

长三角地区会展业联动发展研究

葛月凤

(上海应用技术学院经济与管理学院200235)

内容摘要:近年来,长三角地区会展业迅猛发展,但各城市严重存在各自为展,缺乏合作,竞争无序的现象。因此,开展长三角地区会展业联动发展问题研究,提出对策建议,供长三角相关部门决策,有利于促进长三角各城市会展业相关资源的整合与优化,形成长三角各城市会展的合理布局、错位经营、有序发展,共同促进长三角区域经济的繁荣发展及参与配合世博会的成功举办。

关键词:长三角会展业联动发展

中图分类号: F713.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1005-1309(2009)II-∞42-004

会展业是21世纪的朝阳产业,会展经济已经成为新的经济增长点和现代城市发展的强大引擎。随着我国加入世贸组织,会展市场进一步实行对外开放,会展业将以其强大的聚集效应和推动力,给当代经济和社会生活带来多层面的效应。长三角作为世界第六城市经济带,是中国经济发展最具活力的城市带之一,正逐渐发展为会展资源最为厚足、会展产业最为优越、发展条件最为理想、发展空间最为广阔的区域之一。但在迅猛发展的背后,目前各城市严重存在各自为展,合作缺乏,竞争无序的现象。因此,开展长三角地区会展业联动发展问题研究,提出对策建议,供长三角相关部门决策,这对于促进长三角各城市会展业相关资源的整合与优化,扩大长三角会展业整体品牌的集聚效应和辐射效应,形成长三角各城市会展的合理布局、错位经营、有序发展,共同促进长三角区域经济的繁荣发展及参与配合世博会的成功举办,无疑具有重要意义。

一、长三角会展业发展现状和存在的问题

长江三角洲地区作为我国城市化水平最高的地区之一,以全国2.2%的陆地面积、10.4%的人口,创造了全国22.1%国内生产总值、24.5%的财政收入、28.5%的进出口总额,成为我国经济发展最快、市场最为繁荣的地区之一,被公认为全球最具活力的经济带之一。

近年来,长三角会展业发展迅猛,正逐步向国际化、品牌化、专业化、市场化发展。据长三角19个城市会展机构统计:2007年长三角地区拥有各类展会场馆60多个,占全国的27%,总面积超过660万平方米,占全国的33%;2007年承办各类国际展览会项目超过650个,占全国的26%,展出总面积770多万平方米,涵盖了众多行业,并带动了相关产业的经济发展。以上海为例,2007年上海举办的国际展览会项目,参展商总数16.2万家,其中境外展商4.21万家,占25.99%。2007年上海举办的国际展览会项目中,5万平方米以上的国际展览会25个,虽然只占总项目数的8.7%,但其展出面积达到194万平方米,占到总展出面积的41%,成为上海国际展览会项目的核心力量。上海国际展览会项目经过多年的发展,不仅在规模上逐步增大,专业化程度也进一步提高。如:上海车展、家具展、机床展、化妆品展、建材展、纺机展等专业分类清晰,专业化程度很高。纵观上海会展市场,其市场化程度已呈现较高水准,上海国际展览会98%以上的项目通过市场运作。

长三角会展业发展势头强劲,但同发达国家和地区相比,还存在明显的差距,尤其是同2010年上海世博会的要求相比差距很大,主要表现在以下三个方面:

（一）尚未形成一个权威的管理机构

为了实现信息共享，优势互补，上海、南京、杭州、合肥、南昌、宁波等城市经过协商，于2006年决定筹建长三角城市会展联盟。联盟成立以来，做了一些工作，推动了长三角城市会展业的发展。例如2007年，长三角城市会展联盟组织了“长三角城市优质会展(节庆)项目、优秀会展企业评估”活动。经评估专家组会议终评，共评出中国长三角优质会展项目56个、中国长三角优秀会展企业27个。但目前长三角各城市会展项目多头审批的问题依然存在，缺乏一个权威的管理机构进行统一协调。

（二）缺乏会展专业人才

长三角地区目前的会展专业人才奇缺。一个大型的国际会展，工作千头万绪，小到住宿、餐饮，大到总体策划，纷繁复杂的工作需要大量高素质、具备专业知识的人才。然而，当前长三角会展业中，相关从业人员绝大多数是由其他行业转行而来，凭着热情和投石问路的方法慢慢探索、逐渐积累经验，显然在这样一个跨越式发展的年代，面对着世界各国竞争者蜂拥而至带来的挑战，这样的模式已经不能够适应客观需要。在新形势下从业人员的素质迫切需要提高，相关的教育与培训制度也亟待建立，以满足长三角会展市场的需要。

（三）缺乏有效的经营机制

我国人世后，随着市场意识的进一步加强，长三角办展主体正在发生变化，政府将淡出办展主体，政府直接帮助企业招商，参与经济活动的格局正在逐步打破，政府的办展活动逐步减少。近几年长三角各城市的会展公司数量增长比较快，但无论是从政府部门分离出来的，还是民营企业筹办的，普遍都存在规模小、资金少、观念落后、经验不足等问题，与国际上许多著名的会展公司相比，在管理模式、公司结构、技术手段、经济效益等方面都有很大差距。例如，上海目前举办的国际性展会在数量上等同于德国的举办次数，但在规模、质量和效益上差距很大，只相当于其三分之一的收益。

另外，在场馆设施、品牌、企业实力、展览规模、国际化程度等方面仍有很大差距。

二、长三角会展业亟需联动发展和青席竞争

在“促进区域合作，打造和谐长三角”的大趋势下，突破行政区域限制的联动发展是今后的发展方向。近年来，长三角各城市从不断深入的区域交流与合作中体会到区域合作和区域一体化所激发的巨大能量。在长三角各城市迅速发展的整体态势下，当前长三角会展业正进入注重质量的原始积累，正从各自为政的初级发展阶段向以规模和品牌及跨城市资源整合互动为目标的高级阶段迈进。但在迅猛发展的背后，目前还存在不少亟待解决的问题。这些问题的解决主要靠什么?笔者认为，大力推动长三角会展业的联动发展是主要途径。

（一）长三角城市会展业需要联动发展有序竞争

近年来，随着长三角各城市经济的快速发展，且各具特点，基本具备了发展会展业的产业基础和产业支持。各地相继建造起设计新颖、气势恢宏、具有国际水平的大型会展场馆，并形成了一批具有一定规模和质量的展览会，如上海的中国国际家具展、上海国际汽车工业展览会、中国华东进出口商品交易会、中国美容化妆洗涤用品博览会、杭州的西湖博览会、宁波的国际服装博览会、义乌的国际小商品博览会等等。从市场经济的发展规律来看，群雄逐鹿并非坏事。目前长三角地区会展业不是竞争过头，而是竞争尚不充分，其标志是会展企业普遍弱小、竞争力不强。因此，需要通过联动发展有序竞争来强体健身。发达国家会展业走过的历程表明，任何一座展览中心城市都不可能包揽一切会议和展览会，而扬长补短、错位竞争和分层次竞争，不仅不会阻碍长三角各会展城市向国际性会展城市目标迈进，而且还将推动长三角会展城市群的迅速崛起。

（二）2010年上海世博会，更需要长三角各会展城市的互动

随着2010年上海世博会的临近，其带来的经济效应惠及旅游、会展、物流、商贸等20多个产业的发展。仅会展业一项，据专家预计，2010年将有500个各类国际会展和1000余个国际会议在上海及周边城市举行。因此，迫切需要长三角各会展城市实行紧密有效地互动，充分发挥长三角各地区的地域和资源优势，为长三角地区会展业的持续发展寻找新的突破口；采用更好、更合理、更有效形式发挥长三角各城市会展业的整体优势，积极参与和配合2010年世博会的成功举办，从而实现长三角地区会展业的资源共享、优势互补、合力共赢的局面。

三、加快推进长三角会展业联动发展的对策建议

（一）设立会展管理机构

目前，长三角地区只有宁波市、南京市、南昌市设有会展办公室，作为地区统一的会展业管理机构。根据长三角近几年会展的实际情况，包括上海在内的长三角各城市应尽快设立一个统一的会展业管理机构，对各地会展业实行集中管理、统一协调、制定规则，对各类会展资源进行整合，形成会展业发展的合力。在此基础上，再建立长三角各城市会展管理机构的联席会议。有联席会议牵头进行长三角会展业的规划、统计以及会展业发展区域政策的制定。这样，“双轨”推动长三角地区会展业的联动发展，即在继续开实现有长三角城市会展联盟的同时，在政府一头加强推动和形成长三角会展业联动发展的合力。

（二）完善市场化运作机制

长三角各城市要为会展业提供强有力的政策支持，推进行业发展软环境的优化。实施相关财政扶持政策，鼓励民营资本、外资进入展览业，以便引入先进观念和管理技术。要引入自由竞争、优胜劣汰的市场机制，淡化行政干预，建立公平、公开、公正的行业发展和竞争秩序。为促进会展业走上市场化运作的轨道，政府管理企业的职能应更多地通过非政府的行业协会来实现。目前长三角各城市大多已成立会展业行业协会，但目前其发挥的作用还相当有限，当务之急是扩大它们的影响力，尽快承担起会展行业的主要管理职责。通过长三角会展行业的合作互动，监督会展市场、制定行业规范、加强信息交流、培养专业人才。重点是要千方百计化大力夯实已经成立的长三角城市会展联盟并充分发挥其作用。

（三）制定行业中长期发展规划

国务院制定的长三角地区合作发展规划已出台，应尽快启动制定长三角会展业总体发展目标和中长期发展规划。这个规划要以会展经济为重要突破口，提升会展业在长三角地区区域经济发展中的地位，充分发挥会展业带动旅游、航空业和交通运输业等行业协调发展的优势。争取在5年内实现长三角会展业的规范化和专业化，在8年内实现集团化和区域话，在10年内实现品牌化和国际化。

（四）大力培养会展专业人才

人才缺口已经成为制约长三角会展业发展的重要因素，而世博会的日渐来临则对会展业人才从数量到质量提出了更高的要求。从会展业本身来说，这是一个内涵小外延大的行业，不仅要求从业人员具备实际工作的丰富经验，还必须对贸易、法律、旅游、管理、美术、外语等有所了解。因此，要想办好展览，尤其是品牌展览，不仅要积极引进高层次人才，而且更要注重培养人才，建立一支懂展览、懂市场、懂管理的人才队伍。这就需要在长三角地区尽快形成会展教育体系，坚持“两条腿走路”，即走在职培训和学历教育相结合的两种培养方式。尤其在学历教育领域，要在合理设置会展专业核心课程的同时，大力推广会展企业与院校合作办学模式。同时，还要加快制定会展人才评估标准和实施职业资格认证。

（五）把握世博机遇加快联动

经过150多年的发展，世博会与会展业无论是外在关联，还是内在逻辑和现实作用上都具有高度的一致性。2010年上海世博会的举办，为长三角会展业的发展提供了不可多得的历史机遇，将对中国尤其是上海及其周边长三角地区会展业的发展产生强大的助推作用。世博会从场馆的设计、主题的选择、材料的应用、展品的布局 and 表现、场馆的运营和管理等各个方面将为相关行业领域的发展提供最新、最前沿的实践素材和操作标准，使包括长三角在内的我国会展业与各国的会展业相互渗透，相互影响，为整个会展业注入新的活动。长三角会展业一定要把握上海世博会机遇，在世博会引领下加快相互间的联动发展，从而带动各相关行业的联动发展。要统筹世博会与会展，引导长三角会展业积极投身世博项目，充分利用“世博效应”，只有这样，才能推动长三角会展业这一知识型服务产业的整体调整和提升。

参考文献：

1. 过聚荣. 中国会展经济发展报告. 北京: 社会科学文献出版社, 2006~2007
2. 龚维刚, 杨顺勇. 上海会展业发展报告. 上海: 上海人民出版社, 2008
3. 世博会? 会展教育与研究国际会议论文集, 2008
4. 魏中龙, 段炳德. 我为会展狂. 北京: 机械工业出版社, 2003
5. 向国敏. 会展实务. 上海: 上海财经大学出版社, 2006
6. 上海现代服务业联合会. 世博会与长三角现代服务业合作与发展专刊. 现代服务业, 2008(2)