

●会展关注

抢抓“一带一路”沿线国家市场 广东中山11场境外展计划极具魄力

■本报记者 袁远

近日,中山市商务局公布了2016年重点展览计划。在对国外市场进行全面系统的调查与分析基础上,结合中山企业实际情况,今年,该市计划组织11场境外展览活动,帮助中山企业加快“走出去”步伐,力图开拓新兴市场,抢抓“一带一路”沿线国家市场。

据记者了解,这11场境外展览将从3月开始持续到10月。举办地既有欧美传统市场,也包括巴西、印尼、俄罗斯、南非等新兴市场。其中,多个展会有着悠久的历史,且在全球具有影响力。

将于7月22日至25日在美国洛杉矶举办的中国品牌商品美国展,将以展中展的形式与美国加州礼品展同期举行。美国加州礼品展是西方最早、最大的礼品和家居陈设品展。将于9月2日至7日举办的德国柏林国际电子消费品及家电博览会,是欧洲最大、最专业、涵盖产品面最广的家电及电子产品博览会,至今已有92年历史。参展商品

包括电子消费品、家庭用品、礼品和玩具、卫浴、建材五金、灯饰等,中山在这些商品制造方面极具优势。

据记者了解,由于中山专业镇经济发达,“一镇一品”特色鲜明,中山生产的上述展品中不少已成为全国销量“单打冠军”,且出口到欧美、日本等国家和地区。不仅如此,中山产品在质量上也相当有保障。

广东现代会展管理公司副总经理、中国会展经济研究会副秘书长姜淮在接受记者采访时表示,中山和东莞的情况很相似,都是以产地为依托,发展自己的外向型经济。可以说,整个珠三角地区都在依托产业办展,依托产业集群发展各自经济,数百万大小企业结群形成IT、装备制造、服装、家具、灯饰、皮革皮具等大量产业群。比如,中山的小榄镇就是以锁具产业为主,广州花都狮岭荣膺“中国皮具之都”美誉,惠东县是“中国女鞋生产基地”等。

据姜淮介绍,中山市目前共有3个较大

型展馆。近两年,中山市政府和深圳展览公司合作,依托产业集群共同办展,会展业发展速度很快。

姜淮告诉记者,此次中山外展数量和规模的激增,和国家的“一带一路”战略引导密不可分。随着国家“一带一路”战略的逐步实施,广东又重点参与了“21世纪海上丝绸之路”建设,广东各地都以此为契机,纷纷组团进入“一带一路”沿线国家,与其展开合作。广东各地希望通过展会这个平台加强与沿线国家的经贸往来。

据了解,互联互通与产能合作是共建21世纪海上丝绸之路的两大重点,而民心相通是21世纪海上丝绸之路建设的社会根基。因此,中山今年大规模举办外展,对海上丝绸之路建设益处颇多。从展会计划可以看出,中山市商务局2016年大力组织中山企业参加境外对口专业展会,正是在向全世界推介“中山制造”。

目前,中山市正主动融入“一带一路”战略。中山市商务局局长欧阳锦表示,中山外

贸依存度超过80%,每年产品出口额为200多亿美元,开拓海外市场是最基础、长远和系统的工作。“一带一路”沿线国家不少属于新兴市场,中山鼓励企业沿着“一带一路”去开拓当地市场。

记者获悉,将于今年5月在印尼雅加达举办的广东商品(印尼)展览会,就是帮助企业拓展东盟市场。印尼是发展潜力巨大的新兴市场,也是东南亚经济总量最大的国家。仅2015年前11个月,中山出口印尼市场商品就有2.54亿美元,同比增长4.16%,远超全市同期的出口增长率。

另外,由于中国与俄罗斯在进口项目上有很大的互补性,中山也将组织企业参加2016年中国消费品(俄罗斯)品牌展。这意味着能给中山制造企业带来巨大商机。今年,中山市还将继续组织企业抱团参加2016年中国品牌商品非洲展。总之,中山市组织企业参加境外展,将促进中山产业与海外市场需求相吻合。

●会展传真

上海:将举办第83届国际展览业协会年会

本报讯 在1月11日举办的“2016上海会展论坛——国际会展业CEO峰会”上,上海市会展行业协会会长陈先进与国际展览业协会(UFI)2016年度主席谢尔盖·阿莱克谢耶夫签署了《第83届国际展览业协会年度会议合作协议》。根据协议,第83届国际展览业协会年会将于11月在上海举行。上海方面表示,将积极支持办好本届年会,进一步促进上海会展业界与国际同行的交流与合作。(王洛)

山东:制定2016境外百展市场开拓计划

本报讯 根据《山东省境外展会组织管理办法》的规定和《国际市场开拓三年行动计划》的总体安排,山东省商务厅日前制定了2016年境外百展市场开拓计划。

今年,山东将在深耕传统市场的同时,还围绕“一带一路”、中韩和中澳自贸区、东盟、非洲、南美、中东欧等重点国家和地区开拓市场。另外,也将围绕机械电子、农产品、纺织服装等优势行业确定参加展会,减少省商务厅重点组织的展会,扩大推荐类展会,使更多企业有更大自由选择空间和享受政策支持,调动企业参展的积极性,拓展新的市场空间。

2016年,山东境外展会计划共100个,其中包括自办类展会5个、重点组织展会10个、推荐类展会85个。(李龙)

穗湘:两地会展企业寻求合作着力点

本报讯 近日,由广州市商务委员会主办、湖南省商务厅、长沙市会展办、湖南省会展业协会协办的广州市会展业(长沙)推介暨合作交流会在长沙举行。

在推介会上,广州市商务委员会副主任陈泳芳邀请湖南的企业参加广州组织的各专业性、综合类品牌展会,还邀请湖南的会展企业到广州举办会展活动,以促进两地会展业更广泛的合作与发展。

针对本次推介会,广州市商务委员会组织了广州会展场馆、组展公司、会展商协会等22家企业机构,带来了物流、金融、医疗器械、肉制品等17种类别的品牌展会,与湖南省、长沙市各行业商协会、会展企业等进行洽谈对接。

两地企业表示,将通过政府搭建的交流平台,探索合作方式,寻求合作着力点,共同推进两地会展业繁荣发展。(刘怡斌)

南昌:为党政机关办展戴上紧箍咒

本报讯 1月11日,《南昌市党政机关境内举办展会活动管理实施细则》(以下简称《细则》)在南昌市政府常务会上通过。《细则》为该市党政机关举办展会戴上了紧箍咒。

《细则》要求,各级党政机关原则上不以支持、协办、指导、赞助等方式参与展会举办活动。

《细则》明确,党政机关不得在行业协会及企业主办的各类展会活动中挂名主办单位。

《细则》要求,党政机关严格禁止使用财政资金邀请各类名人明星参与活动,严格控制在展会活动期间举办隆重的开幕式和大型文艺演出,严格禁止邀请有吸毒等违法行为和道德劣迹的名人明星参与活动。

据悉,南昌市委办将会同有关职能部门对党政机关举办的展会进行绩效评估,并根据评估结果确定下一届的支持力度及举办的可行性。(纪炜)

中国展览馆协会第八届三次理事会在常州市召开

本报讯 近日,中国展览馆协会第八届三次理事会在江苏省常州市召开。中国展览馆协会理事长郑世钧主持会议并致辞。中国展览馆协会副秘书长刘舰代表秘书处作工作报告。各常务理事单位、理事单位及会员单位等100余人参会。

在会上,理事会对提出申请成为协会常务理事的单位进行表决,同意中国汽车工业国际合作有限公司由理事单位晋级为常务理事单位。理事会讨论并通过中国展览馆协会第八届三次常务理事会议于2016年7月下旬在江西省南昌市举办的议案。

据刘舰介绍,2014年至2015年,协会秘书处紧密围绕“全心全意为会员服务,推进和规范行业发展”的办会宗旨和工作目标,不断加强自身建设,做好扎

实的基础性工作,推动展览业市场规范化发展。经民政部全国性社会组织评估委员会全体会议终评,中国展览馆协会再次被全国性社会组织评估委员会评为“AAA”级社团。

刘舰表示,今后,协会秘书处将继续开展展览工程企业暨展览场馆工程部门资质等级、展览陈列工程设计与施工一体化资质等级认证工作;继续开展信用等级评审工作,推进建立企业诚信体系;继续推进行业自律工作,促进行业规范发展,发挥行业协会职能。

出席会议的各位副理事长、副理事长单位代表、常务理事单位代表及理事单位代表也充分审议了秘书处工作报告和下一步工作计划,认为其符合协会章程和国家有关行业协会的规定。

(静安)

福州会展业去年大丰收 展览规模超过100万平方米

■王玉萍

展览规模超过100万平方米,创历史新高;多场展会规格,创历届之最……刚刚过去的“十二·五”收官之年,借助福州新区、自由贸易试验区、海上丝绸之路核心区、两岸经济合作示范区等政策叠加优势,福州会展业交出了一份优异的成绩单,仅举办的国家级展览和会议就达到11场之多。

树”密切相关。去年4月,海峡国际会展中心完成扩建,展厅面积由原来的8万平方米增加至12万平方米。同时,周边已有中庚喜来登酒店、中庚聚龙酒店、世纪金源会展大饭店等大型酒店,聚春园会展酒店也计划下月底开业。届时,这4家酒店、饭店的客房总数将达1700多间。

“福州会展业取得突破性发展,也离不开福州新区、自由贸易试验区、海上丝绸之路核心区、两岸经济合作示范区等政策叠加优势的推动和越来越便利的交通条件。”福州市商务局副局长林晶介绍说。

筑巢引凤 展会含金量提升

2015年,福州会展业含金量大幅提升,平均每个月举办一场全国性展会。翻开这一年的会展展览表,不少展会规模、规格创历届之最。

2015年5月8日至11日举办的第33届中国国际体育用品博览会,1124家企业签约参展,首次突破1100家的规模,参展品牌数量超过2000个,企业签约面积总数首次突破6.5万平方米,展馆使用率接近57%,创历届之最。

2015年5月17日至21日举办的首届21世纪海上丝绸之路博览会暨第17届海峡两岸经贸交易会,展览面积12万平方米。同期举办ACD大会,49个国家和地区共1850家企业同襄合作机缘,规模、规格创下历届之最。

2015年5月31日至6月2日举办的第六届中国奶业大会暨中国奶业展览会,参会人数近2000人,参展企业300家,展览面积3万平方米,规模创历届展会之最。

2015年11月7日至10日举办的第十三届中国国际农产品交易会,45个展团参展,展览规模最大12万多平方米,是历届面积最大的一次。

来自福州市商务局的数据显示,2015年,福州市仅在海峡会展中心举办的各类展览和会议就达到59场,展览规模超100万平方米,比上一年同期增长18%。其中,面积3万平方米以上的展览11场、全国性展会11场,各项招商招展工作均提前完成。

国家级展会等“金凤凰”相继“飞”到福州,跟福州市种好“梧桐

完善配套 力争再上新台阶

在会展业软硬件条件的改善和政策东风的助力下,“十三五”开局之年,福州会展业将迎来开门红。

据了解,4月下旬在海峡国际会展中心举办的第34届中国国际体育用品博览会,将正式拉开今年国家级展会在榕举办的序幕。此外,今年已确定在榕举办的展会还包括第95届中国糖酒商品交易会、第52届全国制药机械博览会、第34届中国国际体育用品博览会等。

据林晶介绍,为推动会展业持续健康发展,福州市注重在会展上下产业链的配套服务上下功夫。截至目前,已与福建省凤凰旅游汽车有限公司等企业签订会展服务战略合作,为前来福州参展的客商提供更加专业化的服务。另外,福州今年还将继续做好展会延伸服务。

林晶说,今年,福州市还将加大申办办展力度,积极引进跟福州优势产业密切相关的全国性展会来榕举办,同时进一步做好本土品牌展会的扶持、服务工作。目前,《福州市展会发展专项资金管理办法》等政策也正在修改完善中,有望通过加大扶持力度等举措,推动福州会展业在“十三五”期间更上新台阶。



西部农交会: 39.5万人次消费者 淘走3.5亿元年货

1月11日,为期4天的第十五届中国西部(重庆)国际农产品交易会(以下简称西部农交会)落下帷幕。来自组委会的统计数据显示,本届西部农交会参展企业达2100余家,共吸引39.5万人次观众选备年货,现场销售农产品达3.5亿元。

“西部农交会,不仅是市民新年采购年货的好去处,也为农产品贸易、农商现场对接搭建了平台。”重庆市委农委总经济师顾其勇介绍说,本届西部农交会交易、投资成果喜人,不仅现场销售3.5亿元,订单签约更达到102.3亿元。其中,重庆潼南区签订的蔬菜订单额达到1.8亿元,重庆云阳县菊花订单额达1300万元,重庆万州区的白土大米也拿到了400万元订单。

据了解,展会闭幕后,网上展厅将继续开放,消费者可以进入微商城选购心仪的年货商品。

(万难 田茂培)

●会展观察

上海迈向“国际会展之都” 规模大还不够

■ 缪琦

2015年,上海会展业的最大亮点当属迅速扩大的展览规模。

在1月11日举办的“2016上海会展论坛——国际会展业CEO峰会”上,上海市商务委员会主任尚玉英表示,到2015年年底,上海可供展览面积近100万平方米,展览展出能力位居世界前列。

国际展览业协会(UFI)2016年度主席谢尔盖·阿莱克谢耶夫(Sergey Alexeev)称,2011年至2015年,中国可使用的展览面积增加了29%,增幅居全球前列,预计未来两年还将再增加10%。

根据上海最新发布的“十三五”期间展览业规划,在全球经济复苏乏力、中国经济增速放缓的背景下,上海明确将建设“国际会展之都”列为城市功能定位之一。尚玉英认为,这说明加快会展业升级,将成为上海未来五年培育经济增长点、提升城市品牌与国际影响力的重要举措。

切特举例说,2015年,励展博览集团和我国最大医药集团——中国医药集团总公司合作在上海举办的首届健康产业领袖峰会(cHIS)就是将旗下三个展览合成一展举办,总展面积达到6万平方米。2015年,该展会规模增加了25%。而2016年,国药励展还计划

行官切特(Chet Burchett)在接受媒体采访时表示,中国在办大展会规模上具有很强的能力。规模大没什么不好。在会展行业,规模是效果的重要指标。与此同时,切特也注意到,在中国,精品展和小规模的展会也在不断崛起。

据官方统计,2015年,上海共举办了各类展会851个,展览总面积达到1513万平方米。其中,面积超过10万平方米的大型展会32个。在当年世界百强展会中,上海有11个入选。

对于中国经济增速放缓的新常态,国际展览公司并不担忧。在切特看来,中国的“新常态”对于世界其他国家来说其实是“旧常态”。

“经济波动有它的周期性,国际展览公司已经习惯了这种变化。”切特说:“中国是最重要的市场,励展仍然看好中国市场,还将继续加大投资。现在经济波动给有能力的企业提供了发展空间。”

切特举例说,2015年,励展博览集团和我国最大医药集团——中国医药集团总公司合作在上海举办的首届健康产业领袖峰会(cHIS)就是将旗下三个展览合成一展举办,总展面积达到6万平方米。2015年,该展会规模增加了25%。而2016年,国药励展还计划

继续增加展会面积和新的展位。

慕尼黑国际博览集团总裁兼首席执行官克劳斯(Klaus Ditttrich)表示:“上海已经可以称为‘会展之都’了。我们发现上海举办的品牌展,参与者越来越国际化,来自全球各地,而不只是亚洲周边国家。可以说,上海已经是全球会展业最重要的城市之一了。”

克劳斯举例称,慕尼黑国际博览公司在中国举办的上海宝马展是全球第二大的宝马展览,面积有30万平方米,第一大宝马展是在慕尼黑,面积达60万平方米。“但慕尼黑的宝马展览用了60年才实现现在的规模,而上海只用了10年”。

提起公司在2015年的业绩,克劳斯用“很好”来形容,并称今年在中国的业绩预计创下新纪录。他表示,2015年全球营收大约是4亿欧元(约合28.6亿元人民币),中国的贡献量非常大,平均约占全球总营收的15%至20%。

另外,慕尼黑公司还计划和中国会展组织方共同开拓印度市场。而励展公司的大中华区业务也开始拓展到韩国等地。

国际化的三大挑战

如何从规模跨越到质量的提升和

真正的国际化?几位国际会展业大佬给出了各自的建议。

切特表示,中国会展业在“走出去”和国际化的过程中,必须能让客户获得更高效的服务。第一,必须清楚自己能为客户创造什么价值,要懂得当地文化。第二,要对自己的品牌展有绝对的把握,中国需要在自己的品牌展上发力。第三,人才是一大关键,中国会展业“走出去”需要本地人才。

谢尔盖表示,对中国会展业发展来说,需要注意几点:大部分的展馆都是公有的,需要有全国层面的通盘考虑。否则,地方之间形成恶性竞争,会造成不良影响。在投资建设展馆方面,必须要结合道路系统、公共交通等进行全面考虑,尤其在基建上需要政府提供有力支持。

在谢尔盖看来,未来的会展业将会呈现五点趋势。第一,会展业将越来越国际化。第二,会展业已成为经济发展的支柱产业,甚至会成为经济的火车头;第三,互联网对会展业的影响也会越来越大;第四,对会展从业人员的教育还应加强;第五,会展业应更多考虑可持续发展和环境问题。