

◎王 颖 著

HUIZHAN JINGJI YU JINGJI FAZHAN

会展经济 与经济发展

——武汉会展经济发展研究

长江出版传媒
湖北科学技术出版社



会展经济 与经济发展

——武汉会展经济发展研究

HUIZHAN JINGJI YU JINGJI FAZHAN

◎王颖 著

长江出版传媒
湖北科学技术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

会展经济与经济发展 / 王颖著. — 武汉:湖北科学技术出版社, 2014. 7

ISBN 978-7-5352-6833-4

I. ①会… II. ①王… III. ①展览会—服务经济学
IV. ①G245②F063. 1

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第151197号

责任编辑: 周丹 杨瑰玉

封面设计: 喻 杨

出版发行: 湖北科学技术出版社

电话: 027-87679468

地 址: 武汉市雄楚大街268号

邮编: 430070

(湖北出版文化城B座13-14层)

网 址: <http://www.hbstp.com.cn>

印 刷: 新新城际数字出版印刷技术有限公司

邮编: 430070

850×1168 1/32

7.25印张

215千字

2014年7月第1版

2014年7月第1次印刷

定价: 38.00元

本书如有印装质量问题 可找本社市场部更换

内 容 提 要

本书对会展经济与经济发展的相关理论进行了探讨,阐述了会展活动的起源与发展以及会展经济在经济发展中的作用。对中外会展发展的经验及启示进行了介绍和分析,并对武汉会展经济发展的现状、不足进行了深入研究,提出了武汉会展经济发展的对策。

本书可供高等院校、科研机构经济管理类专业人员参考,也可供会展行业人员阅读。

前 言

广义的会展通常被称为 MICE,会展业属于服务业,它的发展成为一国国民经济发展、特别是第三产业发展的重要标志。会展经济,就是通过举办各类会议、展览、文体活动、奖励旅游等,在取得直接经济效益的同时,带动一个地区或一个城市相关产业的发展,从而促进经济和社会全面发展的经济现象和经济行为。当前,会展经济已成为世界上许多国家经济发展的一个新的增长点。随着经济全球化的不断发展,会展业已经成为衡量一个城市国际化程度和经济发展水平的重要标志。

正因为会展业产生的经济效应和社会效应日益显著,会展经济在国民经济中的重要地位也不断提升。伴随着我国会展行业迅速发展,城市与城市之间会展业发展规模与水平的差距也逐步拉开。尽管武汉是历史上著名的“会展名城”,但当前与国内许多会展业发达的城市相比,武汉市会展业发展水平是比较滞后的。大力发展现代服务业是武汉在“十二五”期间,乃至更长时间内经济和社会发展的重要任务。会展业作为现代服务业的重要组成部分,能对第三产业的发展产生显著的带动作用。

党的十八届三中全会审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,其中明确指出经济体制改革是全面深化改革的重点,核心问题是处理好政府和市场的关系,使市场在资源配置中起决定性作用,并更好地发挥政府作用。这也是当前武汉会展业所面临和亟需解决的现实问题。因此,必须进一步深入开展关于会展经济的相关理论与实证研究,从而为武汉会展业持续健康发展提供理论支持。本研究运用政治经济学、区域经济学、公共管理学和政府经济学的理论,采用比较研

究、案例分析、定量与定性分析相结合的方法,对武汉会展经济的优势机遇、制约瓶颈进行分析,并在此基础上形成研究结论,提出武汉会展业的发展思路与对策。

本书对会展经济与经济发展的相关理论进行了探讨,阐述了会展活动的起源与发展以及会展经济在经济发展中的作用。会展经济可以促进城市产业结构优化,产生直接的经济效益,带来信息传播效应,有效拉动内需并促进相关产业发展,推动科技进步和文化交流,增强城市的辐射力和美誉度。会展经济对经济发展、尤其是城市经济发展起着巨大的推动作用。

立足于武汉会展业的发展情况,本书介绍了武汉会展业发展的历程和现状。共分三个阶段阐述:半殖民地半封建社会、计划经济时期以及改革开放以来武汉会展业发展的情况。运用竞争力理论,对武汉会展经济发展的优势与机遇进行分析,并指出武汉会展经济发展的问题及原因。会展业发展行业定位不明晰、相关产业发展滞后、未能依托优势产业、缺乏激励机制等因素共同构成了制约武汉会展经济发展的瓶颈。

为了进一步研究武汉会展经济发展的对策,本书还对中外会展发展的经验及启示进行了介绍和分析。指出武汉应当充分发挥人文和旅游资源的优势,并紧密结合优势产业驱动会展业的发展。在此基础上,本书进一步提出了武汉会展经济发展的对策。主要措施有:

第一,要培植知名品牌。要合理制定发展战略和目标;注重会展品牌的塑造与经营;重视节庆会展活动的发展;联合旅游业打造会展品牌;加强会展业发展的国际化水平;打造中国会展名城。第二,要构建政府、协会和企业互动机制。充分实现政府、行业协会和会展企业的互动,共同推动武汉会展经济持续健康地发展。第三,要加强区域合作。无论是企业间,还是区域间,都要大力加强合作,从而提高武汉会展业的竞争力。第四,要大力发展会展专业教育。充分发挥武汉教育资源优势,为会展业发展提供充足的人力资源保证。

当前,武汉正面临重要的历史机遇,各种现代化的会展基础设施不断建成。值得注意的问题是,展览馆规模大,并不等于会展业发展水平先进。因此,伴随会展场馆大规模建设的兴起,必须结合科学的、先进的发展理念,借鉴其他城市会展业发展的成功经验,进行理论和实证研究,从而共同推动武汉会展业实现大跨度发展。

本书在前人研究的基础上,对武汉会展经济发展的现状、不足及对策进行了深入研究,力图在以下几个方面有所创新:

一是研究视角创新。其一,从会展经济与产业结构优化的关系,研究会展经济对区域经济发展的推动作用。其二,回顾武汉会展活动的发展历程,客观分析武汉会展经济的现状,并与会展业发达的城市进行比较,指出差距之所在。其三,通过比较国内外会展业发展的成功经验,立足武汉的实际情况,探讨武汉会展业发展的模式和路径选择。提出武汉应充分发挥人文和旅游资源优势,并结合产业优势,共同推动武汉会展业实现持续健康的发展。

二是研究内容创新。运用竞争力理论,客观分析了武汉发展会展业的优势条件和制约因素,为正确制定发展对策提供了科学依据。其中,结合武汉会展业发展的实际情况,强调培植知名会展品牌的重要性,并提出具体措施。此外,本文从武汉教育资源优势出发,对武汉会展高等教育的情况进行了详细分析,探讨如何培养会展专业人才,从而为武汉会展经济的可持续发展提供重要保证。

本书内容主要以作者在2007—2011年期间于武汉大学经济与管理学院攻读博士研究生的学位论文为基础,在此对恩师张秀生教授以及师母姚老师表示最诚挚的谢意!老师学识渊博,治学态度严谨,看待问题高屋建瓴,为人随和坦诚,其言传身教将使我终生受益。从论文选题和思路、论文的框架和结构、论文的开题以及论文的细节修改,处处都凝结老师的心血。同样在论文的撰写过程中,武汉大学经济与管理学院曾国安教授、王

冰教授、张平教授、程承坪教授也予以悉心地指导,让我理清了思路,开拓了视野。在此,一并致以衷心的感谢!此外,对朱静女士为本书所做大量仔细的修订工作也表示深深的谢意!

王 颖

2014年3月18日

目 录

导 论	1
第一节 研究背景与意义	1
一、研究背景	1
二、研究意义	3
第二节 国内外研究综述	5
一、国外研究进展	5
二、国内研究现状	8
第三节 研究思路、研究框架和研究方法	14
一、研究思路	14
二、研究框架	15
三、研究方法	16
四、创新及不足	16
 第一章 会展经济与经济发展	18
第一节 会展的形成与发展条件	18
一、会展活动的起源与发展	18
二、会展产业形成的条件与特征	24
三、会展经济发展的基本条件	34
第二节 会展与产业结构优化	38
一、产业结构优化理论	38
二、影响产业结构演进的因素	43
三、会展经济对城市产业结构优化的作用	45
第三节 会展经济促进经济发展	50
一、会展经济专业化水平日益提高	50
二、会展经济在经济发展中的作用	53
 第二章 武汉会展业发展历程	63
第一节 武汉会展经济发展历程回顾	63

一、半殖民地半封建社会武汉会展经济发展	63
二、计划经济时期武汉会展经济发展	65
三、市场经济改革阶段武汉会展经济发展	66
第二节 武汉会展经济发展现状	68
一、会展业发展规模逐步扩大	68
二、展会专业化水平和品牌知名度不断提升	71
第三章 武汉会展经济发展的优势	78
第一节 会展业竞争力评价指标体系	78
一、竞争力理论回顾	78
二、会展目的地竞争力要素	82
第二节 武汉会展业发展的优势	84
一、社会经济发展综合条件	84
二、相关支持条件	86
三、会展市场需求条件和发展规模	90
四、政府支持政策和推广力度	91
五、发展机遇	92
第四章 武汉会展经济发展的问题和原因	95
第一节 武汉会展经济发展的问题与挑战	95
一、会展业整体发展水平不高	95
二、面临其他城市的激烈竞争	103
三、会展管理机制不健全	108
四、缺乏高素质的会展专业人才	109
第二节 制约武汉会展经济发展的原因	110
一、会展业发展行业定位不明晰	110
二、会展业关联性强的相关产业发展滞后	112
三、会展业发展未能紧密依托优势产业	119
四、缺乏有效促进会展业发展的激励机制	121
五、城市文化形象的美誉度不高	122
第五章 中外会展发展的经验及启示	124
第一节 国外会展发展的经验及启示	124

一、国际会展业发展现状	124
二、国际会展业发展模式	126
三、国际会展业发展经验的启示	131
第二节 我国会展业发展模式及启示	134
一、我国会展业发展现状	134
二、我国会展业成功发展模式	135
三、我国会展业发展经验的启示	144
第六章 武汉会展经济发展的对策	148
第一节 培植知名会展品牌	148
一、合理制定发展战略和目标	149
二、注重会展品牌的塑造和经营	150
三、重视节庆会展活动的发展	168
四、联合旅游业打造会展品牌	172
五、加强会展业发展的国际化水平	174
六、打造中国会展名城	178
第二节 构建三方互动的协调发展模式	180
一、充分发挥政府的职能	180
二、完善行业协会的职能	186
三、强化会展企业的规模与实力	189
四、实现政府、协会和企业的互动	193
第三节 加强会展在区域间的合作与共同发展	195
一、加强企业间合作	196
二、加强中部地区重要会展城市间合作	197
三、加强跨区域合作	198
四、加强专业会展人才的培训合作	199
第四节 大力发展会展专业教育	200
一、武汉会展教育发展现状	200
二、发展武汉会展教育的思路	201
结 语	208
参考文献	214

导 论

第一节 研究背景与意义

一、研究背景

随着经济全球化的迅速发展,会展业逐渐成为第三产业发展日趋成熟后出现的一种新的经济形态。作为目前全球年产值达数千亿美元的产业,会展经济已成为当今世界上许多国家经济发展新的增长点。狭义的会展(以欧洲为代表),从一种更纯粹与更专业的视角来界定,其内容仅包括会议和展览。本文的研究对象是广义的会展,广义的会展通常被称为 MICE(M: Corporate Meetings 公司业务会议;I: Incentive Tour 奖励旅游;C: Conventions 协会或社团组织会议;E: Event 事件活动)。^① 会展业属于服务业,它的发展成为一国国民经济发展、特别是第三产业发展的重要标志。会展经济,就是通过举办各类会议、展览、文体活动,在取得直接经济效益的同时,带动一个地区或一个城市相关产业的发展,从而促进经济和社会全面发展的经济现象和经济行为。会展经济是会展活动发展到一定历史阶段形成的,以会展业为中心、以相关产业为依托的跨产业、跨区域的经济活动,是国民经济的重要组成部分,具有包容性、开放性和综合性的特点。其中,经济水平和基础设施,城市区位

^① 俞华,朱立文.会展学原理.北京:机械工业出版社,2008:14

和交通条件,自然和气候条件以及城市形象,生态环境和旅游休闲条件,城市安全环境和政策优势,以及会展专业人才等诸多要素,都影响着会展经济发展的规模与水平。

2007年12月14日,国务院正式批准武汉城市圈、长株潭城市群为“全国资源节约型和环境友好型社会(以下简称‘两型社会’)建设综合配套改革试验区”。在新形势下,转变经济发展方式的重点和途径在武汉城市圈‘两型社会’的环境中有着新的要求:一是要实现产业结构轻型化和服务化,由主要依靠工业带动发展向服务业与工业共同带动发展转变。二要降低物质资源要素的投入,由主要依靠资金和自然资源支撑的发展方式,更多地向依靠人力资本和技术进步支撑发展方式转变。会展业是典型的符合资源节约型和环境友好型社会建设要求的行业,其消耗的物质能源少,获得的收益大。在探讨武汉城市圈“两型社会”的发展创新之路上,素有城市经济发展“助推器”之称的会展经济应当引起进一步地关注和研究。当前,武汉正面临新的历史机遇,促进中部地区崛起战略的实施、建设武汉城市圈“两型社会”综合配套改革试验区以及建设东湖新技术开发区国家自主创新示范区等国家重大战略聚焦武汉,这为武汉会展业的发展提供了广阔的舞台。首先,中部地区崛起战略的实施,将有力推动武汉在发挥承东启西和产业发展优势中率先崛起,不断创新,提升城市辐射力并加强带动力。推动武汉朝着建设全国重要的能源原材料基地、现代装备制造和高新技术产业基地以及综合交通运输枢纽的目标迈进,并充分发挥武汉的商业优势,构建以武汉等全国性市场为中心的商贸流通体系。第二,武汉城市圈“两型社会”综合配套改革试验区的战略实施,促进了武汉统筹城乡产业结构升级、公共服务体系建设和循环经济发展,推动了具有竞争力的“两型”产业的发展及和谐城市和宜居城市的建设。第三,建设国家自主创新示范区战略,将大力促进武汉高新技术产业产业化战略实施,加快科技优势向现实生产力转化。一系列国家战略任务在武汉纷纷聚焦,将有力推动武汉在城市

建设、产业升级、交通运输、商贸枢纽、科技创新等方面发生突飞猛进的变化,而这些都是推动会展业发展极为重要的因素,必将为武汉会展业的发展提供坚实的基础和广阔的舞台。

二、研究意义

随着经济全球化的不断发展,会展业已经成为衡量一个城市国际化程度和经济发展水平的重要标志。正因为会展业产生的经济效应和社会效应日益显著,会展经济在国民经济中地位日益凸现。在我国会展行业迅速发展过程中,城市与城市之间会展业发展规模与水平的差距也逐步拉开。

(一) 武汉会展经济发展水平现状相对落后

尽管近年武汉会展业的发展水平有一定进步,但目前武汉会展业的发展水平与其在全国的经济地位相比,严重不相称。国际展览业协会(UFI)认证的中国大陆展会有20个,湖北省目前尚无一家;商务部(2005—2006年)重点支持的31个展会中,武汉仅1个(机博会);科技部(2005—2006年)重点支持的11个展会中,武汉仅1个(华中车展);湖北省每年举办150多个展会,仅占全国总数的1.5%;湖北省的展会中,90%以上集中在传统领域,自办创新展题不足3%;95%以上的展会规模在300个展位以下,专业展会不足5%。^① 总结会展经济发达的城市其特点和规律,凡是对外开放程度较高、经济发展速度较快的城市,其会展业的发展水平也是较高的。如近年来在中部六省省会城市中,郑州经济起飞的速度之快引起了社会广泛关注,而据有关调查统计资料中显示,近年来其会展业的发展规模与中部地区其他城市相比,也是遥遥领先的。因此,在新形势下重视并加强武汉会展业的发展规模与水平,探索“两型社会”的创新之路是当务之急。

^① 朱媛媛,吴翠华.江城会展业亟待升级.楚天金报,2008-11-03

(二) 武汉会展经济发展即面临良好机遇又面临严峻挑战

在武汉市委、市政府高度重视下,大力发展生产性服务业是武汉在“十二五”期间,乃至更长时间内经济社会发展的重要任务。随着香港在武汉投资 5 亿元建设物流基地的落成,将为武汉会展经济的发展提供有利条件。武汉 CBD“欧洲之门”和武汉新城国际博览中心相继兴建,为武汉会展业的发展迎来了全新的历史机遇。在国际投资促进会和东西湖区政府的共同促进下,欲将金银湖打造成中国中部论坛之都,未来两年内,各种高规格的会议中心将不断建成。随着武汉发展会展业的硬件设施不断完善,必须进一步深入开展相关理论与实证研究工作,从而为武汉会展业持续健康并实现大跨度的发展提供理论支持。

2011 年,武汉市进入“十二五规划”实施的新阶段,在武汉市委通过的《武汉市国民经济和社会发展“十二五”规划的建议》中指出,在“十二五”阶段中,武汉将实现跨越式地发展。以加快转变经济发展方式为主线,打造全国重要的先进制造业中心、现代服务业中心和综合高新技术产业基地、综合交通枢纽基地,巩固中部中心城市地位,努力建设国家中心城市,为建成现代化国际性城市奠定基础。未来五年,武汉经济总量突破万亿,新兴产业将成为武汉重点培养的产业。武汉未来的关键,是提升产业核心竞争力,构建以战略性新兴产业为先导,先进制造业和现代服务业为支撑的现代产业体系。在服务业领域中将着重突破性发展高端服务业,使服务业成为武汉中心城区“首位经济”。其中,将重点发展金融、物流、会展、软件及信息服务、文化创意、工业设计等高端生产性服务业,同时发展现代商贸、旅游、医疗卫生等生活性服务业。由此可见,在“十二五”期间,武汉会展业即面临良好的发展机遇,但如何在激烈竞争中提升会展业发展的规模与水平,是具有挑战性的任务。因此,深入研究武汉会展业发展的现状、竞争力水平以及制约条件,并提出发展的思路与对策,有着重要的现实意义。

(三) 关于武汉会展经济发展的研究有待进一步突破。

近年来,由于会展经济对区域经济发展带来良好的推动作用,会展经济理论与实证研究不断掀起热潮。在各种期刊上,有关武汉会展经济的论文经常见到,但系统性的关于武汉会展经济理论与实证研究相结合的研究成果并不多。如自 2007 年以来,每年出版的关于会展经济研究比较有影响力《中国会展经济发展报告》、《中国会展》等专业期刊,以及会展领域各种相关著作中,都鲜有关于武汉会展经济发展的理论探讨和实证研究的成果。本课题注重理论与实际相结合,既注重研究会展经济与区域经济发展的理论深入,又注重结合武汉会展经济发展的历程和现状,客观分析其水平、优势、不足及其制约因素,充分吸取国内外会展业发展的成功经验,从而为武汉会展经济的发展提供具有实用参考价值的研究成果。

第二节 国内外研究综述

一、国外研究进展

由于发达的市场经济国家会展业发展比较成熟,有关会展经济的学术专著和研究论文较多,公开发表的有关会议和展览的专著达百余部以上。关于会展代表性的著作较早产生于 20 世纪 50 年代,主要是针对展览会进行介绍性地概括。随着会展经济发展的规模与水平不断提高,也伴随着经济学和管理学学科的深入发展,有关会展活动的服务组织、经营管理及其带来经济效应的理论探讨和实证研究,自 20 世纪 90 年代以来得到了充分的发展。

国外对会展经济发展的研究,经历了从起步到逐渐深入的研究过程,研究的视角也有着相应的变化,归纳起来国外学者对会展活动及会展经济的研究主要集中在如下几个方面:

(一) 会展产生发展历程及会展管理

国外关于展会较早的著作有拉克赫斯于1951年发表的《漫谈展览会》，1954年泰姆普莱顿所著的《商人的博览会和展览会》，1961年富兰克撰写的《展览会——有关国际设计的调查》，Hanlon A在1982年出版的《贸易展览会营销组合》，翰伦在其《Trade Shows In The Marketing Mix》一书中，详细描述了贸易博览会的发展历程与发展意义以及展览设计和成本控制等方面的内容。1991年，克里斯汀·克里斯曼的《贸易博览会展示大全》，对展览的筹备及运作管理进行了详细地论述。

(二) 会展带来的经济效应和社会效应

关于会展(MICE)所带来的经济效应与社会效应的研究，代表性的研究成果如下：Archer(1982)研究认为，在会展对经济影响的评价中，除了传统的经济功能，其他的经济效应即乘数效应应当引起足够的重视。这些影响与会展消费主体没有直接关系，却是由于会展相关消费而产生的。主要包括：新的商业发展机会，诱发新的投资，降低当地经济实体的投资成本和提高净利润以及会展举办地宣传活动所带来的长期收益。^① Hiller(1998)基于会展前向、后向和平行联系的分析，使相对简单的因果分析法得以扩展，形成了更为开阔的分析角度，并构建了广泛分析会展效应的分析框架。^② Teigland(1999)认为，由于会展活动举办会直接或间接地提升会展举办地居民的会展意识，提高会展举办地吸引力和可进入性，相关会展效应将呈叠加状态。^③

① Archer B. The value of multipliers and their policy implications, *Tourism Management*, 1982, 3(4): 236-241

② Hiller HH. Assessing the impact of mega-events: a linkage model, *Current Issues in Tourism*, 1998, (1): 45-76

③ Teigland J. Mega-events and impacts on tourism: the predictions and realities of Lillehammer Olympics, *Impact Assessment and Project Appraisal*, 1999, 17(4): 305-307