## 核心提示

得天独厚的自然条件和生态环境，丰富的旅游资源，高水准的会议设施，这些先天和后天的资源已然是海南会展经济的三大法宝。依托三大法宝，海南会展业有着长足发展：会议接待成为旅游业的重要支撑和旅游收入的重要来源；展览规模不断提升，区域影响力逐步增强。

然而，经过十数年的发展，我省会展业的发展短板也逐渐显现：会展企业实力偏弱、没有自主的会展品牌、“会强展弱”、会展基础设施布局待优化等等。

会展业素有“城市的面包”和“经济的晴雨表”之称，肩负着经济助推器和新亮点的重任。如何进一步挖掘会展业潜力助推海南经济？近日，省政府确定将包括会展业在内的12个产业作为全省经济发展的突破点，提出“把海南打造成国际知名的会议目的地和区域性会展中心”。《海南发展壮大会展业研究报告》则提出，通过5年左右时间努力，力争会展业直接经济收益达到400亿元左右，会展业成为实现海南经济转型升级的重点产业。

业界人士认为，要实现如上目标，打造“海南范”的会展业，海南还需从政策扶持、产业优化、特色化发展等方面着手。

### 转型升级还需跨越多道栏

# “海南范”的会展业如何迈步？

■ 本报记者 罗霞

第九届中国(三亚)国际热带兰花博览会现场。自2006年以来，三亚已成功举办9届兰博会。依托兰博会这个平台，三亚不仅打造了兰花文化旅游区，还促进了兰花种植业的发展。 本报记者 武威 摄

## A

“第一阵营”的压力——

### 区域竞争激烈 特色品牌乏力

对策：培育自主品牌，打造“海南范”的会展形象

“几乎每天都会新增一两单业务。近的业务在海口、三亚，远的则在大洋彼岸。”说起海南会展业这些年的发展，陈方旭用自己的公司业绩数据来佐证。

陈方旭是海南智海王潮机构董事长。海南智海王潮已在海南进行会议服务十余年。位于海南华侨宾馆旁的这家公司，办公室虽然看起来有点稍显陈旧，但它见证了海南会议产业近些年的快速成长。

“近五年，海南会议市场发展很快，选择到海南举办年会、发布会、研讨会等会议的企业和社会组织越来越多。”陈方旭说。

陈方旭的公司也抓住了这个发展时机。在最新一个统计年度，智海王潮公司业务成单量预计超过700项，营业额近1.5亿元。业务中的40%订单在岛外完成，其中有5%是在国外完成。

据海口、三亚会展协会提供的统计数据显示，全省会议参会人数最多的在2012年，100人以上的会议有1.5万个，参会人数330万人，保守地按与会人员在海南人均消费3000元估算，会议接待收入将近100亿元。再加上接待的100人以下的小型会议，当年我省整个会议接待收入140多亿元，约占全省旅游收入的1/3。从行业分析，来自汽车、医疗医药、IT行业、金融等领域的会议颇多，奔驰、宝马、别克、微软、德国拜耳集团等纷纷在海南举办会议。

有业内人士分析，海南具有得天独厚的自然条件和生态环境，旅游资源丰富，拥有国际一流的会议设施，再加上博鳌亚洲论坛已成为金字招牌，为举办会展积累了丰富的经验，目前海南会议目的地优势明显，已然与北京、上海、杭州等城市同属会议承接地第一阵营。

海南该如何稳住“第一阵营”的优势并进一步扩大“海南范”的影响？

与岛外企业竞争承接一些大型会议时，陈方旭明显感觉到，会议产业的竞争更重要的是区域竞争。与海南相比，一些地方对会议产业给予更多的政策、资金等方面的支持。

智海王潮曾因为报价稍高等原因错失不少大型会议的承接工作。陈方旭认为，因为营改增不同步，海南会展业面临着比其他城市更大的税负压力，建议政府想办法为企业减负。此外，建议加大政策扶持力度，可参考苏州、珠海、厦门等城市出台类似奖励政策。

“不能都是‘别人的孩子’！要自己去策划、主办一些拥有自主品牌的会议，打造自己的会议品牌。”海南风光时代会展服务有限公司总经理张民光则表达了对海南会议产业热衷承接会议的忧虑。他认为，要打造“海南范”的会展形象，必须培育拥有自主品牌的会议，这样才更容易把握会议产业发展的主动权。

如何培育自己的会展品牌？

“没有形成‘政府孵化+大企业专业化运作’的大品牌展览，无法带动展览业的发展。”海南共好国际会展服务股份有限公司总经理周大寨认为，海南应围绕热带农业产业、热带文化产业、海洋产业、旅游产业发展大型品牌会展。

周大寨建议，列入重点打造的会展项目要与海南产业发展紧密相关，其所涉及的产业在海南要有发展前景、属于省市政府重点扶持的产业范围、在国内其他地方无法或难以替代等。

**名词解释**

会展业包括会议业和展览业。从20世纪80年代以来，我国的会展业经历从无到有，从小到大，以年均近20%的速度递增，行业经济效益逐年攀升，场馆建设日臻完善，已成为国民经济的助推器和新亮点。据有关统计数据表明，一个好的会展对经济拉动效应能达到1:9，甚至更高。会展经济已逐步发展成为新的增长点，是发展潜力大的行业之一。

## B

吃不饱的展馆没地办的展会——

### 大型展馆待建 小型展馆难觅

对策：优化会展基础设施结构

每到旺季那几个月，海南国际会展中心里的展会活动一个接一个，看上去一片利好，海南国际会展中心副总经理沈雁却叫苦连天：自2011年首展以来，海南国际会展中心一直处于亏损状态。

“展商实力弱，目前海南国际会展中心展馆租赁价格在全国而言属于下游水平。”沈雁说，另外展馆的设备维修等成本高，因此入不敷出。

与沈雁的看法不同的是，我省一些会展企业提出，结合海南会展企业的实力，海南国际会展中心场馆租赁价格比较高。这些会展企业认为，目前海南国际会展中心的场馆出租率不算低，场馆全年平均出租率近48%，这在全国属于中上水平。

还有会展企业对会展场馆分布不均叫苦：一方面目前全省没有一座10万平方米以上的展馆，难以引进医药、糖烟酒等大型展览；另一方面，海口会展中心改建成购物中心后，5000平方米以下的小型专业展没有合适的场所，又缺少培育小型展览的小型展馆。

双方对于展览市场的不满，引起更多业内人士对于海南展览市场容量、基础设施建设以及会展企业壮大发展的思考。

“海南会展业呈现‘会强展弱’的现象。”海口市会展协会会长杨学功告诉记者，目前海南会展公司有百来家，以目的地服务型的会议公司居多，展览企业不到20家，规模以中小型为主，在国内外有竞争力的知名品牌展会几乎没有。同时海南展馆经营方、会展企业基本为民营企业，实力有限。

将海南会展业与厦门会展业进行分析比较后，厦门市会展协会会长郑智认为海南发展会展业需错位发展，发挥优势、弥补不足。

“海南可以积极以会带展，根据自身特点研发一些项目。”郑智介绍说，厦门就曾针对产业薄弱、市场不够成熟的状况，提出“展览业不行，会议补”“大型展览不行、小型展览补”的思想。

中国(海南)国际热带农产品冬季交易会的观众体验海南风情。 本报记者 张茂 摄

## C

博鳌的困惑——

### 金字招牌 为啥成不了“聚宝盆”

对策：向达沃斯学习走“国际范”

拥有海南会展业“金字招牌”——博鳌亚洲论坛年会的博鳌会展业，在一些业内人士眼中，正处在困惑期中。

海南中远博鳌有限公司是博鳌亚洲论坛的配套服务供应商，自成立以来已连续14年成功服务博鳌亚洲论坛年会，具备丰富的会议组织和接待经验。同时，公司累计接待其他商务、行业论坛等会议总量约4500场，千人以上会议总数达200场以上，其中不乏来自国内外的全球知名企业商会及高端峰会。

不过自营业以来，中远博鳌公司一直靠集团输血维持运营，酒店每年都在亏损，而且亏损额度非常大。

“在博鳌亚洲论坛之后，海南博鳌没有打造一些有影响力的活动和论坛，博鳌亚洲论坛的品牌效应未得到更好地发挥。”海南中远博鳌有限公司销售总部总经理刘青山感慨道，全国会展行业竞争激烈，许多城市争抢大型会展活动，仅凭借企业及单体酒店，难以承办上档次、上规模的展会。因此希望政府关注会展市场的前期培育，以财政补贴、设立会展发展基金、出台奖励政策等方式给予会展组织方支持。

刘青山有一个设想：以博鳌为核心会展商务圈，辐射四周，有效带动海南会展及观光旅游行业的发展；由政府牵头建立会展协调机制，为大型会展提供交通、住宿、通讯、安全等方面的后勤保障支持；以博鳌亚洲论坛品牌为依托，选定博鳌亚洲论坛为会展培训的专业资质认证机构，建立沟通交流机制。

“达沃斯的经验值得借鉴。”刘青山介绍，在达沃斯，除达沃斯论坛外，一批国际性论坛、赛事会陆续举办，另外休闲娱乐设施等配套齐全。目前博鳌在发展会展业方面缺乏相关的配套设施。

在海南大学旅游学院会展经济与管理系副教授耿松涛看来，发挥博鳌亚洲论坛的品牌效应，更应该注重面向国外，特别是吸引更多的海上丝绸之路国家代表来琼参会参展，可以争取举办一些类似南亚博览会等国际性展会，弥补海南缺乏大型国际性商贸类展会的不足。

华南理工大学会展经济与管理系主任吴志才的国际化观点与耿松涛不谋而合。

“可以借助博鳌亚洲论坛效应，通过会议国际化、购物国际化、节庆国际化、展览国际化，引领海南会展业走向国际化。”吴志才说，第一，依托博鳌，首先成为重要的国际型会议节点，成为全球最佳会议中心之一，塑造国际会议中心的地位，打造会议之都。第二，利用“免签证、零关税、放航权”政策，实现“以贸带展、以展促旅”，让世界各地的知名展览落地海南，成为“买全国、卖世界”和“买世界、卖全国”的国际化商品集散中心，打造国际综合展贸购物岛。第三，策划世界性大赛和节庆走进海南，宣传海南。第四，申办专业性世界博览会，如以海洋、农业、生态、旅游等为主题，扩大海南展览业在世界上的影响力。

## D

海天盛筵的焦虑——

### 一席盛筵 遍地开花

对策：规划优化发展，加强行业自律

海南会展业的竞争现状，正被多家会展企业诟病。

成功举办5届的海天盛筵，已成为中国乃至亚洲的知名尊贵生活方式展，累计实现成交额数百亿元。不过，令海南海天盛筵会展有限公司焦虑的是，行业内恶性竞争现象日益严重。海天盛筵的成功，在全省甚至全国范围内引起了一批游艇展/生活方式展的遍地开花，水平良莠不齐，有些主办方为了一己私利而掀起恶性竞争，破坏市场规则，重挫了展商们参与国内类似展会的信心。

“希望政府相关部门能够对省内的会展行业特别是游艇会展业给予积极的管理，筛选符合国际旅游岛标准的部分展会作为支持对象，对不达标的展会不予批准或严肃规范。”海南海天盛筵会展有限公司负责人说道。

近两年，海口每年举办车展4个，三亚每年举办游艇展3个，一定程度上造成会展资源的浪费，参展商被动参展。海南共好国际会展服务股份有限公司总经理周大寨建议，应该充分发挥行业协会的作用，加强行业自律，明确三个月以内不重复办展等，并通过资金支持等予以积极引导。

不光是展会竞争，地域竞争的状况也令人不满意。

近几年，随着海南五星级酒店的大幅增加，小型会议市场争夺激烈。

海南中远博鳌有限公司会议总量从2011年的222个下降到2014年的56个，主要为100人以下会议从2011年的155个下降到2014年的17个。但在大型会议方面，由于公司硬件和品牌优势，一直呈增长趋势，1000人以上会议从2011年的8个增长到2014年的14个。

“海南缺乏对会展业的长远规划和会展场馆的合理布局，缺少核心竞争中心区域，各酒店各自为政，单打独斗，没有形成合力。省内同质竞争激烈，存在同一会议多方争抢，采取不正当竞争，造成内部资源消耗。”刘青山强调加强规划引导、避免同质化竞争的重要性，“海口作为省会，在会展业发展方面应以综合会展为主；三亚作为国际滨海旅游城市，侧重会展与旅游相结合；博鳌借助博鳌亚洲论坛的影响力，瞄准高端会议市场。”

跳出会展思考会展，吴志才从海南自然圈层到产业布局，再思考会展业，提出了这样的会展空间布局：“一个展览中心、二个会议基地、三个会展新城”，即海口综合型区域国际展览中心，博鳌国际组织及政府会议基地(定位高端大型会议市场)、三亚商务度假会议基地(定位商务中小型会议市场)；结合区域优势产业未来发展三个会展新城：文昌(航天基地)、东方(油气基地)、洋浦(港口基地)。

## E

避不开的淡旺季影响——

### 旺时门庭若市 淡时门可罗雀

对策：统一营销，全产业融合发展

每年的11月份至次年3月份是三亚等地的旅游传统旺季。三亚红树林酒店总经理刘宏娟感觉到，虽然近年来三亚会展业受旅游传统淡旺季影响在缩小，不过影响仍比较明显：旺季时会议团不断，且会议团消费能力强；淡季时会议明显下降，会议价格也下降三四成，且会议团在晚宴等方面的消费能力有限。

三亚丽丝卡尔顿酒店全年酒店会议接待量旺季期间约占83%，淡季约占17%；三亚亚龙湾天域酒店全年酒店会议接待量旺季期间约占70%，淡季约占30%。

对于淡旺季明显的状况，一些业内人士认为可以通过采取措施来缓解。“海南会展业缺乏统一营销。”刘宏娟说，政府应牵头走出去，到国内主要客源目的地，还有包机到达的国外主要客源地，带着奖励政策去开推介会，吸引终端公司客户及中间渠道商；加强与航空公司沟通，降低会奖旅游团队的交通成本，在与其他目的地的竞争中不处于劣势；政府搭台，多策划一些大型活动，如展销会、论坛、产业博览会等，起到宣传及创收的双重效益。

每个行业都有各自的特点，集中举行会议的时间节点也不尽相同。刘青山建议，淡季时一定要挖掘行业的潜力，从而每月都有行业会议的举办，实现淡季不淡。

好的产品，才能吸引更多的会展客人，这其中需要创意的融入。海南乐韵文化传媒有限公司负责人提出，政府在规划时能否考虑划出一块地作为创意产业园，提供给会展等创意产业的单位使用。

更多的会展业界人士强调会议、展览、节庆赛事、奖励旅游等的融合发展，从而做大会展业“蛋糕”，使得“淡季不淡”、市场总量扩容。

“海南会展业统筹协调体系、政策支持体系有待健全。”业内人士指出，海口尚未形成统筹协调的会展业管理体制，虽然对展会本身的审批少，只需备案即可，但是工商、公安、消防、城管等10余个部门从各自职能角度参与会展的审批和监管，各部门间缺乏必要的沟通和协调机制，政出多门；会展业行政性垄断尚未完全破除；会展业发展财政扶持力度不够，已经出台的政策过于笼统。

“目前海南会展业政策制定、协调发展中忽略了节庆赛事等，建议把节庆活动等纳入会展发展大规划里来，便于行业全面发展。”一些业内人士建议。

(本报海口7月2日讯)