驱动市场经济运行的力量,它们决定了每种物品或服务的产量及其出售的价格。会议主办方/承办方为了让会议更具吸引力,招募更多参会者和参展商以收取更多注册费、展位费,留住已有客户、会员、员工并招募更多新客户、会员、员工,激励客户、员工并提高他们的忠诚度,吸引更多媒体关注,造就更多新闻效应,提升该组织的影响力,想方设法取悦参会者、参展商。简单说,邀请优秀演讲人的目的就是为了提高会议的产品质量,讨好客户——会员、员工等参会者和参展商,打击竞争对手。有

了这一需求,自然产生演讲人和演讲人服务公司这类供给方。

2012年7月,全球商务旅行年会(GBTA)年会暨展览在马来西亚州波士顿召开,参会、参展人数约6000人,其组织方邀请到了美国前总统小布什和克林顿分别在两天的全体大会暨午餐会(General Session and Luncheon)上作主旨演讲(keynote presentation)。笔者有幸两次坐在最靠前的圆桌上,距离讲台不足10米,实实在在感受到了大牌演讲人给会议带来的价值。午餐极为普通,但现场气氛热烈。给笔者印象最深刻的是,小布什一开场就以全球商务旅行年会的英文缩写GBTA自嘲,说GBTA就是George W Bush Travels A Lot,缩写同样也是GBTA,意思是我(小布什)出门旅行太多,一下子博得了一片喝彩。小布什演讲结束后在主席台上回答全球商务旅行年会总裁的问题时还不忘推销自己的回忆录《决胜时刻》。而克林顿天生就是一个优秀的演说家,风度翩翩,但演讲却不那么风趣,演讲之后也没有安排任何问答环节。有意思的是,2013年8月在加州圣地亚哥举行的全球商务旅行年会,邀请到了两位前美国第一夫人,即劳拉·布什和希拉里·克林顿

作为主旨演讲人,当然也是分别安排在两天的全体大会上。

演讲人服务公司的职责

事实上,会议的主办方、承办方可能只有自己寻找演讲人的渠道,但仍然需要演讲人服务公司,因演讲人服务公司拥有更多、更丰富的演讲人资源,即演讲人数据库。此外,服务更专业,不只是会议组织者,演讲人也需要专业服务。对会议主办方来讲,演讲人服务公司不只是简单地给提供一份候选人名单,而且要帮助客户进行分析,分析该组织的历史、举办地、参会人数及构成、以往会议的情况和以往演讲人的表现,主办方对这次会议的期望和效果,进行风险评估,筛选出合适的演讲人,根据主办方的预算和自己的经验向会议主办方推荐最适合该会议的演讲人,让演讲人扬长避短,以帮助会议主办方提高会议的吸引力。

对演讲人来说,演讲人服务公司首先要帮助演讲人尽可能提高其演讲费(speaking fee, speakers fee),否则演讲人就选择别的服务公司;其次,要帮助演讲人获得其他权益,如商务舱机票、头等舱机票、对方是否同意本人携带家人或助理同行、机场接送、酒店

住宿、杂费、合影另收费等;再者,每个人都有自己的特殊爱好,如鲜花、菜肴、购物,都是对演讲人的服务。但归根结底,要帮助演讲人为客户演讲时取得成功,选择什么样的客户及其会议,担任什么样的角色(是演讲人、主持人,还是评论人),去什么场合演讲,讲什么题材,是严肃的大会主题演讲、圆桌会议演讲,还是分论坛的讨论嘉宾,凡此种种,都需要演讲人服务公司的精心选择和安排。实际上,演讲人服务公司担当的是“红娘”的角色,起的作用类似于“配对”(match),让会议主办方和演讲人“门当户对”。除新闻发布会、工作总结会、董事会会议、先进事迹汇报会、论证会、商业谈判等会议不需要专业演讲人外,很多会议应该至少有一名专业演讲人。

好比美国人的习惯:有事找我的律师。专业演讲人的口头禅则是:想邀请我去演讲?找我的经纪人。

(本文摘自中国商务出版社出版的《会议业纵论》一书)

会展书院



日前,2014北京国际装饰创意设计产业博览会在北京全国农业展览馆举办。记者观察发现,本届展会的最大特点是建筑装饰与创意设计相互融合,建筑装饰领域的设计、材料和陈设品因为创意而获得了新的生命力,实现了以创意设计带动行业交易的目标。在此次展会上,建筑装饰设计机构、材料商和装饰企业同台亮相,让观众更直观地了解建筑装饰行业的发展趋势。图为展会现场。 本报记者叶灵燕 摄影报道