
基于 SWOT 分析的重庆市綦江区 会展业发展现状及对策

王珊¹

(重庆工商大学 经济学院, 重庆 400067)

【摘要】: 会展业是会议、展览、节事活动、奖励旅游的统称,会展业作为新兴服务业,是我国 21 世纪的朝阳产业。本文运用 SWOT 分析方法对重庆市綦江区会展发展情况进行了分析,找出綦江会展发展机会和威胁,并在此基础上提出一些针对性的发展对策,从而促进重庆市綦江区会展业的进一步发展。

【关键词】: SWOT 分析 会展现状 发展对策

【中图分类号】 G124 **【文献标识码】** A

1 SWOT 战略分析

1.1 优势

1.1.1 地理区位优势

綦江位于重庆南部,北靠巴南、南接贵州、西临江津、东连南川,区域面积 2747 平方公里,总人口 122 万,享有中国农民版画之乡、中国羽毛球之乡、中国西部齿轮城、中国民间文化艺术之乡、中国优秀旅游城区等美誉,属于重庆大都市区的城市发展新区。

1.1.2 交通优势

綦江区位于重庆市一小时经济圈内,境内水路、铁路、公路交通兼备,长江一级支流綦江河贯穿南北,渝黔、渝湘、三万南铁路,渝黔、綦万、南万高速公路,210 和 303 国省干道纵横全境,渝黔高速铁路、重庆“三环”高速公路建成后,“井”字型立体路网使交通物流枢纽更加实至名归。

1.1.3 经济基础优势

根据綦江区各年政府工作报告可以看出,近几年来,綦江区生产总值年均增长 11%以上,人均 GDP 不断上升。经济的良好发展为綦江区大力发展会展旅游提供了强有力的保障,充满潜力的市场环境将吸引更多的会展客商,从而拉动会展业的发展。

1.1.4 旅游资源优势

作者简介: 王珊(1996-),女,重庆人,重庆工商大学经济学院 14 会展经济班学生,本科在读。

在綦江众多的风景名胜中,有地势险峻的白云观;有“巴渝十二景”之一的古剑名山;有避暑胜地丁山湖、天山台;有重庆市仅见的反映巴渝古文化的生殖图腾;有古色古香的东溪明清一条街等。众多的风景名胜与江津四面山、万盛石林等景点构成一个完整的旅游带,吸引来自各地的游客,促进会展旅游的发展。

1.1.5 硬件设施优势

随着綦江区经济的较快发展,区内已建成綦江版画院、綦江博物馆、綦江区规划展览馆等几个可以举办会展活动的场馆,以及营盘山广场、巨龙广场等几个可以举办室外展销会的场地,为会展活动的举办提供了硬件设施。

1.2 劣势

1.2.1 缺乏现代会展理念

目前,綦江区政府以及商业、旅游业各部门都没有树立先进的会展理念,对会展业缺乏全面了解和正确认识。虽然近年来政府根据自身旅游资源优势以及结合地方特色重点打造七大精品旅游景区,但是并未将会展与旅游较好的结合在一起,从而没有凸显出会展的作用。

1.2.2 从业人员素质不均,专业人才缺乏

綦江区会展从业人员缺乏严格的专业培训,素质参差不齐。目前,綦江区会展处于刚起步阶段,对高素质的会展专业人才的需求急剧上升,而专业人才的供给远不能满足会展业发展的强烈需求。

1.2.3 配套设施不完善,形成完整产业链有待发展

綦江区目前虽已建立了几个适合举办会展活动的展馆、广场,硬件设施相对能满足市场需求,但是会展业与住宿、旅游、餐饮、交通、零售等各个行业之间的分工协作机制尚未形成,有待形成完整的产业链以推动会展业的进一步发展。

1.3 机会

1.3.1 政策推动会展业迅速发展

国务院 3 号文件提出,要求把重庆打造成为长江上游地区的“会展之都”、“购物之都”和“美食之都”,形成区域商贸会展中心。随着重庆市会展业向产业化、规模化、特色化迈进,綦江区会展发展可借助重庆主城发展的优势条件,取得经济辐射效应,得到更好的发展。

1.3.2 地方政府支持

綦江区人民政府《关于加快建设渝南黔北商贸物流中心的意见》指出,綦江要实现基本建成会展之城的目标。会展经济进一步发展,会展场馆面积达到 3 万平方米以上,打造渝黔区域会展品牌 1-3 个,培育市级会展品牌 1 个,会展业直接年收入达到 2 亿元,带动相关产业收入 15 亿元。

1.3.3 旅游产业态势较好

据重庆市旅游局统计,2016 年全年重庆共接待游客 4.5 亿人次,实现旅游总收入 2645 亿元,同比分别增长 15.1%和 17.5%。其中接待入境游客 316.58 万人次,实现旅游外汇收入 16.87 亿美元,同比分别增长 12.1%和 14.9%。重庆旅游业收入已成为 GDP 重要组成部分,旅游业已成为重庆市支柱性产业。在重庆市旅游业发展的大背景之下,綦江区近年来打造的七大精品旅游景区是一大发展机遇。

1.4 威胁

1.4.1 来自其它地区会展竞争的压力

随着中国经济的不断深入发展,重庆市的会展在近年来虽发展速度不断加快,但整体上会展活动是集中在主城,区县会展活动也以潼南、江津、涪陵等地区为发展重点,綦江发展会展业受到区县其他地区的冲击,难以取得跨越式的发展。

1.4.2 市场化运作机制尚未建立

綦江区作为主城区县以外的经济发展速度一般地区,会展业处于刚起步阶段,凸显地区特色的大型展会严重缺乏,承办区外会议数量少。由于缺乏有效的市场运作机制,导致会展市场存在运作效率不高、大量资源浪费等现象,使得綦江区会展业市场秩序有待规范。

2 綦江区发展会展业的对策

2.1 加强政府引导,鼓励市场运作

第一,通过政府的作用加强与其他地区的交流沟通,分析并借鉴其他城市会展业先进经验,打造渝南地区特色购物节等活动,并依托这一活动开展各类特色活动以延长会展持(下转 113 页)(上接 111 页)续期,吸引大量参展商和观众向游客身份的转变。

第二,出台一系列会展业扶持政策,制定并完善会展业的相关法规体系,规范会展市场秩序和会展主体行为,优化会展业的发展环境。

第三,加强对品牌展会的推广和宣传,制定长远的会展品牌发展战略。坚持以政府引导与市场运作相结合的会展业经营体制,让市场机制发挥主导作用,政府转向以服务为主,协助好展会的知道、协调、宣传、招商招展等工作,进一步提高綦江区会展业的市场化程度。

2.2 加强会展理论研究,培养专业型人才

目前,綦江区关于会展理论的研究处于缺乏的现状,应鼓励高校与会展企业建立合作关系,为学生提供实践机会。其次,要抓好会展培训师资建设,吸引一流的会展管理专家、业内权威人士来綦江进行经验交流。最后,加强会展从业人员的在职培训,提高其专业技能和服务水平,对提升綦江区会展业的发展水平也相当重要。

2.3 完善会展场馆设施建设,实现协同发展

应从綦江区自身实际情况出发,加强场馆设施建设,改造提升现有场馆功能,建设更专业性的场馆,以满足各类大型展会需要,使场馆向品牌化、专业化、等方向发展。同时,不断完善交通运输、娱乐购物、住宿餐饮等配套设施建设,以实现会展业的更好发展。

2.4 塑造会展品牌, 打造特色会展

第一, 结合优势产业培育和提升会展品牌。依托綦江在旅游业、传统工业、农业、文化习俗等方面的优势, 结合这些产业优势, 着力培育和提升綦江工业产业推介会、中小微企业成果展示及产品展销会等品牌会展, 使其成为綦江特色会展。同时, 积极打造逐渐凸显产业优势的会展品牌。

第二, 依托人文和旅游资源打造节事会展品牌。继续办好“三养綦江”旅游养生季、綦江农民版画艺术节、綦江梨花节、綦江古剑山观音法会等节事活动, 同时以版画文化、高山文化等地区特有文化资源为依托, 进一步丰富綦江会展的内涵。积极引导各乡镇依托优势产业和特色民俗文化, 举办会展节庆和节事活动, 完善各级会展品牌。

第三, 引进知名品牌会展。以“三养綦江”旅游养生季为契机, 积极开展宣传推介活动, 向外宣传綦江区的经济成建设果、会展发展环境等讯息; 建立会展活动引进奖励机制, 发动政府各部门、会展企业积极行动, 与重庆市会展办公室、行业协会以及科研院所等机构加强联系, 在扶持现有会展活动的同时, 大力引进重庆市以及各地方知名会展品牌; 加强区域间的合作, 进一步提高綦江区会展业的规模和数量。

3 结语

从对重庆市綦江区会展发展的 SWOT 分析, 可以看出綦江区发展会展既有自身的独特优势和良好发展机遇, 同时也存在制约其发展的劣势, 面临着不少挑战。在目前竞争激烈的市场上, 政府和有关部门应充分利用现有优势, 抓住发展机遇, 扬长避短地采取一系列措施。希望通过 SWOT 分析方法对綦江区会展业的发展奠定理论基础, 促进綦江会展经济持续多元化发展。

参考文献:

- [1]唐婧瑶. 重庆会展产业发展战略研究[D]. 西南大学, 2015.
- [2]苏莉娟. 基于 SWOT 分析的重庆会展业发展战略研究[J]. 中国商贸, 2010 (09).