

创新会展·特别篇

再扩围六城市 会展促服务贸易高质量发展

■ 本报记者 兰馨

延伸阅读

“十三五”时期 服务贸易发展成就

1. 服务贸易全球份额持续提升。“十三五”时期,我国服务进出口总额累计达3.6万亿美元,比“十二五”时期增长29.7%。根据联合国贸发会议统计,2020年全球服务贸易总额96650.3亿美元,中国的服务贸易进出口总额为6617.2亿美元,规模保持世界第2位,全球占比提升至6.9%。

2. 服务贸易逆差持续缩小。2020年,出口2806.3亿美元,比2015年增长28.4%,年均增速5.1%,高于全球5.3个百分点;服务进口3819.9亿美元,比2015年下降12.5%;服务贸易逆差1004.6亿美元,比2015年下降53.7%。

3. 服务贸易结构持续优化。数据显示,2019年和2020年我国知识密集型服务贸易占比分别达到34.7%和44.5%,成为服务贸易增长的主要动力;可数字化服务出口占比超过50%,数字内容出口迅速扩大,稳居全球服务外包第二大承接国。

4. 开放经济中地位提高。2020年,我国服务出口占出口总额比重为9.8%,比2015年提高1个百分点。服务业实际利用外资1172.6亿美元,占国外投资总额的78.5%,比2015年提高8.7个百分点。服务外包从业人数1290.9万人,比2015年增长73.3%。

5. 2021年,中国服务贸易总额52982.7亿元(约合7735亿美元),增长16.1%;2022年1至10月,中国服务贸易总额49185.5亿元,增长17.2%,其中出口23581.5亿元,增长18.1%,进口25604亿元,增长16.4%,逆差2022.6亿元。

“十四五”时期 服务贸易发展目标

《“十四五”服务贸易发展规划》指出,“十四五”时期,贸易规模进一步扩大。服务贸易规模稳中有增,占我国对外贸易总额的比重进一步提升。服务出口增速高于全球平均增速。服务贸易在贸易高质量发展中的作用更加突出。

贸易结构进一步优化。新模式新业态加快发展,国际服务外包增速快于服务出口增速,知识密集型服务贸易年均增长8%左右。服务进出口更加均衡。国内布局更加优化,国际市场空间布局进一步拓展。

竞争实力进一步增强。服务出口竞争力明显增强,价值链高端持续攀升。拥有自主知识产权、自主品牌的市场主体不断壮大。参与服务贸易国际规则制定的能力不断提升。

制度环境进一步改善。服务贸易法律法规、政策体系、促进机制、监管模式更加完善,服务贸易市场化法治化国际化营商环境更加优化,自由化便利化水平进一步提升,制度型开放迈出重要步伐。

推进服务贸易进一步开放。要统筹推进服务贸易深化改革与扩大开放,促进要素流动型开放与制度型开放相结合,“边境上”准入与“边境后”监管相衔接,努力形成全球资源要素强大引力场,推动构建更高水平开放型经济新体制。

着力推动服务贸易高质量发展

在储祥银看来,当前国际服务贸易已形成服务产业化、产业服务化、服务数字化的发展格局。新阶段的会展业需要具备创新发展理念和使命,即要做到“两跳出”“两融入”和“两融合”。其中,“两跳出”为跳出会展办会、跳出区域办会,“两融入”既要融合产业又要融入城市,“两融合”则是线上线下融合以及跨界融合发展。各城市在内循环方面,通过搭建会展平台,促进区域、城乡、商品、服务、资源交流合作,加速商品、服务、资源、要素市场流转;在资源配置方面,利用会展平台,有效市场和有为政府结合,更好发挥价值规律调节作用,充分体现市场配置资源的主导地位;在高质量发展方面,发挥会展平台功能,提高资源、要素使用效能,让要素流向最能发挥效能的部门和地区,形成最优化生产格局;在双循环方面,通过会展平台助力双循环格局建设,更好地利用两个市场、两种资源为我服务,推进主场国际化与全球化建设。

也就是说,试点城市通过发挥会展先导性服务功能,助力高质量发展双循环建设。在办好进博会、服贸会等国家会展活动的同时,创办更多区域性综合型服务贸易会展活动,如做好数字经济、数字贸易、跨境电商会展活动,同时进一步推动旅游、教育、文化等服务相关专业会展转型升级,提高会展活动国际化水平,增加国际参与层级和比重,并尽快增加会展创新服务形式、内容,提供更多会展增值服务,通过走出去、引进来扩大服务贸易规模。

《规划》指出,我国已转入高质量发展阶段,服务贸易日益成为构建新发展格局、培育国际合作与竞争新优势的重要力量。

“十四五”时期,服务贸易发展的主要目标包括贸易规模进一步扩大、贸易结构进一步优化、竞争实力进一步增强、制度环境进一步改善。展望2035年,服务贸易高质量发展格局全面确立。下一步,我国将深化服务贸易改革开放,加快服务贸易数字化进程,优化服务贸易行业结构,完善服务贸易区域布局,壮大服务贸易市场主体,深化服务贸易对外合作,强化服务贸易支撑保障。

储祥银提出,提高服贸会发展质量,强化服贸会在引领行业全球前沿理念、先进技术、创新成果、行业标准等方面的功能,提升市场吸引力、国际关注度和全球竞争力。优化服贸会开放合作平台功能,建立适应服务贸易发展特点和需要的办会体制机制,不断提升服贸会专业化、市场化和国际化水平,推动形成更多务实合作成果,将服贸会打造成为具有全球影响力的国际一流展会。

型消费占比有望达到55%左右,城乡居民服务型消费需求占比有望达到52%。我国开始进入服务型消费社会。

发挥会展先导性作用

“会展是服务贸易的有机构成、重要载体,跨境旅游、国际物流、国际会展是最古老、最传统的贸易载体,服务贸易四种形式都可以在会展中得到体现。”储祥银强调,会展具备的先导性服务业特性决定了其是服务贸易高质量发展的有效推手和不可或缺的平台。

《“十四五”服务贸易发展规划》(以下简称《规划》)提出,建设服务贸易重要展会平台。做大做强中国国际进口博览会(简称进博会)、中国国际服务贸易交易会(简称服贸会)等国家级综合展会,面向东盟、东北亚、南亚、中东欧、西亚、非洲、拉美和加勒比等区域,打造一批区域性展会平台。办好中国(上海)国际技术进出口交易会、全球数字贸易博览会、中国国际数字和软件交易会、中国国际服务外包交易会等贸易领域重要展会,推动服务贸易国际合作。

“先导性产业在国民经济体系中具有重要战略地位,引导其他产业往某一战略目标方向发展的产业或产业集群。”储祥银解释,先导性产业具有四大特点:一是产业关联度大,技术连带功能强;二是可以带动其他产业发展;三是代表着技术发展和产业结构演进的方向;四是对国民经济未来发展起方向性的引导作用,具有全局性和长远性作用。

储祥银指出,会展先导性产业特质体现在六个方面:一是产业链长,服务功能齐全且拉动效应显著;二是新思想、新理念、新技术、新工艺交流与传播;三是市场供给需求信息沟通,生产引导、消费引导功能;四是新产品新技术展示,促进产品升级和技术扩散;五是催生新兴产业、加速产业集聚、促进产业结构优化和经济转型;六是汇聚国际资源,促进优势要素配置组合,提高要素使用效率。

此外,会展先导性产业功能还体现在市场保证、信息传导、技术扩散、要素合作、产品换代、产业升级、生产引导和消费引领。同时,会展以城市产业结构、消费结构、文化传承和城市辐射力为条件,以会议、展览等为载体,通过专业化运作主体、市场化运作方式和专业化运作手段,为社会和运作主体带来经济、社会效益。

需要强调的是,会展作为公共服务平台,提供统一、高效、非排他、无差别、无歧视公共服务,价值规律可充分直接发挥出来。

国务院近日发布《关于同意在沈阳等6个城市开展服务业扩大开放综合试点的批复》(以下简称《批复》),同意在沈阳、南京、杭州、武汉、广州、成都开展服务业扩大开放综合试点,试点期为三年。至此,中国服务业扩大开放综合试点增加到11个。自2015年在北京启动服务业扩大开放综合试点以来,服务业扩大开放已形成“1+N”试点格局。

记者注意到,此次扩围的6个城市涉及一、二线城市,这6个城市的会展业比较发达。如杭州近期举办的首届全球数字贸易博览会,是我国唯一以数字贸易为主题的国家级、全球性的专业展会。

“会展是所有服务行业产业链、供应链中的重要环节,是产业链、供应链运转不可或缺的关键节点。”中国会展经济研究会首席研究员、对外经济贸易大学教授、博导储祥银在接受《中国贸易报》记者专访时表示,加快促进服务业重点领域重点地区开放创新,将进一步提升构建新发展格局、扩大对外开放的能力和水平,同时更有效地以国内大循环发展吸引全球资源要素配置,提升贸易投资合作质量和水平。

扩大服务贸易规模

“现阶段,我国经济转型升级处于关键时期,对服务贸易需求明显加大。”储祥银表示,“十四五”时期,加快推进以服务业为重点的高水平开放,是我国加快建立高水平开放型经济新体制的一个重要目标,也是构建新发展格局的重要任务。

《批复》要求,试点要稳步扩大规则、规

制、管理、标准等制度型开放,紧紧围绕本地区发展定位,进一步推进服务业改革开放,加快发展现代服务业,塑造国际竞争和合作新优势,为加快构建新发展格局、推动高质量发展作出贡献。

“会展作为城市经济、社会的有机构成,汇聚要素资源,提升产业层级,优化经济结构、改善发展环境、提高知名度、影响力的重要平台。”储祥银认为,服务业扩大开放综合试点的扩围突显了国家对服务贸易的日益重视。需要指出的是,新一轮科技革命和产业变革正在重塑服务业发展业态。预计到2025年,我国数字经济规模有望突破60万亿元,占GDP比重达到55%左右;到2035年,数字经济总量有望超过100万亿元。

党的二十大报告提出,要进一步构建新发展格局,实现高质量发展。其中最重要的就是利用外资更好地进行扩大开放,在服务业领域中,尤其是现代服务业领域中,有多元化市场主体参与进来,引进全球市场化机构的先进经验,进一步提升我国服务产品的品质,有利于给公众、社会提供更好的服务和产品,也符合高质量发展的内涵,有助于当地经济发展。

随着产业结构正由工业主导向服务业主导转型升级。预计到2025年,我国服务业占比有望从2019年的53.9%提高到60%左右,基本形成以服务业为主导的产业结构。

储祥银强调,随着生活水平提高,消费结构正由物质型消费为主向服务型消费为主转型升级。预计到2025年,我国消费规模将达到60万亿至65万亿元;城镇居民服务

经济大环境的变化,正融入各产业创新发展模式。作为现代服务业的会展业,在创新服务模式上也必将受到共创经济的影响而发生变革。

长期以来,会展秉持合作共赢的理念,为贸易双方搭建交流与合作的平台,其中不乏由多个组织单位联合举办的会展活动项目。由此可见,会展先天就有共创的基因。尽管如此,新型共创经济与传统合作共赢仍有巨大差别。

简单地讲,共创经济是建立在大数据、云计算、移动互联网技术基础上,融合了共享经济及社群经济的优点,以共同的认同感和价值观为驱动,高效形成资源共享、组织协作、数字化分配机制的一种经济形态。其主要方式是通过智能化的共创平台,将闲置资源进行整合,有效对接供需双方,实现资源优化配置,其优势是打破了时空局限,大大降低了各种信息交流和交易成本,提升了价值创造的协同性与高效性。

如此,共创经济如何推动会展业高质量发展呢?笔者认为,可以从团队共创、技术共创、用户共创、服务共创、产品共创五方面着手。

首先,团队共创。对于共创经济的商业模式,最大的挑战来自于组织团队的变革。不仅团队要建设成为学习型组织,团队管理者也

■ 周景龙

要成为教练型领导,赋能团队成员不断成长、能力提升。团队成员也不再抱有“打工人”的思维,共同的愿景价值观造就了团队的凝聚力,责任心、自驱力使团队成员更为积极主动,勇于表达自己的独特观点,团队在集思广议中得到最优决策和行动方案。也就是说,思维独立活跃、行动协同统一是共创型团队的特点。

其次,技术共创。共创经济作为数字化时代的产物,离不开技术、大数据、移动互联网、人工智能、云计算等技术搭建的数字化共创平台。信息的分享和工作协同平台属于初级阶段,目前已广泛使用,是共创经济的技术基础。被看作是下一代互联网的区块链技术,用技术保障共创经济平台用户之间建立深度信任。

再次,用户共创。如果将会展活动参展企业视作会展共创平台的用户,其主办方、组织方需要研究参展企业在产品、服务和技术上有哪些独特的价值,摒弃“展会搭台,企业唱戏”的旧有传统思维,与参展企业一起利用会展共创输出独特价值,精准对接目标观众。事实上,用户共创计划在其他产业的企业或商家那里已使用得非常广泛了,如餐饮领域的海底捞、乳制品行业的伊利、运动服装产业的匹

克以及汽车产业的众多车企都推出了各具特色的用户共创计划。

再其次,服务共创。会展活动除服务参展企业和专业观众之外,还服务于主办机构和展商的众多服务商群体,如展台装修服务方、商旅服务公司、产品物流公司、营销公关公司等。共创经济体系的生态化需要更多元的服务内容,未来科技服务公司将更加重要。主办方也要具备整体会展服务设计能力,加强服务共创体系,让服务商群体也能够最大化地协同进行服务资源的整合。如做物理空间展装装修服务方可以与做元宇宙空间虚拟展台科技公司相融合,形成联合共创体,共同服务参展企业。相信服务共创融入共创经济平台中,会带来更多高品质的服务创新模式。

最后,产品共创。利用会展的共创经济平台,参展企业在新产品研发和市场推广阶段都可获得专业客户的参与。产品共创最好的案例就是小米手机,小米手机早期的研发和推广就有大量“米粉”参与。

值得一提的是,共创经济是共享经济的升级。共享经济强调的是闲置资源的配置,共创经济的底层基础是“信任”,是以共同的认知感和价值感为核心。共创经济可以说是共享经济的进化模式。不可否认,当一种新商业模式

出现,难免被误作他用,如当下“共创”模式存在的三大问题:一是将“共创”当做营销的噱头,以获取资源及利益为目标。甚至有些共创模式还只是满足营销上的需求,用共创的概念吸引流量、吸引用户,提升参与的方式,并未输出价值增量,优化资源的配置;二是有共创意愿却缺乏数字化技术。无法建立共创经济线上线下融合平台,因此也无法规模化,无法形成商业共创生态体系;三是单纯强调技术平台价值、缺乏资源,忽视组织能力建设。这里包括技术型企业搭建了很好的共创平台,有元宇宙、web3、区块链,都代表了未来互联网发展方向,但在产业资源上比较匮乏,在组织建设上也没有形成良好的团队共创体系。

鉴于此,只有真正在认知、组织、技术三方面统一融合,不断创新进化,才能形成共创经济模式实现高质量发展。中央经济工作会议指出,要大力发展数字经济,提升常态化监管水平,支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中中大显身手。笔者认为,共创经济既是数字经济也是平台经济,必将成为引领发展、创造就业、实现共同富裕的重要经济模式。

(文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开白名单。)

会展大咖说

共创经济正在成为会展服务新业态



作者简介

道同共创(北京)科技有限公司
CEO兼创始人
上海对外经贸大学等多家院校
客座教授

2023年被会展业视为恢复年。但在后疫情时代以及各类国际政治经济社会因素的冲击下,不确定因素仍然存在,压力与挑战依然十分严峻。经历一场大疫后,市场营商与产业环境以及客户需求都发生了根本性变化。与此同时,随着各行业高质量发展,会展服务已进入新赛道,置身于共创经济时代。

“共创”是数字时代的产物,也是其关键词。近年来,“共创”一词越来越多地出现在各产业会展活动或企业活动的主题中,也频繁出现在商业文案及战略决策中。简单来说,共创经济伴随着数智科技的快速发展及数字