

长三角体育会展圈建设研究

俞海滨

摘要: 在对长三角体育会展圈进行概念界定的基础上,分析建设长三角体育会展圈的可行性。并指出构建长三角体育会展圈,要统筹规划,资源整合,既发挥市场机制,也注重政府的引导与调控;要把握长三角区域城市的各自优势,实施战略错位,打造特色品牌;要不断推进长三角体育会展市场、空间结构和管理一体化。

关键词: 体育;会展圈;长三角;建设

中图分类号: G80-05

文献标识码: A

文章编号: 1006-1207(2010)04-0064-04

Construction of the Sports MICE Circle in the Yangtse Delta

YU Hai-bin

(School of Management, Shanghai University, Shanghai 200444 China)

Abstract: On the basis of defining the concept of the sports MICE circle in the Yangtse Delta, the paper analyses the possibility of constructing a sports MICE circle in the Yangtse Delta. It points out that overall planning and resource integration are needed in constructing a sports MICE circle in the Yangtse Delta. Market mechanism should be adopted and government's guidance and regulation should be stressed. We should grasp the respective advantages of the cities in this area and implement "strategic dislocation" in order to create characteristic brands. We should continuously enhance the integration of the sports MICE market, space structure and management in the Yangtse Delta.

Key words: sports; MICE circle; the Yangtse Delta; construction

在“全民健身”浪潮的推动下,长三角区域社会经济又好又快的发展以及上海2010年世博会,长三角体育会展业正在迅速发展,并逐渐成为长三角体育产业中新的经济增长点。体育会展是指在一定地域空间,由多个人集聚在一起形成的,定期或不定期集体性的以体育为核心组带的会议、展览以及节事等相关活动。成功的体育会展能够带来大量的客源,大量的客源涉及到交通、住宿、餐饮、旅游、购物、娱乐等行业,给这些行业带来很大的经济效益。通常,国际上有1:9的说法,其他相关产业的收益是会展收益的9倍,甚至更高。体育会展能够促进社会就业,提升所在城市知名度和城市建设,以及传播新观念,普及新知识、新技术等^[1]。体育会展是21世纪颇具吸引力的新业态。对以上海为龙头的长江三角洲地区来说,建设长三角体育产业圈,不仅对长江三角洲地区体育产业经济发展具有重要意义,而且对提升整个长江三角洲地区经济合作的范围和层次也具有十分重要的意义。

1 长三角体育会展圈的界定

《国务院关于进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展的指导意见》(国发[2008]30号)出台,使得十多年来努力建设的“长三角一体化”正式上升为国家发展战略。按照这一指导意见,正式确定将长三角扩大到两省一市,即江苏、浙江全省和上海市,包括上海、南京、苏州、无锡、扬州、常州、南通、宿迁、镇江、连云港、徐州、泰州、盐城、淮安、杭州、宁波、嘉兴、温州、

台州、丽水、绍兴、舟山、湖州、衢州、金华等25个城市。长三角体育会展圈,就是围绕长三角经济带25个城市所组成的地理范围为区域范畴,在这个区域由多人集聚在一起形成的、定期或不定期集体性的以体育为核心组带的会议、展览以及赛事、节庆等活动,以及城市与城市间、跨行政区域的体育会展互动和体育会展合作。如果把这些区域体育会展活动称为“长三角体育会展”,那么,所涉及的体育会展活动区域就称为“长三角体育会展圈”。

2 建设长三角体育会展圈的可行性

2.1 长三角体育会展圈的社会经济基础

以上海为核心的长江三角洲城市群是中国经济最为活跃的区域,它以占我国1%的土地和6%的人口,创造了占全国20%多的国内生产总值。随着长三角地区经济和社会的发展,该地区的体育产业以及体育会展也随之迅速发展,体育产业已形成一定规模,其同质性较高,主要表现在:人民生活水平的提高和收入的增加是体育产业发展的直接推动力^[2]。根据江苏省城市发展研究院的《2009长三角城市发展报告》,从2008年看来,长三角仍不失为中国综合实力最强的“金三角”,25个城市GDP达到65 185.07亿元,占全国GDP的比重为21.68%。25个城市中,居民人均可支配收入有14个城市超过20 000元,平均收入达到23 342元,平均增幅达到11.2%。收入排名前5位依次是:上海(26 675元)、宁波(25 304元)、台州(24 181元)、杭州(24 104元)、

收稿日期: 2010-05-12

基金项目: 国家体育总局体育文化研究项目(08TYWH076)

作者简介: 俞海滨,男,讲师。主要研究方向:经济管理。

作者单位: 上海大学 管理学院,上海 200444



苏州(23 867元)。同时,根据联合国粮农组织提出的标准,恩格尔系数在59%以上为贫困,50%至59%为温饱,40%至50%为小康,30%至40%为富裕,低于30%为最富裕。恩格尔系数国际上常常被用来衡量一个国家或地区人们生活水平的高低。一般来讲,该系数越高,表示人们生活的贫困程度越高;反之,则表示人们生活的富裕程度越高。21世纪以来,长三角地区城市居民恩格尔系数基本稳定在30%至40%的区间内,按照联合国粮农组织的标准来衡量,已经处于富裕阶段,这无疑为该地区的体育产业包括体育会展的发展提供了物质性基础。

2.2 长三角体育产业发展的同质性

随着长江三角洲经济的进一步发展,“全民健身,利国利民”、“生活奔小康,身体要健康”等蕴含现代体育理念的口号深入人心,人们的体育健身娱乐意识越来越强。这表明,长江三角洲地区体育产业的同质性越来越高^[2]。根据浙江省体育局官方网站,浙江省经常参加体育锻炼的人数已占到全省总人口的38.3%。依据2004年全国第五次体育场地普查,截至2003年底,浙江省体育场地总数为35 871个,其中标准场地21 108个,人均体育场地面积为0.98 m²。到2010年,浙江省将有180个左右的场馆可以承担全运会的比赛项目。根据江苏省体育局官方网站,江苏省“体育人口”人数已占到全省总人口的47%以上。依据2004年全国第五次体育场地普查,截至2003年底,江苏省共有体育场地40 743个,其中标准体育场地25 614个,人均体育场地面积约为0.94 m²。江苏1995年承办第三届城市运动会和2001年成功申办第十届全国运动会后,体育场馆建设两度掀起高潮。根据上海市体育局官方网站,上海市经常参加体育健身的人口占全市总人口的比例已超过45%。依据第五次全国体育场地普查数据显示,截至到2003年底,全市共有体育场地14 425个,人均体育场地面积达到1.75 m²。目前上海体育设施逐步完善,各区县已形成相当规模的体育中心,市级层面建成江湾体育中心、上海体育场、上海国际赛车场、旗忠森林国际体育网球中心、东方绿舟训练中心等标志性的现代化、专业化、高水准的体育设施。另外,上海市政府制定了《上海市全民健身发展纲要(2004-2010年)》,明确了建设“136工程”,即创建一个科学、健康、文明的体育生活环境;构筑日常、双休日、节(长)假日3个体育生活圈;完善运动设施、团队组织、体质监测、健身指导、体育活动、信息咨询等6个体育服务网络。

2.3 长三角会展产业发展的联动性

在会展产业热的大潮中,以上海为中心,南京、杭州等城市为依托的长江三角洲,已经初步形成中国实力最强、最具发展潜力的会展产业带,涌现出诸如“华交会”、“工博会”、“国际汽车展”、“西博会”、“宁波服装节”、“义博会”等一批国内外知名展会。体育会展方面,中国国际体育用品博览会自2002年起连续3年在上海举行,已被培育成为世界第三、亚洲第一的规模。目前,长江三角洲区域城市不约而同地把与上海的联动看作是重要的战略,以交通网络的规划和建设为契机,长江三角洲正在打造一个“3小时经济圈”。2006年12月18日,由上海牵头成立的长三角城市会展联盟,对长三角城市会展业进行整体协调,为整个长三角会展业的资源整合、促进合作、

规范发展、品牌包装等起到积极的推进作用。成立后的联盟致力于整合长三角各城市成员的项目、产业、场馆、人才、信息和物流等相关资源,采用更好、更合理、更有效的方式发挥长三角城市会展业的整体优势。在迎接世博会的局面下,联盟的工作目标是“协调长三角会展业,服务上海世博会”,以实现长三角会展业的和谐发展^[3]。

2.4 上海在长三角体育会展中的集聚、辐射、服务、主导作用

近年来,上海体育工作的全民健身品牌化、体育赛事国际化、体育产业规模化、休闲健身多元化、公共体育设施人性化、体质监测科学化等,无不凸现其主导地位。作为长三角区域发展的龙头,上海正在建设国际金融中心和国际航运中心,是全国最大的经济中心,也是长三角区域内的首位城市,万商云集的国际大都市。上海在这个人口仅占全国的1%、土地面积仅占全国的0.06%的城市里,完成的工业总产值却占到全国的1/12,港口货物吞吐量占全国的1/10,口岸进出口商品总额占全国的1/4,财政收入占全国的1/8^[4]。作为全国一级会展中心城市,以及2010年世博会作为顶级博览会,正在上海及其周边地区形成一个强大的磁场,发挥集聚、辐射、服务、带动作用。与北京、广州等全国一级会展中心城市相比,上海会展一个最突出的特点在于上海是许多国际性展会在中国的第一登陆地。上海大型展馆主要有上海新国际博览中心、上海光大会展中心、上海展览中心、上海世贸商城、上海国际展览中心等。上海新国际博览中心是亚太地区最先进、功能最完善的展馆之一,加之上海2010年世博会后将留下的永久性展馆等,上海无疑将是亚洲第一大会展城市。而上海建设“亚洲一流体育中心城市”的举措,又将进一步促进上海体育会展业在长三角地区的主导地位。目前,上海建设“亚洲一流体育中心城市”取得了阶段性成果,初步形成全民健身展示交流中心、优秀体育人才培育中心、体育经济商务中心,即“三中心”,以及构筑市民体育健身和健康生活方式的示范园、科技信息和体育服务的展示基地、优秀体育人才的培养高地、重大体育活动的首选场地、国际体育论坛的固定驻地、世界体育商务集散重地,即“六地”。其中,上海国际国内各项体育赛事接连不断,如网球大师杯赛、F1汽车大奖赛、世界黄金田径大奖赛、第四十八届世界乒乓球锦标赛、世界斯诺克大师赛和国际足联世界女子足球锦标赛以及具有特殊意义的特奥会等等,赛事的影响之广、规模之大、级别之高、参赛国家和人数之多,加之各区县正在形成“一区一品”的特色赛事,都是上海以及长三角地区体育史上所没有的^[5]。

3 建设长三角体育会展圈的对策

3.1 统筹规划,资源整合,既要发挥市场机制,也要注重政府的引导与调控

建设长三角体育会展圈,两省一市相关政府部门应建立长三角区域体育会展资源整合开发协调机制,统一编制长三角体育会展发展总体规划,坚持有所为、有所不为,实现地区利益与区域大局利益统一。对长三角来说,要用全局的眼光谋划体育会展建设的体系,抓住举办世博会这一历史性机遇,利用上海会展综合服务功能健全的优势,统筹规划,



发挥上海在长三角体育会展建设中的核心与带头作用,为长三角体育会展服务,为全国体育会展服务。

建设长三角体育会展圈,既要发挥市场机制,调动区域内社会各方的参与度和积极性,同时也应注重政府的引导与调控。目前我国体育会展市场尚不成熟,尚难完全由企业独立运作大型体育会展,还需政府的政策性支持和各方面的协调。比如,体育会展使用的体育场馆初期投入(如创造硬件设施、提供便利的城市配套服务等)较大,以及具有公共产品性质的重大体育赛事等,都需要政府扶植。随着体育会展经济的不断发展,政府应该有意识地引导体育会展行业自律,减少对体育会展行为的微观干预,把主要精力转换到规划完善、政策引导、维护市场秩序、公共服务建设等方面来。

建设长三角体育会展圈,应该结合不同地区的体育特色与优势,从体育会展的合理分工角度正确对待3个地区的行政合作问题。缺乏分工容易导致各地区的目标不清楚,无法行使整体协作的权力。早在2003年江浙沪两省一市就举行了关于长三角体育互动多赢、优势互补的协作会议,并签署了《促进长三角体育合作构建长三角体育圈意向书》。2008年9月国务院下发了《关于进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展的指导意见》,将体育列入交流合作的重要内容。就目前两省一市的合作先行看,上海市首先进行大型竞技体育比赛和体育旅游合作,江苏省进行“环太湖体育圈”建设,浙江省筹办“长三角体育圈”全民健身体育节的尝试^[6]。只有发挥3个地区的整体行政资源的优势,各执一摊,才能在不断实践的基础上,推进长三角体育会展圈的建设^[7]。

3.2 把握长三角区域城市的各自优势,寻找发展体育会展的切入点,实现战略错位,打造特色品牌

长三角区域内各城市应该充分考虑自身在整个长江三角洲中的级别、地位,结合本地特色和未来发展取向,明确在会展业中的分级定位,协调会展中心城市与周边中小城市之间的关系,寻找发展会展业的切入点,实施战略错位,力求形成“梯级态势”。通常,中心大城市应以发展大规模国际会展为主,而周边小城市集中开展专业会展,谋求成为特定领域的领头羊^[8]。

根据梯度推移理论的极化效应,巩固上海长三角中心体育会展城市的主导地位,增强其扩散作用和示范效应。上海新国际博览中心的扩建,世博园的兴建,将使上海拥有中国最大、设施最先进、国际化程度最高的国际一流会展场馆。上海应侧重引进和举办大型国际主题展、国际知名论坛、高级别会议、聚焦重大国际赛事;要根据自身的自然资源、人文资源和体育设施情况,充分利用河流、建筑等资源,结合黄浦江、苏州河等沿岸开发改造,实施“绿化、江河、建筑、体育”四位一体的建设,建设一批规模较大的自然景观体育设施,逐步形成国际大都市特有的城市景观体育风景线^[9],打造“景观体育赛事”,激活上海体育会展的独特性、品牌性。南京是六朝古都,杭州自古与天堂媲美。南京、杭州可以借助省会城市优势,整合资源,加大宣传力度,打造全国体育会展知名城市。尤其对于旅游名城杭州,可以定位“会展+休闲”模式,开展区别于上海会展“龙头”的错位发展之路。苏州、无锡、常州、宁波、温州、义乌等三级梯度城市可以打造各自品牌展,走专业化道路。比如,苏州可以借助世博会契机,

实现与上海的无缝对接,做上海的“后花园”。江浙两省要充分利用一些主要城市毗邻上海的地理优势以及这些城市发达的旅游业,积极组织和承办一些中小型的体育赛事和体育节庆,以达到“以体促游、以游促体”的目的。需要提出的是,目前江苏文教体育用品制造业总体规模较大,在整个长三角区域处于领先地位;浙江近年来的体育用品制造业发展势头较为迅猛,门类齐全品种繁多,赛艇、滑板车、健身器材以及鱼具用品等已占有全国近40%的市场份额。由于江、浙两省的“块状经济”,即一镇(一村)一品,就近建立专业市场的模式,逐步形成了体育服装、体育健身器材、体育用品等“小资本、大集聚”的区域体育产业特色^[4]。利用这些优势,可以打造成一批颇具实力的依托当地特色产业形成的特色体育会展。

3.3 推进长三角体育会展发展一体化进程,实现体育会展市场、空间结构和管理一体化

实现长三角体育会展市场一体化。经济学的理论表明,竞争可以实现资源的有效配置和技术创新,提高社会生产力。由竞争为前提实现跨地区合作的方式是“长三角”体育产业一体化发展的基本路径^[10]。但由于“行政壁垒”,江浙沪两省一市及其内部之间存在着明显的不正当竞争,如重复办展、恶性竞争、虚假宣传、冒名侵权等,严重制约了长江三角洲区域整体会展经济优势的发挥,同时也强化了地区之间会展业结构的趋同程度^[11]。上海要建设亚洲一流体育中心城市,上海体育会展的发展要和周边的城市发展连在一起,充分利用周边城市的体育资源,最大限度激发不同级别城市之间的协同力。而浙江和江苏体育会展与上海体育会展互相融合,利用好上海的资源,才能实现自身的更好发展^[7]。比如,上海就可以探索长三角赛事的联动发展,充分发挥上海国际顶尖赛事的效应,搭建更大平台,在更广范围内、更高层次上放大国际顶级赛事效应,通过分站赛、巡回赛等形式,组建长三角体育赛事组织和协调机构,与兄弟省市共享国际顶级赛事带来的发展机遇和成果^[4]。

实现长三角体育会展空间结构一体化。按部门、地区条块划分的行政管理体制,导致了地方政府极力维护当地利益,地方官员只顾眼前利益和局部利益,而不去考虑区域之间的经济协调发展。因而,要打破地域界限,改变不合理的政策,要建立适合“长三角”独特的投融资体系和税收制度,以及两省一市体育会展发展的信息交流和共享机制,促进各城市之间在资本、技术、人才、信息等会展要素流动和优化组合,使得体育会展资源的流动具有比较利益,吸引国内外投资者进入体育会展产业部门,同时,减少会展项目重复建设与开发问题,促进区域会展产业结构的进一步优化与升级。比如,长三角可以利用江苏、浙江体育企业众多,上海体育用品业科技含量高、流通量大之优势,合作建设体育工业(展示)园区,如江苏苏州的运动服装(展示)园地、浙江富阳的赛艇工业(展示)园地、浦东张江高科技体育(展示)园地等,共同投资、委托管理,改变各自为政、自产自销的封闭格局^[5]。

一旦跨省区的体育会展企业集团出现,长三角体育会展圈也将会自然形成。

实现长三角体育会展管理一体化。地方政府干预过多,在一定程度上,会展成为政府制造政绩的工具,在追求政治影响和政治效益的大目标下,忽视经济效益,为确保万无一失,不计服务及运作成本,违背了会展发展的经济规



律,阻碍了会展持续健康发展。而且,会展主题雷同、重复办展现象屡禁不止,一定程度上暴露出会展行业协会的缺失和薄弱^[11]。以上这些问题都值得重视和解决,尤其是,长江三角洲在对体育场馆设施整体规划、建设与利用方面,需要建立政府间的区域协调机制。一方面,长三角地区可以有效利用现代化体育场馆、设施承办国际国内赛事,文艺演出和商务会展活动,不仅为举办场馆带来巨额的利润收入,还带动了所在城市其他产业的迅猛发展^[12]。另一方面,体育场馆、设施重复建设和闲置现象严重。各城市在建造新场馆时应从区域的全局考虑,合理布局,共建共享。根据互补性原则,加大对现有和在建场馆资源的整合,建设一批国家级或国际级竞赛体育场所,形成合力,确保能举行高级别的综合性赛事。比如,上海因举行过多次国际性的网球赛事,因此其设施条件和管理水平等都处于绝对优势,江浙两省就可借助便利的交通网络,充分利用上海的资源,把网球比赛地点放在上海,而不用花费巨资再去建造大型的网球场馆^[5]。

参考文献:

- [1] 姚卓. 体育展会研究[J]. 体育文化导刊, 2009(04): 64-66.
- [2] 王爱丰, 王正伦, 王进. 长江三角洲体育产业圈的功能及示范性发展领域[J]. 体育文化导刊, 2005(01): 13-16.

- [3] 上海会展行业协会. 成立长三角城市会展联盟的初衷[N]. 东方城乡报, 2007. 01. 11.
- [4] 于晨. 2008年上海市体育社会科学研究成果报告[M]. 上海: 上海大学出版社, 2009, 5: 35-51.
- [5] 于晨. 腾飞中的上海体育[M]. 上海: 文汇出版社, 2008, 12: 14, 22-23, 27-30, 35, 224-227.
- [6] 虞重干, 刘志民, 李志清. “长三角体育圈”竞技体育现状及发展对策[J]. 上海体育学院学报, 2004(12): 5-8.
- [7] 宋全征, 周慧, 李世昌, 孙辉, 蒋纯燕, 李厚芝. 长三角体育圈建设研究. 国际体育总局网, 2007. 02. 07.
- [8] 付桦. 长三角会展业的调查与思考[J]. 中国会展, 2005, 23: 41-43.
- [9] 俞海滨. 上海体育旅游的现状与发展[J]. 体育科研, 2009(4): 38-42.
- [10] 丛湖平, 唐小波. “长三角”地区体育产业一体化发展研究[J]. 中国体育科技, 2004(3): 1-3.
- [11] 孙琴. 世博契机下长三角区域会展业一体化发展研究[D]. 中国学位论文全文数据库: 上海师范大学, 2008: 33-65.
- [12] 窦淑慧, 陈亮, 钟华, 于向. 长三角地区体育场馆设施资源开发利用研究[J]. 扬州教育学院学报, 2007(9): 53-56.

(责任编辑: 陈建萍)

(上接第4页)

体育公共服务品质的提升是体育公共服务体系建设的重要环节,一些服务细节会影响受服务者的感受,忽视服务细节最终影响服务质量和评价,也需要进行研究和改进。当前,各地正在进行“十二五”全民健身实施计划的研制,对各项指标的确定和各项措施的有效性需要进行认真的研究,以提升计划的指导作用。

《条例》规定“加强社会体育指导人员队伍建设,……对全民健身活动进行科学指导。”社会体育指导员是实施科技化发展战略的重要力量,也是全民健身科普宣传、科技攻关和科学创新的基本队伍。当前,要进一步加强社会体育指导员的岗位培训,提高其科研能力,使其在科学健身指导方面发挥更大的作用,更多更好地参与体育科普服务和体育科技攻关服务。

6 结论

《条例》提出的公民健身权益保障是新的命题,应主动进行变革,研究新的发展思路。

(1) 要变“有限性服务”为“开放性服务”,扩大体育公共服务面;要变“粗放型”服务为“精细型”服务,提高体育公共服务质量;要变“单中心服务组织”为“多中心服务组织”,提高体育公共服务的社会化程度。

(2) 要通过体育设施布局和调整资源配置,使群众在任何地区都享有健身设施服务;要在不同服务机构能够享受到相同的体育服务,体现体育公共服务质量的统一性;要使不同人群都能享受到基本的体育服务,体现体育公共服务的公平性。

(3) 要采用企业化管理模式,提高体育公共服务的效率;要积极培育社会体育服务组织,尽快提高其专业化服务水平;要运用绩效管理机制,激励社会体育服务组织按要求开展体育服务;要逐步引入竞争机制,促使社会体育组织服务优质化。

(4) 要通过政策鼓励如招投标制度等,吸引社会体育组织加入到体育公共服务体系中来;要通过制度激励,激励各类社会组织开展全民健身服务;要通过组织建构,建立社会化体育公共服务体系。

(5) 要强化体育公共科技服务,重点抓体育科普服务和体育科技攻关服务工作;要加强社会体育指导员岗位培训,发挥其在科学健身指导方面的作用。

参考文献:

- [1] 课题组. 体育公共服务国际比较及启示[J]. 体育科研, 2008(2)
- [2] 课题组. 上海市体育公共服务的实践与探索[J]. 体育科研, 2008(2)
- [3] 李建国. 体育强国的基础——体育公共服务体系建设[J]. 体育科研, 2009(4)
- [4] 王伯超, 等. 发达国家体育公共服务改革背景及启示[J]. 上海体育学院学报, 2010(3)
- [5] 刘玉. 发达国家体育公共服务均等化政策及启示[J]. 上海体育学院学报, 2010(3)

(责任编辑: 陈建萍)