



三亚河入海口处，鸿洲埃德瑞游艇展览。
水木 摄

海天盛筵——三亚人的世界品牌

会展经济成为展现城市品牌重要手段

林立的高楼大厦，是城市发展进程中的最佳载体与表现形式。它将城市的文明、内涵、经济等各项硬指标，通过建筑的形态、色彩、高度等活生生的形式给予形象的展现。每一座城市都有一个属于它的标志性建筑，每一座城市也都有属于它的历史文化，但是，并不是每一座城市都有属于它的城市会展品牌。一个城市的品牌核心价值不仅反映了这座城市在商业竞争社会存在的理由，而且更重要的是它代表了这个城市能够为全体社会成员带来最大的利益，品牌的核心价值是一个城市的灵魂，城市品牌化的力量就是让人们了解和知道某一区域并将某种形象和联想与这个城市的存在自然联系在一起，让它的精神融入到城市的每一座建筑之中。一座城市，只要有了属于自己的城市会展品牌，才会有社会竞争力和生命力，并使之发展可续行。

在中国，像北京、上海、广州、深圳这样的城市，由于改革开放初期便有超前的会展理念，它们在自发的历史进程中缓慢地形成了自己的城市特色和城市品牌，即经济可续性、人文景观和历史风貌，如上海的“世博会”，广州的“广交会”每年都吸引着全世界的目光聚焦。中国的其他一二线城市和一些经济发展迅速的中小城市，如大连、青岛、杭州、武汉、秦皇岛等也都在打造属于自己的城市品牌。很多城市利用种种活动或者会展，聚集中国乃至世界的目光，如广州“广交会”、上海的“电影节”、青岛“啤酒节”、大连“国际服装节”、哈尔滨“冰雕节”等等。提起“啤酒节”，人们自然就会想到青岛这座城市，提起“电影节”，大家脑袋里面

立马会想到东方明珠，这就是一个自主品牌深入人心的魅力和影响力。举例来说，广州的中国进出口商品交易会（简称“广交会”）至今已举办了118届，2015年广交会的出口展位总数59230个，参展企业24096家，进口展位总数998个，共有来自40个国家和地区的604家企业参展。官方数据显示，2015秋季“广交会”出口成交额270.1亿美元，本届“广交会”境外采购商与会17.75万人，来自213个国家和地区。

迄今已有54年历史的“广交会”，已经一跃成为“中国第一展”，“广交会”对于广州这座城市来说，已经不仅仅是一个展会这么简单，除了琶洲会馆成为羊城的一大城市地标外，还有

一年超过300亿元的直接或者间接的经济效益。统计显示，“广交会”采购商在穗停留时间平均为7.27天，人均每天消费达到4068.8元，大大超过日常入境游客的人均水平。而“广交会”参展商在穗停留时间为7.5天，人均消费近3000元，是日常国内游客的3.35倍。一年两届“广交会”带给广州的直接经济效益，即国内外访客和相关机构的直接消费为110.5亿元，间接经济效益为215.94亿元，两者合计为326.44亿元。每届“广交会”直接带动的全职或兼职就业人数为5.46万人；间接带动的全职或兼职就业人数约为97.08万人，一年两届“广交会”，直接和间接带动的就业人数合计为205.08万人，受益行业包括零售、酒店、餐饮、

交通、货运、展位搭建和广告。随着“广交会”的发展，前来的中外客商呈飙升趋势，每届多达几十万人。从此看来，会展经济是市场经济发展到一定阶段的产物，是通过举办大规模、多层次、多种类的会议和展览，带来源源不断的商流、物流、人流、资金流、信息流，在取得直接经济效益的同时，创造商机，吸引投资，推动商贸旅游业的发展，进而拉动其它产业的发展，达到促进经济和社会的全面发展。因此，会展产业成为继旅游、房地产业之后又一个崛起的“无烟产业”、“朝阳产业”。会展经济除了直接经济效益外，还成为展现城市形象和品牌的重要手段，为城市带来潜移默化的变化。

海天盛筵推动三亚经济发展

三亚，自海南获批建设国际旅游岛之后，大力发展会展产业，三亚市政府每年都会举办各种活动，但有些活动属于外来品牌。因为外来品牌有流动性举办的属性，给人的印象只是这个品牌的影响力，而不是一座城市的影响力，也可以这么理解，它对举办地带来的影响是临时性的、阶段性的，它无法永久与一座城市相扶相依。

早在2010年4月，第一届海天盛筵——游艇、公务机及尊贵生活方式展就已经应运而生，至今已成功举办五届。海天盛筵的举办在不断提升海南国际旅游岛建设的知名度与品质的同时，让更多世界知名高端旅游产业了解三亚及海南投资环境，特别是对于提高三亚的游艇产业经济发展具有一定影响力，为三亚及海南带来不可估量的城市推广和城市营销的效应，实现社会效益与经济效益共赢的局面。

“每年海天盛筵举办前后，酒店的入住率明显提高。”市区一家酒店的负责人告诉记者。而执飞三亚航线的航空公司也表示，每年海天盛筵举办时，飞机的客座率都会相应提高。至于在餐饮、娱乐消费行业产生的效应，从业者反映同样明显。在调查中，海天盛筵给三亚市场带来的效应已经得到众多行业的肯定。

事实上，海天盛筵展会期间举办各种晚宴及多种形式的社交活动，为

参展商、客户和各界商业人士提供了最佳的交流场所、沟通平台和纽带。另外，海天盛筵对于中国高端生活品牌行业的发展也起到了很大的推动作用，加速了国际高端生活方式在中国发展的进程。同时为中国传统艺术、工艺与世界时尚艺术、工艺，带来了理念上的碰撞。

对于目前的三亚来说，海天盛筵无疑是能让三亚走向世界和引入国际游客的一个会展品牌。五届海天盛筵过去了，可以看到的是越来越多的人通过海天盛筵了解到三亚，并促成一系列的民间投资项目。2011年7月及2012年4月海天盛筵期间，意大利托斯卡纳大区代表团两次到访三亚，访问三亚鸿洲国际游艇会。2014年，意大利驻华大使白达宁专门两次到访促进中意企业合作，2014年6月，意大利总理伦齐访华，两国政府共同发表关于加强经济合作的3年行动计划，中意双方优势互补，深化合作。在中意经贸合作论坛上，主办方与意方签署了关于开展意大利奢侈品项目的意向书，其中包括已经落成中意合作项目的南边海游艇基地和规划中的南山港国际超级游艇与工作船服务中心项目的合作。

2014年10月16日，由海天盛筵促成的三亚市政府与意大利托斯卡纳大区维亚雷焦市建立了友好城市关系，促进了国与国、市与市之间的文化、经济

的交流。省文体厅每年对海天盛筵评估的结果表明，海天盛筵通过投资促进、消费拉动、技术创新和就业带动四个主要方面带动三亚市的整体经济呈现出快速增长的趋势，就2014年海天盛筵举办法而言，主办方直接投资1亿元带动三亚GDP增长3.75亿元；另外，海天盛筵进一步促进了三亚市整体产业结构的优化和升级，并带动了三亚市的会展产业、旅游产业、房地产产业、基础设施产业和游艇产业的快速发展。单从游艇产业的发展来说，5年前第一届海天盛筵举办前，进驻三亚的游艇品牌不到十家，五年后的今天，全世界95%的游艇品牌均已进驻三亚，纷纷抢占中国游艇市场。官方数据显示，每年国内外参展商约200家左右，每年通过展会直接或间接促成成交额达数10亿元人民币之多。

“作为中国最具影响力的高端会展，海天盛筵对三亚的经济增长效应、产业结构效应、关联产业推动效应和城市品牌提升效应是十分明显的。”亚龙湾喜来登度假酒店一位销售人员对海天盛筵的评价更有见地。他说，海天盛筵举办的这5年来，国际上，尤其是对于欧洲国家起了很大的品牌宣传效应。那里有些人可能不知道三亚，不知道海南，但是他们知道有海天盛筵这样一个高端会展。可想而知，这样带来的

结果无疑是促进三亚国际游客数量的增长。

“确实，从这几年来看，海天盛筵除了会展创办、消费贸易带来影响，创造了更多的劳动就业机会外，还为市场管理、制度创新积累了经验。”三亚市口岸办有关人员说。

5年来，海天盛筵不仅打造了一个高端商务合作平台，它还为中外文化的交流做出了不可或缺的贡献。海天盛筵在链接各国知名品牌、消费者、媒体及渠道商的同时，每届都在举办各类国际文化艺术交流活动，如2013年“艺汇海南”艺术展，吸引了国内外众多艺术家和艺术品的参展，法国政府“组团”参展，将法国知名品牌及文化艺术类展品带到了中国，与中国先锋艺术家们共同打造了一场“艺术花园的盛宴”；2014年“独艺无二”艺术展和“中国古董及艺术品展”，将中国传统艺术品，展现给来自世界各国的观展嘉宾，不断将海天盛筵打造成为一个中外文化艺术交流的平台。

通过海天盛筵这个展会，还催生了一系列帆船赛事等活动，如每年在三亚举办的“路易十三杯”帆船赛、世界动力艇锦标赛、“司南杯”帆船赛等等，真正吸引了一批国内、国外高端赛事在三亚举办，吸引了一批国内外国际高端游客常驻三亚，大大推动了三亚经济的发展和城市的国际化程度。

海天盛筵成三亚新名片

三亚有着世界上最优质的海洋、阳光与空气的环境资源，对于发展游艇业来讲有着天然的优势，“海洋强国”、“一带一路”已经成为我们走向世界的国策。2011年9月，海南省委领导在三亚港综合整治项目进行调研，强调要将三亚港建设成世界一流的游艇船港，要以游艇帆船港的建设为牵引，带动海上、内河和岸线资源的整体开发利用，将三亚港打造成以游艇为主导的高端旅游、文化、商务会展中心，让三亚成为世界的靓丽名片。省政府领导也多次就发展海南游轮游艇业进行调研，并提出殷切希望。2014年10月31日，三亚市干部大会提出，要紧紧围绕抓住三亚旅游业提档转型的关键期，积极参与市场竞争，积极发现培育新增长点，注重引进旅游新业态，不断实现三亚旅游业态的国际化、精品化，“把三亚打造成真正意义上的国际精品城市”。

随着游艇产业迅速崛起壮大，游艇已经作为一种文化理念，海天盛筵伴随着游艇业和会展业的发展，参展品牌和观众数量逐年上升，在行业中的影响力不断扩大，也必将成为国际高端展会的标杆和代表，成为海南、三亚自己的新名片、新品牌。

但一个品牌的打造，不能单靠一个企业的力量，而是需要一个城市的所有人共同去呵护，因为这个品牌能够为这个城市的全体社会成员带来最大的经济和社会综合利益。海天盛筵自2010年成功举办至今已经跨越5年历史，其知名度也远远超过其他会展品牌，2013年开始被别有用心的人策划和利用、诽谤，经历了两次比较大的风波。今年，随着“孙静雅”事件的爆发，某网络媒体在新闻标题上又冠以“海天盛筵女主角”的字眼。之后，孙静雅在山东枣庄落网，从其供述中，大众才得知其与海天盛筵无关。海天盛筵多年来蒙受的不白之冤终于得以洗刷，也给了多年来质疑和传播海天盛筵绯闻的人一记响亮的耳光，但海天盛筵这个三亚人自己的品牌已经无辜地受到了极大的误会和伤害。

作为三亚走向世界的一个窗口，引导和培育游艇产业的展会，海天盛筵这个品牌需要有担当、有魄力和使命感的三亚人站出来共同去呵护和打造，只有珍惜和用心做大做强海天盛筵这个世界级的品牌，才使我们今后在世界旅游经济舞台上占据一席之地，把三亚打造成为国际精品旅游城市的目标更进一步。



海天盛筵直升机展示。

在海天盛筵的一艘游艇上，一位海钓爱好者沐

水木 摄

浴着三亚灿烂的晚霞，悠闲垂钓。

建强 摄



海天盛筵吸引了众多客人前来参加。
文/卢苏 图/除署名外均由海天盛筵主办方提供