

会展业：拉动宁波经济的新动力

杨益波

刚刚过去的 2006 年，宁波市共举办各类会议展览活动 148 个，同比增长 74%。其中，举办展会 80 余个，同比增长 70%。也就是说，平均四天就有一个展会在宁波举办。作为现代服务业之一的会展业，给宁波带来了庞大的物流、信息流、客流、资金流和文化流，正在成为拉动宁波经济的新动力。

据统计，2006 年宁波全市共举办展览面积 2 万平方米以上的展会 18 个，同比增长 1 倍，使全市年展览总面积突破 80 万平方米，同比增长 33%。其中，浙洽会带来了 17.48 亿美元的直接经济收益，比上届增长 7.8%；消博会带来了 6.4 亿美元的直接经济收益。会展业直接拉动宁波餐饮、宾馆、零售、交通和旅游等方面至少 60 亿元的消费。

会展业是个新兴产业，它对经济的促进作用到底有多大，国内至今没有一个统计标准。但对于制造业发达、正在致力于“产业立市”的宁波而言，会展业对其产业竞争力的提升，无疑起到了“加速器”的作用。

宁波会展经济的蓬勃发展得益于宁波制造业和开放型经济的飞速发展。同时，宁波特有的港口优势和区域优势，以及城市特色产业培育出来的特色展会，也造就了浙洽会、消博会、国际服装节、塑博会、住博会、家博会等一批国内外知名的会展品牌。另外，随着宁波中小企业的不断发展壮大，迫切需要通过各种展会的途径来开拓和扩大国内外市场，广泛开展国内外经济技术合作与交流。企业的这种内在需要，客观上也促使宁波会展业的发展。

“没有哪个城市是为了会展而会展，或为了展会而展会，只为图个虚名。更多的是看到了会展或展会对一个城市经济的放射性带动。宁波会展业的发展将更有力地推销宁波品牌，提升整个宁波的城市服务功能。”宁波市政府副秘书长、新闻发言人俞丹桦如此评价。

会展业的发展离不开产业和市场两大因素，正是基于这样的认识，宁波市从上世纪 90 年代中后期开始，根据宁波产业基础雄厚的特点，提出了“依托产业、服务产业、提升产业”的办展方针，并选择了以服装产业作为会展业起步的突破口，逐步组织、培育起了两大会展活动：宁波国际服装节和浙江投资贸易洽谈会暨中国国际日用消费品博览会。

经过近十年的迅猛发展，宁波国际服装节在规模上，已发展成为仅次于北京中国国际服装服饰博览会的国内第二大专业服装展会；全市服装产值年均增长 171%。由于有雄厚的产业基础作后盾，浙洽会和消博会每期均办得非常成功，规模和影响力迅速扩大。

之后，随着机械制造、家电、模具等在国内颇具影响力的产业链的崛起，宁波又相继举办了住博会、文博会、家博会、塑博会、药机展等行业性展会。既打响了宁波制造的品牌，又为宁波制造引进先进技术和管理经验创造了平台。同时，也为宁波争来了“服装名城”、“中国文具之都”、“中国模具之都”、“中国品牌之都”等诸多雅号。

宁波市政府经济研究中心研究员储嘉康在接受中国经济时报记者采访时说，会展业集商品展示交易、经济技术合作、科学文化交流为一体，兼具信息咨询、招商引资、交通运输、城市建设、商务旅游服务等多种功能，是连接第二产业和第三产业最

核心的产业环节，几乎具备了城市经济全部的特点。从第二产业的角度来看，会展业处在整个产业链的末端，为制造业提供了最强大的流通服务。而从第三产业的角度来看，会展则处在整个产业链的上游，具有很强的关联效应，能全面带动城市资源运作。通过办展单位、城市与会展相关领域的国际、国内的合作，促使城市文化的改善和提升。同时，会展业的发展将会吸引更多的人到展会举办城市参展、观展、游览，从而使办展城市能够充分地展示本地优势资源。此外，通过相关会展业务的开展及其相关关联产业的发展，还能促使城市经济结构的优化发展。

储嘉康告诉记者，2010 年的上海世博会应该是宁波会展业加快发展的又一个良好机遇。通过对接世博会，宁波在会展规划、设施建设、人才培养、招展招商、品牌建设等方面都将得到全面提升。借助会展业这个平台，可以将宁波与上海的经济联动提高到一个新的层面。

根据宁波会展业的“十一五”规划，宁波将以“打造长三角南翼会展之都”为目标，使宁波市的会展业总体水平位列全国同类城市前列。储嘉康认为，要实现这一目标，目前亟待解决的问题也很多。如与会展业发展相关的专业人才严重短缺，国内、国际航线、航班明显比同类城市滞后、国际会展中心周边配套设施建设严重滞后、会展文化还刚刚起步、企业国际知名品牌几乎还是空白等等。这些问题都需要政府相关部门采取有力措施，尽快加以解决。

责任编辑：陈焱