

世界展览业加速“东移” 全球巨头CEFCO取真经

会展传真

昆明会展经济研讨会召开

本报讯 1月16日,以“研究、探讨新常态下昆明会展业的发展之路”为主题的昆明会展经济研讨会在昆明会堂举行。吴建民、陈先进、袁再青、储祥银、刘海莹等全国会展业知名专家、学者受邀出席研讨会。

昆明市委常委、副市长谢新松在研讨会上概述了昆明基本经济建设现状,简要回顾了昆明会展业发展历程,介绍了昆明会展业具备的优势,分析了昆明会展业存在的主要问题。

昆明市博览事务局局长周燕向与会嘉宾介绍了昆明会展基本情况,重点对目前发展中遇到的困难和存在的问题进行了介绍和阐述。她说,昆明市博览事务局成立一年多以来,致力于加强会展业的基础性工作,遵循产业发展规律,逐步提高产业的专业化、市场化水平。但是,昆明会展业在发展过程中遇到了很多困难和问题,有的问题还是昆明自身难以解决的。她希望与会专家、学者用丰富的学识和经验,为昆明会展业问诊把脉、建言献策。

与会专家及学者在研讨会上表示,不管是从国家宏观战略布局、大政方针还是从区域发展环境方面考量,昆明会展业都面临重大发展机遇。昆明会展业发展基础扎实,昆明市建设面向南亚、东南亚的区域性国际会展中心的前景广阔而美好。

1月16日是此次中国国际会展经济论坛的最后一日。此次研讨会作为昆明市会展业年度系列重大活动之一,还吸引了众多企业家参加。

据介绍,研讨会希望借助全国会展业知名专家、学者的智力等各方面资源,帮助昆明会展业理清思路,拓展视野,创造良好的发展环境,推动昆明会展业步上新台阶。

会后,昆明政府相关职能部门将认真总结分析研讨会成果,进一步加强会展政策研究,加大会展扶持力度,充分发挥资源区位优势,坚持展览与会议并重,培育与优化并举,积极整合会展资源、优化会展环境、进一步规范会展市场,引领昆明会展业健康发展,大力集聚符合昆明市产业发展导向和城市发展战略的品牌展会,提升会展业国际化、专业化、市场化、品牌化发展水平,将会展业培育成为现代服务业的先导产业、支柱产业,努力将昆明建设成为面向东南亚、南亚的区域性国际会展中心。(蔡宾)



■ 本报记者 周春雨

中国展览市场任何蛛丝马迹的变化,都牵动着全球展览巨头们的敏感神经。

日前,在昆明举办的第十一届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2015),吸引全球展览巨头悉数到场。

在本届中国会展经济国际合作论坛开幕式上,中国贸促会副会长王锦珍指出,中国展览市场日益受到世界展览业界的关注,而随着中国经济的加快转型,国际市场和中国的双向需求将推动世界展览业加速“东移”。

2014年度《报告》出炉

作为世界第三大展览专业论坛,每年中国会展经济国际合作论坛期间发布的《中国展览经济发展报告2014》(以下简称《报告》)已成与会中外展览业界期待的一道“主菜”。

可以说,每一年的《报告》都显现出中国展览市场格局的不同变化。在新常态下,2014年度《报告》的出炉更将关系到会展企业的规划和市场布局。

根据《报告》显示,2014年中国展览市场总量延续了近几年的上升趋势,但相比前几年超过10%的年增量有所放缓。据不完全统计,2014年全国共举办经贸类展览会2423个,比2012年增加约18.02%,比2013年增长4.2%;展览总面积约为7110万平方米,比2012年增加约17.97%,比2013年增加2.6%。增速放缓的同时,中国展览市场正在经历区域性调整。

据统计,2014年共有15个省、自治区、直辖市实现展会数量正增长,11个省、自治区、直辖市展会数量下降。增长的地区呈现差异化态势,使得东部与中部、西部地区展览市场的差距逐步缩小。

与此同时,2014年境外展整体规模稳步提升,各主要指标进一步增长,西欧、北美依然是境外展最大的目标市场。

《报告》指出,中国展览业办展水平日趋专业化,品牌化进程加快,场馆建设方兴未艾,会展教育持续发展。

2015年,中国展览业将在保持低速增长的同时进行优化和整合。中西部地区的展览业将得到更多的关注和更大的发展空间,新兴产业、高附加值行业展会的比例将进一步提升。

新常态下的驱动力

本届中国会展经济国际合作论坛重在探讨经济新常态下中国会展业的发展,寻求

新的增长点和驱动力。

针对会展业界关注的新常态下的市场环境,王锦珍提出三点建议:

一是全力推动改革创新,破除束缚创新的壁垒,遵循市场规律,完善管理机制,加快信息化进程,激发市场主体的活力和创造力,探索适合自身发展的新道路、新模式。

二是积极优化发展环境,要加快制定和推广会展行业标准,加大知识产权保护力度,构建行业诚信体系,提升公共服务水平,引领、推动中国会展业走专业化、规范化的发展道路。

三是不断放大会展功能,要将会展活动打造成展示国家和地区形象的宣传平台、深化经济技术合作的发展平台、促进对外贸易与投资的开放平台、推动互联互通的连接平台,充分发挥会展活动的多种功能和辐射效应,使之更好地服务于国民经济和社会发展大局。

王锦珍强调,中国会展经济国际合作论坛自创立以来,秉承“开放、合作、互赢”的宗旨,致力于为中外会展业界、政府与非政府组织间的广泛交流与合作搭建起一个高端平台,促进业界信息沟通、文化交流和经济

合作,推进中国会展业法制化、专业化、市场化、国际化发展。

商务部服务贸易和商贸服务业司副司长吕继出席开幕式时表示,中国会展经济国际合作论坛经过多年培育,为中外展览业间的交流搭建了重要平台。

此外,与会人士在“移动互联网和大数据应用”讲座上获知,中国会展移动互联终端服务水平已领先于欧美,这是中国会展业使用互联网技术进步的有力证明。

由资本到服务标准

2014年,最大的场馆在上海落成以及民营会展企业的上市,引发新一轮的市场竞争。

本届中国会展经济国际合作论坛的其中两场分会议:“上市!上市?——会展企业的融资之路”、“甲方乙方——参展方与主办方的对话”,成为中外与会同行角力的“战场”。

在前一场分会议上,关于中国会展企业的资本运作引发了一场争论:有业界人士认为,会展企业体量小、产品单一,在资本市场处于劣势。大连北方国际展览股份有限公司(以下简称北展)董事长李琼在介绍上市

后企业的变化时表示,2015年新三板融资将出现一个活跃期。争论双方给会展业抛出一个“无解”的问题。

长期以来,主办方和参展商之间被称作甲方、乙方的相互依存关系,但彼此之间有着太多的“恩怨情仇”。这其中,作为甲方的参展商总是期望作为乙方的主办方在展会期间给予更多支持,乙方也希望做到有求必应。

对此,第二场分会议的主持人——国家会议中心副总经理许锋积极调动中外嘉宾参与讨论,他们给出了各自不同的答案。其中,法兰克福展览(上海)有限公司北京办事处总经理赵慰平表示,根据国情的不同,乙方需转变服务意识。

为期两天的“CEFCO 2015”筵席已散去,但关于中国会展业的话题仍在继续。于是,与会的中外巨头们相约2016年在宁夏银川召开的CEFCO再聚。

明年,中国会展市场又将出现怎样的变数?我们拭目以待。

会展关注

“尾牙”转身社团会议趋势显现

者出席并主讲了三场类似活动:一为惠州市会展协会成立暨会展中心五周年庆典,一为广东组展企业协会就任职典礼,江门活动是第三场,主要是行业协会的成立大会。三场活动均配有专家论坛。

近年来,一般性行业庆典往往不再满足于简单的传统流程,诸如领导致辞、荣誉颁奖、文艺表演、抽奖活动等,而附之一场专家论坛,体现其高大上。

看似偶然的背后均有规律可循:论坛成了各类庆典活动的升级版。

依据《珠三角规划纲要》划分,珠三角包括9个城市和顺德区。目前,珠三角会展业发展的总体格局是广州、深圳、东莞“三足鼎立”,引领区域会展经济发展;中山、惠州、佛山、顺德方兴未艾,珠海异军突起,江门意欲赶超,肇庆尚未开发。在政策和管理体系方面,广州、深圳、东莞相对成熟,先后出台了发展意见、奖励政策等,并较早组建行业协会。近两年来,众多城市纷纷开始组建行业协会,以期达到整合资源的目的。值得一提的是,珠海在一年时间内,相继组建了珠海会展行业协会和珠海会展旅游协会,坊间有着“民办”和“官办”之说。而广州琶洲区,由于场馆云集、独具特色,进而组建了会展经济促进会,自去年起承办琶洲会展经济论坛。在省层面面上,广东于本世纪初即组建起广东省会展行业协会;三年前,珠三角“9+1”城市共同发起成立珠三角会展城

市联盟,目前运营良好;2014年夏季,中国第一家主办方行业组织宣告成立,即广东会展组展企业协会,半年来风生水起,在业内掀起一股旋风。

珠三角会展城市联盟组建后,适时担当起承接港澳论坛的重任,并于每年春初借广州会展行业协会“春茗”之际举行研讨会,为众多内地会展城市向粤港澳大湾区推介搭建平台,发挥桥头堡作用。同时,珠三角会展城市组团也已成为澳门投资洽谈会(MIF)中的重要板块之一。

广东会展组展企业协会自去年于《海口宣言》提出“全国行、全球行、网上行”的口号后,致力于深耕珠三角会展主办市场。不久前,协会在珠海会展中心策划举办“广州会展产业升级发展研讨会”,一为帮助珠海会展业扩大影响,一为办展公司开发珠海市场,更为国家会展中心启动、南北品牌项目汇聚上海,以及港珠澳大桥建成、澳门经济适度多元化后,传统会展龙头城市——广州和新锐会展城市——珠海如何升级发展建言献策。论坛举办的同时,发起成立了广东省会展教育委员会,未来计划以广东省主要会展院校师资为媒介,充分挖掘会展项目实操经验,在项目管理流程、外资会展项目会计核算、项目海外精准推广、项目材料裂变组合等方面拓展会展专业培训题材。此外,协会还将重组广东省会展标准化委员会,借鉴会员企业管理样本,起草符合组展企业发展要

求的规范标准体系。

解决如此具有前瞻性的议题,只是借助了论坛和研讨会的方式,而其本源则是一次次变身的庆典(“春茗”)或协会年会(就职典礼)。“会”与“展”在终极目标上实现了殊途同归,即站在行业发展的前端引领行业的发展。

“高歌猛进”的同时,回首刚刚过去的2014年中国会议市场,仿佛一地鸡毛。有曰:“2014年是中国改革深度改革的关键一年,市场成为调节资源的主导手段,政府逐渐开始进行角色转变。中国会议市场在2013年经历了震荡期,面对全新的行业发展环境,会议组织者、会议场所、会议目的地以及会议服务商都在寻求最佳的发展方式。”

一份资料显示,在中国会议市场,公司会议占54.1%,社团会议占9.3%,政府会议和事业单位会议占36.6%。

以上判断与《中国贸易报》近期刊发的《2014年中国会议业:一半是火焰一半是海水》一文的结论大体相仿,“2014年会议业在经历变革阵痛后,正逐渐适应新的市场环境。这是会议业回归市场化、规范化与国际化的必然”。

何为市场化、规范化和国际化?从会议类型看,商务会议是会议市场最主要成分,社团会议是重点组成部分。我国与美国、英国会议构成相比较,英美两国的政府会议占整体会议市场的比重较小。考虑到

政府会议受政策影响大、随机性强、市场化运作能力相对较弱,这部分会议的市场份额应该控制在合理范围之内。

进而我们将会看到,“今后中国政府会议、事业单位会议数量将进一步减少”,“企业会议、社团会议仍有释放空间和潜力”。事实上,这一结论还是过于保守,应当说,未来中国的会议市场将在企业会议和社团会议类别上释放更大的空间和潜力。

因为作为一种新型媒介来讲,会议形式有着优于传统媒介的更多优势。特别是科技、通信等新兴热门行业的崛起,其技术的更新升级和产品的推陈出新都需要借助于行业峰会、产品发布会、研讨会等对外发布、展示。近年来,市场不断通过现场活动创新会议形式,吸引更多用户亲临现场,实现企业与用户的最佳互动。这一市场规模的扩大对会议产业的进步及对会议企业的贡献都是不可替代的,而这一类现场活动都将通过商务会议的形式固话下来。

由此,上述“尾牙”式的庆典活动通过华丽转身,为会议市场创新了更多形式,社团会议的潜力将得到更大的释放。

(作者系广东现代会展管理公司行政总监、中国会展经济研究会副秘书长)



姜淮

记得去年3月,有感于民办公助的办会模式,曾提到“尾牙”和“春茗”的民间传统,即兴起于台湾地区,每年岁末公司举办年会,总结工作,答谢员工和客户。后这一传统扩散到粤港澳地区各类企业、行业协会和政府部门。岁月荏苒,盘点珠三角会展市场,又到一年“尾牙”时。

近日,笔者受广东省江门市同道邀请,出席其会展业庆典活动并于专家论坛上做主题演讲。蓦然想起,在一月的时间里,笔