

●会展关注

打造国际丝博会品牌

南充争当川东北会展经济龙头

■ 吴奉天

日前,四川省政府出台的《关于进一步促进展览业改革发展的实施意见》提出,“十三五”期间,成都平原城市群新增一两个区域会展中心城市,川南、川东北和攀西城市群各打造一个区域会展中心城市。

5月11日至15日,中国西部国际丝博会(以下简称国际丝博会)将在南充举行。有专家认为,南充会展经济将借国际丝博会的举办更上一个台阶。

相伴成长 丝博会助推南充经济发展

从某种意义上讲,本次国际丝博会就是当年南充丝博会的延续和创新。上个世纪90年代,南充相继举办的好几届丝博会,在助推南充经济发展、提升南充知名度等方面,发挥的作用影响至今。

当年的南充丝博会与如今的国际丝博会,毕竟不可同日而语。先不说规模与档次,单说前期的造势,就远胜当年。比如,2015年8月下旬,南充市参加四川省组织的商贸活动,就在意大利、法国、德国刮起一股“南充商品”旋风。不仅如此,南充市在此次活动中还特地推介了国际丝博会,引起当地业界极大关注。

目前,南充高速公路突破零纪录,并迅速规划、在建、建成高速公路达15条;达成、兰渝铁路建成通车,川东北交通枢纽地位凸显,助推南充企望在国家“一带一路”战略中再图发展。国际丝博会的即将举办,无疑将再次撬动南充会展经济的杠杆。

搭建平台 让“南充造”远销海内外

自改革开放以来,西部会展经济带通过不断发展,现已形成了成都的西部国际博览会、重庆的高交会、西安的东西部洽谈会等品牌展会。

2014年,南充“法国周”活动举办了中法特色商品展,交易额达1100多万元。仅其中一天,法国红酒的现场成交额就超过500万元。去年9月,南充市举办的啤酒节活动日成交金额在10万元以上。

据南充市商粮局主管会展经济的副调研员李芳林介绍,这些年来,南充市政府设立了专项资金,每年用于商贸业发展,支持会展经济。另一方面,政府职能部门积极主导各类展会,让“南充造”通过这一平台远销各地。南充的名特商品,诸如丝绸、桑叶茶以及调味品、有机农产品等也是通过

这一平台,走出南充、走出四川、走向全国及海外。

潜力巨大 扛起川东北会展经济大旗

南充谈会展经济的底气从哪里来呢?《中共南充市委关于制定国民经济和社会发展的第十三个五年规划的建议》指出,“十三五”间,南充将建成区域中心城市,并创新发展会展经济、论坛经济。而四川省政府出台的《川东北经济区规划》提出,到2020年,南充作为“双核”之一,将引领川东北全面建成小康社会。因此,扛起川东北会展经济大旗,南充责无旁贷。

就会展经济而言,南充眼下又处于全省何地位呢?业内人士认为,从社会消费零售总额指标考量,南充近几年一直位于全省前列。2015年,南充市销售总额达到了698.82亿元,位列全省第三位、川东北首位。从经济学角度来看,这一指标正是会展经济的基础。

南充是四川除成都之外的第一人口大市。南充市有多个百万人口的县,比如南部县人口数量达130余万,仪陇县人口数量为110多万,营山县人口数量破百万。这么多人形成的巨大消费量,不是个小数目。李芳

林因此直言,南充会展经济潜力巨大。

抓住机遇“硬伤”也能变成发展优势

李芳林分析认为,缺场地、缺专业公司、缺人才是其主要原因,而这中间最大的硬伤就是没有场地。由于没有场地,南充市近年来举办的各类展会选择的场地无一例外地为广场。今年的迎春商展活动,依旧以西山广场为场地。

这些年,关于会展中心的规划与建设,南充市不可谓不重视和不关心,但仍需努力。

李芳林说,这几年,南充市对会展经济十分重视,打造会展中心的设想一直没有放弃。去年,相关部门萌发成立博览事务部门的想法,但这一切还有待推进。

“如果能借助国际丝博会这股东风,抓住机遇,就能将南充市会展经济发展的‘硬伤’变成优势……”业内人士认为,虽然南充没有会展经济赖以壮大发展的会展中心,但对南充会展经济发展的前景来说,也是一种机遇。因为南充在会展场馆布局、品牌展会布局等方面具有优势,能够依托新兴产业、优势产业链及上下游企业之间跨界整合,健全展览产业链,为南充会展业发展提供有力保障。

会展业为包头定制闪亮名片

■ 郭健

去年,包头会展业长足发展,在展会的数量、规模、质量和影响力等方面均取得突破。会展业正成为包头这座城市的一张闪亮名片。

岁末年初,包头国际会展中心热闹非凡,举办的跨年车展吸引了众多包头市民,赏车、购车、了解汽车文化,乐在其中。如今,每年上下半年各一场的车展,已成为会展中心的一个固定节目,许多包头市民就是从车展开始,熟悉并喜欢上这里。

回顾2015年,包头国际会展中心共举办展会40场,超额完成全年计划,展会数量同比增加90.5%。吸引参展商2960家,同比增长118%。展出面积突破24万平方米,同比增长30.8%。展会运营收入实现916万元,同比增长52%。平均9天举办一场展会,使会展中心成为包头的一个焦点所在。

这40场展会特色鲜明、亮点纷呈,如制造业博览会、牛羊肉展、中俄蒙论坛等堪称国际性大型展会。特别是中俄蒙国际论坛,成为包头建市以来外宾人数最多、国外企业参与最多的一场盛会。期间,5场投资贸易高端论坛先后举办,签署经贸合作协议20项,签约金额达40亿元。另外,达成合作意向36项,合作金额达18.5亿元。展会取得了良好的国际声誉和经济效益,包头的城市魅力在国际友人中得到淋漓尽致的展现。

除了国际性大型展会,包头国际会展中心举办的其他展会同样丰富。这里不仅有重型装备、农业机械等专业性展会,还有服装食品、珠宝玉石、婚庆博览等生活类展会。参展企业除了涵盖国内各省市外,还有来自俄罗斯、韩国、澳大利亚、新西兰、巴西、蒙古等国。

为了让展会更加公益化、亲民化,包头国际会展中心取消了国际车展、3D魔幻等展会的门票,社会各界为之点赞。去年,该会展中心收获了“中国十佳会展中心”、“中国品牌会展场馆TOP50强”、“中国品牌展会50强”等荣誉称号。

抱着充分整合上下游资源、做大做强会展产业的想法,包头国际会展中心启动了国际会展文化产业园的建设。建设工程于2014年年底开工,主要对原有会议中心的功能进行再完善,现已完成公共区域装修,为会展文化企业入驻和发展提供优质的硬件设施。

目前,国际会展文化产业园项目已通过内蒙古自治区文化厅验收,正在申报国家级文化产业园。为了把企业招商、引凤入巢工作做扎实,包头国际会展中心借鉴上海、杭州、济南等文化会展业发达地区的经验,为产业园制定了详实的发展规划。如今,北京弘正、新思维等10多家相关企业已经入驻,产业园区的集聚效应初步显现。



传统庙会特色鲜明人气飙升

2月13日,参展商们在进行春节庙会的最后促销活动。当日,北京市旅游委发布的数据显示,2016春节7天假期,北京接待旅游总人数达918.6万人次,同比增长1.9%;旅游总

收入49.2亿元,同比增长2.9%。传统庙会特色鲜明、人气飙升,而出境旅游人数同比下降逾一成。

本报记者 季春红 摄

从恒大海花岛看会议旅游综合体的前景

■ 王青道

设施十分丰富而已。那么对于设施的创建者来说呢?构建及运营良好的综合体设施,就像操作一台高速运转的“赚钱机器”。

建设综合体设施,恒大并不是首创,但把这么多业态都装进去,在国内还真是头一回。有人问,综合体设施的好处在哪里?将来到底能“综合”到什么程度?前景如何?从国际上看,设施的综合性化的确是一个重要的发展方向。这其中有两点值得关注:

其一是功能的集中化

换句话说,就是综合体设施会变得越来越“综合”——可以成为一个目的地,也可以演化成为一个中小型的城镇。那么,往这个“大篮子”里装东西的基本逻辑是什么呢?就是人们的消费需求——所有的功能都是围绕着人的消费需求展开的,包括个人和机构两大方面。

随着综合体设施功能的进一步增加,给综合体命名会变得越来越难。以前,综合体的功能比较少,其中的一两项功能会比较突出,那么就以这一两项突出的功能命名好了,比如“会议综合体”、“娱乐综合体”等。现在,综合体的命名就只能各显神通了。

另外,综合体功能增多了之后,产品与

服务之间的边界不仅会变得模糊,甚至会完全“坍塌”。比如“咖啡”,综合体内部可以围绕“咖啡”展开的服务有很多——它既提供喝咖啡服务,也卖咖啡类产品,还提供咖啡DIY服务,甚至更有咖啡相关图书的阅读及销售、咖啡知识的介绍,没准儿还会组织咖啡社群、咖啡主题旅游、咖啡游戏什么的。

国外专家从消费、市场、社会等角度对综合体设施进行了深入的研究,美国著名社会学家乔治·瑞泽尔(George Ritzer)就是其中之一。他把这种将消费者集中在一个空间内的综合性设施称作“新消费工具”——一种允许、鼓励甚至强迫我们去消费其中的大量商品与服务的场所。强烈的时空压缩,极大地提升了人们的消费欲望和消费效率。

其二是功能的专业化与极致化

新型综合体设施瞄准的是中高端消费群体,投资方希望通过把其中的一项、多项或者一系列功能从专业角度做到极致化的方式,来营造一个“具有魅惑力的世界”,进而激发人们的消费欲望。

对于综合体设施而言,个人需求与机构需求没有本质上的区别,也不存在什么不可调和的矛

盾。相对于个人及家庭的需求而言,机构的需求相对复杂些——分为两个方面:一个是机构本身的需求,它需要通过会议、展览或其他活动来完成;另一个就是机构中的个人——他们在公务活动之外与其他客人并没有什么差异。

为什么要在综合体设施中添加满足机构需求的功能呢?这是一个很有意义的话题。会议是工作与旅游结合的最好方式——以财政资金举办的会议除外,让机构里的人在参加会议的时候“顺便旅游”,是国际上通行的做法——因为让雇员“心情愉快”对工作顺利开展有好处。对于综合体设施的拥有者来说,增加会议展览功能,一方面可以吸引高质量的商务客人群体,另一方面可以使客源结构多元化,让综合体良性运转起来。

对于发展中的中国而言,建设一个高水平的综合体设施,并使其进入良性运转状态,还面临很多挑战:

一是功能的统筹与把握

综合体设施是为“未来的消费者”而规划设计的,如何判断未来的消费者到底需要什么,产品与服务的功能该如何增减,各个功能之间的动态平衡该如何把握,仅靠专家的几

句话或者老板本人来拍脑袋,是远远不够的。

二是专业化与极致化

没有人傻到不知道专业化的意义有多大,但真正做到这一点可不是一件容易的事。“美丽的无用之物”,在我们国家并不少见。如果说把一两个功能做到专业化和极致化还比较容易的话,那么在很多方面乃至整个综合体都做到这一点就困难多了,尤其是在满足机构需求这方面。

三是运营管理与服务能力

当今中国有能力以超常规速度搞出一大堆建筑,而且豪华程度不输给发达国家,我们已经用事实证明了这一点。相对于在硬件设施上所下的功夫,我们在软件方面所付出的努力就太少了——炫目的外观设计及华丽的装饰与低下的运营管理及服务水平之间往往会造成强烈的反差。

(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

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处