

合肥市会展业发展对策研究

杨皖苏，侯祝松

(合肥工业大学预测与发展研究所，安徽合肥 230009)

[基金项目] 本文系合肥市旅游局招标项目“合肥市”十一五“旅游业发展规划”(项目编号: 051801D2)

[作者简介] 杨皖苏(1964—)，女，安徽枞阳人，合肥工业大学预测与发展研究所副研究员，硕士研究生导师，研究方向：区域经济、产业经济等；侯祝松(1982—)，男，河南焦作人，合肥工业大学预测与发展研究所，研究方向：产业经济等。

[关键词] 会展业；合肥市；发展

[摘要] 作为全国会展新锐城市，随着经济的快速发展，合肥市各种会议和展览的数目也在逐年增加，由此产生了众多商机和经济效益，会展业已成为一个令人瞩目的新兴产业。本文对合肥市发展会展业的优势及面临的问题进行了分析，并提出了加快合肥市会展业发展的若干对策措施。

[文献标识码] A [文章编号] 1009—0061(2009)04—0079—03

会展经济是伴随着市场经济发展所产生的一种新的经济形式，它具有巨大的经济衍生效应和经济联带效益，有“经济建设的加速器和助推器”、“触摸世界的窗口”、“旅游皇冠上的明珠”等一系列美称。2004年合肥市被评为“最具魅力”和“最具竞争力的会展城市”，成为全国会展城市新锐，跃居全国二类会展城市之列。会展业在合肥已经逐步发展成为一个新兴的、快速发展的行业，成为城市经济发展的重要产业和新的经济增长点。

一、合肥市发展会展业的优势

1、经济的迅猛发展。国家制定的中部崛起战略给合肥带来了前所未有的发展机遇。近年来，合肥市经济发展迅速，持续呈现“速度快、活力强、效益高”的良好态势，主要经济指标纵向、横向比较态势良好。2007年合肥市生产总值(GDP)达到1334.2亿元，比上年净增260.44亿元，占全省GDP增量的21.6%。按户籍人口计算，人均GDP为28125元，比上年增加4922元，按现行汇率计算，人均GDP达到3853美元[1]。与全国省会城市比，主要经济指标增幅也是位居前列。而且，伴随着经济的迅猛发展，城市基础建设和城市功能大大增强，城市面貌和投资环境得到了全新的改善。这些都为合肥市全力打造会展之城打下良好的经济基础和优越条件。

2、区位优势 and 交通优势。合肥市地处安徽省中心，东临我国当前最具活力的“长三角”，是连接东部地区和西中部地区的重要连接点，具有承东启西、贯通南北的区位优势。目前合肥市是全国重要的区域性综合交通枢纽，公路、铁路、内河航运和航空等各种交通方式都在快速发展和完善。汇聚于合肥的206国道、312国道和合宁、合芜、合徐、合安等多条公路干线以及合铜黄、合六叶、合阜高速公路将合肥造就成安徽及全国公路的交通中心。铁路方面，随着高速铁路建设发展的“黄金期”，合肥一跃成为全国铁路中心枢纽城市。建成通车的合宁高铁，使合肥到南京仅需40分钟，到上海也仅3个小时，缩短了与长三角发达城市的距离，加速了合肥融入长三角的进程。合武高铁的通车使合肥到武汉仅2个小时。再过两年，京沪高铁、合淮蚌高铁改造成功，到时合肥到北京不到4个小时。而全国内河航运主要港口的定位，江淮大运河的开工建设和新桥国际机场的建设将使合肥在水路交通和航空交通方面具备更强的能力。较好的区位优势加上不断完善的交通优势，为合肥市发展会展业创造了良好的条件。

3、丰富的旅游资源。合肥市是第一批由国家旅游局命名的“中国优秀旅游城市”，旅游资源点多面广，种类丰富，拥有相当可观的人文和自然旅游资源。目前，主要的旅游产品有中国包公园、李鸿章故居陈列馆、明教寺、逍遥津、徽园、安徽名人馆、三河古镇、巢湖、紫蓬山、岱山湖等。旅游产品种类涵盖了国内大部分的景点类型，具有相当的规模和内涵，而且合肥又是国家首批命名的3个园林城市之一。丰富的旅游资源及颇具新意的城市园林公园架构为发展合肥会展旅游提供了有利条件。

4、雄厚的科教资源。合肥作为全国科教名城、全国首个科技创新型试点城市，拥有雄厚的科技实力和众多领域的科研成就。同时合肥拥有全国闻名的中国科学技术大学、中科院合肥分院等一大批高等学府和科研机构。根据2006年《中国城市竞争力报告NO.4》，2005年合肥的科技资源程度在全国60个城市中位居第24位，在中部城市中位居第三。科教资源优势为在合肥承办高水平的国际国内学术会议提供了有利的条件。

二、合肥市会展业发展面临的问题

1、会展市场化程度不高。目前，合肥会展业的市场化运作机制尚不健全，不少会展仍是由政府主办，政府不惜投入巨额财政资金，直接策划主办旨在宣传本地形象、扩大本地影响、带动本地产业发展的各种综合性会展活动。这种政府主办型会展虽然给会展业带来了短期的繁荣，但却存在一些弊端：（1）由于偏离市场规律，形不成良性发展，会展业缺乏发展后劲。（2）易滋生面子工程和政绩工程。（3）会展企业等着政府指派干活，而不是自己找活干，这种状况淡化了市场竞争氛围，使会展企业缺乏参与竞争的忧患意识。

2、会展专业性、品牌性不强。一方面，缺乏实力雄厚的专业会展企业。目前合肥市会展承办机构多为政府部门、商业协会、展览公司、工贸公司等，有实力的专业展览公司不多。全市40多家会展企业，半数以上是外地驻合肥展览公司，专门运作展览会的展览项目策划公司只有1/3，规模小、资金少、观念落后、经验不足等问题普遍存在于会展企业。近几年合肥会展次数虽然不少，但大多规模小、档次低、质量不高，真正由国家牵头主办的会展少，大多会展只是挂名。另一方面，品牌会展不多。特别是在地方性品牌会展上，中国合肥“高新技术项目——资本对接会”、“中国国际徽商大会”、“中国合肥苗木花卉展”等体现合肥地方特色的品牌会展虽已有一定的知名度，但与大连的“国际服装节”、深圳的“高交会”、杭州的“西湖博览会”等这些在全国乃至全世界都具有很高知名度的品牌会展相比仍有较大差距。

3、会展专业人才缺乏。随着合肥市会展经济的迅速发展，会展人才紧缺的矛盾也日益突出。目前合肥市会展业人才无法满足会展实际需要，且从事会展的人才中，真正懂参展、招展、经营、运输、外语和布展的跨行业、多学科的专业人才更少。据不完全统计，目前，全国共有20所院校开设会展专业，10所院校开设会展方向的专业[2]。虽然合肥市知名的高校不少，但是目前几乎没有一所高校开设会展专业，这是导致会展人才缺乏的直接原因。

4、会展业和旅游业存在脱节现象。会展与旅游有着密不可分的关系。每次大型会展活动都会给旅游业带来巨大商机，而如果没有旅游业在餐饮、住宿、娱乐及旅游服务方面的支撑，会展不仅难以顺利举行，而且会缺少吸引力[3]。目前合肥市会展业和旅游业存在着脱节现象，还停留在初级的、被动的结合阶段。在会展业为旅游业带来的巨大客源面前，旅游业没有充分认识、准备不足，十分被动，无论是它们的数量、质量还是服务项目都不能满足会展业发展的需求，更不要说主动推出会展服务项目或去开发会展业发展所需要的产品和服务了。这一问题如果得不到解决必然会影响合肥市会展经济的发展。

5、会展配套服务设施有待完善。首先，合肥市星级酒店不足，不能很好地满足前来参加会展人员的住宿需要。合肥现有宾馆酒店的接待能力约为4万人，星级饭店仅有40家，其中只有5家为五星级酒店[4]，在会展期间，四星级和五星级酒店缺口较大。其次，合肥市的餐饮业不发达，无法满足所有前来参加会展人员的餐饮需求。表现在：城区餐位总数不能满足市民和外来游客的需求，尤其是在大型会展期间较为紧张。餐饮总体缺乏自己的地方特色，未能形成具有一定影响力和知名度的特色菜系。同时餐饮种类有待丰富。此外，具有合肥特色的文化娱乐也较为缺乏。第三，会展中心配套基础设施仍需要进一步完善。如：安徽国际会展中心由A、B两个展区组成，但是展厅A区和B区之间却被合肥市一条主干道繁华大道给隔开，很不利于大型会展的承办。

三、促进合肥市会展业发展的对策

1、转变政府的职能。必须改革现有会展业管理体制和运行体制，实现政府职能的转变。首先，转变政府官员的思想，努力剔除会展刻意追求“政绩表现功能”、“官员展示功能”和“其他汇报功能”，从现实的政府型会展向正常的经济型会展转变。其次，除了那些必须由政府主办的公益型会展活动，政府部门要逐步退出对会展活动的直接参与，改为宏观管理和监督管理，在创造硬件设施、提供便利的城市配套服务等方面做更多工作。第三，由于会展业自身的特点即产业带动比率高（目前在合肥大约为1:7），会展企业自身的盈利很少，而给当地带来了可观的收益。合肥市政府应该看到这一点，每年根据办展的情况给与会展企业相应的资金奖励，促进合肥会展业的不断发展。

2、培育自己的会展品牌。要加大对会展企业的扶持力度，设立优惠政策吸引外来展览公司在合肥设分公司。同时充分发挥政策引导作用，整合现有会展资源，重点支持重要会展和品牌会展。首先，对已经形成一定规模和影响力、对地方产业发展具有重要推动力的地方品牌会展进行特别培养。通过深化内涵，改善包装，加强营销，提升其品牌价值。其次，挖掘、培育具有地方产业特色的新的品牌会展。目前，沿海发达城市的加工类产业正逐步向合肥等中西部城市转移，这为合肥市培育加工类会展品牌提供了很大的机遇。政府要认清合肥市的产业链，抓住机遇培育自己的优势产业，并以此为重点，尽快推出具有地方产业特色的品牌会展，从而使合肥到2010年有数十个品牌会展，共同支撑合肥的会展业。

3、推动合肥会展业教育与培训体系的建立。会展业的竞争实际上是人才的竞争，没有一支高素质的人才队伍，就无法参与国际竞争。合肥会展业之所以人才缺乏，原因在于合肥会展业还不发达，会展市场发育不充分，从而未能形成人才的“洼地效应”。现阶段合肥会展队伍要处理好“源”与“流”的关系，大力推动展览队伍的专业化。一方面对现有的会展人才进行培训，并在合肥市的一些院校设立会展专业，解决会展业人才“源”的问题；另一方面合肥市要不拘一格地大力引进国内外优秀的各类与会展业相关的人才，同时要为会展人才创造一个良好的发展空间，从而解决会展业人才“流”的问题。

4、加强会展业和旅游业的合作。要从三个层次来加强会展业和旅游业的合作：第一是法律法规层次。在尚未有全国性法律法规规范会展旅游业的情况下，合肥市可以出台相应地方法规，要在《合肥市旅游管理条例》中规范会展业和旅游业的关系；第二是行政管理层次。要加强合肥市的会展管理部门和旅游局的沟通和协作，制定共同的目标和行动纲领；第三是会展企业和旅游企业的协作和融合。一方面会展主办单位在积极承办会展的同时，要积极与合肥市周边的旅游景点联系，引导参加会展的人员去游览合肥市的景点。另一方面，合肥市各旅行社和旅游企事业单位要加大对旅游景点的宣传，主动与会展主办单位配合，把合肥市的精品旅游线路和景点推介给他们。要鼓励旅游企业拓展会展业务和鼓励会展企业拓展旅游业务，最终在合肥形成能集会展业务和旅游业务于一身的在国际国内有重要影响的会展旅游集团公司。

5、完善相关的配套服务设施。第一，宾馆酒店的建设应与会展客源的增长同步。新建一批能为会展服务的高质量的宾馆酒店，鼓励引导星级酒店提升档次，尤其是争取一批三星级酒店尽快提升为四星级或五星级酒店，重点发展宾馆酒店的会议、展览、商务、度假等设施，增加为会展服务的功能。第二，大力发展合肥市的特色餐饮。发扬合肥市多种传统菜系的特色，开发新菜系，发掘创新传统名点，不断增加花色品种。加强对合肥市的饮食老字号的恢复和保护，建设一批以传统地方民间小吃店、餐馆、茶馆为依托的风味美食、茶食街区。积极引导餐饮业努力适应不同国家、不同民族、不同消费层次参会者的需求，建设以中餐为主西餐为辅，主餐快餐小吃并举，高中低档门类齐全，兼顾不同民族特殊风俗习惯的餐饮网络。第三，丰富文化娱乐业。发展现代多种娱乐文化，发扬具有安徽特色、合肥特色的传统娱乐文化，促进现代娱乐文化与地方传统娱乐文化的交融，形成有合肥特色的文化娱乐产业，如常年的黄梅戏歌舞表演、歌舞餐厅、茶馆等。第四，加快会展设施 and 大型体育设施建设，提高会展接待能力。主要包括完善安徽国际会展中心周边基础设施建设，应在A区展览馆和B区展览馆之间架设一座封闭式天桥，将其连为一体，以解决举办大型会展时参展商从A区到B区还要过马路的尴尬局面；完善现有的大型体育场馆的功能；建设新的大型会展中心及其配套设施等。

四、结束语

近年来，合肥会展业呈现加速发展态势，成为合肥现代服务业的重要支撑。但与国内会展业发达的城市相比，合肥目前会

展的规模 and 市场份额都不大，真正有国内国际影响力的会展品牌还不多，竞争力还不强。因此，合肥要充分利用自身的优势，加强会展品牌建设，做大做强会展产业，使其实现规模化、品牌化和国际化，不断提高合肥会展业在国内国际的竞争力和知名度，从而使会展业成为合肥市新的经济增长极，将合肥打造成区域性会展新城。

[参考文献]

[1] 合肥市统计局. 2007 年合肥市国民经济和社会发展统计公报 [EB/OL]. <http://www.tjj.hefei.gov.cn>, 2008-03-10.

[2] 中国大连——政府版. “会展策划与管理”专业论证 [EB/OL]. <http://www.2005.dl.gov.cn/gov/news/>, 2007-08-13.

[3] 王保伦. 会展旅游 [M]. 北京: 中国商务出版社, 2004.

[4] 胡佩. 合肥鼓励宾馆饭店改造 [N]. 新安晚报, 2008-08-17.