

发达国家会展业对 我国会展业发展的借鉴*

吴国新

摘 要: 本文首先总结发达国家包括欧美和亚洲发达国家及地区的会展业发展经验;然后分析我国会展业发展的基本状况,包括优势和劣势;最后,结合发达国家会展业在管理体制、场馆建设、人才培养模式、会展营销方式、法律法规等方面的经验,提出应如何发展我国会展业。

关键词: 发达国家会展业;我国会展业;发展

中图分类号: F116 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894 (2006) 05-0021-06

会展是通过举办各种会议、展览、展销和节事来获得经济效益的行业,被称作无污染的绿色经济。自从首届世界博览会于1851年在英国伦敦成功举办以来,会展业逐渐被各国重视,并迅速发展为一个新兴的行业。“1851年的大博览会是历史上第一个规模如此之大而堪称‘最大’的,第一个在世界范围举行的,第一个营利性质的博览会”(伯德 Bird, 1976,3)。

我国自改革开放以来,市场经济迅速发展,会展业以年均近20%的速度增长,并迅速成长为一个新兴的产业。特别是在北京和上海相继申奥申博成功后,发展势头更加迅猛。虽然我国的会展业发展速度很快,但和发达国家的会展业相比,我国的会展业还处于起步阶段,存在着很多不足,而发达国家的会展业已经发展比较成熟。因此,我们可以借鉴一下发达国家会展业的经验,以促进我国会展业更好地发展。

一、发达国家会展经验总结

1. 政府高度重视,强调宏观管理 几乎每个发达国家会展业的发展都与政府密切相关,政府在投资、制定政策、对行业协会的管理等方面做出了巨大的贡献。德国政府对会展业的投资额非常之高,对汉诺威、法兰克福等地区的展览场馆的建设投入巨资,并出台相应的鼓励措施和优惠政策。许多国家只设单一的国家级的展览管理机构,比如法国的海外展览委员技术、工业和经济合作署(CFMU-ACTIM)、德国展览委员会(AUMA)和新加坡贸易发展局(STDB)等,这些机构都具有惟一性、权威性和全国性的特点。例如:德国的AUMA是政府和展览业之间的桥梁,每年对世界各地的展会进行考察,并写成报

* 上海高校优秀青年教师后备人选资助基金项目(编号:04YQHB161)

告,为德国政府赞助本国企业出国参展提供决策依据和参考。

2. 加强会展专业人才的培养 会展业的发展需要大量既熟悉业务、了解惯例又富有经验的专业人才。国际上会展业发达的国家,如德国、美国、法国等在大专院校都设有会展专业,系统地向学生讲授会展理论知识。例如:德国科隆大学的展览商贸学院是德国最著名的展览教育培训基地。发达国家的会展业行业协会在职后培训和教育方面承担着重要任务,例如:美国国际展览管理协会(IAEM)创造了一套系统完整的展览业专业人士职后培训计划,通过课堂学习、工作实践、参与协会活动和考试等方式给予展览业专业人士继续学习和资格认证的机会。新加坡会展协会(SACEOS)也有同样的人才培养模式。

3. 先进的会展场馆 发达国家先进一流的会展场馆保证了会展活动可以朝着规模化、品牌化和现代化方向发展,从而使得其在世界会展业具有领先地位和国际竞争力。例如:德国会展设施一直引领国际领先水平,几乎所有的展览中心都拥有先进的设施。新加坡展览中心和新达城会展中心具有世界一流的装备,中心配备先进的翻译、通讯、传播系统。正是由于发达国家的这些先进现代的会展场馆设施,从而使得一些会展企业能在将会展搞大搞强的同时发展成为具有一定国际竞争力的跨国国际会展集团公司。

4. 发达的全球会展营销网络 发达国家和地区如德国、法国、美国、日本和中国香港等在世界各地建立了全球会展营销网络,极大地提高了这些国家和地区在国际会展市场的竞争力。例如:法国有世界上独一无二的促销网络,由法国国际专业展促进会统一运作,推进法国展览业的发展。目前有65个国际性专业展会加入这一组织,在全球50多个国家和地区设立了办事处。中国香港政府主要办展机构香港贸发会先后在全球50多个城市设立了办事处,建立了庞大的国际化展览营销网络。

5. 完善的会展法律法规 发达国家在长期的会展实践过程中制定了一整套完整的会展法规,正是这些严格的会展法规保证了他们会展业健康有序的发展。例如,英国展览服务协会规定:任何会员施工单位不能因与客户发生纠纷而中途停止服务,影响客户的正常展出。

二、我国会展业发展的基本现状

随着我国市场经济的进一步发展,会展经济得到了飞速的发展,特别是北京、上海、广州、成都等城市的会展业蓬勃发展。国外大型会展集团企业特别看重中国会展业的发展机遇,我国会展业的发展呈现了以下一些特征。

1. 会展业发展前景良好 党的十六届五中全会强调,必须把加快转变经济增长方式作为“十一五”时期的战略重点,努力取得突破性进展,使经济增长建立在提高人口素质、高效利用资源、减少环境污染、注重质量效益的基础上。这是“十一五”时期创新发展模式、提高发展质量的必然要求。会展业作为一个无污染的绿色行业,完全符合我国的经济展要求。一方面,随着我国整体经济实力的不断增强,国际地位的不断上升,以及国家吸引外资的政策,西方国家到我国举办各种各样的会展也越来越多,使我国在会展业的世界地位不断上升;另一方面,随着我国市场化进程的加快,利用会展这一形式来宣传自己的工商企业越来越多,他们通过各种国内外会展活动来寻求合作,拓展市场。与国外相比,我国的会展业发展潜力巨大。这一切表明,我国的会展经济有着非常良好的发展前景。

2. 展览项目数量和质量的增长速度迅猛 近几年,全国各地举办的展览会数量迅猛

增长,统计表明:2001年2 387个,2002年3 075个,2003年达到了3 298个。我国展览会数量的年增长率为20%—30%。2005年,我国获得10个UFI(国际博览会联盟)认证,是中国展会和展览机构获得认证最多的一年。

3. 优越的地理条件和便利的交通条件 我国幅员辽阔,南北跨度很大,所以气候类型多样化,这是举办会展的一大优势,因为无论在任何时,都能在国内找到一个气候宜人的理想城市来办展。

另外,近年来,我国的交通条件有了很大的改善,截至2005年年底,我国高速公路总里程达到4.1万公里,稳居世界第2,预计到2010年,我国高速公路总里程将达到6.5万公里,初步形成国家高速公路网骨架。我国的铁路交通发展也相当快,我国电气化铁路总里程已经突破2万公里,成为继俄罗斯、德国后世界上第三大电气化铁路国家。另外,我国的各大城市基本都有直达航线,交通网点覆盖全面。具有如此良好的交通条件,可以大大节约举办会展的时间成本,是我国发展会展业的一大优势。

4. 缺乏权威性的行业协会、管理体制有待理顺 我国的会展协会很多,但大多是地域性的,规模都不是很大。全国总计36个地域性会展协会,其中山东6个,内蒙古5个,浙江4个,江苏3个,广东与辽宁各2个。展览业发达的北京、上海、大连、宁波、重庆、厦门、深圳等会展城市都有了会展行业协会。直到2005年4月由国内行业知名企业共同组织发起的中华全国工商业联合会会议展览业商会,我国的会展行业才算有了一个全国性的行业组织。虽然我国会展业举办权正由多头审批向登记制过渡,但目前仍是多头审批,管理体制仍显混乱。

5. 会展场馆建设存在问题 目前,我国会展场馆的数量和面积不足制约了我国会展业的发展,例如上海展览中心(展览场地2万平方米)、上海世贸商城(2万平方米)、上海光大会展中心(3.5万平方米)等,面积不足,而且展馆功能单一,配套设施落后,缺乏整体规划。但是从目前我国已有的会展大型场馆来看,利用率非常地低下,例如:北京的大型会展在我国可以说是非常之多,但是其展馆利用率也只有30%多,会展场馆的利用率低下,资源浪费现象严重。与国际上配备智能化、现代化的大型场馆还存在着非常大的差距。

6. 会展人才缺口大、人才培养体系落后 根据上海师范大学旅游学院、上海申博工作领导小组和上海外服公司等单位的调查,2005年初,上海会展业有经验的高级项目经理不足50人,复合型会展人才不到100人,会展运营管理、广告和物流等人才仅能满足1/3的市场需要。如此巨大的人才需求缺口成为目前阻碍我国会展业发展的一大劣势因素。

在我国申奥申博成功和会展人才匮乏的双重刺激下,会展人才培养一下子变得火热起来。然而,目前我国会展教育培训机构数量的递增并没有带来质量的提高。许多院校缺乏对会展行业特殊性的了解,缺乏会展专业的师资,盲目办学,课程设置不合理,理论脱离实践,培养出来的学生光有理论,缺乏实际操作能力。

另外,我国会展业还存在法律法规不健全,市场竞争秩序混乱,会展营销手段落后,国际化水平较低等诸多问题。

三、借鉴发达国家会展业发展经验促进我国会展业发展

通过以上分析可以看出,我国会展业发展既存在巨大的发展机遇,同时又存在着阻碍

行业发展的诸多问题,只有解决这些问题,才能让我国会展业健康高效地发展。在解决这些问题的时候,我们可以针对性地借鉴一下发达国家会展业的发展经验。

1. 借鉴发达国家的管理体制 针对我国会展业在管理体制上存在的问题,我们可以借鉴发达国家的经验予以解决。

(1) 我国政府可以参考发达国家的做法,以引导和扶持为主,尽可能减少直接主办展会。培养和扶持承办企业,让会展承办企业来进行市场化运作,而不应该总是由政府成为举办展会的主体。这方面可以向德国和新加坡学习,加大政府对会展业的扶持力度,并且制定相关政策促进会展业发展,比如通过制定优惠政策减轻企业的经费压力,支持国内企业去国外参展、办展等等。

(2) 成立具有权威性的行业协会,发挥协会的自律管理作用,规范会展业市场。针对我国目前会展业管理混乱的现象,我国应该成立会展行业协会来统一管理,规范管理。通过协会对展会的类别,展出的日期、地点、展期等方面进行统一管理,保护会展各方的利益。另外,协会可以联络会展相关企业,如航空公司,旅游公司和饭店酒店等,为会展提供服务协调,提高会展运营效率和服务的质量。

(3) 按照国际惯例,尽快完成审批制到登记制的过渡,确立单一的国家级展览管理机构,统一管理。

2. 借鉴发达国家的会展场馆建设 会展业的规模化发展需要大型化场馆,但是我们不能因此忽略了场馆的利用率问题,对于我国现在的会展展馆建设存在的误区,我们可以借鉴发达国家的经验来提高会展场馆的利用率,避免资源浪费。

(1) 完善场馆功能。场馆建设应更多地考虑功能和周边配套设,尽量使场馆可以在更多类型的会议或展览中使用,而不是专为少数几个展览服务。

(2) 与旅游业相结合。我国的旅游资源很丰富,会展业和旅游业应该互相扶持,会展企业通过办展来吸引观众和游客,旅游企业可以把当地具有特色的会展场馆作为旅游景点加以开发,提高会展场馆利用率。

(3) 提高会展企业竞争能力,真正实现政府主导,企业主体,市场化运作。通过市场来配置资源,提高场馆的利用率。

3. 借鉴发达国家人才培养模式 在这个问题上,德国的人才培养模式很值得我国借鉴。在办学规模方面,德国除了科隆大学和瑞文斯堡合作教育大学外,其他高校都没有和会展相关的课程和专业。在教育培养模式方面,德国实行的是以定向培养的模式为前提的模块式教学。科隆大学会展经济研究院主要的培养对象是已经拥有丰富从业经验的会展高级经理,所以其课程侧重于研究性和理论性,而瑞文斯堡合作教育大学主要培养会展业的中层管理者和一线操作人员,其课程侧重实践性和操作性。

德国会展人才培训的另一大特点是其理论联系实际的教育体系,学生可以一段时间上课,一段时间去公司实习,平时可以从公司得到工资。

除了在高校培养会展专业人才,德国展览管理委员会(AUMA)也负责培养人才和职业资格的认证。

我们要向德国学习,各大专院校不要一窝蜂地开设会展专业,而应根据各校的实际情况,有条件地开设会展专业,明确定位,细化培养的人才方向。比如专门培养高级会展人才,或者专门培养中层管理者,又或者培养一线操作员,切忌盲目办学。另外,对于在

校学生,可以学习德国,实行理论联系实际的教学方法,当然,根据我国目前的国情,不可能让学生频繁地转换上课和实习的节奏,学校可以安排周末或寒暑假的时间,又或者与展览公司签订人才对口协议,实行订单式培养。

我国各地的行业协会应该实行统一办学,打造全国统一的职业资格认证,为会展从业人员提供专业深造的机会和便利的国际职业资格认证体系服务。

4. 借鉴发达国家会展法律完善我国会展法律法规 发达国家会展业发展至今已经相当成熟,我国应该根据我国国情,借鉴发达国家的会展业相关法规,规范市场竞争秩序。建立符合市场规律的市场准入制度,避免低水平的重复建设和资源的浪费。设立相关法规保护我国的名牌展会,规定一系列会展业相关行为规范指导和约束各地域的行业协会会员等等。

2006年1月10日颁布,3月1日正式实施的由商务部会同国家知识产权局、商标局和国家版权局制定的《展会知识产权保护办法》为我国会展业在知识产权保护方面提供了方便,解决了过去由于展览会主办方自行制定的知识产权保护规则,在执法力度与执法衔接上存在的诸多难题,效果显著。例如本次广交会上认真贯彻了《展会知识产权保护办法》,加大了保护知识产权力度。据统计,本届广交会共受理知识产权投诉案件472宗,被投诉企业743家,比上届减少9.6%,认定构成涉嫌侵权企业419家,比上届减少7.7%。这些数据毫无疑问地体现了完善会展法律法规对会展发展的重要性。

5. 借鉴发达国家的会展营销方式提高国际化水平 发达国家建设会展营销网络的一个特点就是利用跨国会展企业在全世界各地开设办事处,近几年已有不少国外跨国会展企业在我国设立办事处,建立营销网络,而这正是提高会展国际水平的有效途径。我国在这点上应该向法国学习,多在国外建立营销网络。我国的会展企业在德国建立营销网络的最多,我国现在是参加德国举办的国际展会的国外参展商数量最多的国家。

在中国成功申奥申博之后,会展业的发展受到国内外的瞩目,发展前景大好。越来越多的优秀国外会展企业进入我国市场,这些企业的进入有利于我国会展企业与国际接轨,给中国会展企业提供很好的学习机会,提高管理水平和企业的国际竞争力。

光参加国外的展会还不够,我国会展企业应该利用互联网开设网上虚拟会展,要充分利用互联网传播的渗透性和广泛性,与传统的展览和交易之间进行相互补充和资源优化配置。

在2006年举办的第99届广交会上,电子商务对出口成交起到了积极的促进作用。本届广交会继续利用“网上广交会”、“在线广交会”以及“在线机电广交会”三家网站来开展电子商务。截至4月29日16时,三家网站累计访问量达1.1亿次,比第98届增长11.6%;电子商务网上意向成交额累计为4.2亿美元,比第98届增长10.5%,这有力地说明了电子商务对会展的促进作用,像这种线上线下同时进行的营销方式非常值得国内同行借鉴。

五、结 论

当今世界,发达国家在国际会展业的竞争中具有绝对的优势,这是与发达国家在会展各方面的综合竞争力分不开的。我国会展业的发展是经济全球化在我国的一个缩影,一方

我国加工贸易的信息化管理*

李医群 章学拯 王 锐

摘 要: 本文主要研究了我国加工贸易领域信息化管理的系统组成和发展状况,通过深入分析加工贸易的业务流程、信息化管理特点、发展困惑等内容,提出了优化加工贸易信息化管理的相关举措。

关键词: 加工贸易; 信息化管理; 联网监管

中图分类号: F752.68 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2006)05-0026-05

加工贸易,简单地说就是境外保税进口全部或部分原辅材料,经境内企业加工或装配后制成品复出口的“两头在外、中间在内”的活动;具体说来,又可分为来料加工和进料加工,两者之间的区别在于对物料所有权的不同。与一般贸易相比,加工贸易是全额保税的,即进口免税(包括关税和增值税);同时,加工贸易也有退税,加工过程中所使用的国产料件可以退税。但是,加工贸易的商品必须全部复出口做核销,因此海关对于加工贸易的监管方式也更加严格、更为复杂。伴随着全球信息化浪潮的涌现,信息技术在加工贸易管理领域的运用也越来越广泛,如何高效利用和开发信息资源、进一步改善我国加工贸

面国际会展巨头大举进入中国会展市场,凭借其雄厚的资金、发达的营销网络、高素质的人才、丰富的管理与服务经验,与国内会展公司展开激烈的竞争;另一方面,国内许多企业也开始走向国外,在国外参展,办展。不过与发达国家会展业相比,我国会展经济在诸多方面存在很大的差距。我国会展业应充分借鉴欧洲会展业经过100多年发展所总结出来的经验,结合我国国情,大胆创新,在实践中不断发展中国的会展经济。相信我国会展业的行业水平定会不断提高,行业实力也会不断增强,不仅仅成为世界会展大国,更要成为世界会展强国。

(作者单位: 上海应用技术学院)

参考文献:

- [1] 金 辉. 我国会展人才需求与开发策略[N]. 组织人事报, 2005, (1350).
- [2] 刘德艳, 董蓓. 美国的会展教育及对中国的启示[J]. 中国高等教育, 2005, (11).
- [3] 桑德拉·L. 莫罗著 武邦涛等译. 会展艺术—展会管理实务[M]. 上海: 上海远东出版社, 2005.
- [4] HKECIA. HK Exhibition Survey 2004, 2005.

* 上海市教委人文社会科学研究重点项目资助, 项目号05ZS61.