



基于产业价值链视角下城市会展业发展模式研究

——以南昌市为例

□ 刘 璘 黎 明 罗 焰

[摘要] 会展业作为前景广阔的朝阳产业,对相关产业具有极强的带动作用。为顺应会展业专业化、规模化、国际化的发展趋势,越来越多的城市逐渐加大会展业的建设投入,在展馆经营、展会策划、展会招商及展会运作等方面均取得不俗的成绩。本文以南昌市为例,结合近几年南昌市会展业与相关行业发展的数据,将会展业定位为新型服务业。从产业价值链的视角出发,深入分析南昌会展业的发展特征,细致解析会展产业链条中各环节的相互关联性,并对南昌市会展业的盈利模式进行探讨,力求寻找南昌市会展业发展模式的新思路。

[关键词] 会展业; 产业价值链; 发展模式

[中图分类号] F713.83 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-5024(2013)08-0122-04

[基金项目] 江西省高校人文社会科学研究项目“南昌市会展业发展模式与战略的多视角研究”(批准号:JJ1251)

[作者简介] 刘 璘,江西科技师范大学商学院讲师,硕士,研究方向为区域经济;

黎 明,江西科技师范大学理工学院副院长、副教授,研究方向为企业经济;

罗 焰,江西科技师范大学经济管理学院副院长、教授,研究方向为会计理论与实践。(江西 南昌 330013)

Abstract: As a sunrise industry with a broad prospect, the MICE industry has a strong driving force on related industries. For the development trend of MICE industry's specialization, scale and internationalization, more and more cities have increased the investments in the construction of MICE industry, and achieved good results in the exhibition business, planning, investment and operation. Selecting Nanchang City as a research case and starting from the perspective of industrial value chain, the dissertation analyzes the development characteristics of urban MICE industry and mutual relations of each part of MICE industry chain, and explores the Nanchang MICE profit model in order to find out the development mode for MICE industry in Nanchang City.

Key words: MICE industry; industry value chain; development models

近年来,学界对城市会展经济的研究如火如荼,大多将会展业作为一种新型经济形态,强调会展业对城市经济的引擎与助推作用。笔者认为,会展业作为现代服务业之一,利润增长快、产业关联度高、辐射带动力强,是城市实现经济价值和社会价值快速提升的重要支柱产业。那么,如何更好地实现会展业的规范管理 with 理性发展?如何在实现会展业保持强劲增长势头的同时,更好地追求质量上的增长?这些都成为我国城市会展业发展中的重要命题。南昌市作为中部地区的省会城市之一,近几年,为着力打造“中部会展明珠”品牌,不断加大

对会展业的建设力度,在展馆建设与投入、展会规模与数量、会展品牌设计与塑造等方面都有了长足进步,稳步进入城市会展经济发展的快车道。本文拟选择南昌市作为个案,对城市会展业发展模式进行研究。会展业的大发展,不仅为南昌创造了可观的经济效应,催生和拉动当地相关产业的发展,而且加速了地区间的人文交流,大大提升了城市软实力。与此同时,我们也应看到,南昌市会展业在快速发展的进程中,逐渐暴露出一些问题,如重复办展、多头办展、参展商满意度下降、展会质量差、宣传力度弱等。在“十二五”规划中,南昌市将会展

业定位为现代服务业的主导产业。据此定位,本文拟从产业价值链的新视角出发,深入剖析南昌会展业发展的现状,在细致解构南昌会展产业价值链的基础上,力求寻找南昌市会展业发展模式的新思路。

一、南昌市会展业发展特征

2002年,南昌市举办了首届金秋经贸月活动,由此,拉开了南昌市对外交流的展会序幕。2004年南昌会展业进入起步发展阶段,2005-2006年南昌共举办各类展览活动达170余项,会展交易额约25亿元。2007年南昌市开始引进“国展”,2008年数项全国性、国际性展会活动相继在南昌市成功举行。自此,南昌市会展业进入快速发展阶段,国际化、专业化、规模化、品牌化特征逐渐显现,产业规模发展迅猛。综观近几年南昌会展业发展现状,主要特征表现如下:

(一) 展会数量与规模逐年扩大

据近几年统计数据显示,自2007年,南昌市会展经济表现十分活跃,会展交易额逐年攀升(见图1),展会专业观众及观摩人数屡创新高(见图2),参展商由2008年的0.78万家增加到2011年的1.1万家。2006年南昌大型展会次数突破100次,2011年更是成功举办130余次展会。“十二五”期间,南昌市每年展会数量年均增长20%以上,“十二五”末全市举办展会数达250项以上。截至2012年12月,南昌市已连续5年被评为“中国十佳会展城市”。

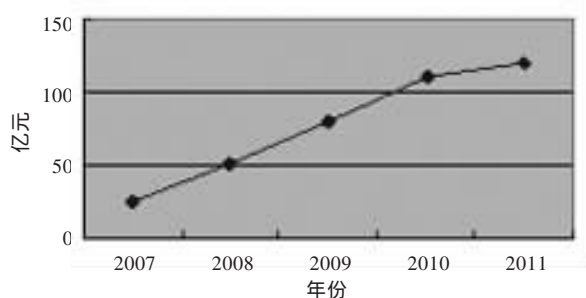


图1 2007-2011年南昌市会展交易额

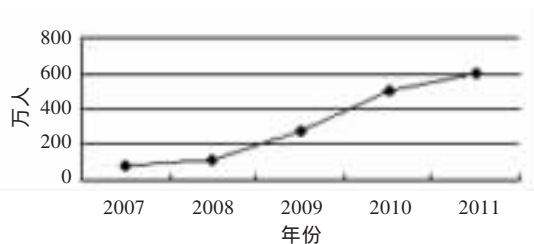


图2 2007-2011年南昌会展专业观众及观摩人数

资料来源:南昌会展网 <http://hzb.nc.gov.cn/> 会展管理公布的数据。

(二) 展会配套设施趋于完善,办展能力大幅提升

目前,南昌专业会展推荐展馆主要有江西省体育馆、江西省展览中心、南昌市国际展览中心等。其中,南昌市国际展览中心拥有室内展示面积达6.1万平方米,可搭标摊(3×3M)1005个,室外展示面积达到10万平方米,一改以往多以露天展、室外展为主的状态,有效室内展览面积激增,办展容量大幅度增加。政府在展馆专业化、现代化建设上加大投入,办展效率有所提高,近年来南昌逐年增加的展会数量和规模便是例证。“十二五”期间,展会面积年均增长20%以上,“十二五”末全市展出面积达250万平方米以上,展馆展示面积达15万平方米以上。此外,为完善会展服务功能体系,南昌市在餐饮住宿、交通运输、旅游休闲等领域科学规划、加紧建设,以满足承接各种国际性大型展会的配套设施要求。

(三) 会展项目多样,层次不高

近几年,南昌承办会展数目不断增加,2011年多达130余次,参展行业涉及汽车、食品、家装、家具、建材、服装、机械、医疗、文化等项目。除发展本土节事活动,如“赣台会”、“红博会”、“美食节”等之外,南昌还先后承办了一系列具有影响力的全国性、国际性会展。2008年在南昌成功举办的中国绿色食品博览会,交易额达29.36亿元,曾创下南昌会展奇迹。在会展业快速发展的过程中,南昌现有中大型全国性展会多为行业展会,本土展览项目缺乏影响力,会展业的市场化、国际化和品牌化程度不高。

(四) 会展经营主体多元化,产业化程度不高

当前,南昌会展主要是采用政府主导型模式,多由政府机构组织承办重大经贸洽谈展会或综合性展会。近年来,南昌市开始鼓励民营、股份、外资等各类资本进入会展业市场,专业性会展公司不断涌现。据不完全统计,目前南昌从事会展服务的企业有100多家,从业人员1000人左右,但是,这些会展公司资质管理混乱、规模不一、办展条件相对较差。此外,会展人力资源开发滞后,从业人员专业技能和服务水平普遍不高。

二、南昌市会展产业价值链分析

(一) 关于南昌市会展产业链的描述

所谓会展产业链,是指在一定区域内,围绕某一会展主题,以所在区域的产业基础为依托,借助场馆等设施,以人流、物流、资金流和信息流相互交融的价值链为内核,将会展业的主要参与方(组展商、参展商、服务商、专业观众及一般观众)和相关方(餐饮酒店、装饰装修、交通运输、文化旅游、餐饮娱乐、广告传媒)联合起来所

形成的产业关系。我们可以将会展产业链划分为上、中、下游环节。上游环节即是会展项目的准备阶段,由组展商完成会展项目策划与开发工作。中游环节是会展项目的实施阶段,由组展商依据展会主题及定位,响应参展商的需求,协同服务商完成场馆设施外观与内部布局设计,最终将项目落实到实处。下游环节主要由会展活动的代理商或分包商完成,具体职能包括如物流代理、旅游代理、广告代理、场馆安装代理等。上中下游环节各司其职但又相互联系,有机地将会展策划、会展招商、会展宣传、会展经营、会展服务等多项价值活动整合起来,最终系统化生成一个完整的链状结构。

(二) 南昌市会展产业链的价值获取

1. 会展业内部经济性。这主要是指由会展产业内部因素所带来的价值。会展业务流程是由会展策划与组织、场馆规划与布局、展会宣传与推介、布展及提供展会产品等一系列活动构成,高效运作每项环节是实现会展高利润的基础。因此,展会组织方应在精细构架会展业务流程基础上,梳理各项环节的价值关联,认真核算各项环节的利润获取情况。只有这样,会展业的高利润价值才能得以体现。对会展组织方而言,会展利润一般超过 25%,有的甚至高达 50%,经济效益相当可观,其内部价值主要有三方来源:第一,资源价值。如场馆、展位、展具租赁收入等。第二,服务价值。展览公司通过整合社会性服务资源,根据参展商的需求,积极引进、开发与设计会展项目,提供布展、广告策划等增值性服务所得的收入。第三,品牌价值。通过成功举办品牌展会,会展城市打造品牌展会、特色展会,从而吸引更多的参展商参与会展,实现规模经济。

2. 会展业外部经济性。会展业对经济的拉动作用,不仅体现在产业内部的盈利性,还体现在会展业创造的社会价值方面。第一,发挥产业延展效应。会展业是关联度极高的产业,不仅自身市场潜力巨大,而且对南昌市服务、旅游、餐饮、通信、住宿、广告、交通等经济部门的发展有非常强的关联带动作用。据专家推算,展览业的产业带动系数约为 1:9。也就是说,举办会展本身的利润可达 10%,但其带动相关产业发展的利润可达 90%。第二,增加社会就业机会。会展业是劳动密集型产业,它可为社会提供大量就业机会。单就展览本身来说,据测算,每增加 1000 平方米的展览面积,就可创造近百个就业机会,加之产业的关联性,进而更可带动相关行业数十万人就业。第三,提升城市形象。南昌市会展业尤其是全国性、国际性会展业的发展,需要城市在交通运输、酒店服务等配套领域优先发展,这必然促进城市基础设施建

设,加快美化市容市貌。通过举办会展,还能够大大促进各国和地区间的人文交流,不断提高南昌的国际知名度与美誉度。

三、南昌市会展业发展模式的战略性思考

(一) 一切服务于参展商,建立以参展商为中心的会展业赢利模式

在会展产业价值链中,会展参与主体主要包括组展商、参展商、服务商、专业观众和普通观众。其中,参展商作为会展业的外部顾客,是会展服务利润链的终端节点,其对会展服务质量评价的高低以及是否愿意连续参展,直接影响到会展业的价值获取及可持续发展。成功的专业展会离不开参展商的参与,而品牌展会更离不开参展商的长期支持。因此,为参展商提供优质的产品和服务,获得参展商的满意及忠诚,是实现南昌会展业又好又快发展的必要条件。为此,我们在梳理南昌会展产业价值链中,应从 4 个方面加强参展商关系管理:第一,善于捕捉、分析参展商的偏好。只有全面而深入地了解参展商的参展需求、产品定位、寻求合作的贸易方式及目标顾客情况,我们才能做好有针对性的服务。第二,积极响应参展商的需求,主动提供个性化服务。根据所了解的参展商的具体需求,我们才能对展会进行科学定位,有针对性地组织专业观众,在会展现场提供一系列高效服务,最终提升参展商与专业观众的数量及质量。第三,提供优质产品及服务,取得参展商的最大满意与长期信任。伴随着展会水平的不断提升,参展商已不再满足通过展位费来换取短期的经济利益,他们希望得到的是长期的服务和长久的综合利益。因此,要保持与参展商长期的合作关系,展会推广要对路。第四,建立参展商数据库,识别 VIP 参展商,加强参展商信息分析工作,对 VIP 参展商提供有针对性的激励政策,强化续展力,以期形成合作的良性循环。

(二) 积极尝试多种运作模式,实现由政府主导型会展向政府市场型会展的转变

按照展会经营主体标准划分,会展模式可分为政府主导型、政府市场型、市场型、协会型 4 种运作模式,市场化程度不一是这 4 种模式的根本区别。会展市场化程度的高低决定了会展专业化及规模化发展水平。政府主导型会展模式是以政府为经营主体,由政府提供会展资源,组织承办展会活动;政府市场型会展模式是以政府作为展会的调控者和服务者,政府提供场馆等硬件设施,展会运营更多采用市场运作;市场型会展模式是以专业会展机构组织运作会展,专业性最强,但采用这种

会展模式需要较为成熟的市场条件和相对宽松的办展环境;协会型会展模式是将协会作为政府与展览公司的“桥梁”,由协会充当展会的核心机构,协会成为承上启下的信息及资源枢纽。对应政府,协会代表行业利益,可以获取政策支持,对于展览公司提供信息、培训等各项办展资源。近几年,南昌会展业虽有较快的发展,但仍处于初级阶段,多为政府主导型会展,政府在定位会展产业、规范会展管理、健全会展准入机制、整合办展资源等方面发挥了积极的作用,带动了南昌会展业的快速增长。同时,会展业过浓的行政性色彩,在一定程度上又限制了南昌会展业的专业化与规模化发展。组展商多元化、会展市场化已是当前会展业发展的主要方向。因此,南昌会展业应积极尝试多种运作模式,逐渐发展成为以专业展览公司为主、以政府参与为辅的政府市场型会展模式,以此更为充分地激活会展市场的活力。

(三) 优化会展产业环境,完善会展服务体系

任何一种产业的发展都需要大气候、大氛围。当前,南昌立足“区域会展中心”定位,着力打造会展名城,在培育会展产业环境方面制定了一系列支持性政策,但办展环境不成熟、会展公司良莠不齐、人才匮乏、会展行业协会尚未组建等仍是南昌会展业发展的短板。因此,一方面,我们需要积极引进一批有实力的品牌会展公司,学习借鉴先进的管理运作模式,借助国内成熟的品牌展会,培育高素质的专业人才;在会展公司组织形式上,鼓励通过收购、兼并、联合、参股、控股等形式,实现集团化经营。另一方面,在转变经营模式的同时,我们应引入市场竞争机制,扶持一批服务水平高、经营规模大、核心竞争力强的本土会展公司,让更多的本土专业会展机构有更多的机会更深层次地参与到展会策划、展商招募、展会运作及各项会展服务当中,不断累积办展经验,为本土会展机构创造快速成长的机会。通过以上两种路径,“借鸡生蛋”,进一步做大南昌市会展经济。此外,南昌市应加大会展人才培训力度,以多种培训的方式,加强对会展从业人员的专业技能和职业素养的培训;健全完善会展人才标准认证体系,促进会展人才的合理流动。同时,积极引进会展策划师、会展设计师、会展高级项目经理等会展专业人才,并着重引进一批具有先进的管理理念和丰富的项目策划、市场运作经验的会展高端人才,解决会展人才短缺问题。与此同时,我们应将会展服务流程规范化、标准化,建立较为完善的会展服务体系,为参展商及观众提供一流、高效的会展服务。

(四) 大力发展电子展会模式,实现线上线下共赢效应

与传统实体展会不同,电子展会借助计算机网络技术,提供线上展厅、虚拟网展,突破时间、地域、空间局限,表现出信息量大、交易成本低、交易效率高等优势,对于组展商、参展商、观众而言更具便利性。通过电子展会,组展商既可创新有形展示形式,又能摆脱异地展会、展位不足等难题;对于参展商而言,电子展会可以通过低成本的展品推广和多方位的展示效果,大大提升参展商的盈利水平;对于观众而言,电子展会使其不拘时空选购商品,享受展会服务成为可能。电子展会作为传统展会的补充,可以让更多的人在更广泛的时空范围内了解产品,体验展会。因此,从长远来说,电子展会必将成为传统展会的必要补充。因此,南昌市应积极探索和发展电子展会模式,这样既有利于提升展会形象力、影响力和竞争力,也有利于各参展主体相互沟通,加速资源优化配置,提升社会经济文化福利。

(五) 加快特色会展建设,打造会展经济品牌

南昌市要实施会展品牌战略,应从如下方面着手:一是整合优化资源,积极申办全国知名会展。南昌会展业要树立品牌意识,多打造些像“绿博会”等有影响力的全国性会展。二是要大力培育本土的品牌会展。当前南昌市重点发展汽车及零部件、光电光伏、大飞机及零部件、软件和服务外包、生物和新医药五大战略性支柱产业。南昌市会展业应立足优势产业,打造具有区域特色,能够充分发挥自身优势的品牌展会,通过特色展,拉动当地消费与投资需求,催生产业链相关行业的创新性发展,进一步优化产业结构,促进区域间的文化交流活动,创造新的利润增长点。

参考文献:

- [1] 孙艳. 南昌会展经济发展对策研究[J]. 金融与经济, 2010, (3).
- [2] 刘瑛, 黄丽华, 周小兰. 对南昌市会展经济发展的认识与思考[J]. 南昌高专学报, 2006, (3).
- [3] 余向平. 会展产业链的结构及其延展效应[J]. 商业研究, 2008, (8).
- [4] 孟淑娟. 会展产业链盈利模式分析[J]. 经济研究导刊, 2010, (11).
- [5] 吴开军. 会展产业链刍议[J]. 科技管理研究, 2011, (3).

[责任编辑: 李小明]