

商旅会奖市场展望

回顾2013中国的会议产业，随着2012年年底中央发布了关于改进工作作风，密切联系群众的八项规定。其中特别强调要控制政府会议规模，提高会议效率，一股新会风迎面而来。对于会奖旅游来说，在10月1日起实行的中华人民共和国旅游法会对会议产生一定影响，会议活动增加，会议服务质量将会得到更多保障。2014年，商务及会奖行业前景如何？且听业内人士为我们把脉。

2014年会议行业将重新梳理布局

刘海莹：国家会议中心总经理

2013年的会展业可从3个方面总结：第一，宏观上，全球经济压力始终伴随着，并且形势一直都不是特别好，业界期盼的“三架马车”的出口也拉动力不强。第二，伴随着中国会展业的发展，从去年下半年开始至今，中央部门八项规定、新政策、会议费出国出境管理使用等专题文件的不断推出，尤其是11月出台了非常细致的“党政机关厉行节约反对浪费的条例”，提到严控会议规模。这一系列规定对会议产业的影响是巨大的。第三，医药行业的会议在整个会议行业里占很大的比重，但是去年7月份医药行业的一个事件，可以说波及到整个会议产业。

针对这样的形势，新时期的会议将具有新的特点：一是简约的新会风初步形成；二是内容为王，内容需求回归本质，任何会议、展览活动的内容是至高无上的。如果内容本身不吸引人，这个活动早晚要走向灭亡。三是品牌化显现。

虽然2013年行业受到多重压力的影响，但2014年前景还是整体看好，整个行业规模会继续扩大，原来的业务会重新梳理、布局。对于2014年将面对的会议展行业变化，经过这一年的煎熬，各位同仁心理准备是有的，同时也应认可政策调整形成的既成事实。在这样的情

况下，会议展行业会有一次全面的业务梳理，有针对性的进行发展策略的布局，以应对新的环境和新的挑战。

我们应该更加重视市场，让数据发挥更大的作用，然后积极开拓公司市场竞争升级。经过2013年的冷静，会议行业虚火正在渐渐的减熄。2014年市场调节将会显现出来，更加重视市场动态，进行数据收集与统计，并且读懂数字所蕴含的信息，及时调整自己的步伐。公司会议潜力的显现是它能够成为业务拓展的重点方向，当然市场的竞争会随之加剧。

国家会议中心经过2013年的会展实践，发现在科技方面涌现出了很多新的亮点。智能的技术应用，推陈出新借力发力共创这个行业的完美。科技元素正在一点一点地更新着会展业传统的这种细节构成，会展业也借力更上一层楼，不敢说未来科技会再来怎样的这种意外的精细，但是这股力量绝对不能小视。竞争多重主体共享会场市场，这样我们就面临着优胜劣汰、适者生存。

从国家会议中心实践中发现，创新也是非常重要的一条。就是提炼现成的经验，完善流程，凝聚力量，创新角色，创新角色。今年国家会议中心首次以这种PCO的身份亮相在第64届国际宇航大会，这也是国家会议中心从成立以来，第一次以这个身份承办两千多人的一个国

际会议，这个我们承担了这个大会的所有的组织工作。所以宏观上讲业务创新、积累经验、开辟空间、强化品牌、主动出击、凸显优势。经验的积累与提炼，标准化与流程化，再运用与再反馈，是企业开辟新业务空间实现业务领域拓展的利器，作为服务行业的会展业，业务创新发展同样也不可少，只有主动出击，强化品牌形象，凸显品牌优势，才能在行业之中展出头角。

中国会议行业将进入良性发展轨迹

曹秀华：中国会展经济研究会副会长、信诺传播总裁

2013年在新会风下的中国会议市场正在发生一系列新的变化。首先，市场结构发生变化，政府会议所占比例下降，原本占有中国会议市场近1/4份额的政府会议大幅减少，正在朝着发达国家和地区会议市场的二元模式转变，企业会议及活动，社团会议将成为中国会议市场的核心组成部分。第二，会议组织方式出现变革，高效、务实、节俭、数字化，成为了中国会议市场的主流办会模式，从政府会议开始，延伸到了社团会议，企业会议及活动等，新会风引发了关于会议价值的讨论，促使会议回归其本源，将中国会议产业推进到了一个促进发展的良性轨道。第三，会议接待与市场服务收入大幅下降，2013年2月份以来中国会议接待与服务市场，包括酒店

与会议服务公司等，会议相关收入大幅下滑，全国平均降幅大概在20%左右，其中政府会议接待与服务市场受影响最大。中国会议市场正在经历一个振荡调整时期，一定时间内的正统是必须经历的一个过程。

对于2014的中国会议产业我们也有了如下的发展展望。第一，国际化。将有更多的推行国际化的办会方法，更加凸显高效、务实、节俭、数字化。借鉴国际产业的运营管理模式，会议局、CVB模式等。进一步加强与国际会议的交流与合作，走出去和请进来相结合。第二，品牌化。一是会议的品牌化，品牌化的会议将成为发展方向，二是会议目的地品牌化，创建会议与奖励旅游目的地品牌，成为各地区会议与旅游产业发展的重点工作之一。三是会议产业链各方的品牌化，会议场所、会议公司、会议技术、会议教育、会议培训等等。第三，专业化，一是人才的专业化，会议策划与运营管理专业人才，越来越受重视。二是政府会议与奖励旅游业运营管理的专业化，政府设立专业的管理与协调部门，是必然发展趋势。三是会议服务链各方的专业化，专业的会议公司，PCO，DMC，专业的会议场所，专业的技术、培训等。四是市场化，国际会议发展经验表明，市场化是会议产业发展的方向，考虑到会议产业有其特殊性，需要政府部门来统一宣传与推广，统一协调和服务，但政府无需

包办一切，新会风推动中国会议产业市场化的发展进程，由此带来对于会议产业链各方的挑战，仍然十分严峻。2014会议产业目前正处于发展转型时期，在我国经济发展和国际化程度不断提升的背景下，经过振荡和调整之后，中国会议产业必将进入发展的良性轨迹。

尽管市场变化带来局部的影响，但国内会奖市场的增长趋势还是很明显

曹红梅:深圳新景界国际会议展览有限公司副总经理

最近一年出台了一系列政策，例如“八规六禁”对会奖市场影响比较大。这些方面的政策收紧，对政府相关联的部门、国家大型企业、金融行业的影响比较大，还包括一些大型民企也会比较敏感。我们的客户和行业有关系，这些行业受到的影响会大一些。举行会议的时候，会议是数量减少和会议的形式简化，会场的布置也会精简了，如一些鲜花、迎宾地毯等等都会简化，还有部分晚宴也会简化处理或取消。我们服务的金融行业的客户，受到的影响比较大。例如，目的地的选择会从国外简化到省外、省内、本地，从酒店的选择来说会从高端的品牌酒店改为低调、私密的酒店，每个细节上都会考虑到，该精简的就会简化。我认为，这些政策的出台对会奖市场是一个有利的影响，从市场的规范上面会导向一种良性的市场竞争。从专业性上看，可以往专业的国家化方向发展，更好地与国际会奖市场接轨。

目前来看，这些政策对我们价格没有任何的影响，只是会议的形式变化了，我们的价格没

有因此变化。虽然会议简化了，但从我们2013年收益的数字来看，我们并没有受到影响，反而2013年的规模比2012年增长了50%或以上。新景界在华南市场是一个比较鲜明的形象，当新《旅游法》出台的时候，有部分不规范的旅行社受到冲击，原本有些奖励旅游的客户转为了我们的客户。此外，尽管部分行业的客户受到了影响，但其他行业如汽车行业、快消品行业、IT行业受到的影响较小，反而有显明增长。尽管市场的变化带来了局部的影响，但国内会奖市场的增长趋势还是很明显。

我同意“这些政策将加快市场的优胜劣汰，改善客源结构”这个观点，政策的调整会对市场造成一定的冲击。面对这种情况，我们公司有几点应对措施：第一，持续性地加强行业专业性的建设，包括会议和奖励旅游活动策划，创新能力的提升。第二，团队专业性的提升，我们会按照不同客户的行业划分，如服务IT行业的就是IT客户部，每个行业的需求有所不同，我们的目标就是做专、做精、做透。第三，扩大市场份额，公司布局从区域走向全国，从深圳走向全国，2013年成了广州公司。

在未来的营销策略上，第一，口碑营销，强化新景界会展的平台，产品、服务、流程方面得到更多客户的认可，建立起我们在行业中的口碑。第二，联动营销，目前华南地区的会奖行业还是初步发展阶段，政府的支持很重要，比如举行大型活动的时候，政府提供一些资源和政策上的支持，此外就是MICE产业链供应商的发展，



刘海莹：国家会议中心总经理



曹秀华：中国会展经济研究会副会长、信诺传播总裁



曹红梅：深圳新景界国际会议展览有限公司副总经理



曹庄声：北京万豪酒店总经理



庄勤：汕头龙光喜来登酒店总经理

我们和政府、会议中心、酒店等资源方搭起一个联动营销，促进行业发展。第三，渠道开拓，扩展客户群。

一直以来，人才的挑战是我们最大的挑战，专业性人才缺乏，我们需要寻找和培养。另一方面的挑战就是技术创新，电子商务对行业带来了很大的增长，目前MICE行业还没找到和互联网很好结合的连接点。此外，还有一些可以应用新技术的方面，如内部技术上的管理工具的开发，提高管理效率；高科技会议设施，提高客户参会的体验。最后，与北京、上海相比，华南区客户需求和采购比较分散，这会增加我们开拓的难度。

2014年将是一个平稳过渡的观察年

彭庄声:北京万豪酒店总经理

有位旅游行业的前辈曾经说过：旅游行业每5年会出现一个波动周期。了解到什么时候出现波峰、什么时候出现波谷，你就能够掌握市场的脉搏。在经历了2007年的高房价之后，2008年北京的酒店行业出现下滑，2009年出现低谷，2010年开始出现回温……波动曲线非常清晰。

2013年，中央政府出台“八规六禁”等措施，这将是一个长期的行为，表明政府的反腐决心。无论是政府、民间还是企事业单位商业社会活动都受到一定影响。酒店普遍反映出一定的业绩下滑，商务活动、论坛、婚宴等都有所下降，幅度不等，在5%-15%之间。我个人认为，政府下定决心反贪反腐对整个国家和社会来说是非常良性的，在自律的前提下，根据市场作用商业活动会慢慢回归。