

展会接踵至 1:9效应凸现

今年展会活动将突破100个,成为宁波现代服务业发展新亮点



在宁波国际会展中心刚刚结束的2014中东欧国家特色商品展。 记者 王增芳 摄



“两会两展”活动刚刚结束，宁波国际会展中心有限公司总经理助理莫振能昨天又开始了新一轮的布展。在这个周末（6月14日、15日），会展中心又将迎来3场展会，分别是2014宁波国际婴童少产业展览会、2014首届宁波玉石文化交易会 and 首届中国宁波国际文化艺术博览会。“以往浙洽会消博会结束之后，就没有展会了。今年特别忙，展会一个接一个，这个周末忙完后，还有家博会夏季展，真是马不停蹄啊！”

实际上，莫振能的忙碌正是今年宁波会展活动迎来爆发式增长的一个缩影。今年以来，宁波展览会和大型活动不断。“今年前5月，除了2月份因为春节展会和活动略少之外，其余几个月都非常忙碌。到目前为止已经办了13个大型活动，20多个展会。今年全年预计展会和大型活动要突破100个。”宁波国际会展中心有限公司总经理陆小平告诉记者。

会展活动的大量举办，也带动了相关产品的销售以及餐饮住宿旅游等周边行业的发展，产生了溢出效应，成为宁波现代服务业发展的新亮点。

记者 殷浩 周雁

数据

会展数量今年创新高

8月份历来是宁波国际会展中心的传统淡季，但今年这个8月却有很大的不同。

“今年8月份我们这里场地都预定满了，要办茶文化博览会、婚博会、休闲娱乐展、学前教育展、车博会、个人时尚用品展、小宠物医疗用品展等7个展会，还有旅游用品展是8月-9月间举办的。”莫振能掰着手指数告诉记者，“8月份这个传统的淡季，今年我们要办7场多展会。”

从目前的展会日期预定情况

来看，除了上半年举办的20个展会和13个大型活动外，下半年的展会更加密集，预计今年全年展会要突破60个，大型活动估计要突破40个，全年在会展中心举办的展会和大型活动将突破100个，展示面积将突破120万平方米。

“宁波会展活动去年第一次突破40个，达到47个，创下历史新高；想不到今年上涨势头更猛，要突破60个。这在前两年是不可想象的。”宁波国际会展中心有限公司总经理陆小平表示。

分析

市场化改革激活办展热情

令会展活动大幅增加的原因，一是政府推动市场化办展，激活大量资金和人员进入会展业举办新展；二是宁波国际会展中心也加大了培育本地新展会的力度，并投入热情积极鼓励展览公司办新题材展会。

“去年市政府开了两次常务会议，确定了宁波会展走市场化发展的路子，鼓励企业办展，并释放了一批原来政府办展的展会走向市场化。这是今年宁波展会活动出现较大涨幅的重要原因。”宁波市会展办副主任张幸彦告诉记者。据介绍，目前市政府已经确定了5个展会仍由政府主办，相关部门承办；其余展会如服装博览会、毕洽会等10多个原来由政府主办、相关部门的展会和大型活动都要走市场化的道路。目前服装博览会的市场化运作的招投标工作刚刚结束，华博展览公司获得了承办权。此前2014茶博会也已通过招投标实现了市场化运作。

“市场化运作展会，这是我们一种尝试探索，在国内大多数城市会展业还是依靠政府办展的情况下，我们走这条道路还是比较领先的，也可以促进市场主体的培育，让越来越多的展览公司来举办各类展会，通过市场经济的规律实现展会的优胜劣汰，可以让展会越来越多，越办越好。”张幸彦表示。

在政府支持市场化办展思路的引导下，我市民营展览公司也不断涌现。据陆小平介绍，目前宁波的展览公司已由2012年的14家增加到现在的34家，这也促进了会展的繁荣。

“今年新题材展会大约增加了20来个。比如婴童少产业展、休闲娱乐展、个人时尚用品展等等，都是首次举办。展览公司通过尝试，不断调整展会的内容，从而促进了展会更加符合市场的需求，实现立足产业、服务产业、提升产业的会展宗旨。”陆小平告诉记者。

效应1

酒店客房：入住率大幅提高

根据国际会展业界的研究，一个成熟的展会，其对相关产业的带动可以达到1:9效应，被誉为是现代服务业的三大龙头之一。我市会展活动的火爆增长，正在令相关行业受益。

展会经济带来的溢出效应给酒店行业注入了活力。泰阁商务酒店是江东会展中心附近一家不起眼的小酒店，营销经理张微微昨天忙着联络客户。“这周两会两展期间，我们酒店生意很忙，客房出租率达到了80%以上。现在酒店经营的大环境不好，通过与展览公司合作，我们酒店的客源相对稳定有保障。”张微微告诉记者，与会展公司合作了3年多，展会每年给酒店带来了3成以上的客源。

前程展览公司的有关负责人告诉记者，随着宁波当前各类专业展会举办的频率增高，公司合作的商务酒店数量也有所增加。“过去外地来的展会服务人员数量不多，临时找几个商务酒店就够了，现在展会多了，服务人员数量也增加了，我们合作的商务酒店也有六七家，用于安排人员住宿。”

展会带动的不仅是商务酒店的客房出租率，紧挨着国际会展中心的逸东豪生酒店、泛太平洋酒店以及朗豪酒店等高星级酒店也在诸多大型展会中分到了一杯羹。刚刚过去的两会两展上，朗豪酒店接到了一个签约项目的会议活动。“这个会议用了40多间房，两个会场，是酒店开业以来比较大的一单生意。”

开元大酒店在两会两展期间客房的出租率达到了90%以上，作为接待酒店，展会期间先后接待了浙洽会杭州市、舟山市代表团、海外客商欢迎晚宴、海外高层次智力合作洽谈会招待会及海外高层次智力合作洽谈会等高标准的大型会议和宴会。

效应2

餐饮旅游：会展团队带动消费

住宿是酒店消费的大头，怎样让参展商留在酒店用餐，带动餐饮消费，各家酒店也动了心思。“酒店午餐推出了68元的半自助式商务套餐，就是为了满足商务客人午间商务约谈的需求。”开元大酒店有关人士介绍说，酒店业转型期间，餐饮产品的设计要么往普通市民的大众市场上靠，要么开发会展、写字楼等商务客人的需求，这样的套餐也挺受一些会展团队的欢迎。

逸东豪生酒店推出了粤式自助餐，优惠价88元。“国际会展中心的餐饮要么很高端、要么是比较大众化的餐饮，中餐餐饮选择面很狭窄，对于时间有限的参展商来说，也不愿意用午休的有限时间来回一小时出门吃饭，所以我们根据需求设计了粤式自助餐，品种类别相对丰富，价位符合商务消费。”逸东豪生有关负责人告诉记者，因为区位优势，会展经济拉动的餐饮、住宿消费相当可观。

而宁波本地旅游显然也受益了。“今年上半年各类专业展会活动挺频繁的，我们公司的业务也随着火了一把。”飞扬旅游有关人士告诉记者，医药类企业的会展活动最多，其他各种行业类的展会也不少。“展会带来的出游群体，上半年大约有2000多人。好几次接到几个两三百人同时出游的大单，我们关于接待的流程方案都要出好几稿，开无数次会，安排四五路工作人员在行程中负责接待。”这位负责人介绍说，往年参展客商会选择宁波的一些传统景区游览，现在传统景区去的差不多了，旅行社也设计安排一些新线路让客商游览，比如去慈城了解宁波的历史，感受现代文创产业与古老文化的碰撞；或者去东钱湖欣赏湖光山色，放慢脚步体验休闲。