

中国食品会展业的发展现状及其在食品品牌打造中的作用

徐静¹, 胡文忠^{2,*}, 姜爱丽²

(1. 长春职业技术学院旅游分院, 吉林长春 130033;

2. 大连民族学院生命科学学院, 辽宁大连 116600)

摘要: 本文就作为会展业的一个分支, 中国食品博览会或中国食品博览会暨交易会(以下简称“食品会展业”)发展现状、科学策划与实施、发展对策分析以及在食品品牌打造中的作用等进行了综述, 提出了我国食品会展业发展的新思路、新对策等可行性建议。

关键词: 会展业, 食品会展业, 食品品牌

The development and function of China food exhibition industry in building food brand

XU Jing¹, HU Wen-zhong^{2,*}, JIANG Ai-li²

(1. School of Hospitality, Changchun Vocational Institute of Technology, Changchun 130033, China;

2. College of Life Science, Dalian Nationalities University, Dalian 116600, China)

Abstract: This paper reviewed the recent development situation, planning and implementation of science, the future development countermeasure, the function in building food brand of China food exhibition industry as one of branch of the exhibition industry of China. It was provided that reasonable development suggestions of new ideas, new strategies for China food exhibition.

Key words: exhibition; food exhibition industry; food brand

中图分类号: TS201.3

文献标识码: A

文章编号: 1002-0306(2014)10-0393-04

doi: 10.13386/j.issn1002-0306.2014.10.078

会展业是会议业和展览业的总称, 是一个影响面广, 关联度高的新兴服务行业。会展业被称为21世纪的朝阳产业, 他对一个国家或地区的社会经济具有重大的影响^[1]。近年来, 随着我国改革开放进程的稳步推进和社会主义市场经济的快速发展, 展会业得到了迅猛发展, 在各地地区和各大中城市快速兴起, 如广州的广交会、深圳的高交会、西安的杨凌农博会等名词为大家熟知, 会展业已从规模化发展逐步转向专业化、品牌化、国际化, 并显示出强大的关联效应和经济带动作用, 为促进国民经济发展发挥了积极作用。上海世博会的承办, 将会展业的发展推升到了一个新高度, 向世界展示中国, 其影响与作用不可估量^[2]。

作为会展业的一个分支, 中国食品博览会或中国食品博览会暨交易会(以下简称“食品会展业”)也在会展经济和食品经济发展的双重影响下得以快速

发展, 食品会展业在促进食品市场发展、带动食品产业升级、提升食品质量安全水平和国际化水平等方面的作用得到了充分的认知和肯定, 发展食品会展业, 可开拓更为广泛的食品国际国内市场, 在促进农业食品全产业链和安全链的健康和快速发展中必将起到重要推动作用。

食品会展业的宗旨就是为食品行业及相关产业服务, 为食品企业提供需求信息和商贸交流的平台。目前, 食品会展业已发展成为我国主要的专业展会暨交易会, 为食品企业搭建了学习、交流、展示和提升的平台, 也为食品企业提供了展示自身形象, 拓展发展空间的良好机遇。在展示全国食品及相关产业最新成果和品牌形象, 加强国内食品企业的技术交流和经贸合作, 推进食品消费与流通健康发展等方面发挥了重要作用^[3]。

1 我国食品会展业的发展整体现状

从20世纪90年代以来, 随着我国会展业的发展, 食品会展业经历从无到有, 从小到大, 以年均近15%~20%的速度递增, 食品行业经济效益逐年攀升, 已成为国民经济和食品产业发展的助推器和新亮点。目前, 食品会展业的发展随着中国会展业在区域分布上, 基本上也形成了以北京、上海、广州、大连、成

收稿日期: 2014-02-24 * 通讯联系人

作者简介: 徐静(1964-), 女, 副教授, 研究方向: 会展策划。

基金项目: 国家科技支撑计划项目(2012BAD38B05); 国家自然科学基金项目(31172009); 中央高校基本科研业务费项目(DC2013010107); 大连市科技计划项目(2012E13SF106); 大连市金州新区科技计划项目(2012-A1-049)。

都、西安、昆明等会展中心城市的环渤海食博会展经济带、长三角食博会展经济带、珠三角食博会展经济带、东北食博会展经济带及中西部食博会展城市经济带等五大会展经济产业带框架^[4-6]。

近年来,食品会展业发展快速,全国每年举办规模和影响力较大的食博会达数十场次,据不完全统计,2011年举办各类食品博览会或交易会达60多场,2012年举办各类食品博览会或交易会达70多场,2013年举办各类食品博览会或交易会达80多场。举办城市由北京、上海、广州、武汉、成都、深圳、厦门等城市,延伸至宁波、南京、沈阳、长春、郑州、济南、大连等城市,食品会展业已成为“触摸世界的窗口”和“城市面包”,它能够同时获得经济效益和社会效应,而且能够加强城市与外界的商业贸易、文化交流,提高城市知名度。同时,食博会带来的商流、物流、人流、资金流、信息流等直接推动商贸与旅游业的发展,从而带动其他产业全面发展。如今的食博会正在向着国际化、专业化、规模化、智能化方向发展,对我国经济和社会发展具有极大的推动力^[7-8]。

a.中国食品博览会暨交易会(武汉)(以下简称“食博会”):由国家商务部、工业和信息化部重点支持,中国商业联合会、中国食品工业协会、湖北省人民政府、武汉市人民政府共同主办,现已连续举办了22届,是我国举办历史较长、影响较大、效果较好的知名展会之一。

b.中国食品博览会(成都)(以下简称“食博会”):是由国家商务部重点培育的食品行业专业展会,已连续成功举办九届。在第八届食博会有来自35多个国家和地区、全国31个省、区、市的3042家企业参展,参展参会总人次15万人次,其中专业观众超过3万人,贸易成交额达125亿元。

c.中国食品博览会(宁波)(以下简称“食博会”):由浙江省政府与中国商业联合会、中国轻工业联合会联合主办,已连续成功举办九届。在食博会的规模、效益屡创新高,专业化、市场化、国际化水平不断提高,已发展成为中国食品行业规模最大、档次最高、影响最广和成效显著的龙头展会。在第八届食博会,共有2000余家企业参展,境外有20多个国家或地区企业参展参会,参会参观总人次31.6万,展会成交额达到115.1亿元。

d.还有中国广州国际食品博览会、上海有机食品博览会、全国糖酒交易会、中国国际有机食品博览会等。现在更加向专业化和节日化发展,如保健食品、茶业、休闲食品、有机食品、水产食品、饮料食品、迎新春年货购物展会等,极大的活跃市场,满足了消费者的需要。同时,食博会与旅游业有效对接,进一步打造不同区域特点气候条件下的观光景点、历史与饮食文化。在不同地区举办的食博会引来了全国各地的特色食品,丰富食品市场,且价廉物美,深受人民群众的欢迎,被称为“老百姓的食博会”,有力地促进了我国尤其是举办区域食品工业的发展。如武汉市因食博会获得“中国食品交易之都”的美誉。2010年,商务部批准湖北省举办“中国(武汉)国际食品交易会”,因此,食品会展业积极探索国际化道路,吸引

了包括美、英、法、德、日、韩及港澳台等20多个国家和地区参展,促进了对外宣传和招展招商工作。

2 食品会展业在食品品牌打造中的主要作用

食博会一般设有特色明显的主题,但都以招商引资、项目推介、贸易展览为主线,来展示了食品工业实力^[9]。食博会可成为扩大开放、促进消费、齐心破危局的交流会,可成为互相学习、合理竞争、共谋发展、互利共赢的合作会,食博会是中国企业的大聚会和全聚会,可推进中国食品品牌和精品的打造,推进中华民族食品全面走向世界,推进食品企业成为国人厨房,为世人餐桌提供安全健康食品的大工厂^[5]。

a.食博会即是一个平台,也是一张名片,不但可以加强食品生产企业与全国食品行业的交流与合作,同时也有效地扩大了企业的知名度和影响力,通过食品博览会这扇窗口,不断演绎中华饮食、文化、经贸与合作的生动传奇。

b.食博会可以成为展现不同地域文化、交流饮食理念、拓展经贸关系、促进交流合作的重要平台。

c.食博会可提供最安全放心的食品、最优质全面的服务、最贴心实惠的价格,开展供免费试吃、优惠团购、有买有赠等多种多样的优惠促销活动,可为参展食品企业和消费者近距离、面对面的交流,从中得到最大的共赢实惠。

d.食博会可以实现引进合作投资项目、扩大食品市场份额、促进企业技术创新等多方面的成果,为打造食品生产基地、研发基地、销售基地、消费基地、教育基地注入了新的强大动力,在打造食品生产企业品牌和产品铭牌中具有主要的作用。

e.食博会是中华民族传统食品、不同地区的特色食品、台湾名食品、国际知名品牌食品的充分展示,起到相互交流和发展的作用。每届食品博览会都有上千种名优食品呈现给广大参展观众,届时来自全国流通领域的食品批发商、经销商均将光临展会,参展的专业观众将达到数万人,是食品企业推介产品、开展广告宣传、招商引资、项目推介和合作交流的良机。

f.食博会可成为海峡两岸食品企业拓展事业的交流合作平台,提高海峡两岸食品质量与安全技术水平,探讨海峡两岸食品安全未来的发展方向,搭建海峡两岸食品科研单位与食品企业产学研结合的平台,共同促进科技成果交流与转化。

3 食品会展业存在的问题

食博会举办的场馆及其配套设施不够先进:专用场馆面积不足,在展会期间常发生行走不畅、人流拥挤、交流洽谈场所缺乏等^[9]。场馆展示与宣传设施不完备,交通工具难以满足会展需要,公共环境维护与卫生安全设施等都需要完善。在展会中缺乏国际品牌参展,国际影响力低,服务水平有待进一步提高,缺乏国际会展人才,另外,参加展会企业产品质量低,缺少特色产品等。

4 食品会展业的科学策划与实施的建议

食品产业是国家和各地政府的基础性支柱产业,是促进“三农”、保障民生、稳定社会、保障就业的战略产业,也是应对经济增速放缓、金融危机和各种

灾害影响的首要举措。中国食品会展业对促进全国及我省食品产业发展和食品市场的繁荣将发挥越来越大的作用^[9]。

a.食博会的策划与实施:根据食品生产过程即从农田到餐桌的产业链,分成五大版块:第一、中国食用农产品交易会,第二、中国食品工业博览会(包括加工、制造、包装、投资、合作),第三、中国食品博览会,第四、中国(武汉)国际食品交易会,第五、中国餐饮产业博览会暨采购大会。

b.食博网的设置与运行:当今社会已进入电子商务时代,电子商务的推广,可使食博会线上线下一起推动,更好的和广大消费者联系在一起,也使更多的消费者了解食博会,参与食博会,支持食博会。食博会将建立有自主知识产权、有自主品牌、大数据云服务的门户网站平台和微信平台——食博网,以促进食博会现代化发展。

c.食博会的模式与产业:食博会可邀请全国食品界人士参展、办展、投资、贸易,全面实施并落实“十二五”食品产业发展规划,使我国食品产业再上新台阶,推动全国食品产业全产业链的联接、合作、发展,促进食品大工业、大流通、大市场的形成。探索食品行业会展的新机制、新形式、新模式,加快食品会展业规范化、现代化、国际化进程。展会期间可举办展务联席会、高科技创新产品发布会、全国地理标志保护农产品市场开发研讨会、省际或地区间的合作交流恳谈会、特色产品推介会暨商企对接会等活动。

d.食博会的平台与人才:食博会期间,可举办食品工业发展高峰论坛、品牌推广、形象宣传等活动。食博会应向举办地区的相关院校大学生开放,邀请大学生作为志愿者参与食博会,开阔他们的视野,了解食品产业发展前言和趋势,作为一次难得的以消费者的身份参加与学习、以志愿者的身份参与锻炼的实践机会,激发为我国食品产业发展奉献智慧和力量的积极性,实现双向选择就业和创业。

5 食品会展业的发展对策建议分析

食品会展业为提升中国食品及相关产业最新成果和品牌形象,加强国内外食品企业的技术交流与经贸合作,推进中国食品消费与流通健康发展等方面发挥了重要作用。具体阐述如下:

a.产品展销平台。建议将食博会举办地点固定在具有经济发展好、地方产品特色显著、交通便利的城市。可根据我国不同区域,建设具有区域特色的食博会,如在北京、上海、广州等大城市的基础上,建设东北、西北、华南、西南、中原等全国区域性的国家级或国际级的食博会。

b.国际采购平台。邀请国际友好城市组团参会,加大对国外和港澳台地区跨国连锁集团总部或区域采购中心及食品批发商、经销商的招商力度,着力提高跨国企业采购份额,扩大国内食品及相关产品出口。精心组织好跨国企业与供应商贸易洽谈会、产销对接会,把食博会打造成为食品行业的“广交会”、国际食品采购交易的重要平台。

c.品牌塑造平台。建议设立食博会品牌展区,把

国内外知名食品企业和品牌产品放在一起集中展出,形成品牌相互烘托效应,进一步调动知名大品牌企业参展积极性,提升知名企业、知名品牌产品的参展比重,使食博会成为名副其实的品牌展会。

d.技术创新平台。邀请国内外知名食品及相关行业的科研院所、大中专院校参与食博会互动,在食博会期间,召开国内外食品生产加工技术、标准及食品安全等问题研讨会,举办科技成果推介会、演示会及科技成果交易、转让专场活动,促进食品及相关产业的科技创新。

e.信息发布平台。建立食博会参展企业名录、知名食品品牌信息库和国内外采购商、经销商数据库。加强食博会与媒体的互动,沟通媒体信息传播渠道,使食博会相关信息传得更远更广。

f.知识产权保护平台。邀请知识产权相关部门提前介入展会知识产权保护,把住食博会准入关口。严厉查处知识产权违法案件,从而使食博会真正成为保护知识产权的有效平台。

6 结论与展望

中国食品会展业已发展成为中国食品行业规模大、档次高、人气旺、影响广的行业,彰显了专业化、产业化和国际化特色,助推食品产业上下游有效衔接,有效促进了食品产业的快速与健康发展,在食博会期间,举办如“中国食品发展高峰论坛”等各种报告会、交流会、研讨会等,从更高的层面对食品行业发展予以指导,开拓中国食品消费市场,引领中国食品走向世界。食品会展业将成为谋划中国食品行业发展、培育知名品牌、开拓内外市场、提升流通效率的重要平台,成为打造中国高端食品行业的国际贸易平台,加强同行业之间交流与合作,提升食品行业优质产品知名度和食品品牌。

参考文献

- [1] 过聚荣. 中国会展经济发展报告[M]. 北京:社会科学文献出版社,2008:270.
- [2] 刘继辉. 中国会展业发展研究[J]. 三峡大学学报:人文社会科学版,2012,34(2):58-61.
- [3] 王敏,李进军,袁敏芬. 有机食品博览会的评估分析与对策建议[J]. 中国食物与营养,2010(3):6-9.
- [4] 王小兵. 城市会展业发展模式及政策选择[J]. 青岛科技大学学报:社会科学版,2010,26(3):38-42,48.
- [5] 郑建瑜. 上海会展业现状及发展趋势分析[J]. 旅游学刊,2000(6):40-44.
- [6] 张徽燕,邵明刚,王文. 成都会展业发展现状分析[J]. 电子科技大学学报:社科版,2007,9(3):5-8
- [7] 周春跃. 中国会展业发展对策研究[J]. 北京第二外国语学院学报,2004(5):42-51.
- [8] 陈晓阳,许维祥. 促进我国会展业发展的对策研究[J]. 华东经济管理,2002,16(1):37-39.
- [9] 程红,路红艳. 从国际会展业发展动态看我国会展业发展方向[J]. 中国流通经济,2013(3):29-32.
- [10] 赵伯艳. 城市会展业发展中的政府角色探析[J]. 天津商业大学学报,2011,31(5):35-39.