

入世后如何变革和 发展我国的会展产业

陆学平

摘要: 本文首先论述了会展产业的功能和作用及其在我国深层次发展动因。其次,进一步分析影响我国会展产业发展的现实问题。最后指出:科学发展会展产业,需要我们综合考虑内外环境、管理体制、人才培养,注意硬件和软件建设并重,加强信息化与相关法制建设,探索“引进来”和“走出去”相结合并进一步与国际接轨的发展之路。

关键词: 会展产业;服务贸易;发展

中图分类号: F 116 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894 (2005) 01-0050-06

一、我国会展产业的发展动因

1. 何为会展产业 “会展”,狭义是指会议和展览。“产业”则解释为从事生产活动的类别和部门。广义上来说,“会展产业”涵盖了国际上公认的会展业(MICEINDUSTRY)全部产业架构,即会议业、展览业、相关旅游与节事活动。因此,围绕会议、展览、活动,从微观的“会展企业”,经过中观的“会展行业”和“会展产业”,再到宏观的“会展经济”,形成了一个不同层次的系统和彼此连环的结构。

2. 会展产业的经济外溢性 会展产业链的范畴比较广,它是指一切涉及会议、展览的相关生产领域和流通领域的活动。会展产业与金融、贸易、技术、商标专利、法律咨询、人才、就业、物流、新闻、广告、医疗、饮食、交通、饭店直接关联,进一步影响到国际收支、市场、制造业、政策和法规、教育改革、社会稳定、资源综合利用、信息文化交流、公共卫生以及城市规划。因此,会展产业的发展与国民经济增长是互动的。

据估算,我国会展产业2002年的直接收入约70亿元,间接带动的旅游、餐饮、交通、广告、娱乐、房产等行业收入高达数千亿元。会展业的利润率大多在25%左右,是高收入、高盈利产业,这是它得以迅速发展的直接原因。国际上会展业的产业带动系数大约为1:9,即展览馆的收入如果是1,相关的产业收入为9。这样高的产业关联度使得会展成为带动城市和区域经济发展的新增长点。会展已与旅游、房地产一起,被称为21世纪“三大无烟产业”。

这里我们举例“中国第一展”广交会进行说明。(1)巨大的产业链辐射效应。广交会的举办,为所在城市和相关行业带来了无限商机,航空、运输、旅游、饭店、城市交通、装饰广告、商业百货以及金融、保险等各个产业迎来了前所未有的消费高潮。(2)会展产业与政治

经济发展互动。广交会不仅直接促进了外贸出口的持续稳定发展,中国外经贸的发展也促使广交会必须与时俱进,适应对外开放的新形势。广交会的成功举办,向全世界人民集中展示了中国人民实行改革开放所取得的巨大成就,进一步提高了我国在国际上的政治地位。

3. 会展产业的发展将提供更多就业机会,促进当前社会稳定 进入2003年以来,千方百计增加就业已是我国政府的重要职责。通过适当的政府支出或公共投资,采取多种所有制形式发展各省市的会展产业,带动现代流通、旅游、中介服务等第三产业,第三产业的发展实际上就是拓宽了就业渠道,实现了灵活多样的就业方式。

对充分就业具有强大社会效应功能的朝阳产业,会展产业的发展前景是十分广阔的。特别是上海继2002年申办成功后正积极筹备的2010年世界博览会,更为中国各阶层的人士提供了一展才华的机遇。首先来说,以下10种职业近10万专业人员将受益非浅:会展专业人员、涉外旅游服务人员、文化产业操作者、各类技能培训人员、设计人员、外贸人员以及精通国际经济法运用人员、信息化操作人员、物流专业人员、房地产实务人员、翻译。其次,举办2010年上海世博会对全国各地工薪阶层和普通民众虽不能从中获得直接经济收入,但完全可以从若干“世博商机”中获得就业机会,也可从世博会相关服务或供应中获得收入。现在起算,筹办世博会只有6年时间,在这期间要兴建有关展览场馆、交通设施、环境治理、观光景点等设施,需要大量的劳动力;同时,服务性部门,如餐饮、通讯、印刷、住宿、咨询、礼仪、导游等,工作量也在大量增加,这些都需要大量人力去完成,自然就增加了很多就业机会,极大缓解了当前宏观经济调控环境下上海大都市因产业结构调整带来的就业压力。预计,仅上海本地就可创造大约50万个就业机会;全国各地因直接供应、生产或承担相关配套设施建设等,将增加40万个左右的工作岗位,仅世博会建筑项目一项就可以吸纳和消化近9万农村富余劳动力。

4. 加入WTO后3年来,我国会展产业迎来了发展契机 首先,这是适应入世后国际竞争的需要。我国会展业必须改革只立足于国内的旧式经营战略,选择多样化、风险分散化的经营新格局,大胆积极开拓国际市场。其次,也有利于促进产业链的海外发展。中国会展业“走出去”是中国经济走向世界的组成部分。会展业可以合法地避开某些国家对货物贸易的进口限制和高额关税,直接利用当地国家的资金、技术、资源、人才等生产要素,扶持我国的各类企业扩大出口;同时,推动我国的会展业跨越式发展,逐步实现全球化经营目标。

说到入世是会展产业发展的契机,中国国际贸促会纺织行业分会的海外实践是最好体现。其准确把握入世前后的大好时机,洞察国内行业发展动态、顺应纺织品服装贸易自由化的时代潮流,依托各方的支持,历时4年,在纽约打造了“中国纺织品服装贸易展”这个专业品牌。而今,展览会已经拥有了稳定的客户群,包括高质量的美国专业贸易观众和具有出口优势的中国参展企业,在美国主流商贸界享有较高声誉与知名度,逐步成为中美纺织品服装贸易与合作的最佳平台。

近年来该产业在上海获得了长足进步,年均增幅30%以上。正是看中了上海会展业的发展潜力和诸多优势,德国汉诺威展览公司、德国慕尼黑国际展览公司和德国杜塞尔多夫展览有限公司组建了德国展览集团国际有限公司,并与上海浦东土地发展(控股)公司合资兴建上海新国际博览中心。上海已经明确喊出了创建上海国际展览和会议中心的战略口号。

5. 大力发展会展产业也是世界范围内国家竞争的需要 随着我国履行加入WTO承诺书内容进程的加快,我国现有的产业结构又面临一场深刻变化。特别是中国加入WTO后

这3年,世界经济发生了巨大变迁,中国经济发展虽然面临历史机遇,同时也招致更多的外来竞争和新的问题。传统的货物贸易已经不能确保我国的国际收支顺差或平衡,而资本单方面转移难度高、风险大,大力发展服务贸易势在必行。新一轮国际竞争和世界分工已经展开,若不能迅速建立起强大的服务贸易体系,通过会展这个产业链头,推动“走出去”国家战略的早日实现,而被动成为“世界工厂”角色,我国经济在全球经济体系中的地位就要下降,今后8年还想实现改革开放26年间GDP平均每年增长9.4%或是保持2004年的较高水平就有困难。只有集聚各种优势资源,建立起一套真正属于本国经济或产业的世界营销网络,积极参与国际经济合作,才能在新一轮竞争中胜出。

二、目前我国会展产业的一些问题和不足

会展服务业作为一项综合产业,尤其是作为服务贸易的重要部门来发展,在我国还刚刚起步,存在着较多问题和先天不足。

1. 地区发展不平衡 香港作为自由贸易港是世界各国和祖国大陆开展经济贸易往来的重要“窗口”,其会展产业的高度发展有赖于金融贸易、地理、经济体制、国际性人才等各种独特优势。香港回归以后,紧跟香港这一亚洲贸易中心,广州、深圳凭借商务成本低廉和货源地等优势,贸易中心地位日益提高,特别是广交会和高交会这样一批影响大的展会长期落户,伴随着珠江三角洲地区的经济腾飞,会展产业也得到了空前发展。

到了21世纪,以上海为代表的长江三角洲着眼于对外提高国际竞争力,对内增强辐射力,努力改善吸引外资的质量,积极吸引跨国公司研发中心、地区管理总部落户,区域经济高速增长。特别是上海2010年世博会的申办成功,既得到了国家和地方财政的长期保障,又在短期内招纳世博人才、集聚会展业紧缺人才,必将促进地区会展产业的超常规发展。

相对而言,我国的内陆次发达城市总体上还是沿袭传统的商品展销会方式,没有把会展作为一种产业来培育。西部地区,由于自然条件和经济不发达等因素,古老的集市、庙会依然是主角。

2. 宏观管理跟不上,市场机制尚不健全 总体来说,缺乏运行和促进机制,运行基础仍旧薄弱,表现在以下几个方面:

(1) 低水平重复建设,如一些城市不经过科学论证和预测,在市中心区域盲目兴建世贸商城或会展中心,又缺乏配套工程,落后于经济发展新要求,造成部分闲置,综合经济效益低下。

(2) 缺乏集中监管、统一互联的市场体系。各地区地方保护主义抬头,部分会展交叉重复。在宣传上,为了所谓“政绩”只报喜而不报忧,大做表面文章。展览公司鱼龙混杂,中小企业受骗上当事件时有发生。

(3) 尚未处理好政府、商会、企业三者关系。政府部门服务意识不够,习惯于发号施令。商会或行业协会也没有摆好自身的位置,行“二政府”之道。企业主体地位没有充分得到实现,短期行为较多。

(4) 经济效益和社会效益矛盾冲突。由于板块分割,各自为政,导致时间成本、制度成本大量沉没,总体经济效益一般。另一方面,只追求经济效益而忽视社会效益的现象仍然严重。

(5) 会展经济的总量和发展速度还不够大。世界服务贸易近12年来平均增长11.7%，我国的发展速度为其一半都不到；在国内GDP总值中，发达国家服务业比重已经超过制造业；而我国目前是服务业占1/3，制造业2/3。在我国，会展业只占服务贸易的很小部分，其运营基础相对还很弱。经过2001年“会展”的低潮，2002年可谓是中国“会展年”，也只有实现会展收入70亿元人民币。

3. 应对WTO的准备和思想认识不够，综合应变能力较差 我国加入WTO，中国的展览市场必须向全世界开放，国际展览同行进入中国市场享受国民待遇，已经纷至沓来参与中国展览市场的竞争。由于他们有先进的管理手段，知名度高，广泛的客户网络，抢滩或占领中国展览市场处于竞争的优势。但是，目前中国展览业的状况与国外发达国家相比，参与竞争尚处于劣势。中国展览业虽有50年的历史，但真正进入发展期是80年代下半期才开始的，它仍处于初级阶段，表现在场馆建设、办展质量、人员素质及管理水平都很落后，而且地区之间差距很大，良莠不齐，据业内人士估计，中国的展览业与国外发达国家比较相差半个世纪。

4. 会展专业人才缺乏 与发达资本主义国家和地区相比，我国的会展人才严重缺乏。目前，会展从业人员主要是计划经济时代行政安排的管理人员和部分从旅游学校、职业高中毕业的大量转岗人员。存量人才大多缺乏顺应现代会展业发展的综合性技能和知识。例如，虽然我们凭借国家宏观优势取得了2010年上海世博会的申办资格，但是，却严重缺乏世博人才、区域性人才。2003年，上海市因此紧急从海内外招聘1.5万名相关人才，以解燃眉之急。

5. 缺乏相关增值服务和产业链延伸意识 一方面会展中介服务体系不完善，商会的协调作用不够，缺乏各类会展咨询和法律服务机构。另一方面，产业链延伸意识差，没有真正把会展当作一项系统工程来看待。实践中，经常把会展与金融、贸易、技术、商标专利、法律咨询、人才、就业、物流、新闻、广告、医疗、饮食、交通、饭店隔离起来考虑，也没有进一步提高认识以会展经济促进国民经济综合发展。譬如，办会展单位，着重招商引资，只顾自己的一片天地，对如何完善一站式服务、降低时间成本和商务成本、为参展企业和采购商分忧解难则考虑甚少。

6. 业态创新不够，缺少多层次的市场体系 大部分会展形式老套，缺乏创新。商品展览会仍旧占主要地位，体现综合性、全局性的载体较少。对举办融合旅游经济文化的大型活动或者像世界博览会，没有更多的经验积累。习惯于政府办市场，没有确立各类企业在会展经济中的主体地位，市场化进程缓慢。同时，信息化建设落后，实体经济和网络经济互相结合探索较少。此外，还习惯于“引进来”而怕“走出去”。国内多数地区满足在自己家门口摆摊，相关展会影响力、辐射面普遍较小。但是，再去考察一下我国进出口贸易的主要目标市场，走遍美日欧、亚非拉，却很少能见到相当规模的中国展、中国馆、中国城，大多数跨越不出“唐人街”的老框架。至今，我国还缺乏专业从事会展的跨国企业群体，会展产业的国际化进程相对国际同业比较落后。

三、科学发展我国会展产业的几点建议

深化改革，科学发展我国会展产业，需要我们综合考虑内外环境、管理体制、人才培

养以及各方利益,注意硬件和软件建设并重,加强信息化、相关法制建设,探索“引进来”和“走出去”相结合,进一步与国际接轨。

1. 建立和完善市场机制

(1) 建立积极、稳定的产业促进机制。本着“服务对外开放、服务经济发展、服务企业成长、服务客户需要”的原则,切实转变政府职能,充分体现政府在推动会展产业发展中的催化剂作用。逐步建立起以政府为引导,以财政资金为保障,以市场化运作为基础,体现稳定性和公共性的新型服务贸易促进机制。

(2) 建立规范、透明的行业管理机制。加强会展业管理立法工作,改变传统管理办法,简化行政审批,进一步提高政策的透明度,推动会展服务业管理的市场化进程。

(3) 建立机制完善、协调有效的会展业中介服务体系。进一步改革进出口商会制度和各类行业协会,鼓励发展多种所有制形式的服务贸易咨询和法律服务机构,真正发挥各类中介组织在会展产业中的协调促进作用。

(4) 建立便利、公平的会展产业外部运营机制,进一步降低市场主体的各种交易成本和制度成本,充分调动各类企业走向国际市场的主动性和积极性。

(5) 确立企业为市场主体地位的新兴产业发展方向,积极开展国际经济合作,通过企业联盟、股份制、收购兼并等多种形式,实现会展产业的飞跃发展。

(6) 向德国学习,创新我国会展管理。例如:德国成立“德国经济展览和博览委员会”(AUMA)参与德国制定德国国内外展览政策,“AUMA”是由参展商、购买者和博览组织者3股力量结合而成立的联合体,以伙伴的身份塑造博览会市场,起到协调、监督、管理的作用。

2. 硬件建设和软件建设一起抓,高度重视信息化建设 总结经验,发挥传统优势,适应新经济时代的发展要求,坚持“两手抓,两手都要硬”。一方面,要从节约社会资金、有限土地资源各方面,科学论证和合理布局会馆建设和活动场地或城乡地域,完善配套设施,努力发挥整体功能和产业链互动效应。同时,也要未雨绸缪,做好应对突发公共卫生或恐怖事件的预案和救助措施。另一方面,应该突破常规,积极吸收国际会展业先进的管理理念、经营模式及人才战略,扬长避短,为我所用。

不断推进信息化建设,努力使会展成为物流、人才流、资金流、信息流的汇合中心。具体工作涉及包括:会前备案系统、采购商数据库、会展关联服务网、电子商务平台、现场信息服务网点、会展电子词典、国内外会展信息、会展经济学研究。

积极应对WTO,建立快速、高效的行业监控和反应机制。入世后,我国承担了履行有关知识产权保护规则的义务,因此,必须进一步增强知识产权意识,积极做好相关应对工作,建立和完善快速、有效的监控和反应机制,进一步与国际接轨,共同保护和促进人类文明成果的产业化。

3. 努力创新,培育多层次的会展市场体系 改革开放以来,我国会展业有了一定的发展,办展水平也有提高,北京、上海、天津、广州的会展服务业初具一定规模。目前,我国除举办一些综合性的国际博览会和交易会,如:北京国际博览会、广州交易会,有些地区和省市的交易会都有一定规模和水平,同时,我国也逐步形成了一批高水平的专业性的定期国际博览会,如:北京国际机床展、汽车展、纺机展、冶金铸造展、北京和深圳的高科技交易会、珠海航展等等。其中全国举办展览会中2/3为专业展,专业展占主导地位。但是应该看到我国目前举办的展会种类、数量、面积、涵盖范围还偏少和偏小,与我国国民

经济发展需要和要求,与发达国家相比差距还很大。因此,我们今后应加强会展的研究和开发,加强国际招展的力度,加强会展的宣传,加强国内和国际横向的合作,逐步树立有国际影响的名牌展,把外国展商和贸易观众吸引到中国来。

4. 大胆探索,实施“走出去”战略 借鉴这几年外国会展业界著名企业进入中国市场参与新一轮竞争的成功经验,我国会展业进入国际广阔市场,可以采取以下几种方式。一种是在当地国家搞合资展览中介公司,与当地国家同行搞合资或合作伙伴,优势互补,共同开拓当地国家会展中介服务市场,可以合资成立国际展览公司或者展览工程公司。另一种是在外国设立代表处或办事处,了解外国的展览业情况,开拓外国新市场。第三种方式是与外方合资兴建会展中心。例如,在中东、非洲国家的主要城市合资兴建会展中心,将来有可能去欧美发达国家独资成立展览公司或兴建展览场馆。第四种方式是利用国际互联网,将我国的一些品牌展览并联到网络中举办。例如,把中国广交会进行专业分类,在实物展会举行的同时,把某类产业进行网络实况转播,实现网络会展的无边界。

5. 人才战略和可持续发展 会展服务业的竞争实际是人才的竞争,没有一支高素质的人才队伍,就无法参与国际竞争。我国在50年代,中国贸促会为了出国展览的需要,委托文化部在中央美术学院工艺美术系开办了展览设计专修班,这是新中国成立后首次培养展览人才。入世前几年,在全国艺术院校开始增设了展览设计的课程,注重了人才的培养。另外,我国也曾派出干部接受国外展览机构的短期培训和考察,这些措施对提高我国办展人员的素质有一定的作用。但总的来说,我国会展业人员素质还不高,首先会展管理人员缺乏,大部分是外行或半路出家。会展工作人员也都是半路出家,专业知识不足,与国际比较差距较大,尤其是我国参加世界博览会,中国馆的水平效果难与国际发达国家匹敌,体现了不仅观念落后,而且手段落后。因此,人才战略应该是今后一段时期我国会展经济可持续发展的基本保证。

令人欣喜的是,2002年以来,会展管理正在逐步纳入我国的正规教育。北京第二外国语学院在旅游管理专业基础上开设了会展策划与管理方向;北京城市大学新开设了会展经济与管理专业。上海对外贸易学院把旅游管理专业转向了国际会展管理方向;上海师范大学在广告学专业设立了大型活动策划与经营课程,改变旅游管理专业为会展管理方向。中山大学融合旅游与休闲专业增加了外事与会展管理方向。在普通本科院校开设会展管理课程的同时,一些有特色的专科学校、职业技术学院和中专学校也相继开设了相关专业。

为了实现会展产业经济的可持续发展,必须采取多种形式,造就和培养一大批服务贸易人才、世博人才、区域化人才,确保传统会展业的智力创新,实现经济效益和社会效益的同步发展。首先,深化改革现有教育体制,坚持产学研密切联系。其次,打破旧的方式,大胆从香港地区和欧美发达国家引进会展经济发展的紧缺人才。再次,选送在职人员到服务贸易发达的地区和国家学习取经,实施换脑工程,实现科学管理和系统决策,更好地服务于区域经济发展。

(作者单位:华东师范大学)

参考文献:

- [1] 金润圭.国际企业经营与管理[M].上海:华东师范大学出版社,1999.
- [2] 2003年《中国展览年鉴》.中国贸促会宣传部编辑出版,2004.
- [3] 陈泽炎.中国会展业改革之路如何走[N].中国会展网,2003-07-14.