

珠三角城市群会展业区域合作机制研究

——基于城市吸引力模型

○ 肖轶楠 张希华 李 玺

〔摘要〕目前，珠三角的会展业已经进入到一个以整合资源、规范发展、提升水平为主要内容的新的发展阶段。在探索、研究、确定珠三角城市会展业吸引力影响因素的基础上，以城市吸引力理论和模型构建起以广州为核心、深圳和珠海为次核心的珠三角会展业的区域合作机制，通过优势互补、资源共享、加强珠三角各城市间的合作，提高珠三角会展业持续、健康、协调发展以及整体的竞争优势。

〔关键词〕珠三角；城市群；会展业；区域合作；吸引力模型

〔中图分类号〕F127 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1006—012X（2012）—01—0057（04）

〔作者〕肖轶楠，讲师，博士研究生，中国人民大学商学院（北京联合大学旅游学院），北京100872

张希华，硕士研究生，澳门科技大学国际旅游学院，中国澳门 999078

李 玺，副教授，澳门城市大学国际旅游与管理学院，中国澳门 999078

在经济全球化和经济一体化的浪潮下，城市的竞争力不再仅仅是单个城市之间的比拼，更重要的是取决于城市所在区域的整体实力。近年来会展业之间的竞争逐渐成为在全球范围内经济竞争的一个新的热点，合作是世界经济和区域经济发展的大势所趋。加强区域会展业的合作，既是会展业发展的客观要求，也是区域会展发展的新动力。当前区域会展合作已成为一种潮流，不同范围和程度的区域会展合作已经初露锋芒。

大量的理论与实践的研究已经表明，由于所处的自然、社会、经济以及区位条件的不同，各个区域会展经济的发展总是处于非均衡状态之中，并且非均衡的会展业的发展始终贯穿于整个会展经济发展的整个过程。在区域总体发展目标之下，应该充分利用核心区域的有效能量以及自然、经济和技术方面优势，建立一个有效开发通道，形成有效区域合作机制，并以此来实现优势互补，从而进一步促进会展经济在整个区域的健康发展。

目前，珠江三角洲地区（以下简称“珠三角”）的会展业已经进入了一个以整合资源、规范发展、提升水平为主要内容的新的发展阶段。构建珠三角会展业的区域合作机制，通

过优势互补、资源共享，加强珠三角各城市之间的合作，提高会展业的综合竞争力，对提升珠三角的会展业在全国乃至在全球的国际竞争力都具有十分重要的战略意义。因此，如何采取有效的措施提高珠三角地区的竞争力，整合及优化配置目前已有的会展资源，加强珠三角城市群会展业之间的合作，已成为一个重要课题。

一、研究范围及其必要性

本文所研究的珠三角是指小珠三角，即是由广州、深圳、佛山、珠海、东莞、中山、惠州、江门、肇庆9个城市所组成的区域。城市群是伴随着工业化而出现的城市发展的高级形态，近半个世纪以来，世界上逐步形成了若干个国际级的城市群。城市群是工业化、城市化进程中区域空间形态的高级现象，能够产生巨大的集聚经济效益，是国民经济快速发展、现代化水平不断提高的标志之一。^{〔1〕} 本文所探讨的会展业区域合作是指区域之间或区域内部不同地区之间的会展经济主体（包括企事业单位、自然人等），依据一定的目标、原则和制度，将会展系统要素在地区之间进行重新配置、整合与优化，

形成规模更大、结构更佳、品牌更高的展会市场体系，以便获取最大的经济效益、社会效益和生态效益的会展经济行为。

实施区域合作，城市群除在空间上有较大的扩张外，还可以促进大、中、小城市的协调发展，最大限度地降低发展成本。如从展馆方面来说，加强区域合作，建立展馆联盟，有助于推动展览馆的管理，特别是展馆在接待用户（如接待参展商、专业观众以及主办单位时）以及整个流程运作的规范化。通过区域合作，整合珠三角各城市成员的项目、产业、场馆、人才、信息、物流等相关资源，改变过去单一城市的狭小客户群，在打造品牌方面迈进一步。珠三角城市群会展业之间的合作，可以直接提升区位的优越性，也可以在产业链布局 and 现代物流建设方面取得极大的进展。珠三角城市群在发展过程中，产生出交通拥堵、住房紧张、环境恶化等问题，经验证明实施区域合作，抱团发展，是有效克服城市病的基本途径。^[2] 综上所述，加强珠三角会展城市群的区域合作，不仅可以有效避免同类展会的恶性竞争，提高场馆的利用率，而且可以优化资源，提升区域竞争力，打造知名品牌，带来更多的正态效应。因此，加强区域合作是大势所趋，势在必行。

二、珠三角城市群城市会展业吸引力影响要素分析

城市会展业的吸引力影响要素对于确定一个城市会展业的发展定位，评价一个城市会展业的综合竞争力是至关重要的。为了更加准确、客观的确定一个城市发展会展业的吸引力影响要素，笔者进行了专家访谈。在对专家、学者的意见进行综合分析基础上，得出珠三角各城市会展业吸引力的主要影响指标，即：展馆数量、展馆面积、展览数量、展览公司数量、会展和商务服务业从业人员、人口数量、批发零售业人员数量、客运周转量、旅游业、城市经济水平、酒店数量、交通状况、政府重视程度、城市自然环境，共计 14 项（如图 1 所示）。

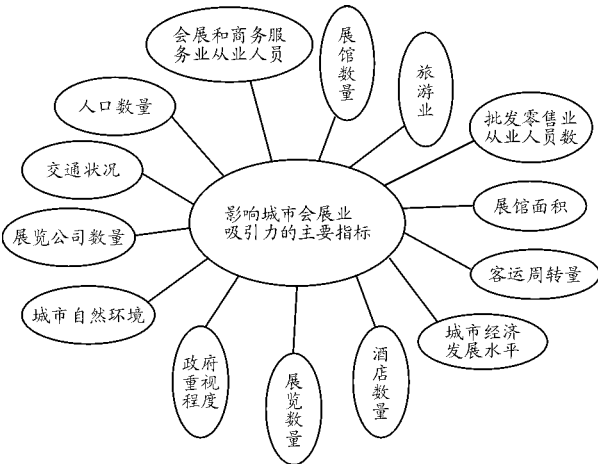


图 1 影响城市会展业吸引力的主要指标

上述 14 项内容对于会展业的合作与发展具有重要的作用。为此，在会展业合作方面，笔者将以上要素为研究方向，探讨其对于会展业区域合作的作用与影响，并构建会展业区域合作的吸引力评价模型。

三、会展城市吸引力模型构建

前面通过专家访谈已得出了 14 项影响城市会展业吸引力的指标，为了客观、准确地确定各项指标的分值，笔者将全部 14 项指标设计成了最终的调查问卷，设计问卷调查的目的是为了确定拟构建的引力模型 $F = G \times M_1 \times M_2 / r^2$ 中 M 的计算方法。F 为城市 A 对城市 B 的吸引力， M_1 、 M_2 分别为城市 A、B 的人口规模，r 为城市 A 与城市 B 之间的距离，G 为经验系数。

引力模型以牛顿经典力学的万有引力公式为基础，Tinbergen (1962) 和 Poyhonen (1963)^[3] 对其在经济学领域做了发展、延伸，提出了一个比较完整且简便的经济学模型——引力模型（方文全，2010）。^[4] 这个模型认为两个经济体之间的单项贸易流量与它们各自的经济规模（一般用 GDP 来表示）成正比，与它们之间的距离成反比。这个模型在以后很多学者的实证分析方面得到了成功的印证。同时，随着经济地理学家的关注，引力模型被广泛应用于各类文献之中。引力模型的一个重要特点是它的基本形式保持不变，只要对参数和分量的定义作出适当的改变，就可将引力模型应用于不同的问题。

本研究的调查对象为会展业专业从业人员、会展活动参与者、会展业相关学者及研究人员，具体包括会展场馆工作人员、会展服务企业人员、与会展相关的酒店工作人员、展览公司人士、会展协会人士、会展专业学生、旅行社会展部人员、政府工作人员。本次调查共计发放问卷 200 份，回收 181 份，回收率达 90.5%；其中有效问卷为 172 份，有效率为 95%。

综合整理本次调查的有效问卷，通过算数平均法得出各指标的分值，根据各指标的分值，以此来确定各指标的权重值（见表 1），其权重计算公式为：

$$W(\text{权重值}) = \sum X_n / \sum X_1 + \sum X_2 + \sum X_3 + \dots + \sum X_n$$

表 1 各指标的权重值

编号	影响指标	指标解释	指标样本均值	指标权重 (%)
1	展馆数量	指展馆的多少	9.32	10.17
2	展馆面积	指展馆的室内、外总展览面积	9.06	9.88
3	展览数量	指每年举办展览的次数	9.15	9.98
4	批发零售业从业人员数量	指两者从业人员数量	3.24	3.53
5	展览公司数量	指展览公司的规模、性质等	8.69	9.48
6	会展和商务	服务业从业人员指会展人才及相关从业人员的规模和素质	8.87	9.68

7	人口数量	指常住人口	3.63	3.96
8	客运周转量	指在一定时期内运送旅客数量与平均运距的乘积	4.25	4.64
9	旅游业	用旅游过夜人数表示	5.21	5.68
10	城市经济水平	用人均 GDP 表示	8.13	8.87
11	酒店数量	指三星级以上酒店的数量	6.08	6.63
12	交通状况	公路通车里程	5.42	5.91
13	政府重视程度	政府的财政支出/对商务服务业的投入	7.26	7.92
14	城市自然环境	用城市绿化率表示	3.35	3.65

城市质量是一定时点城市功能的优劣程度，本文中 M 的确定是通过专家访谈得出的综合指标，主要因素包括：展馆数量、展馆面积、展览数量、展览公司数量、会展和商务服务业从业人员、人口数量、批发零售业人员数量、客运周转量、旅游业、城市经济水平、酒店数量、交通状况、政府重视程度、城市自然环境等 14 项主要指标。万有引力公式中的 r 是指物体的空间距离，但在城市引力模型中简单应用空间距离无法体现城市间的引力关系。对于城市这样一个具体的经济主体来说，距离更多地包含了非空间因素，尤其是在市场经济条件下，距离已经异化成了一种时间成本的概念。本文把 r 改设为一个时间距离的数值。

综上所述，此模型 $F = G \times M_1 \times M_2 / r^2$ 的构建过程经历了 3 个步骤：一是通过专家访谈确定了公式中 M 的主要 14 项影响指标，二是通过调查问卷确定了 M 值的权重，三是经过修订 r 之后，最终确定了该模型；该模型的构建，可以将珠三角各会展城市之间的相互吸引力具体量化出来，为寻求区域合作模式提供依据。通过整理以上各个城市之间的相互吸引力 F，得出以下每两个城市之间的相互吸引力汇总表（如表 2 所示）。

表 2 各城市相互吸引力汇总表

各城市之间的相互吸引力汇总表									
城市	广州	深圳	珠海	佛山	江门	东莞	中山	惠州	肇庆
广州									
深圳	426.80								
珠海	193.17	90.37							
佛山	7913.97	102.84	73.63						
江门	198.95	22.09	71.67	115.84					
东莞	2016.83	569.24	102.34	288.18	228.67				
中山	470.59	99.67	323.39	184.12	203.19	107.80			
惠州	120.60	352.14	14.14	24.41	5.88	180.79	15.54		
肇庆	135.73	16.90	12.78	50.87	15.51	18.37	15.38	4.48	

上述各城市之间的相互吸引力可以用图 2 表示。

相互吸引力介于 0 ~ 100 之间的组合有 16 对，因吸引力太小，对研究意义不大，故未在图中表示出来；相互吸引力介于 100 ~ 300 之间的组合有 13 对，分别为广州和珠海、广州和江门、广州和惠州、广州和肇庆、深圳和佛山、珠海和东莞、佛山和江门、佛山和东莞、佛山和中山、江门和东莞、江门和中山、东莞和中山、东莞和惠州，在图 2 中用 1.5 磅的线条标示出来；相互吸引力大于 300 的组合有 7 对，分别为广州和深圳、广州和佛山、广州和东莞、广州和中山、深圳和东莞、

深圳和惠州、珠海和中山，为使显示明显，在图 2 中用 5 磅的线条表示出来。

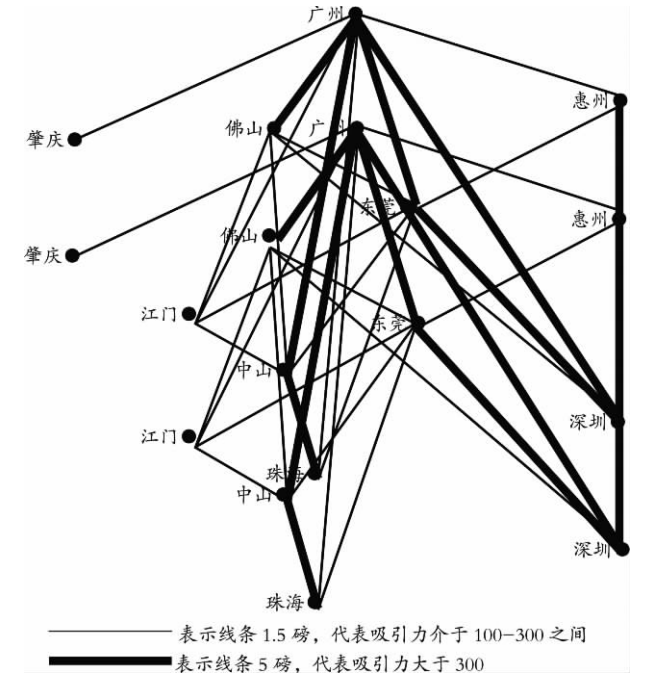


图 2 珠三角九城市之间的相互吸引力

四、珠三角城市群会展业区域合作的模式

根据珠三角各城市之间的相互吸引力结构图，结合产业发展规划表及城市之间的关联性，笔者将珠三角地区城市群划分为以下三大都市区：

1. 以广州、佛山为中心的中部都市区

表 2 中，最引人注目的是两个超大的吸引力，即广州和佛山之间的相互吸引力为 7913.97，广州和东莞之间的相互吸引力为 2016.83；吸引力超过 300 的 7 个组合中，广州出现的频率为 4 次，居各城市之首，名副其实地将成为珠三角城市群的核心。广州和佛山两者之间超强的相互吸引力，不同的产业发展规划以及邻近的地理位置（相距仅为 25 公里），决定了两者可以强强联合，共同打造成为珠三角中部都市区。

中部都市区的产业重心，应该充分发挥广州作为省会城市的优势，增强高端要素集聚、科技创新、文化引领和综合服务功能，进一步优化功能分区和产业布局，重点发展汽车、电子、石化、装备制造业及金融服务、电器、金属产品、通讯设备、计算器、通讯设备制造业等产业。广佛中部都市区形成以后，广州可以将其产业进一步向第三产业集中，空间上协调发展北部，加快广州东部、南部地区以及佛山市西部和南部地区的开发。

在会展业方面，作为广佛共同的优势产业，会展业已成为佛山第三产业中一个蓬勃发展的新兴行业，而广州更是有广交会这样的世界第三大会展。如今，佛山会展业可与广州

衔接和配套,使目前广州较高的会展水平对佛山的辐射进一步加强。广佛联手利用便利的交通优势,丰富的会展人力资源,现代化的展馆设施,发展总部经济,这恰与两市发展现代服务业的思路完全一致的。

2. 以深圳为中心,包括东莞、惠州两大副中心的东岸都市区

表2中,吸引力超过300的7个组合中,深圳出现的频率为3次,仅次于广州(广州出现的频率为4次),其中,深圳对东莞和惠州的吸引力分别为569.24和352.14,加之三个城市同在珠江口的东岸,有着便利的交通设施,因此可以打造以深圳为“次核心”的东岸都市区。东岸都市区,市镇比较密集,北接广州,南连香港,这一区域的产业发展重点应发展以对外商贸为主的第三产业,包括工业开发与研究相结合的科研事业及通讯器材、电子仪器、专业性技术、能源化工等工业,努力打造全球电子信息产业基地;培育惠州临港基础产业,建设石化产业基地;大力发展金融、商务会展、物流、科技服务、文化创意等现代服务业,推进产业结构优化升级,尤其是东莞,构建区域服务和创新中心。

深圳是会展业发展较快的城市,每年有几十个国际会展在深圳举行,其中“中国国际高新技术产品交易会”成为国内影响较大的国际性会展。作为新兴的工业城市,惠州非常重视会展业,已成功举办了两届“中国惠州国际数码节”,尤其是新的展馆2009年刚刚落成,这为今后的会展发展奠定了良好的发展基础;东莞的展会集中在工业展,深圳则以高科技展、时尚展、文化展较多,但也有家具展等工业展,彼此之间的产业有些相同,因此存在竞争关系。建立东岸都市区的目标是:确定区域内各市会展业的大体分工,统筹规划深圳、惠州及东莞三地的会展业,即深圳要重点发展通讯设备、电子、金融、高科技等高端展会;东莞要结合本地作为“世界工厂”的产业特色,着力发展服装、纺织、家具、玩具、模具、现代服务业、创意产业等方面的展会;惠州要重点发展电子、石化、汽车等工业展,将深惠莞三地建成国内外知名的会展中心,从而形成以“以大带小,以强带弱,以旺带淡”的模式来运作。

3. 以珠海为中心,包括中山市、江门市以及肇庆市的西岸都市区

表2中,吸引力超过300的7个组合中,中山出现2次,珠海出现1次,从地理位置上来说,中山和珠海相邻、二者之间的距离仅为50多公里,且二者都是处于珠江西岸的城市。相对于拥有众多“明星城市”的中部和东部都市区,西岸都市区的光芒相对弱一些。这一区域包括珠江口以西、银湖以东的地区,主要包括珠海市、中山市、江门市以及肇庆市。这一区内中心城市集聚程度较低,实力较为均匀,各城市发展协调性不强,因此,珠江西岸一直是珠三角发展较为缓慢的地区,这也决定了这一地区的发展核心是要努力提高产业和人口集聚能力、增强要素集聚和生产服务功能、优化

城镇体系和产业布局。

西岸都市区的产业发展重点是:加大对基础设施的投入、调整产业发展布局,努力发展要依托于港口运输的大工业,如能源、新材料、重化工、造纸业、船舶业、机械工业及高技术的医药微生物工程、依托良好的旅游资源,大力发展旅游业,以及以物资转运为主的港口贸易等产业。具体来讲:珠海要打造海洋工程装备制造基地、航空产业园区和国际商务休闲旅游度假区;中山要着力建设临港装备制造、精细化工和健康产业基地;江门要开拓先进制造业重点发展区;肇庆要发展成为传统优势产业转型升级集聚区。

虽然在吸引力超过300的7个组合中,中山出现2次,珠海出现1次,比中山少了一次,但这里需要特别指出的是珠海地理位置特殊,它毗邻澳门,且每两年举办一次国家性质的中国航空航天国际博览会,且目前中国航展在世界上的影响力也在逐渐增强,对于西岸都市区来说,可以充分利用目前珠海航展的国内外影响力,依据各城市的产业发展特点,扶持各自的特色产业和优势产业,培育富有各自城市特色的品牌会展,将优质资源集中于合适的会展城市集中发展是实现城市间功能互补,产业合理分工的重要依据。

因此,珠江口西岸确定以珠海为另一个“次核心”,以此带动其他三个城市协调发展是可行的。根据产业发展规划表及城市的关联性,具体来讲,中山和珠海可以联合举办电子类或者生物医药及医药化工之类的展会;而中山和江门亦可以联合或者轮流举办与船舶业相关的展会;中山和肇庆可以在新能源新材料、装备制造业之类的展会上加强合作,实现共赢。

综合以上分析,富有成效地构建珠三角会展都市圈,各城市之间有必要加强合作,以形成以广州为核心,深圳和珠海为次核心的会展城市体系,提高珠三角会展业的持续、健康、协调发展以及整体的竞争优势。

参考文献:

- [1] 潘允康. 论中国城市化进程中的大都市圈战略 [J]. 河北学刊, 2008, 28 (05): 136.
- [2] 陈章喜. 论珠三角城市群的组团式发展 [J]. 开放导报, 2006, (01): 87-90.
- [3] Robert Davisoon. An Instrument for Measuring Meeting Success: Revalidation and Modification [J]. Information & Management, 1999, (36): 321-328.
- [4] 方文全. 沪港双城记: 基于引力模型的实证分析 [J]. 上海经济研究, 2010, (11): 1-6.

责任编辑: 杨静仪