

湖南省会展业的产业关联效应

——基于投入产出模型和灰色关联理论的实证分析

许和连 金友森 张琴韵¹

(湖南大学 经济与贸易学院, 湖南 长沙 410079)

【摘要】: 会展业与相关产业存在着较强的互动发展关系, 对其他产业和经济的发展有着较大的拉动作用。运用投入产出模型和灰色关联分析法, 本文考察了湖南省会展业的产业关联效应。结果表明: 1) 湖南会展业推动了前向关联产业的发展, 同时也拉动了后向关联产业的发展, 其前向的经济推动作用明显强于后向的经济拉动效应; 2) 湖南会展业与地区生产总值和三次产业均存在较强的关联效应, 其中, 与第一产业关联度最大, 其次为第二产业和地区生产总值; 3) 湖南会展业与第三产业总体关联性相对较弱, 但与内部批发零售、交通运输和住宿餐饮等产业关联效应显著。为此, 政府部门应积极发挥会展引导功能, 加强会展配套设施的建设, 促进会展业与相关产业的协同发展。

【关键词】: 会展业 产业关联 投入产出 灰色关联 湖南省

【中图分类号】 F127 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1008—1763(2018)04—0055—08

一 引言及文献综述

近年来, 随着我国经济的持续增长, 会展业作为一个新兴现代服务行业在我国悄然兴起且迅速发展, 特别是北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、博鳌亚洲论坛、乌镇互联网大会和杭州 G20 峰会的成功举办, 标志着我国会展经济步入了一个新的发展阶段。在此背景下, 国务院在 2015 年 3 月发布了《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》(国发[2015]15 号), 充分肯定了我国展览业在国民经济发展中的重要功能与作用, 明确提出“我国展览业已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台, 在我国经济社会发展中的作用日益凸显”。如今, 我国的会展面积已经超过了号称“世界会展之国”的德国, 并拥有一批具有国际水平的现代化会展场馆, 办展数量和经济贡献率节节攀升。商务部历年发布的《中国会展行业发展报告》数据显示, 2010-2015 年间, 我国举办各类展览数量从 6200 场上升到 9283 场, 年均增长率达 8.41%; 展览面积也从 7440 万平方米上升到 11798 万平方米, 年均增长率达 9.66%; 会展经济直接产值从 2482 亿元增长至 4803 亿元, 占 GDP 的比重也从 0.60% 上升至 0.70%。

湖南省地处中国中部、长江中游, 横跨东西、纵越南北的交通网络交汇于此, 区位优势明显。湖南会展业的发展受到了政府部门的长期高度重视, 2013 年, 湖南省人民政府下发了《湖南省会展业发展规划(2013-2020)》, 这是湖南改革开放以来首个扶持会展业发展的指导性文件, 为今后湖南省会展业的快速发展提供了发展方向和政策依据。作为现代服务行业重要内容之一的会展业, 其自身的发展将带动一系列前向关联和后向关联产业的共同繁荣, 具有高度的产业关联性和明显的产业波及性^[1]。而随着会展业对经济拉动作用的日益凸显, 会展业的产业关联效应也引起了政府部门和学界更多的重视, 研究会展业与其他产业如何在经济活动中发生联动行为对于促进经济发展具有重要的现实意义。

¹基金项目: 国家社会科学基金重大项目: “‘一带一路’相关国家的贸易竞争与互补关系研究”(16ZDA038)

作者简介: 许和连(1971—), 男, 湖南娄底人, 湖南大学经济与贸易学院教授, 博士生导师, 研究方向: 国际贸易与经济增长、产业经济理论与应用研究。

与本文密切相关的文献有两支。第一支文献重点考察了会展业的经济带动效应。基于投入产出模型, Kim 等分析了韩国会展业在国家产出、就业、收入、增加值和进口等方面的经济影响, 发现会展业对韩国经济增长发挥了显著的带动作用^[2]。Kennedy-Eden 对会展业为旅游业或商业旅游业的传统行业划分方式提出了新的看法, 认为高速发展的会展业对国民经济的影响将与贸易、投资、知识交流和科学研究等领域同等重要^[3]。基于创业资源的多案例研究, 王晓文等认为会展活动主要通过空间集聚的资源实现经济效应, 企业从会展活动获得的社会资源和人力资源发挥了杠杆作用^[4]。李智玲则结合中国香港、北京和上海还有日本部分城市典型会展的案例, 对会展业的经济带动程度和带动领域进行了较为深入的研究, 指出会展业的经济带动效应与第三产业的发达程度呈高度正相关关系^[5]。不可否认的是, 该支文献强调了会展业的经济带动效应, 但该支文献主要是在规范分析的范畴内进行定性论述, 缺乏实证分析的验证; 即使其中有部分文献结合了实证研究的方法, 其分析框架却是定位于国家层面之上。考虑到我国领土幅员辽阔, 区域经济发展水平仍参差不齐, 因而有必要对区域会展业的经济效应进行理论与实证分析, 以便为区域经济增长寻找可能的新突破点。

第二支文献则基于投入产出模型重点分析了会展业与国民经济各产业的关联效应。随着区域市场联系和产业融合发展的不断深化, 利用投入产出模型分析区域内或区域间的产业关联效应得到了众多学者的广泛应用。张亚雄和赵坤利用中国区域间投入产出模型分析了北京区域内、北京周边及其他地区的产业关联效应, 并在此基础上测算了北京奥运会投资对三个区域的经济影响, 发现奥运会投资具有显著的经济拉动效应和经济溢出效应^[6]。类似的, 罗秋菊等基于针对广交会参与者的问卷和访谈数据, 运用广东省 2002 年投入产出模型分析了广交会对广州经济的直接影响和间接影响, 发现大型活动的举办对城市许多部门具有很强的带动效应^[7]。基于 2002 年中国区域间投入产出模型, 李铁成和刘力率先计算了我国会展业在 30 个省区的区域和区域间影响力系数, 发现 21 个省区的会展业能够拉动国民经济增长, 会展业在 29 个省区间产生了显著的波及效应^[8]。石美玉和王春才则是运用北京市投入产出模型, 分析了北京市会展旅游业的关联与带动效应^[9]。该支文献为实证分析会展业的经济带动效应和产业关联效应提供了新的理论视角, 但基于静态分析范畴之上的投入产出模型所测算的产业关联效应存在诸多不足^①, 更须运用其他方法进行辅助性验证。此外, 张亚雄和赵坤^[6]、李铁成和刘力^[8]运用的投入产出模型均是定位于国家层面之上的。相比而言, 本文首次将目前可获得最新的 2012 年湖南省投入产出模型和灰色关联理论纳入一个统一的研究框架, 较为系统全面地分析了湖南会展业的产业关联效应, 进一步拓展了该领域的研究深度。

本文余下部分结构安排如下: 第二部分为会展业关联效应理论基础, 具体包括会展业的关联机制分析和关联体系分析; 第三部分为湖南省会展业关联效应的实证分析, 具体包括投入产出分析和灰色关联分析; 最后是研究结论与相关政策启示。

二 会展业关联效应理论基础

(一) 会展业的关联机制分析

关联效应的发生主要是源于经济系统的内在联系。而会展业的关联效应主要体现在以下三个方面:

第一, 会展业的投资拉动效应。会展活动的举办必须以一定规模的空间载体为依托, 场馆及相关基础设施的建设是举办会展活动的必备前提。场馆和配套基础设施的建设, 将直接增大对建筑、装潢等行业的需求, 刺激对相关行业的投资。作为迄今为止湖南省规模最大的展馆, 长沙国际会展中心经过为期 3 年的建设, 于 2016 年 11 月开馆投入运营, 该建设项目总投资额约 57.8 亿元, 总建筑面积约 44.5 万平方米, 会展中心还设有停车场、办公室、多功能会议厅、餐厅、休闲及其他配套设施, 直接拉动了对建筑物料、重型机械、办公设备、通信设备等多个行业的投资。

第二, 会展业的消费刺激效应。会展业既是生产性服务业, 又是生活性服务业。国务院早在 2008 年便出台了《国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见》(国办发[2008]134 号), 明确提出要大力促进会展消费。会展业将通过集聚效应刺激区域消费, 每一次会展尤其是有影响力的大型展会的举办, 将形成一个巨大的消费市场, 刺激该地区甚至周边地区的经济发展。会展活动的举办使得买方、卖方、商品、技术和信息等要素在一定的时间和空间内聚集, 加强了商品或服务的流通, 一方面直接促进了消费

者对参展商品的消费,尤其是新产品的展览,能够拓展消费者的消费边界,提升消费水平;另一方面,会展活动通过精心策划的宣传和营销方案,实现商品或服务整合营销的功能,拓展消费市场。在消费方面,湖南省的潜力巨大,社会商品零售总额由2010年的5952.56亿元增至2015年的12023.97亿元。如图1所示,湖南省会展业与地区经济、投资和消费保持同方向的增长趋势。

第三,会展业的经济带动结构效应。根据国家统计局2013年出台的《三次产业划分规定》,会展业被归类为第三产业的商务服务业。会展业的快速发展以及不断壮大,必然会使与会展相关的以及为会展活动服务的一些行业获得发展和成长的机会。国务院2015年出台的《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》(国发[2015]15号)明确提出:“要健全以交通、物流、通信、金融、旅游、餐饮、住宿等为支撑的展览产业链,形成行业配套、产业联动、运行高效的展览业服务体系。”正如图2所示,湖南会展业同第三产业内部的旅游业、交通运输、仓储和邮政业、批发零售业、住宿餐饮业和金融业保持着共同的增长趋势,经济带动结构效应明显。

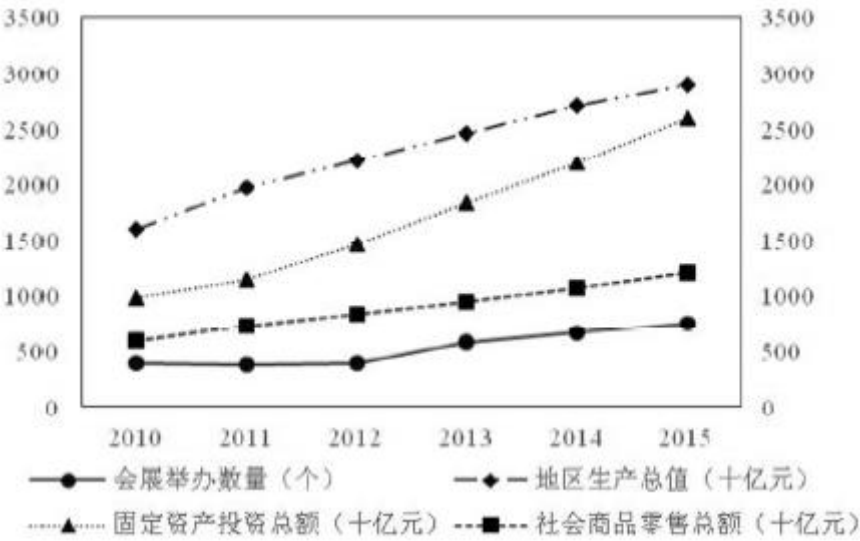


图1 湖南省会展业与区域经济、投资和消费

注:会展数量来自湖南省贸促会历年发布的《湖南会展业发展报告》,其余数据均来自历年《湖南省统计年鉴》,下图同。

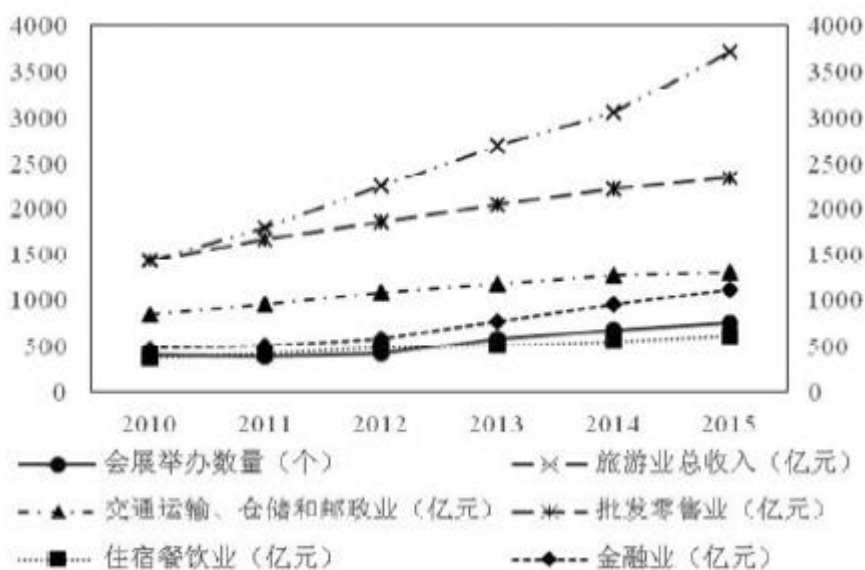


图2 湖南省会展业与第三产业内部相关行业

(二) 会展业的关联体系分析

上述分析表明,与会展业直接关联的产业主要包括旅游业,交通运输、仓储和邮政业,批发零售业,住宿餐饮业和金融业等第三产业。从间接联系的角度考虑,会展业的关联产业还应包括农业及工业。总而言之,会展业对其它产业主要产生了前向关联效应、后向关联效应和旁侧关联效应,如图3所示。

第一,会展业的前向关联效应。前向关联效应是指某产业的快速发展会产生一种前向推动力,推动新产品、新技术、新原料、新管理的出现,促进以此为中间投入的下游产业的产品(服务)质量升级。例如,在世博会上展出的产品,一般都是现今世界上较为新兴的技术、原料和材料,在展出之后能很快运用于实际的相关产业中,促使前向关联产业的发展。会展业的产生为现有的产品、服务和技术提供了一个面对面交流的平台,其强大的集聚和营销效应为参展商品的技术升级、质量改善和市场推广产生了重要的影响,尤其是对区域优势产业的对外渗透和对内扩张更是显而易见。此外,会展业能够促进为其提供产后服务的相关产业的发展,例如为解决统计观众到达、参展等信息的难题应运而生的PDA技术门禁系统和集群式通讯系统,能够有效提升会展的管理水平,并推广运用至其他产业之中。

第二,会展业的后向关联效应。后向关联效应与前向关联效应相对应,它是指一个产业处于高速增长阶段时,会对后向关联产业提出新的投入需求。会展带来的人员流动、商品交易和配套设施建设等都对建筑装潢、交通运输、仓储邮政、住宿餐饮、批发零售和广告设计等部门提出了新的投入需求,这些投入需求将促使后向关联部门能够在制度、管理水平、运营效率和策划营销等方面获得更大的创新和发展。

第三,会展业的旁侧关联效应。旁侧关联效应是指某产业的快速发展会引起产业内和产业间各部门以及会展活动举办区域在经济和社会方面的一系列变化,并且趋向于广泛的产业结构调整与升级。会展业的发展能够带动旅游业、金融保险、环保业和市政建设的发展,同时也对会计、法律和审计等制度环境提出了更加严格的要求,促进了整个城市制度体系的健全与完善。

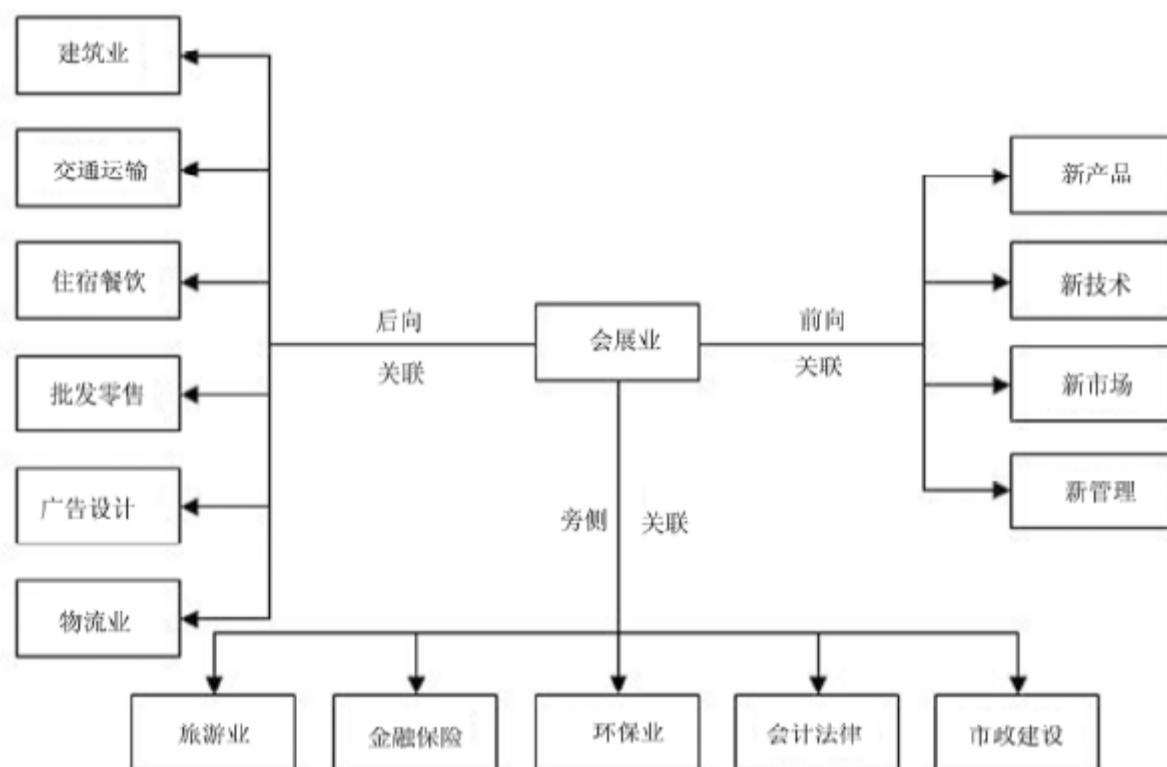


图 3 会展业的关联体系

三 湖南省会展业关联效应的实证分析

(一) 投入产出分析

1. 会展产业部门的合成

投入产出模型在分析宏观经济上所发挥的重要作用依赖于其全面且详细的产业部门划分。我们查阅了湖南省历年投入产出表,发现这些投入产出表中均未包含会展业部门。为此,本文借鉴李铁成和刘力^[8]的做法,结合湖南省 2012 年 42 部门投入产出表的现有产业部门,选用“造纸印刷和文教体育用品,电力、热力的生产和供应,建筑,交通运输、仓储和邮政,批发和零售,住宿和餐饮,租赁和商务服务,文化、体育和娱乐”8 个部门的加权平均值⁽¹⁾来代表会展业,为了保持投入产出表的总体平衡,在新增会展业部门后,分别从原 8 个部门中减去相应权重的中间投入(中间使用)、增加值和最终使用(即从原 8 个部门中分离出会展业),最后得到湖南省 2012 年包含会展业的 43 部门投入产出表。

2. 感应度系数和影响力系数

在投入产出分析中,通常采用感应度系数和影响力系数来分别衡量产业部门的前向关联和后向关联效应^{[10][11]}。感应度系数(σ_i)反映了某一产业受其他产业的影响程度,在数值上可表示为国民经济各产业最终使用均增加一单位时所引起的该产业产出的诱发额与所有产业产出平均值的比值,感应度系数越大,表明其他产业对该产业的依赖程度越大。影响力系数(θ_j)反映了某一产业对其他产业的影响程度,在数值上可表示为某一产业最终使用增加一单位时所引起的其他各产业产出增加总和与所有产业产出平均值的比值,影响力系数越大,表明该产业对其他产业的生产拉动效应越大。某产业感应度系数或影响力系数大于 1,表明该产业对国民经济其他产业的推动或拉动作用高于全社会平均水平。其计算公式如下(式中 b_{ij} 为列昂惕夫逆矩阵系数, n 为产业

部门数):

$$\sigma_i = \frac{\sum_{j=1}^n b_{ij}}{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n b_{ij}} \quad (1)$$

$$\theta_j = \frac{\sum_{i=1}^n b_{ij}}{\frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n b_{ij}} \quad (2)$$

湖南省各产业部门的感应度系数和影响力系数。从中可以看出,湖南省 2012 年会展业的感应度系数和影响力系数分别为 1.1833 和 1.0447,在湖南省 43 个部门中分别位列第 10 和第 22。湖南会展业的感应度系数大于 1 且位列前十表明,相对全社会平均水平,湖南会展业对下游优势产业新产品、新技术、新市场和新管理(图 3 所示)的诞生与流通产生了较强的推动作用,这也意味着会展业具有较强的消费刺激效应,带动了下游消费者对参展商品或服务的直接消费。湖南会展业的影响力系数大于 1 表明,一方面,相对全社会平均水平,湖南会展业对上游产业(图 3 所示)产生了一定的拉动作用,意味着会展业的兴起拉动了社会对会展场馆和基础设施建设的投资,会展业的投资拉动效应得到体现;另一方面,湖南会展业对物流、交通运输、住宿餐饮、批发零售和广告设计等其他上游产业(图 3 所示)也产生了一定的拉动作用,意味着会展业的兴起使得为会展活动提供支撑性服务的上游产业获得发展和成长的机会,同时也拉动了消费者对配套服务产业的消费,经济带动结构效应和消费刺激效应明显。

总而言之,湖南会展业的感应度系数和影响力系数均大于 1,说明湖南省会展业对区域经济的感应度和影响力均超过了全社会平均水平,会展业推动了前向关联产业的发展,同时也拉动了后向关联产业的发展,且其前向的推动作用明显强于后向的经济拉动效应。

(二)灰色关联分析

上节投入产出模型计算了湖南会展业的感应度系数和影响力系数,从上下游产业链的角度较系统地反映了会展业的前向关联和后向关联效应,但仍存在以下不足。

一是投入产出分析无法反映短期内各产业的动态变化。由于投入产出表每五年更新一次,因此基于 2012 年湖南省投入产出表所计算的感应度系数和影响力系数是停留在静态分析范畴之上的;然而,在五年期,会展业的发展变化及其对区域经济的影响是显而易见的,为了凸显会展业及各相关产业的动态关联特征,有必要进一步分析会展业在一定时期内的产业关联效应。

二是投入产出分析无法测算会展业与各相关产业两两之间的关联效应。基于投入产出表所计算的感应度系数和影响力系数仅反映了会展业与所有上游(下游)产业的关联关系,但会展业与上游(下游)某一具体产业关联性的强弱则无从得知。

三是投入产出分析无法测算会展业的旁侧关联效应。投入产出模型测算的是中间投入和最终使用的上下游联系,但会展业的产业关联效应除了与上游产业的后向关联效应以及与下游产业的前向关联效应,还包括与旅游业、金融业等相关产业的旁侧关联效应。

为了克服投入产出模型的以上不足,我们借鉴朱福林^[12]、刘勇等^[13]的做法,采用灰色关联分析法构建了关联度测算模型,精确计算 2010-2015 年湖南会展业与各相关产业的关联度,进一步细化了湖南会展业的关联效应。由于湖南会展业数据统计工作起步较晚,数据样本量少,时间跨度短,不宜采用处理大样本数据的多元回归方法进行研究。而灰色关联分析正是一种适用于“小样本、少数据、贫信息”的实证分析方法^[14],它根据系统内各要素发展态势的相似或相异程度来客观度量要素间的关联程度,揭示了系统内各要素的动态关联特征。

1. 模型设立及处理

首先,进行指标的选取和无量纲化处理。本文主要选取会展业直接收入(A_0),地区生产总值(A_1),第一产业(A_2),第二产业(A_3),第三产业(A_4),国内旅游收入(A_5),国际旅游外汇收入(A_6),交通运输、仓储和邮政业(A_7),批发零售业(A_8),住宿餐饮业(A_9)和金融业(A_{10})等产业,计算会展业与地区生产总值、三次产业及第三产业内部相关产业之间的关联度。由于原始数据的数量级和度量单位不同,为了消除各因素的量纲差异和增强数据之间的可比性,须对原始数据进行无量纲化处理。此处采用均值法对原始数据进行无量纲化处理,公式为:

$$A_i^*(t) = \frac{A_i(t)}{\frac{1}{6} \sum_{t=2010}^{2015} A_i(t)} (i = 0, 1, \dots, 10; t = 2010, 2011, \dots, 2015) \quad (3)$$

其次,确定参考序列与比较序列。本文将会展业直接收入(A_0^*)设为参考序列,将选取的其他指标($A_1^*-A_{10}^*$)设为比较序列。

再次,计算关联系数。关联系数是用来衡量参考序列和比较序列在某一特定时间段关联度大小的值,其取值一般介于 0 与 1 之间,取值越大说明参考序列和比较序列关联度越大。具体计算公式如下所示。

$$\beta(A_0(t); A_i(t)) = \frac{\min_i \min_t \Delta_{0i}(t) + \delta \max_i \max_t \Delta_{0i}(t)}{\Delta_{0i}(t) + \delta \max_i \max_t \Delta_{0i}(t)} \quad (4)$$

式中, $\beta(A_0(t); A_i(t))$ 表示参考序列 A_0 与比较序列 A_i 在第 t 年的关联系数; $\Delta_{0i}(t)$ 为参考序列与比较序列在第 t 年的绝对差, 即 $\Delta_{0i}(t) = |A_0^*(t) - A_i^*(t)|$; $0 < \delta < 1$ 为分辨系数,在样本信息较少的情况下,其取值一般为 0.5。

最后,计算关联度和关联度排名。关联度是用来衡量参考序列与比较序列之间总体关联关系的值,其计算公式如下:

$$\phi(A_0, A_i) = \frac{1}{6} \sum_{t=2010}^{2015} \beta(A_0(t); A_i(t)) \quad (5)$$

运用该公式可以计算出 2010-2015 年湖南省会展业与地区生产总值、三次产业及第三产业内部相关产业之间的关联度,并对它们之间的关联度进行排序。

2. 结果分析

(1) 会展业与三次产业及区域经济的关联效应

表 1 显示,会展业是一项关联性很强的产业,与三次产业都存在较强的关联效应。其中,湖南会展业与第一产业关联效应最大,关联度达 0.7092,其次为第二产业,关联度达 0.6583。该结果与湖南省现状较为相符,原因在于以下两方面。第一,湖南省地处长江中游地区,自古以来便是一个农业大省,农作物种植业和养殖业基础较为雄厚,稻谷、油料、生猪、水产品和茶叶等主要农产品在全国占有重要地位。湖南省统计局数据显示,2010-2014 年间,湖南省稻谷总产量一直稳居全国首位,生猪出栏量排名全国前三,水产品产量位列全国前五。会展业的发展为农产品在全国范围内的有效流通创造了良好条件,塑造了具有高度影响力的农产品会展品牌,一年一度的中国·湖南(国际)农博会办展效果显著,早在 2007-2008 年度便被评为中国最具影响力的(农业)品牌展会。第二,湖南省工业门类齐全,形成了工程机械、电子信息及新材料、汽车及零部件、石油化工、硬质合金及深加工等多个优势产业集群。会展业的发展通过对产品的直接消耗、技术交流、市场交换和平台展示等方式促进第二产业的发展。中国中部(长沙)国际装备制造博览会作为湖南省重大的工程机械展会之一,涌现出三一重工、中联重科、山河智能、江麓机电等知名工程机械产业骨干企业,会展带动效应明显。

此外,湖南会展业与地区生产总值的关联度为 0.6125,说明会展业与区域经济关联性较大,对湖南省的经济发展具有一定的促进作用。会展业的发展以区域经济的发展为基础,最终又作用于区域经济。《2015 湖南会展业发展报告》数据显示,2015 年湖南会展业直接收入 22.05 亿元,带动相关产业收入为 201.13 亿元,经济拉动效应为 1:9。

表 1 湖南省会展业与地区生产总值及三次产业的关联度

项目	地区生产总值	第一产业	第二产业	第三产业
关联度	0.6125	0.7092	0.6583	0.5539
关联度排序	3	1	2	4

(2) 会展业与第三产业内部相关产业的关联效应

会展业与第三产业总体关联性相对较弱,但与内部相关产业关联效应显著。会展业本身属于第三产业,从表 1 可知,会展业与第三产业关联度为 0.5339,关联效应相对较弱,但通过对第三产业进行细分进而计算会展业与第三产业内部相关产业的关联度可以发现,会展业与批发零售业、交通运输业、住宿餐饮业等产业关联效应明显。在此,以会展业直接收入(A_0^*)为参考序列,国内旅游收入(A_5^*),国际旅游外汇收入(A_6^*),交通运输、仓储和邮政业(A_7^*),批发零售业(A_8^*),住宿餐饮业(A_9^*)和金融业(A_{10}^*)为比较序列,分析会展业与第三产业内部相关产业的关联效应,结果见表 2。

表 2 显示,会展业与批发零售业的关联效应最大,关联度为 0.7790,其次为交通运输、仓储和邮政业以及住宿餐饮业,关联度分别为 0.7685 和 0.7505。这表明会展活动的开展对湖南省的批发零售业和住宿餐饮业具有较大的带动作用,现代会展业往往是逐步形成一个商业圈的活动,会展业的发展离不开零售业、住宿餐饮业和会展其他基础配套设施的支撑。此外,会展业还带动了湖南省交通运输业和国际旅游业的发展,湖南省地处我国中部交通要塞,拥有众多重要公路、铁路枢纽干线,形成了横跨东西、纵越南北的重要交通网络,再加上张家界、凤凰古城、南岳衡山和武陵源风景区等丰富的旅游资源,为会展业的“走出去”和“引进来”创造了良好条件。因此,湖南会展业如何充分利用好交通运输、旅游业的优势,实现会展业与交通旅游业融合发展也是湖南会展经济发展的重要途径之一。

表 2 湖南省会展业与第三产业内部相关产业的关联度

项目	国内旅游收入	国际旅游 外汇收入	交通运输、仓储 和邮政业	批发零售业	住宿餐饮业	金融业
关联度	0.5825	0.6155	0.7685	0.7790	0.7505	0.5827
关联度排序	6	4	2	1	3	5

四 结论与政策启示

在全球经济一体化的发展背景下,会展业发展势头强劲,受到世界各国和地区的广泛关注。会展业是一个关联性很强的行业:一方面,会展业的发展离不开区域经济和配套产业的发展;另一方面,会展业的有效发展又带动了相关产业的发展,经济效益明显。因此,在以政府为主导的会展业发展战略筹备中,如何合理配置资源协同发展是需要引起相关部门高度重视的问题。

本文在产业关联效应理论分析的基础上,引入投入产出模型和灰色关联理论的实证分析框架,计算湖南会展业的感应度系数、影响力系数以及与各相关产业的关联度,旨在揭示湖南会展业与相关产业的互动发展关系,为湖南省会展业的健康持续发展提供理论和经验依据。研究发现:第一,湖南会展业推动了前向关联产业的发展,同时也拉动了后向关联产业的发展,其前向的推动作用明显强于后向的经济拉动效应;第二,湖南省会展业与第一产业关联度最大,其次为第二产业,与第三产业内部的批发零售业、交通运输业、住宿餐饮业等产业关联效应也十分明显。同时,会展业对湖南区域经济发展也起到了一定程度的促进作用,经济拉动效应显著,表明湖南省具备会展业发展的良好条件。

因此,在湖南省会展业未来的发展过程中,政府相关部门应该积极发挥市场引导功能,加大对会展业的政策支持力度,加强城市基础配套设施建设,提高会展配套服务水平,为会展产业的健康快速发展提供支撑,同时应大力推进优势产业参展参会,举办更多全国性和国际性的展会,努力塑造一批具有高度影响力的会展品牌,促进会展业与现代农业、工业、批发零售业、交通运输业、住宿餐饮业和国际旅游业等相关产业的协同发展。

参考文献:

- [1] 张玲, 邬永强. 基于 CAS 理论的旅游产业集群动力机制研究——以广州会展旅游产业集群为例[J]. 经济地理, 2013(8): 171-176.
- [2] Kim S S, Chon K, Chung K Y. Convention Industry in South Korea: An Economic Impact Analysis[J]. Tourism Management, 2003(5): 533-541.
- [3] Kennedy-Eden. Conferences and Conventions: A Global Industry[J]. Tourism Management, 2014(44): 123-124.
- [4] 王晓文, 黄慧婷, 李凯. 基于创业资源的会展经济效应作用机制多案例研究[J]. 旅游科学, 2014(2): 61-73.
- [5] 李智玲. 会展业的带动效应研究[J]. 经济管理, 2011(6): 125-131.
- [6] 张亚雄, 赵坤. 北京奥运会投资对中国经济的拉动影响——基于区域间投入产出模型的分析[J]. 经济研究, 2008(3): 4-15.
- [7] 罗秋菊, 庞嘉文, 靳文敏. 基于投入产出模型的大型活动对举办地的经济影响——以广交会为例[J]. 地理学报, 2011(4): 487-503.

[8]李铁成,刘力.区域间投入产出模型(IRIO)的我国会展业经济影响分析[J].旅游学刊,2014(6):34-45.

[9]石美玉,王春才.会展旅游带动效应的统计研究——以北京为例[J].经济管理,2013(8):116-125.

[10]谢锐,王腊芳,赖明勇.中国钢铁产业关联效应及国际比较分析[J].统计研究,2011(8):49-54.

[11]Trinh B,Kobayashi K.Measuring the Effective Rate of Protection in Vietnam' s Economy with Emphasis on the Manufacturing Industry:An Input-output Approach[J].European Journal of Economics,Finance and Administrative Science,2012(44):87-99.

[12]朱福林.印度服务外包竞争力影响因素分析——基于灰色关联度方法的实证[J].世界经济研究,2015(5):90-97.

[13]刘勇,熊晓旋,全冰婷.基于灰色关联分析的双边公平匹配决策模型及应用[J].管理学报,2017(1):86-92.

[14]汤婧,于立新.我国对外直接投资与产业结构调整关联分析[J].国际贸易问题,2012(11):42-49.

注释:

1 详见本文第三章第二节。

2(1)会展业的中间投入(中间使用)、增加值和最终使用所对应的权重分别是各部门中间投入(中间使用)、增加值和最终使用占8部门总和的比重。