

中国展览业：体系建设或将提速

■ 本报记者 兰馨

中国展览业的体系建设,有望在“十三五”期间进一步提速。

近日,贯彻落实国务院发布的《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》(以下简称《意见》)研讨座谈会在北京国家会议中心召开。在此次由中国会展经济研究会主办、中国会展经济研究会秘书处、国家会议中心承办的座谈会上,相关管理机构有关负责人、业内人士就《意见》对中国会展业发展的意义,以及在贯彻落实中的重点、难点等问题,进行了颇具建设性的探讨。

业内认为,国务院发布的《意见》,是首次将展览业提升到国家战略的高度。这表明,展览作为政治、经济、商贸的重要平台,在我国经济发展中的作用更为凸显。但不可否认,中国展览业的建设亟需完善。

这是自《意见》发布以来,相关管理机构就贯彻落实进行的首次解读。

提升认知

国发〔2015〕15号文《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》指出,我国展览业体制机制改革滞后,市场化程度发展迟缓,存在结构不合理、政策不完善、国际竞争力不强等问题。

出席此次座谈会的商务部服务贸易和商贸服务业司(以下简称商务部服贸司)有关负责人表示,展览会具有经济、社会、生态、文化

四大方面功能,这与国家和谐社会建设五位一体的布局大抵对应。

他表示,市场化是展览业未来的发展方向,今后政府审批和管理将从商业展会经办中脱离,原来由政府举办的展览项目,将通过购买服务、委托专业展览机构承办。

上述负责人介绍,今后,商务部将着力健全优化展览市场环境,建立标准、诚信、知识产权保护、打击侵权和假冒、行业统计和人才教育六大体系。

中国会展经济研究会会长袁再青表示,此次研讨座谈会旨在进一步加深对《意见》的认识,探讨贯彻《意见》过程中遇到的问题,交流落实《意见》的具体措施和建议,为相关主管部门提供参考,了解情况,以便做更进一步的推动。

前瞻性战略

中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎认为,《意见》是迄今为止展览业最为系统、具有战略性和前瞻性的文件。其中,会展业的“十三五”目标基本确定。

《意见》强调,促进展览业改革发展,关键要坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向,培育壮大市场主体,加快展览业转型升级,努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展,更好地服务于国民经济和社会发展全局。到2020年,基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。

《意见》提出四个方面的措施要求:一是改革管理体制。加快简政放权,建立部际联席会议制度,统筹协调,加强事中事后监管。推进展览业市场化进程,严格规范各级政府办展行为,逐步加大政府向社会购买服务的力度。

二是推动创新发展。加快信息化进程,提升组织化水平,健全展览产业链,形成行业配套、产业联动、运行高效的展览业服务体系。要完善展馆管理运营机制,制定公开透明和非歧视的场馆使用规则。深化国际交流合作,与国际展览业组织、行业协会、展览企业等建立合作机制。

三是优化市场环境。完善行业标准体系和诚信体系,打击侵权和假冒伪劣行为。加强展会知识产权保护,提升对展会知识产权的创造、运用和保护水平。

四是强化政策引导。优化展览业布局,推动建设一批具有世界影响力的国际展览城市和展览场馆,培育一批品牌展会。落实财税政策,改善金融保险服务,提高参展办展便利化水平。要健全行业统计制度,建立和完善展览业统计指标和监测分析体系。加强人才体系建设,全面提升从业人员整体水平。

倡导展会诚信建设

在此次座谈会上,袁再青建议,由商务部服贸司联合行业组织,依靠市场力量,启动“中国展会诚信建设工程”项目。

袁再青提议,开展展会诚信建设的宣传普及,借此把诚信建设作为展会提升质量、转型升级的重要途径;制定中国展会诚信建设标准;围绕这个工程推出中国展会诚信认证工作,制定认证工作程序;建立中国展会诚信建设网站,以便查询;每年由商务部或相关部门牵头发布一次中国展会诚信建设年度报告。

袁再青表示,建设诚信工程要利用新科技手段,对诚信信息进行收集、统计,并对信息进行调查、核实,做诚信信息发布,为参展商、采购商、场馆提供信息服务。

袁再青提出,建设展会诚信工程应建立事中事后监督机制,包括:诚信建设的统计和调查机制、展会诚信的投诉、举报核查机制,除了通过主办或主管部门发现,还要利用社会力量,对参展商、采购商不诚信、违法侵权、假冒伪劣行为进行举报。制定诚信奖惩机制。

长期以来,会展诚信一直是业界普遍关注的问题,展会的不诚信行为屡屡出现。

国务院发布的《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》可作为开展诚信建设工作的有力依据。从中国会展业发展的实践来看,启动展会诚信建设工程条件已经成熟。

会展关注



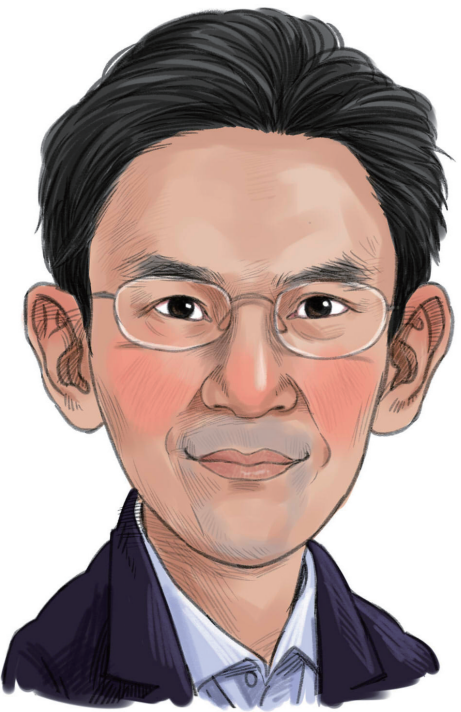
夏日傍晚的罗马Eur湖畔近日热闹非凡,散步或者在草地上休息的罗马市民被极具中国特色的石狮子、李小龙雕像等吸引,纷纷聚拢到中国国际文化博览会的展台之前,享受这场精彩的文化大餐。

据了解,本次博览会由中国驻意大利使馆文化处、意大利国家文化部、国家体育总局、拉齐奥大区、罗马市政府、罗马华侨华人联合总会、欧华联合时报共同主办。中华传统民族文化成为本届博览会的一大亮点。

在展会现场,记者看到了包括中国书画、中国服饰、中华美食等多个展位,现场观展的既有罗马市民,也有不少华人,一些华人女性还穿上了传统的旗袍,形成一道美丽的风景。

李卿 摄

会奖业，不“互联网+”真不行



■ 王青道

互联网在我们身边已经打转儿多年,会奖业也跟着喊了不少口号,腿好像抬了起来,可最后是原地踏步。如果找一个理由,那就是第一波互联网浪潮更多是针对C端客户的,消费互联网的眼球效应满天飞,可如果想用到会奖旅游B端客户身上,还真有点不容易。如今,

“互联网+”来了,瞄准的就是B端市场。

会奖市场挺有意思,每次面对的都是一个个鲜活的个体,C端客户的特征很明显,但真正打交道的对象——会议与奖励旅游采购人、策划人,却具有十足的B端客户的味道,专业、理性、规范。作为个体参会者,互联网的各种应用都已经十分普及,而作为市场主体的企业,却仍然按照旧有的模式运行,这之间形成了强烈的反差。其中的原因倒也不复杂,因为个体的选择和决策受制因素很少,心动加行动,用不了十天半月,消费习惯、交友习惯等就可能大变样。但企业就不一样了,牵一发而动全身,企业负责人的思想要变,产品、服务、商业模式要变,甚至产业链上下游还要一起变,困难可想而知。

然而,历史的车轮滚滚向前。如果说互联网思维只是互联网革命前奏的话,那么“互联网+”——互联网与实体经济的融合,将把互联网革命推向纵深。

来自易观互联网+研究院的分析认为,互联网商业的发展大致分为两个阶段:第一阶段为1.0时代,即消费互联网阶段,这一阶段针对的主要是个人(C端),目的是提升消费过程的体验,包括阅读、出行、交友、娱乐等;第二阶段是2.0时代——产业互联网(互联网+实体经济)阶段,主要对象是B端客户,通过对生产、交易、流通等环节的渗透,达到提升效率的目的。1.0到2.0的过程,实际上就是个人虚拟化到企业虚拟化转换的过程。产

业互联网的核心价值是,通过传统行业与互联网的融合,寻求全新的运营管理模式与服务模式,为消费者提供更好的产品与服务体验。更为重要的是,向线下实体经济靠近,互联网的连接与聚合能力将更强大,互联网技术也将更先进,包括移动终端设备、大数据、云计算、人工智能等。由于传统产业涉及面广,与人们的生活与工作息息相关,因此产业互联网将更加深刻地影响和改变人们的生活方式、思维方式、学习方式、工作方式、社交方式等。作为全球第二大经济体,中国拥有全球最大、最齐全的工业体系,现代服务业迅猛发展,如顺应潮流,必将产生巨大的发展能量。这就是“互联网+”能够成为国家战略的重要原因。

物质短缺时代基本结束,通用商品与服务趋于饱和,个性化、定制化越来越成为消费的主流,而传统的实体企业还不具备提供柔性化产品与服务的能力,无法满足消费者日益细分化的市场需求。德国人也看到了这一点,于是推出了工业4.0,我国推动“互联网+”,其意义也在于此。传统企业要融入互联网,就得对设计、生产、物流、服务等一系列环节进行变革,运作模式也需要从过去的规模化转向个性化和定制化。

在易观互联网+研究院看来,包括会奖业在内的B2B业务,要成功融入互联网,需要关注以下三点:

一、互联网对传统行业的改变大约会经历四个阶段,分别是营销的互联网化、渠道的互联网化、产品的互联网化、运营的互联网

化,你在哪个阶段?二、互联网技术分为三个阶段,初级阶段包括电邮、搜索引擎、企业网站、网络社区,中级阶段包括企业APP、微信公众号、微博号、电子商务网站,高级阶段则包括云计算(一种按使用量付费的技术应用模式)、大数据(从海量数据中挖掘有价值的数

据),你在哪儿?三、“互联网+”落地三步走,你走了几步?

传统企业互联网化的核心在于“在线”和“联网”。只有在线,才能实现数据的沉淀、积累、挖掘和使用,最终抓住C而推动B,实现C2B的转变。

用互联网思维武装全体员工。工作内容包括:

企业平台化、组织扁平化、员工创客化。用户全程参与倒逼管理升级,全员客服,考核去KPI化。

全面导入互联网精神:平等、开放、协作、分享。

注意:要更换操作系统,不是打补丁。

用互联网模式开辟新业务,重构整个商业价值链。方式有很多,包括:免费模式、跨界打劫、社群模式。

(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

沈阳打造东北会展中心城市

本报讯 近日,辽宁省沈阳市市长潘利国主持召开办公会议,研究部署加快沈阳市会展业发展工作。他强调,要结合城市发展定位和“十三五”规划编制工作,科学制定沈阳会展业发展规划,提高沈阳市会展业的市场化、专业化、品牌化、信息化、国际化水平,做大做强会展经济,努力打造东北区域中心会展城市。

经过多年培育,沈阳市会展业规模不断扩大。该市现有展览场馆13个,室内展览总面积近20万平方米,四季办展不断、品类不断增加、层次水平持续提高,会展主要经济指标年均增长率超过10%。2010年至2014年,该市会展业直接收入150亿元,拉动交通、住宿、餐饮、旅游、购物、广告等相关行业消费收入约1350亿元,参展企业在沈阳纳税约25.7亿元。去年,沈阳成为全国展览业发展综合指数十强城市,位列东北地区第一。

潘利国指出,当前,要结合“十三五”规划编制,立足国家中心城市建设,做好沈阳市会展业发展规划。要进一步明确产业定位,科学制定指标体系,按照市场化、专业化、品牌化、信息化、国际化的原则,不断做大沈阳市会展经济的规模和体量,将会展业打造成为沈阳市经济发展新引擎,拉动消费增长,带动全市产业提档升级。要在巩固提升原有展会品牌的基础上,围绕全市产业发展定位,培育更多水平高、影响力大的专业展会品牌,为沈阳新兴产业发展搭建招商引资平台。要依托国家“一带一路”建设战略,加快沈阳会展企业“走出去”的步伐,提高全市会展业发展的国际化水平。要创新体制机制,整合各类资源,完善基础设施建设,提高交通、餐饮、住宿、娱乐等配套服务能力。要完善产业体系、政策扶持体系、人才支撑体系建设,大力支持行业协会、展览公司等专业机构开展市场化运营,加快推动沈阳市会展业健康发展。(沈日)

中国农产品贸易对接会提升国际化程度

本报讯 11月27日至29日,由世界批发市场联合会亚太地区工作组、中国全国城市农贸中心联合会、中国贸促会河南省分会共同主办的第八届中国国际农产品贸易对接会(以下简称农贸会)将在河南郑州举办。

据主办方介绍,第八届农贸会的主题是“农贸会与您共创国际品牌”,展览面积将达2万平方米,展位将突破1200个。本届农贸会国际化程度将进一步提升,展会设立国际展区,预计将有来自韩国、马来西亚、泰国、斯里兰卡、美国、英国、法国、意大利、西班牙、秘鲁、智利、土耳其、中国台湾等境外涉农机构和企业参展。

为丰富展会内涵,除了展览展示、项目签约等项目外,还将同期举办2015年中国农产品批发市场行业年会、第四届中国农产品采购商大会、国际食品贸易合作圆桌会议、“品牌故事”农产品微电影大赛、全国百强特色小镇博览会等系列活动。

全国城市农贸中心联合会会长、世界批发市场联合会亚太地区工作组主席马增俊介绍说,目前中国农产品流通主要以批发为主。解决中国“三农”问题中的农民增收问题以及农产品流通不畅问题,农产品批发是有效手段。此外,欧美国家市场需要中国优质农产品,只是对其缺乏沟通和了解。因此,农产品贸易对接十分迫切。

农贸会历经7年积累,已发展成为促进亚太地区乃至国际农产品流通和扩大国际贸易的重要平台,成为展示国内外农产品流通业发展成果、农业新产品的窗口,是实现国内农产品与国际对接、扩大农产品进出口贸易的有效渠道。(范丽敏)