

南京,一座古老厚重的城市,六朝古都是它的传统名片;南京,又是一座充满活力的城市,已迈向国际舞台的“会展业”是它最好的证明。会展这一新兴产业得到空前的发展,也给南京贴上了“国际会展之都”的新名片。这张时尚名片的打造,离不开南京会展办公室(以下简称“南京会展办”)十几年来努力。

两年一度的南京市会展经济工作会议如期召开。现代快报记者从会上获悉,两年来,南京会展业比上一个两年有了显著发展。其中,大型、特大型展览七十一个,比上一个两年增长20.4%,形成了国际体育赛事、文化节庆、重要商业等“大会展”融合发展的良好局面。会议还对30个优秀展会、68家会展经济先进单位和企业以及近七十名会展经济先进个人进行了表彰。

现代快报记者 祁丽婷 毕良宇



近年来南京会展办推出一系列具有相当影响力的展会 资料图片

打造“国际会展之都”新名片 南京会展办强势助推会展经济

A 南京会展工作迈上新台阶

会展经济工作会议上,南京市副市长储永宏要求要想客户所想,急客户所急,扎实提升服务水平,立足“后青奥”,推进南京会展工作在“新常态”下迈上新台阶。

“2014年5月,国际大会及会议协会(ICCA)发布‘世界2013城市会议产业发展排名’,南京成为继北京、上海之后,境内举办国际性会议最多的城市。而在业内权威机构组织的全国性评比中,南京也先后被评为中国品牌会展城市、中国十大影响力会展城市、优秀会展城市等等。”南京市贸促会会长、市会展办公室主任尹文在会上回顾了南京会展工作取得的成就。

2015年,南京会展办的重头戏主要有两出:一是素有“天下第一大展”美誉的全国秋季糖酒会首次落展南京;二是已经连续六年在南京铺展的台湾名品交易会,今年将继续亮相。

和往年一样,今年秋天依旧是台湾名品展示的季节。2015年9月18日至21日,第七届南京台湾名品交易会将在南京国际博览中心拉开帷幕。除台湾名小吃、台湾名茶、各式电子产品之外,还有工艺美术精品、特色农产品、时尚潮品等等。据悉,2013、2014两届交易会吸引了70多万观众,签订意向采购协议达16.2亿美元。台湾名品交易会旨在创造两岸经贸互动的高效平台,挖掘两岸市场的新商机,从而打造出两岸最具影响力的品牌展会。

南京会展业跨越式的发展,不仅得益于市会展办的全力支持,也离不开南京数十家展会公司的倾情助力。作为中国十佳品牌展览企业之一的南京思德会展服务有限公司(以下简称“思德会展”)就是其中一位“助力者”。20

多年来,该公司不断发展沉淀,平均每年完成300个以上的会展项目。比如,第七届世界癌症大会、第十四届亚太智能交通论坛、中国电信采购大会、台湾名品交易会等等。每一场展会背后,都凝聚了思德会展200余名员工的智慧和汗水。

在参与筹办南京青奥会期间,思德会展积极与国际高标准接轨,单单一个奥运五环标,就提前半个月做准备,并提供多个打样供青奥组委会选择。“我们深知成于细节,赢在执行。客户对于设计上的任何疑问,我们都高度重视,及时做好精确修正。”思德会展总经理徐红波说。

2015年4月底举行的“第十四届亚太智能交通论坛”也是思德会展的大手笔之一。该论坛是亚太地区一年一度最重要的智能交通盛事。2014年上半年,思德会展受江苏省交通厅及江苏省交通规划设计院的委托,成为2015年亚太智能交通论坛的主场服务商。

“‘主场服务商’是块双面胶,是主办方、参展商与场馆之间沟通的桥梁,因而颇受各方的青睐。我们需要提供展会场地的规划,展位区域的划分,现场的管理与服务、协调等各种展务工作,很大程度上减少了展会组织者的压力。”徐红波对记者解释说。

谈及会展工作的不容易,徐红波由衷地说道:“会展的整个流程较为复杂,从咨询规划到创意设计,从内部制作到现场管理,客户对我们的期待是显而易见的。为了不辜负他们,也为了超越这份期待,我们在设计研发上不断推陈出新,在现场服务上精益求精,从而为南京会展业的发展积累了诸多优质客户。”

B 南京会展业尽显“国际范儿”

亚洲自行车展自2013年单独举办以来,境外品牌占比均超过80%;2014南京国际时尚消费博览会,海外展商占比超过40%;第32届中国江苏国际自行车电动车交易会,展位首次突破5000个……在会展业的发展中,南京主动与国际接轨,大力提升展会活动的国际品质。

据尹文介绍,两年来,南京市共举办国际性展览70余场、国际性会议近一千个,并积极主动加入相关国际组织。2013年,南京宁菲国际展览有限公司正式成为国际展览业协会(UFI)注册会员,所主办的“亚洲户外用品展览会”获得该组织认证,成为国内首个被UFI认证的户外行业展会。2014年1月,南京市会展办获准加入国际大会及会议协会(ICCA),这意味着

南京市会展业向国际舞台又迈出了重要一步。

“加入UFI、ICCA,是推动南京会展业国际化更快发展的重要举措,对提升南京城市的知名度和影响力,吸引更多的国际性活动来宁举办具有十分重要的意义。”对于会展业的国际化建设,尹文给予了充分肯定。

据介绍,南京已成功引进一些国际品牌展会,如顺利移植举办中国(南京)国际建筑装饰展、中国(南京)国际物流配送、搬运及物流信息化展览会;签署亚洲户外用品展览会、亚洲自行车展览会新的五年合作协议等等。如今,中国(南京)国际软件产品和信息服务博览会,已成为中国规模最大、最具全球影响力的国际性软件和信息服务展会之一。

此外,一批高规格、高层次的会议活动陆续在宁举办。“2014年天翼手机交易会暨移动互联网论坛”作为全球规模最大的手机交易会之一,观展人次突破30万,美国高通公司以及苏宁云商、腾讯、联想集团等企业高管现场进行脑力激荡。“中国国际裘皮年会”是首次在国内举办的全球皮革行业盛会;“世界农业奖”作为目前世界农业高等教育领域唯一国际性奖项,2014年有来自美国、法国等12个国家和地区的近百位专家参与了颁奖典礼。此外,“第21次APEC中小企业部长会议”“APEC气候研讨会”“中非文化遗产论坛”“第五届孤独症国际研讨会”等层次高、国际影响力强的活动纷纷在宁落地,大大提升了南京的国际形象。

C “大会展”大的不只是体量

“在展会品质得到提升的同时,我市节、赛、演等业态体量进一步加大,影响力也进一步扩大。”尹文认为,相对于中小型企业,大会展对社会贡献的价值更为突出一些。

近年来,南京举办了一系列大型赛事,吸引了社会广泛参与,获得各方好评。青奥会、中超联赛、亚冠比赛、马拉松邀请赛等成功举办,展示了南京会展形象,体现了会展企业参与国际体育赛事的实力。例如,近30家会展企业深度参与了“青奥会”“青奥会”的筹办和举办的各个环节,努力提供包括赛会赛场、展览搭建、广告设计等多方面的优

质高端服务,为办好“亚青”“青奥”盛会贡献了力量。

另外,节庆活动方面也收获颇丰。2014秦淮灯会接待旅游者近两百万人次,同比增长近十个百分点;农业嘉年华首次搬到“田间地头”,颇接地气;“秋栖霞”红枫节单日客流量高达10万人次,创下历史最高纪录;固城湖螃蟹节的知名度和影响力再创历史新高,成了吃货的最爱……各类活动的成功举办,凸显了节庆活动的活力。

除此之外,演艺文化交流活动也日益频繁起来。第14届南京文化艺术节、2014名城专场音乐会、“同乐江苏”南

京国际爵士音乐节,以及蔡琴、毛阿敏巡回演唱会等演艺文化活动,极大丰富了群众的文化生活。南京市民坐在家门口,就能欣赏到原汁原味的演艺盛典,真是美事一桩!

“在看到成绩的同时,我们清醒地意识到我市会展业与国内会展强市、国际会展名城的标准还有一定的距离。如何缩短这个差距,是我们工作的重心所在。”对于南京会展业下一步的发展,尹文有着清晰的工作思路。这不,招展引会的工作、品牌展会的发展、会展人才的培养等10项内容已纳入她的工作日程中啦!

结束语

《南京会展走出“品牌路线”》《南京会展业今年好戏连台》《2015南京会展精彩纷呈》《博览中心“常客”功不可没》《打造“国际会展之都”新名片 南京会展办强势助推会展经济》……5月下旬至今,随着数篇整版会展报道的推出,南京会展专题宣传月活动系列报道也迎来了句点。“展会”是行业发展的晴雨表,一次展会带来的价值远不止客流量、成交额这么简单,其背后人文、贸易、科技、信息的激荡与碰撞,才是展会存在的真实意义。在会展业急速成长的当下,我们有幸见证了它的发展历程,而带有热度的文字背后,是我们对南京会展业的一份深情期盼——祝福金陵会展业在南京会展办的带领下,蒸蒸日上,繁荣发展!