

●会展关注

国际学术会议青睐中国 今年将增长近10%

■ 本报记者 兰馨

日前,在北京举办的2017年度美迪康合作伙伴大会上,由中国学术会议联盟编制发布的《2017中国学术会议市场报告》(下称《报告》)显示,我国学术会议市场体量稳步增长。2014年至2017年,国家级继续医学教育(Continuing Medical Education,简称CME)项目会议数量分别是11624、12822、15411和16959个,平均年增长率为9%。其中,举办国家级CME项目会议数量最多的全国性社团分别是中华医学会、中国医师协会和中国医药教育协会。

2017年,我国省级CME项目会议数量达到13785个,比2016年增长11.85%。最受大型学术会议青睐的城市排名前三位的是北京、广州和上海。杭州、成都、厦门、苏州、西安、大连和昆明分列第四至第十位。

《报告》显示,2017年,在我国举办的大型学术会议中,95%为国际会议项目,表明中国学术会议高度国际化。

学术会议增长明显

在会展领域,学术会议是一个细分市场,一般由社团(学会、协会、研究会等)以及大学、科研机构、医院和交流中心等事业单位主办,以学术交流为目的,一个学术会议组委会中有负责学术议题的学术委员会,还经常有论文征集和壁报(墙报)以及同期举办的展览展示。

《报告》显示,2015年,学术会议平均参会人数为492人;2016年增长到508人;2017年继续增长,平均注册人数为515人。2015年共收到论文134577篇,2016年增长到197636篇,2017年增长到338483篇,这一方面说明有更多参会者踊跃递交论文,另一方面也说明学术会议的质量在提高。

振威展览集团副总裁许锋认为,一个学术会议的征文稿件数量越多,尤其是国外参会者提交的论文越多,说明该会议的学术水平越高。

国际水利与环境工程学会秘书处负责人孙高虎表示,我国学术会议服务水平在国际上处于领先地位,因此,国际上对在中国举办的学术会议的关注度越来越高。

《报告》指出,学术会议的运营,主要看国际化、参会人数、论文数量和壁报、线上会议直播的普及率等主要指标。

学术会议直播成趋势

《报告》显示,2017年,通过网络直播观看学术会议的达196.4218万人,平均一场会议有2.5万人观看网络直播,比2016年增加34%。

“为学术会议提供服务,实际上是提供一站式的学术管理。”业内人士认为,与其他商务会议不同,学术会议以“内容为王”,这就要求会议服务方必需保证幻灯片播放系统的流畅性,同时保证精准的时间控制。

该业内人士表示,国际学术会议使用视频直播是常规模式,直播不仅实时,而且也是一项非常好的

文献资料留存。

许锋提醒道,此次大会的多媒体播放设置了计时器,显示每一位演讲嘉宾的倒计时时间和PPT页数,这些都是国际学术会议的通行做法,因为学术会议对时间、流程、演讲人顺序及其PPT的控制更为严格。他指出,这是学术会议与其他企业和商务型会议不同之处。

“学术会议的核心是为VIP嘉宾提供个性化服务。”上述业内人士认为,会议信息的有效管理不仅对行业有用,同样对会议服务公司也非常有用。

《报告》指出,从会议工具来看,数字化注册签到、微网站、征文投稿正越来越普及,会议直播将出现爆发性增长。

学术会议将继续增长

根据《报告》预测,2018年,学术会议市场将整体稳步增长,预计增速为9.6%。省级机构主办的会议增速将超过全国性的学术会议

议。同时,进入中国市场的国际会议将增多。

从会议目的地来看,北京、广州、上海仍将稳居前三位。同时,杭州、苏州、厦门、昆明、长沙、西安、成都、重庆的追赶步伐也在加快。

从学术会议的主办方来看,学术会议更聚焦专业领域,产学研之间的联系互动更紧密。同时,出现了从会议运营到社团运营的观念转换。

南京万达银燕航空国际旅游有限公司副总经理施晓东认为,会议品牌的打造是从服务开始的,目前,中国的会展旅游(MICE)市场处于群雄并起的时代,竞争是不可避免的。

在世界中医药学会联合会信息中心副主任李文杰看来,与展览项目聚集一二线城市不同,学术会议的举办地会选择三线城市。

此次大会期间,中国学术会议服务联盟正式成立,旨在为国内外学术会议提供一站式标准化、专业化服务。

江西成为全国会展业“投资洼地”

■ 刘佳惠

本报讯 日前,由江西省会展业协会主办的第二届江西会展经济发展论坛在南昌召开。2017年,江西举办各类展会470个,展出面积达350万平方米,江西正在成为全国会展业的“投资洼地”,吸引各界共享江西会展发展机遇。

随着时代的发展,现代会展业的功能衍生出了许多新业态、新模式,成为连接产业链上下游、推动不同产业融合发展的“产业路由器”。

“综合来看,江西正在成为全国会展业的‘投资洼地’,发展前景无限广阔。”江西省商务厅副厅长方向军介绍,过去5年,江西持续打造了世界绿色发展投资贸易博览会、药交会、瓷博会等在全国乃至全球都具有影响力的展会品牌,实现了江西单体展会场馆向14万平方米量级的历史性跨越,在全省范围内初步形成了多层次、差异化的会展业

基础设施网络。

据江西省商务厅初步统计,2017年,全省举办的各类展会470个,展出面积达350万平方米,分别是2012年的3.2倍和3.1倍,会展业的规模效应和集聚效应已经初步显现。会展业的发展不仅给江西带来了可观的经济效益,更是成为“讲好江西故事,展示江西形象,凝聚江西力量”的全景式舞台。

未来,江西将着力促进会展采购商、参展商、运营商、策划商等市场主体进一步提升专业化水平,加快形成全产业链的集成创新体系,携手打造更加高效、优质的产业生态系统,共同打响江西绿色会展品牌。

据悉,此次论坛期间,还建立了江西会展行业智库,聘任了首批20名高层次的专家。同时,举办了南昌师范学院会展经济与管理本科专业启航仪式,会展专业人才培养迈上新台阶。

杭州萧山 每年将安排5000万元扶持会展业

■ 杭洋洋

近日,《杭州市萧山区会展奖励实施办法(试行)》正式发布。萧山区财政将每年安排5000万元会展业发展专项资金,其中会展奖励资金4500万元,主要用于对会展活动、会展公司、会展园区、会展设施、会展人才等方面的奖励扶持。

据不完全统计,2017年,萧山举办各类会议8046场,其中千人以上会议227场,举办各类展览62个。以杭州国际博览中心为首的萧山会展业承揽近百场国际会议所产生的“品牌红利”,已使萧山的会展地位愈加突出和巩固。特别是世界旅游联盟总部落户萧山后,将掀起一股“国际旅游”热。根据世界旅游联盟与浙江省政府签署关于开展战略合作的备忘录,联盟将积极支持浙江、杭州、萧山引入国际知名会展,以及国内外旅游企业总部。

业内人士表示,随着大交通大通道的建设,钱江两岸越加紧密地联系在一起,萧山的区域优势越发凸显。在杭州打造国际会展之都赛事之城的大格局之下,杭州要迈向国际会展名城,萧山将是主要承载区,处于“第一方阵”的萧山也将依托大交通大通道大花园的建设获得杭州会展业的引领之势。

杭州萧山区旅游局负责人介绍说,2018年萧山的会展业也将有更多突破。譬如,发挥萧山旅游会展的区域、产业集聚等优势,联合区内的酒店、场馆、景点,联合竞标国内外大会大展,并在产业会展上做更大的突破。另外,萧山也将发挥杭州国际博览中心主战场作用,建立会展产业园,以国际化视野、世界级标准做优做大做强会展产业,打造会展产业集群区。

据了解,萧山区委区政府把



2018年法兰克福家纺展闭幕

近日,为期4天的2018年法兰克福家用及室内纺织品展览会在法兰克福会展中心落下帷幕,本届展会吸引了来自60多个国家和地区的2975家展商参展,中国展团共有545家企业参展。

(欣华)

云南城投盼成都会展助推业绩增长

本报讯 云南城投自2017年6月开始停牌重组,拟引入西南地区大型企业集团——成都会展。预案发布后,标的公司240亿元的估值及63亿元的业绩承诺受到市场质疑,公司于2017年11月29日收到上交所问询函。时至今日,重组问询函回复完毕,公司股票于2018年1月17日复牌。

回复称,成都会展主要资产开发时间较早,取得成本较低,经过多年发展,周边环境不断完善,房地产市场不断上涨,因而导致前次评估增值较大,增值率较高。南云

省城投集团取得成都会展51%股份的总成本为118亿元,增资后成都会展权益价值为231.41亿元。由此看来,此次240亿估值较前次仅增加了不到9亿元。

对于市场高度关注的业绩承诺,公司称,标的公司现有5个在建项目,302万平方米的土地储备(含拟建项目占地),项目分布在成都市及其周边地区,多个项目预计于2018年至2020年间竣工并完成交付,为未来3年标的公司地产板块的业绩快速增长奠定坚实基础,因此,预测期内业绩收入大幅增长具

有合理性。

对于重组标的成都会展,其净利率由2015年的5.23%增长到2017年的16.87%,呈现不断增长之势。截至2017年8月31日,公司负债率为34.74%,在地产为主营业务的公司中属较低水平,加入云南城投后,若按现有已公开数据计算,上市公司的负债率可由现在的90.20%下降到78.65%,低于A股市场前十大地产公司平均负债率的79.11%,将极大的优化上市公司的财务结构。

(宗政)

挖掘会展场馆的流量价值

■ 唐雪

服务体验、商业模式、功能价值、角色定位等多个维度对“第六代场馆”进行全新定义。

提到商业模式,不少从业者会认为会展场馆的盈利不过是场地租赁和物业服务。笔者不好评论这种传统观点的对与错,但站在新经济的浪尖上,管理理念亦应顺势而动、应时而变。笔者近期一直在思考会展场馆的流量价值,或许这正是会展场馆新商业模式的一个“风口”。

线下流量的价值变现。场馆管理者不能只是盯着那一亩三分地”,更大的价值洼地是流量经济。其他行业已挥臂擅拳,新零售领域有阿里巴巴重磅推出的河马鲜生、京东商城主导的京东便利店;酒店领域同样崛起了一拨生活方式新物种,如网易与亚朵的“幸福联盟”、MUJI HOTEL的高调出场。背后的逻辑不难理解,在线上流量红利正在消失的大背景下,通过线下场景实现线

上线下的导流成为一种新选择。对于拥有聚集效应的会展场馆而言,深挖线下流量的变现价值更具优势。以杭州国际博览中心为例,2017年,总人流量超过200万人次,就算是单次仅多消费10元,其总的增量亦相当可观。综合性会展场馆的客流属性不同于商业综合体,类型更为多样,地域范围更为广泛,层级更为复杂。不妨尝试用跨界产品思考力和市场洞察力,激发展商及与会者的消费欲,吸引客户从一次性消费到多点消费再到习惯性地多次重复性消费,打造场馆专属的消费开放平台。

流量转化之口碑当道。也就是充分利用流量的扩散效应,为场馆打Call。通过利用会展事件与在场馆发生的行业事件,生产出场馆独特的景观。例如,在2017淘宝造物节上,阿里巴巴的无人超市“淘咖啡”前排队成龙,顾客在体验

过程中不忘朋友圈“直播”点赞,各大媒体也慕名而来,短时间筑起一道别致的风景线。除了打造零散的非自主的场景,场馆还可以在周年庆等特殊节点,通过经典场景的再现与重组,不断强化品牌展现率,形成自主的系统景观。通过流量扩散,提升品牌传播效果,聚集更多人气。新一代场馆管理要打好“流量经济”这副牌,经济效益和品牌价值都将上升到新的高度。

高端社群与会员体系。会展场馆的“流量经济”刚起步,罗振宇、吴声等商业玩家,已经将风口指向了“超级用户”。对综合性的会展场馆而言,它即是消费者开放平台,更是产业平台,两种商业思维在面对不同的客户群体时当有的放矢。新一代会展场馆也应通过会员体系来发展社群经济,并连接各行业高端客户资源,打造场馆的中高端客群朋友圈。除了会展活动资讯的精准推送、差异化的尊贵体验及定制化的



●会展传真

成都会展去年带动临时就业岗位4930个

本报讯 “2017成都会展联盟年会”日前在成都举办,记者从此次年会上获悉,2017年,成都举办重大会展活动595个,展览面积约366万平方米,会展业总收入930.5亿元,活动参与人数超过10300万人次,带动临时性就业岗位4930个。会展业已成为成都建设现代市场体系和开放型经济体系的重要平台。

此次年会上,揭晓了2017年度评优结果,颁发了6大类评优奖项。此外,还首次发布了《成都展览展示工程等级企业手册》,手册内容包括成都市展览展示工程等级评定简介、评定委员会名单、《成都市展览展示工程企业资质等级划分与评定原则》《成都市展览展示工程企业资质等级划分与评定细则》、获评企业名单及证书示例。

(杨诚波)

长沙向中部会展高地迈进

本报讯 1月19日,2018年长沙市展览展示服务行业协会年会暨专业资质颁发仪式在长沙举行。会议对22家成员单位颁发了新一批“展览展示资质证书”,对2017年长沙市展览展示优秀服务企业、诚信企业、设计施工优秀企业、优秀工厂、优秀个人等进行了表彰。

据了解,经展览展示企业资质等级认定委员会认定,湖南尚雅工程设计有限公司等15家公司荣获“湖南省展览展示设计施工一体化企业一级资质”;湖南悦道文化传播有限公司等4家公司荣获“湖南省展览展示设计施工一体化企业二级资质”;长沙昊月广告有限公司荣获“湖南省展览展示设计施工一体化企业三级资质”;湖南新东方子俊展览工程有限公司荣获“湖南省展览展示工程企业一级资质”;湖南融合会展器材有限公司荣获“湖南省展览展示工程企业二级资质”;湖南义道演绎设备有限公司荣获“湖南省展览展示工程企业三级资质”。

长沙会展办主任陈树中表示,2017年长沙会展业在湖南省、市各级部门的高度重视下,跨上了一个新的台阶。2018年,长沙会展办将与会展业协会会员单位继续助力长沙打造成为中部会展高地。

(王进文)