

中国贸促会发布《中国展览经济发展报告(2016)》

展览业稳健增长 “一带一路”成热点

■ 本报记者 叶灵燕 吴衡

1月13日,中国贸促会副会长王锦珍在澳门举办的第十三届中国会展经济国际合作论坛上发布了《中国展览经济发展报告(2016)》(以下简称《报告》),对2016年展览行业基本状况进行了回顾评析,并在此基础上展望了2017年发展前景。

2016年中国展览业发展态势

2016年,中国展览业总体上呈现出“展会数量减少、展览面积增大、展会质量提升”的稳健增长态势,具有以下五个主要特征:

一是政府高度重视,发展环境进一步优化。自2015年4月国务院发布《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》以来,各级政府高度重视,先后出台了一系列措施,不断优化展览业发展环境。其中,中国贸促会下发了做好“一带一路”贸易投资促进工作方案,明确提出支持在境内外举办高端展会,为加强“一带一路”沿线国家的经贸合作提供平台和信息。展览业正日益成为各级政府转方式、调结构的重要抓手。

二是结构调整步伐加快,展出质量有所提升。转型升级将成为新时期中国会展业发展的第一动力。

据统计,2016年,全国共举办展览会3054个。其中,经贸类展览会2590个,比上年减少22个,但展出面积达8200万平方米,比上年增长4%。这意味着,尽管展会数量有所减少,但其平均规模在不断提升。

三是出国展览规模提升,“一带一路”沿线市场成为新热点。2016年出国展览扭转了2015年国别数、项目数“双降”的态势,实现了出国国别数、项目数、展出面积和参展企业数的全面攀升。据统计,2016年,全国97家组展单位共赴63个国家组织参展1492项,较上年增长7%;展出面积为83.5万平方米,增长14%;参展企业数为5.84万家,增长12%。

值得一提的是,在“一带一路”倡议的引领下,“一带一路”沿线国家和地区成为出展市场新热点。截至2016年12月,全国83个组展单位共赴32个“一带一路”沿线国家实施参展计划602项,较上年增长16%;展出总面积为30.2万平方米,较上年增长31.9%;参展企业为2万家,较上年增长25%。

四是展馆建设方兴未艾,规模进一步扩大。我国的场馆建设自2010年进入新一轮的投资周期以来,始终热度不减。据统计,2016

年,全国室内可租用面积大于等于5000平方米且举办2个以上经贸类展会的展览场馆共有156个,比上年增加20个;室内可租用总面积约823万平方米,较上年增加176万平方米。其中,室内可租用面积10万平方米以上的展馆共22个,较上年增加9个。展览馆市场的持续升温为中国展览业进一步发展提供了硬件支持。

五是互联网影响不断深化,为展览业的发展注入新动力。展览业作为一种投资与贸易的促进平台,已成为深受互联网影响的“先行领域”。近年来,一批专注于展览业务的互联网公司陆续涌现,传统网商也开始涉足展览业务。例如,2016年9月,阿里巴巴B2B事业群联手亚洲博闻研发的O2O2O商贸平台在第十四届上海国际广告展上首次亮相便引起广泛关注。阿里巴巴的线上贸易资源和亚洲博闻的线下展会交流优势互补,将为展览业的未来发展注入新动力。

2017年中国展览业前景展望

展望新的一年,在供给侧结构性改革和实施“一带一路”建设的背景下,预计中国展览业将呈现以下新特点:一是有望继续保持稳定增长态

势。展览业是投资与贸易的重要平台。一方面,不仅能够有效推动产业和消费增长,而且对举办城市的住宿餐饮、交通物流等行业均具有明显的拉动效应。另一方面,供给侧改革、“互联网+”等新的战略导向的落实,必将为社会经济发展注入新活力,从而为展览业的持续增长带来新机遇。

二是“一带一路”沿线国家和地区将继续成为出国展览的重点区域。共建“一带一路”合作倡议,是中国向世界提出的重要合作设想,也是迄今受到广泛欢迎的国际公共产品。目前,已得到超过100个国家和地区的积极响应,并收获成果。2017年,中国还将举办“一带一路”国际合作高峰论坛,深化彼此发展战略对接,推动更多合作项目落地。可以预见,“一带一路”沿线国家和地区有望继续成为出国展览的重点和热点区域。

三是项目并购将成为展览业发展的“新常态”。展览项目并购既是展览业发展的内在市场规律,也是我国从展览大国走向展览强国的必由之路。未来较长一段时期内,展览项目并购将成为展览行业组织化程度不断提升的“新常态”。中国本土展览公司有望走向前台,加入到

国际展览项目并购的进程中。

四是区域展览的不平衡格局有可能进一步加剧。中国展览业已初步形成了“京津冀”“长三角”“珠三角”和“川陕渝”四个热点板块,以中国—东盟博览会、中国—亚欧博览会、中国—东北亚博览会等为代表的周边板块,以及其他松散分布的热点城市。但是,其他地区展览业的发展将因政策、场馆、市场等因素而不断调整,区域不平衡格局将进一步加剧。

可以预见,2017年中国展览业稳健发展的良好态势不会发生根本性变化。

《中国展览经济发展报告(2016)》由中国贸促会主持编写,北京第二外国语学院、中国国际展览中心(集团)公司、中国贸易报社共同参与,采集了全国30个省(直辖市)、108个城市的展览会信息。此外,《报告》还收集了两大重点行业以及7个省份(自治区)、香港、澳门地区,11个城市自主上报的年度展览会信息,旨在通过对代表性地区、代表性行业展览会情况的梳理形成对中国展览业发展水平更为全面的认识。

● 会展关注

北京怀柔6大会展活动“落袋”3个亿

■ 郑秋颖 刘青

2016年,北京怀柔区会展产业区位优势、政策优势、场馆优势和人才优势不断积聚,逐步形成了高端会展、科研会展、影视会展、汽车会展、休闲会展、企业年会6大会展品牌,预计全年会议会展收入达3亿元。

在高端会展方面,去年前三季度,怀柔区接待各类会展活动4794个,先后有全球社会企业家生态论坛、全球青年模拟联合国大会、中国摄影艺术节以及G20科技创新部长会议等高端国际性会展活动在怀柔举办,吸引了包括联合国前秘书长科菲·安南、英国前首相布朗、德国前总统武尔夫、美国著名经济分析师吉姆·罗杰斯等重量级人物做客怀柔。与此同时,在打造怀柔科学城的大背景下,怀柔在科研会展领域逐步获得认可,吸引了全国青少年机器人大赛等科研会展活动落户。其中以医学科研类会展活动表现尤为突出,仅去年9月至11月,就有第十一届泛亚太尿控学会会议、眼颈压力梯度相关疾病国际高峰论坛、中华医学会2016全国肝病学术年会等在怀柔密集举办。

影视会展方面,从2008年建成中影基地,到2016年第六届北京国际电影节、第十六届中国电影华表奖颁奖典礼、第四届北京电视节目交易会与北京剧本推介

会先后在怀柔举办。8年的积累和实践,使怀柔成了影视会展的新地标。去年,北京电影学院在怀开建,也使怀柔在影视类会展市场中获得更多话语权。此外,去年,怀柔区汽车会展也持续升温。丰富的场地、崭新的设施以及专业服务将一大批汽车类会展项目聚集到怀柔,涵盖新车发布、汽车赛事、车展等。

在休闲会展方面,凭借特色会展资源,怀柔吸引了马拉松、徒步大会、慕田峪长城彩跑、冰雪嘉年华以及沃尔沃高尔夫中国公开赛、百威音乐节等知名休闲会展落户。

企业年会方面,去年怀柔区会展市场呈现了大牌云集的状态。继三星研究院年度会议、天神娱乐年会、西安杨森公司大会之后,北京雅昌2016迎新酒会、宝马百年员工会议等相继在怀柔举办,怀柔获得企业年会“黄金选择”的美誉。

怀柔会展产业快速发展,得益于怀柔区精准布局和各项服务保障工作的实施。2016年,怀柔区出台了《怀柔区“十三五”时期会展产业发展规划(2016-2020年)》,确立了怀柔会展业的“世界高端会议新地标、绿色会展产业领军地”的总体定位。与此同时,怀柔区设置了怀柔会展业专项资金,为会展产业提供了重点支持。



2017北京图书订货会闭幕

本报讯 1月12日至14日,2017北京图书订货会在北京中国国际展览中心(老馆)举行,737家参展单位为书友及参观者带来2016年以来出版的新书以及精品图书共50万种。

今年已经是北京图书订货会举办的第30个年头,“面向大出版转型升级,走融合发展新路”成为了本届订货会的主题。这也是在“互联网+”对于传统纸质出版带来强烈冲击后,书商们面对眼前变局

所考虑最多的问题之一。

在北京出版集团的展区,“读者需求”成为今年布展的主题词。超过800种涉及社科、生活、少儿、学术等种类的图书成为被重点打造的对象。

“今年的新品图书中和与国家形势贴近的主旋律作品受到了最多关注,这也是社会需求所致,”北京出版集团现场负责人这样表示。

与此相比,2016年10月刚刚成立的人民卫生出版集团则瞄准了融

合出版领域并迈出了一大步。在人民卫生出版社展区,一块“3D解剖学系统”的电子屏幕与一套VR体验设备吸引了许多参会者的注意。

人民卫生出版社现场负责人介绍,出版社传统的出版物以医学专业类、教材类、考试类书籍为主。随着高校和科研机构对于教育教学材料方面的要求越来越高,出版物向数字化转型成为必然要求。在这样的情况下,“3D解剖学系统”应运而生。(宗詹)

品牌展会由谁界定?

■ 姜淮

民”取向各异。

随着国家加大对财政资金使用的管理,有关资助企业参展参会,需要作出科学公正的绩效评估,而评估的依据则政出多门,因为目前会展业仍无可依托的指标平台。地方政府依然从地方产业经济角度来选择和衡量办展、参展的标准。然而,绕不开的问题依然是该办什么样的展,支持企业参加哪类展?

根据市场发展,可以梳理出的展会类型如下:一是行业内达成共识的传统专业展;二是基于国家和地方战略发展需求的政府展;三是属于新技术、新领域的新型题材展。

就实际而言,无论选择哪一类型的展会,不可或缺的基础指标要素应包括展会的规模、参展商数量、专业观众组织、服务满意度、产业契合度等。接下来工作的重心则需要尽快推出和完善有关标准,特别是需要甄别各级指标体系,从而量化品牌展会的内涵。

就多年来的实操和认知,笔者梳理出用于规划和评审的若干指标评价体系,在此与业内同道共享。

指标体系的建立需要具备相应的基本原则、流程和内容。

首先,就构建原则来看,科学性和系统性是前提,客观性和公正性是价值要求,而创新性与可操作性是实质。展会自身是系统工程,因而要求评价的指标体系具有全面性和系统性,围绕对象是对主办方及其服务、专业观众组织、参展商数量和质量、现场满意度等。当然,必须合理选择与展会各方密切相关的要素,同时要科学合理地进行规划,构建起既独立又有一定关联度的有机系统,而层级的重要性更加需要重视,如一、二、三级指标。

其次,就实施主体来看,需要逐步推行第三方评估资质,推动业界重视和建立具有一定资质的机构参与指标体系的构建和执行,政策层面鼓励和引导相应主体的建设,从而加强和完善实际执行过程中的客观、公平、公正和中立性。就指标体系自身来说,同样也存在量化和测算体系逻辑严密性和关联性,不以一人一地的偏好为主观。因而,学习借鉴成熟国家的做法、完善我国的评估认证体系是当务之急。

众所周知,德国在会展业审计调查方面处于世界领先地位,德国经济展览和博览会委员会(AUMA)

下属德国展览会统计自愿审计协会(FKM)是德国展览业最有影响力的第三方审计机构。而英国会展联合会则要求会员聘请一家独立的审计公司,对展会整体效果进行评估。法国则采取对展览会跟踪调查的方法,一次在展会期间,就展览组织本身征求参展商的意见,一次是在展后,就参展是否成功征求企业看法,由此获得对展览会客观而完整的评估。而目前国内很多企业认可的是国际展览业协会(UFI)资质认证。

再次,指标体系的构建来源于鲜活的实践,并随着历史条件的变化而不断完善,对其基本要求是不断趋于标准化、便捷化,这就需要站在实际可操作性角度,以创新思维对其不断进行优化和提升。随后,从指标内容的构建来看,需要在建立基础通用标准的基础上制定分级指标体系。主要包括但不限于以下内容:

一是对展会组织工作的标准内容设定,包括对工作人员岗位、职责、展品组织、设计、宣传推广、现场管理等诸多内容的涵盖。二是对展会质量的标准内容界定,包括展会规模、实际展览面积、参展商数量、参展商

质量、展品的多样化、创新性和技术领先性;专业观众组织情况,平均参观时间、人流密度指数、兴趣指数等。三是展会效果的标准内容设定,如成本效益比、产业契合度、成交率等。四是参展商参展效果的标准内容。诸如展商对展会的满意度,与其相关联的则是品牌形象提升率、展出目标实现度、客户巩固率、新客户开发率、信息获取度、投入产出比等。

其他可以纳入指标内容的包括专业观众满意度、成交额与意向合作、现场服务满意度、社会效果等等。

品牌化是中国会展业的发展方向,品牌化的前提是品质化,而品质化的依据是标准化。我们欣喜地看到,国务院2015(15)文件精神明确提出“优化市场环境,完善展览业标准体系……逐步形成面向市场、服务产业、主次分明、科学合理的展览业标准化框架体系。”

(作者系广东现代会展管理有限公司副总经理、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



● 会展传真

山东潍坊发布会展业“十三五”规划

本报讯 近日,《潍坊市会展业“十三五”发展规划(2016-2020年)》发布,计划到2020年,引进大型展览企业集团5家以上,年度举办各类展会190个以上,在国内具有较强影响力的品牌展会达到10个以上,培育具有发展潜力的品牌展会15个以上,将潍坊打造成有较高知名度和影响力的全国特色会展名城。

“十三五”期间,山东省潍坊市将依托城市特色和产业优势,培育会展品牌。发挥潍坊国际风筝会的龙头带动作用,优化整合潍坊本土品牌展会,创新提升鲁台会、莱博会、花博会、绿博会、宝石博览会、中国国货·文博会等特色品牌展会,扩大提升在全国、全球的影响力。积极引进具有影响力的巡回展会项目,并塑造区域性文化节庆品牌。同时,还将加快建设会展核心功能区,完善展馆配套设施,加强场馆管理与运营,引导各场馆运营主体探索“场馆经营+多元经营+自主办展”的路子,合理使用资源,不断提高展馆知名度,提升经济效益,通过多种途径,争取到2020年形成以一流会展专业公司为主体的会展业市场。(潍坊)

广东潭洲会展中心二期拟投资逾38亿元

本报讯 近日,记者从广东佛山顺德区发展规划和统计局获悉,广东(潭洲)国际会展中心二期及配套项目I包项目正在进行备案前公示。这一总建筑面积约14.6万平方米的项目,总投资38.6755亿元。顺德拟以此为依托,重点发展会展业和工业服务业。

潭洲会展中心启用后,已举办第二届珠西装备洽谈会、第二届中国(广东)国际“互联网+”博览会两场展会。今明两年,涵盖家居、家电、陶瓷、医疗器械、智能制造等主题的展会将密集举行。

根据公示信息,潭洲会展中心二期及配套项目I包总用地面积约12万平方米,总建筑面积约14.6万平方米,主要包括接待大厅、展厅、多功能厅、能源中心、连廊及下穿隧道等。全部逾38亿元投资由佛山市新城开发建设有限公司自筹解决,预计18个月完工交付使用。

在近日召开的佛山市十五届人大一次会议上,佛山市市长朱伟在《政府工作报告》中多次提到该项目,指出要以广东(潭洲)国际会展中心为依托,办好珠江西岸先进装备制造业投资贸易洽谈会、中国(广东)国际“互联网+”博览会等重大展会,争取中国国际中小企业博览会落户,打造佛山会展品牌。

佛山顺德区委书记区邦敏表示,制造业是佛山、顺德的根和魂,在制造业基础上发展现代服务业,就是区位优势、产业优势所派生出来的发展优势,这切合了顺德实际,对顺德今后发展是一个很好的机会。(尹辅华)

武汉汉阳区会展扶持试行办法出台

本报讯 据知情人士透露,去年12月26日,武汉汉阳区政府出台了《汉阳区促进会展业发展扶持政策的实施意见(试行)》,这是中西部地区会展城市区级政府首个以专项资金方式扶持会展业发展的政策文件。意见针对汉阳区特点,重点对会展企业与机构、会展项目、会展人才、会展配套产业发展进行扶持。

据介绍,《汉阳区会展业“十三五”规划》列为汉阳区“十三五”专项规划之一,自去年10月进入政府采购招标程序。这表明汉阳区政府高度重视会展业的发展。对于在汉阳区的会展从业者而言,是一件关乎行业发展及其自身发展的大事。(章法贵)



多年从事会展业规划的专家学者面对的共性课题是,对未来目标的设定。从战略目标的角度要谈品牌化,从实现路径的角度要谈品牌项目,无论一国还是一隅。而问题的症结自然而生:所谓品牌、品牌项目,究竟谁说了算?

从长期以来的做法看,地方政府出于提振产业经济和城市经营的需要,会把与产业和社会转型升级的展会纳入品牌认定的范畴,以发挥其政策导向性功能,从而相应出台了类似的认定办法,大致的视野范畴落在促进支柱产业、战略性新兴产业和文化创意产业的发展,而享有这一政策红利的展会,只要达到政策界定的指标要求,则得其所哉,而产业偏好不同,则“患