

- 基于溢出效应理论的同安区会展业
- 海南发展会展业前景探讨
- 关于把六盘水打造成为“中国节会
- 对南京会展业未来发展准确定位的
- 城市会展旅游业成长路径研究——
- 充满生机与希望的河北会展业——
- 牢固树立“首位”意识扎实推进会
- 辽西北城市发展区域会展经济的可
- 大中华会议展览业前景与展望：区
- 深化改革，以创新驱动会展名城建

搜索：

热门关注

- 城市会展旅游业成长路径研究——
- 对南京会展业未来发展准确定位的
- 成都与国内会展城市比较研究
- 海南发展会展业前景探讨
- 关于南京会展业发展“十二五”规
- 大中华会议展览业前景与展望：区
- 辽西北城市发展区域会展经济的可
- 基于溢出效应理论的同安区会展业
- 充满生机与希望的河北会展业——
- 关于把六盘水打造成为“中国节会

城市会展旅游业成长路径研究——以广州为例

来源： 本站原创 作者： 佚名 日期： 2012年05月11日 访问次数：

城市会展旅游业成长路径研究——以广州为例

范智军

【内容摘要】

会展旅游正日益成为人们喜爱的旅游形式。广州作为“国家中心城市”，一直重视会展旅游的培育与发展，目前已成为我国重要的会展旅游城市。但是，广州会展旅游也存在展览与旅游脱节、运作模式不成熟、辐射力不强等问题。因此，本文针对上述问题，剖析广州市会展旅游成长路径，从产品创新、人才培养、行业与品牌定位等角度提出相关的发展思路，以期促进广州市会展旅游业的发展，并为我国发展城市会展旅游业提供借鉴。

【关键词】

城市会展旅游；成长路径；会展业；旅游业

会展业是特定空间的集体性的物质文化的交流交易活动，是通过举办各种形式的会展，带来经济效益和社会效益的产业。旅游业是以旅游资源为凭借，以旅游设施为条件，为人们的旅行游览提供服务，从中取得经济效益的行业。两者之间存在着紧密的联系。目前，会展旅游业已成为旅游行业的新兴业态。

会展旅游主要是指MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions)，包括各类专业会议、展览会与博览会、奖励旅游、大型文化体育盛事等活动在内的综合性旅游。它以会议和展览为主要吸引物，以参展商、专业观众及与会人员为旅游者，涉及到旅游业的食、住、行、游、购、娱。

一、城市会展旅游的内涵及发展动力

会展旅游的兴起，改变了近年来我国传统旅游业发展速度减慢的问题，有力地推进了我国旅游业整体发展步伐，为我国转型期的旅游业发展注入了新的动力，成为当前旅游开发和旅游学术研究的热点。近几年来，会展旅游成为各大城市重点发展的产业，会展旅游每年以 20%左右的速度递增，目前已经初步形成了以上海、北京、广州等大城市为核心的国际会展中心城市，形成昆明、大连、成都、义乌等享有国际声誉的会展城市，更有很多城市明确地打出了“会展旅游牌”，并且根据各自的地域特色和优势，向“品牌化”道路进军，但与会展旅游发达的国家相比还处在初级阶段。我国会展旅游在产业化、专业化等方面还未形成系统，处于零散化状态，缺乏连续性、规划性和规范性，尚处于初创的“磨合”时期，会展旅游产品的开发仍然薄弱。

会展旅游对于城市发展具有巨大的经济功能，但是会展旅游的发展又必须具备一定的动力条件。城市会展旅游所处的系统是一个规模庞大和关系复杂的系统，其发展动力因素根据影响程度的不同，可以分为主要因素和辅助因素。主要因素包括城市的市场基础、产业基础、经济总量、人均收入水平、市场开放程度、对周边地区的辐射力、社会环境及旅游环境等七个指标，除此之外的其他影响因素称为辅助因素。城市会展旅游发展的主要因素在推动城市会展旅游发展方面起主要作用。一个城市的会展旅游能否持续发展，也主要看其主要因素是否具有持续的动力。不同的城市，其主要因素差异较大，因此对会展旅游的促进作用也不一样。城市会展旅游发展的辅助因素对城市会展旅游发展起辅助推动的作用。它们虽不是促进城市会展业发展的主导力量，但在引导会展旅游市场，左右会展主办机构、展商和专业观众的决策、决定会展旅游活动质量等方面有很大的影响。

二、广州市会展旅游开发存在的问题

我们以广州市为例对城市会展旅游业的发展进行深入探讨分析。近年来，广州会展旅游业从形成到发展，取得了显著的进步，但也存在一些值得关注的问题与不足之处：

1. 展览与旅游相脱节。与国际国内会展发达城市相比，广州会展旅游业高水平发展的一个重要的制约瓶颈在于会展与旅游相脱节，主要表现为重展览轻旅游，二者缺乏深度融合与互动。
2. 市场运作模式不成熟。2007年，在广州举办的487场展览中，由全市165家专业会展企业承办的展览为236场次，仅占48.46%，其余51.54%均为非会展企业（包括政府部门、商会、协会等单位 and 机构）承办。同时，参展企业及客商、观众等参与旅游等项目活动的不多，没有充分发挥广州作为我国优秀旅游城市的优势为展览服务。正因如此，会展旅游的操作模式也十分不规范，没有相应的标准及管理制度。
3. 对会展经济尤其是会议经济的认识不够充分，如重展览、轻会议，导致展览和会议两大部分发展不均衡。2007年到广州参加展览活动的外地人员大幅增长，达到386.14万人次，但来穗参加会议的外地人员仅为88.67万人次，其中境外人士大幅下降，为13.62万人次，比上年下降了29.66%；全市全年会展业拉动的旅游消费110.46亿元中，由会议拉动的为18.83亿元，仅占17.05%。
4. 会展业集聚和辐射功能有待巩固和加强。以2007年为例，广州会展业面临三个主要问题：一是境外参展商参展面积有所收缩；二是外地机构在穗办展出现较大下降；三是到广州参会境外人员大幅下降，比上年下降了29.66%。对这些问题如不引起重视，将对增强广州市会展业集聚和辐射功能、保持广州会展业地区性、国际性优势地位产生负面影响。
5. 会展旅游业国际合作相对不足，高端领域的国际合作尤显匮乏。与北京、上海、大连等国内会展业发展较好的城市相比，广州会展业良好的基础设施和地域环境优势未能充分发挥，对东盟经济区和泛珠9+2地区的辐射和影响作用亦未能充分体现。广州众多的旅游资源未能充分与会展业相结合。

三、广州市会展旅游业的成长路径

依托中国“南大门”的独特区位优势，以及运作百余届广交会（中国进出口商品交易会）的经验，广州市稳居国内会展中心城市三甲，一些国内知名的展会品牌也在广州落户。回顾广州会展旅游的发展历程，我们借鉴国内外的先进经验，剖析广州会展旅游业的成长与发展路径以促进会展旅游及相关联动产业的发展。

1. 市场化发展的经营模式

广州市在发展会展业的过程中，政府不参与展馆运营，例如承办广交会这一国际盛会的广州国际会展中心展馆，并不是由广州市政府在运营管理。事实上早在2004年，广州市人民政府就与中国对外贸易中心签订备忘录，后者正式取得广州国际会展中心的经营管理权。这是中国会展业未来的发展趋势。目前国内成功的展会大多数都是专业展会，挑选一个行业深耕市场是会展业发展的方向。

2009年，广州市从事会展活动的企业达342家，其中九成以上企业属于民营会展企业。民营会展企业的迅速崛起让政府的职能进一步淡化。广州市政府提出，传统大展仍由政府来办，但不再负责具体事务，而是进行宏观上的指导。这意味着广州市政府在会展业发展方面，正在逐步放

手,鼓励会展业向深层次的市场化方向发展。

2. 不断加强的政策支持

当一届成功的展会拉动餐饮、住宿等相关产业大幅增长时, 办展企业仅仅只能靠展位租金获取大约20%的利润。会展业这一“撒钱飞机”, 实际上把钱撒到了城市的各个角落, 切分了广州会展业最大块蛋糕的并不仅仅是办展企业。因此, 广州市政府不遗余力地扶持会展业发展, 陆续出台众多优惠政策。

(1) 对举办国际展给予政府补贴

2009年9月份, 广州市海珠区出台了《扶持会展业发展的若干意见》, 提出首次在琶洲地区举办、并承诺在琶洲地区连续举办5届以上、单届展览面积达6000平方米以上的展会, 前三届可享受最高每届30万元的补贴。在海珠区新注册成立、纳税, 或者新迁入海珠区注册、纳税的展览公司, 根据条件可获最高50万元的奖励。在海珠区注册登记、纳税的展览公司在区内举办国际性展会, 有可能累计享受最高100万元的补贴。国际著名展览公司在海珠区设立子公司、办事机构等, 可一次性获得最高20万元的资助。

2010年10月份广州市也出台相关扶持政策, 对新创办的、现时广州没有同行业及同类题材的、展览面积达5000平方米以上的专业展, 按3天实际场租的50%给予补助, 每个项目最高不超过40万元。这一系列措施给广州市众多会展企业注入了强心剂。

(2) 逐步降税减轻企业负担

广州市对会展业扶持力度最大的要属税负的降低。以往办展览是全额征收营业税, 规模大的会展公司一年要交上百万元的税款。从2008年4月1日起广州市地税局出台新规, 会展业务按“服务业—代理业”税目征收营业税, 实行差额征收, 办展单位支付的场地租金、展位搭建费、广告费、交通费和食宿费都不计入纳税范围。对于一家大型的会展公司来说, 每年至少节省了数十万元的税负。

(3) 国外展品免交保证金

从2006年开始广州海关在其门户网站设立展览业务专栏, 主办单位、参展商或其代理人可通过互联网或传真的方式办理报备手续。同时, 只要是在广州国际会展中心、中国进出口商品交易会等海关指定的场所举办展览会, 展品就不用向海关提供担保。

3. 细致全面的行业服务

会展旅游服务包括硬件和软件, 在硬件上, 要逐步健全城市基础设施设备的建设和会展旅游相关场所如场馆、会议中心、酒店等的设施设备的配备、更新, 合理进行使用和保养管理, 保证会展旅游发展的物质基础及条件。在软件上, 应不断拓宽获取国内外行业前沿信息和先进管理经验的途径, 完善服务体系, 充分利用先进技术, 特别是现代化网络技术在会展场馆建设和网络会展旅游开发等方面的应用, 创建品牌项目, 提高企业竞争力。会展业及旅游业各相关部门和单位, 应不断加强合作与融合, 创新服务方法, 提高会展旅游食、住、行、游、购、娱各环节的服务和管理质量、能力及水平。

目前, 广州会展行业的分工及服务水平已经位居国内前列, 从广告宣传到展品运输、仓储都有专业公司和办展企业打理, 参展商只需做“甩手掌柜”即可。广告宣传有专业的广告单位, 展台搭建也有专业的公司合作, 甚至连参展商的展品运输、仓储等细节, 专业的办展企业都会替参展商打理。

与展会期间餐饮、住宿行业涨价带来的苦恼相比, 客商们更津津乐道的是餐饮住宿行业的服务水平。较大的酒店宾馆在广交会期间, 都会租大巴车往返于酒店和展馆之间免费接送客人。更被业内传为佳话的是, 2004年琶洲广交会展馆启用, 广州著名涉外酒店——白天鹅宾馆, 利用独有的私家码头优势开通广交会交通船服务, 免费接送客商从酒店直达琶洲展馆。

四、广州市会展旅游业的发展思路

1. 注重会展旅游产品开发

会展旅游产品是会展旅游开展的重要支撑因素, 是旅游者对旅游活动产生愉悦体验的根本, 其种类、质量直接影响城市会展旅游的品味、层次和城市会展旅游的吸引力, 从而影响到会展旅游效益。会展旅游相关部门和企业要树立产品开发意识, 根据城市会展定位, 以满足会展旅游者的需要为原则, 注重产品创新, 开发适销对路的会展旅游产品。

2. 大力发展会展旅游教育

会展旅游的发展, 在本质上要依靠会展旅游人才的发展。在培养会展旅游人才资源方面注意教育要与会展旅游的协调、配套发展。允许、鼓励基础教育、职业教育及培训机构共同参与。广州市目前开设会展专业与旅游专业的院校不少, 各高等院校应与行业企业加强合作, 准确定位专业人才培养目标和课程体系建设, 增强人才的实用性、适应性, 重点培养专业化的 PCO 和 DMC 人才, 促进旅游业与会展业的融合互动。

3. 准确定位城市会展旅游

2008年12月, 国务院批准出台《珠江三角洲地区改革发展规划纲要(2008-2020年)》, 明确赋予广州“国家中心城市”、“综合性门户城市”等目标定位, 要求广州建成全省宜居城乡的“首善之区”和面向世界、服务全国的国际大都市, 将广州的发展提升到国家战略层面, 对广州深入贯彻落实科学发展观提出了新的更高要求, 为广州在新起点上实现新跨越提供了历史性机遇。到2020年, 广州市作为国家中心城市的功能全面增强, 全球资源配置能力和国际竞争力显著提升, 基本建成面向世界、服务全国的现代化国际大都市。

在广州的城市定位基础上, 我们应进一步确定城市会展旅游定位。目前, 城市与会展旅游存在的密切关系在我国城市运营观念逐渐被接受, 这里所指的城市运营就是把城市作为重要的国有资产来经营并使之稳步增值, 其实质就是以市场化的手段和法律允许的方式进行城市综合资源的优化配置与整合。城市经营专家认为, 定位是城市经营的关键, 是各城市领导者应首先解决好的问题。因此国家及各地方城市政府应选准城市定位进而确定会展旅游定位, 并率先创新, 以提高城市及会展旅游的核心竞争力, 形成城市会展旅游的品牌。

【参考文献】

- [1] 珠江三角洲地区改革发展规划纲要(2008-2020), 国务院, 2008年12月.
- [2] 杨保军等.国家视野下的广州城市定位(J).城市规划,2010(3): 25-31.
- [3] 许峰.会展旅游的概念内涵与市场开发(J).旅游学刊,2002(4): 56-59.
- [4] 李颜.海南会展旅游品牌构建研究(J).企业经济,2009(5): 61-63.
- [5] 黄元宗.广东会展旅游发展研究(D).广东工业大学, 2008.
- [6] 李思慧.会展旅游发展模式研究——以大连为例(D).天津商业大学,2010.

【作者简介】

范智军(1975-), 男, 汉族, 广东韶关人, 副教授, 经济师, 系副主任, 管理学硕士。研究方向: 旅游资源开发与与管理、旅游电子商务。

顶一下

[【发表评论】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【收藏此文】](#) [【关闭窗口】](#)

[上一篇:充满生机与希望的河北会展业——2010年河北省会展业发展态势简析](#)

[下一篇:对南京会展业未来发展准确定位的理性思考](#)

发表评论