

“每到旺季那几个月,展会活动一个接一个,看上去一片利好,实际上公司的会展业务一直处于亏损状态”

海南会展:虚火旺还是“聚宝盆”?

■本报记者 吴雪君

近年来,随着国际旅游岛建设步伐的加快,海南的会展业规模以年均近20%的速度递增,已成为海南经济的助推器和新亮点。近日,海南省政府确定将包括会展业在内的12个产业作为全省经济发展的突破点,提出把海南打造成国际知名的会议目的地和区域性会展中心,通过5年的努力,力争会展业直接经济收益达到400亿元左右,会展业成为实现海南经济转型升级的重点产业。

据海口、三亚会展协会提供的统计数据,全省会议参会人数最多的2012年,当年全省会议接待收入140多亿元,约占全省旅游收入的1/3,会展业逐步发展成为海南新的经济增长点。

然而,记者走访发现,经过十多年的发展,海南省会展业的发展短板也逐渐显现:会展企业实力偏弱、没有自主的会展品牌、“会展展弱”、会展基础设施布局待优化等等。

一位在海南会展业摸爬滚打了近十年的资深人士说,海南省要实现会展业发展目标,打造“海南范儿”的会展业,还需从政策扶持、产业优化、特色化发展等方面着手。

业务多但难逃亏损

“几乎每天都会新增一两单业务,近的业务在海口、三亚,远的则在大洋彼岸。”说起海南会展业这些年的发展,陈方旭用自己的公司业绩数据来佐证。

陈方旭是海南智海王潮机构董事长。海南智海王潮已在海南专注会议服务十余年。位于海南华侨宾馆旁的这家公司,办公室虽然看起来有点稍显陈旧,但它见证了海南会展业近些年的快速发展。

“近年,海南会议市场发展很快,选择到海南举办年会、发布会、研讨会等会议的企业和社会组织越来越多。”陈方旭说。

陈方旭的公司也抓住了这个发展时机。在最新的的一个统计年度,智海王潮公司业务接单量预计超过700项,营业额近1.5亿元。业务中40%的订单在岛外完成,其中有5%是

一架价值260万元人民币的黄色2座小型民用飞机亮相三亚某展览会,格外引人注目。图为游客试乘小飞机。

中新社发 骆云飞 摄



在国外完成。

然而,随着业务的快速发展,诸多原因则让陈方旭对公司未来发展产生了忧虑,“照这样下去,公司发展能维持三年经营情况还好,就不错了”,眼下,该公司已经因为报价较高错过了不少大型会议的承接工作。

海南中远博鳌有限公司也遇到了发展瓶颈。该公司是博鳌亚洲论坛的配套服务供应商,自成立以来已连续14年成功服务博鳌亚洲论坛年会,具备丰富的会议组织和接待经验,不过自营业以来,中远博鳌公司一直靠集团输血维持运营,酒店每年都在亏损,而且亏损额度非常大。

统计显示,中远博鳌公司的会展业务从2011年的222个下降到2014年的56个,其中100人以下会议从2011年的155个下降到2014年的17个。

“每到旺季那几个月,展会活动一个接一个,看上去一片利好,实际上公司的会展业务一直处于亏损状态。”海南中远博鳌有限公司

销售总部总经理刘青山说。

无法“大展身手”

那么,一个逐步发展成为海南新的经济增长点的行业,为何不成了“聚宝盆”?

在陈方旭看来,结合海南会展企业的实力,海南国际会展中心场馆租赁价格普遍偏高,而且由于行业营业税改增值税不同步,使海南的会展公司普遍面临比其他城市更大的税负压力,同时,会展企业对展馆分布不均也无法让其“大展身手”。

一方面,海南全省没有一座10万平方米以上的展馆,难以引进医药、糖烟酒等大型展览,另一方面,海口会展中心改建成购物中心后,5000平方米以下的小型专业展没有合适的场所。

“没有大型的展销会,收入当然就低,但受展馆面积限制,我们根本就拿不到上规模、有影响力的展会。”陈方旭说,“经常是把展位图一发出去,人家就觉得太小直接拒绝了。”

目前,海南会展公司有上百家,以目的地服务型的会议公司居多,展览企业不到20家,规模以中小型为主,在国内外有竞争力的知名品牌展会几乎没有。同时海南展馆经营方、会展企业基本为民营企业,实力有限。

“全国会展行业竞争激烈,许多城市争抢大型会展活动,没有一些有影响力的活动和论坛,仅凭借企业及单体酒店,难以承办上档次、大规模的展会。”陈方旭无奈地说。

除此之外,记者走访中发现,近几年,随着海南五星酒店的大幅增加,小型会议市场的激烈争夺也让海南会展业的状况处于尴尬境地。

三亚红树林酒店总经理刘宏娟坦言,由于缺乏对会展业的长远规划和会展场馆的合理布局,缺少核心竞争中心区域,各酒店各自为政,单打独斗,没有形成合力,一些公司同质竞争激烈,存在同一会议多方争抢,采取不正当竞争,造成内部资源消耗。

更让刘宏娟忧心的是,受旅游传统淡季

季影响,海南旺季时会议团不断,且会议团消费能力强;淡季时会议明显减少,会议价格也下降三四成,且会议团在晚宴等方面的消费能力有限。

数据显示,三亚丽丝卡尔顿酒店全年酒店会议接待量旺季期间约占83%,淡季约占17%;三亚亚龙湾天域酒店全年酒店会议接待量旺季期间约占70%,淡季约占30%。

打造“海南范儿”会展形象

会展业素有“经济的晴雨表”之称,肩负着经济助推器的重任。如何进一步挖掘会展业潜力助海南经济?海南共好国际会展服务股份有限公司总经理周大寨认为,会展产业的竞争更重要的是区域竞争。与海南相比,一些地方对会议产业给予更多的政策、资金等方面的支持,相关部门应该加大对海南会展业的政策扶持力度。

就如如何培育自己的会展品牌上,周大寨则表示海南应围绕热带农业产业、热带文化产业、海洋产业、旅游产业发展大型品牌会展。“列入重点打造的会展项目要与海南产业发展紧密相关。如以海洋、农业、生态、旅游等为主题,扩大海南展览业在世界上的影响力。”

针对发展瓶颈,周大寨建议,海南可以积极以会带展,根据自身特点研发一些项目。厦门就曾针对产业薄弱,市场不够成熟的状况,提出“展览业不行,会议补”“大型展览不行,小型展览补”的思想。

对于谈旺季明显不平衡的状况,一些业内人士认为可以通过采取措施来缓解。“海南会展业缺乏统一营销方式。”刘宏娟说,政府应牵头走出去,到国内主要客源目的地,吸引终端客户及中间渠道商;加强与航空公司沟通,在与其他目的地的竞争中不处于劣势;政府搭台,多策划一些大型活动,如展销会、论坛、产业博览会等,起到宣传及创收的双重效益。

同时,有关部门应加强规划引导,避免同质化竞争的加剧,“海口作为省会,在会展业发展方面应以综合会展为主;三亚作为国际滨海旅游城市,应侧重会展与旅游相结合;博鳌借助博鳌亚洲论坛的影响力,瞄准高端会议市场。”

中企获东太平洋7万多平方公里专属勘探矿区

据新华社电 国际海底管理局理事会20日通过决议,核准了中国五矿集团公司提出的东太平洋海底多金属结核资源勘探矿区申请。中国五矿集团公司获得该国际海底矿区的专属勘探权和优先开采权。

该矿区位于东太平洋克拉里恩-克利珀顿断裂带,面积近7.3万平方公里,是继中国大洋协会2001年获得东太平洋多金属结核勘探矿区、2011年获得西南印度洋多金属硫化物勘探区和2013年获得西太平洋富钴结壳勘探区之后,中方在国际海底区域获得的第四块专属勘探矿区。

根据《联合国海洋法公约》,国际海底区域及其资源是人类共同财产。1994年正式成立的国际海底管理局是管理国际海底区域及其资源的专门国际机构,总部位于牙买加首都金斯敦。在中国政府担保下,中国五矿集团公司去年8月8日向国际海底管理局提出多金属结核资源勘探矿区申请,并在正在举行的第21届会议上获准。

出席本届会议的中国代表团副团长、外交部条法司副司长马新民表示,中国政府承诺将严格依法履行担保义务和责任,为探索可持续利用国际海底资源、保护海洋环境、服务全人类的共同利益作出贡献。

海尔互联网工厂领潮“体验化”

本报讯 当地时间7月16日,全球工业互联网联盟(IIC)大会在美国纽约州的奥尔巴尼召开。本次大会的主要目的是研讨工业互联网及智能制造未来的技术发展、全球成功应用案例,同时也是IIC成员探讨未来合作的大会。来自GE、IBM、Cisco、Intel等全球知名企业的500多名高层代表参加了本次大会,其中包括中国的国家工信部通信研究院、海尔、华为等4家机构及企业。

海尔作为唯一受邀发言的中国企业做了主题演讲。据介绍,海尔率先打造出行业最领先的互联工厂,目前已建成四个全球领先的互联工厂。互联工厂实现了工业化、信息化的深度融合,它通过前联用户、后联研发,把用户需求制造资源无缝聚合在一起,通过人、机、物的智能互联,实现智能制造下的大规模定制,满足用户个性化需求。海尔认为,未来互联网会以智能服务的形式,促使用户与企业、企业与企业、智能社会与智能生活的深度融合,从而推动互联网进入“体验互联网”阶段。

美国工业互联网创始人Joseph Salvo博士表示,当前各国在智能制造领域的竞争日益加剧,随着中国制造2025、美国的工业互联网、德国工业4.0等国家战略规划相继出台,中国企业如何在本次制造转型中变轨超越,已成为关系整个中国经济转型升级的重大命题。海尔基于用户体验的互联网转型,在取得全球瞩目的同时,也成为中国制造转型的引领者。(高原)

■实习生 邓子慧

如果你手上有1万元,你会考虑怎么用?或许你会把它存入银行,或许你会用它来投资几支股票,但你绝不会想着用它来买一套房,但新兴的房地产众筹,恐怕会颠覆你的观念。

房产众筹是什么?

众筹的概念,对于很多人来说都不会陌生,但是房地产行业内的众筹,却与一般的众筹有些区别。

笔者调查发现,目前房地产市场中流行的众筹主要有两种模式:

第一种是房企以低于市价若干成的价格进行众筹,参与者购买后不仅能够获得房屋的优先购买权,还能获得更优惠的购买价格,即使房屋开盘后参与者不想购买房屋,也能够收回本金,并赚取房屋众筹价与房屋销售价之间的“溢价”,定期的房屋租金或者是由众筹发起者支付的保底收益,目前推出的这种项目即是这种模式。

而在众筹的第二种模式中,参与者则是投资者,根据其购买的份额和房屋销售后的“溢价”赚取收益。

以今年5月万科一套进行众筹的公寓房为例,5月29日,万科就推出一套位于广州天河区的34平方米loft公寓,设众筹目标为36万,800元/筹,分450筹在线上上进行众筹,而

对于房地产商而言,房产众筹一是把市场上零散的资金集中在一起,减少了房产项目前期筹集资金的成本,二是吸引了众多有意投资房屋的人

房地产众筹,行业的下一个风口?

在5月31日下午举行该公寓的拍卖。经过一轮轮的加价,起拍价38万元的公寓最终拍出了66.5万元,溢价30.5万,众筹收益率高达84.72%,即每筹800元投资,收益677.76元。

房地产众筹的背后

事实上,房地产众筹并不是什么新鲜事物。

早从2014年中旬开始,国内各大房地产巨头就陆续推出各种形式的房地产众筹项目。尤其是近期,包括潘石屹、冯仑、任志强在内的地产大佬共同出席的房地产众筹联盟成立论坛,再次把这个概念推向舆论的风口浪尖。那么,房地产众筹会不会成为行业的下一个风口?

在诸多业内人士看来,房地产行业里有一笔公开账本,在购房者所支付的房款中,土地与税费合计占到50%以上,资金筹集成本、

建造成本、房企净利润各占约10%,营销费用可占3%-5%。在过去,外界买房热情高时,这些成本由消费者“买单”,但现在人们的投资从“重资本”转向“轻资本”,开发商手上的房屋越来越难卖的情况下,房地产商推出的众筹,恰是补齐了行业的短板。对他们来说,房地产众筹一是把市场上零散的资金集中在一起,减少了项目前期筹集资金的成本,二是吸引了众多有意投资房屋的人。如果这些投资者在房屋开盘后成功成为购房者,相当于提前锁定了消费客群,开发者的销售成本也大大下降。房地产众筹实际上是开发者的让利,它把开发商所剩下的费用给了投资者,实现了开发商和投资者双赢的局面。

当然,就目前的情况而言,各大房地产开发商拿出众筹的房屋数量还只是少数,对于降低成本的作用不明显。众筹在楼盘推广的过程中作用更大,以吸引人们对楼盘的关注。

房地产众筹亟待监管

虽然在去年11月,国务院首次提出了“开展股权众筹融资试点”,让人们看到了众筹模式迎来的政策风口,但修改后的《私募股权众筹融资管理办法》仍未公布,房地产众筹的政策合法性就无法保障,目前很多的房产众筹项目都是游走法律的灰色地带。

有行业专家认为,房地产众筹毕竟是一种投资行为,需要政府进行监管的内容很多,但如今大多数众筹都是在线上进行。

笔者在网络上搜索房地产众筹,就能看到有很多相关的网站,整个众筹的环节都能够在网上进行操作,但关于开发者的信息,只有几张营业执照、商品房预售许可证的照片。一旦投资者的利益受损,他们又要到哪里寻求帮助?



藏身居民楼没招牌 外卖快餐竟是冷冻食品



近日,有徐州市民反映,一家外卖店里的菜品都不是现做,加工人员只是将冷冻食品放在开水里加热,然后倒在便当盒里进行出售。记者向当地食品药品监督管理局反映后,工作人员到场查看,因其无证经营、卫生不合格等,执法人员当场对该餐馆下发了《责令改正通知书》,让其停止餐饮服务。执法人员来到现场发现厨房柜子上贴满了订餐单,厨房加工台上,放了几包冷冻食品,一名女子正将冷冻食品放到热水里,她将加热的调料从热水中捞出,用剪刀剪开包装倒入饭盒中。随后,她再将盛放米饭的饭盒摆放到加工台上,并且用手将煎鸡蛋、青菜、小番茄等配菜抓起来,摆放到米饭周边。然后将热好的调料包倒入空白米饭中,一份新快餐就做好了。 东方IC

文化产业正在成为创业创新型经济

本报讯(记者王群)“文化产业如何适应互联网+,资本的思维是必不可少的因素,必须依靠资本的思维创新文化产业的商业逻辑,鼓励文化里的大众创业,延伸文化产业链条,实现体制增速、转型升级,这种由互联网+资本的创新过程对传统的文化产业提档升级,是文化产业再创业的过程。”近日,在“第六届中国文化产业前沿论坛”上,文化部文化产业司副巡视员施俊玲如是说。

在施俊玲看来,目前中国的文化产业正在成为创业创新型的经济,除了创业创新外,经济发展的双引擎之一就是创新公共产品、公共服务的供给方式。与此同时,国内的文化企业在资本市场比重还不是很大,但已逐步显现出巨大的发展空间。

值得一提的是,在本月13日,财政部中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室已向社会公示了2015年中央文化产业发展专项资金拟支持的项目名单,834个项目将获得总额50亿元的中央财政支持。其中,奖励类项目183个。

据了解,由北京大学文化产业研究院主办的本次论坛以“互联网+文化产业+”为主题,以产学研相结合的方式深入研讨了互联网文化产业趋势与商机,文化企业金融与众筹模式、文化与旅游及其借助互联网的转型升级等热点话题。北京大学文化产业研究院副院长陈少峰教授认为,从互联网+移动互联网的宽度和层次感的高度看,互联网文化产业是一个无边界平台,不受时间空间的限制;互联网+文化产业+的融合使文化企业出现平台型整合型企业(舰队式企业集团),而且三创(创业+创投+创投辅导)中的创投辅导将带动商业模式创新。

阿里巴巴集团政策研究室高级专家孟晖则认为,互联网+是以互联网技术为主的一整套信息技术在经济、社会生活各部门的扩散、应用,并不断释放出数据流的过程。“+”的含义不是一个加号,而是一个“化”的过程,互联网+传统产业不是简单的物理连接,而是要超越连接,形成互联网和各个产业。

“在大数据基础上,文化产业的各个链条受益之后,这个产业才能获得极大的发展。文化产业真正反映了互联网前沿发展的内涵,甚至更早反映了未来的趋势。”

国资委召开首次国企企业文化研讨会

本报讯(记者刘静)7月15日,国务院国资委召开首次国有企业企业文化研讨会,探索以社会主义核心价值观引领培育国有企业的企业文化。

在研讨会上,中国铝业集团公司、中国航空工业集团公司、中粮集团有限公司、北京同仁堂(集团)有限责任公司、光明食品(集团)有限公司、广东省交通集团有限公司等6家企业就如何做好企业文化建设做了经验交流。据了解,近年来,国资系统和国有企业高度重视培育和践行社会主义核心价值观工作,把社会主义核心价值观作为一种独特的生产要素和宝贵的发展资源融入企业生产经营全过程,积极探索用社会主义核心价值观培育企业文化、升华企业精神,引领企业明确发展方向,推动社会主义核心价值观建设落细落小、服务国资国企改革实践,取得了明显成效。

国资委有关部门负责人表示,国有企业积极探索用社会主义核心价值观培育企业文化、升华企业精神,引领企业明确发展方向、提升价值支撑、规范道德行为,凝聚发展共识,推动社会主义核心价值观建设落细落小、服务国资国企改革实践,取得了明显成效。

吉林石化未雨绸缪防大汛

本报讯(记者彭冰 通讯员张晓勇)“现场人员请注意,装置因雷击停电,请迅速进行处理。”7月13日上午9时,吉林石化环氧乙烷装置对讲机内,传出焦急的声音。闻讯,操作人员、分析人员跑步赶到出事地点,拉起警戒线,关闭污水排放阀门,将废料排放至事故池,加大对各排放管线的分析力度……这是吉林石化进行防汛演练的一个镜头。

作为地处松花江畔的化工企业,为应对暴雨大风、雷击停电等极端天气可能引发的险情,该公司提前着手,确保装置安稳度汛,不发生环保事故。在加强人员演练,提高防汛技能的同时,该公司还抽派经验丰富的、责任心强的人员组成了救援突击队,一旦发生险情便能迅速施救。

“我们还对防雷设施、静电接地等设施进行了专项排查,建立起隐患整改台账,实施销号动态管理,并对厂房、变电所屋顶的防水破损处做了修补,以避免漏雨造成设备运行事故。”该公司安全处负责人介绍。

吉图珲客专攻克严寒地区路基施工难题

本报讯 日前,在吉图珲客专在联调联试过程中,动检列车已提速到275km/h,监测数据显示膨胀岩深路堑边坡已处于稳定,这标志着作为全线施工重点的深路堑膨胀岩路基施工难题被成功攻克。

“膨胀岩土失水开裂、遇水膨胀、土体抗剪强度快速下降,具有膨胀性和破裂性的特点”,施工方吉图珲客专V标中国铁建二十二局集团吉图珲客专常务指挥长熊钦武说,“我们组织科技攻关小组反复试验,最终突破了大区域膨胀土施工技术难题。”

自2011年6月进场以来,项目部针对标段内膨胀土路基施工难点积极开展科技攻关。通过现场取样试验、补勘、召开专家论证会,优化了设计和施工方案。在施工中,他们严格遵循样板引路,试验先行,确定了路基工艺标准,并且为了提高施工人员的遵循性,将工艺流程图制作成展板放置在施工现场,不仅便于施工人员作业操作提示,更便于各方的监督检查,保证了路基质量创优目标的有效落实。他们还采用水泥粉煤灰碎石桩进行加固路基基底,达到隔水防冻胀目的。(陈曦)

平凡岗位创奇迹

本报讯 55分21秒,可以将403个客运结算站和274条铁路线用红、蓝笔分别画出;从询问到出票,她创造了19秒的记录;从事客运售票工作6年,售票差错率仅为万分之零点三,并实现售票零投诉。这就是呼和浩特站客运车间售票员王红丽所创造的“神话”。

作为“孙奇贤党员示范窗口”第二接班人,售票6年来,王红丽凭着腿脚、眼勤、手勤、嘴勤的这份执着,温暖旅客回家路。先后获得“内蒙古自治区五一劳动奖章”、“全国五一巾帼标兵”等荣誉称号。

刚上岗时,王红丽经常利用休息时间跑来班组“加班”,坐在同事身边学习售票技巧,请教售票“秘诀”;日常售票中遇到难题,下来就“钻”到休息室翻规章找答案;购买地图册地名掌握全国客运站示意图中各站分布情况。“作为全国道德模范的‘真传弟子’,我一定发扬她的精神,用微笑服务每一位旅客,力争做一名优秀的‘孙奇式’职工。”王红丽说。

(同蔚林 温启超)

以“四心”迎接新员工

本报讯 日前,中铁隧道集团四处有限公司以“爱心、真心、耐心、热心”迎接60名2015年新员工加入企业。

“爱心安排”,新员工报到及分配前,对新员工的“医、食、住、行”等方面进行统筹策划,重点安排组织了工地参观、演讲比赛、交流座谈、系统培训等一系列主题活动;“真心交流”,公司组织了新老员工座谈会,从公司“家”文化的角度阐释了员工与公司是家人与家庭的密切关系;“耐心培训”,公司组织各系统部门以精细化管理、企业文化、劳动纪律等内容为主对新员工进行了入职培训;“热心打造”,公司组织新员工野外素质拓展,营造团队氛围,锻造团队精神,培养了新员工创造性思维和综合能力。同时公司还组织多种文体活动,加强新老员工之间的沟通了解,增强了新员工对企业的认同感和归属感。

公司党委书记杨延斌说,“希望营造企业大家庭的温馨,新员工在锻炼工作的同时,培养自身的德性、悟性、韧性、心性,记性,立足岗位发光、发热,真正成为一名德才兼备的复合型人才。”

(赵作建 班振文 谢一)