

组展企业谋划海外布局

■ 本报记者 叶灵燕

在2014年十大展览馆排名中,中国展览销售面积仅次于美国,位居全球第二,并占亚洲展览销售面积的57%。然而,在全球前二十强组展商统计中,中国组展企业无一上榜。这体现了中国展览业的整体规模与中国组展企业的国际地位极不相称。

多年来,展览业国际化“引进来”多、“走出去”少;多见吸引外资并购国内会展项目,鲜见国内会展项目在国外生根发芽和国内资本并购国际会展项目。

2015年,国务院印发了《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》,提出坚持展览业专业化、国际化、品牌化、信息化发展方向。

中国展览业国际化进程该如何推进?许多业界大咖在第十三届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2017)上纷纷建言,强调了中国展览业国际化的紧迫性与重要性。

选好“走出去”路径

“中国展览行业进入国际市场

刻不容缓。”振威展览集团董事长张学山认为,中国已成为世界第二大经济体,展会作为推动贸易发展的重要平台,企业“走出去”时应该加以利用。

张学山介绍说,现阶段,国内企业面向海外市场的国际化路径主要有跨国并购、设立分公司等形式。

“国机会展”品牌在国际化方面已取得了一定成效。据西麦克国际展览有限责任公司副总经理杨明介绍,中国机械工业集团有限公司(简称国机集团)整合旗下展览资源,着力打造“国机会展”品牌。通过优质资源整合,“国机会展”拥有除展馆经营外的会展业全产业链,年独立举办国内外展览项目40多个,年销售额超过16亿元,成为会展业国家队中的新生力量。在国际化进程中,“国机会展”为实现“再造海外新国机”宏伟蓝图,在“引进来”和“走出去”两方面都展开了积极的探索,通过创新业务模式大力拓展国际领域业务,助力国

家“一带一路”政策落地,取得了良好效果。

杨明指出,国家“一带一路”倡议和“中国制造2025”、装备制造和国际产能合作等重大战略,为出展企业的创新提供了政策保障,而中国展览业只有不断创新业务发展模式才能实现更大发展。

俄罗斯Formika展览集团副总裁亚特拉什·安东表示,俄罗斯地域优势明显,同时还是“一带一路”沿线国家,俄罗斯展览公司希望与中国企业加强合作。

应具备国际化思维

对于中国组展企业怎样“走出去”,张学山建议,一是通过跨国并购国际展会等方式;二是通过股权投资或成立合资公司;三是通过战略合作,与海外企业联合办展,发挥各自优势;四是单独设立办事处或分公司,独立办展。

法兰克福展览(上海)有限公司总经理赵慰平回顾德国展览会的全球化历程时表示,德国组展企业采用兼并与购买的策略进入国

外市场,通过本土化运作,将展览会打造成全球化采购平台,最终与合作伙伴一起分享展览会的成果。“德国的展览会无论在中国还是在其他地方举办,绝不是单纯地展销德国产品,而是为全世界贸易商服务。”赵慰平说,组展企业遵守当地的法律法规,寻找当地的合作伙伴,聘用本地员工,这样比较接地气。

在谈到组展企业如何“走进来”时,张学山认为,要有国际化的人才团队、国际化的合作机构、国际化的客户资源、国际化的媒体资源,还要有国际化、专业化的办展水平。

“传统思维模式是制约中国企业走向世界的关键要素。”亚特拉什金·安东指出,中国组展企业想走向国际化,首先要思维国际化。

需警惕保护主义

“中国组展企业‘走出去’能得到更快发展、更多机会,还可以与更多企业建立关系。同时,在‘走出去’的过程中也会遇到一些

障碍。首先是语言关,其次是文化融合问题。”Expos Asia首席执行官凯旋说,中国组展企业如果想在海外市场获得成功,需要在当地找到合适的合作伙伴、合适的人脉资源,还要加大品牌建设力度。

慕尼黑展览(上海)有限公司副董事总经理陆赫杰认为,组展企业在全球化过程中,税收问题非常重要。“大概100多个国家之间已有税务协议,办展前必须咨询相关的税务顾问。如果想跨国办展,一定要让两个国家的顾问进行沟通并达成一致意见。”陆赫杰提醒广大组展企业。

对于会展企业的海外发展,亚特拉什金·安东分析称,“如今,保守主义抬头趋势明显,值得警惕。”张学山指出,人才培养、外国合作机构选择以及客户资源是当前中国组展企业实现国际化战略的主要瓶颈。

● 会展关注



日前,第55届温哥华国际船展展览会落下帷幕,来自世界各地的250多位参展商携产品参展。(欣 华)

香港湾仔运动场或改建为会展设施

本报讯(记者 毛雯)近日,香港特区行政长官梁振英在作《施政报告》时建议,将香港湾仔运动场改建为包含会展用途、潮玩新颖的康体设施的综合发展用地,务求地尽其用。

据悉,负责就此计划进行可行性研究的香港贸易发展局表示,欢迎香港特区政府在湾仔区兴建更多会展设施,相信将惠及酒店餐饮、旅游及零售等行业,更好地拉动香港经济。

梁振英在《施政报告》中引述顾问研究指出,2028年,香港会议展览场地在旺季期间将短缺13万平方米,因此需要做好长期扩展计划,确保会展业务不受场地短缺影响。香港湾仔运动场最快于2019年进行综合发展,香港贸发局将开始就建议进行可行性研究,政府会适时向湾仔区议会和其他机关人士进行咨询。

据知情人士透露,香港湾仔运动场邻近香港国际会展中心,因此

考虑作综合发展,将研究扩建为多层建筑,具体运营方式以及改建成本目前尚未确定,但预计包含会展设施、潮玩及新颖的康体用途,例如攀岩、室内滑冰、Bubble-football(泡泡足球)等。

香港湾仔运动场建于上世纪70年代末,是香港第一个达到国际标准的体育场。对此,笔克远东主席谢松发认为,若相关建议落实并实施,可以令香港会展市场更具吸引力。

湖北人大代表:支持武汉打造一流会展名城

本报讯 近日,在湖北省两会期间,多名省人大代表建议,支持武汉打造国内一流的会展名城。

据了解,武汉市现有武汉国际博览中心、武汉国际会展中心、武汉科技会展中心、中国文博览中心等4个现代化专业展馆,可供展览面积约30万平方米,可搭建国际标准展位约1.2万个。从数量看,武汉市现有会展相关企业近200多家,先后成功引进“光博会”“食博会”“机博会”“汽博会”“农博会”等在国内有一定知名度和影响力的品牌展会。

有代表认为,历史上武汉曾和北京、上海、广州并驾齐驱为全国四大展览中心。目前,武汉会展业还没有达到应该达到的水平。汉商曾突破传统产业,进入被誉为朝阳产业的会展业,成为全国首家进入会展业的商业企

业。张宪华建议,支持武汉市成为国内领先的大展、影展、国际展落户之地,培育出国际一流的专业会展经营企业集团,让武汉成为国内一流的会展名城。

但也有代表表示,武汉会展业还存在一定的不足,比如没有形成类似广交会等在国内外具有极大影响力的品牌展会,会议、展览专业人才缺乏等等,建议武汉广泛吸取“北上广”等地经验,结合武汉实际,着力解决制约发展的重点难点问题,策划一批能够助推产业转型升级的展览。要加快以会展为中心完善城市配套,以展馆为中心建设物流中心、交通枢纽中心、旅游休闲中心和商品集贸中心,建设与机场、码头、汽车站无缝对接的公共交通网络。

(汪文汉)

2017纱线展将继续拓展商贸平台效应

本报讯 今年是中国国际纺织纱线展览会(yarnexpo)举办的第12个年头,作为本土一年两季的纱线展,近年来与中国国际纺织面料及辅料博览会、中国国际针织博览会、中国国际服装服饰博览会、中国国际家用纺织品展览会同期举办,产生了上下产业链联动效应。

3月15日至17日,2017年纱线展将在上海国家会展中心举办。2016年,该展会共有来自中国内地、中国香港、孟加拉国、印度、印度尼西亚、韩国、巴基斯坦、新加坡、瑞士、美国、乌兹别克斯坦、越南等12个国家和地区的纱线企业参展,吸引了来自77个国家和地区的11832名专业观众到场参观,同比增长60%,其中海外专业观众2339人,国际影响力也进一步扩大。

据介绍,纱线展作为商贸平台

也吸引了许多纱线贸易商的参与。义乌市恒雅进出口有限公司负责人程红琴表示,2016年第一次参加秋冬纱线展,感觉外商数量不少,而且还有持续增加的趋势。

对于纺织上游产业来说,相比中间环节的面料以及终端的针织、家纺、服装,产品创新的难度大,创新路径少,很难轻易出现一夜爆红的产品,但是在2016秋冬纱线展上,来自张家港美景荣化学工业有限公司的产品“美弹丝”成为热点之一。

2017年,经过“十三五”开局之年的历练,纱线展作为纺织时尚之源展示出更加激昂的状态。尽管国际政治经济格局动荡,内外环境纷繁复杂,但纺织作为一项民生产业的历史任务永远不会改变,纱线作为纺织源头的产品属性永远不会变,纱线展组织方将继续为行业搭建商贸平台。(方文芳)

成都会展业收入10年增长7倍

本报讯 1月12日至14日,第十三届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2017)在澳门举行,会展经济再成热点。早在2008年,成都作为首个中西部城市承办了这一论坛。过去几年,成都会展业发展可谓迅速,刚刚结束的2016年更被称为成都的会展“大年”。

据成都市贸促会会长、成都市博览局局长王天刚介绍,2016年,成都会展业直接收入达83.1亿元,会展业总收入达830.8亿元,举办重大展会数量达539个。值得一提的是,会展业的直接收入较2007年时增长了7倍。

随着成都城市综合实力和国际影响力的提升,这座志在打造“国际会展名城”的中国西部城市已然迎来会展业快速发展的“黄金期”。

2016年10月,在商务部中国会展经济研究会发布的《2015全国城市会展业竞争力指数研究成果》中,作为中西部唯一的城市,成都与北京、上海、广州、深圳一同入选首批“中国最具竞争力会展城市”。

展城市”。

根据规划,到2025年,成都市会展业国际化程度还将进一步提高。全年举办重大会展活动数量达到800场,其中,国际性会展比例达到30%。

今年9月,联合国世界旅游组织第22届全体大会将在成都举行,作为全球旅游业界最高规格的官方会议,这是其继2003年在北京举办之后,第二次落户中国。“这对于四川和成都扩大影响力,建设旅游经济强省和世界旅游目的地具有重大意义。”业内人士指出。

目前,成都定下的目标是,“力争2017年举办会展活动1000场以上,其中重大会展活动超过590个,展览面积330万平方米,总收入约894亿元,同比增长12.8%,其中会展业直接收入约93亿元,同比增长12%,综合收入约801亿元,同比增长13%。”随着中国西部国际博览城的投入运营,成都会展业将终结大型展会规模、场地不足的历史,迈入“一城两馆”新阶段。(程荣荣)



春节将至,又到了用工荒的季节。受制于人口红利消失、代际更迭等宏观环境的制约,因于客户体验的升级、服务质量诉求加强等微观因素的影响,服务业面临的用工问题越来越凸显。相信很多会展企业,尤其是场馆运营企业面临着和笔者同样的困惑。用工问题如何解决?笔者在近期的学习与思考中总结出以下三个思路。

第一,外包与内化。目前,大多数会展场馆的用工模式与酒店相同,即通过劳务派遣、服务外包等途径,把企业非核心业务交由专业的人力资源外包公司、中介公司等,以专注核心业务,达到精简结构、节约成本、提升效率等目的。但往往会在

存在外包人员不稳定、服务意识薄弱、沟通机制不畅等各种问题,从而激发合作双方的矛盾。从长远来看,外包必是未来劳动密集型行业的发展趋势,与其排斥这一模式,不如思考如何更好地扬长避短,提升外包质量。选择合作伙伴、建立契约关系、加强标准培训、强化过程管理、推进考核制度,每一环节都应该落到实处。除此之外,最为重要的是双方要树立利益共同体的意识,通过工作沟通、文化沟通、情感沟通等内化于一体,共同应对激烈的市场竞争,提升各自所在领域的竞争力才是根本所在。

第二,科技与效率。技术已经是老生常谈的话题,通过新兴技术应用,提高效率,缓解用工压力,减少用工需求是技术应该产生的功效之一。但技术还应该发挥更大功效。罗振宇在他的跨年演讲中,将智能革命做为五只黑天鹅之一,并提出:“人工智能发展得非常快,未来5到10年,你会发现这个世界会变得你不认识”。2016年,谷歌人工智能AlphaGo机器人大胜人

新春“遐想”

■ 唐雪

类的围棋挑战赛成为年度热门事件,日本机场已经聘用精通三国语言的机器人负责接待客人,雅乐轩酒店Botlr服务机器人去年就上岗了,负责为客人传送物品,不收小费的它只感激人们在网上为它发个帖。虽然目前人工智能在会展业还只是逐渐渗透,但这种趋势会越来越明显。牛津大学有研究证明,替代工作是有划分的,并划分了替代权重。其中,具有原创、互动和谈判这三种能力的工作是不容易被机器代替的。但一线的服务可替代性高达94.0,行政可替代性从84.0升至94.0。对会展场馆而言,哪一部分业务是可以被人工智能的呢?目前,还不敢妄下定论。

第三,共享与共赢。过去两年,共享经济席卷全球。从Uber到滴滴用车再到当前风靡的摩拜单车,从airbnb到房产领域各种共享平台,关于“共享”,各种脑洞大开的商业模式每天都在上演。前几天,《每日邮报》报道,英国航空公司Waves airline计划在今年7月



● 会展传真

2016年国家会展中心国际展占比超95%

本报讯 据《劳动报》报道,2016年国家会展中心展览总面积达427.3万平方米,同比增长9.9%。

国家会展中心给出的数据显示,2016年,该馆全年举办各类展览、活动共计54场,年度经营面积达到427.3万平方米,同比增长9.9%。其中,全年共承办各类展览29场、393.3万平方米,国际性展览面积占比超过95%;10万平方米以上规模的展览面积占比超过90%。此外,还未过年,2017年就已确定将举办23场展览。

上海市会展行业协会会长陈先进表示,上海会展业特点鲜明,发展快、规模也大。2011年平均展会规模1.41万平方米,到了2015年达到2.02万平方米,规模涨了将近50%。单展的规模,全国数据显示上海是最高的。

此外,上海展览行业分类比较多,占前六位的是产业会展。第一大类是机械装备类,占到22%;第二大类是科技教育文化类,占到13%;第三大类占到12.97%,是建筑、家具、装修等类别;第四大类是综合服务商业占9%;第五类是纺织服装占8%;第六大类是体育休闲占7.5%。

(胡雯莉)

第十三届会展文化节8月在临沂举办

本报讯 8月18日,第十三届中国国际会展文化节将在山东临沂举办。目前,会展人对本届会展文化节的筹备充满期待。

据记者了解,在接下来7个月的组织工作中,本届会展文化节至少还要进行两次内容研讨会,包括前往临沂研究内容设置,让横向内容(会展文化节全体大会、会展人之夜)和纵向内容(大学生大赛、教育论坛、城市大会、组展商论坛等)相互影响,形成良好互动。此次会展文化节将继续邀请行业大咖参加演讲环节,继续举办金海豚大奖颁奖仪式,还将发布《2016中国会展指数》《2016中国规模以上展览机构调研分析报告》《2016中国专业展览会百强组展商》等。

临沂作为新锐会展之城充满了神秘感。8月,第十三届会展文化节落户临沂,大家会见到一个不一样的会展之城临沂。

(宗 慧)

推出Uber模式乘机服务。“物”的共享已经发挥到极致,下一轮共享热潮会不会演变为人才共享?也不好去妄自判断,但有需求就会有市场,这是亘古不变的商业规律。受制于现在的思维模式、雇佣体制、契约关系,或许人才共享不会一步到位。但对于我们这些有迫切需求的企业而言,我们可以去探索。或许我们可以尝试成立区域性的行业联盟,鼓励员工加入抢单团队,实现联盟内部的派单、抢单,既提升企业效率,又提升员工收入,有何不可呢?

仅此,只是笔者岁末年初困于用工荒而产生的一些“遐想”。但相信,基于用户痛点的创新才是有价值的创新。期待2017年新春过后能够出现解决会展行业痛点的商业创新模式!

(作者系北京北辰时代会展有限公司、杭州国际博览中心总经理)

● 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处