

打造“西部会展之都” 助推重庆内陆开放型经济发展*

赵 驹

(重庆工商大学 招生就业处,重庆 400067)

[摘要] 发展内陆开放型经济是重庆市为实现“314”总体部署作出的重大战略决策,大力发展会展业可促进内陆开放型经济的发展。重庆已经基本具备建成“西部国际会展之都”的条件,要明确会展业发展的战略定位,确立会展业发展的重点,制定促进会展业大发展的保障措施,推动会展业向专业化、品牌化、集团化、国际化方向发展。

[关键词] 会展业;开放型经济;对策;内陆;重庆

[中图分类号] F127.719 [文献标识码] A [文章编号] 1672-0598(2008)06-0053-04

一、内陆开放型经济的特征

2007年以来,重庆市明确提出大力发展内陆开放型经济。内陆开放型经济本质上是开放型经济,开放型经济是指开放国内市场,在更大范围内参与经济全球化,促进地区间要素流动,提高资源配置效益。它要求全面提高开放水平,在更大的范围、更广的领域、更高的层次上参与经济技术的合作和竞争,利用国内、国外两个市场,优化资源配置,加快发展速度,提高发展水平。内陆开放型经济,是相对于沿海地区与内陆地区推进开放型经济的进程中,客观上存在着区位、发展空间、国家区域发展政策、经济发展阶段、市场发育程度的差异性,由此导致二者在推进取向、重点、路线等方面的不同。沿海地区开放型经济一般经历了首先以国际市场为主要取向,与国际经济合作为重点,先国际后国内,目前处于国际、国内综合并举的阶段。以中西部为主体的内陆地区在区位上与国际经济的联系处于劣势,工业化、城市化和市场化落后于沿海地区,区域经济综合竞争力总体上落后于沿海地区,经济吸引、辐射空间相对较小,因此内陆地区推进开放型经济应当有自己的特色。

内陆开放型经济具有三个方面的特征:一是面向全球与面向全国相结合。开放型经济要求经济要素、稀缺的资源以及商品、服务可以较自由地跨国界流动。内陆地区在大力推进扩大对国际开放,融入国际市场体系,对接国际市场平台的同时,更要重视以国内区域经济合作,与国内区域合作为重

点,先国内后国际,随着工业化、城市化水平和科技水平的提高、交通运输条件和信息基础设施条件的改善,国际、国内综合并举。二是市场竞争意识的确立。开放型经济是一种对外合作的经济,对外合作的过程,是引进新的体制机制、新的理念和新的增长方式的过程,应充分发挥市场基础性作用,企业是主体,政府营造发展的环境和平台。三是经济发展的推动力更强。开放型经济代表了现代经济发展形态,发展的层次较高,能更快更有效地增强地方和企业核心竞争力。在这个经济形态里,现代的理念、现代的管理、现代的技术和现代的资本融聚在一起,产生更强的社会推动作用。

二、会展业对重庆发展内陆开放型经济具有重要的推动作用

(一)可促进重庆市产业结构的优化调整

重庆由于地理位置的原因,信息掌握得比较滞后,导致了企业产业结构不合理,资金不足、技术水平不高、国有企业不景气现象仍然存在。而会展活动可以直接给企业和社会提供各种信息,包括市场供求、价格、新产品、新技术等。这一方面可以使企业能够了解消费者需求的新变化和未来的发展趋势,根据市场去从事自己的生产经营活动。通过会展活动,一方面可以及时地了解到本行业的高新技术,通过技术转让,可形成新的生产力,促进本企业技术进步,增加产品的竞争力;另一方面,针对一些疑难问题、疑难技术通过会展活动的互动式研

* [收稿日期] 2008-09-12

[作者简介] 赵驹(1974—)男,四川巴中人,重庆工商大学招生就业处,副教授,研究方向:经济管理。

讨,可使其迅速走向科技化。尤其是服务贸易市场全面开放后,就为外商在重庆经营和发展提供了机会。而举办会展可以吸引投资,加快技术交流,为重庆宣传自己、寻找商机和潜在客户提供了非常好的途径,也为重庆市各企业与客户之间的相互了解、建立信任伙伴关系创造了条件。

(二)可带动相关产业的发展

会展活动可加快重庆市基础设施的建设,美化城市环境。会展是一种大型的社会活动,它需要有符合标准的场地,要求有与会展相配套的基础设施,而重庆市配套设施、交通、通讯等方面与国际化展览的需求还有相当差距,必然会带动和加快重庆市基础设施的建设。从建设“森林城市”的要求看,环境污染现象还比较严重,绿化面积还较小。会展业的发展对此会提出更高的要求,以适应这一需要,这必将加快重庆市的环境治理,从而优化生活环境。

会展不仅是经济技术的交流活动,而且也是创新与娱乐为一体的盛会,其强大的产业带动效应是不容忽视的。会展业不仅给城市带来了场租费、搭建费、广告费、运输费等直接收入,还能创造住宿、餐饮、通信、旅游购物、贸易等相关收入。目前公认的会展经济对综合社会消费指数的拉动比例为 1:9,这就使展览业服务相配套的服务业、旅游业、广告业、餐饮业、通讯业等行业将因此受益。这些行业的发展需要大量的服务人员,将解决重庆市部分劳动者的就业问题,增加了就业机会。

为了办好会展,展览活动的主办者要在国内国外进行广告宣传,这种宣传必然和城市的环境、文化、经济等各方面紧密地联系在一起,这不仅起到了宣传展览城市,增加城市知名度的作用,也将促进重庆市旅游业的发展。同时,通过会展信息的传播,促进了人们消费需求结构的改善。通过厂商的商品和科技成果的展示,可以使消费者发现前所未有的消费品种和信息,能够更好地适应需求结构升级换代的趋势,在某种程度上也促进了重庆市内需的扩大。

(三)可以加快重庆市与国际接轨的进程

会展活动物流体系的发展水平与专业人才的培养、物流技术的创新、法制的完善息息相关。为了推进重庆市会展业的完善化,就必然要加快市场体系的完善和现代市场组织的建立。首先是开放的思想意识进一步得到确立。作为主办城市的市民,会从“尽地主之谊”的感情出发,热情服务、诚恳交往,必然展现出重庆市市民豪爽、热情的魅力,增

强市民的主人翁精神和责任感,加强与各国人民和不同文化的交流,市民的国际化意识和水平会越来越高。其次,要制定出一套比较完备的、能与发达国家会展业相接轨的市场体系,包括完善的政府宏观调控体系、完善的法律体系和竞争体系等。再次,要建立一批能与国际接轨的专业化物流中介公司,增强会展过程中各大公司之间的协调性。最后,还要有一支专业化的会展人才队伍。他们能熟知各展馆的结构、组织管理状况、国内外会展业的发展状况、熟知各国的外贸法规和会展政策,熟知装潢装修、会展布置和控制时间,或者能够参与主体策划等。这些必将加快市民的综合素质的提高,促进重庆市高校专业学科的建设和产、学、研相结合。

三、重庆已经具备打造“西部会展之都”的基本条件

近年来,重庆市先后承办了“AAPP 会议”、“亚太城市市长峰会”、“全国药交会”、“全国糖酒会”和“全国书市”等国际国内大型展会,自主培育了“中国国际摩托车博览会”、“重庆投资贸易洽谈会”、“高新技术成果交易会”、“三峡国际旅游节”、“国际汽车工业展”、“中国(重庆)老年产业博览会”等具有一定影响力的品牌展会,会展业呈现出快速发展的势头。展会数量明显增多,2007年全市举办展会 167 个,比 2006 年增长 45.4%。展会规模明显扩大,2007 年全市举办的展场面积 1 万平方米以上的展会达 17 个,其中中国(重庆)西部家具建材博览会展场达 40 万平方米。展会拉动效应明显增强,2007 年全市会展行业完成产值 6.2 亿元,各种展会参展企业近 3 万家,参会参展的市外客商达 72 万人次,有力地带动了广告、住宿、餐饮等相关行业的发展。

重庆有承接展会的场馆设施,重庆国际会议展览中心、重庆展览中心和重庆农业展览馆,总面积达 30 万平方米,场馆展出面积 9 万平方米,特别是重庆国际会议展览中心是集展览、会议、酒店等为一体,是目前中国西部建筑规模较大的多功能国际会议展览中心,为承接大型国际性展览提供了条件。重庆有注册的专业展览广告公司有 70 多家,从业人员 1000 人,每年大小会展超过 100 个,年产值 2 亿元左右。有接待大型展会的基础条件,有星级宾馆近 100 家,能够一次性接待上 10 万人的会展活动。

重庆是我国重要的工业基地和装备制造业基地,有完整的工业产业链条,尤其是以摩托车、汽车、电子等为代表的制造业在全国有着十分重要的

地位。重庆农业和农副产业在西部地区也具有明显优势,是畜禽、水果、药材等的重要基地。重庆水、陆、空交通越来越便捷,与周边城市路网结构完善。重庆是旅游资源大市,自然山水、都市风貌、历史文化、民俗风情为会展旅游联动业发展提供了条件。

在当前及未来相当长的时间内,重庆市会展业面临着难得的发展机遇。作为“中西部地区唯一的直辖市”,重庆是我国中西部地区的交通、物流枢纽,经济、文化中心和重要的装备制造业基地,在中西部地区具有重要的战略地位。2007年,胡锦涛总书记对重庆的“314”发展总体定位,国家确定的“统筹城乡综合配套改革试验区”和商务部确定的全国唯一的“城乡商贸统筹综合试点区”,均给重庆的发展带来更大的发展机遇,重庆市在中西部地区和全国的重要地位更加凸显。把重庆建设成为西部会展之都,是历史赋予重庆的重要使命。《重庆市国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》指出:“强化市场化运作,提升会展策划、组织、服务水平,引导会展业向品牌化、集团化和国际化方向发展”。2007年下半年以来,市委、市政府提出建设“内陆开放型经济”,要瞄准国际市场发展重庆经济。以上均为高起点、大手笔地发展会展业提供了基础和政策指引。

四、重庆打造“西部会展之都”的对策建议

(一)明确会展业发展的战略定位

重庆打造“西部会展之都”,要按照胡锦涛总书记对重庆的“314”发展总体定位,国家确定的“统筹城乡综合配套改革试验区”和商务部确定的全国唯一的“城乡商贸统筹综合试点区”,以及重庆市“十一五”规划和第三次党代会精神,努力把重庆建成现代化的经济技术交流和商品展示、订货与交易中心,成为在中国西部地区会展设施最完善、会展数量最众多、品牌会展最密集、会展管理最规范、会展服务最优质、会展效益最明显、会展相关产业联动最紧密的中心城市,我国西部地区最重要的、在全国有重要影响、在全球有较高知名度的会展大都市。

(二)确立会展业发展的重点

有重点地发展专业会展。根据重庆市第三次党代会确定的“加快工业园区化、农业产业化进程”、“打造‘中国汽车名城’和‘摩托车之都’,建成国内重要的摩托车整车及零部件出口基地”、“打造天然气石油化工基地”、“打造‘中国铝加工

之都”和材料产业基地”、“打造具有综合竞争优势的装备制造基地”、“打造全国重要的轻纺食品产业基地和中国西部最大的纸业生产基地”、“加快发展高技术产业,着力推进集成电路、软件与信息服务、通信产品、新型元器件、汽车电子、信息家电等六大领域的发展”、“力争成为西部工业化水平最高的地区”的总体战略部署和产业发展方向,可重点发展政治文化教育类、投资洽谈类、工业装备类、日用工业品类、建材家居产品类、轻纺产品类、农业类等七大类专业会展。

要有意识举办高层次会展。总体上看,重庆可举办和承接的会展可分为五个层次:国际性会展、全国性会展、跨省区会展、全市性会展和区县会展,但根据建设西部会展之都的需要,应高度重视前三个层次会展的举办。要将国际性会展作为重庆市建设西部会展之都的最重要的突破口,组建专门的班子,凡各类国际组织尤其是联合国的有关机构拟在中国召开的会议或举办的展览、确定的采购基地、举办赛事等,要尽全力必要时由市委市政府出面争取和协调,并进行财政补贴和支持;凡(境)外某一国家(或地区)在我国或我国中西部举办的文化周、展览会、洽谈会等,要尽力争取;对跨国企业拟在我国中西部召开的订货会或有关会议,要积极创造条件争取;可出资买断1—2个国际品牌展会的举办权,使之长期落户重庆;要积极参与在其他省市和国家举办的国际性展会,开阔眼界,把握发展方向;要打造一批在国际上有影响力的产品,作为举办和参与国际展会的基础。要将全国性会展作为奠定重庆市在全国会展业地位的重要载体,对中央政府和各部委召开的会议要积极争取,要大力协调、争取洽谈和投资性的“中国××会”或“全国××会在渝召开,要认真分析和研究这些会议的特点,树立竞争意识,创造宽松环境,使之更多地“转移”到重庆来召开;要积极发挥开发区和产业园区在招商引资中的重要作用,拓宽利用内外资领域,扩大招商引资规模,提升利用内外资的质量和水平。要将跨省区会展作为稳固重庆市在西部地区会展业地位、加强招商引资工作的载体,进一步密切与中西部各省市自治区的联系,争取和首倡“西部××会”和“中西部××会在重庆的举办;要广泛联系东部省市和港澳台地区,举办如“重庆—香港教育文化交流展”之类的“一对一”展会活动;每年要创造性地办好重庆市的渝洽会、高交会、三峡国际旅游节等在市外乃至全国、国际范围内都有相当知名度的展会,增强其国际化特色;

要有选择地参加各省区举办的有一定规模和影响力的投资洽谈会,以加强招商引资工作和联系。

(三)制定促进会展业大发展的保障措施

要坚持政府宏观指导,鼓励市场运作。坚持政府引导与市场运作有机结合,加快会展业经营体制的改革。进一步提高会展业的市场化程度,改变以政府组织办展为主的会展体制,让市场机制发挥主导作用。政府以服务为主,协助做好展会的指导、协调、宣传、招商招展等工作,理顺政府与办展企业、参展商的关系。展示重庆地方建设成就和政治、经济、科技文化等城市形象和发展远景为主题的公益性展会可由政府主办,而对于其他商业性会展活动,政府负责搭台、由会展企业按市场经济规律进行运作。政府可对不同地区会展资源的利用和会展专业化分工加强指导,避免会展业陷入恶性竞争中。对名优特产品和政府鼓励发展的产业的产品参展给予享受优惠待遇,对重要会展给予一定的财力支持,对会展基础设施建设、改造给予享受信贷、财税等方面的优惠政策。

要完善规章制度,健全行业自律。抓紧建立和完善重庆市会展业的地方立法,制定促进会展业有序发展的管理制度和政策措施。要完善会展业市场准入和退出机制,加强对办展企业信誉、参展产品质量监督,加强对会展中产品知识产权的保护工作。重庆会展行业协会要加快建立完善行业管理规范,包括服务标准、资质评定、信息发布、人才培训和诚信建设等内容,使行业协会真正发挥企业与政府之间的桥梁纽带作用,并通过行业协会加强对会展业的服务与协调。有条件的区县和产业领域要成立专业展览公司等,使会展业步入分工专业化、管理规范化的轨道。

要扩大对外开放,加强国际合作。要适应经济全球化发展的要求,加强国际间的交流与合作,采取合资、合作和资本运作方式买断知名会展,收购合并会展公司,合资兴建会展中心,实施品牌并购

等多种方式,整合会展业的内外资源,促进会展业朝着国际化、专业化和市场化格局发展。要坚持“走出去”和“请进来”,开展国际推广和营销。依托重庆在国内外设立的办事处,建立招展网络和招展代理,重点推荐品牌展会,邀请国内外知名展会节庆活动的举办机构来渝考察交流。

要打造产业链条,提升服务能力。要大力发展会展业的前后向产业,形成以大型会展专业企业为核心,以银行、保险、邮政、电信、交通运输、旅游、餐饮、住宿业为支撑,以展品搬运及储存、展会策划、广告宣传、展场布置、中介、翻译为配套的产业集群,形成完整、坚实的会展产业链。要发挥旅游资源优势,推动会展业与旅游业互融并进。要加大推介宣传,媒体要多样化推介会展特别是名牌会展,办展单位要开展优质服务。要让一大批有实力、有影响、资金雄厚的办展单位脱颖而出。要培育支柱企业,加快人才培养。可重点在“一小时经济圈”依靠现有会展企业的联合与兼并、股份制改造、吸引内外商投资等途径,培育若干个会展支柱企业。同时还要努力培养和建立一批从事会展工作的专业技术、管理人才队伍,强化会计师、律师、审计师和金融、贸易专业服务配套人才队伍建设,尽快建立会展行业职业经理人的评价体系,加快健全会展人才合理使用机制。

[参考文献]

- [1] 张幼文. 中国开放型经济发展的新阶段 [J]. 毛泽东邓小平理论研究, 2007, (2): 1 - 9.
- [2] 易小光, 丁瑶. 重庆推进内陆开放型经济发展途径探析 [J]. 重庆经济, 2008, (4): 16 - 20.
- [3] 王占霞. 会展业对哈尔滨经济的推动作用 [J]. 商业研究, 2005, (4): 180 - 181.
- [4] 重庆市国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要 [Z].
- [5] 重庆市城市总体规划 (2005—2020) [Z].
- [6] 重庆市一小时经济圈规划 [Z].
- [7] 重庆市商贸流通产业“十一五”综合发展规划 [Z]. (责任编辑:朱德东)

Building Western Conference and Exhibition Capital to promote Chongqing in-land open economic development

ZHAO Ju

(Enrollment and Employment Section, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: Developing in-land open economy is an important strategy for realizing 314 plan, and developing conference and exhibition can promote in-land open economic development. Chongqing already has the condition for building western international conference and exhibition capital so that strategy position of the development should be correct, selecting development focuses of conference and exhibition industry should be conducted, measures for developing conference and exhibition industry should be made, and international conference and exhibition with characteristics, brand and group should be the developing direction.

Keywords: conference and exhibition industry; open economy; countmeasure; inland; Chongqing