

浙江四大会展城市个性辨析

文/丁萍萍

浙江属全国会展业相对发达地区。据统计,2005年浙江省共举办各类展览430个,展览总面积达261.57万 m^2 ,其中杭州83.73万 m^2 ,宁波60万 m^2 ,义乌24.3万 m^2 ,温州10.89万 m^2 ,四大会展城市的展览面积占全省的70%。本文对浙江四大会展城市各自的优势进行了比较分析,并提出了四大会展城市个性定位设想。

一、杭州会展城市个性

杭州综合优势突出,是浙江办展基础最好的城市。约占杭州会展总量1/4的西湖博览会是浙江会展的“金字招牌”。杭州展览公司众多,且各有其主营方向,有一些公司已积累了近20年的办展经验。杭州的会展业配套能力也在省内首屈一指,为会展业提供配套服务的策划、广告、搭建、礼仪、运输等公司有300多家,形成了一定的集聚效应和协同效应。

(一) 杭州会展优势资源

1.文化和经济优势。杭州城市文化底蕴深厚。在会展业方面,杭州是我国的先导城市。近年来杭州相继获得了中国十大最具经济活力城市;2004十大协调发展城市(首位);大陆最佳商业城市(首位);联合国人居奖;中国最具眼球效应的城市(首位);中国总体投资环境最佳城市(首位);等10多项国家级、世界级荣誉。依据中国社会科学院发布的“2005年中国200城市竞争力排名”,杭州城市综合竞争力排名第五,仅次于上海、深圳、广州、北京。

杭州的经济活力来自于创业环境、投资环境、人居环境的优美和谐。

2.行政优势。杭州是全国经济发展最快的浙江省省会城市。

3.地缘优势。临近我国第一大会展城市上海的优越区位,使杭州发展会展经济既可就近从上海“取经”,同时又有吸引上海厂商及赴沪外商来杭办展、观展的便利条件。

4.旅游优势。杭州是世界著名的旅游城市,可发挥“以旅促展、以展带旅”的独特优势,加上浙江经济基础好,购买力强,对参展商吸引力大。

5.创新优势。杭州是一个富有创造力的城市。1929年西博会就有许多创举。如发行有奖游券和纪念明信片,建小铁路让市民坐火车看博览会、建博览会桥、博览会纪念塔等。其他方面,象西湖周边公园免费开放、西溪建成中国第一个湿地公园、“12345”市长电话的设立等均在全国开风气之先。

综合以上分析,杭州具备发展会展业的优越条件,但会展经济现状相对滞后于城市经济的发展。

(二) 杭州会展城市个性定位

杭州市会展业的发展目标是:“到2020年成为全国最著名、国际有影响的会展城市。”从杭州的城市特点出发,杭州会展城市个性定位可设想为:

1. 国际定位

杭州在中国的城市中规模还算不上太大。尽管发展速度快,但城市国际化程度偏低,国际地位远不及上海、北京、广州等特大城市。

一般认为,国内外会展中心城市大体上可分为三种类型:①具有市场优势的城市。即经济发达、金融贸易集中的地方(如纽约、法兰克福等欧美国家的多数会展名城);②具有旅游优势的城市。即有鲜明地方特色,令世人向往之地(如日内瓦、新加坡、香港、拉斯维加斯);③具有产业优势的城市。即某一项产业或某几项产业颇具世界影响力之处(如底特律的汽车、科隆的五金刀具等)。杭州与国内其他城市相比,市场、产业、旅游三大优势兼备,拥有得天独厚的会展资源条件。因此,不妨把杭州会展业定位于经过若干年的努力,成为在国际上具有相当知名度的会展旅游城市。

2. 区域定位

依据经济学的理论,协调可以提高资源配置的效益,降低增长的成本。杭州会展业要赢得快速发展,就必须加强与周边地区的协调,也即要处理好省内与宁波、温州、义乌等城市的关系,省际与上海、南京、福州、厦门等城市的关系。特别是要处理好与上海的关系。

杭州会展的区域定位应为我国东部沿海地区的重要会展中心城市、上海的会展联动城市。

3. 专业特色定位

由于杭州具有突出的旅游、人居优势,与展览业相比,杭州发展会议业的优势显得更为突出。曾有专家认为,杭州应成为“东方洛桑”。目前杭州的大型国际会议中心已经开始兴建,硬件设施

将大大改善。杭州应当及早打出“会议中心城市”的口号，目标是成为一个著名的国际会议中心。

在展览业方面，杭州要走以特取胜之路。不求最大、但求最佳。在展览主题方面，应以提高生活品质类的展会为主。

4. 规模定位

受硬件设施所限，目前杭州应以举办专业性会议为主，会议规模一般不超过500人。展览也以中小型展览为主，单项展览的展位数大多不超过500个。待在建的一批大型会议中心和展馆建成，即可承办超大型国际会议，展览也可考虑扩大规模。但即使到那时，杭州的会展业仍然不是以规模之大取胜，而是以服务质量之优名扬天下。

二、宁波会展城市个性

(一) 宁波会展优势资源

1. 产业优势

宁波是华东地区重要的能源、化工、钢铁、机械生产基地，纺织服装、轻工、汽配、家电、五金、文具等产业发达，电子信息、新材料、生物医药等新兴产业也发展迅速。因此，宁波提出了“依托产业、服务产业、提升产业”的办展方针，这一方针经几年来的展会实践检验切合宁波实际，对宁波会展业的未来发展具有重要的指导意义。

2. 政策优势

宁波市政府发展会展业的决心以及对会展业的支持力度很大，做好会展的雄心加上相关扶持政策的陆续出台，使宁波很快成为中国会展城市的一颗明星。

3. 场馆和物流优势

宁波的场馆设施属全省最佳。宁波是我国第二大港，杭州湾大桥的开工建设，使宁波的物流优势更加突出。

4. 城市知名度优势

依据中国社会科学院发布的“2005年中国200城市竞争力排名”，宁波城市综合竞争力排名第六，仅比杭州落后一位。

(二) 宁波会展城市个性定位

宁波是我国早期14个沿海开放城市之一，也是我国会展经济较发达的城市之一。尤其是2005年，该市推出有一定影响力的会展活动60余项，同比增长20%，2000个以上摊位的展会有6至8个。

宁波市的发展目标是：“经过5—10年的努力把宁波建成中国会展名城，长江三角洲的会展之都，会展业的直接营业收入，就业人数和品牌展会数，力争位列全国前10位。”

宁波会展城市个性定位可设想为：

1. 我国出展的首位城市。到2005年，宁波市企业出国展览在规模、质量上已经是连续7年排在全国贸促系统首位。怎样利用强大的出展优势来提高宁波会展服务水平，以外展促内展，也是很值得研究的一个问题。

2. 依托产业，为当地产业提供高层次服务的会展城市。宁波工业基础雄厚，为各项专业展提供了很好的基础。对宁波会展业有直接推动作用的是它雄厚的产业优势。

3. 长三角地区重要的会展城市，上海的会展联动城市。宁波与上海的关系历来密切，宁波的会展设施和服务水平都是国内一流的。杭州湾大桥开通后，宁波将迎来前所未有的发展契机。上海一些运作成熟的专业展会可以采用“轮展”或“移植”的手法，转移到宁波，通过资源配置合理化来获得经济效益和社会效益的最大化。

宁波的会展硬件设施是国内一流的。这非常有利于宁波举办大型品牌展会。2004年宁波举办的药机展是宁波乃至浙江有史以来最大的会展，也是亚洲规模最大的专业展览。展出面积达9万余M²，标准展位5051个。

三、义乌会展城市个性

(一) 义乌会展优势资源

1. 政策优势

2005年4月，义乌市出台了促进会展业发展的政策，设立了会展业发展专项资金，明确提出了会展业发展目标：打造国际知名会展城市。即通过5年左右的培育，形成以义博会为龙头，以4—5个大型品牌展会为支撑，以30—50个固定专业性中小型会展项目为主体的会展业格局，使义乌成为在国际上有一定影响的会展城市。

2. 市场优势

可依托义乌小商品市场集聚辐射优势，围绕小商品市场需求经常性地举办各类特色专业展会，推动相关产业快速、健康发展。塑造义乌国际性商贸城市全新的形象与品牌，将义乌打造成市场与会展协同发展的国际化城市。

3. 外向型经济优势

义乌城市综合发展水平列全国百强县市第17位，城市竞争力列浙江省县级市第一位。义乌经济的外向度很高。全市现拥有540多家宾馆，4.6万张床位，其中4星级以上宾馆9家，涉外宾馆25家。

海关、商检、金融、保险、出入境管理等配套设施齐全。2004年市场成交额280亿元，共有18万名境外客商前来义乌采购商品或旅游，在“2004年度海内外公众最喜爱的中国城市”评选中，义乌列全国县级城市排名第一位。

（二）义乌会展城市个性定位

作为一个中等城市，义乌的影响力和辐射力远不及北京、上海、广州、杭州等大中城市，所以义乌会展经济的发展要紧紧围绕小商品市场和特色产业经济的优势，形成特色。

义乌会展城市个性定位可设想为：依托市场办展，具有国际品牌展会的外向型会展名城。

义乌办展国际化、专业化程度高，是我国小城办大展的典型。2005年6月，中国小商品城会展中心加入UFI（国际展览业协会），成为省内首家UFI会员单位。

中国小商品博览会自1995年开办以来，已历经11届。目前已成为列广交会、华交会之后居第三的国家级外向型展会。中国小商品国际博览会已成为我国劳动密集型商品的重要年度展会，以经贸性、外向性和长效性而倍受关注。今后首先应通过申请UFI认证等手段将义博会打造成具有义乌特色的国际会展品牌。在此基础上，对具备独立办展条件的“义博会”的分类产品展区加以引导、培育，适时与“义博会”分离，开拓新的品牌展会。

四、温州会展城市个性

（一）温州会展优势资源

温州的会展优势资源主要体现在运作和管理机制优势、产业集群优势方面。其行业管理领先，依托“块状经济”发展特色专业展的潜力很大。

1. 运作和管理机制优势

温州的展览公司全部是民营的，运作机制灵活，对市场反映灵敏。温州在全国率先成立了会展业协会，也较早出台了展会管理办法（如规定提前半年上报展览计划，避免重复办展）和展会评估制度。温州是我国目前罕见的对所有展会实施评估定级的城市之一。其各项管理工作有章可循，尽管还略显粗糙，但其各项统计数据 and 展会评估结果已经走出“估算”的泥潭，值得国内其他城市借鉴。温州特色经济和市场发达，依托产业优势发展专业展的潜力巨大。

温州行业商会的组织能力和权威性在全国首屈一指。这会成为组织专业贸易展强大的支撑力量。

2. 产业集群优势

温州有着在国内甚至国际上较知名的鞋革、服装、家具、眼镜、打火机、剃须刀、塑料、印刷、模具等特色产业集群和国家级基地。依托这些产业集群的基础和辐射效应，温州完全有可能打造出自己的特色品牌展览。

（二）温州会展城市个性定位

温州的会展业诞生于90年代，在2000年以后迅速发展。目前温州拥有专业展览公司25家，具有展览功能的广告公司、文化传播公司及商务公司46家。温州市较大型的展览有温交会、皮革展、鞋机展、模具展等，展位均在300个以上。

1. 以“块状经济”为基础的会展城市

温州是国内经济增长最快、发展最稳定、经济最活跃的地区之一。温州轻工产品种类繁多，全国现有100多类轻工产品，温州就有50多类，形成了一批轻工产业基地，已获得了“中国鞋都”等22张“国”字号金名片，拥有一批“中国名牌”、“中国驰名商标”、“中国免检产品”等知名品牌。这些轻工产品在国内市场上都有相当高的占有率和知名度，为温州会展业提供了广阔的市场空间。

2. 区域性的会展中心城市。由于温州在省内的地理位置相对较偏，政府对会展业的重视程度也远远不如宁波、杭州、义乌等城市，因此在很长一段时间内，温州的会展中心城市地位不会很突出（作者单位：浙江省东方会展产业研究所）

相关链接

我国内部审计的现状与发展定位
退耕还林存在的问题及应对措施
关于保险法第36条的思考
“民工荒”的契机
群决策权力与权力指数问题研究
浙江四大会展城市个性辨析
关于促进农村劳动力就近转移的思考
浅谈我国通货紧缩治理过程中陷入的误区

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心