

# 双循环格局下会展业与文化产业的融合创新

孙春盛

青岛恒星科技学院, 中国·山东 青岛 266000

**【摘要】**双循环的发展格局给予文化产业以及会展业全新使命,并在此期间也有利于二者之间的融合。由于文化产业以及会展业在发展期间存在多方面的共性,如器物层、精神层以及制度层等。因此,在新发展时期,应有效借助科技手段创新文化精神,并促进文化创新与文化旅游二者之间的积极融合,通过新媒体传播方式塑造并维护会展的文化品牌。基于此,本文主要论述在双循环格局下,会展业与文化产业的融合,以供参考。

**【关键词】**双循环格局;文化产业;会展业;融合创新

## Under the Double Circulation Pattern, the Convention and Exhibition Industry and the Cultural Industry's Fusion Innovation

Sun Chunsheng

Qingdao Star Science and Technology Institute, Qingdao 266000, Shandong Province

[Abstract] Because of the Cultural Industry and exhibition industry in the development period there are many common features, such as objects layer, spirit layer and system layer. Therefore, in the new development period, we should make use of science and technology to innovate the cultural spirit, promote the positive integration between cultural innovation and cultural tourism, and mold and maintain the cultural brand of exhibition through new media. Based on this, this article mainly discusses under the double-cycle Pattern, the convention and Exhibition Industry and the cultural industry integration, for reference.

[key words] double circulation pattern; culture industry; Convention and Exhibition Industry; Fusion Innovation

### 前言

双循环格局战略倾向于加速循环平稳的国内流动,加快完善国内需求体系,促进与深化供给结构改革相结合,以此引领并创造高质量的新需求。而会展的主要特点是降低交易成本,积极构建信息收集平台与展示形象制度平台。实际上,会展业是服务业,具有生产性特点。促进信息交流与对称以及树立企业品牌、维护企业形象。如今,我国的供给结构改革正处在全新的发时期,在此期间无论解决哪类问题,都应进一步促进新的思想理念与文化产业相融合,需要对如何实现高质量的发展、会展业如何整合创新等进行全面的研究和思考。

### 1 简要概述会展业与文化产业

#### 1.1 会展业的基本含义

会展业事实上是一种全新的动态经济模式,促进许多国家新经济增长逐渐加快,尽管无论是在国家层面还是在国际层面都没有与会展业相关的统一概念。但以下四个概念是当下最为流常见的。首先,会展业是会议和展览的有效结合;其次,会展业是小型活动,以庆祝、展览、竞赛、会议等形式为主;再次,会展业类似于会议以及展览等活动,在固定的空间内,由大部分人共同构成,并且活动可以分成四种形式,一种是定期、非定期,一种是制度化、非制度化;最后,会展业从固定主题信息交流活动的角度而言,可以分成广义和狭义。

会展业最早发展在欧美地区,有关会展业的基本概念与国内的有关概念基本一致。欧洲是会展业的开端,当地学者将会展业简单地定义为展览或会议,但美国对会展业的标准定义是英文 Meetings(会议)、Incentives(奖励)、Conferencing/Conventions(大型会议)、Exhibitions/Exposition(活动展览)和 Event 的首字母大写的缩写。因其具有高度放射性,因此融入了许多行业的优势,具有很强的经济吸引力,因而会展业在美国又会被称作会展经济。此外,会展业主要包括当地资源优势、地域特性或经济情况,因此可以根据当地资源、地理特征和经济状况举办大

型或专门的会展,旨在介绍产品、提供服务、促进促销和营销以及宣传并交易产品,是新型的特色经济,同时涉及不同种类的展览会、主题会以及博览会等。

#### 1.2 文化产业的基本含义

文化产业有很多含义。文化产业可以被定义为以提供知识产品和服务为目的的产业,考虑到所提供产品的实质性质,文化产业还具有常见特征以及特殊产业特征的双重属性。这也是理解文化产业的基础。此外,当今全球经济的爆炸式增长表明,文化产业在过去十年中发生了翻天覆地的变化。并且文化产业也已经成为第三产业中与先进技术(特别是数字技术)的进步密切相关的现代化产业。因此,现代文化产业事实上是一个相对广泛的产业集团。主要依靠复制技术,利用最广泛的传播能力,通过刺激商业以及中介经济链条迅速渗透并保存以现代知识产权为基础的资源,将保存转向展示,并凌驾于现代知识产权之上。

### 2 会展业与文化产业的融合机理

#### 2.1 器物层——会展为载体,展示代表以及反映文化领域的具体内容

文化会展是现代会展活动中的主要内容,包括展览、会议、节事等。其中,中国艺术展、丝绸之路非物质文化遗产展览会、中国青铜文化展览会等都是有关文化行业;文化创意论坛、海峡两岸大学生文化论坛、白马湖论坛等都是有关会议主题的;文化节、民俗节、艺术节等都是有关节事的,其中,上海市文化节、南宁国际民歌节以及中国少年艺术节等都有利于展示传统文化的优越性,能够有效传播现代社会主义文化。与此同时,全国各地还举办了具有国际代表性的重要文化产业相关的会展活动,如深圳展、北京文化创意展、义乌文化展、东北文博展、西文博展、杭州动画节等。

#### 2.2 制度层——积极构建会展平台需以文化制度以及文化产业作为支撑

首先,相关研究学者主要从三个方面总结了会展平台的根

本性质, 分别是降低交易成本、提供信息交流空间以及文化限制。而会展的基本文化概念, 主要涉及其使命、精神、承诺等。具体文化概念是构成会展的独特文化体系形式, 展会的主题是基于高度整合展会资源, 提炼并展现会展文化。如, 上海世博会的主题为城市让生活变得更加美好。这在一定程度上会引起全球高度关注城市化问题, 同时也会促使人们对未来寄予美好愿望和追求。使其在此条件下, 各个国家都开始件数具有本国文化以及对城市不同看法的展馆。

其次, 会展可以最大限度地促进会展业的宣传和推广, 促进文化产业以及文化会展活动共同发展。会展业的发展主要依靠各主办城市的产业基础, 各行业的会展活动符合人居行业的文化特色和精神、理念和价值观。比如著名的西塘汉服文化节, 就是致力于弘扬和传承中国传统服饰礼仪文化。表达传统文化, 最大限度地体现中国传统的腐蚀和礼仪。再比如, 在海上丝绸之路国际艺术节上, 来自各个洲的艺术家通过对话交流的方式弘扬并传承优秀文化, 从而促进中外艺术文明之间的借鉴。

### 2.3 精神层——会展文化的栖息地

现如今, 我国 181 所城市中一共拥有 286 个展厅, 总面积达 1129.8 万平方米, 稳居世界第一。我国传统文化对展馆的整体建筑风格、环境设计和装饰有很大的影响。

此外, 会展业还应不断加大了对思想文化的研究力度, 在我国文化产业蓬勃发展的背景下, 无论哪种行业都应积极思考怎样将文化与行业自身进行有效融合, 以此提升会展业的生命力以及创造力。当然这其中也包括会展业。为了使文化真正融入到产业发展之中, 应在筹备和运作展会项目期间, 探索并遵循社会观念、社会意识以及指导思想, 认真思考怎样在西时代会展发展期间充分展示出社会主义先进文化以及社会主义核心价值观。

## 3 新时代下会展文化的创新与发展

### 3.1 开放容纳、创新超越——创新会展文化的精神内涵

会展文化精神主要指的是基于博览会形成的群体意识, 旨在概括博览会的特质和行为。同时, 也是总结、提炼以及提升博览会和博览会成员的心理特点、思想情感、行为方式以及文化传统。

尽管贸易保护原则以及逆全球化都发生了变化, 但我国在办展方面始终坚持开放合作, 许多参展国与我国合作打造开放多样的展览。国家主席习近平强调, “中国开放的大门永远不会关闭, 而是会继续敞开”。在 2020 年新型冠状病毒肺炎 (COVID-19) 疫情期间, 第三届“中国进口博览会”如期举行, 致力于弘扬中国开放包容的文化精神, 坚持“四个自信”, 要始终秉持远大的目标、远大的抱负、远大耳朵理想和信念。需要更新业态、修改模式、转换形式以及更新载体, 从而确保信息能够充分反映出社会经济的实时变化。

### 3.2 科技助力创新会展文化

在科技的影响下, 会展活动开始从封闭走向开放。同时科学技术引生出一种动态的演示模式。此种模式超越传统演示产品的时间和空间限制, 增加会展业对探索和发展 N+ 演示模式的参与程度。例如, 数字和媒体展览能够在一定程度上扩大展览的参与范围, 丰富了参展的沉浸式体验。此外, 为了零接触文化产品, 将增加文化产品互动的可信度, 以此为文化产业的动态发展做出贡献。此外, 文化产业的主要特点是高水平的创新力、创造力以及相关技能能力。因此可以在时间和空间范围内丰富人们的体验感, 确保人们可以在精神上获得满足。因此, 会展业的发展与文化产业密切相关, 同时文化产业的发展也要求现代会展展示和拉动。

大会展、大文化以及大传播三者之间都是相辅相成的。主要包括会议、展览、节事、比赛、演奏等活动。其中, 大传播主要指的是声、光、电等科学技术以及载体, 瓷器啊, 还包含平台和

媒介等表达手段。大文化指的是与文化相关的领域、类别以及部门间的融会贯通。上述三者之间的相互促进以及相互创新, 都在现代会展平台种得到充分体现。例如, 西湖博览或、西部博览会甚至是京交会等, 都是有效借助多媒体技术和手段所取得的综合效果。

### 3.3 融合文旅推动会展创新发展

会展活动既可作为公共文化旅游服务平台, 又可促进旅游业节事的发展, 还可进一步宣传并推广主办城市的文化资源以及特色, 从而与人们对文化旅游的实际需求相吻合。此外, 由于会展旅游的消费级别较高, 因此经济拉动的程度很大, 从而导致会展旅游也被叫做皇冠上的宝石。同时, 文化、旅游以及会展三者之间的有机结合有利于扩大客源、丰富商机, 从而增强国际对文化旅游业的影响。就提高文化旅游国际影响力而言, 会展平台具有独特的内部优势, 可以增强国际文化人流、物流以及信息技术的影响力, 这些优势可能在短期内对许多国际知名会展城市产生重大影响, 例如巴黎、拉斯维加斯以及汉诺威等。此外, 我国举办过多次的国际博览会城市也闻名世界, 如在亚洲论坛上一举成名的博鳌, 南宁在 20 国集团峰会上成为东方明珠, 由此不难看出, 这都有利于提高展览会的地位和影响力, 同时这也是文化自觉以及自信的象征, 有助于正向树立文化品牌、旅游品牌、节庆品牌以及会展品牌, 以提升城市对外的文化形象。

### 3.4 依靠全媒体传播推动会展文化品牌的创新

全媒体都是促进各种媒体平台 (如报纸、广播电台、广告和网络平台等) 之间的联系, 进行最新宣传, 这会在一定程度上对未来展览的创作以及传播具有重要影响。此外, 全媒体主要涉及接受信息的所有感官, 包括视觉、听觉以及触觉, 还可以基于公众需要选择最佳媒体类型以及最佳路径, 并为公众提供截然不同的服务, 以此扩大受众对象, 以及获得不同的新媒体传播效果, 从而提高传播效率。而在全媒体时代环境中, 所具有的基本特性都是传统媒体无法取代的, 新媒体能欧全面满足人们对分散信息的要求, 能够在娱乐时代环境中进行互动表达, 以此实现人与物之间快速有效的沟通, 改善人们在使用过程中的目的性和维护性, 从而提升经济发展的速度, 确保会展品牌效益最大化。

品牌能够取得成功不仅取决于品牌的质量以及形象, 而且还取决于品牌的文化强度, 因此, 建设品牌文化是一个需要长期多方合作和支持的过程, 这并不是独立存在的。但是, 在创建和设计会展品牌文化期间, 有许多文化因素会直接决定项目内涵的文化, 进行相应的研究, 然后科学地评估了品牌文化的现状, 并与行业、环境、历史、组织结构以及品牌发展的战略思路相结合, 从而实现会展业中的行业整体目标。

## 4 结论

总而言之, 加强文化领域的国际交流与合作, 支持文化企业深度参与文化分工协作的国际合作, 以此提高在全球价值链中的地位, 提高国际标准, 并支持开拓市场、创新技术等, 有效保障文化出口重点企业以及项目, 此外, 也要积极构建双边、多变的文化合作对话机制, 不断促进提升话语权。

## 参考文献:

- [1] 陈献勇, 骆梦柯. 双循环格局下会展业与文化产业的融合创新[J]. 沈阳师范大学学报(社会科学版), 2022, 46 (02): 107-112.
- [2] 陈佳丽. 会展业与文化创意产业互动发展模式研究[J]. 商场现代化, 2017 (23): 186-187.
- [3] 罗茜. 会展业与长沙国际文化名城建设的互动关系研究[J]. 现代经济信息, 2015 (24): 285-288.
- [4] 王俊霞, 焦斌龙. 论商帮资源型文化产业及其在我国的实践[J]. 东南学术, 2014 (04): 122-128.