

数字经济背景下中东部地区会展经济发展经验及模式

耿紫昂

西北政法大学经济学院, 陕西 西安

收稿日期: 2024年5月14日; 录用日期: 2024年5月30日; 发布日期: 2024年7月12日

摘要

作为当代服务业的重要组成部分, 展览业已成为当今国内外高度重视的一个新兴产业。2023年是中国全面恢复线下展会的第一年, 随着疫情的全面放开、国民经济的持续恢复、政策支持力度的不断加强、国际交往的不断恢复, 2023年中国展览业呈现了全面复苏向好的局面。我国中东部地区会展经济的发展在影响力、参与度以及会展企业吸引力等方面均远超其他地区水平, 京津冀、长三角、珠三角仍是全国热门展览区域。不过在数字经济背景下, 中东部地区展览业的发展同样面临着诸多不容忽视的问题, 比如高层次人才匮乏、企业发展规模较小、品牌化程度低等。因此, 研究中东部地区会展业的发展现状, 提出促进会展业可持续发展的对策成为当前的重要课题。

关键词

中东部地区会展业, 发展现状, 对策, 数字经济

The Development Experience and Model of Convention and Exhibition Economy in the Middle and East of China under the Background of Digital Economy

Zi'ang Geng

School of Economics, Northwest University of Political Science and Law, Xi'an Shaanxi

Received: May 14th, 2024; accepted: May 30th, 2024; published: Jul. 12th, 2024

Abstract

As an important part of contemporary service industry, exhibition industry has become a new industry highly valued at home and abroad. The 2023 is the first year of the full resumption of offline trade fairs in China. With the full liberalisation of the epidemic, the sustained recovery of the national economy, the strengthening of policy support and the resumption of international contacts, the 2023 Chinese exhibition industry is enjoying a broad recovery. The development of the convention and exhibition economy in the Central and Eastern regions of our country is far superior to that of other regions in terms of influence, participation and the attractiveness of convention and exhibition enterprises. Hebei, Tianjin, Yangtze and Pearl River Deltas are still popular exhibition areas in China. However, in the digital economy era, the development of the exhibition industry in the Central and Eastern region also faces many problems that can not be ignored, such as lack of high-level talent, small-scale enterprise development, low degree of branding, etc. Therefore, it is an important task to study the current situation of the exhibition industry in the middle and east of China and put forward the countermeasures to promote the sustainable development of the exhibition industry.

Keywords

The Convention and Exhibition Industry in the Central and Eastern Region, Development Status, Countermeasures, Digital Economy

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2020 年以来, 由于疫情的肆虐, 全球会展业惨遭冲击, 随着疫情逐步放开, 世界渐渐远离疫情困扰, 全球会展业逐渐进入了复苏通道[1]。2023 年中国国际消费品博览会总展览面积达 10 万平方米, 比首届总展览面积提高了 25%¹。从区域分布来看, 2023 年我国经贸类展会分布显现出比较明显的区域集聚特征, 东部地区会展经济率先恢复发展, 举办经贸类展览项目数量和面积均大幅度领跑全国, 全国占比分别为 68.26%和 73.53%²。

2. 发展现状

2.1. 展会承办

2023 年国内举办经贸类展会 3923 项, 总展览面积为 1.41 亿平方米, 覆盖全国 31 个省市自治区(不含港澳台地区)。2023 年, 中国经贸类展览数量和展会面积相较于 2022 年水平均实现了大幅增长, 并且已经超过疫情前的水平[2]。2023 年, 中国经贸类展览数量同比增加 117.1%, 展会面积同比增加 153.3%; 同 2019 年相比, 2023 年经贸类展览数量增加 10.6%, 展会面积增加 8.25%³。见图 1。

¹数据来源: 中国国际消费品博览会, <https://www.hainanexpo.org.cn/aboutus/4.html>

²数据来源: 中国贸促会展览公共服务网, <https://exhibition.ccpit.org/about>

³数据来源: 中国会展经济研究会, <http://www.cces2006.org/>

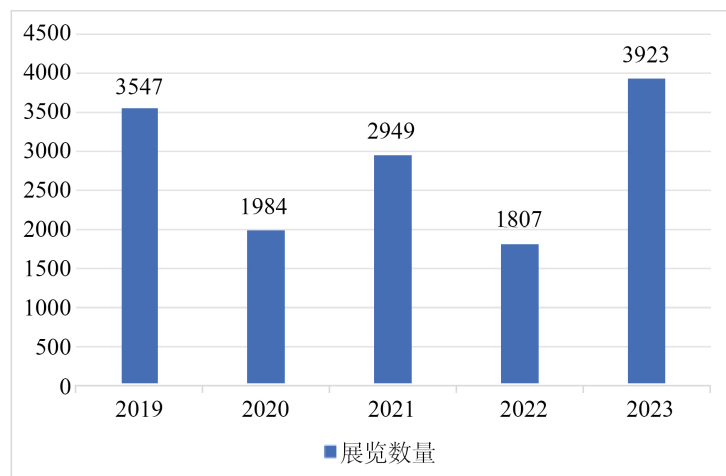


Figure 1. Changes in the number of economic and trade exhibitions in China from 2019 to 2023

图 1. 2019~2023 年中国经贸类展览数量变化图

按照国家统计局的参考标准划分为东部、中部、西部、东北⁴四个区域对 2023 年中国经贸类展会的区域分布进行分析[3], 从展览数量看, 2023 年我国东部地区举办经贸类展览项目最多, 共 2678 项, 占全国经贸类展览总数的 68.26%; 中部地区经贸类展览数量为 476 项, 占比为 12.14%, 西部地区经贸类展览数量为 487 项, 占比为 12.41%; 东北地区展览数量为 282 项, 占比 7.19%。见图 2。

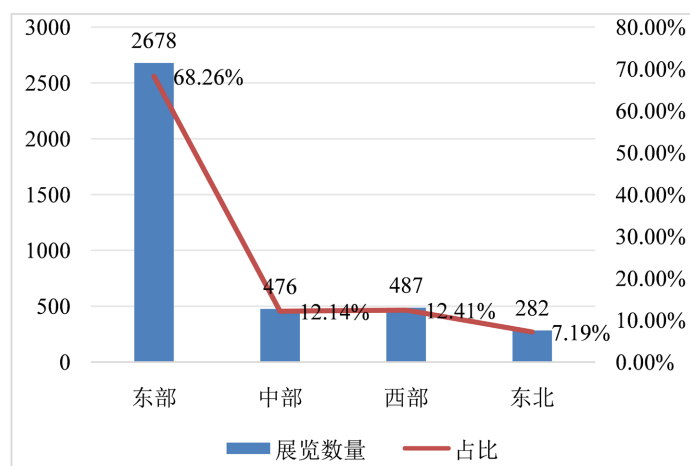


Figure 2. Regional distribution of the number of domestic economic and trade exhibitions in 2023

图 2. 2023 年国内经贸类展会数量的区域分布

从展览面积来看, 2023 年我国东部地区举办经贸类展览面积达 10,385 万平方米, 占国内经贸类展览总面积的 73.53%; 中部地区经贸类展会面积为 1468 万平方米, 占比 10.39%; 西部地区经贸类展会面积为 1670 万平方米, 占比 11.82%; 东北地区经贸类展会面积为 601 万平方米, 占比 4.26%。见图 3。

⁴ 东西中部和东北地区划分标准参照国家统计局公布信息, 其中东部包括: 北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南。中部包括: 山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南。西部包括: 内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。东北包括: 辽宁、吉林和黑龙江。

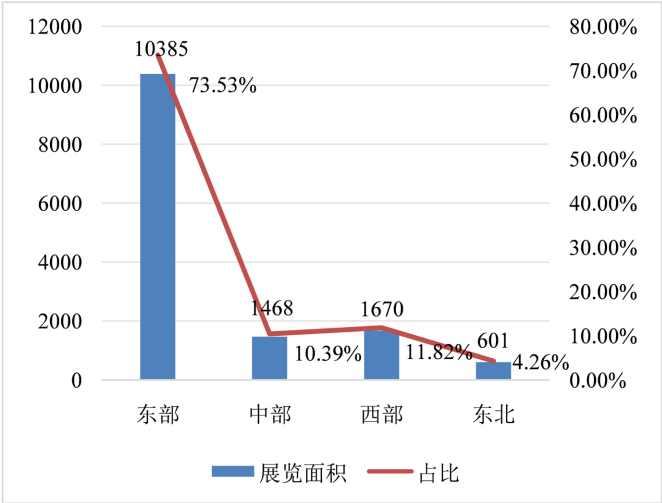


Figure 3. Regional distribution of domestic economic and trade exhibition area in 2023

图 3. 2023 年国内经贸类展览面积的区域分布

2.2. 上市展览公司

2014 年，中国会展企业开始独立上市。在会展企业上市公司中，A 股上市的公司 5 家，新三板上市的公司 16 家，在上市公司中，公司注册地东部地区有 17 家，中部地区有 2 家，西部地区有 2 家。

其中，从事展示工程业务的公司有 12 家，从事会务服务业务的公司有 6 家，从事展览主办的有 3 家，从事会展科技的公司有 2 家，从事展览全产业链的有 1 家，分别占上市展览公司总数的 57.14%、28.57%、14.29%、9.52%和 4.76%。

以会展为主业的 A 股上市公司及挂牌公司在 2022 年及 2023 年前三季度的收入总规模整体上升。根据上市公司公开数据，四家 A 股上市公司的收入规模如下，见表 1。

Table 1. The revenue scale of A-share listed companies in the past five years (unit: 100 million yuan)⁵
表 1. A 股上市公司近五年收入规模(单位: 亿元)⁵

序号	上市公司	2019	2020	2021	2022	2023 年 1~9 月
1	华凯易佰	4.12	13.51	20.75	44.17	47.50
2	风语筑	20.3	22.56	29.4	16.82	18.41
3	兰生股份	-	29.82	9.25	7.73	9.63
4	米奥会展	4.26	0.94	1.82	3.48	8.35

2.3. 政策支持

在中央层面，2023 年 1 月 28 日，国务院召开常务会议指出，推动国内线下展会恢复，支持企业境内境外积极参展。2023 年 4 月，国务院办公厅发布《关于推动外贸稳规模优结构的意见》，首条意见指出聚焦展览作用，要求“优化重点展会供采对接，推动国内线下展会全面恢复，办好中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际消费品博览会等重点展会”。2023 年 7 月 31 日，国务院办公厅转发《国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知》，要求促进文化旅游娱乐体育会展消费；积极

⁵数据来源：上市公司年报。

鼓励各地方政府加大对商品博览会、展览消费会、产品交易会、购物娱乐节、民俗展出节、品牌展览、特色市场集会庙会等活动的政策支持力度，进一步扩大会展消费。

在地方层面，2023 年各地方政府积极出台展览业支持政策，促进我国展会发展，涉及发展方针、资金补贴、产业促进、行业准入标准等多个方面，为各地展览业恢复线下展会提供了有力支持。大多数地区将展览业作为经济高质量发展的重要发力点，北京、上海、湖南、武汉、苏州等地均出台了推动本地展览业高质量发展的政策措施[4] [5]。见表 2。

Table 2. Government support policies in the central and eastern regions in 2023⁶
表 2. 2023 年部分中东部地区政府支持政策⁶

地区	时间	政策
福州	2023.2	《福州市关于加快打造东南会展高地的若干措施》
广州	2023.3	《广州市品牌展会认定办法(暂行)》
厦门	2023.5	《厦门市进一步促进会议展览业发展扶持办法》
雄安新区	2023.5	《关于雄安新区促进会展业发展的若干措施》
上海	2023.6	《上海市推动会展经济高质量发展打造国际会展之都三年行动方案(2023~2025 年)》
湖南	2023.8	《湖南省推动会展业高质量发展的若干措施(征求意见稿)》
苏州	2023.8	《苏州市关于推动会展业高质量发展的若干政策措施》《苏州市会展业高质量发展三年行动方案(2023~2025 年)》
济南	2023.8	《济南市促进会展业高质量发展的若干措施》
北京	2023.9	《关于促进本市会展业高质量发展的若干措施》
郑州	2023.9	《郑州航空港经济综合实验区加强会展引领作用、支持会展业优先发展的若干意见》
武汉	2023.10	《武汉市推动会展业高质量发展建设国家会展中心城市三年行动方案(2023~2025 年)》

3. 发展中的问题

3.1. 市场供需矛盾突出，时空分布不均

我国展览业作为朝阳产业虽然起步较晚，但各地区省市在展会数量和展出面积等指标上均表现出较明显的差异特性。在区域结构上，东部沿海地区因为地理环境较为优良，营商环境浓厚，因此作为经济开放的第一线，其会展业发展水平和发展规模均远超其他地区。西部地区因其交通欠发达，营商环境不足等因素，会展业的发展水平较为落后[3] [6]。

京津冀、珠三角、长三角依旧是我国热门展览区域[7]，2023 年仅京津冀、珠三角、长三角三大区域举办的经贸类展览数量占全国比重为 57.35%，三大区域总展览面积占全国比重高达 63.27%。其中，京津冀地区 2023 年共举办经贸类展会 474 场，总展览面积为 1387 万平方米，全国占比分别为 12.08%和 9.82%；2023 年长三角地区举办经贸类展览数量为 1031 场，总展览面积为 4398 万平方米，在全国占比分别为 26.28%和 31.14%；2023 年珠三角地区举办经贸类展览数量为 745 场，总展览面积为 3150 万平方米，占比分别为 18.99%和 22.31%^{7,8}。见图 4、图 5。

⁶数据来源：公开资料整理。

⁷数据来源：中国贸促会展览公共服务网，<https://exhibition.ccpit.org/about>

⁸数据来源：中国会展经济研究会，<http://www.cces2006.org/>

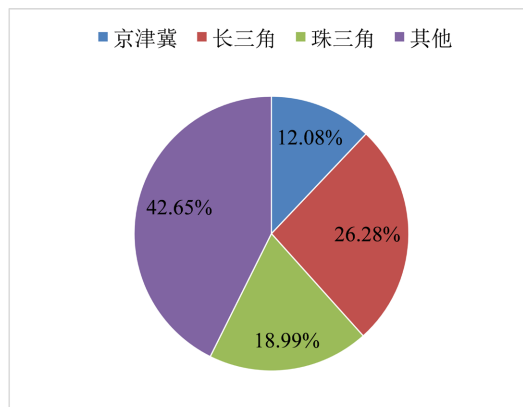


Figure 4. Proportion of the number of economic and trade exhibitions in Beijing-Tianjin-Hebei, Yangtze River Delta, and Pearl River Delta in 2023

图 4. 2023 年京津冀、长三角、珠三角经贸类展览数量占比

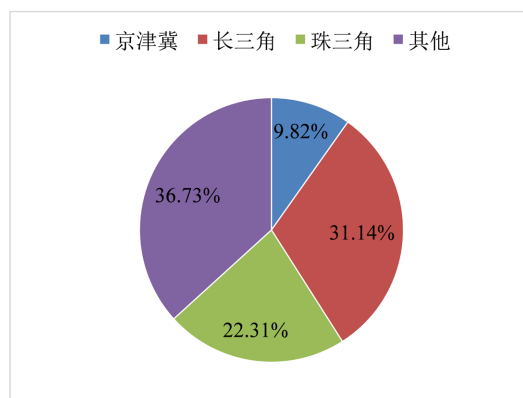


Figure 5. Proportion of economic and trade exhibition area in Beijing-Tianjin-Hebei, Yangtze River Delta, and Pearl River Delta in 2023

图 5. 2023 年京津冀、长三角、珠三角经贸类展览面积占比

3.2. 从业人员素质不高，展览教育需改进

会展的产业人才主要来源于高校毕业生，而高校毕业生与行业适用型人才的要求有距离，我国会展业迫切需要能完成项目规划等高素质专业人士[8]，目前会展从业人员对所办展览主题理解不全面，不能深刻思考供需双方对展览会的真实需求，对展览内涵停于表面，进而在办展过程中效果不佳，影响了会展业的可持续协调发展[9]。一方面，由于我国会展教育起步较晚、会展专业尚属于一个新兴专业，我国以会展方向为专业背景的教授学者较少，因而不可避免地存在理论知识专业性不足等问题[10]。另一方面，会展专业作为实践性较强的专业，院校与企业之间的合作是非常有必要的，然而大部分高校均仅停留在理论教学层面，没有任何的前置性训练及校企实习的对接[11]。

3.3. 企业发展规模比较小、品牌化程度低

我国很多城市掀起了推进会展经济建设的浪潮，但是普遍存在着发展规模不足、品牌建设专业性不强等情况[12]，我国会展建设起步晚，线上线下展览等新业态发展的数量较少，发展规模主要为小规模企业，导致展会特色不突出、规模不显著、吸引力较弱[13]。没有形成推行开放型经济的有效促进机制和整

体合力，导致会展转型升级新动能不足，对经济的带动和引领作用不足，从而使其缺乏综合竞争力，难以在国际会展市场竞争中成功立足并取得优势地位[14]。

4. 发展对策

4.1. 统筹好展览区域协调发展

未来要持续优化全国展览格局，根据各区域当地实际情况来做好展览业统筹规划工作，实现各区域之间的协调发展。东部地区展览业应持续打造知名展览会，走国际化展览、品牌化展览的路线，吸取发达展览业国家经验，争取展览水平要具备一定的国际竞争力；中部地区要发挥到东部与西部地区展览业交流与发展的沟通桥梁的承接作用，要通过中部崛起战略实现自身的发展；西部地区经济在过去几十年里得到迅速的发展，人群消费潜力巨大，利用好政策的引导作用，传播展览服务城市的相关观念，地方政府要根据当地特色创新展览机制，在展览特色化的基础上持续提升办展的专业化水平。

4.2. 加强高端人才培养，加强会展人才队伍梯队建设

建立会展人才职业资质认证与职业能力评价衔接机制。在数字经济发展背景下，政府及企业迫切需意识到专业人才对会展经济发展的重要性，实施招才引智计划，鼓励各地将会展人才纳入人才招考考核体系，促其人才质量不断提升，增强其自身的竞争力，为会展经济实现新的突破与发展提供强有力的人才支持。支持省内相关普通高校、职业院校加强会展业相关学科专业建设，加强对物流、营销、展会等会展领域实用型人才培养。各地商务、人社部门要以会展岗位所需的职业技能和素质为导向，积极组织辖区内会展企业开展会展技能相关的脱产、脱岗培训，帮助会展人员熟练掌握会展技能，进一步扩大会展人才专业队伍。

4.3. 加强品牌建设，培育会展品牌群

以信息咨询、市场推介、法律援助等服务为抓手，加快打造国内特色展会服务平台，同时，积极借鉴国内外其他成熟地区经验，加强与国内外服务展览企业的合作与交流，充分挖掘本地企业的发展潜力。提高会展企业的信息化投入，完善“线上展览标准服务平台 + 线下会展综合服务中心”的会展服务体系，向会展企业提供“一站式”全流程综合代理服务，帮扶企业合规合法拓展业务领域、提升自身出海能力。

鼓励各地出台会展企业培训工作计划，依托会展主体培育平台建立常态化会展培育机制，强化智库外脑作用，设立会展企业培训专家库，聘请专业人员和导师，针对会展企业起步、发展、壮大不同阶段以及会展行业的规则应用等，提供专业咨询和培训方案，帮助会展企业相关人员及时掌握相关会展技能和知识，助力会展企业精准进行决策布局。

4.4. 积极参与国际市场竞争

中国要积极参与到国际展览市场的竞争之中，鼓励和支持会展龙头企业以合作、自建等方式，在“一带一路”沿线等重点市场建立营销网络和服务保障体系。一方面要引入知名国外展览商的展会项目，鼓励本土展览企业和外国展览商进行沟通合作开发项目，鼓励国外展览业协会来我国设立展览项目办公司。另一方面，中国展览业既要做好素质提升也要加强自身的国际竞争力，加强自身企业文化建设，吸收外资龙头展商经验，提升对外竞争实力。代表国家出国举办展览是中国贸促会的重要职责，2023年中国贸促会恢复组织企业线下出国展览，把出国展览工作同高质量共建“一带一路”、稳外贸稳外资、开拓多元化市场等有机结合，重点在发展中国家、新兴市场国家和战略性新兴产业领域参展办展，多措并举助力企

业出海拓商机。

参考文献

- [1] 梁童歌. 会展经济发展的现状与对策[J]. 经济研究导刊, 2022(28): 53-55.
- [2] 中国展览业全面复苏 境外自主办展意愿提升[J]. 中国会展, 2024(9): 12.
- [3] 张萌, 狄乾斌. 中国会展业发展效率时空特征及竞争力研究——基于三阶段 DEA 模型的实证分析[J]. 资源开发与市场, 2024, 40(4): 546-557.
- [4] 周慧芝. 数字化背景下珠海会展业高质量发展研究[J]. 商场现代化, 2024(11): 130-132.
- [5] 杨朝越, 罗筱雅, 李静绵, 张丹虹, 胡斯诺. 广州会展经济的发展现状及可持续发展对策研究[J]. 商展经济, 2021(14): 1-3.
- [6] 陈晓宁. 会展经济区域发展现状分析[J]. 产业与科技论坛, 2023, 22(14): 19-20.
- [7] 徐博, 方向东. 中国会展产业高质量发展的空间格局与动态演进[J]. 中国商论, 2024(9): 128-131.
- [8] 李铁成, 刘勇, 吴娜妹. 全国统一大市场与会展产业升级——基于会展市场创新与升级的视角[J]. 商展经济, 2024(10): 5-11.
- [9] 许越, 杜娇燕, 李维新. 大众传播视阈下会展活动与思政教育的融合发展研究[J]. 商展经济, 2024(9): 161-164.
- [10] 许肖琳. 产教融合背景下应用型本科会展专业项目式教学实施探索——以《文化创意与策划》课程为例[J]. 商展经济, 2024(6): 177-180.
- [11] 吴红霞, 梁露. 基于虚拟仿真技术的会展策划与管理专业人才培养方案优化研究[J]. 中国现代教育装备, 2024(5): 160-163.
- [12] 李宇涵, 彭思源. 会展经济发展现状与风险管理分析[J]. 现代营销(经营版), 2021(2): 91-92.
- [13] 裴超. 创造“新质”引力——以现代化为先导创新发展模式推进会展业高质量发展[J]. 中国会展, 2024(5): 18-23+7.
- [14] 魏仁兴, 王德文, 贺静, 刘芷彤. 展览标准化与会展业国际化发展的关系研究[J]. 商展经济, 2024(6): 1-3.