

会展经济：上海新一轮发展的助推器

——兼析上海会展业的现状和对策

陶婷芳

(上海财经大学 财经研究所, 上海 200433)

摘要: 本文从经济学的角度分析了发展会展经济对上海新一轮发展的重大意义和经济作用, 并就进一步发展会展经济所需要的条件作了论证。本文还分析了上海发展会展业的优势与不足, 对上海如何进一步提升会展业的发展水平, 提出了对策建议和操作措施。

关键词: 会展经济; 会展业; 会展筹办组织者; 目的地管理公司; 专业展览公司

中图分类号: F59; F29 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-9952(2003)06-0043-09

一、发展会展业对上海经济的重大推动作用

会展业主要指的是会议业和展览业, 即通过举办各种形式的会议和展览, 包括大型国际展览会、博览会、交易会、运动会、招商会等, 能带来直接或间接的经济和社会效益的一种行业。这两个行业的经济活动以及由此所产生的一系列经济现象之所以被冠以“会展经济”的头衔, 主要是因为会展业对城市经济社会发展的推动作用愈来愈大的缘故。关于会展经济的基本概念, 不同的学者、研究人员给出了不同的定义。有人认为, 会展经济是指通过举办大型会议和展览带动相关产业发展, 促进财富增长的各种经济活动的总称(甄明霞、欧阳斌, 2001)。而另一些人认为, 会展经济是一种具有生态绿色特征的新的经济增长点, 并在可持续发展中能解决与增强城市竞争力问题的一种经济形态(卢中原, 2001)。也有人认为, 会展经济指的是通过举办大型会议、展览活动, 带来源源不断的人流、物流、信息流, 一方面能取得直接经济效益, 带动一个城市或一个区域相关产业的发展; 另一方面可以达到促进一个国家或地区社会全面发展的目的。它是市场经济发展到一定阶段的产物, 是与市场经济对信息交流的内在要求相适应的(陈勇, 2002)。笔者认为: 会展经济可以从经济学、产业经济学、城市经济学的不同角度去定义。若从本质上去分析, 它实际上是世界产业经济更换变化趋势中、现代经济发展组合过程中的必然产物; 是知识经济时代由实体经济走向虚拟经济的一个新型的结合点, 是一种内涵丰富的新的经济形态。由于我国目前的会展经济还处于发展阶段, 因此我们研究会展经济现象的视角都是以会展业的发展为出发点, 即从它对城市经济各个方面具有强大的辐射和带动作用入手的。我们不妨从宏观及微观的两个方面管窥会展业的经济作用。

首先, 从宏观经济学的角度分析, 凯恩斯主义的观点是: 就业等社会经济的基本问题由有效需求决定, 公共支出和投资会刺激有效需求; 投资的增加会带动整个经济的成倍发展(乘数效应)。会展经济的发展已经充分验证了这个原理。会展业对相关产业产生的带动作用, 即产业带

收稿日期: 2003-04-03

作者简介: 陶婷芳(1953—), 女, 浙江绍兴人, 上海财经大学财经研究所研究员。

动比例统计资料显示为1:9,即使在现阶段的上海也可达到1:6。会展业的发展,对建筑、设计、装潢等产业都会带来明显的需求增长,从而刺激生产,带动经济发展。而会展业的蓬勃发展又将使与会展业有关的以及为会展业服务的一些产业很快地成长起来,如展览信息、展览评估、展览咨询、会展设计装潢、展览工程施工、展览广告服务、展览花卉礼品服务、会展印刷服务、展览网站服务、展览快递服务、展览餐饮服务等,都是颇有前途的行业,这些行业将为现在和今后的会展从业人员提供新的用武之地。如香港特区一直把无污染、高效益的会展业作为服务业的发展重点,香港会展中心一期、二期工程分别投资16亿港元和48亿港元,而香港仅1999年一年的会展收入就高达74亿港元,同时还提供了9000个就业机会。这是其一。其二,会展价值链理论认为,一个大型展览会的举办,可以形成一个庞大的消费市场,有力地刺激周边地区及相关行业的迅速发展。据测算,举办会展本身的效益一般只占综合收益的10%,而相关的食、宿、行、购物、娱乐、旅游、广告等的收入则占90%。据美国展览研究中心(CEIR)统计,2000年美国举办了13000个展览会,直接收入约120亿美元,与展览会相关的社会综合消费约1250亿美元,展览会的经济带动比例为1:10。德国2000年展览业从业人员约10万人,展览会销售收入为45亿马克,拉动参展商和贸易观众直接消费170亿马克,创造社会综合价值410亿马克,为社会创造了23万个就业机会,经济带动比例为1:9.1。据“国际大会和会议协会”统计,每年全世界国际会议的消费总额为70多亿美元。根据上海的统计数据,2001年上海会展业的直接收入约18亿元,交易额达550亿元,观众总数超过480万人次。其中,国外观众达40万人次,观众按人均消费1500元计算(2000年旅游人均消费支出1223元)给上海带来的间接经济收入达72亿元,与“会展经济”相关的服务行业中,仅场地出租、货运、广告等几个行业的收入就达1.5亿元。会展经济的魅力可见一斑。第三,与其他产业相比,会展业市场规模巨大,有着广阔的发展空间。据有关资料显示,国际展览业的产值约占全世界各国GDP总和的1%,展览业对全球经济的贡献率高达8%,每年直接创造经济效益2800亿美元。根据罗兰·贝格的分析,经济发达国家展览业的产值约占国民生产总值的0.2%~1%左右,而我国目前展览业的总产值约为40亿人民币,约占国民生产总值的0.044%。如果按发达国家的标准,我国展览业的产值应达到178亿元,也就是还有138亿元左右的发展潜力。有人曾按这个比例为2010年上海的会展业作了一个预测:他认为到2010年,上海展览业产值占GDP的比重至少应达到现行发达国家的标准即0.2%;若2010年上海GDP总量为1万亿元人民币,那么展览业产值至少应在20亿元以上;若2010年展览业产值占GDP的比重为1%,那么其产值应当在100亿元的规模。上海市旅游事业管理委员会也聘请专家撰写了一份预测报告,认为2010年世博会在上海举行,其参观人数至少超过7000万人次,初步估计包括门票、餐饮、旅游纪念品、饮料收入等直接收入将达91亿元。不管专家们怎样预测,有一点是肯定的,那就是会展业的发展空间非常广阔。目前,在国际会议市场的份额中,欧美国家已从80%下降到60%,上海要抓住世博会这个战略机遇,把会展经济当作城市经济的重要组成部分去发展,让会展经济成为上海新一轮发展的助推器。

其次,从微观角度看,市场竞争愈演愈烈,新经济时代需要新的营销手段,电视、网络、电话等通信工具无所不用其极,而会展作为一种营销利器所起到的作用为其他手段所望尘莫及,因为它可以与人面对面地进行最直接的交流。新时代更强调人的作用,与人最直接的交流方式将是最受宠的推广方式。同时,会展又是立体的展示工具,可以结合声、光、电的各种技术,可以通过举办讲座、培训等各种方式推广自己的产品和服务。有关资料显示,会展是出口商销售产品的重要途径,贸易展会的成交额仅次于直销。同时,根据美国展览业研究中心的统计资料,在公司的商业营销中,通过参加展会实现的商业销售所花费的成本仅是其他促销方式营销成本的1/2。英联邦展览业联合会的调查更明白无误地传达了 this 信息:通过一般渠道找到一个客户,需要花费成本219英镑,而通过展览会,成本仅为35英镑。所有这些,都为上海进一步扩大出口,降低商

务成本,拉动经济增长提供了一个新的思路。

二、上海具备发展会展业的优势

上海要成为现代化的国际大都市,就必须加紧发展会展业,这是时代的需要,也是经济发展的必然趋势。上海发展会展业具备以下优势:

(一)区位优势。上海位于全国经济发展最富活力的长江三角洲。该地区年均经济增长率超过10%,国内生产总值占全国20%以上,进出口总量占全国30%以上,引进外资数量约占全国总量的40%。目前,随着长江三角洲地区制造业的快速发展,国际上一些大型跨国公司的亚洲研发中心迁至上海,一些大公司和大型集团的采购中心也落户上海。同时,由于近几年上海在国际上具有较高的知名度和美誉度,跨国公司和国际厂商、采购商都愿意选择上海作为展示、推广自己产品的窗口或作为采购商品的首选地。在华东诸城市中,上海的产品、技术一直处于领先地位,上海的商务信息最为快捷,外商光临频率最高,人才相对集中,因而兄弟省市也普遍希望上海能够成为华东地区的会展龙头,把上海作为它们向全国,向世界展现自我的窗口,这将进一步推进以上海为核心的长江三角洲区域经济一体化的加速发展。正是这种区位优势,在上海举办会展更具有代表性和吸引力,上海成为国内外参展商和买家情有独钟的地方,这是上海发展会展业的魅力所在。

(二)具备会展业快速发展的前提条件。国际博览会联盟(UFI)曾发表报告认为,一个城市或地区如果基础设施相对完善,人均收入为世界中等水平以上,服务业在GDP中的比重超过制造业且过半,外贸总额占GDP的比重接近或超过10%,行业协会的力量相对较强,那么会展经济就会在该城市或该地区得到强势增长,并发挥相关的积极作用。如今的上海恰恰已经具备了让会展业得到快速发展的诸多条件。

1. 基础设施相对完善。第一,有设施完备、层次多样的宾馆业。上海旅游统计的数据资料显示(见表1):2001年上海有星级以上的宾馆300座,客房数为50966间,平均客房出租率为67.47%,其中五星级宾馆的年平均出租率为71.59%,四星级为72.47%,三星级为65.60%,二星级为63.01%,一星级为68.59%。这一方面表明上海宾馆业的客源中高层次的顾客比较多(与近期会展中国国际会展增多相吻合);另一方面也预示着会展业在上海的发展趋势(按照国际会议参加者的分类,其中有学生、观察者、随行人员等,这类参加者一般需要三星级以下的宾馆,以节约开会经费)。所以,随着国际会议的日趋增多,这种需求也就越来越明显,2001年各星级宾馆的出租率相差不多,就印证了这一点。第二,完善的城市交通网络。目前,上海已经建成两条地铁线,一条高架轻轨线。城市内环高架线全部建成,外环线部分建成,一个以轨道交通为骨干、地面交通为辅助的公交客运体系基本成型。“十五”期间,上海还将完成完整的城市高速公路体系,简称“153060”工程,届时,上海交通的集散能力和辐射能力将大大增强,它将为上海大力发展会展业提供良好的交通条件。第三,上海第三产业发达,有完善的金融服务功能;健全的法律、咨询服务中介;发达的广告、装饰、运输等配套服务。上海2002年第三产业产值已达全市GDP的51%,其比重已经超过制造业。

表1 2001年星级旅游饭店客房出租率

	饭店座数	客房数(间)	客房出租率(%)	增长百分点(%)
星级小计	300	50966	67.47	3.73
五星级	15	7380	71.59	0.16
四星级	27	10297	72.47	5.36
三星级	109	19825	65.60	4.15
二星级	128	11956	63.01	5.06
一星级	21	1508	68.59	6.33

资料来源:《上海旅游统计》2001。

2. 2002年上海的人均GDP收入已达到5000美元,基本上已达到了世界上中等收入的国家水平。

3. 上海会展行业协会自2002年4月20日成立以来,工作开展顺利,运作良好。这为上海会展业的进一步发展打下了良好的专业基础。

(三)上海具备在会展技术、资源等方面享有后发性利益的优势。20世纪90年代以来,以信息技术为核心的新一轮科学技术革命使世界市场的时空距离大大缩短了。互联网为全球贸易的开展提供了最为便捷的手段,会展业也感受到了信息技术的威力,在发达国家,利用电子邮件、企业网页、网上申请等电子商务手段来开展会展的组织工作,已成家常便饭;利用各种高科技手段来扎台布展已成为竞争的常用方法。然而,高科技方法在会展上的应用,毕竟是近几年的事。相对世界传统会展业的管理经验和技巧,我国与发达国家的差距并不是很大。上海若能抓住这个战略机遇,大力发展高科技行业,并运用信息技术向网络寻求发展空间,那么,上海就能迅速与国际接轨,实现会展业的跨越式发展。当然,这需要大量的技术人才和信息技术人才的聚集。而上海在这方面显然具有不可比拟的优势。若上海有计划、有步骤地快速加大对会展业的科技投入,则上海就能同发达国家同享科技革命带给会展业的巨大利益,上海会展业的跨越式发展也就指日可待。

三、目前上海会展业存在的差距

上海发展会展业虽然有种种优势,但不容置疑的是,我国目前会展业的总体发展水平与发达国家相比尚存在较大的差距。上海也不例外,主要差距表现在以下几个方面。

差距之一:会展管理体制混乱,缺乏统一、权威的管理机构。

海外对会展业的管理有两种模式:一为欧洲式政府机构监管,如德国展览委员会(AUMA),法国海外展览委员会技术、工业和经济合作署(CFME—ACTIM)等。这些机构都是垂直单一的权威机构,没有与其争权者。它们统一管理本国的会展业务。二为英美式行业协会监管,如美国展览管理协会(IAEM)、英国展览业联合会(EIF),以及香港展览会议协会(HKECOSA)等。这些都是其管理业内秩序的权威组织,以行业自律为显著特征。

然而,我国展览业管理的现状是各部门多头管理审批,中央、地方一起搞。业内人士看中国会展业似有“军阀混战”之嫌,其中困扰我国会展业发展的突出问题有:会展主题重复;展览规模、档次、质量不高;各参展商在低层次上争抢客源,形不成叫得响的名展和精品展。上海同样存在这些问题。究其原因,计划经济的管理模式和政府管理部门的错位管理是这些问题的症结所在。

差距之二:展览设施不上等级,展览规模欠小,服务配套设施不完善。

上海20世纪90年代建造的展馆均为2万至3万平方米,目前仍没有10万平方米以上的大型场馆,到2002年上海现有的7个场馆的室内展览面积才有15.38万平方米(见表2)。且还分散在浦东、虹桥、漕河泾各处。同时展馆功能单一,配套服务设施落后,缺乏整体规划。

表2 目前上海可供使用的展览场地的基本情况(2000年)

场馆单位	场地面积(万平方米)	商场面积(万平方米)
上海展览中心	2	11.4
上海国际展览中心	1.2	
上海世贸商城	2	
上海光大会展中心	3.5	
上海国际会议中心	0.3	
新国际博览中心	4.5	
上海农展馆	0.3	
合计	13.4	

资料来源:上海会展行业协会资料。

在香港,一个会议展览中心的总面积达24.8万平方米,可租用的展览场地就有6.4万平方

米,占到目前上海可供使用的展览场地面积的 47.8%。香港会展中心地处港岛湾仔区,交通十分便捷,服务配套设施完善,如银行、金融机构商务区就在中环(离湾仔十分近)。宾馆住宿条件优越,会展中心内就有两家 5 星级宾馆,而在会展中心周边半小时的路程内差不多有近 10 家宾馆,这使得在此办展、开会的商务环境非常好。同样,新加坡也有良好的办展、开会设施。新加坡主要的展览馆有两个,一个是新加坡展览中心,另一个是新达城会展中心。新加坡展览中心面积达 6 万平方米,是除日本之外在亚洲最好的展馆。那里有地铁站,有三条高速公路相通,有大型停车场,还有新加坡第二大的厨房(第一大的厨房在机场),可同时供一万人用餐,可供参展商不同档次的商务用餐。新达城会展中心,总层面积 2.8 万平方米,展览面积 2 万平方米,可容纳 1.2 万名会议代表,还配备先进的翻译、通讯、传播系统,每年在那里举办的各种会议、展览等活动有 1200 多个。在发达国家如美国纽约、英国伦敦、法国巴黎、日本东京都有 10 万平方米至 20 万平方米的大型现代场馆,世界著名展览地德国的汉诺威更有展出面积达 47 万平方米的世界最大展览场馆,室外展场 21 万平方米,还有 5 万个停车泊位。而上海目前最大的展馆才 3.5 万平方米,且周围没有像样的配套设施(如宾馆、车库等)。同样,上海国际会议中心,虽有先进的传播系统,但周边缺少上等级的展览场地,这使得会展合一的办展开会模式在此受到一定的限制。相比之下,上海与上述城市在展览设施上的差距也就一目了然了。

在展览规模上,上海与世界发达城市的差距也比较大,如 2000 年的资料表明,上海那年共审批国际展览会 270 个,展览面积超过 1 万平方米以上的展览项目有 15 个,而展览面积超过 3 万平方米的展览项目却只有 2 个,展览面积超过 5 万平方米的展览项目更是只有 1 个,这与国际展览业的发展趋势格格不入。据有关资料显示,未来 5~10 年,有些国际专业展将发展到 10 万平方米,有的还可能达到 12 万~15 万平方米,其规模之大是我们目前所望尘莫及的,表 3 提供了未来 5 年亚洲展览市场的概况。

表 3 亚洲展览市场概况

年份	展览数目(个)	场地面积(平方米)
1993	728	4001816
1997	1178	8994554
2008		33209306

资料来源:上海市旅游培训中心讲义(陈郑绮艳教授,香港理工大学酒店及旅游业管理学院荣誉教授)。

差距之三:与著名国际大都市相比,上海在国际会展业中的地位也不是很显著。

国际上一个城市能否跻身于国际大都市行列,一个重要标志就是看其召开国际会议的数量和规模。用这个指标来衡量,上海的国际地位还不算高。表 4 反映了 2000 年亚洲主要国际会议举办城市的情况。

表 4 2000 年亚洲主要国际会议举办城市一览表

名次	城市名	所占百分比(%)
1	新加坡	10.04
2	香港	6.16
3	汉城	6.00
4	曼谷	5.02
5	北京	4.46
6	东京	4.29
7	耶鲁撒冷	4.05
8	吉隆坡	2.84
9	新德里	2.59
10	特拉威夫	2.43
11	京都	1.62

资料来源:同表 3。

通过以上资料的对照,上海的差距有目共睹。如前资料所示,在 2000 年亚洲主要国际会议

城市排名中,香港排在第2位,北京排在第5位,而上海连名都排不上。同样,在2000年世界主要国际会议城市排名中,香港排在第18位,北京排在第27位,上海还是榜上无名。这不能不引起我们的高度重视。这说明上海与世界级城市的差距还很大,国际上还有很多国家还不认识上海、不了解上海。因此,上海要进一步发展会展业必须从根本做起,那就是要脚踏实地地搞基础设施建设,实实在在地宣传自己,通过推介,让世界了解上海,认可上海。

差距之四:会展专业人才匮乏,没有形成专业化的接待服务分工体系。

目前国际会展业的招徕工作和接待服务工作越来越专业化,形成了会展筹办组织者(Professional Conference Organizer,简称PCO)与目的地管理公司(Destination Management Company,简称DMC)的划分。PCO负责招徕和统筹安排会展,是会展业的核心;而DMC则负责实施接待。表5列出了PCO和DMC的区别。

表5 PCO与DMC的职能区别

	PCO	DMC
1. 主要顾客	国际及本地专业协会/组织	跨国公司/商业机构、外国的 Meeting Planner、incentive agent(奖励旅游代理人),本地的 PCO/PEO
2. 主要业务	筹划、筹办国际会议和展览	为商务会议/奖励旅游安排行程
3. 参与	竞投会议时已经参与	决定目的后才开始参与
4. 工作性质	酒店、会议场地的挑选与介绍 编排会议及社交节目 担当执行秘书和行政处的工作 寻求会议技术支援	多作旅游、观光行程安排工作 车队、机场或酒店接送 订酒店 安排特色晚宴
5. 收费方式	按与会人数算	抽取酒店订房佣金

资料来源:同表3。

由上介绍可知,会展业真正创造效益的是智力(包括信息、组织能力、综合协调能力等)而不是资金(建设场馆)。而上海真正缺乏的人才正是这种具有会展经营管理知识、具备营销技能的PCO、PEO和DMC的专业人员(表6列出了PCO和PEO的区别)。就目前情况来看,上海市内各高校还没有一个院、系设立会展专业来培养这方面的人才,职业培训和对外交流也都处在初始阶段。会展业还处在封闭的、未开放式的经营状态,这与上海要发展成为国际现代化大都市,立志成为亚洲展览中心乃至世界展览中心的目标极不相符。

表6 PCO与PEO的区别

PCO的性质、职能	PEO的性质、职能
1. 受雇、协办、行政管理	1. 自雇、主办、承包
2. 收管理/行政/顾问费(按与会者人数)	2. 自负盈亏
3. 作为顾客顾问	3. 自定市场营业方针
4. 顾客:国际及本地专业协会/组织	4. 顾客:参展商、入场观展的买家/消费者

注:PEO是Professional Exhibition Organizer的英文缩写,意为专业展览公司。

资料来源:同表3。

四、大力发展上海会展业的对策建议

上海会展业的当务之急是与国际惯例接轨,导入自由竞争优胜劣汰的市场机制,淡化行政干预,建立公平、公开、公正的展览业环境和竞争秩序。特别是要借鉴国外先进的管理经验和技能,优化配置展览资源,走国际化、专业化、大型化、品牌化、网络化之路,具体建议如下:

(一)政府要尽快转变管理职能,加大立法监督的力度,做好对外宣传引导工作。在这方面新加坡有很好的经验。在促进、活跃会展经济中新加坡政府的主要作用是加强会展基础设施的建设和协助、配合会展公司开展工作。新加坡政府更看重的是向国际上介绍新加坡搞国际会展的

优越条件,大力宣传新加坡国际会展城的概念,推动在新加坡举办的各种会展。同时,新加坡政府也不搞任何会展项目的审批手续,在协助、配合会展公司工作时也不收取任何费用,这使得新加坡的会展业环境十分宽松,各会展公司可凭自身实力进行自由竞争。

在立法监督、依法办事方面,香港特区政府的做法值得借鉴,如每次展会开始前政府官员通常会到现场进行政策、法规解答,帮助参展商、买家和消费者了解香港的法律规定,以促进贸易的成功。同时这种做法又使政府的政策、法规透明化,人人有法可依、按法行事,有效地建立了会展业的有序竞争机制。此外,像巴黎博览会之所以久负盛名,除其固有的商贸中心优势外,还在于从创办至今,一直深受国家重视,政府要员届时出席、参观已成惯例。

那些会展业成功的国家的政府部门所做的工作主要不是行政性管理,而是服务。因此,上海市有关政府管理部门应该尽快转变职能,逐渐将工作的重点转移到进行调查研究、政策指导的轨道上来,通过充分的市场调研,制定政策指导意见和建立相应的法律、法规,并予以检查和监督,促使企业依法行事,维护有序的市场竞争机制。至于目前实行的对展览主办单位资格的认定和展览项目的审批也应逐步由审批制过渡到登记制和备案制,从而真正实现从直接审批行政式的管理到以法律和经济手段为主的间接协调管理的根本性转变。

(二)尽快建立全国性展览行业管理协会,实行统一的展览行业管理体制,充分发挥行业协会的自律机制和协调功能,促进我国会展业不断完善和发展。上海虽然是全国最先成立地区性展览行业管理协会的大城市,但对会展业的协调、管理范围却非常有限,发挥的作用并不大,这主要是因为它还不是一个单一的、统一的展览业管理机构,尚没有确立公认的权威性。因此,当务之急是尽快成立全国性的展览业管理协会,以协调、规范、管理全国的展览业务。有权威性的展览业管理协会一旦出现,会展业的有序竞争也就指日可待了,由此,必然会促进上海会展业的健康发展。

(三)上海必须有计划、有步骤地扩建展览场馆,周密规划服务配套设施,整合上海城市资源,高效率地推进会展业的基础设施建设。为确保世博会的成功举办,上海市政府将进行巨额资金的投入,建设场馆、改善场馆周边基础设施和完善配套服务。2001年开始新建的上海浦东新国际博览中心,到2006年将全部完成,届时它将成为一个拥有17个无柱型展厅、总面积达25万平方米(室内展览面积达20万平方米,室外展览面积达5万平方米)的亚洲最大展览中心,并跻身世界20大展览中心之列。因此,如果近期上海再大兴土木,那就存在一个基础设施建设速度和会展经济同步发展的问题,毕竟世博会的规模是有限的,若规划设计、建设规模超过会展经济预期发展的规模,会展资源将得不到充分利用,就会造成巨大浪费。同时,还要考虑到世博会后,所有设施的可利用程度以及它的先进性。因此,上海应该有计划、有步骤地将世博会的基础设施建设纳入上海城市发展的总体规划中,要把世博会的建设作为带动上海城市向国际化大都市迈进的一个助推器,而不应该使现在的投入在世博会后成为上海发展的累赘。

(四)上海会展经济要制定跨越式的发展战略,并以信息技术为先导,尽早实现国际接轨,从而达到赶超世界的目标。在经济全球化的今天,会展经济的竞争将愈演愈烈,相对落后的中国会展业,如果按部就班地跟随于他人,那么永远不会有大的发展。有创新,才能实现超越。如何创新?那就要充分借鉴国际上的先进经验和先进技术,要在新的高度上审视形势。譬如面对互联网的发展,面对科学技术的突飞猛进,上海就应该考虑大力发展展览业的电子商务化,应用信息技术改造展览流程,利用高新技术创新展会的表现形式,提高办展效率。凡此种种,都是一种创新的思路或办法。目前电子商务在展览软件中的应用,在国际国内都是一个处于萌芽状态的产业,具有极大的发展前景和市场空间,以展览为主线贯穿旅游、交通、酒店、购物、金融、设计、广告、信息、娱乐等电子商务活动都必须通过互联网相连,而软件是其中的核心。上海应组织人力,整合会展信息资源,开发或引进会展专业软件和相关软件。推进会展业尽早实现信息化,迅速与国际

接轨,为上海会展业实现跨越式发展提供科技支撑和条件保障。

(五)上海要尽快改变会展业的运作机制,及早培养专业人才,形成一整套接待服务体系,提高上海在国际会展业中的地位 and 知名度。国际会展业的成功经验表明,会展筹办组织者(PCO)和目的地管理公司(DMC)的分工体系是会展旅游业发展的重要内容,但我国目前无论是会展旅游企业还是政府部门都比较关注目的地接待者,对会展中最为重要的会展筹办组织者缺乏认识。有的部门甚至连PCO和PEO以及DMC的概念都未搞清楚,更不知道如何培养和建立这种专业接待服务体系。因此,上海要提高自身在会展业中的地位 and 知名度,必须抓紧做好两件事:

1. 上海要尽快建立PCO、PEO和DMC的资格认证考核制度。通过走出去和引进来的办法迅速培养一批PCO、PEO和DMC的专业人员,并在此基础上形成正规的PCO、PEO和DMC人员的资格认证考核制度,以培养一支能与国际接轨的专业人才队伍。有了这支队伍,我们就能够形成完善的服务接待体系,就能够迅速与国际水平接轨,办出高质量、高水准的会展来。从而提高上海办会展的知名度。同时,上海还要切实执行“10100工程”,尽快建立会展业的人才“储备库”。所谓“10100工程”就是指在3年内,上海要培养10家具有国际竞争力的专业会展公司,培养100名会展专业人才。

2. 上海有条件的会议接待机构、会展主办单位应尽快加入国际会议协会(ICCA)、国际展览业管理协会(IAEM)、国际博览联盟(UFI)和国际会议策划人员协会(MPI)等国际组织,以熟悉和了解国际会展市场的规则和行情,并通过交流,学习国外先进理念、科学管理方法和规范操作程序。只有这样,上海会展才能逐步被世界认可,上海这颗东方明珠才会得以熠熠生辉,为世人所认识。

(六)上海要积极开展城市营销,整合各方资源,形成有上海特色的办展环境和条件,向世界宣传,树立起上海的美好形象。为了发展会展业、旅游业,开展城市营销的国家并不少,如美国前总统老布什当年为推动美国旅游经济的发展,曾在电视台上向全世界各国进行宣传:“美国总统已发出邀请,您还犹豫什么!”做对外的旅游宣传广告。韩国前总统金大中也同样做过类似的电视宣传。如今新加坡、日本利用电影明星和名人效应在电视里做对外宣传广告,目的就是:吸引外国人士来办展会、搞旅游。那么,上海的市政府领导为什么就不能做这样的对外宣传广告,为上海的会展业吆喝几句呢?!这乃其一。其二,上海要成为全国会展中心、亚洲会展中心乃至世界会展中心,一定要有吸引人的东西,那就是上海的海派文化,上海的风土人情。上海现在有一批体现这种文化的旅游资源,如淮海路的“新天地”,豫园商城的“上海老街”,朱家角的“稻米、渔业、古文化和邮政”等等。这些都是城市营销的亮点,我们要把这些旅游资源,上海的建筑文化资源,上海的石库门情结等结合起来,构成具有上海特色的海派文化特色,进行组合、包装,然后向世界推介上海。会展业有句行话,叫做“先卖城市,再办会展”,说得理论化一些就是先宣传城市,再吸引人来办展会。既然这是一种经济规律,那就让我们驾驭这个规律,充分发挥上海人的聪明才智,将上海装扮好,宣传好,将上海推向世界。

参考文献:

- [1]魏中龙,段炳德. 我为会展狂[M]. 北京:机械工业出版社,2003.
- [2]中国社会科学院. 旅游绿皮书(2001-2003)[M]. 北京:社会科学文献出版社,2002.
- [3]林彝. 给上海展览业安上“加速器”[N]. 文汇报,2003-02-08.
- [4]上海旅游事业管理委员会. 上海旅游统计[R]. 上海旅游事业管理委员会,2002.
- [5]上海展览行业协会. 上海展览行业协会资料[R]. 上海行业展览行业协会,2002.
- [6]陈郑绮艳(名誉教授). 上海市旅游培训中心讲义[R]. 上海市旅游培训中心,2003.

Conference and Exhibition Economy: the Propeller for the New Round of Development of Shanghai

—An Analysis and Countermeasures Study on the Status
Quo of Conference and Exhibition Industry in Shanghai

TAO Ting-fang

(*Research Institute of Finance and Economics, Shanghai University
of Finance and Economics, Shanghai 200433, China*)

Abstract: This paper, from the economic angel, makes and analysis on the great significance and economic effects of the development of conference and exhibition economy on the new round of development of Shanghai. It assesses the conditions for the further development of conference and exhibition economy. This paper also makes a analysis of the superiority and deficiency for Shanghai to develop the conference and exhibition industry and makes original proposals and countermeasures to operate for Shanghai to further improve its development level of its conference and exhibition industry.

Key words: conference and exhibition economy; conference and exhibition industry; professional conference organizer (PCO); destination management company (DMC); professional exhibition organizer (PEO)

(上接第 30 页)

[17]方鹏. 农村土地流转制度与市场发育研究——以江苏省为例[D]. 南京:南京农业大学硕士学位论文,2001.

[18]王克强,蒋振声. 从地产对农民的生活保障效用谈农村社会保障制度建设机制的紧迫性[J]. 农业经济, 2000, (2).

[19]王小鲁. 中国粮食市场的波动与政府干预[J]. 经济学(季刊),2001, (1).

[20]曲福田,黄贤金,王同顺,等. 中国土地制度研究[M]. 北京:中国矿业大学出版社,1997.

Changes of Property Rights and Farmland Performance

—An Empirical Analysis of China during Transition

CHEN Zhi-gang, QU Fu-tian

(*College of Land Management, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095, China*)

Abstract: The farmland property rights characterized with household-responsibility system (HRS) have been improved since reform; the using rights have become increasingly stable, transferring rights have come into being and the exclusive profit rights have been strengthened. The transference of these rights has had corresponding effects on farmland performance. This paper analyzes the impact of the evolution of farmland property rights on farmland productivity, and then it builds and econometric model to test the above analysis. In the end, it puts forward some policy suggestions for further reforms.

Key words: farmland property rights; institutional changes; farmland performance