

基于双因素方差分析的北海会展业定位研究

辛 蕾 陈延丽

(桂林旅游学院旅游管理学院, 广西 桂林 541006)

摘要: 随着经济的发展, 会展业作为现代新兴的服务贸易型产业, 在构建现代化市场体系中发挥重要作用。广西北海作为中国西部唯一沿海开放城市, 古代“海上丝绸之路”的重要始发港, 借助“21世纪海上丝绸之路”春风, 在会展业上将会有所作为。基于此, 在问卷调查中从双因素方差分析和SWOT分析的角度提出适合北海会展业的定位策略。

关键词: 会展业; 定位; 策略

2015年3月, 国家发展改革委、外交部、商务部等3部委联合发出《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》一文, 对全国各区域和省份在“一带一路”战略中的定位作出了详细说明。该理念的提出, 为东盟地区、西南和中非地区的开放和发展指明了战略发展方向和建设支点。而北海, 作为广西出海口之一, 中国西部唯一沿海开放城市, 古代“海上丝绸之路”的重要始发港, 要紧跟时代发展需求, 抓住机遇, 找准定位, 从而推动文化经济产业的高效发展。

一、现阶段北海发展情况

广西北海位于广西最南端, 处于华南、西南和东盟经济圈结合部, 是西南出海大通道的重要通道、是泛北湾经济合作区域结合部的中心位置、是“一带一路”倡议中连接东南亚国家的桥梁。是一座拥有众多天然优良海滩, 集“海、滩、岛、湖、林、山、古迹、人文”为一体的中国优秀旅游城市。基于北海的区域优势和旅游

资源, 近年来, 借助旅游业的发展与带动, 北海的会展业也得到迅速发展, 并推动了北海现代化城市建设和社会经济快速发展, 成为北海多元化产业中的重要角色之一。但因北海旅游会展业尚处于刚起步阶段, 没形成气候, 造成展会无品牌特色, 知名度低, 吸引力不强, 参展规模小。针对此, 北海在未来城市发展战略中, 需充分认清自身优势资源, 对比同类型城市, 抓住机遇, 因地制宜, 扬长避短, 提高城市会展业竞争力, 全面提升北海的区域开放合作水平。

二、“一带一路”背景下北海会展业定位分析

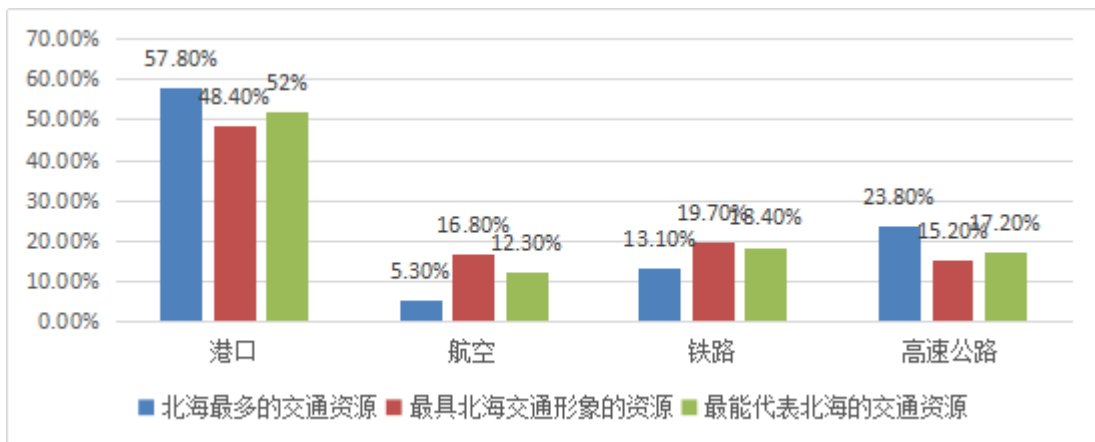
(一) “一带一路”背景下北海会展业定位分析

1. 北海资源产业分析

(1) 交通资源分析

北海交通网络四通八达, 更是为国内外有着密切的贸易往来由提供了重要的重要作用。经过调查, 如表1可知: 北海在现有交通资源对比之下, 虽然配套了航空、铁路、公路等交通方式, 但其发达和发展程度, 远远比不上港口资源优势, 这与北海本身的地理位置和这些年的持续发展有很大关系。另一方面说明: 航空、铁路、高速公路凭借这些年的发展, 在人们心目中也具有了一定地位。说明北海的交通运输业占尽“海、陆、空”“远近交错”的网络格局, 以海运为主, 陆运、空运模式为辅的交通网络已初具规模。

表1 交通资源



(2) 旅游资源分析

北海不仅气候宜人, 更是一个浪漫的城市, 甚至被称为中国的“马尔代夫”。由表2可以看出: 作为一个拥有多种旅游类型的北海, 旅游资源虽然丰富, 但让人们印象最深的还是北海的水域风光。北海的地文、生物景观、旅游商品和遗址遗迹都很有代表性, 但其知名度远不及水域风光, 这也是北海作为滨海城市的一大优势。北海未来可以从水域风光着手, 打造高端的滨海旅游城市, 间接提升其他旅游资源的知名度。

(3) 海洋资源分析

北海拥有丰富的海洋资源, 丰富的海洋资源不仅促进了北海旅游业的发展, 而且为北海发展“向海经济”奠定了坚实的基础。从表3可以看出, 大部分人都知道北海的海产资源较多, 成为了北部湾乃至国家优质的代名词。对于石油、天然气和淡水资源, 了解的人也不少。说明北海在石油、天然气和淡水资源的宣传和发展方面做的也不少。但是在“一带一路”国家中, 石油和天然气总体来说供大于求, 北海可以把重点放在海产和淡水资源。

表 2 旅游资源

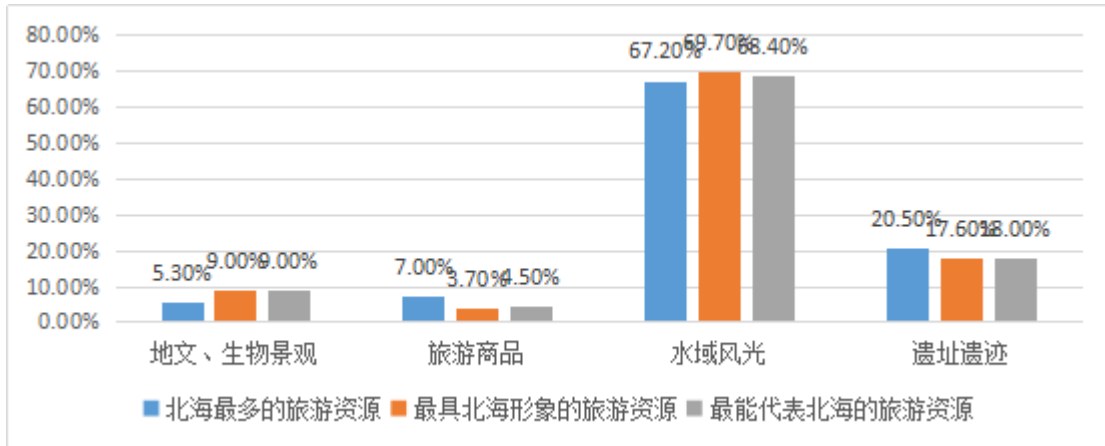
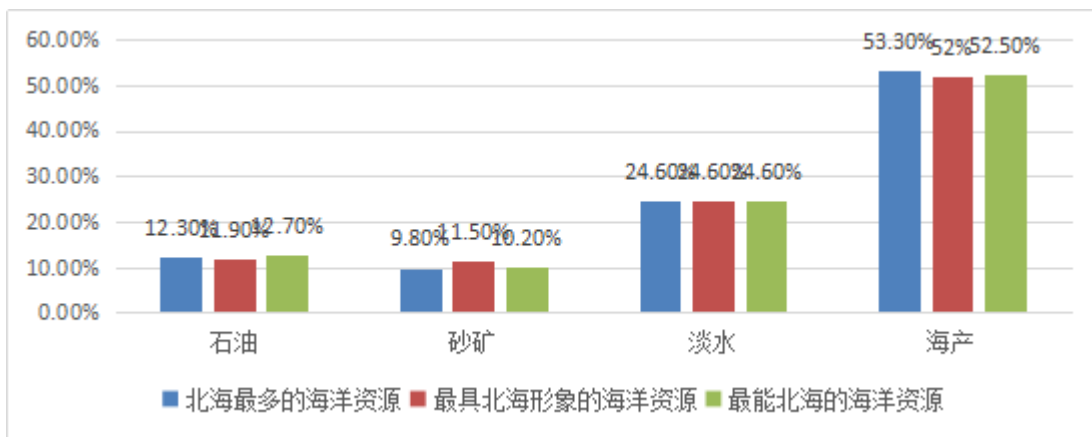


表 3 海洋资源

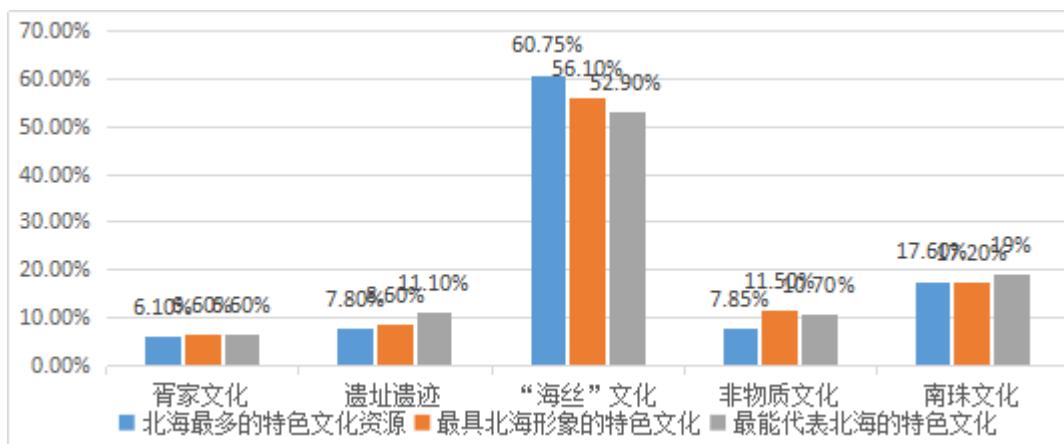


(4) 地域文化特色分析

北海具有悠久的历史文化，不仅有重要保护文物、历史文化街区，还有各种民俗文化等。从表 4 可以看出，在大部分人的认知里，北海作为古海上之路的始发港，其“海丝”文化是最有代表性的。虽然其他文化特色也小有名气，但知名度远不及“海丝”

文化。说明北海作为古丝绸之路的始发港之一，“海丝”文化深入人心。但是其他文化也承载着北海一个地方的记忆，记录了北海多年来的历史。北海未来谱写新世纪新上丝绸之路新篇章的时候，宣扬“海丝”文化的同时，不要忘了对于其他文化的发掘。

表 4 地域文化特色



2. 调查结果分析

通过以上调查结果可知,北海的交通资源影响范围甚广,甚至涉及到各个行业,特别是北海港口,许多资源、产业的发展都与其息息相关。文化旅游资源方面,影响着海产和南珠养殖、加工业以及交通、会展场馆的发展。对此,北海可以打造以“海洋”为主题的会展产业。依托北海区域、产业优势,加强北海与周边城市会展业的交流和国际合作,促进会展业的互动协调发展。

三、“一带一路”倡议中北海会展业定位的策略

(一) 会展定位原则

1. 区域特色

北海所在的地理位置、2200多年的“海上丝绸之路”的历史开发积累、改革开放之后“海陆空”立体交通枢纽的不断完善,且作为广西目前唯一的交通最为通达的沿海城市,在海洋区域发展上已具有非常明显的优势。我们知道从国家政策来说:国家把北海港建设成为西南重要的外贸商港,并大力发展海洋运输业的意图非常明显;而北海船舶及海洋工程装备产业是政府重点扶持产业;国家要打造北海市向海经济的发展。再根据调查的数据可知,北海的港口资源和临港工业更具有区域特色,而且“海、陆、空”交通网络已经初步形成。因此,北海会展业从区域特色角度来说,首先目标定位于:海洋运输业和海洋工程制造、海产品养殖加工和贸易交流等毋庸置疑。

2. 会展形象

作为海上丝绸之路的始发港的独特的历史地位,厚重的人文积淀,以及浓郁的海洋特色旅游资源,中国旅发委与香港凤凰卫视合作,向全球观众展示兼具北海特色的旅游风光,提升北海作为中国优秀海洋旅游城市形象。从国家政策看:侨港镇负责人要打造“一带一路”特色美食街;把北海打造成滨海旅游带;打造生态旅游度假区;鼓励打造旅游产业和海上旅游项目。再结合上面的调查,北海的“海丝”文化和水域风光独具特色,滨海旅游形象深入人心,打造会展旅游形象势在必行。因此,北海会展业从会展形象角度来说,首先目标定位于:“海丝”文化和滨海旅游城市是正确的选择。

3. 会展主题

北海近年来,海洋资源题材的展会都为北海带来了巨大的经济效益,如北海国际珍珠节和北海国际海滩旅游文化节等。得天独厚的自然环境,使得北海的珍珠贝类养殖技术走在国际前列。从国家政策来看:通过“海洋之心”项目打造“一带一路”海洋经济主题会展中心;以海滩文化、珍珠文化为主题打造北海“海丝”文化旅游节;通过“海丝”文化遗址遗迹打造海上丝绸之路主题景区。经过数据调查,北海的海洋资源、水域风光以及“海丝”文化都是最具北海特色的资源,因此,北海会展业从会展主题角度来说,首先目标定位于:海洋经济主题、“海丝”文化旅游节以及海上丝绸之路主题景区更适合北海会展主题。

(二) 会展定位具体策略浅析

1. 构建滨海旅游城市

北海市未来的城市发展战略应在充分了解北海市自身资源和条件优势的基础上,确定北海市自身的发展方向,确定北海市自身的城市定位。从北海独特的旅游资源出发,未来北海可以通过海洋资源打造属于北海的品牌展会。通过对以上分析得出作者对于未来北海会展业定位的策略:以举办北海海滩、船舶、南珠等大型展览会为主体,海洋运输业和临港工业为辅的滨海旅游城市。

2. 开展以多边主义为核心的经济贸易会展

广西作为连接我国东南、西南、中南以及东盟各国的重要枢纽,地理位置优越、乡土资源丰富,一直以来都是中国、东盟经济贸易往来的重点。为了促进中国、东盟以及各个国家的深入交流,实现合作、文化交流,打造多元化、深层次的专业性会展模式,中国要立足把握当今全球经济发展动向,凸显“东盟”主题的国际内涵,依托北海地域位置的优势,举办多种形式的会展活动。如:中国—东盟国际北海旅游合作交流会、中国—东盟北海经济商务贸易理事会等,促进广西特色“海文化”品牌的构建。不仅如此,我国还要借助互联网技术的优势,搭建网络数据库,对双方贸易人员信息进行实时核对,使会展工作更为专业化的同时,保证会展的高效率、高质量开展。

3. 整合城市资源, 打造国际化贸易格局

以北海为经济中心,依托政府、国家的相关政策,对周边地区、行业进行帮扶,通过资源整合、联合办展等形式,完善各个区域物流基地建设,加强区域之间的管理,构建双循环、多发展的经济贸易格局。在此基础上,北海区政府还可以针对投资兴办会展的相关企业制定一系列激励措施,提高其参与度的同时,吸引其他国外企业到展进行深入交流合作,拓宽市场贸易渠道,并在“海上丝绸之路”的指引下,构建多种形式的合作机制,以此带动广西各个城市会展业整体发展,走新时期规模化、专业化、品牌化之路。

4. 加强宏观调控能力

现代会展业是一个涉及面广、政策性强、专业化程度高的产业,在如今全球化经济市场的进程中,北海各级政府也应扮演好宏观调控的角色,准确把握会展的规模、地位、性质和特点,结合当地文化特色,发展滨海旅游业,做好组织规划、经营管理的同时,构建以市场经济为核心的运营管理机制。其次,北海政府还要充分发挥自身主导作用,做好行业的规范管理工作,通过对会展组织者资质、手续文件等环节的充分评价,设置多层次的市场贸易体系,调整竞争的合理性、针对性,降低市场进入的门槛与管理流程的同时,鼓励更多的个体企业进入到会展业中,推动“海丝”文化旅游节的高质量开展。

四、结语

随着社会经济的发展,城市会展业竞争日益激烈,城市会展业应更加注重于培养具有当地特色的品牌展会。品牌是城市的象征,更是会展业发展的灵魂和关键。为此,在当今竞争激烈的环境下,城市会展业必须区别于其他城市的发展方向,明确城市会展业的市场定位,在市场中占据有利位置,适应时代的需要,在竞争中求发展。加强服务质量和形象管理的同时,与多种形式的媒体进行整合、沟通,以更好地增加城市在消费者心中的定位。

参考文献:

- [1] 李强. 城市发展定位研究 [M]. 北京: 华龄出版社, 2017.
- [2] 姚闯. “一带一路”背景下民族地区沿海城市的发展战略研究——以广西北海为例 [J]. 广西质量监督导报, 2019.
- [3] 熊昭明, 韦莉果. 广西古代海上丝绸之路 [M]. 广西科学技术出版社, 2019.

作者简介:

辛蕾(1973-),女,广西桂林人,桂林旅游学院旅游休闲与管理学院副教授,研究方向为旅游管理教育教学与艺术养生;
陈廷丽,桂林旅游学院2016级会展经济与管理1班学生。