

武汉会展经济发展模式及路径选择

王 颖

(武汉工程大学法商学院,湖北 武汉 430205)

摘 要:通过比较分析我国会展业发展模式,结合武汉会展经济发展的SWOT分析,选择人文、旅游环境与产业双推动型的模式,是充分发挥优势,提升武汉会展业竞争力的最佳选择。提高武汉会展经济发展水平的路径有:转变政府职能,引导会展经济持续健康地发展;开发武汉文化与资源优势,打造武汉会展业的特色与品牌;充分发挥武汉的科教优势,培养会展专业人才;加强区域间会展业发展的沟通与合作。

关键词:武汉会展;模式;路径选择

中图分类号:F061.5

文献标识码:A

doi:10.3969/j.issn.1674-2869.2010.04.015

0 引 言

会展经济,就是通过举办各类会议、展览、文体活动,在取得直接经济效益的同时,带动一个地区或一个城市相关产业的发展,从而促进经济和社会全面发展的经济现象和经济行为。广义的会展通常被称为MICE,即会议、奖励旅游、集会、展览(M: Meetings; I: Incentives; C: Conventions; E: Exhibitions)^[1]。会展业是典型的符合资源节约型和环境友好型社会建设要求的行业,其消耗的物质能源少,获得的收益大,其重要作用可以从直接产生的拉动效应和间接产生的扩散效应体现出来。会展业对促进区域经济高效、快速、低成本发展的优点使得各地政府纷纷重视和加大对会展业的扶持力度。伴随着我国会展行业迅速发展,城市与城市之间会展业发展规模与水平的差距也逐步拉开,尽管近年武汉会展业的发展水平有一定提高,但目前武汉乃至中部地区会展业发展的规模及水平与全国其他会展经济发达的城市与地区相比,还有相当的距离。2008年,华中地区举办展会只占全国的6.9%,只比西北略高,远远落后于华东的35.50%^[2]。此外,还有一些尴尬的数字:国际展览业协会(UFI)认证的中国大陆展会有20个,湖北省尚无一家;商务部(2005年~2006年)重点支持的31个展会中,武汉仅1个(机博会);科技部(2005年~2006年)重点支持的11个展会中,武汉仅1个(华中车展);湖北省每年举办150多个展会,仅占全国总数的1.5%;湖北省的展会中90%以上集中在传统领域,自办创新展题不足3%;95%以上的展会规模在300个展位以下,专业展

会不足5%^[3]。因此研究武汉会展经济发展的模式及路径选择,制定会展经济发展的方向和战略,是当务之急。

1 我国会展经济发展模式

随着我国会展业的繁荣,会展经济的市场化、国际化进程有所加快,形成了以上海、北京、广州为中心的东、北、南区域会展经济格局,青岛、大连、昆明、宁波、长春、杭州等会展明星城市也纷纷涌现。通过比较分析,我国会展业发展比较成功的模式主要有以下几种:产业推动型、人文与旅游环境驱动型、人文旅游环境与产业双推动型、产业与市场优势双推动型、城市综合实力推动型。

1.1 产业推动型

产业推动型会展依托其城市形成一定规模的市场体系,产业链较齐全,市场化程度较高,产业是会展的基础,二者形成良性互动,会展为当地产业发展带来新的机遇。这种类型比较典型的会展城市有:义乌、温州、东莞、中山、顺德等。这些城市发展会展经济紧密依托当地优势产业,从而驱动城市会展业的发展。如义乌的义博会、中山的灯博会、温州的轻博会、顺德国际家用电器展,不仅形成了自己独特的会展品牌,也推动了当地产业实现飞速发展,提高了其国际知名度。

1.2 人文与旅游环境驱动型

人文与旅游环境驱动型会展城市主要特点是依托当地独特的人文、生态环境及丰富的旅游资源推动会展业的发展。如桂林、南宁、杭州等城

收稿日期:2009-10-18

基金项目:武汉工程大学文科基金项目(R201001)

作者简介:王 颖(1976-),女,湖北武汉人,讲师,博士研究生。研究方向:区域经济政策。

市。由于会展与旅游联系紧密、具有相互促进的作用,这些城市成功地利用当地得天独厚的旅游景观,充分挖掘文化资源,开发文化的经济功能,从而在会展业的激烈竞争中形成自己独特的优势。如广西是歌仙“刘三姐”的故乡,南宁充分发挥这一文化资源,从1999年开始举办“南宁国际民歌艺术节”,如今已成功举办了九届,取得了良好的经济效益和社会效益。在杭州,以西湖博览会、国内旅交会等等促进商贸业和文娱业的发展。再如海南的博鳌,因其独特的自然景观和旖旎的风光,而跻身著名会展中心之列。

1.3 人文旅游环境与产业双推动型

发展这种类型会展经济的城市不仅具有丰富的的人文景观或自然资源,而且紧密结合当地产业发展,实现良性互动、互相促进。代表性的城市有青岛、大连、长春。如长春经过十几年的努力建设成为我国会展名城,“十五”以来,全市会展经济平均以25%左右幅度递增^[4]。在形成的品牌会展项目中既有体现景观特色和艺术氛围的冰雪节、雕塑展、电影节,又有体现产业特色的汽博会、农博会、光电博览会等等。再如海滨城市青岛、大连是自然风景优美的旅游胜地,而在充分发挥其旅游资源优势的同时,又非常注重会展业依托当地产业优势。青岛成功举办的航博会、青博会、APEC、ACD、韩国周、海洋节等知名会展,提升了其会展业的竞争力。大连是我国第一批优秀旅游城市,会展业的发展定位也提到“充分发挥口岸优势、区位优势、产业优势和开放优势”^[5],如今大连会展业在全国的影响力与日俱增。

1.4 产业与市场优势双推动型

发展这种类型会展经济的城市通常具有较好的经济基础和产业基础,市场化程度都相对发达,对外开放程度高。如深圳、宁波,随着区域经济的发展,形成了产业优势,特别是发达的第三产业的优势,从而具备优越的会展业发展的有利条件。如宁波会展业起步较晚,但发展速度却比较快,宁波根据产业基础雄厚、民营经济发达的特点,提出“依托产业、服务产业、提升产业”^[6]的办展方针,以服装产业作为会展业起步的突破口,实现了城市经济与会展业的有机结合。

1.5 城市综合实力推动型

城市综合实力推动型表现出的特征是城市经济发达,辐射力强,国际知名度高,对外经济、文化交流广泛。如香港、北京、上海、广州、台北。它们具备了发展会展经济的得天独厚的优势,其会展业发展的国际化特征明显。北京召开的奥运会、广州召开

的亚运会以及即将在上海召开的世博会,无不显示出其国际化大都市的魅力。以人流、信息流、资金流、技术和文化等为载体,通过以大流通为特征的城市综合实力正是驱动其会展业发展的关键因素^[7]。

2 武汉会展经济 SWOT 分析及模式选择

选择武汉会展经济发展的模式,首先应当对武汉发展会展业的条件进行客观而全面的分析(见表1):

表1 武汉发展会展业条件分析

优势(Strength)	劣势(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> · 优越的区位优势,素有“九省通衢”的美名 · 历史文化名城,会展业发展逾百年历史 · 生态环境优美,2006年获“国家园林城市”的荣誉称号 · 钢铁、汽车、船舶、石化等支柱产业实力不断增强,轻工纺织、制漆、装备制造、电子信息、物流等重点产业不断调整和振兴 	<ul style="list-style-type: none"> · 会展业发展水平不高,没有形成品牌优势 · 与我国其它会展业发达的城市相比,其规模和水平还有相当的差距 · 会展业的国际化程度较低 · 缺乏高水平的会展专业人才
机会(Opportunity)	威胁(Threaten)
<ul style="list-style-type: none"> · 武汉城市圈“两型社会”的建设为武汉会展业发展带来新机遇 · 随着香港投资5亿元在武汉物流基地的建成,将为武汉会展经济的发展提供有利条件^[8] · 武汉CBD“欧洲之门”和武汉新城国际博览中心相继兴建,为武汉会展业的发展迎来了全新的历史机遇 · 在国际投资促进会和东西湖区政府的共同促进下,欲将金银湖打造成中国中部论坛之都,未来2年内,各种高规格的会议中心将不断建成 	<ul style="list-style-type: none"> · 竞争日益激烈,全国31个省中有27个省将发展会展业列入“十一五”规划^[9] · 中部地区郑州、长沙等省会城市近年会展业发展迅猛,形成对武汉会展业发展的有力挑战。 · 国际金融危机对我国会展业的冲击仍将持续

形成目前武汉会展业发展整体水平不高的现状有诸多的因素,其中很重要的原因在于武汉会展业发展缺乏制度创新、激励机制和具体的规划细则,没有形成有效的市场竞争机制。且武汉会展业的发展与人文、旅游资源优势耦合度不高,没有形成会展业依托产业发展并与之紧密结合的局面,从而难以形成自己的品牌和特色优势,缺乏竞争力。

根据武汉发展会展经济的SWOT分析,借鉴国内外发展会展业的成功经验,结合武汉城市的规模与特点,武汉市选择人文、旅游环境与产业双

推动型的模式是充分发挥优势、提升武汉会展业竞争力的最佳选择。随着经济发展环境、条件的变化及会展经济自身的发展,扬长避短,强化优势,武汉会展业的发展有望突破困境、从而实现跨越式发展。

3 提高武汉会展经济发展水平的路径选择

3.1 转变政府职能

在会展经济活动中,一方面必须以市场为主导,形成与市场经济相适应的各种推动会展经济发展的制度和机制。但政府合理参与会展经济活动能够克服“会展市场失灵”的现象,从而为区域会展经济健康持续地发展提供有力保障。资金扶持,场馆修建等固然重要,但在市场经济条件下,制定相关政策指导会展业的发展更为重要。政府应制定会展业中长期发展产业政策、发挥信息传递和监督职能。根据武汉会展业自身发展的不足以及所面临的严峻挑战形势,制定激励措施,引导武汉会展业与支柱产业紧密结合是当务之急。会展业对区域经济的带动作用 and 辐射效应不仅仅体现在第三产业,对第一、第二产业的带动才是体现其价值的根本所在。会展源自商业流通,但它与传统商业不同,它并非以货币为媒介,单纯的买卖活动,作为具备生产性服务业特征的新兴会展业具备新的属性:大量信息流的集中便于信息交换和技术扩散,展示产业发展的最新趋势,为生产者服务的特征尤为明显。如近年会展业发展迅速的城市,青岛、大连、长春、宁波、义乌无不采取“紧紧围绕产业发展”的战略,取得良好的收效。产业基础与会展经济的发展是互为辩证的关系:发达的产业基础为会展业的发展提供了良好的条件,而持续健康的会展经济发展又会带动产业发展。在武汉中长期会展业发展规划中,应成立专门的会议促进机构,政府应当加大财政扶持力度、税收的优惠、评奖等措施,激励会展企业举办与产业基础紧密融合的展会,从而引导会展业持续健康地发展。随着武汉 CBD“欧洲之门”和武汉新城国际博览中心相继兴建,以及金银湖高规格会议中心的建成,将为武汉会展业的发展迎来全新的历史机遇。而另一方面对武汉会展业发展的水平也提出了更高的要求,优化会展业的发展环境,以国际化的标准,提升展会的品质,扩大知名度,从而实现武汉会展业的强盛与发展。

3.2 挖掘文化资源优势

当今世界,文化与经济相互交融,充分发挥文

化优势,发掘文化的经济功能是在会展业激烈竞争中胜出的有利条件。兴办好的会展活动,不仅是拉动城市经济增长的推动器,更是一种文化的形式,与城市的精神内涵紧密融合在一起,成为独具特色的城市象征和对外交流的名片。在前文中介绍了南宁发展会展业的成功模式,如今一年一度的南宁国际民歌艺术节、东南亚风情夜和绿城歌台活动逐渐成为东南亚地区有较大影响力的文化活动。南宁致力于推进“三月三”、“炮龙节”等具有浓厚民俗风情、较高知名度和较大发展潜力的民俗文化节庆活动产业化、品牌化^[10]。另一个成功的典范是湘西凤凰,以其独特的运作方式,在湖南省凤凰县的南方长城隆重举行“南长城 2003 年中韩围棋邀请赛”。中央电视台、旅游卫视、湖南卫视和韩国围棋频道等媒体对这场罕见的围棋赛同步向全球直播,国内外诸多新闻媒体对这场僧、道、俗都参加的活动进行了深入报道。越来越多地运用文化推动经济发展的成功案例证明:会展业已成为会展发达城市的城市文化的一部分。与交通比较落后、文化资源相对贫乏的地区相比较而言,武汉可以说是蕴藏巨大文化资源的宝库:瑰丽的楚文化、繁荣的商业文化、厚重的首义文化,气势恢弘影响深远。武汉宝贵的文化资源急需得到开发和应用,通过展、会、演、节、赛并进,充分发挥武汉人文及自然资源优势,从而塑造武汉会展业的品牌与特色。

3.3 加大力度培养会展专业人才

人才是会展业发展的灵魂和根本,而会展专业人才的缺乏已成为制约我国会展业进一步发展的难题。目前武汉的会展从业人员素质参差不齐,高层次专业人才匮乏,特别是专门从事会展管理的公共关系人才和会议策划、协调人员,设计人员的稀缺,已成为制约武汉会展业发展的瓶颈。同时,会展经济的良好发展势头激发了高校会展教育的蓬勃生机。尽管起步较晚,教育资源丰富的武汉在近年也出现会展高等教育迅猛发展的态势。会展作为一个综合性很强的专业,它覆盖了广泛的范围,因此不同的岗位对会展人员知识结构和技能的要求是有差异的。所以,武汉作为教育资源丰富的省会城市,在诸多高等院校纷纷开设这个热门专业的同时,更应当首先准确定位,对会展专业学科进行细分,然后结合学校本身的优势,有所侧重地进行招生和培养。在培养上,一定要注重专业化程度培养,理论和实践的结合^[11]。目前除了会展专业学历教育之外,国内的会展教育发展较早的城市纷纷注重会展专业教育的开

展,如香港、上海、北京已有多家高等院校开设会展专业,从学历教育、资质认证培训、短期业务培训等不同领域,涉足了会展教育和人才培训工作。因此除了学历教育,会展专业人才的培训也必须注重。如义乌在优化会展业发展环境方面,降低发展会展业经营成本,设立会展业发展专项资金用于宣传推介会展项目、培养会展人才,带动了义乌会展业的强盛与发展。

3.4 加强区域间会展业发展的沟通与合作

我国会展经济发展迅猛,在国内已形成5大会展经济区域:珠江三角洲会展经济区域、长江三角洲会展经济区域、环渤海会展经济区域、东北会展经济区域以及中西部会展经济区域^[12]。从我国目前已经形成的会展经济带和城市群来看,中西部整体会展经济发展水平相对落后。中西部会展中心城市的发展与京津地区、长江三角洲和珠江三角洲不同,不是争谁为龙头,而应该形成集群效应会展经济带,应当注重突出个性,培育地区特色展会,从而增强整体实力。中部六省经济实力、资源配置、产业优势各不相同,其内部成员之间在经济合作上有很强的互补性。武汉作为中西部会展经济带的重要城市之一,在推进会展经济发展的过程中,要注重加强区域联合,实现资源共享,优势互补,不盲目追求展会的数量,避免重复低水平办展,注重会展品质和实力的提升,从而加强区域会展资源的整合,共同打造会展业的区域性品牌,使会展经济成为区域经济发展的强劲动力。要树立区域市场大版块的观念,共造一个联动、合理、互补的

会展产业经济带,提升整体竞争力,从而实现共赢。

参考文献:

- [1] 俞华,朱立文.会展学原理[M].北京:机械工业出版社,2008:14.
- [2] 十大会展数据[J].中国会展,2009(1):139.
- [3] 华尚.湖北会展经济尴尬中寻求突破[EB/OL]. [2007-04-17]. <http://www.chinatradsnews.com.cn.html>.
- [4] 过聚荣.中国会展经济发展报告2009[M].北京:社会科学文献出版社,2009:124.
- [5] 王承敏.充分发挥城市优势 乘势壮大会展行业[EB/OL]. [2003-12-21]. <http://business.sohu.com.html>.
- [6] 陈国强.依托产业,服务产业,提升产业[EB/OL]. [2009-10-22]. <http://business.sohu.com.html>.
- [7] 胡斌.我国城市会展业发展的动力系统研究[D].上海:上海师范大学,2005.
- [8] 香港投资5亿元在武汉建大型物流基地[EB/OL]. [2008-12-29]. <http://www.xinhuanet.com.html>.
- [9] 郭牧.会展与区域经济的发展[M].北京:中央编译出版社,2008:48.
- [10] 张京城.中国创意产业发展报告[M].北京:中国经济出版社,2009:235.
- [11] 蒋昕.基于需求分析的普通高校会展人才培养构想[J].武汉工程大学学报,2010(2):12-16.
- [12] 过聚荣.中国会展经济发展报告2008[M].北京:社会科学文献出版社,2008:3.

The mode of Wuhan MICE economic development and route choice

WANG Ying

(School of Law and Business, Wuhan Institute of Technology, Wuhan 430205, China)

Abstract: Through a comparative analysis of the model of China's MICE development, combined with the development of Wuhan MICE economic SWOT analysis, the paper insists that the choice of the humanities, tourism, environment and industry-driven dual-mode is able to give full play to the advantage of enhancing the competitiveness of MICE in Wuhan. The path of raising the level of MICE economic development in Wuhan are determined by the following: the transformation of government functions to guide the continued health of the MICE development; the development of culture and resource advantages of Wuhan to build features and brands; giving full play to the advantage of Wuhan Science and Education to train professionals, to strengthen the communication and cooperation of MICE between regions.

Key words: MICE in Wuhan; model; choice of the path

本文编辑:吴晏佩