

“一带一路”国家旅游会展推广合作研究

王强¹ 任国岩²(通讯作者) 王博海³ 晋冰倩³ 侯淑怡³ 许乙睿³

(1.台州科技职业学院 浙江台州 318020; 2.浙江万里学院 浙江宁波 315100; 3.上海对外经贸大学 上海 201620)

摘要:“一带一路”倡议提出以来,不断深化合作,从理念化为行动,从远景转变为现实,旅游会展作为践行“一带一路”倡议的重要手段,发挥着至关重要的作用。本文研究发现,“一带一路”国家旅游会展呈现出以下特色:(1)旅游会展的先天基础、相关资源的富集程度及市场空间是“一带一路”国家旅游会展国际推广及相关合作的基础条件;(2)合作基础(包括旅游会展先天基础、资源富集度和市场发展潜力)和合作效应(包括经济价值、社会价值和引致价值)是“一带一路”国家旅游会展合作推广的目标预期;(3)合作支持、合作引领与合作发展是实现旅游会展国际推广合作的有效路径。基于此,本文提出了实现高质量发展“一带一路”国家旅游会展的对策建议,以供参考。

关键词:“一带一路”倡议;旅游会展;国际合作;推广合作;先天基础;富集程度

本文索引:王强,任国岩,王博海,等.“一带一路”国家旅游会展推广合作研究[J].商展经济,2024(08):004-007.

中图分类号:F713.83;F59

文献标识码:A

1 引言

我国积极践行“一带一路”倡议,推进区域经济一体化,“一带一路”倡议自提出以来,不断从理念化行动,从远景变现实。旅游合作作为最易切入、辐射能力最强的区域合作形式,在高质量共建“一带一路”背景下,旅游和会展行业需要以更优质有效、更有弹性的产品供给实现全方位、高质量的发展。《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》明确强调了旅游合作的重要性,旨在扩大旅游规模,提升区域间的交流与合作。为实现这一目标,沿线各国将积极发挥论坛、展会等平台的作用,促进区域间的互动与合作。“十三五”期间,各沿线国家积极响应号召,广泛进行旅游会展相关合作,如互办国家旅游年和国家年,跨国间旅游合作协议的签订及举办相关论坛、会议。然而,在我国与其他沿线国家会展旅游项目的推广合作中出现了一些问题,其路径在整体上也尚未得到明确。

本文立足“一带一路”国家旅游会展推广合作现状,积极探索“一带一路”国家旅游会展的推广合作路径,并提出提升建议,以期为旅游会展国家合作推广的未来发展提供一定参考,有助于落实和响应并推动“一带一路”倡议。

2 “一带一路”旅游会展推广合作现状

新时代背景下,国际旅游市场日益繁盛,虽然受到新冠疫情冲击,但“一带一路”构想的提出加大了沿线各国开放合作的宏大经济愿景,越来越多企业走出国门谋求国际发展。旅游和会展的结合,为旅游和会展的跨国公司提供了发展市场的机会,同时相关文化能够为这些公司提供丰富的内容支持,文化产业与会展企业、旅游企业相互促进、相辅相成。从旅游带到经济群,“一带一路”中外旅游会展合作红利正持续释放。2023年,第十届中国西部文化产业博览会、西安丝绸之路国际旅游博览会在西安举办,博览会期间还举办了“丝绸之路沿线国家旅游城市发展论坛”,为“一带一路”国家搭建沟通交流平台,积极落实中亚峰会的相关协议。目前,我国与“一带一路”沿线各国在旅游会展方面有诸多合作,这些合作将会影响影响“一带一路”国家的政治、经济、外交等政策及对当地居民产生深远影响。

2.1 国家战略催生新的展会项目,经济与社会效益双丰收

我国的“一带一路”倡议提出后,沿线国家和地区贸易往来与经济合作不断加强,促进了沿线国家与地区之间的会展业合作。“一带一路”倡议是对会展业做了新的顶层设

基金项目:2023 教育部中外人文交流中心与文化旅游行业中外人文交流研究院“‘一带一路’国家旅游会展推广合作路径和对策研究”(2023WHLY1015)。

作者简介:王强(1996-),男,汉族,浙江临海人,助教,硕士研究生,研究方向:活动管理、目的地营销、城市会展业;

王博海(2000-),男,汉族,河南开封人,旅游管理专业;

晋冰倩(1999-),女,汉族,河南郑州人,旅游管理专业;

侯淑怡(2000-),女,汉族,上海人,旅游管理专业;

许乙睿(2001-),男,汉族,浙江温州人,旅游管理专业。

通讯作者:任国岩(1964-),男,汉族,浙江宁波人,教授,硕士研究生,研究方向:会展业与主场外交。

计,指明了会展业在“一带一路”领域的发展方向,也催生出许多新的展会。新发展格局下,宁夏通过举办中阿博览会加强了与阿拉伯国家的合作,不仅引领了宁夏会展业的发展,还让中阿各领域的人文社会经济交流与合作更上一个新台阶。通过创建国家全域旅游示范区加强会展业与旅游业的融合联动,将宁夏旅游品牌形象应用于发展会展产业。在提出“丝绸之路经济带”的战略构想后,西部大开发战略与“一带一路”沿线国家和地区的人文交流合作及建设合作机制等方面得到了促进。此外,中国—东盟博览会促成了中国—东盟自贸区的建设,中国—亚欧博览会促成中国—亚欧自贸区的形成,都是会展业促进周边国家贸易和旅游产业发展的重要平台。

2.2 出国参展办展整体规模上升, 境外自办展品牌日趋成熟

根据中国贸促会发布的数据,2023年上半年,我国出国参展办展快速恢复,各城市积极投入“一带一路”沿线国家的展会项目,纷纷走向国际市场,赴境外参展单位、项目数量都在平稳增加,赴“一带一路”沿线国家参展办展数更是占据一定比例。从区域来看,我国出境办展和参展的主要地区是亚洲,集中了接近一半的出境自办展项目。从行业来看,机械类、综合类、交通运输类、纺织皮革类、食品和农产品类是排名前五的出境自办展的展会所属行业类别;从组展规模来看,综合类展会是组展的第一大展会,纺织皮革类、机械类、交通运输类、消费品类等展会也是组展中较有影响力的几大行业展会。参展办展企业数量平稳增加的背后折射出我国企业对国际市场信心的增强,愿意出国参展和办展,未来海外专业展会将迎来更多中国参展商。

2.3 行业政策利好不断, 发展新动能不断增强

旅游会展因“一带一路”倡议而受益良多。然而,要实现其发展,就需要倚重政府的支持,这也是该行业繁荣的保证之一。国家三部门联合发文指出,在“一带一路”建设过程中,

应加强旅游合作,扩大旅游规模,组织旅游推广周、旅游宣传月等活动,联合打造旅游精品线路和产品,彰显丝绸之路特色;促进21世纪海上丝绸之路的邮轮旅游合作;进一步发挥区域、次区域国际论坛、展会及相关国家外交的会展平台所带来的积极作用。沿线国家纷纷响应,广泛展开旅游会展合作,举办国家旅游年、签订旅游合作协议、举办各类会议和论坛,无不展示出其活力与活跃性。文化和旅游部在2021年公布的《“十四五”“一带一路”文化和旅游发展行动计划》提出了三大重点任务,即到2025年提高讲中国故事品牌活动的影响力,不断拓展与“一带一路”国家的合作广度与深度,实现共建“一带一路”文化和旅游高质量发展的目标。

3 “一带一路” 中外会展旅游推广合作路径模型

依据现实背景和理论分析,本文从以下五个方面构建“一带一路”国家旅游会展国际推广合作的发展路径(见图1)。

旅游会展的先天基础、相关资源的富集程度及市场空间是“一带一路”国家旅游会展国际推广及相关合作的基础条件。同时,经济价值、社会价值和引导价值成为推广合作的期望,我国希望通过合作基础与合作效应达成“一带一路”国家旅游会展合作推广的目标预期。此外,“一带一路”国家的合作支持、合作引领与合作发展是实现旅游会展国际推广合作的有效路径,也是其深化发展的关键。通过这些合作方式,我国可以促进旅游会展的国际推广,并推动其发展。我们将努力提升旅游会展的先天基础、丰富旅游会展资源、挖掘旅游会展市场的潜力,以支持和引领旅游会展国际推广合作的发展。同时,期望通过合作实现旅游会展的经济价值、社会价值和引致价值,为推广合作带来更多成功和成果。

3.1 旅游会展国际推广合作基础

旅游会展先天基础是从旅游会展的质量、规模和结构三要素对某地旅游会展的发展程度进行评价的指标体系,脱胎于旅游资源评价指标体系。“一带一路”贯穿亚欧大陆,

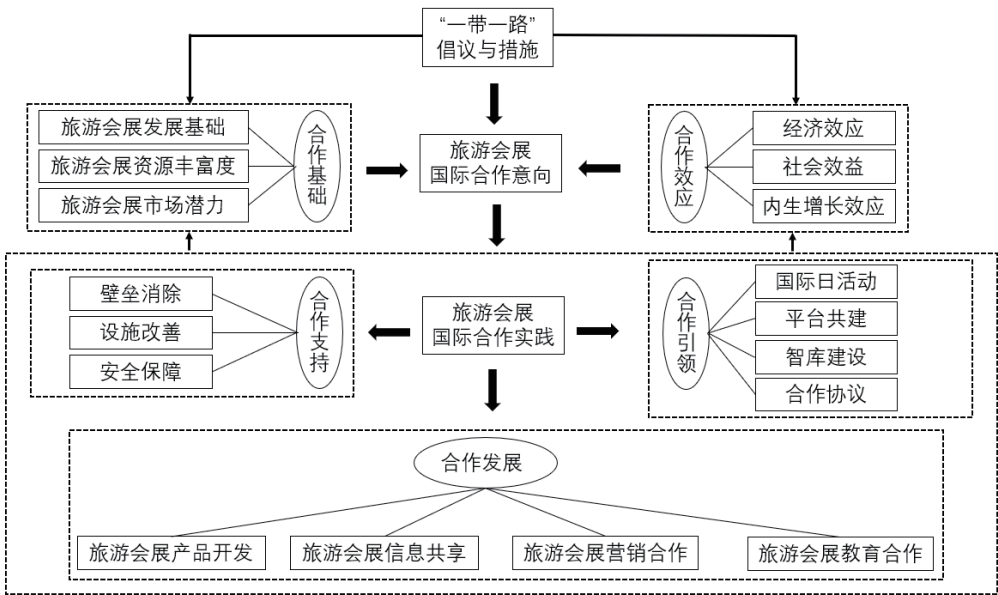


图1 “一带一路” 国家旅游会展国际推广合作路径模型

联系东亚和欧洲两大经济圈,其沿线国家旅游会展经济发展基础良好。以“一带一路”中国主要节点城市为例,广州、上海、深圳等沿海节点城市积极发展旅游会展,拥有强大的旅游和会展IP,如中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会等。在旅游会展资源富集程度方面,“一带一路”沿线国家拥有超过全球一半的自然保护区,超过全球2/3的世界文化遗产和全球超过1/3的世界自然遗产,拥有较好的旅游会展天然的资源禀赋,方便开展旅游会展。此外,沿线国家高度重视会展业在国际交流合作中的作用,在此情况下孕育了一大批会展项目,如博鳌亚洲论坛、欧亚经济论坛等。“一带一路”两端连接着东亚和欧洲,其中欧洲是公认的旅游目的地,亚洲是公认的旅游客源地,两端靠着“一带一路”进行连接,具有强大的旅游会展市场潜力。

总体来说,“一带一路”沿线国家应提高旅游会展质量、规模和结构,充实旅游会展资源数量和种类,提高旅游会展市场潜力,以及坚持求同存异、合作共赢的原则,夯实旅游会展国际推广合作基础。

3.2 旅游会展国际推广合作支持

作为旅游会展国际合作推广的必要支持,壁垒的拆解、基础设施的改善及安全程度的提升均起到较大作用。一方面,签证和交通可以改善和提高目的地的可进入性。截至2022年5月,“一带一路”中和我国互免普通护照签证的国家和地区共有11个;单方面允许中国公民免签入境的国家和地区有8个;单方面允许中国公民办理落地签证的国家和地区有32个。另一方面,基础设施的改善是推动“一带一路”旅游会展国际推广合作的重要条件。在此背景下,沿线国家的涉外酒店建设、航班建设、网络管理和景区基础设施建设等配套设施得到了极大改善。“一带一路”沿线国家恐怖活动时常发生,世界上85%的恐怖袭击都发生在“一带一路”沿线国家,因此共建坚实的安全保障体系,促进安全提升是促进“一带一路”合作发展的重要支撑,共建安全保障体系不仅能够为外来游客提供强大的应急处理保障,还能保障旅游和会展企业的对外投资和合作。

总体来说,“一带一路”沿线国家应从简化签证办理流程、完善交通、改善基础设施、注重应急处理和保障等方面出发,为旅游会展国际推广合作提供支持。

3.3 旅游会展国际推广合作深化发展

首先,进一步思考“一带一路”国家旅游会展的国际推广合作,要充分考虑各国和各地区的优势,尤其是考虑各国各地区的旅游会展吸引力,共同设计开发旅游会展的产品,对旅游会展的信息做到及时共享,同时培养通用型的旅游会展人才及加强跨国间的旅游会展营销合作。“一带一路”国家和地区遗产资源丰富,不同国家具有不同的文化和特色,为协调好“一带一路”国家和地区的资源开发,应做到合理共同开发,同时注重旅游资源的整合开发、特色创新,避免旅游产品的同质化。其次,会展业是对外宣传和交流的重要窗口,因此会展业要在不同国家和地区间构建交流沟通的平台,让民

心、政策、项目、资金、贸易等成为平台上流动的音符。此外,培养具有国际化素质的旅游业和会展业人才是市场所需,要提高旅游会展人才的优势,加强专业人才的培养,同时强化旅游会展人才库的建设,共享旅游会展信息有利于随时了解需求,及时做出调整。要将旅游会展经济当前已经存在的媒体优势和渠道作用充分发挥出来,将各国各级人民政府、社会资源和行业企业的资源充分整合,利用新一代信息化技术构建信息沟通平台,实现信息共享。最后,还应做好各国间旅游会展合作营销工作,充分整合协调好各国之间的资源,达到优势互补和共赢的目的。

总体来说,“一带一路”国家要坚持共商、共建、共治的原则,共同践行旅游会展协同发展生态文明理念,就旅游会展产品设计、旅游会展信息共享、旅游会展营销创新、旅游会展教育联合等方面进行深挖,建立国家间、区域间旅游会展协同发展机制,深化“一带一路”国家旅游会展国际推广的合作发展之路。

3.4 旅游会展国际推广合作引领

首先,“一带一路”国家旅游会展合作需要有示范性引领,示范性引领是引导“一带一路”国家旅游会展合作纵深发展的必要手段。“一带一路”国际日活动有助于推动国际民间旅游和商贸发展。其次,国家旅游年促进了国家间的合作与交流。国际日和国家旅游年有利于国家间的旅游会展形象宣传,也能为各国提供良好的交往环境。再次,合作协议的签订能促使“一带一路”国家对旅游的合作更加细化,尤其是明确整体性框架与合作议程。此外,旅游会展国际合作推广面临着跨国的诸多风险,必须做到资讯和信息共享,尤其是建立国际间合作的平台组织,充分发挥平台组织的沟通协商能力,形成利益共同体。最后,强化智库建设,发挥智库在理论创新、专业导向、资源集聚、实践转化、成果传播等方面的巨大作用,为驱动沿线地区旅游会展推广合作健康发展提供帮助。

总体来说,“一带一路”沿线国家应积极开展国际活动,明确旅游会展推广合作议程,搭建旅游会展推广合作平台,以实现资源共享,对推动旅游会展国际合作推广具有广泛影响。

3.5 旅游会展国际推广合作效应

旅游会展国际推广合作有望产生经济价值、社会价值和引致价值。就经济价值而言,当前“一带一路”沿线的旅游业和会展业发展不平衡,“一带一路”倡议旨在促进不同发展程度国家之间的交流,形成经济发展合力,这种合力能够促进发展的主要表现在脱贫、增加就业和促进产业发展方面。旅游会展国际推广合作不仅可以促进不同国家之间的文化交流,还能增进国家间关系;旅游和会展既可以成为缓解两国紧张关系的一种方式,又能成为改善国家间关系的催化剂。此外,作为流量经济的重要体现,“一带一路”沿线国家的旅游会展国际推广合作对合作者自身的旅游业和会展业发展发挥着重要作用。例如,第十七届中国—东盟博览会总投资额2638.7亿元,同比增长43.6%,增幅为历年东博会之最。

一方面,提高了举办地(广西)的GDP发展指标,加速了当地基础设施的建设;另一方面,为广西当地旅游景点带来了大量海内外游客,其旅游总收入比2019年增长10.7%。

总体来说,“一带一路”沿线国家应积极通过旅游会展国际推广合作带动弱势方的发展,促进各国间的文化交流和关系改善,为“一带一路”倡议和各国发展提供良好的催化剂。

4 “一带一路”国家会展旅游推广提升建议

4.1 建立旅游会展资讯沟通平台,增加交流契机以整合资源联动推广

展览、庆典等旅游会展活动不仅是文化交流的平台,还是展示自身历史与影响力的重要途径,同时有助于优化国际关系、构建多元化的发展环境。当下,“一带一路”国家存在旅游信息不畅通、会展信息不透明等特点,交流多存在于官方和个别单位的相互交流,普通旅客对“一带一路”国家拥有的旅游会展信息全无了解,不了解当地的旅游资源、住宿资源、商务资源等,更不用谈及合作推广。当下,提升“一带一路”国家会展旅游推广很重要的一点是效仿欧美等发达国家,建立旅游会展咨询沟通平台,增加交流合作契机,在此基础上重新思考资源整合问题,寻找双方或多方优势互补的资源,开展联动推广。

4.2 坚持求同存异、互利共赢及经济利益与政治利益相结合的原则

“一带一路”倡导合作发展,与丝绸之路沿线的各个国家成为经济伙伴,成为经济利益共同体。“一带一路”沿线国

家在地理上相互连接,在文化上有一定的相似性,但在政治、宗教、社会文化等方面仍存在一定的分歧,这种分歧在短时间内甚至在很长一段时间内都无法解决。因此,在“一带一路”倡议背景下,面对差异,我国需要保持求同存异的态度,积极开展合作,把双方旅游会展资源的互补性转化为各自会展业和旅游业发展的动力,在深化区域和跨区域合作中,努力做到以旅游会展为切入口,增加宽领域协作、多层次沟通、全方位提升等。

4.3 注重规划引领,构建沿线国际旅游会展城市网络

“一带一路”倡议寓意深刻,空间上囊括了亚欧非三大块大陆,横跨了东亚经济圈和欧洲经济圈,促进沿线国家繁荣发展,是实现全球经济竞争的重要载体,为沿线城市旅游会展城市网络的构建提供了难得的机遇。规划引领是构建沿线国际旅游和会展城市网络的重要前提,在整体规划的指导下,可以进一步探讨沿线各个城市之间的协同发展。通过加强城市之间的合作,实现资源共享、优势互补,提高整个区域的旅游会展竞争力。为了进一步优化和聚集旅游会展资源,了解不同城市在空间网络中的节点和地位,未来我国需要更加清晰地界定不同城市在旅游和会展空间网络中的地位,了解不同城市在区域竞争中能够形成的优势及各自的主导产业,争取在旅游会展空间节点中引导不同城市采取不同的发展路径和策略。这个包括但不局限于在“一带一路”框架下优化城市空间节点网络;统筹区域内,尤其是空间节点城市内旅游和会展基础设施建设,推动旅游业和会展业的高质量发展等。

参考文献

- [1] 李洋.“一带一路”背景下会展旅游融合发展[J].经济研究导刊,2022(28):50-52.
- [2] 孟楠.识新局抓机遇谋发展促合作[J].中国会展,2020(23):52.
- [3] 中建娜.持续发挥敦煌世博会后续效力对策探究[J].发展,2021(Z1):62-67.
- [4] 郭玉婷,许敏敏.浅析“一带一路”背景下城市会展经济的发展[J].企业科技与发展,2020(11):197-199.
- [5] 薄燕.合作意愿与合作能力:一种分析中国参与全球气候变化治理的新框架[J].世界经济与政治,2013(1):135-155+160.
- [6] 郭鹏,董锁成,李泽红,等.丝绸之路经济带旅游业格局与国际旅游合作模式研究[J].资源科学,2014,36(12):2459-2467.
- [7] 王佳莹,张辉.“一带一路”沿线国家旅游竞争潜力评价与竞争力研究[J].青海社会科学,2019(6):62-68+77.
- [8] 张新焕,张小雷,张璐,等.中国与“一带一路”沿线国家地缘关系时空演变特征[J].世界地理研究,2023,32(9):17-27.
- [9] 曹开臣,胡伟,葛岳静,等.“21世纪海上丝绸之路”沿线地缘环境及其对中国的影响[J].世界地理研究,2023,32(6):39-50.
- [10] 李彦薇.“一带一路”倡议下关于培养国际型会展人才的思考[J].美与时代(城市版),2019(4):94-95.
- [11] 谢五届,吴美菊,陶玉国.“一带一路”倡议下中国城市旅游发展机遇与路径[J].中国名城,2022,36(5):40-46.
- [12] 胡凌霄.基于“主客”视角的会展旅游IPA分析:以江西省为例[J].对外经贸,2023(3):54-57.
- [13] 李洋.“一带一路”背景下会展旅游融合发展[J].经济研究导刊,2022(28):50-52.
- [14] 林森.“一带一路”视域下会展与旅游的融合途径[J].当代旅游,2020,18(33):45-46.
- [15] 方璐萍.“一带一路”背景下会展旅游融合发展研究[J].齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版),2020(3):65-70+84.
- [16] 庞玉兰.“一带一路”背景下海南省发展会展产业分析[J].北方经贸,2017(4):16-19.