



## 参与中原国际博览中心的筹建与运营 亲历会展经济 16 年间的成长、辉煌、失意与转型

# 杨仲慈：把郑州会展业“大饼”越摊越大

1992年，郑州市节衣缩食置了一个“大件儿”

### 省长发话：筹建中原国际博览中心

“1992年小平南巡，我正好赶上了这一拨经济热潮，政府正在筹建中原国际博览中心。”杨仲慈回忆说，“下海”这一年他刚29岁，在“下海”以前，是省监察厅一名任职4年的年轻干部。

那时候，政府已明确提出郑州建设商贸城的发展战略。而郑州当时根本没有像样的会展场所，只有一个面积很小的工业展览馆和供销社的贸易货栈。

时任河南省省长的李长春对市场经济有深刻的认识，他提出郑州要建一个博览中心，一个期货市场。于是，省计经委和省建行两家投资筹办博览中心，这也是河南较早的大型国有股份制企业，当时的省建行行长姚中民担任董事长。

“博览中心被列入河南省八五计划的重点工程之一。”杨仲慈回忆说，“在当时，规划目标是以会展为龙头，建立三个支柱，向集团化发展。计划涉足酒店、信用社、旅游、房地产、出租车、商贸等行业，建成后从业人员达2000人，还要在日本、中国香港设办事处。最后仅土地就圈了215亩。”

这一宏伟目标，吸引了一大批想在市场经济大潮中有所作为的年轻人。杨仲慈清晰地记得当时的情况：1992年，中原国际博览中心在郑汴路破土动工，一位省领导语重心长地说：“这是郑州节衣缩食置的一个大件儿，就像一个家庭置的彩电、冰箱一样，你们一定要建设好、使用好、管理好。”

工程筹建也是“边设计、边施工、边审批”。杨仲慈说：“当时很多人都不知道什么是会展，所以对投资1.3亿元建中原国际博览中心不理解。”

就在这样的背景下，1993年9月8日，河南省第一座大型现代化展览基地——中原国际博览中心建成投入使用。中心占地14万平方米，可供展览面积4.3万平方米，其中室内1.3万平方米，室外广场3万平方米。荒凉的郑汴路从此开始有了人气，开始有了商贸气氛。

10来万元买了一个扫地机，一次也没有用过

### 陷入困境：“盲目膨胀”下的入不敷出

“双回路供电、中央空调、防盗监控、程控电讯以及国际标准展具和成套会务服务系统。”杨仲慈感慨地说，“配套设施在当时真的很先进，还请了香港特别行政区区旗、区徽的设计师肖红教授当艺术顾问。在政府和银行强大的资金支撑下，中原国际博览中心的盘子做得很大，也很气派，当时在国内算是屈指可数。”

杨仲慈对于那时候的盲目毫不“护短”：当时，看着偌大的一个广场，有同志提出：国际化的博览中心没有一个扫地机啥行？于是就花了10来万元买了一台扫地机，后来一次也没有用上；宾馆还没建好呢，又买了一辆沈飞大客车，准备用来接

还是破旧的3层小楼，还是只有10平方米的小屋。和5年前记者采访时的情形相比，杨仲慈的办公室愈发简陋了。

“要搬了，盖新的办公楼！1992年，中原国际博览中心筹建时，说是要20年不落后。”2008年3月25日上午，现任党总支副书记的杨仲慈向记者两手一摊，笑道，“现在看来已经很落后了，不得不面临着转型，16年前的预见能力还是很有限的。”

作为中原国际博览中心的“元老”之一，历任行政、保卫、人事、业务等数职的杨仲慈，16年间亲历了郑州会展经济由无到有，以及中原国际博览中心筹建、成长、辉煌、失意、转型的全过程。

晚报记者 杨观军 李亚洁/文 王银廷/图



### —— 回望感言 ——

改革开放给郑州带来的巨大变化，在会展行业体现尤为明显。作为会展人庆幸赶上了这场大潮，并成为了弄潮儿。 杨仲慈



1. 1992年1月6日，河南省最大的综合性医药商场郑州医药大厦隆重开业。
2. 1992年3月，反映郑州市商业竞争的电视专题片《商战》在中央电视台播出。在国内产生了轰动效应，全国各地赴郑州“商战”考察团“云集”郑州。此片极大提高了郑州的知名度。

送客人；在博览中心夹层开设了咖啡吧，从中州宾馆挖来了专业人士并设了10多个岗位……后来才发现这些都用不着。还未开业，工作人员已经膨胀到300多人，这就离2000人的目标还远着呢。杨仲慈笑道：“我们现在才90人还嫌多。”这足见当时大家对会展都缺乏认识。

刚开业时，中原国际博览中心也是风风火火，曾风光地举办了包括“兴豫杯”、“书画展”、“今日河南”等几场展会。然而，开业两三个月后，中原国际博览中心因“摊子过大，人员过多，很快就入不敷出，陷入困境了！”

### 历时3年，申办郑交会道路艰难 靠拢市场：“掘金”培育会展品牌

在不断摸索和学习中，中原国际博览中心逐渐找准了市场。十几年来博览中心打造了很多地方自有品牌，郑交会就是从1996年开始连续举办了10多年的一个自有品牌。杨仲慈当时任博览中心的业务部副经理，亲自参与了郑交会的申办，对这一切过程记忆犹新。

“‘郑交会’从1994年开始申办，一直到1996年才批准。”他说，当时跑到北京各部委去

联系业务时，一个人也不认识，简直就是瞎跑。

1995年，原籍巩义的内贸部长张皓若被邀请来郑州考察商业，看到郑州的商战如火如荼，当时他说，郑州的商业区位优势一定要利用。后来中原国际博览中心在省、市政府的支持下，又坚持递交了多份报告，几经周折，张部长终于批了。1996年终于获准举办郑交会。

郑交会是第三个全国性综合商贸交易会，1998年成交额就已达67亿元。到2005年郑东新区的会展中心启用，郑交会在中原国际博览中心整整举办了10届。

杨仲慈感慨：“这10年是郑州会展经济发展最快的10年。这10年里，郑州吸引了不少全国性的展会，并组织了很多区域性的展会，促进了郑州的商品流通、对外开放、招商引资、交通、住宿、餐饮、物流等相关产业的发展。”可以说，郑州会展经济的蛋糕已经越做越大了。这当中，中原国际博览中心功不可没。

自己一手养大的孩子被别人抱走了

### 面对“新宠”：当不了牡丹就当绿叶

2005年由郑州市政府投资20亿元兴建的郑州国际会展中心投入使用，它总建筑面积22.688万平方米，其中展览中心建筑面积16.67万平方米，两层展厅共7.2万平方米，设有3560个国际标准展位。这让室内展览面积只有1.3万平方米、600个展位的中原国际博览中心自叹不如。

今年11月18日~20日，第11届郑交会移师距离自己仅有5公里的郑州国际会展中心。自己一手养大的孩子被别人抱走了，中原国际博览中心当然会有些许失落。

“从业务上来说，冲击很大，很多赚钱多的展会都移到会展中心开去了，与2004年高峰期相比，中原国际博览中心的业务收入下降幅度达40%。”难道就此坐以待毙吗？“当然不会！”杨仲慈哈哈一笑后，冷静地分析说，2007年郑州会展面积已突破100万平方米。而100万这个数字标志着郑州已经由会展三线城市进入到二线城市的行列。郑州成为中国内陆会展城市中为数不多的“百万俱乐部”成员之一。在“首届中国国际会展文化节”上，郑州市入选“中国会展业最佳会展城市”和“中国最具潜力的会展新锐城市”。郑州有两个展馆并不算多。再说中原国际博览中心不仅有其存在的必要性，更有其存在的“资本”：200多亩土地、富有办展经验的队伍、成熟的业务网络、相对完善的配套设施及稳定的会展项目等。

相对于会展中心，错位经营是必要的，比如一些规模较小的专业展会、小型展会，不适合在郑州会展中心举办的，都可以争取在博览中心办。会展中心的一些大型活动，也可以在博览中心设立分会场。

不经意间，杨仲慈透露了他的初步想法：依托会展，搞综合开发。“当不成牡丹就当绿叶！”再说成功的路不止一条。

## 张裕解百纳：绵延70年的红酒传奇

进入2000年，特别是2002年以来，我国市场上出现了大大小小30多个品牌的“解百纳”，不知真相的消费者往往会被迷惑。其实，解百纳源于张裕，已经有70年历史，是中国较早的原创红酒。

如今，张裕酒文化博物馆还珍藏了一瓶1937年的张裕解百纳干红，那张已经发黄的酒标，记载着绵延70年的品牌传奇。

1937年6月28日，经当时的中华民国实业部商标局批准，张裕公司正式注册了解百纳商标，注册证书号为“第33477

号”，该文件现存南京的中国第二历史档案馆。从此，解百纳逐渐成为张裕的一个响亮品牌。张裕解百纳干红的诞生，最早可追溯到1931年。当年张裕公司在烟台的葡萄园经过多年嫁接改良，培育出一个后来被国际上广泛认可的由中国人培育的酿酒葡萄品种——蛇龙珠，张裕以蛇龙珠作为主要酿酒原料，调配赤霞珠等葡萄品种，酿造出一种全新口味的干红。

1934年，张裕总经理徐望之请来一帮文人墨客，聚首烟台国际俱乐部，为这种干红研究命

名。徐望之从张裕创始人张弼士倡导的“中西融合”、“携海纳百川”的经营理念得到灵感，征求大家意见：“叫‘解百纳’如何？中西融合、海纳百川……”在场的人们拍手叫好，一致通过这个好听而又好记的名字。自张裕解百纳商标在1937年注册以来，张裕数代酿酒师继承前辈们创造的解百纳酿造精髓，从原料到工艺，严格保持了张裕解百纳干红的典型性和纯正性，使解百纳干红成为中国高端葡萄酒的标志性品牌。在1987年的第25届布鲁塞尔世界优质产品评选会

上，张裕解百纳干红荣获金奖；在《Wine&Dine》杂志2005年度“亚洲最佳酒类”（SAWA2005）评选会，张裕解百纳干红又在葡萄酒系列位居榜首。

如今，张裕解百纳已经走向国际，出口到欧洲14个国家，到这些国家的超市、专卖店、五星级饭店，甚至德国汉莎航空公司的头等舱，都能见到其身影。张裕解百纳以其独特的东方韵味征服了欧洲人挑剔的口味。70年的历史沧桑，70年的品牌沉浮，其实都重复着一个故事：海纳百川，源于张裕。

