

韩晓虹：职业会展人的概念思维

■ 本报记者 兰馨

创新,是展览项目组织方推介过程中最保险的“高调”。

在转型升级成现阶段会展业的主流时,又有人提出展会策划者应具备“做概念车”的思维。

近日,谊和永邦(北京)会展有限公司(以下简称谊和永邦)董事长韩晓虹在接受《中国贸易报》记者采访时表示,对于一位职业会展人来说,不可取的是跟风策划展览项目。

韩晓虹的自信,源自于其近年来在策划展览项目以及选择展览项目落地的城市时不求同,却获得了市场的积极响应。

自去年以来,众多知名展览项目扎堆涌向一线城市,而谊和永邦却相继将新的展览项目落户三四线城市甚至更低一级的行政区域。在会展业界,这几乎是一种“逆反”行为。

产业魅力

4月下旬,2015中国国际芳香产业(洛阳)展览会(以下简称芳香展)在洛阳举办,成为国内首个芳香产业类展会。

据韩晓虹介绍,在策划芳香展做市场调研期间发现,多数绿色有机农业种植园负责人为农民,还没有形成营销理念和体系。事实上,中国是芳香原料的生产大国。但由于我国提炼精油的技术低下,只能作为精油原料的供应方。

调查显示,云南、新疆是芳香植物种植面积最大的省区,其薰衣草80%出口至法国、日本等地。但1公斤的烘干原料只卖几百元,

而被提炼出的精油价格却高达数千元。

这令从事多年外展业务的韩晓虹,产生了促进新兴绿色有机产业转型升级的“冲动”。于是,决定通过展会的方式,将中国的芳香产业传播出去。

韩晓虹强调,芳香展的出现适逢良机。但在混沌时期,绿色有机产业需要提出一个概念,引领产业转型升级。而展会是一个最为适合的平台。

目前,我国的心理芳疗还没有形成市场。但法国、日本的心理芳疗市场增长快速。与此同时,越来越多的职业女性通过芳疗来舒缓压力。

也就是说,芳疗正逐渐渗透人们的生活。它不仅是“80后”、“90后”提升生活品质的一种放松方式,也被更多的“70”和“60后”群体所接受。

芳香展选址洛阳,与其牡丹产业发展规划有关。本次芳香展期间,有采购商发现牡丹籽油具有美容功效,这意味着牡丹产品的开发具有更多的外延性。

做执行者

“一位具有职业精神的会展人,同时也是一个好的传播者。”韩晓虹如是说。

“一带一路”战略发布之前,谊和永邦已为其在甘肃张掖举办的“丝绸之路国际生态产业博览会暨绿色有机产品(张掖)交易会(以下简称张交会)”在中亚区域做了招商招展的推广,意在借区域优势,扩大展览品牌的影响力。

随后,在领会“一带一路”战略过程中,韩晓虹发现,张交会契合了“一带一路”的发

展战略。但在张交会筹备初期,有业内人士质疑,张掖虽然有古丝绸之路的辉煌历史,但毕竟时过境迁,再搭“一带一路”顺风车,是否还具有吸引力?

据韩晓虹介绍,在为张交会做市场调研期间,当他得知张掖市政府坚定走绿色农业生产加工路线的那一刻,便决定在张掖举办张交会,让张掖的农产品通过展会平台,实现更大的经济效益。

为此,韩晓虹坦陈,喜爱上一座城市,举办展览项目的理念也会完全不同。

据了解,2014年张交会期间,现场采购额为3400万元,直接洽谈的立项额达8亿元,会后仍在对接洽谈的项目有15个。

韩晓虹介绍说,2015年张交会将进一步加大国际化和专业化推广力度。同时,结合张掖的产业优势,将强化在中亚区域的针对性的邀请,并加大张交会期间对接会洽谈,提升企业的品牌意识。尽管一些企业在“走出去”的过程中,持观望态度,看到先行者有收益后才行动,但展会是平台,为市场和产业服务。

在韩晓虹看来,展览人即是为行业搭建经贸平台的先行者,也是国家政策的执行者和推动者。

享受挑战

“在力所能及的范围内,享受挑战的过程。”韩晓虹表示,不会去尝试做不到的事情。但对认准只要执着就能做到的事还是不会轻易放弃。

幸运的是,截至目前,韩晓虹尝试挑战的张交会、芳香展都做成了,还在业内产生

了一定的影响。

今年,谊和永邦将在浙江开化举办一个旅游展。开化也是一个不会被会展业界看好的行政区域,但在韩晓虹看来,位于浙江西部边境、地属浙江省衢州市的开化,地处浙皖赣三省七县交界处,是浙江省母亲河——钱塘江的源头。从目前看,与长三角其他城市相比,开化的交通略有不便,但其尚未被开发的旅游资源却是举办旅游展的启动点。

面对业内的质疑,韩晓虹表示,不否认,现阶段的四三线城市或更低一级的行政区域存在一个共性的问题:城市和行政辖域本身形象宣传缺失。但这并不是其致命的短板,展会本身也是一个传播载体。通过举办展会让外界更多地了解一座城市,是很有效的宣传手段。

据透露,目前,谊和永邦的新项目将持续涉及物联网、租赁等领域。

韩晓虹认为,在“互联网+”战略背景下,物联网展览项目将有更大的发展空间。在市场调研中了解到,租赁行业的一位参会人,即是参展商又是采购商,说明这是一个“物联”世界的时代。

“一个职业会展人可能对某个行业了解不深,但首要考虑的是对参展企业的参展和营销会带来怎样的效果。”韩晓虹认为,只要不是以卖展位为目的,展会的平台效应才能彰显。一个优秀的会展项目可以改变一座城市的未来,而这正是职业会展人的舞台。

会展关注



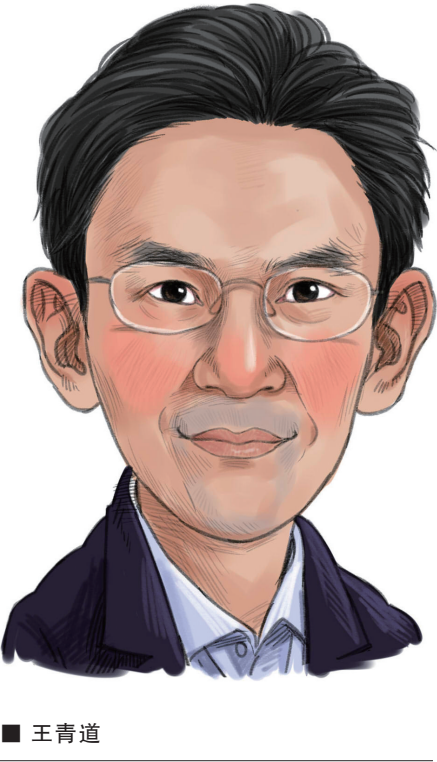
日前,由北京大学文化产业研究院与亚太文化创意产业协会共同主办的“第九届法蓝瓷陶瓷设计大赛”证件发布会在京举办。本次大赛将以总额超过20万元的奖

金,强力征求陶瓷好设计。报名时间从5月8日起至7月15日止。首轮决选入围名单将于7月底公布,并启动网络票选活动,11月中旬进行决赛。据悉,大赛陶瓷设计组金奖得主

可独得10万元、概念设计组金奖获得者则可得2万元的高额奖金,并有机会登上国际级设计舞台,参加全球顶级时尚家饰殿堂巴黎时尚家饰展。 本报记者 季春红 摄



会议业需要标准吗?



■ 王青道

展览业给自己弄了很多规范,相比之下,会议业的标准就少得多。为什么呢?会议与会议市场到底需不需要标准?如果你觉得需要,那么为什么呢?最近,国务院发文鼓励展览业发展,会议业的一些朋友坐不住了,希望做些什么来凸显会议业的价值,其中就有人提议制定会议行业的标准。

既然是一个行业,就得有行业的规矩,否则就会出乱子。反过来想,市场运行过程中之所以会出问题,就是因为没有规矩嘛。所

以,行业主管部门、行业组织的重要职责之一,就是制定行业规范。这是我们长期以来的思维习惯。可行业与行业不一样,时代与时代不相同,照搬其他行业的模式,拿过去的事儿来说现在和未来,怕是很难行得通。

会议与会议市场的以下特点,为制定统一的行业规范平添了很多麻烦:

一是会议数量多,多到无法计数。到现在为止,没有一个国家或者城市能够采用业界普遍认可的方式,对辖区内举办的会议进行相对准确的统计。不是不想这么做,而是不具备现实的可操作性。

二是会议市场的入口多,出口分散,中间又缺乏有效的控制环节。上游,中国有上百万家企业、社团和不同层级的政府机构等都在办会;下游,中国有数万家可以举办会议的酒店、会议中心等场所,每天都有不计其数的会议在召开;中游呢?会议公司承接的会议数量大约只占市场总量的几分之一。

三是会议种类繁多,要求各异,统一服务标准很困难。不仅是不同行业、不同学科、不同范围、不同区域、不同层级,以及同样机构、不同负责人举办的会议要求不尽相同;即便是相同的机构、相同的负责人,在不同的时间、不同的地点,以不同的目的,面对不同的参与者,采用不同的预算额,举办的会议在内容、形式、流程及服务要求等也会有很大的不同。稍微夸张一点说,每个会议“长”得都不太一样。

展览与会议不同,展览总体数量少、单个体量大,入口和出口比较容易把握,再加上展览活动目标的相对统一性,这些都为展览业

制定统一的行业标准提供了现实的可能性。

正是因为会议本身的特殊性,到现在为止,国际上并没有统一的会议行业规范,也没有发现哪个发达国家尝试着制定这样的东西。不过,会议市场细分群体中倒是有一些自己的规范,不过影响面并不大。比如,美国国际会议中心协会(IACC)、全球最佳会议城市联盟(BestCities Global Alliance)等,对其会员有相应的要求,就像国际酒店集团都有自己的会议服务标准一样。面对这种比较特殊的市场环境,会议产业链中的不同群体或个体,根据自身情况制定相应的行为规范和操作指南,就成了会议与奖励旅游市场行为规范化的主要方式。

有两个问题愿与业界探讨:

一是政府与行业组织该怎么定位自己的角色?除了制定标准,我们还能做些什么?

对于政府与行业组织来说,如果有一个行业标准来规范、协调这个行业的市场行为,相关的工作就会变得更方便、更有效。思路没有问题,但并不是放哪儿都管用。会议市场的复杂性,让我们惯常地通过制定一个行业标准将管理与协调工作理顺的想法化为了泡影。除了制定行业标准,政府与行业组织实际上还可以做很多事情。政府部门和行业组织既然是为市场服务、为企业服务的,那就设法找到会议市场的痛点,帮企业解决几个他们急需需要解决的问题,这样做会来得更为真实而有效。

国外的会议与旅游局(CVB)显然没有把精力放在制定行业标准上,其工作重点

的地在国内外的影响力、引进重要会议与奖励旅游项目,以及为重要会奖项目落地与执行提供必要的服务等。

二是衡量会议成功与否的标准是什么?谁是最终的裁判者?

展览的目的相对比较单一,虽然展览参与者的出发点会略有不同,但达成交易无疑是各方的终极诉求。换句话说,衡量展览效果的标准相对客观,因而比较容易评判。会议则大不相同,会议价值的多样性决定了衡量会议成功与否的标准的复杂性。人们至少会因为六个原因而举办会议或者成为会议的参与者:学习、讨论、观点分享、业务、社交和激励。这六个因素都不太容易量化。因此我们说,一个会议成功与否在很大程度上取决于参与者的感受,而这些感受则是由会议的内容、形式、流程、设计、服务等一系列要素共同构建的。随着时间的推移,参与者的感受或者叫体验,对于会议效果的影响将越来越大。

那么,谁是会议成功与否的最终裁判者呢?是会议主办方吗?从表面上看好像是,但实际上,会议的成绩单是由参与者各方共同完成的,既包括主办者,也包括参会代表、赞助商、合作伙伴、演讲人、主持人、嘉宾以及服务提供者等。

(作者系中国会展经济研究会副会长、《会议》杂志总编辑)

会展大咖秀

会展传真

南京出台会展业管理新规 展会不得擅自“国际性”

本报讯 5月10日,南京市政府印发了《南京市会展业管理办法》和《加快推进会展经济发展的意见》,对会展业发展作出严格规范,今后在宁举办的展会不得擅自以“国际性展会”。

《加快推进会展经济发展的意见》明确,国际性展览是指国外(含海外)参展单位(参展商)超过5个国家和地区、参展净面积不少于整个展览会净面积20%的展览会。举办单位不得擅自变更会展活动名称、内容、时间、地点,举办单位发布招展信息须真实有效,不得夸大会展的规模和性质。为提高组展办会效率,鼓励和吸引规模大、品质高、拉动效应显著的重点展会在宁举办,南京还将对展期在3天(含)以上,规模在1000个国际标准摊位以上的国际性展览,或2000个国际标准摊位以上的国内展览,启用开通“重点展会绿色通道”。

根据《南京市会展业管理办法》,南京将以河西新城会展场馆建设为核心,同步推进江北新区、禄口空港与龙潭港、南部新城等区域结合发展定位,建设特色会展区,形成“一核三区”的全市会展产业发展布局。鼓励举办科技含量高、服务本市支柱产业、新兴产业、促进本市经济发展的展会。鼓励扶持会展龙头企业、打造品牌会展,推动会展业市场化、专业化、品牌化、国际化发展。(王世停)

昆明市政协专题协商 会展业促进条例

本报讯 日前,昆明市政协常务副主席张建伟带队对昆明市会展业发展情况进行视察,并对《昆明市会展业促进条例(草案)》(以下简称《条例》)进行专题协商。张建伟提出,加快《条例》出台工作,助力南博会。

视察组一行实地视察了滇池国际会展中心场馆建设情况,听取相关情况介绍。目前,滇池国际会展中心场馆各项建设进展顺利,下月举行的南博会就将在滇池国际会展中心举行。

视察组对《条例》进行了专题协商。昆明会展业起步于上世纪90年代初,是全国较早发展会展业的城市之一。经过多年不懈努力,昆明现已成为西南地区重要的会展中心城市,目前正加快建成我国面向东南亚、南亚的区域性国际会展中心城市。《条例》分别从会展业促进与保障、管理与服务、法律责任等方面对会展业各类行为作了规范,在促进发展、扶持措施、服务管理等方面作出具体规定。《条例》明确鼓励企业到外省、市和境外参展办展,鼓励会展企业与国际会展业组织、企业的交流和合作,鼓励会展项目和会展企业加入国际会展业组织,取得国际认证。鼓励会展企业运用现代信息技术,开展服务创新、管理创新、市场创新和商业模式创新,发展新兴会展业态。

视察组从昆明的会展业发展和《条例》文本方面提出意见建议。视察组认为,昆明会展业要充分体现地方特色,立足昆明、联合地州、放眼世界,打造会展品牌。张建伟表示,昆明会展业发展从无到有、从小到大、从弱到强,会展行业有领导、有机构、有计划、有活动、有成效、有经验。随着南博会的临近,要加快《条例》的出台工作,以此为契机促进昆明会展业发展,助力南博会举行。(张梦曦)

海口启动会展人才培养 “千人计划”

本报讯 日前,2015年第一期海口市会展业人才培训班开班,政府办班为会展人才“充电”,拉开了今年海口会展人才培训“千人计划”实施的大幕。

根据计划,今年海口计划举办会展人才培训三四次,培训会展从业人员千人左右,充分利用海南大学、海口经济学院等高校的会展教育资源开展会展学历教育和职业教育,培养不同层次的会展人才。

在培训班上,海口市会展局和海口市会议和展览业协会联合邀请上海会展行业协会的专家董勇发团队和海南大学旅游学院会展系教授和老师,为该市会展业中高级从业人员进行在会展融合互联网方面的技能的培训。该市会展管理部门工作人员、30多家会展企业的经理和高管、海南大学相关专业师生共200多人参加了培训。(张中宝 刘贡)