

# “一带一路”城市竞争力排名出炉 会展城市抢先机

■ 本报记者 兰馨

近日,中国城市竞争力研究会发布了“2015中国城市分类优势排行榜”(以下简称排行榜)。根据各项指标综合排名,“2015中国一带一路最具竞争力城市排行榜”前10位的城市分别是西安、乌鲁木齐、兰州、长春、郑州、连云港、广州、福州、北海和海口。排行榜公布后,会展业界认为,该排行榜将掀起新一轮会展城市竞争力的比拼。

## 西安:首抢“丝博会”商机

西安是国内首个抢占“一带一路”会展商机的城市。去年,西安举办的第十八届中国东西部合作与投资贸易洽谈会暨丝绸之路国际博览会(以下简称西洽会暨丝博会),就是含“一带一路”概念的展会。

据第十九届西洽会暨丝博会组委会有关人员介绍,今年展会吸引了丝绸之路沿线国家和地区近10万名客商参展参会。特别是来自亚、欧、非等超过45个国家和地区的400余家企业的参展及23个国家馆的亮相,使展会从原有的区域性展会升级为大型综合性国际化平台。

本届西洽会暨丝博会期间,41项主要活动均围绕“一带一路”建设设置。此外,还首次设立了主宾国国家馆,规格不断提升。

展会期间,来自中国、俄罗斯、韩国、土耳其、坦桑尼亚、捷克等11个国家和地区的19位领导及嘉宾签署了《“一带一路”地方领导人对话会西安声明》,倡议推进“一带一路”地方领导人定期对话会机制,为“一带一路”沿线国家和地区共同打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体提供了强劲的驱动力,并确定第二届“一带一路”地方领导人对话会明年同期在西安举办。

此外,于2005年创办的欧亚经济论坛将于9月下旬在西安举办。与往届相比,本届论坛“丝路”特色将更加鲜明。

根据计划,2015年欧亚经济论坛的整体内容架构将继续沿用往届“1+N”模式。“1”即开幕式暨全体大会,由外交部指导,相关国家部委、国际组织共同牵头主办,论坛秘书处具体组织实施,主要围绕“一带一路”政策沟通开展战略对话。“N”则是论坛框架下的各类会议、展览及交流活动。

据介绍,2015年欧亚经济论坛首次纳入国家层面统筹管理,实现了论坛机制化建设的新突破;采取论坛与展览虚实结合的办会模式,实现了论坛务实发展的新突破。

## 乌鲁木齐:混合所有制专业运营公司浮出水面

近日,由新疆国际博览事务局、振威展

览和北京点意空间共同出资组建的新疆亚欧国际博览有限公司(以下简称亚欧国际)在乌鲁木齐揭牌,表明中国首家集政府资源、专业组织和策划管理优势于一体的混合所有制展览公司正式成立。

据介绍,亚欧国际将承担起中国—亚欧博览会与“亚欧商品贸易博览会”等相关展会的组织运营工作。

8月12日至16日,由中国—亚欧博览会秘书处、商务部外贸发展事务局共同主办的2015亚欧商品贸易博览会(以下简称商博会)将在乌鲁木齐举办。

根据中央对政府主办大型展会活动的要求和规定,新疆决定从2014年起,按照“一会一展”模式,逢双年举办中国—亚欧博览会,逢单年举办商务型专业展。

刚成立的亚欧国际将承担起2015商博会的招商招展工作,这是按照政府主导、市场引领的发展模式,推行市场化运作模式和公司化运行机制的尝试,也是为中国—亚欧博览会市场化探路。

但有知情人士表示,亚欧国际还将从事组织运营大型展览、会议、节庆、搭建等业务。

丝绸之路经济带核心区的建设,将集资源、区位、政策等优势于一体的新疆推进了前所未有的发展浪潮中。可以说,乌鲁木齐

的会展业正处在最好的发展时期。

至此,有一种说法认为,乌鲁木齐的会展业已经进入了发展“大时代”。

## 兰州:借战略机遇,与联盟抱团

与西安和乌鲁木齐已形成的会展格局相比,兰州则缺少底气。

但是,这并不表明兰州将放弃借助“一路一带”战略发展会展经济的机会。今年4月,兰州市会展行业协会(以下简称兰州会展协会)正式成立。对此,业内专家表示,“一路一带”为兰州会展业发展提供了便利条件,是兰州加快发展会展经济难得的机遇。

据记者了解,在兰州会展协会成立前,陕西、青海、新疆和宁夏等西北五省会展中心负责人在甘肃国际会展中心召开丝绸之路国际会展联盟(以下简称丝绸之路会展联盟)筹备会。筹备会组建成立了秘书处,并安排部署了近期的筹备工作。

有关人士表示,丝绸之路会展联盟主要以区域经济一体化为依托,以资本和契约相结合的方式,联合丝路沿线会展场馆、会展协会、会展企业等会展产业链上相关机构,共同打造集展会策划组织、项目引进输出、展会招商宣传、项目建设咨询、信息交流与人才培训等于一体的跨行业、跨地区、跨国

界的会展聚合体,通过抱团发展进一步拓展和完善会展产业链和配套服务功能,共同探索开拓丝绸之路会展市场资源共享、互利共赢的新路子,在合作共赢中推动丝路经济会议展览产业健康快速发展。

据悉,根据《兰州节庆会展业发展规划(2015-2020)》要求,力争到2020年,全市举办大型节庆活动20个以上,节庆会展业成交额达到200亿元,年均增长15%以上。兰州市将初步形成以国家级或国际性节庆会展为龙头,以区域品牌性节庆会展为主体的节庆发展格局,节庆会展业综合实力、竞争力明显提升,主城区与兰州新区、县域与区域互动发展,产业发展体系进一步完善,兰州作为西部地区节庆会展之城雏形基本形成。

在发展布局中,兰州主城区将立足于兰州现有资源优势,突出“金城”产业、历史、文化、旅游特色,整合资源,着力把主城区打造成全市节庆会展最具活力的核心区。主要举办大型专业节庆、综合展览,发展具有强势带动力和辐射力的高规格、高品质节庆会展区,打造节庆会展业发展带动区。

## 会展关注

# 未来的展会怎么样?

米兰国际家具半成品及配件展、卫星沙龙展等系列展览,被誉为世界家具设计及展示的“奥斯卡”与“奥林匹克”盛会,展会净面积达20.48万平方米、毛面积为34万平方米。

德国科隆国际家具展始于1949年,是目前世界最负盛名的家具展览会,每年一月在德国科隆国际展览中心举行,展会面积约29万平方米,每届都有来自全球的逾千家企业参展,吸引着约13.5万名观众到会参观。据展会官方统计,2014年科隆家具展展出面积达24万平方米,共有60个国家和地区的1350家企业参加。

美国高点是以家具展览为主要商业活动的城市,长期以来吸引着来自世界各地的买家和参展商。高点家具展始于1913年,每年两届,分别于每年的4月与10月举行,每届展会都会吸引2200家以上参展商,占据180多座展楼,总展览面积超过100万平方米,同时还吸引来自世界100多个国家和地区及美国各个城市的7.5万名专业买家到场参观洽谈。

相较于国际三大家具展,国内家具业经过10多年的发展已形成自己享誉全球的三大展会,即广州家具博览会、中国国际(上海)家具展和国际名家具(东莞)展览会,规模分别为68万平方米、30万平方米、78万平方米。而与其相对应的展馆分别是广交会展馆约30万平方米(今年9月,广州家具秋季展移师上海国家会展中心举办),上海新国际博览中心20万平方米,广东现代国际展览中心15万平方米,多出的展览面积从哪里来?分期举办或搭建帐篷。展馆有其自身的运营成本考量,其出租率不能完全凭借一年一两个超大型展会来维持,因而场馆的规模未必越大越经济。

从行业性展会的角度分析,产业链的延伸,裂变成众多的“子展”、“分展”,诸如家具产业,从最初的终端产品展示销售,逐步向产品设计、研发、加工设备(木工机械)、原辅材采购(夹板、深加工、皮革、油漆等)、家纺、灯饰等领域延伸。众多的家具品牌聚集在一个展会之中,形成一个规模不断扩大的综合展示厅。就目前情况来看,只要自身运作水平保持稳定,品牌展会的功能和品牌影响力足以支撑其不断稳定增长。在其展示和营销的功能保持不变的前提下,参展企业对展位租赁面积存在“无限”扩大的需求可能。试问,展馆可否依托某类展会的扩展而无限地扩大规模?服务是否能够与展会规模的扩张相适应?在规模急剧扩张的运作中,展会自身能否驾驭一个产业的多样化需求?

从行业性展会的另一角度来看,通过多年的观察和实践,我们会发现这样一种现象:某种业态因其自身的特点,在展会发展到一定规模之后,很难再有大

的变化,基本保持在一个相对平稳的状态。这里不做详细分析,现实中有很多这样的案例。

自去年以来,业内议论更多的话题是商业模式,无论宏观还是微观,言必称O2O。互联网技术的运用颠覆了传统的行为理念,大量的实体经济模式饱受电商的“摧残”。大约10年前,会展业界就存在关于未来实体展会与虚拟展会的交锋,眼下早已成为过眼云烟,因为互联网的日新月异,在“看不懂”的同时变成了“来不及”。互联网技术正快速地改变着生产方式和生活方式。是否可以做出这样一种预测:未来,所有标准件,无论用于生产还是生活(不仅仅是日用品),都可以通过物联网载体获得,因为现代服务业中所涉及的技术(互联网)和服务(物流、金融等)足以承载这一社会经济功能。如果将这种假设延伸至实体展会,将呈现出怎样的一番“景致”?仍以家具展为例。

家具终端产品的展示和贸易将会通过众多的大型家具卖场、专卖店、工厂店、加盟店和电商来实现,家具展会占面积比例最大的一部分将从实体展会中退出。实体展会展什么?目前可以预见的内容将包括定制、收藏、设计和体验产品。定制家具已走入寻常生活中,如橱柜和衣柜,甚至包括办公类家具;红木家具是近年来各家家具展主办方主打的分展,因为与日益提高的生活品质相关;新款设计或新的设计理念,将极大激发家具人士和公众的灵感,从而提升整个家具行业的水平;体验是未来人们追求生活品质的重要一环,家具展已吹响家居文化的冲锋号,家纺、款式、家饰、灯饰、智能家居等融为一体或不同匹配家居环境,需要通过体验来获得。这里举个浅显的例子:笔者所在公司在培育的婚庆家博会上,引进一家婚纱摄影机构,这家参展商在其系统中收罗了各类风格的婚纱及其相应场景,观众可根据自己喜好,不断尝试各类婚纱,植入不同的婚庆虚拟场景中,选择最佳的搭配组合。如果这一虚拟设计配置了3D打印,则一切皆为可能或现实。

因而,对于发韧和成长、成熟的展会来说,其未来的模式和内容将按照个性化的需求,以追求产品文化为目的,策划和运营引导行业发展趋势。如此,我们是否还需要单纯追求超大的展会和场馆?毕竟,展会或是展馆都不可能无限地扩张下去。

(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)

## 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。



带着七色花瓣的彩虹玫瑰、配有“身份证”的奥斯汀玫瑰、来自荷兰的郁金香、彩色马蹄莲和东非大裂谷的肯尼亚玫瑰……7月16日,走进江苏常州夏溪花木市场,如同置身花的海洋。

当天,首届中国家庭花卉园艺展暨常州夏溪花木市场正式开幕,共有16个省市近300家花木企业参展,荷兰、日本、厄瓜多尔等11个花卉生产贸易大国的花卉也亮相展会。(胡平)

## 会展传真

### 第十一届会展文化节 八月海口不见不散

本报讯 8月14日至18日,由海口市政府和中国会展杂志社联合主办的2015年第十一届中国国际会展文化节将在海口海南国际会展中心举办。

在7月16日召开的第十一届中国国际会展文化节新闻发布会上,中国会展杂志社社长倪玮指出,本届会展文化节提出“一带一路”与会展文化的全新主题,将引导会展业发挥自身优势和功能来对接国家发展战略,并在对接过程中实现自己的发展、实现产业和国家战略的有机结合。

据海口市会展局局长吴家宏介绍,近年来,海口市会展业发展渐入佳境,专业化、规模化、国际化水平稳步提升。2015年,海口会展业将借助第十一届中国国际会展文化节的契机,从“重数量”向“重质量”发展转型,并表示要将本届会展文化节办出新意、特色和亮点,力争为文化节的新十年开篇留下浓墨重彩的一笔。

在随后举行的签约仪式上,中国会展杂志社分别与点意空间国际展览集团、陕西西部国际会展有限公司签订了战略合作协议,三方将携手合作,共襄盛举。(石立军)

### 黔东南“一节一会” 即将在凯里举办

本报讯 7月22日,第八届中国·凯里原生态民族文化旅游节暨2015中国(贵州)国际民间工艺品博览会将在贵州凯里开幕。近年来,黔东南州委、州人民政府将“旅游活州”作为三大发展战略之一,通过节会搭台、文旅唱戏,推动全州文化旅游产业加快发展,使之成为了世界乡村旅游的典范。

本次“一节一会”以“苗乡侗寨情,美丽黔东南”为主题,从7月22日在凯里市苗侗风情园开幕至9月28日在锦屏山隆里古城闭幕,将历时两个多月。

节会期间,将推出2015中国(贵州)国际民间工艺品博览会暨第四届中国凯里银饰刺绣博览会、中国(贵州)第一届国际民族民间工艺品文化产品博览会等活动。(宋丽丽)



■ 姜淮

今天想说的话绕不开半年来在服务方面“饱受诟病”的国家会展中心,撇开国家和区域战略布局的投资冲动,或者说是“会展地产”的范畴不论,仅从行业趋势的角度谈下个人认识。

上海大虹桥乃至天津立项的国家级都市合作的会展综合体,其前提假设的一点或许是规模效应,即未来展会规模和数量的无限扩张。因而超前构筑超大型展馆,则具有前瞻性的竞争优势。“世界展览看德国,未来发展看东方”,跨国展览资本近年来在中国的快速扩张、行业专业性展会的做大做强,宏观层面的鼓与呼,无不诠释着这一理念,就在现实也可找出众多的扩张范例,毕竟规模意味着效益,资本追逐利润是其本性,规模是实现利润的重要途径之一。

以亚洲博闻(中国)公司举办的“上海国际酒店用品博览会”为例。截至今年,该展会已举办了24年,通过引进、培育、并购等方式,目前旗下包含餐饮设备综合、桌面用品、酒店布草及纺织品、客房电器及用品、酒店IT及安防设备、康体健身与休闲娱乐、食品与饮料、咖啡与茶、烘焙及冰激凌、葡萄酒与烈酒、酒店设计、酒店建筑等13个主题展区,展出面积达20万平方米。相信未来通过对酒店用品产业链的不断细分、分主题和活动的不断创新、运作手段的不断提升,展会规模会有更大的扩张空间。

以上是行业展会扩张的个案,从比较分析的角度入手,笔者以全球知名的家具展为例给出一组数据。

国际上认可的顶级家具展为意大利米兰国际家具展、德国科隆国际家具展、美国高点家具展三个。

米兰国际家具展自1961年开始举办,到目前为止已举办了50多届,主要包括米兰国际家具展、米兰国际灯具展、