

会展业促进经济发展的原理与途径^{*}

赵 驹

(重庆工商大学 经济贸易学院,重庆 400067)

摘 要:会展业对经济发展起着重要的推动作用,熊彼特提出的经济发展“创新理论”是会展业促进经济发展的理论基础,会展业服务于经济发展的产品、技术、市场、原料供应和新组织化五因素。直接或间接地拉动投资、消费和出口这“三驾马车”,是会展业促进经济发展的重要途径。

关键词:会展业;经济发展;社会发展;投资;消费;出口

中图分类号:F713.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2012)01-0053-05

会展业在我国国民经济和社会发展中所起的作用越来越明显,各地政府对会展业也越来越重视,业界对会展业的发展充满信心,关于会展策划、会展管理、区域会展规划等实务型研究受到广泛关注,而究其理论基础方面的研究尚少。笔者认为,会展业促进经济发展的理论基础是熊彼特的“创新理论”,其作用机理和途径则是拉动投资、消费和出口这“三驾马车”。

一、“创新理论”是会展业促进经济发展的理论基础

关于经济发展的理论很多,而由当代西方著名经济学家、美籍奥地利人约瑟夫·阿洛伊斯·熊彼特(1883—1950年)提出的经济发展“创新理论”(Innovation Theory),从新的角度解析了经济发展的原理。熊彼特早期成名之作《经济发展理论——对于利润、资本、信贷、利息和经济周期的考察》先以德文发表于1912年,他在这本著作里

提出的“创新理论”是他“经济发展理论”的核心,当时曾轰动西方经济学界,并且一直享有盛名。

在《经济发展理论》一书中,熊彼特首先用静态方法分析了“循环流转”,假定在经济生活中存在一种所谓“循环流转”的“均衡”状态。没有“创新”,没有变动,没有发展,企业总收入等于其总支出,生产管理者所得到的只是“管理工资”。然后,熊彼特从“动态”和“发展”的观点分析了“创新”和资本主义。按照他的观点,所谓“创新”,就是“建立一种新的生产函数”,也就是说,把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系。在熊彼特看来,作为资本主义(熊彼特所称的“资本主义”是一个中性词,并不具有阶级的性质和特点——笔者注)“灵魂”的“企业家”的职能就是实现“创新”,引进“新组合”。所谓“经济发展”也就是指整个资本主义社

* [收稿日期]2011-11-21

[基金项目]2011年重庆市教委人文社会科学研究项目(11SKH14)“重庆市会展经济发展对专业人才的需求及培养研究”

[作者简介]赵驹(1974—),男,重庆人;重庆工商大学副教授,主要从事产业经济学研究。

会不断地实现这种“新组合”而言的。他指出,“生产意味着把我们所能支配的原材料和力量组合起来。生产其他的东西,或者用不同的方法生产相同的东西,意味着以不同的方式把这些原材料和力量组合起来”。当“新组合是间断地出现的时候,那么具有发展特点的现象就出现了”。

“因此,我们所说的发展,可以定义为执行新的组合”。“这个概念包括下列五种情况:(1)采用一种新的产品——也就是消费者还不熟悉的产品——或一种产品的一种新的特性。(2)采用一种新的生产方法,也就是在有关的制造部门中尚未通过经验检定的方法,这种新的方法决不需要建立在科学上新发现的发现的基础之上;并且,也可以存在于商业上处理一种产品的新的方式之中。(3)开辟一个新的市场,也就是有关国家的某一制造部门以前不曾进入的市场,不管这个市场以前是否存在过。(4)掠夺或控制原材料或半成品的一种新的供应来源,也不问这种来源是已经存在的,还是第一次创造出来的。(5)实现任何一种工业的新的组织,比如造成一种垄断地位(例如通过‘托拉斯化’),或打破一种垄断地位”。

按照熊彼特的看法,“创新”是一个“内在的因素”,“经济发展”也是“来自内部自身创造性的关于经济生活的一种变动”。他认为,“资本主义在本质上是经济变动的一种形式或方法,它从来不是静止的”。他把“不断地从内部革新经济结构,即不断地破坏旧的,不断地创造新的结构”的这种过程,称为“产业突变”。在他看来,“创新”、“新组合”、“经济发展”,都是资本主义的本质特征;离开了这些,就没有资本主义。熊彼特强调了生产技术革新对资本主义经济发展的作用,并引用了“变动”和“发展”的观点,但却抽掉了资本主义的生产关系,掩盖了资本主义的基本矛盾,这也是我们应当注意的。

那么,会展业是如何实践这种“创新理论”的呢?笔者认为会展业促进经济发展的原理,就在于通过为“创新”提供集约化的平台而实践“创新理论”。这种提供,有“直接”和“间接”两种方式。直接实践表现在四个方面:一是通过各类会展,尤其是产品类的会展,直接提供给厂商和消费者以

“新产品”,既满足消费需求,又为生产提供选择;二是通过技术与知识产权在会展上的展示和交易,让生产者受到新技术的“刺激”或获得新技术,让消费者认识和认可新技术和新方法;三是通过会展,实现将区域外的新产品、新技术引入到本地市场,或使本地的新产品、新技术转移到外地市场,而实现“新市场”的开辟;四是通过会展,尤其是原材料所在地的会展或专业关联性高的会展,厂商可发现新的上游供应渠道,并实现“面对面”的交流。间接实践主要表现在通过会展上高频率、高密度的产品、技术、渠道的展示和交流,必然会对某地、某区域的某类经济发展打破“旧垄断”(此为经常)或带来“新垄断”(此为偶然),产生新的组织模式。

二、直接服务“三驾马车”是会展业促进经济发展的重要途径

先来看看“三驾马车”。我们经常说拉动国民经济增长的“三驾马车”,即拉动经济增长的三个主要因素:投资、消费和净出口,这“三驾马车”就是组成衡量 GDP 的四个基本要素中的三个。可用公式表达和衡量一个国家的国民经济: $Y = C + I + G + NX$,其中, Y 为国民经济总收入, C 为社会消费, I 为社会投资, G 为政府支出, NX 为净出口(即出口减去进口),国民经济总量都是由这四个方面的数字相加得到的。之所以只说“三驾马车”,是因为政府支出 G(主要包括政府采购、转移支付等)一般在国民经济中占有较小的一部分,其他三个因素的增长的重要性就显得非常重要了。

我国近年经济增长迅速,投资和出口出力很大,社会消费也在稳步提升。从 2010 年的情况看(薛志伟,2010-12-9. 经济日报),我国对外贸易发展的环境逐渐改善,各级政府和广大企业积极扩大出口,对外贸易进出口迅速增长,出口对经济增长的拉动由负转正,对 GDP 的贡献率和拉动点也都大大高于去年同期水平。与此同时,在转变经济发展方式、改善民生、调整国民收入分配结构、增加城乡居民收入的宏观背景下,2011 年城乡居民收入进一步提高,消费能力不断增强。2011 年 1 至 10 月份,社会消费品零售总额 125 313 亿元,

同比增长 18.3%。此外,1至10月份,我国城镇固定资产投资 187 556 亿元,比去年同期增长 24.4%,前10个月固定资产投资增幅呈现出高位回稳的趋势。据初步测算,前3个季度国内生产总值 268 660 亿元,按可比价格计算,同比增长 10.6%,比上年同期加快 2.5 个百分点。其中,最终消费对 GDP 的贡献率为 34.4%,资本形成总额对 GDP 的贡献率为 58.8%,货物和服务净出口对 GDP 的贡献率为 6.8%。

再来看看会展业是如何服务“三驾马车”的:

(一) 直接消费与拉动消费

举办会展,可在广泛的产业范围产生消费和拉动消费,对相关产业的经济拉动系数甚至可高达 1:9。从三大产业的情况看,如第一产业:农业中的花卉种植业、林业的培育和种植业;第二产业:制造业中的食品制造业、饮料制造业、纺织业、木材加工及木制品制造业、造纸及纸制品业、印刷业、非金属矿物制品业、金属制品业、通用设备制造业、专用设备制造业、电气机械及器材制造业、通信设备、计算机及其他电子设备制造业、文化、办公用机械制造业、工艺品及其他制造业;电力、燃气及水生产和供应业;建筑业中的房屋和土木建筑业、建筑安装业、建筑装饰业;第三产业:交通运输、仓储和邮政业中的铁路运输业、道路运输业、城市公共交通业、水上运输业、航空运输业、装卸搬运和其他运输服务业、仓储业、邮政业;信息传输、计算机服务和软件业中的电信和其他信息传输服务业、计算机服务业、软件业;批发和零售业;住宿和餐饮业;金融业;房地产业的房地产开发经营、物业管理;租赁和商务服务业中的租赁业、法律服务、咨询与调查、广告业、知识产权服务、职业中介服务、旅行社(旅游)服务、会议及展览服务;科研、技术服务业中的研究与试验发展、专业技术服务业、科技交流和推广服务业;水利、环境和公共设施管理业;居民和其他服务业;教育;卫生及社会保障业;文化、体育和娱乐业中的新闻出版业、广播、电视、电影和音像业、文化艺术业等。

简要地说,会展对消费的拉动至少表现在六个方面:首先是举办会展的直接消费,如展会场

地、展会期间餐饮、展会设施设备、广告宣传、运输工具、包装用品、办公用品等的消费;其次是消费类展会对消费需求的刺激和拉动,如糖酒会、房交会、服装博览会、汽车博览会等,厂家商家通过现场订单、消费者通过现场购买的方式增加消费;再次是对交通、通讯业的带动,在会展活动举办期间,大量的人流出行,会增加交通运输业的收入,提高了人们之间通讯联系的频率,为城市通信业创造了收入;第四是对旅游业的带动,会展的举办为旅游业带来更多的客人,延长客人的逗留期,增加旅游业淡季时设施设备的利用率;第五是对酒店业的带动效应,在展会的举办期间,酒店的入住率和就餐人数会大幅提升,除了为展会参加者提供必要的住宿与餐饮服务外,酒店业也可通过进一步的宣传来带动店内其他辅助设施的利用,促进就餐和入住者对店内其他服务的消费;第六是对零售业的带动效应,会展活动期间,大量的人流涌入会增加对生活用品和服务的需求,促进举办地零售业的发展。

(二) 促进投资达成

这主要体现在直接促进投资和间接促进投资两个方面。直接促进投资方面,会展业为投资提供产品、技术展示和投洽方面的交流,通过在会展现场的展示、考察和比较,达成投资意向,而现场或随后签订投资协议。间接促进投资方面,会展通过全面展示所在地的经济、文化和社会风貌,扩大对外的影响力和知名度;参与塑造城市形象,传播创新文化,在理念、标准、技术、经营、品牌、资本、渠道、人才等方面,为城市发展积聚实力;改进政府工作,根据会展活动的需要,政府及其各相关部门从大局出发,积极主动地为展会、为经济发展提供良好的服务;扩大对外开放,有效地缩短举办地与外界的距离,扩大与国外的交流合作领域;影响社会风气,举办地民众以主人翁的姿态,迎接并热情服务于国内外的宾客,社会治安井然有序,树立了良好的区域形象。

如 2010 年 5 月举办的“中国(重庆)国际投资暨全球采购会”(简称“渝洽会”),共签约投资项目 258 个,项目总投资 406 亿美元(折合人民币 2 772.75 亿元人民币),较上届增加 91%,利用境

内外资金1 609.26亿元,签约项目再创新高。从项目资金来源来看,签约项目中外资项目44个,拟引进外资107亿美元;市外境内项目102个,拟引进资金620.65亿人民币;市内项目112个,利用资金近259亿元人民币。从项目行业分布来看,签约项目中农业项目28个,占签约项目总数的11%,利用资金84亿元人民币;工业及建筑业项目158个,占签约项目总数的61%,利用资金1171亿元人民币;服务业项目72个,占签约项目总数的28%,利用资金354亿元人民币。外资项目中,投资1 000万美元以上的外资项目29个,占外资项目数的六成以上。不仅如此,进场参加对接洽谈的企业达2 860家,达成采购合作意向980对,意向金额共计5.6亿美元,分别较上届加64.8%、14.9%、16.5%。参加采购对接的既有惠普、富士康、华硕等全球IT巨头,也有国内外中小企业,采购成效显著。

(三) 促进进出口

会展业促进进出口的途径也可以划分为直接促进和间接促进两个方面。直接促进出口方面,展会上展示的产品和技术,可能引起国(境)外客商的注意,在展会上即下订单,甚至建立起长期的出口合作关系。间接促进出口方面,展会上展示的新产品、先进技术、高端设备、行业标准对国内制造商产生影响,提高国企业的研发和生产能力,生产出更好的产品而带来出口;通过展会的平台,让

国外客商直接、集中了解我国企业的研发水平和生产能力,或某区域的特色产品和产业,建立总体上的良好印象,为今后的出口合作打下基础。

如2009年第五届中国哈尔滨对俄出口商品展览会,签订经贸合同5 100万美元;2010第二届新疆伊宁中亚国际进出口商品交易会实现外贸成交签约总额1.079亿美元,实现内联项目签约金额16亿元人民币;2010中国(海南)国际热带农产品冬季交易会,出口订单12个金额18.9亿元;第六届德雷斯中国(深圳)国际太阳能光伏展上,深圳市神达太阳能企业就获得了5 600多万元的订单。

会展业促进经济发展的机理,我们可以从不同的角度去阐释和说明,但体现“创新理论”和服务于“三驾马车”,无疑使会展业这一实务性行业实现了与经典经济学原理的理论接轨。

[参考文献]

- [1] 熊彼特. 经济发展理论[M]. 商务印书馆,1990.
- [2] 凯恩斯. 就业、利息和货币通论[M]. 商务印书馆,1999.
- [3] 王小刚. 发展我国会展产业,推动经济社会发展[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版),2005(1):54-57.

(责任编辑:朱德东)

Principle and Paths for Meeting and Exhibition Industry to Boost Economic Development

ZHAO Ju

(School of Economics and Trade, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: Meeting and exhibition industry plays an important role in pushing forward economic development, "Innovative Theory" of economic development put forward by Joseph Alois Schumpeter is the theoretical basis of meeting and exhibition industry to boost economic development, meeting and exhibition industry can provide five factors such as products, technology, market, raw material supply and new organizations to serve economic development, can directly or indirectly drive three carriages of investment, consumption and export, and is an important path to promote economic development.

Key words: meeting and exhibition industry; economic development; social development; investment; consumption; export