

糖酒会大幕落下,各路专家把脉会诊——

# 糖酒会“蛋糕”还应做得更大

11日,号称“天下第一会”的2010秋季糖酒会落下帷幕。对于本届盛会,全国糖酒会办公室主任何继红给予了高度评价,她表示在展馆面积、专业参观者两方面实现了“双十万”的突破。

然而,回顾本届糖酒会,我们在看到巨大成功的同时,也感到些许遗憾。不少专家表示,其实糖酒会的“蛋糕”还应做得更大。



在糖酒会的广告大战中,本地企业还需加把劲。本报记者 赵伟 摄

## 广告大战 本地企业仍居下风

广告大战已经成为每年糖酒会的一大看点,今年也不例外。

据记者了解,本届糖酒会上,部分大型参展企业的广告投入少则20余万元,多的则达到一百万甚至数百万元。

然而,在本次广告盛宴中,占尽地利的济南广告公司却因为种种原因明显居于下风。据悉,由本届糖酒会组委会指定的广告企业共14家,其中只有5家是济南本地企业。记者了解到,成都的几家广告公司,因长期围绕糖酒会做业务,拥有固定客户群,因此依然是此次糖酒会广告大战中的主角。此外,还有几家来自北京、广州等地的广告公司。

“这次会展,带给济南广告业的绝不仅仅是多少钱的问题,更重要的是让他们看到广告业的潜力和巨大经济效益,激励他们更好地上一级台阶。现在很多公司都是跟着成都广告公司学,相信通过这次磨练,济南广告公司会清醒过来,在下一次的糖酒会竞争中夺得市场。”济南市商务局副局长张欣称。

## 5万人没房住 住宿难亟需解决

住宿难可以说是本届糖酒会不少参展商碰到的最大难题。早在开幕前一周,很多酒店就已经“一房难求”,有的参展商甚至只能在酒店房间里打地铺。

济南市商务局一位负责人称,济南市共有10万张床位,其中三分之一被固定客户占用,只剩下7万余张床位给前来参展的外地顾客,而外地顾客约有12万人,这样就约有5万人没有酒店住。糖酒会负责人给记者算了一笔账:假如一间标准间平均价格在200元,一个人住7天就是1400元,假如5万人都没能住下,济南宾馆业7天就要损失7千万元。“实际损失比这个数字还要大,现在有关部门已经意识到这一损失,正在着手重点解决这一难题。”该负责人称。

针对客房不充裕问题,贵州国台酒负责人张雷建议说,济南国际会展中心周围的高档酒店和宾馆仍比较少,因此有关部门可以有目的地在会展中心附近建设酒店或宾馆,这样既方便参展商,也缓解了交通压力。

## 饮食品种单一 特色鲁菜应重点推出

“济南人很实在,餐饮方面价格不贵量也足。”来自绍兴东方酿酒公司的副总经理王先生称,由于济南的饮食习惯和他们南方人差别很大,这边的饭菜口味比较重,吃着也不太适应。“此外,这里的菜做得也不够精致,花样也很少。”

对于这一问题,济南烹饪协会副会长李建国告诉记者,这次糖酒会,一些大型酒店没有琢磨怎样挖掘自身特色,推出有山东特色的精品鲁菜,这不得不说是一个遗憾。他认为,这些餐饮企业接待外地客人少,不注重对特色的挖掘,往往会固步自封,随着会展业不断发展,如果

仍然按照老思路来干,总会有吃不消的一天。

## 旅游推广 不能仅限星级酒店

“近年来参加会展,本想去各个地方逛逛,但是除了趵突泉、大明湖和千佛山外,其他旅游景点却一点也不知道。”一位多次参加会展的李先生告诉记者,他参加了差不多10年的糖酒会,对成都印象最深,“成都不仅有吃的,更有好玩的,而感觉济南展区周围可玩的地方比较少。”

其实,为应对本届糖酒会,济南市旅游局曾专门公布了10条措施,在客商云集的星级酒店里,全力推荐泉水游。但不少参展商表示,旅游局推出的10条措施只是针对星级酒店,并没有覆盖没有入住星级酒店的那些外地人,一些外地客人只知道有趵突泉,其他名泉则是闻所未闻。

山东大学管理学院旅游系主任王德刚分析说,糖酒会期间,旅游局做了很多工作,但有可能只是“一头热”。糖酒会的组织者掌握参展商的信息,他们应该负责和参展商沟通,将旅游信息发布给参展商,这样能起到事半功倍的效果。“如果只是旅游局负责宣传旅游,不符合现在‘大旅游’的概念,会留下很多遗憾,真正可取的做法应该是掌握旅游资源和市场资源的各方共同宣传,并通过发放宣传手册、在会场周围展示旅游景点等途径,来推介济南的旅游资源,做大糖酒会产业链的同时也做大济南的泉水游。”

## 济南为何苦苦 “追求”糖酒会

有人曾形象地比喻:在一个城市举办糖酒会,就如同一架飞机在天上撒钱。此言不虚,秋季全国糖酒会在济南落幕,短短几天时间有望给济南带来200亿元的收入。或许是真金白银的吸引,或许是糖酒会的影响力让济南“着迷”,使它苦苦追求,期望能再次相会。

糖酒会素有“天下第一会”之称,20多万人云集济南,5600多个展位向来客展示美酒美食。但是可以说,国内外的参展商还谈不上是糖酒会的绝对主角,就在参展商频签大单的同时,济南市民也在享受自己的糖酒节。

济南市商务局有关负责人表示,糖酒会不仅能够带来可观的经济效益,还能带来无法估价的社会效益,这些社会效益有的是立竿见影的,而更多的是潜移默化、逐步发挥作用的,全体市民文明迎客、善待嘉宾,给国内宾客留下美好的印象,为争取糖酒会再会济南写上浓浓一笔。

糖酒会不仅为酒企带了巨大商机,旺盛的人流,也给济南的餐饮、住宿、购物、旅游、交通等行业带来了滚滚财源。据统计,糖酒会为济南带来的收入有望突破200亿元。

济南市政府副秘书长耿建新表示,糖酒会在某个城市举办,影响和拉动、辐射力非常强。不仅有利提升城市形象,增强市民意识,据测算,由于糖酒会的强大辐射力,20万人云集济南,这对拉动旅游业有巨大作用。

耿建新说:“糖酒会对于拉动经济,尤其服务业的发展有重要作用。”会展业对经济的拉动作用是其他服务业不可取代的。下一步济南市将争取创建几个知名的会展品牌,其中就包括将糖酒会打造成会展经济品牌。

“为迎接糖酒会针对城市硬件建设的投入,在对糖酒会收益的考量中将是最重的一个砝码。”此次糖酒会的一位负责人称,但有一点恐怕是谁也无法否认的,无论是整修会展环境,还是改善地下停车场,都不像展会上的那些短命广告那样是一次性产品,而是可以重复使用的。

济南市商务局副局长张欣告诉记者,济南从2001年开始申办糖酒会,但“竞争异常激烈”。在众多申办城市中,济南必须有自己的优势才能胜出。申办2005年糖酒会时,共有五六个城市入围,并最终在三四个城市间展开激烈竞争。申办本届糖酒会时的激烈程度也不逊于当年。郑州、广州等城市都在争取,但济南依然在苦苦追寻。

本版采写 本报记者 赵伟 邢振宇 喻雯 马云云 见习记者 孟敏

**2010 齐鲁秋季汽车展示交易会**

【时间】2010年9月9日—12日 地点:济南国际会展中心—济南舜耕国际会展中心

【主办单位】齐鲁晚报·生活报 承办单位:山东齐鲁汽车展示交易会组委会 齐鲁晚报·生活报 齐鲁晚报·生活报

【协办单位】汽车之家 山东银座汽车有限公司 山东展报网 0531-8519008 汽车用品超市 0531-8179931 荣泰 山东信山广告位招商 0531-8173808 刘霞光

济南·舜耕·齐鲁秋季汽车展示交易会