



中国会展经济研究会

China Convention & Exhibition Society

- [首页](#)
- [本会介绍](#)
- [本会要闻](#)
- [行业动态](#)
- [研究成果](#)
- [特别奖项](#)
- [政策法规](#)
- [会员之家](#)

最新更新

- 城市会展业发展中的政府角色探析
- 沙漠中的节庆天堂——拉斯维加斯
- 展会的成功, 游戏的失败——论中
- 事件营销的作用机制及企业形象的
- 基于品牌生态学视角的会议品牌管
- 展览公司业务流程再造(BPR)的认
- 中国论坛发展品牌化建设研究: 基
- 重庆会展场馆承接展会重复性探究
- 会展旅游的游客满意度调查研究—
- 物联网技术在会展界应用前景探析

搜索:

[站内搜索](#)

热门关注

- 会展业的带动效应研究
- 展会的成功, 游戏的失败——论中
- 会展旅游的游客满意度调查研究—
- 重庆会展场馆承接展会重复性探究
- 城市会展业发展中的政府角色探析
- 展览公司业务流程再造(BPR)的认
- 大型高端会议会务工作当议
- 2004-2010年期间关于发展我国政府
- 沙漠中的节庆天堂——拉斯维加斯
- 事件营销的作用机制及企业形象的

当前位置: [中国会展经济研究会](#) >> [研究成果](#) >> [论文集](#) >> [2011论文集](#) >> [第四章 会展应用理论研究](#) >> [浏览文章](#)

重庆会展场馆承接展会重复性探究——以重庆国际会展中心为例

来源: 本站原创 作者: 佚名 日期: 2011年05月06日 访问次数:

重庆会展场馆承接展会重复性探究 ——以重庆国际会展中心为例 周健华 金玲

【内容摘要】

随着会展市场的发展, 作为会展业载体的会展场馆中的问题日益突出, 一定程度上制约着城市会展经济的发展。重庆作为西部唯一的直辖市, 会展市场发展空间比西部其他地区相对较大, 但其面临的问题也日渐凸显, 市场、政府、企业、协会和场馆各方相互作用却缺乏有机协调导致的会展场馆重复办展问题便是其中之一。本文从分析市场、政府、协会、场馆的作用和自身问题等入手, 总结出场馆承接展会重复性的原因及危害, 并针对分析结果提出改善建议, 以期能够为杜绝重复办展现象, 树立品牌办展意识提供理论依据。

【关键词】

会展场馆; 重复性; 危害; 措施

引言

会展业在发展的同时会出现各种类型的问题, 会展场馆承接的展会重复性较大也是其中之一。同样主题的展览会在同一时期内多次举办, 在一定程度上是市场竞争的正常表现之一, 但长期的重复举办、缺乏特色品种展会, 不仅不能最大限度发挥会展产业的带动作用, 甚至可能会出现当地展会名声差、无人参展的局面, 最终导致会展场馆等硬件设施最终毫无价值。

一、重庆会展场馆现状

重庆自直辖市以来, 大力发展重庆会展业。会展规模与质量不断提高。在西部大开发和重庆统筹城乡改革等战略中, 重庆会展业也呈现出得天独厚的优势。

目前重庆已建成并投入使用的有: 重庆国际会展中心、重庆展览中心、重庆农业展览馆, 举办过“全国书市”、“全国糖酒会”、“渝洽会”等大型的会展活动。而正在建设的西部国际会展中心将是西部地区最大、配套设施最完善、综合性最强的会展场馆。如今, 会展场馆的建设与规范管理推动着重庆会展业逐渐走向专业化、标准化、国际化, 其发展势头势不可挡。可是, 发展的同时越来越多的问题逐渐明朗化, 场馆规模较小、布局分散、基础设施不完善、经营管理模式落后、知名度较差、承接展会重复性大等问题, 都制约着重庆会展业的发展。

二、重庆国际会展中心承接展会重复性分析

重庆国际会展中心是西部地区设备最先进的大型综合性会议及展览场地, 它不仅是重庆市重点建设的十大社会文化基础设施之一, 也已成为重庆的一个标志性建筑, 所以重庆国际会展中心的发展状况在一定程度上可以代表重庆会展场馆的现状。

(一) 重庆国际会展中心承接展会重复性现状

展会与会议有所不同, 展会的重复性较强。而那些大规模的国际性会议, 每年安排在不同的洲、不同的国家、不同的城市, 在同一个城市再举办的重复性很小。换言之, 展会的重复性已成为会展业的通病, 而重庆会展业处于中小型会展城市发展阶段, 展会重复性同样颇为严重。重庆国际会展中心是迄今为止重庆最大的会展场馆, 其展会质量与规模与重庆会展业发展程度呈正比。通过对重庆国际会展中心承接展会重复性的分析, 探究重庆会展业的瓶颈所在。

1. 横向分析: 一段时间内, 不同地区的展会重复性大

上表中, 大多同类展会相隔时间都没有超过4个月, 甚至很多展会在同月举办。例如房交会于10月1日在成都举办, 而在14日, 又在重庆国际会展中心举办, 前后几个月分别又在长沙、长春、大连等地相继举办。如下表:

表2: 2010年全国房交会举办地

时间 三月 四月 五月 六月 七月 九月 十月

地点 沈阳 苏州 温州 长沙 重庆 成都 大连 天津 武汉 沈阳 长春 北京 大连 昆明 上海 沈阳 昆明 大连 重庆 成都 苏州

从上表可以得知, 仅在2010年三月至十月, 以房产交易为主题的展览会20余个, 而在重庆地区至少举办了两次。

受区域市场的影响, 举办房交会的确实可以带动举办地建筑业的发展, 并且市场的区别性决定了展览会的区别性。但是, 同类展会的举办抑制了具有地区特色品牌展会的举办, 其弊端也不可忽视。

2. 纵向分析: 重庆每年重复举办大量雷同展会

图1 2009-2010年重庆国际会展中心承接雷同展会的比例

2009年在重庆国际会展中心共举办28次展会, 重复举办五次车类展会、两次人才交流会、三次建筑类展会、两次婚庆类展会、两次针对地方宣传类展会(如: 香港时尚周、活力澳门推广周)。而在2010年, 重庆国际会展中心承接的展会中, 也重复举办两次婚庆类展会、三次服装类展会、两次房交会、三次车类展会、两次机械类展会。该会展中心在2010年与2009年相同, 共举办28次展会, 未加上与其他地区雷同的展会, 2009年仅在该场馆举办的28次展会中重复的展会已有14次, 而2010年也重复举办展会12次。

从上图可以得知, 重庆国际会展中心在2009年、2010年所举办的展会中, 几乎有一半的展会呈现重复办展状态。重复性大的问题是重庆会展从起步阶段到快速发展阶段这个过渡时期出现的最严重问题之一, 自主品牌展会少之又少。加强创新意识、解决重复办展问题, 是重庆会展业打破阻碍发展瓶颈的重中之重。

(二) 产生展会重复性的原因

1. 政府导航出现分歧

一是展会没有统一的审批部门，易使各地的展会雷同。

根据国家工商总局发布的《商品展销会管理办法》，主办单位在会展举办之前应向当地工商行政管理部门进行申报。虽然有利于展会与当地市场行情相符，但是各地、各级别在展会信息方面沟通欠佳，加之会展对经济的带动被越来越多的政府认同，多个城市举办类似展会或一个城市频繁举办类似展会的情况时常发生。

二是政府对重庆特色展会的支持力度较弱。

虽然重庆会展业发展速度快，但是其专业化、标准化、国际化、品牌化相对于北京、上海等一线会展城市仍然较弱。重庆政府主导展会只有两个——“渝洽会”和“中国重庆高新技术交易会”。虽然政府主导展会有优势，也有劣势，并且其数量与质量存在差异的原因甚多，但是政府支持力度大却有着举足轻重的地位。因此，重庆政府制定重庆会展的相关政策的不全面，只能短期扼制重复展会的举办，不能最终根治重庆展会品牌较弱的问题，这也是场馆承接展会具有重复性的重要原因。

2. 会展行业协会的作用没有充分发挥

一是缺乏全国会展行业协会，不能有效的带动行业自律。由于主办会展的主体复杂（有政府及有关部门、各种协会、企业等），又缺乏国家级会展行业协会，不能有效的带动会展行业自律，就出现了不同城市、甚至同一个城市办主题雷同的会展的局面，致使不少展会既无特色，又无实质内容。

二是重庆会展行业协会职能定位出现偏差。由于政府过多的干涉重庆会展行业协会，导致协会职责模糊，工作效率、服务质量、信誉度都呈现递减趋势，致使重庆会展行业协会有充分发挥对重庆会展业利益成员之间的协调与调动作用。

3. 会展企业缺乏专业人才、企业之间恶性竞争严重

会展为企业带来经济利益日益突出，致使近几年会展企业的数量增加。由于会展市场的不成熟，会展企业恶性竞争越演越激烈，一味强调客流量、交易金额，盲目攀比展馆面积，是重庆会展企业恶性竞争的表现。加之会展企业内缺乏会展专业人才，对展会主题创新意识不够强烈，而企业更是着眼于短期经济利益，不管同类展会的举办情况，只要有档期，只要有利益，就着手举办。这也是会展场馆承接展会重复性的一个重要原因。

4. 重庆国际会展中心缺乏统一的展会承接机制

重庆国际会展中心是重庆会展经济的载体，修建该场所花费了大量的人力、物力、财力，所以会展中心的租用率是综合评价场馆效率的基础。但重庆会展中心却一味追求租用率，只要有档期、有展会，就将其举办。其根本原因在于重庆国际会展中心没有统一的展会承接机制，易造成以下不利影响：一是承接的展会与重庆市场行情脱轨，导致展会各利益群体经济利益受损；二是承接展会易与其他地区的展会形成严重的主题重复问题，不利于重庆品牌展会的举办与发展，更不利于重庆会展业的知名度提高。其中，重复性问题是该场馆缺乏统一的展会承接机制最直接、最普遍的恶果。

（三）承接展会重复性的危害

1. 浪费资源，不利于资源整合

会展产品是城市经济发展和市场资源整合的结果。品牌展会的举办可呈现当前市场的最新、最先进的发展技术。大型品牌展会更是让全国各地了解各地区最先进的科技、经济发展水平，最终达到资源整合的目的。

但是，重庆国际会展中心每年承接多个同类展会，或在场馆多次举办与其他地区同类的展会，只是追求短期的经济效益。越来越多的参展商对“展会”一词觉得乏味，缺乏新颖和专业是重庆大多企业对重庆展会的评价，很多当地大型品牌企业甚至拒绝参展。因此，举办雷同展会不利于办展水平的提高，更不利于同类行业了解市场行情与行业发展方向，无法实现展会的社会效益，更无法使行业内部实现资源整合。

2. 会展经济带动作用难以最大限度发挥

会展经济不仅本身能够创造巨大的经济效益，而且还可以带动交通、旅游、餐饮、住宿、通信、广告等相关产业的发展。重庆现阶段的办展水平虽然与一线会展城市相比仍有一定的距离，但会展经济的带动作用仍然可观。然而重复办展让重庆会展声誉受损，知名度较高的企业不愿参展，或者企业不愿意投入大量成本参加雷同展会，既而减少了会展相关行业的经济收入。重庆国际会展中心承接展会的重复性问题现阶段还没有受到广泛关注，故重复展会仍然持续举办。随着时间的推移，会展经济对重庆相关行业的带动作用明显下降。

3. 品牌效应递减

会展是市场经济的一部分，跟其他市场产品一样，具有会展品牌效应。一个好的地区产业，不仅可以直接为该地区带来经济收益，而且可以把该地推销出去，有效的宣传该地经济与文化。会展业也如此。然而，重庆的会展业因缺乏品牌展会，与其他地区展会的重复性较大，所以重庆的会展业在全国各地当中，一直平平发展，不能突显出来，更别说利用会展业让各地认识重庆。展会重复性问题尚不能解决，重庆会展业的知名度都无法提高，利用会展业宣传重庆这一会展品牌效用就不能实现。所以展会无特色、重复性高等问题是重庆会展的瓶颈，也是重庆产业发展的一大障碍。

三、降低场馆重复办展的相关建议

由于产生重复办展的原因在于市场、政府、行业协会、会展企业、会展场馆各方面出现的摩擦与不协调，因此，要从根本上解决此问题，也要针对这五方面，以消除各方面的不协调，使其相互作用、循序渐进。

（一）政府应加大支持力度，理顺在会展活动中的职能定位

1. 建立全国统一的会展业监管机构

我国缺少统一的会展业监管机构，这不利于各地区展会的监督与管理，更容易造成展会出现大量的重复性问题。所以，应根据展会性质和规模实行分类监管，根据不同的标准，把展会分为不同的种类，对于不同种类的展会实行不同的管理方法，提高不同类型专业展会的标准化与品牌化，降低展会重复性出现的可能性。

2. 政府应结合市场需求，加大对重庆会展业的扶持力度

重庆会展业起步不久，缺乏宏观管理和市场秩序管理，行业主体在经营中也缺乏自律，现有的管理和经营模式带有很大的计划经济色彩。政府干预很深，却没有很好的进行宏观调控。所以政府结合市场需求，对重庆会展业提供更多的政策支持，针对市场对申办展会进行审评，根据同类展会的举办情况与重庆市场需求，进行有力的宏观调控，以减少重复展会、与市场不相符的展会的举办次数。并且处理好政府与企业的关系，互利互惠，把重庆会展业打造成为真正的行业导向、市场需要的行业。

3. 制定相关政策，扼制场馆承接重复展会的持续增长

2010年在重庆人民政府颁发的《重庆市人民政府关于加快会展业发展意见》中明确提出在重庆会展市场建立会展准入制度，凡申请市政府主办的会议展览节庆活动，提前到市政府会展办公室备案。建立会展品牌保护机制，禁止三个月内在同一区域举办内容、名称相同或相近的会展活动，杜绝会展市场的恶性竞争。

从该文件中可以得知场馆承接展会重复性问题已经被政府所关注，利用政策扼制展会重复问题的继续发展是解决该问题最直接的方法。但是仅靠政府制定相关政策，而忽视市场调节，也只能片面而短暂的解决该问题，所以会展市场相关要素之间的相互调节与配合才能更全面、更深入

的解决重复性的问题。

(二) 重庆会展行业协会应加强自身服务功能

1. 充分发挥信息管理中心的作用

会展信息是整合重庆会展资源的基础，会展数据对于重庆会展市场来说有着举足轻重的作用。会展企业利用重庆会展行业协会发布的相关信息合理规划所举办的展会目标，根据市场需求，合理设计、申办展会，避免重复举办缺乏社会效益的展会以及企业间的恶性竞争，循循善举，最终有效的规划重庆会展市场。而重庆会展行业协会若不能及时发布信息，就逐渐失去了信息管理中心的作用，让企业与会展业人士对该协会失去信心。

2. 加强行业内部交流与协调职能

重庆会展行业协会是行业与政府、行业与行业、行业内部之间的沟通与交流的平台，应积极与国际国内相关机构和社团建立广泛的交流与联系，为开展更大范围的交流与合作打下基础。并且及时收集企业对发展会展业的建议，促进政府出台的相关政策在行业内部的学习，减少政府与企业、企业之间的摩擦与矛盾，从而加强重庆会展市场的交流与合作，集合会展市场中具有创造能力的人才，以重庆市场实际情况为基础，打造出具有重庆特色的品牌展会。

(三) 会展企业应在良性竞争中求发展

1. 培养专业人才，加强创新意识

重庆会展业起步晚，所以会展企业经营经验较少，只能参考其他地区举办展会的综合情况来申办展会，缺少专业人才，缺乏创新理念。所以企业可以利用各高校或重庆会展行业协会培养会展策划、营销等专业人才，以重庆市场为基础，策划、举办更多具有创意、突显重庆特色的品牌展会。

2. 组建市场调查团队，深入市场进行探究

脱离市场举办展会不仅是政府易出现的问题，对于经验较少的重庆会展企业同样存在。因此，重庆各类会展企业都应组建专业的市场调查团队，深入市场，用数据说话，举办适合重庆的展会，不仅能减少展会的重复办展，也可以提高参展企业的质量，从而打响重庆展会品牌。

(四) 会展场馆应注重经济效益与社会效益的统一

1. 场馆大力发展自办展

会展场馆自办展可以根据重庆展会的存在结构补充一些行业缺乏展会，使得重庆整个会展业的内容更加完整，既而带动新兴产业的发展。重庆国际会展中心加大自办展的力度，不仅能加强行业的导向性，还能加强会展人员的创新意识，使展馆能向多元化经营模式过渡，更有利于会展中心长远发展。

2. 重庆国际会展中心应建立统一的承接机制

重庆国际会展中心应以以下两点为基础，建立统一的承接机制：一是了解重庆市场行情，承接的展会与重庆市场符合；二是其经营战略应与城市发展战略结合。避免“只要有档期，无论展会类型、质量无何，都可以举办”的情况发生。虽然上述经营方式可以提高场馆的利用率，但是冲击了重庆品牌展会的发展，不能有效提高重庆展会的质量，影响了重庆会展产品的声誉。

因此，建立承接机制不仅有利于重庆会展市场的发展，对场馆自身利益来说，也是集经济效益与社会效益于一身。

结语

重复办展是抑制会展发展的瓶颈，已间接影响了重庆市场化水平的发展之路。会展是市场化的产物，需要通过市场，以及政府、企业、行业协会、场馆之间的相互协调才能逐步解决此问题。而解决措施中，加强创新意识、举办具有重庆特色的品牌展会是解决重复办展问题最直接的方式。举办品牌展会，提高重庆产业竞争力和重庆的知名度，是重庆经济长远发展的重要条件。

【参考文献】

- [1] 程淑丽, 赵贵廷. 会展公司规范化管理操作范本[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2007.
- [2] [美] 黛博拉·诺贝. 如何进行成功的会展管理[M]. 北京: 高等教育社, 2004.
- [3] 邓经武. 会展之都品牌的创建与城市旅游资源的开发[J]. 成都大学学报(社科版), 2007(5).
- [4] 杜洁莉. 会展场馆管理实务[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2008.
- [5] 范莹. 中国会展业之透视与反思[J]. 中国商贸(流通经济版), 2010.4.

【作者简介】

周建华, 管理学硕士, 助教, 重庆文理学院旅游学院教师, 研究方向: 会展经济与管理、区域经济与城市管理。

金玲, 现就职于《中国会展》杂志社。



【发表评论】 【告诉好友】 【打印此文】 【收藏此文】 【关闭窗口】

上一篇: 会展旅游的游客满意度调查研究——以开封菊花展为例

下一篇: 中国论坛发展品牌化建设研究: 基于价值链的分析框架

发表评论