

展装搭建: 考验行业诚信体系建设

■ 本报记者 兰馨

近期,某些展会展位倒塌引发了业内关于展会安全与诚信问题的热议。

随之,展装企业资质的问题再次成为业内讨论的焦点。现阶段,资质认证成为展装企业一张有效的“通行证”。随着市场需求的增长,通过一级资质认证的展装企业数量也逐渐增多。

针对这一现状,一位不愿具名的业内人士表示,通过一级资质认证的企业数量超过了二三级认证企业的数量,恐怕会造成市场混乱。

资质认证,是指由国家认可的认证机构证明一个组织的产品、服务、管理体系符合相关标准、技术规范或其强制性要求的合格评定活动。随着市场经济的发展,一些行业也相继推出了行业资质认证,作为一个门槛,为行业发展提供了行之有效的规范手段。但不可否认,受利益的驱使,行业资质认证被指有行为“摇钱树”的嫌疑。

“遵从市场规律”

“展位倒塌不应该和展装市场同业间竟

争有联系。”北京逸格天骄国际展览有限公司副总经理李益接受《中国贸易报》记者采访时表示,近日有媒体报道认为,某展会期间,参展企业的特装展位倒塌是同业间低价竞争导致的,这样的报道有失公允。

李益认为,尽管目前的展装企业难免良莠不齐,但一个专业的展览工程企业,承接了客户的工程,就意味着责任。与此同时,作为客户一方也应清楚市场规律,明白低于市场价格的服务意味着什么。

李益提醒说,在市场高度透明的情况下,展装企业已经没有暴利可言。所以,理性的客户需要明白,在市场充分竞争的情况下,“物美价廉”的产品非常少。

一个负责任的企业,在清楚参展目的的同时,更需清楚参展价值是要通过企业的价值观和企业文化体现的,这样才是有效的参展。

展馆负有监督责任

在上述某展会展位倒塌事件发生后,社会关注的是低价竞争。事实上,作为展馆一

方,对展位搭建应有监管的责任。

李益介绍说,近年来,由于展馆方的监管比较严格,北京、上海展会展位倒塌的事件非常少。

众所周知,展览项目组织方在展位搭建商进场之前,需向展馆方缴纳施工管理费。这表明,展馆方对展位搭建负有监管的责任。

据介绍,北京中国国际展览中心、上海国际博览中心对展位搭建的检验比较严格。其中,上海国际博览中心官方的监管负责人,在展位搭建过程中发现有操作人员没戴安全帽,会及时提醒和监督。

但这类监管,也存在一个问题,比如专业设计和搭建技术在施工过程中需要做做一些特殊处理,但展馆方作为最终的检验方,有时会出于责任的考量,不给予通过。随着会展市场的快速发展,展馆方也需要进一步了解展装设计与技术,以便给予合理的监管与监督。

展装业的诚信时代

出于展馆租金和展会档期的考虑,通常

展会组委会留给展装搭建的时间非常有限。

李益认为,遇到好的客户,展装企业也会进步。近年来,亚洲博鳌论坛、新领军者年会(又名达沃斯夏季论坛),以及北京、上海车展等,都为展装企业的快速成长提供了机遇。

与此同时,不难发现,多数展装企业被企业指定为服务商,并持续多年为其提供服务。究其原因,认同客户价值观是展装企业与客户长期合作的根本。

李益强调,尽管全国会展业协会缺位,是制约展装市场有序发展的瓶颈。但展装企业履行诚信,也是一种自律行为。假设有第三方展览监理组织,展装市场是否会更好?

“目前,中国展装技术已经与国际接轨。”李益认为,国务院《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》提到了法制化建设,这是一个非常好的信号。

会展关注

会展传真

振威展览集团 米兰世博会受关注

本报讯 近日,中国国务院副总理汪洋在意大利出席了2015米兰世博会中国国家馆日活动。本届世博会以“滋养地球,生命能源”为主题,聚焦农业和食品。

汪洋在官方仪式致辞中表示,中国国家馆以“希望的田野,生命的源泉”为主题,展示了中国农耕文化、现代农业科技和当前的农业政策。

当下的中国正在进行转变农业发展方式的变革,为实现农业可持续发展开始新的努力。今年恰逢中意建交45周年,期待通过米兰世博会让古老的丝绸之路焕发出新的时代光芒。

在中国国家馆日活动第二天举行的中国—意大利农业食品经贸合作论坛上,汪洋进一步指出,中国政府特别重视粮食和农业问题,始终把发展农业作为治国安邦的头等大事。

双方应相互扩大市场开放,扩大贸易规模,充分释放双方农产品贸易的发展潜力,并积极开展多种形式的投资促进活动,帮助企业寻找更多的贸易和投资合作机会。

中国农业部部长韩长赋,中国贸促会、中国国际商会会长姜增伟,意大利对外贸易委员会主席里卡多·蒙蒂,意大利农业食品和林业政策部部长毛乌利兹·马尔蒂纳出席论坛。

出席本次论坛的中方贸易机构与知名企业包括中国国际商会、中纺集团、北京首都农业集团、振威展览集团等。意大利农业食品和林业政策部部长毛乌利兹表示,他期待意大利与中国展开更多形式的贸易合作,将意大利的披萨、橄榄油、红酒等产品带到中国。

会后,汪洋接见了中纺集团、北京首都农业集团、振威展览集团等企业代表。当与代表们交谈中得知振威展览集团总经理张学山来自广东时,汪洋风趣地说:“那我们算是老乡了,我在广东工作过多年,希望展会在国际交流与贸易合作中,起到桥梁和纽带作用。”(毛雯)

昆明会展“二次创业”再加速

本报讯 近年来,昆明会展业发展成绩斐然。据不完全统计,2014年,该市会展企业自办或承办的各类会展活动达400场以上;第二届南博会暨第22届中国昆明进出口商品交易会除拉动消费之外,累计外经贸成交额达210.3亿美元,同比增长20.4%,签约外来投资项目资金总额7082亿元人民币,同比增长18%。第66届中国教育装备展示会和第49届新特药品交易会拉动效应分别为1:7.24和1:7.18,均接近国际展业1:10的产业带动系数。

同时昆明会展业与发达城市相比差距依然存在,面临着西部城市及东南亚国家会展业发展的双重竞争压力。昆明须抢抓“一带一路”战略实施机遇,发挥地缘优势,将昆明推向世界。经过广泛、深入调查研究,昆明会展业提出要二次创业、后发赶超的思路。昆明市将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,规范会展市场,加快培育品牌展览、壮大会展企业,提升会展业国际化、专业化、市场化、品牌化发展水平,努力打造面向东南亚、南亚的区域性国际会展中心。

云南省社科院南亚研究所所长陈利君认为,一方面滇池国际会展中心展馆可以提供充足的展位,让更多的参展商有机会进入南博会;另一方面这里交通便利、会议设施齐全,未来南博会期间还可以举行更加丰富的论坛等活动。可以说,昆明会展业正迎来新的发展时代。(许孟婕)



近日,首届中国—中东欧国家投资贸易博览会落下帷幕,第十七届中国浙江投资贸易洽谈会、第十四届中国国际日用消费品博览会同期闭幕。三大展会均圆满完成各项活动,总体成效超出预期。

为期5天的展会,通过举办投资洽谈、展览交易、会议论坛、人文交流四大板块58项重点活动,为搭建中国与中东欧国家经贸合作大平台、提升浙江参与国际交流合作水平、加快宁波港口经济圈建设等起到了有力的促进作用。

黄瑞鹏 马焱 摄

构建展览产业生态圈正当时

场馆及配套服务。不得不说,拉斯维加斯会展及观光局的组团推广,展示出其展览产业生态圈的强大威力。

无独有偶,6月2日,在国家会议中心举办的魅族手机发布会上,魅族副总裁李楠宣布将整合一系列的硬件设备商和内容提供商,打造手机智能服务生态圈,为用户提供全方位的使用体验。这些事例表明,商业竞争发展到目前阶段,已经不再是企业间的单一竞争,而是企业通过整合周边资源,同关联企业形成矩阵式利益共同体,与竞争者开展的集群化较量。

近年来,业内倡导打造展览产业生态圈的呼声强烈。在笔者看来,主要分为两类:一类是主办机构,例如中国国际消费电子博览会(SINOCES)的主办方早在2005年就积极与CES的主办方——CEA开展合作,颠覆了原有的展品结构及模式,逐步向智能、互联、融合等行业新趋势迈进。双方在客户共享、宣传推广、产品与技术发布等方面展开全方位合作,有效提高了SINOCES的国际化经营管理水平,推进了其成为亚洲最重要的消费电子展的进程。通过营造商业生态圈,SINOCES获得了跨越式提升的机会,CEA也得以深入了解中国市场,最终CES Asia于今年登陆上海,并获得了市场的认可。展览主办机构之间建立产业生态圈,既能通过垂直整合,丰富展览项目的题材内涵,又能通过外部延展,探索新的商业空间,催生全产业链型展览和跨界融合型展览,是展览业未来发展的方向。

另一类是会展场馆,尤其是涉及管理输出业务的会展场馆。会展场馆展前是生产平台,展中是展示交流平台,展后是物资回收平台。产业链上的各类型企业,从主办机构到垃圾回收商,场馆是唯一需要和方方面面直接打交道的一方。因此,搭建产业生态圈是必然选择。一个展览项目,从报馆开始,场馆就开始对生态圈中的合作者灌输各种安全、品质、服务的理念,力求通过建立统一模式,为受众提供一场高水准的展览活动。很多时候用户评价某某场馆协同性好,配套服务完善,其实就是指该场馆所建立的产业生态圈发挥出了应有的作用。

场馆的管理输出业务更是需要通过建立产业生态圈来确立标准,明晰规则,建立普适性的商业模式。输出管理公司打造的产业生态圈,应该囊括规划院、设备商、软件商、服务商、主办机构、媒体机构、教育机构等重要部门,从一家会展场馆的设计阶段,管理公司就应该开始向投资方提出功能、装修、设施、设备、家具、电器、用品等方方面面的要求,管理公司自己虽不直接生产任何的相关产品,但是可以通过其打造的产业生态圈,由各专业机构分领域、分步骤、分批次的提供,只有在业主投资的会展中心符合“输出标准”的前提下,管理公司才会签订委托管理合同。如此一来,交付的会展中心就具有统一规格,充分满足运营条件,拿来就可以直接经营。这与目前会展场馆管理输出中遇到的先建设,后咨询,再改造,折腾一圈之后才能进入经营状态的情况相比,能够节省大量的资金成本和

时间成本。

国务院《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》中明确提到:“鼓励展馆运营管理实体通过品牌输出、管理输出、资本输出等形式提高运营效益。加强全国场馆信息管理,推动馆展互动、信息互通,提高场馆设施的使用率。”品牌、管理、资本及信息无法由某一家公司来全盘提供,只能靠构建的商业生态圈来整合。对于展览业稍落后的地区,选择专业场馆管理公司的目的,绝不仅仅是满足管理诉求,其对管理公司入驻后所带来的客户、服务商、供应商、媒体甚至投资者都给予了相当程度的期盼,专业场馆管理公司的最终作用是场馆所在地建立起一个完整的展览业生态圈。这个产业生态圈可以使管理公司的专业化能力真正得以体现。场馆管理输出的不是单一的管理体系,而应是由众多合作企业矩阵化构建的服务网络。

无论展览业的产业生态圈由主办机构发起还是由展览场馆策动,目前已经步入了实际操作阶段。未来这些生态圈将会把主办方、场馆、观众、服务商更加紧密地结合到一起,形成各自领域的集成化品牌,万达的所谓城市综合体就是其打造的商业生态圈的实体展现,会展业离这一天也越来越近。

(作者系国家会议中心总经理)

会展大咖秀



■ 刘海莹

据比特网报道,5月底,亚洲消费电子展(CES Asia)在上海火爆举行。此次展会期间,拉斯维加斯会展及观光局带领当地会展代表团访问上海,代表团中有美国无线通讯和互联网协会(CTIA)、翡翠博览集团(Emerald Exposition)、国际直升机协会、美国住宅建筑商协会(NAHB)、美国国家广播协会(NAB)、励展博览集团(Reed Exhibitions)等众多重量级展览会的主办方,借由CES Asia的契机,由点及面的推介拉斯维加斯的展览项目、展览