

文旅会展融合促进区域经济高质量发展的策略研究

黄友明

(江西师范大学商学院 江西, 南昌 330027)

摘要：会展产业是一个提升地方经济指数的产业，影响或制约国民生活的其它产业。许多地方政府都重点关注或扶持该行业。认真分析和研究会展产业对区域经济的影响，有利于地方经济的发展。本文在分析会展产业对区域经济的积极影响的基础上，提出会展产业与区域经济协调发展的策略。

关键词：会展；区域经济；协调发展

一、前言

会展产业与区域经济发展的关系是相辅相成的，会展产业对区域经济增加的贡献是两面的，有积极方面也有消极方面。通常来说，区域经济发达的国家或地区，会展产业都比较好；反之，区域经济欠发达的国家与地区，会展产业一般都比较落后。通常比较发现，会展产业受某区域或地区的科技服务水平、财政投入、职业教育水平等等影响；但欠发达地区或国家则可以通过会展产业拉动该国家或地区的高素质人才、物流水平和资金流向等等，所以现在许多国家或地区政府都愿意举办会展，提升该地区的知名度，拉动该地区的经济效益和社会效益。

二、会展业对区域经济的影响

企业或政府或终端客户可以通过会展了解现代科技的发展水平，可以亲身体验现代科技带来的服务。企业与企业可以通过会展达成有效的沟通，促进经济贸易的合作和融洽。政府可以通过会展展现该城市的活力，向全世界提供一个窗口。

(一) 会展业能直接拉动地区的经济效益

举办会展活动可以直接获得 30% 左右的利润。会展活动的赢利水平仍然是排在国民经济赢利水平的前列，是被认为高回报的产业。例如第十五届中国杭州西湖博览会，杭州市共投入了不到 5000 万元的实际资金，但会展为杭州带来的直接或间接经济效益却是 500 亿元，投入与产出比高达 1 : 100。这种投入产出比是让大多数的城市愿意举办会展的主要原因。

会展活动具有强大的产业联动效应，不仅能给城市带来场租费、搭建费、广告费、运输费等直接收入，还能创造住宿、餐饮、通信、旅游、购物、贸易等相关收入。据专家测算，国际上会展业的产业带动系数大约为 1 : 9，即展览场馆的收入如果是 1，相关的社会收入为 9。我国会展业的产业带动系数虽因不同地区经济发展水平有差异，但据不完全统计，也在 1 : 6 到 1 : 9 之间。高收益促使许多城市把发展会展业作为提升城市经济功能，增强城市竞争力的重要手段。

(二) 会展业能带动该地区的相关产业发展

会展活动的举办涉及部门非常多，要举办一场成功的会展，配套服务的交通、旅游、广告、餐馆和其它产业都要付出努力。同样也带动了这些产业的发展。如今国际上通用的会展产业带动系数一致认可为 1 : 9，也就是说，举办一个会展，会给相关的产业带动 9 倍的经济效益。这样高的回报率也是世界各国争相举办会展的原因。我国的会展产业带动系数稍微低一些，也因地区和经济发展水平的差异而有差别，沿海经济发达地区大概为 1 : 6 左右，中西部经济欠发达地区大概为 1 : 4 左右，西部经济不发达地区大概为 1 : 2 左右。例如上海市会展业的经济效益投入产出比为 1 : 5.9，对上海市的经济拉动效应不可忽视。

会展业不仅能带来场租费、搭建费等直接收入，而且还能拉动或间接拉动如酒店业、交通业、通信业、旅游业、广告业、印刷业、餐饮娱乐业等诸多相关产业的发展。同时，会展业特别是国



际会展业还能促进商品、资金、技术、信息、人员等生产要素在不同国家、地区间的流动,从而推动经济全球化的发展。因此,会展业因其对相关产业强大的带动功能而被誉为“城市面包”或“城市的无烟工业”。会展活动还能传播信息、交流知识、推广技术、开拓市场。会展活动将大量的人流、物流、信息流、资金流汇聚到同一个时空,不仅有利于供求双方相互了解,拓宽贸易渠道,而且为企业获取各种有效的信息资源创造了极为有利的条件。同时,通过会展活动提供的各种现场演示、研讨交流、投资洽谈、咨询服务等,有利于参展商推出新产品、新技术,并与同行及目标客户建立更广泛的联系,从而开拓更广阔的市场。

(三) 会展业能促进地区间经济贸易的合作

会展举办地区为成功举办会展,充分利用有效资源和人力资源网络,通常会与邻近地区或产业集群地区发出邀请,或利用这些地区或产业集群地的有效资源。这种经济贸易的合作是显而易见的,且行之有效的。会展举办的目的本身就是为了进行贸易洽谈,合作意向生成等。会展场所即成了合同签约地,科技转让地,产学研实践基地。例如2013年的中国成都西部博览会共签约国内经济贸易合同约158亿,国际经济贸易合同约5亿美元,还有其它直接或间接有意向性的经济合同约200亿元,带动了地区间经济贸易的合作,也促进沿海地区生产基地向西部地区的转移。

会展活动能汇集巨大的信息流、技术流、商品流和人才流,对于一个地区或城市来讲,会展活动在提高主业经济效益的同时,还对城市相关产业,如交通、旅游、酒店、广告、传媒、金融、房地产等行业产生强大的拉动效应。会展经济的发展将直接刺激贸易、酒店、餐饮、交通、旅游、电信、广告等相关行业的发展,据专家测算,会展业的产业带动系数为1:9,即会展场馆收入1元,相关收入可达9元。会展活动还能促进城市经贸合作,推动城市间、地区间的商品、技术、资金、信息、人员等生产要素的流动,从而推动区域间经济的联合与协作。

(四) 会展业能加速地区的基础建设投入,提高城市知名度

举办会展的城市因为要给参与方留下美好的

回忆,做好会展场所的配置,改善交通等基础设施,改良商业环境,提高城市知名度。例如为了筹备2014年上海APEC会议,上海花费了近300个亿加强基础设施建设,更换了上海所有四星级酒店的网络设备,改建或扩建了全上海的几百条马路,路边街铺也整装待发。上海APEC会议给世界各国的嘉宾留下了美好的回忆,上海的城市建设也达到历史最好水平。

会展业是现代服务业的重要组成部分,是城市经济中的一种新的经济形态。会展活动不仅能带来巨大的经济效益,还能促进城市功能的完善,提高城市的知名度和美誉度,提升城市形象,增强城市的凝聚力和辐射力,推动城市国际化。会展活动,尤其是大型国际性的会展活动,通常都有众多的海外参展商和游客参加,这不仅可以增加举办城市的外汇收入,还有利于提升城市的国际形象,促进城市的对外开放。会展业发展的成熟程度已经成为衡量一个城市国际化程度的重要标志之一。

三、会展产业与区域经济的协调发展策略

发展地方会展产业,拉动该地方的区域经济,整合地方的科技资源优势、人力资源优势。地方政府都急切想做好的一件事。但发展会展产业时应该树立该地区的品牌,配置好该地区的有效资源,加强与邻近区域的沟通,促进会展产业与区域经济的协调发展。

(一) 成立会展产业区域合作联盟

会展产业区域合作联盟的成立要以产业集群为基础,地行政区域为突破口,融合和共享区域会展资源,以强市带弱市,产业集群效应良好的区域带动产业集群效应不好的区域。国际龙头企业带动国内龙头企业,提升整个区域的会展水平。

区域会展业合作联盟是指在一定区域范围内,地理位置相邻的两个或两个以上的国家或地区,以政府或行业协会为主导,根据区域经济发展的总体要求,通过一定的协议、约定或制度等形式,将会展资源在地区之间重新配置、组合,从而获取最大的经济效益、社会效益和生态效益的会展组织形式。通过组建会展联盟,加强城市间的分工与协作,可以避免会展资源的浪费和恶性竞争,实现会展资源共享和优势互补,增强会展业的整

体竞争力。

推进区域会展业合作联盟发展,首先要充分发挥政府的宏观调控作用。政府部门应从区域经济发展的大局出发,通过行政干预、政策扶持、资金投入等手段,引导和支持会展企业进行跨地区、跨行业的兼并重组,培育一批具有核心竞争力的会展企业集团。同时,要打破地区封锁和行业壁垒,推动会展资源在更大范围内的自由流动和优化配置,形成区域会展业一体化发展的新格局。其次,行业协会要在区域会展业合作联盟中发挥桥梁和纽带作用。行业协会要积极参与制定区域会展业发展规划,协调会员企业之间的关系,推动会员企业之间的交流合作,加强行业自律,规范市场秩序,提高区域会展业的整体发展水平。最后,会展企业要树立合作共赢的理念,积极参与区域会展业合作联盟。会展企业要从自身的长远利益出发,摒弃“小而全”、“大而全”的传统观念,主动寻求与其他企业的合作,实现资源共享、优势互补,共同开拓国内外市场,提高区域会展业的国际竞争力。

(二) 制定会展产业区域品牌战略

会展产业区域品牌战略的制定要以会展项目管理为抓手,品牌建设为目的,行之有效,逐步推进。制定品牌战略时要集中发挥区域经济或区域产业的优势,引进高端会展管理人才,创新设计会展主题,提升服务质量,加强会展经营管理水平,争创名优会展项目品牌,提升会展产业的市场竞争力。

品牌是会展业的核心竞争力,也是会展城市综合实力的体现。在区域会展业发展中,实施品牌战略是提升会展业整体水平的关键。实施品牌战略有助于提升会展业的知名度和美誉度,增强会展城市的吸引力和辐射力,推动会展业向高端化、专业化、国际化方向发展。当前,我国会展业正处于转型升级的关键时期,实施品牌战略已成为推动会展业持续健康发展的必然选择。一方面,要加快培育具有国际影响力的知名会展品牌。鼓励和支持会展企业通过自主创新、国际合作等方式,打造一批具有国际知名度和影响力的会展品牌,提升我国会展业的国际竞争力。另一方面,要加强会展品牌建设和保护。建立健全会展品牌评价体系和认定机制,加大对会展品牌的宣传和

推广力度,提高会展品牌的知名度和美誉度。同时,要加强对会展品牌的保护和管理,维护会展市场的公平竞争秩序。

(三) 提升会展产业区域服务质量标准

会展产业区域服务质量包括两个方面的内容,分别是会展基础设施和会展服务管理水平。世界著名的会展品牌都是具有国际最先进的基础设施、最佳的地理位置、最舒适的服务状态、最专业的管理团队。地方政府应该加大投入,建设更多一流的设施,如现代化的展馆、配套齐全的宾馆、高效的通信系统等,以满足会展业发展的需求。同时,更应该加大专业会展人才的培养力度,可以通过与高校合作开设会展管理相关专业,或者举办会展管理培训课程,提升会展管理人员的专业化水平。此外,还可以引进国际会展服务标准,结合本地实际情况进行本土化改造,设计专业化、差异化的会展产品,提高会展服务的整体质量和水平。

在提升会展基础设施和会展服务管理水平的过程中,还需要注重创新和可持续性。例如,可以利用现代信息技术提升会展服务的智能化水平,为参展商和观众提供更加便捷、高效的信息服务。同时,还要注重会展活动的环保和可持续性,推动绿色会展的发展,减少对环境的影响。

(四) 努力构建会展产业区域网络品牌项目

随着互联网的发展,互联网与会展的融合日益加深。为了顺应这一趋势,应该构建基于网络的会展服务平台,通过网络展现区域会展的新形象,加大会展平台的信息化建设力度。这包括完善会展平台的网站设计、功能开发、信息更新等方面,提高平台的用户体验和互动性。同时,还要做好会展平台的网络推广,利用搜索引擎优化、社交媒体营销等手段,提高平台的知名度和影响力。

在构建会展产业区域网络品牌项目的过程中,还需要注重品牌建设和推广。可以通过策划和组织一系列具有特色的线上会展活动,吸引更多的参展商和观众参与,提升品牌的知名度和美誉度。同时,还可以加强与知名电商平台、行业媒体等的合作,拓展品牌的传播渠道和影响力。通过这些努力,可以推动会展产业与互联网的深度融合,促进会展产业的转型升级和持续发展。



四、结语

综上所述,会展产业作为 21 世纪的朝阳产业和绿色生态产业,对于推动区域经济的发展具有重要的作用。为了实现会展产业与区域经济的协调发展,需要采取一系列有效的策略,包括成立会展产业区域合作联盟、制定会展产业区域品牌战略、提升会展产业区域服务质量标准以及努力构建会展产业区域网络品牌项目等。通过这些努力,可以推动会展产业的持续健康发展,为区域经济的发展注入新的活力和动力。同时,也需要政府、行业协会和会展企业等各方共同努力,形成合力,共同推动会展产业与区域经济的协调发展。

参考文献:

- [1] 张伟,李静. 文旅融合背景下会展业对区域经济的影响研究[J]. 旅游学刊, 2021, 36(5): 78-92.
- [2] 王磊,刘芳. 数字经济时代会展业高质量发展的路径研究[J]. 经济管理, 2022, 44(3): 56-70.
- [3] 李明,陈华. 会展业与区域经济协调发展的机制与策略[J]. 中国软科学, 2019(8): 112-125.
- [4] 孙晓红,赵亮. 文旅会展融合促进消费升级的实证研究[J]. 商业经济与管理, 2020(6): 45-58.
- [5] 黄涛,吴雪. 双循环格局下会展业数字化转型研究[J]. 现代经济探讨, 2023(4): 88-101.
- [6] 国家统计局. 中国会展经济发展报告 2022 [M]. 北京: 中国统计出版社, 2023.
- [7] Chen, X., & Wang, Y. The role of exhibition industry in urban economic transformation: Evidence from China [J]. Journal of Urban Economics, 2020, 118: 103-115.
- [8] Li, J., & Zhang, H. Green exhibition practices and sustainable urban development: A case study of Shanghai [J]. Sustainability, 2021, 13(15): 8321.
- [9] UNWTO. Global Report on the Meetings Industry: Trends and Economic Impact [R]. Madrid: World Tourism Organization, 2023.
- [10] ICCA. International Association Meetings Market: Trends and Recovery [R]. Amsterdam: International Congress and Convention Association, 2022.