

2014 亚洲自行车展乐享传播骑行文化

■ 本报记者 叶灵燕

3.8万平方米室内展览面积,较去年增长46.15%;487个参展品牌,增长率达23.6%,其中,海外品牌占82.3%;4天展期共接待8812名专业观众,后两天公众日迎来6984名骑友和自行车爱好者,去年,这两部分观众数量分别为7020位和4654位。2014第四届亚洲自行车展在展览面积、参展商和观众数量方面再次刷新纪录。

“展会期间,许多展商已经预订了下属展览的展位,有些还表示要扩大参展面积。”亚洲自行车展项目经理周琦告诉《中国贸易报》记者。

“亚洲自行车展是欧洲自行车展在亚洲地区的姊妹展,专业品质有保证,我们每年在大陆只参加这一个展览。去年第一次参展时,我们还没有一家大陆合作伙伴。通过在展会上做品牌推广,经过1年,我们已经在大陆拥有100多家“盟友”。亚洲自行车展为我们带来很多合作和销售机会,我们明年还会继续参展。”亚塔奇大陆区总经理杨倩玉如是说。

“探索自由的户外运动的精神,给了我们不断前行的勇气;乐观执着的骑行文化,让我们相聚在亚洲自行车展。”从杭州赶来的骑行爱好者梁先生在展会现场对记者说道。

作为亚洲自行车行业交流平台,南京·亚洲自行车展不仅展示最新的自行车产品技术,还为来自世界各地的客商提供洽谈机会,

强调骑行文化的重要性。

体验日感受骑行热情

运动自行车及装备的优越性及文化理念需要从骑行中体验、传播,2014亚洲自行车展主办方不仅为专业观众和骑行爱好者们提供了一个新产品静态展示平台,还特别组织了“体验日”活动。

一辆辆造型酷炫的运动自行车;一个个帅气逼人的骑行者;一幅幅同场竞技的精彩画面……2014亚洲自行车展开幕前一天,骑友们等待了1年的体验日(Demo Day)活动终于在南京钟山运动公园揭开神秘面纱,现场人气爆棚,骑行发烧友连称:“过瘾”。

江苏单车网的一位骑行发烧友称,自己是亚洲自行车展体验日的忠实粉丝,每年必来,对今年的场地和试骑车款性能都较满意。BIKETO美骑网的一位专业骑手被记者“拦下”采访时,已经试骑了15辆自行车。

自从去年第一次登陆亚洲自行车展以来,作为欧洲自行车展经典保留项目之一的体验日活动吸引了众多业内人士的参与,受到骑行爱好者们的喜爱。主办方提供的统计数据显示,2014亚洲自行车展体验日当天共有787位骑行爱好者到场,试骑次数高达1670次,创历史新高。



Pinarello、Scott、Shimano等整车品牌的展商普遍反映,前来参加体验日活动的骑友们都很热情,对试骑车辆也充满兴趣。对于展商而言,能够跟骑友们面对面对交流骑行感受,机会难得。

凭借2013年首次举办体验日活动的成功经验,本届体验日活动延续了亲身体验、动静结合的展示理念,一共汇集了专业自行车行业的33个整车品牌、10个装备品牌、8个零件品牌,这些品牌均携带当家运动自行车车型、2015年末上市新品到场助威。

作为第二次参展的展商,卜威工业有限公司的徐春红对2014亚洲自行车展举办的体验日活动给予肯定。她在展会现场接受《中国贸易报》记者采访时说:“亚洲自行车展在推广骑行文化方面,可以说是独树一帜。比如组织体验日试骑活动。”

新活动培养骑行意识

为了更好地助力传播骑行文化和户外运动精神,2014亚洲自行车展还在展会现场推出了一系列配套活动。

本届亚洲自行车展新设了“长途骑行专区”,特别展示长途旅行车和骑行装备,并请到当下炙手可热的骑行名人和户外达人,如不死骑品牌创始人“小明不

死”、727车队队长蒋敏等,在展会现场传授骑行攻略,推广自行车运动文化。记者在“长途骑行专区讲座区”看到,到场的“听众”不少,或坐着或站着,听得入神专注。

除此之外,今年亚洲自行车展还特别成立了“儿童安全骑行公益基金”,在展会现场开展了以“宝贝呵护行动”为主题的趣味比赛,与小小骑友们快乐互动,通过有趣的游戏培养小朋友的安全骑行意识。

据主办方工作人员介绍,短短3个小时,参加骑行比赛的孩子就达到341个,人气爆棚。在趣味比赛中,家长与孩子们共同分享了骑行安全知识,还免费领取了卡通头盔。一位名叫海宝的孩子妈妈开心地说:“这个活动太棒了,小家伙在赛道里骑了3圈还不肯出来。比赛完还得到奖品,小家伙非常兴奋。”Specialized市场部经理骆沙舟也认为,举办这样的活动很好,安全骑行应该从娃娃抓起。

“亚洲自行车展之所以成立儿童安全骑行公益基金,是为了培养青少年安全骑行的意识,在运动中做好防护。此活动我们将持续做下去,以后不仅在展会期间做,也可能会在其他时间做,甚至在国内其他地区做,全面推广骑行文化。”南京宁菲国际展览有限公司总经理李皓表示,他们希望通过各项活动的举办,能让骑行文化正能量沁入每位骑行爱好者的内心。

本版话题

会展观察

厦门会展业者欧美取经 展台也需打动人心的创意

横跨欧洲、美国,前后历时1个月,体验过雀巢、ABB、施耐德电气这些跨国巨头的企业展台,领悟美国9·11纪念馆、新闻博物馆、航天博物馆这些世界知名展馆地标……这是厦门“布展大叔”——契合展览公司总经理刘宏的欧美之旅的行程。

近日,刚回到厦门的刘宏接受记者专访时,讲述了他取经欧美会展设计“心法”的经历。他希望,这些“心法”能在厦门会展业中落地,转换成直指人心的绝招招式。

直指人心 创意设计 少花钱多办事

外国厚实的钢板上刻着遇难者的名字,池中水就像无尽的眼泪缓缓流向水池中央一个无底的黑洞。阳光照射下,水面闪着金光,庄严而不失美观。这是刘宏对美国9·11纪念馆核心区域瀑布池的感觉。“设计感很强,看似平凡却直指人心。”刘宏感叹道,这里有虚空和失去的感觉,也饱含对逝者的怀念和重生的希望,而且,还是一处让人流连的景观。

抓住人性,传递信念,攻占心智,最终打动人心。这种设计感与视觉冲击力,不仅9·11纪念馆有,在新闻博物馆、美国航天博物馆等场所也处处可遇。“现在全社会提倡少花钱,多办事,会展业尤其需要这种创意和表现形式。”刘宏表示,欧美在展台设计中体现出的创意理念,对于正在寻求转型升级的厦门会展业来说,无疑是一种很好的借鉴。在刘宏看来,欧美的设计理念是着眼于未来,耐心打磨,用心塑造;而国内更多的展台设计只注重当下,追求立竿见影的效果,缺乏一种永久的质感。

直取目标 互动体验 营造使用氛围

跨国巨头——雀巢、ABB、施耐德电气等公司的企业展台,体现了另一种风格:充分的互动,真切的体验。

在施耐德电气的企业展台,科技的应用,人机互动,让人置身于一种声光电的奇妙世界。比如,时间久了,室内灯光会自动熄灭,但只要将手往空中挥一挥,产生空气流动,光明就会重现。而全球电力和自动化领先企业ABB的展台,有一种撕扯装置,让体验者在闭合中感受高压电流产生的力量。

刘宏表示,这些企业的展台,都实现了他们的最大目标,就是在客户心中留下美好的记忆。给人印象最深的是,这种展台设计尤其注意与营销的结合,注重企业整体风格的保持以及企业理念和文化的体现。“投入是与目标相匹配的。”刘宏说,投入不是花钱多少的问题,而是取决于你想达到目标的大小。所有投入最终的方向就是直达目标。(张顺和)

读懂会议演讲人服务公司的价值(中)

■ 刘海莹 许 锋

专业演讲人的类型

对于什么样的人才能成为专业演讲人这方面没有规定。国内的《演讲与口才》杂志,似乎认为口才即演讲内容和技巧对演讲人是最重要的,每个人对于口才的理解不尽相同,但大多时候名人会被认为特别善于演讲。名人很容易成为专业演讲人,因为名人都很自信,同时受听众崇拜,听众的崇拜可能就让人忽略名人的演讲技巧。实际上,不少名人的演讲都乏善可陈。

当下,常用“气场”一词形容一个人的魔力、魅力,其神态、肢体语言、音量、语速、节奏、内容、思想的高度和深度等决定了这个人的演讲水准。他们或地位显赫,或思维惊人,或观点犀利,或幽默诙谐,或学术成就非凡,或是畅销书作者,或是经过努力拼搏而获得了一般人难以企及的成绩的人,皆因人们爱名人,争相一睹其风采、聆听其教诲、,同时也满足了人们希望窥探到名人隐私的心理。

一般而言,受欢迎的专业演讲人包括下列人员:

- (1)政治家:前政要(副总统/副总理/副首相,总统/总理/首相,议长/副议长),卸任的联合国领导人(秘书长,副秘书长),欧盟/东盟等国际组织的前主席/秘书长等
- (2)官员:卸任的部长/副部长,联合国专门机构和国际组织(如世界贸易组织)的前高官等
- (3)商业领导人:企业高管/企业家
- (4)社会活动家
- (5)世界知名奖项/荣誉/比赛的获得

者,如诺贝尔奖获得者、普利策奖获得者、奥斯卡奖获得者等

- (6)大学/研究机构的知名教授、学者
- (7)印刷媒体和网络媒体的社长/总编辑/主编
- (8)电视台的主持人或评论员
- (9)记者/播音员
- (10)体育明星(运动员和教练)
- (11)探险家
- (12)摄影师
- (13)宇航员
- (14)文艺明星,如演员、导演、魔术师
- (15)作家
- (16)慈善家
- (17)预言家
- (18)以讲笑话和以幽默诙谐著称的人士
- (19)民意测验的发起人/负责人
- (20)有突出表现的残疾人士
- (21)其他名人,如前政要的配偶、体育明星的遗孀、名人的后裔等等。

政治家、官员和企业家/企业高管都可能成为演讲人,但专业演讲人只能是卸任的政治家、官员和少数企业家/企业高管,这是由他们的身份决定的,他们不可能离开工作岗位到一个会议上演讲以赚取演讲费。

专业演讲人最适合的演讲题目有:

- (1)激励(拼搏、坚韧、永不放弃、团队合作、爱国等)
- (2)人生启迪、灵感(自然、亲情、择业、婚姻、成功等)
- (3)政治(含军事)
- (4)商业(领导、战略、管理、品牌、渠道等)
- (5)科学技术(比如,医疗行业的专业演

- 讲人)
- (6)经济
 - (7)文化
 - (8)社会
 - (9)生态
 - (10)细分领域,如妇女权益,犹太人主题,黑人历史……

专业演讲人不但只在全体大会和分会上担任主旨演讲人和分会演讲人,也常出现在午餐会、晚宴和晚餐后(after-dinner)、颁奖典礼、歌舞表演、酒会、培训教育等场合。也就是说,只要会议组织者和演讲人两方同意在某个场合或会议的某个环节安排演讲,就可因地制宜地进行设计。笔者2006年在悉尼参加了一场酒会,酒会上就有1个专门讲笑话的演讲人。

当然,专业演讲人还可以按身价(出场费)分成不同的档次。华盛顿演讲人服务公司(Washington Speakers Bureau)把与自己签约的演讲人按出场费用分为6个档次,分别是7500美元以下、7500至1万美元、1万至1.5万美元、1.5万至2.5万美元、2.5万至4万美元和4万美元以上。

国际演讲人服务公司协会

何时出现了演讲人服务公司,无从考证。可以确定的是这类公司在1970年前就存在了,因为在1973年,美国成立了全美演讲人协会(National Speakers Association of the United States of America,NSAUS)。截至2012年,该协会有39个分会,会员数量达到了2849个。1986年,Dottie Walters成立了国际演讲人代理机构组织(International Group of Agencies & Bureaus,IGAB)。2000年,IGAB的监事会投票决定另行成立国际演讲人服务公司协会(International

Association of Speakers Bureau,IASB)。2002年7月1日,国际演讲人代理机构组织并入国际演讲人服务公司协会。2010年,国际演讲人服务公司协会总部从美国的印第安纳州搬到了亚利桑那州的Tempe,与全美演讲人协会为邻。现在,国际演讲人服务公司协会每年4月召开一次年会,2013年年会在佛罗里达州的迈阿密举行,2014年年会在华盛顿州的西雅图举行。

1998年1月,澳大利亚、加拿大、新西兰和美国4个国家的演讲人服务公司协会发起成立了全球演讲人协会联合会(The Global Speakers Federation,GSF)。目前,全球演讲人协会联合会共有10个团体会员,分别来自美国、加拿大、荷兰、英国、爱尔兰、德国、新加坡、马来西亚、澳大利亚、新西兰、南非等。但这只是一个松散的国际组织,其网站上找不到该组织年会的信息,而且会员单位也并不都是名副其实的协会,比如,亚洲有两个会员,一个在马来西亚,一个在新加坡,新加坡的会员叫新加坡亚洲演讲人协会(Asia Professional Speakers—Singapore,APSS),2003年成立,实际上是一个公司。

毋庸置疑,最发达的演讲人服务公司在美国。可以查到的历史最悠久的澳洲公司是哈里·沃克演讲经纪公司(The Harry Walker Agency),1946年成立,距今已有67年的历史了,现在办公室设在纽约。哈里·沃克演讲经纪公司最早签约的是本地的演讲人,主要是位于波士顿的哈佛大学的教授和当地的神职人员,而现在与该公司签约的都是大人物,如美国前总统比尔·克林顿及其夫人、前国务卿希拉里·克林顿,前副总统切尼和戈尔,动作明星、前加州州长阿诺德·施瓦辛格,前国务

卿基辛格等。

华盛顿演讲人服务公司(Washington Speakers Bureau)成立于1979年,也已经有30多年的历史了。该公司有多名独家签约的享誉世界的招牌演讲人,如英国前首相布莱尔,美国前总统乔治·W·布什及其夫人劳拉W·布什,美国前国务卿赖斯和较早以前的奥尔布赖特(1997—2001),法国前总统萨科齐(2007—2012),美国前能源部部长(2009—2013)、诺贝尔物理学奖获得者朱棣文,美国联邦调查局(FBI)前局长穆勒(2001—2013),澳大利亚前总理霍华德,美国证券交易委员会前主席玛莉·夏皮洛(2009—2012)等。

1983年在伦敦诞生的名人演讲服务公司(CSA Celebrity Speakers),现在全球的16个国家开展业务,其网站显示该公司拥有925名签约的演讲人,如维京集团创始人、狂热的探险家理查德·布兰森爵士、美国前总统吉米·卡特等。

在美国,仍有人试图进入演讲人服务这个细分市场。Freeman是美国最大的展览/活动的主场馆搭建商,1927年成立,总部设在达拉斯,现在北美有70个办公室,每年承接1.5万个展览、会议。2012年10月5日,Freeman宣布成立“The Freeman Speakers Bureau”进军演讲人经纪圈。拥有庞大的客户资源、每年组织1.5万个活动是Freeman演讲人服务公司的天然优势,公司可以借此为客户提供一条龙的服务。

(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