

漫谈展览项目管理的趋势 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/65/2021\\_2022\\_\\_E6\\_BC\\_AB\\_E8\\_B0\\_88\\_E5\\_B1\\_95\\_E8\\_c41\\_65992.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E6_BC_AB_E8_B0_88_E5_B1_95_E8_c41_65992.htm) 和会展职业经理人们一起探讨展览项目开发与管理的全新理念及趋势，这个话题不仅实在，更能得益于我自己对会展产业尤其是项目管理的进一步认识。趋势之一：两极分化 展览项目发展的“两极分化”的概念，在两年前的首届中国会展经济论坛上，一位专家在讨论城市会展产业发展时提到过这个概念，只不过我对其内涵作了一点拓展。所谓“两极分化”，一是指展览会规模呈现大、小两极；二是指办展主体出现两种主流，即政府、协会办展以及企业办展。小而精，大而博。有很多专家学者呼吁，中国展览业必须尽快理顺管理体制，这一点肯定正确，但需要一个过程。无论是全国展览行业协会呼之不出，还是重复办展、知识产权保护等问题屡禁不止，都需要经过有关政府部门的有效管制和市场规律的无情梳理。在这个过程中，展览项目也会出现大和小两种发展趋向，一种是小而精，一种是大而博，但两者都必须在参展商和专业观众之间构建起理想的桥梁。两大办展主体。还有一些专家提出，政府应该尽快从展览业的竞争领域中退出。我对此持反对观点，或者说不完全同意。综观会展业发达国家尤其是德国的展览行业管理体制，政府在展览业健康发展中起着重要作用，譬如，德国的6大展览公司几乎全是由政府控股的，而且都拥有自己的场馆；另外，协会办展也是值得大力倡导的，这一点在美国体现得尤其明显，其直接表现就是美国有国际展览管理协会（IAEM）和独立组展者协会（SISO），前者的会员

主要是参与办展的各个协会。鉴于此，我又提出了展览业的第二种两极分化，即两大办展的主体中一支力量是政府和协会，另一支力量是专业展览公司。但不难预见，在相当长一段时间内，国内大多数展览会的办展模式仍是政府部门和协会主办、展览公司承办。所谓“存在就是合理”，在这里似乎讲得通。趋势之二：资本运作对于中国展览界而言，资本运作早已不是一个新名词。早在1995年，慕尼黑国际展览服务公司（IMAG）和中国国际展览中心（CIEC）就共同组建了国内第一家合资展览公司京慕国际展览有限公司。只不过总的来说，由于资本信用体系不健全、专门从事媒体或展览并购的中介机构缺乏等原因，我国展览业的资本运作水平还比较低。美国的并购热潮。在美国学习期间，我有幸亲眼目睹了美国媒体和展览业的并购热潮。据JEGI（即总部设在纽约的The Jordan Edmiston Group公司）透露，2005年上半年美国共发生了15次展览会和会议并购活动，交易总额高达18亿美金，这一数值与2004年同期的11次并购、5.05亿美金的交易额相比，增长了2.5倍。其中，比较有影响的并购包括T&F以14亿美金收购IIR Holdings公司（注：该公司每年举办400多个会议和10个业内顶尖的展览会）、Hanley Wood展览公司以6.5亿美金卖给JP Morgan Partners等。30项出售与收购案。据不完全统计，在最近的10年里，中国展览行业发生的资本运作案例不下于30起。概括而言，展览业最常用的资本运作方式有5种，即收购公司，例如，1994年博闻展览集团收购意大利米兰展览公司；组建合资公司，如1999年，上海华展国际展览有限公司和亚洲博闻负责中国大陆业务的博闻中国有限公司组建上海博华国际展览有限公司；收购

项目，譬如汉诺威展览公司收购原上海企龙公司的地板展览会；成立项目公司，例如，China Print的主办方中展集团与中国印刷及设备器材工业协会正在探讨成立专业项目公司；项目合作，例如，2003年法兰克福展览有限公司与广州光亚展览公司合作，共同主办广州国际照明展等。各位展览公司的总经理和项目经理们，从现在开始，就着手项目出售、合作或收购方面的准备吧。因为，在这个过程中你需要的不仅仅是资金，更需要的是知识！也许有一天你会惊喜地发现：收购一个衰落的项目要比开发一个新项目容易多了！

趋势之三：媒体协同 首先需要注意的是，这里只提了“媒体协同”，是因为对于展览会而言，“媒体”的确起了关键性的辅助作用，但它不可能是全部。换句话说，展览会是参展商和专业观众交流、交易的平台，媒体应有助于更好地搭建这个平台，因此，媒体必须和展览会本身的定位及运作有机结合起来。媒体效应成了副产品。和圈内朋友聊天时，大家经常提起中国住交会（CIHAF）以及深圳尤博展览公司董事长单大伟先生，有些人认为“CIHAF最成功的地方在于整合媒体”，“单大伟在将CIHAF做到一个很高的层次后又去玩报纸了”等等。事实上，CIHAF之所以能取得巨大成功，是因为它盘活了房地产行业的相关资源，用住交会官方的话就是“打造中国房地产业的完整的产业链”，再加上精心的策划，这样媒体效应便成了一种副产品。三条腿凳子的成功。但毋庸置疑，随着行业竞争的加剧和展览项目的深度开发，媒体将在展览会的运作中发挥更加重要的作用，另外，越来越多的行业媒体会参与办展。正如美国Hanley Wood展览公司总裁Galen A. Poss所言，“我一向都很看好有三方面支持的展览

会，即行业内顶级的展览会，顶级的媒体合作伙伴以及顶级的贸易协会。这就好比三条腿的凳子一样，如果你能将这些优势恰到好处地安排到展览会中，则每一方都能受益，展览会便会获得成功。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)