

会展产业集群的生态学模型及生态平衡分析

吴信菊, 唐立祥

(上海理工大学 管理学院, 上海 200093)

摘要: 利用种群生态学中研究物种个体间相互关系的理论, 建立产业集群内企业间的竞争、互利和上下游(产业链)关系模型, 并分析了产业集群内具有不同关系的成员之间达到均衡的条件。竞争与合作机制在集群形成过程中发挥着重要的作用, 促进信息的流通, 带动科技创新和专业人力资源的成长, 降低了成本, 为集群企业的关键资源之形成和建立创造了一种效力机制。同时, 由于产业集群内企业专业相连相通, 使得企业彼此之间必须密切关注竞争对手或合作伙伴, 对创新和品质的要求随之增加, 因而形成提升竞争力的一种良性循环。

关键词: 会展产业集群; 竞争与合作; 生态平衡

中图分类号: F062.9

文献标识码: A

文章编号: 1009-895X(2011)01-0076-07

Ecological Model and Ecological Equilibrium Analysis on the Convention and Exhibition Industry Cluster

Wu Xinju, Tang lixiang

(Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: The industrial cluster and the biological population have certain similarity. Profiting from ecology studies on species relationship, the paper analyzes the balancing way of convention and exhibition industry cluster, including the competition, mutual benefit and the industrial chain relations. The research shows that keeping certain difference and avoiding total homogeneity are the conditions for competitive members to keep balance in the cluster; to get mutual benefit, competition is necessary for cluster members, and division and coordination network should be formed.

Key words: convention and exhibition industry cluster; cooperation and competition; ecological equilibrium

会展产业集群是会展产业发展到成熟阶段的标志。会展产业集群是指以会展活动为纽带, 集合以会展商为代表的各种直接或间接从事会展业及其相关服务业的组织、机构或个人, 以提供与会展活动相关服务为核心而形成的会展产业聚合或者集聚。其中主要包括会展商、参展商、广告商、中介服务商、酒店宾馆、市场公关机构、会展研究、培训、教学机构

以及其他关联机构和个人。从会展产业集群形成的过程来看, 其又是以基础产业或服务产业集群为依托而发展起来的新型市场服务业的聚合。

与自然界的生态系统一样, 位于一个区域内的产业集群也是一个相互联系、相互制约的统一综合体^[1]。会展产业集群的会展企业及其关联的服务企业位于一个城市或区域内, 为了共同的展会活动,

从事相近或关联的业务,彼此相互联系,相互制约,相互合作,相互竞争,不断有新的成员产生或加入,也有成员退出或消失,构成一个复杂的自组织系统——会展产业集群。因此,会展产业集群可以理解为大量会展企业及相关服务企业或机构按照专业化分工和协作关系,形成具有地方根植性的区域集合体,其与生物种群有着一定的相似性。

一、会展产业集群的生态学研究原理

生物种群是生态学中的一个重要概念,指特定时间内栖息于特定空间的同种生物的集合群。同一物种的个体不仅因其同源共祖而表现出性状上的相似(包括形态、大分子结构及行为等各个方面),而且它们之间能相互交配、繁殖,并将其性状遗传给后代个体。因为物种的有性生殖过程是一个基因重组过程,重组产生新的变异,可供自然选择,所以相互交配繁育的种群便构成了一个进化的单位,它可能成为分化新物种的起点。有的生物还环绕着繁育关系组成一定的社群结构。另一方面,同一地区的个体共享同一资源,在对待资源的关系上又表现出种内竞争或合作的关系^[2,3]。因此,同一物种群内各个个体不是孤立的,而是通过复杂的种内关系组成的一个有机的统一体。

从生态学来看,集群效应只能在足够数量的个体参与和聚集时才得以产生,种群的存在需要一个适宜的密度,密度太高或太低都会对种群的发展起到限制的作用。换言之,集群效应的实现,需要种群的适宜密度,而种群的适宜密度是在竞争中形成的,而这种竞争又是在一种特定的合作环境下进行的^[4]。

二、产业集群的生态平衡模型

在生态系统中,物种之间的生态关系主要有 3 类:竞争关系、互利关系和食物链关系(也称捕食者——被捕食者关系)。同样,会展产业集群中的会展企业以及相关服务企业之间也存在着竞争关系、互利关系和产业链(上下游)关系,有时这 3 种关系会出现互相交织状态。本文试以这 3 种关系建模进行分析。

在同一会展产业集群中任选两企业 A、B 作为建模对象,并展开讨论。

A、B 的规模差异有两种:其一,它们是并列关系,不存在上下游关系;其二,它们是上下游关系。

A、B 的相互作用关系也有两种:其一,它们是

竞争关系;其二,它们是互利关系。

为更好地阐明 A、B 企业同一会展产业集群中的关系,笔者试图建立一个产业集群生态博弈均衡图来加以分析,如图 1 所示。图中横轴代表同一会展产业集群中企业的相互作用,有竞争和互利两种关系;纵轴代表同一会展产业集群中企业的规模差异,一种是并列关系,一种是上下游关系。

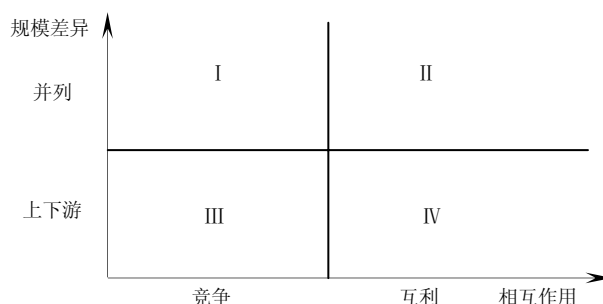


图 1 产业集群生态博弈均衡图

Fig.1 Ecological game equilibrium of industrial cluster

在图 1 中不难发现,当 A、B 企业规模差异为并列,相互作用为互利时,该会展产业集群效应显现于第一象限,比如某一城市同时举办汽车展和汽车配件展览。同理,当 A、B 企业规模差异为并列,相互作用为竞争时,该会展产业集群效应显现于第二象限,比如某一城市同时举办两个同类车展。当 A、B 企业规模差异为上下游,相互作用为竞争时,该会展产业集群效应显现于第三象限,这种情况往往出现在产业链形成初期,专业分工尚不明晰阶段,比如会展企业的大而全、小而全的状况。当 A、B 企业规模差异为上下游,相互作用为互利时,该会展产业集群效应显现于第四象限,比如会展策划公司与展馆经营企业之间的分工与合作。

笔者进一步通过数学模型来加以论证。假设 A、B 两企业之间的关系是完全独立的(尽管这种关系在同一会展产业集群中可能不存在),其中, $R_A(t)$ 、 $R_B(t)$ 分别代表 t 时刻 A、B 两企业的经济效益; r_A 、 r_B 分别为 A、B 两企业理想环境下的最大增长率; M_A 、 M_B 分别表示 A、B 两企业由环境所决定的最大经济效益。A、B 两企业的逻辑斯谛(Logistic)增长方程分别为

$$R_A(t) = r_A R_A \left(1 - \frac{R_A}{M_A} \right) \quad (1)$$

$$R_B(t) = r_B R_B \left(1 - \frac{R_B}{M_B} \right) \quad (2)$$

(一) 竞争模型

1. 假设和模型构建

当 A、B 两企业在会展产业集群中是并列关系且为竞争关系, 两企业的竞争方程可以分别表示为

$$R_A(t) = r_A R_A \left(1 - \frac{R_A}{M_A} - \sigma_A \frac{R_B}{M_B} \right) \quad (3)$$

$$R_B(t) = r_B R_B \left(1 - \frac{R_B}{M_B} - \sigma_B \frac{R_A}{M_A} \right) \quad (4)$$

式中, σ_A 表示企业 A、B 相互竞争的一个指标 ($\sigma_A > 0$)。这种指标的含义在于 σ_A 越大, 在资源配置要素方面, 企业 B 对企业 A 的竞争威胁越大, 而同时这种竞争压力对于企业 A 也有促进作用。由于竞争

的不对称性, 定义 σ_B 越大, 表示企业 A 对企业 B 的竞争威胁越大 ($\sigma_B > 0$)。因此, A、B 两企业达到竞争均衡状态的方程为 $R_A(t) = 0 = R_B(t)$, 即

$$\begin{cases} 1 - \frac{R_A}{M_A} - \sigma_A \frac{R_B}{M_B} = 0 \\ 1 - \frac{R_B}{M_B} - \sigma_B \frac{R_A}{M_A} = 0 \end{cases}$$

2. 稳定平衡点的解

将直线 $L_1: 1 - \frac{R_A}{M_A} - \sigma_A \frac{R_B}{M_B} = 0$, $L_2: 1 - \frac{R_B}{M_B} - \sigma_B \frac{R_A}{M_A} = 0$ 同时画在以 R_A 为横坐标, R_B 为纵

坐标的平面内时, 将会出现 4 种情况(见图 2)。

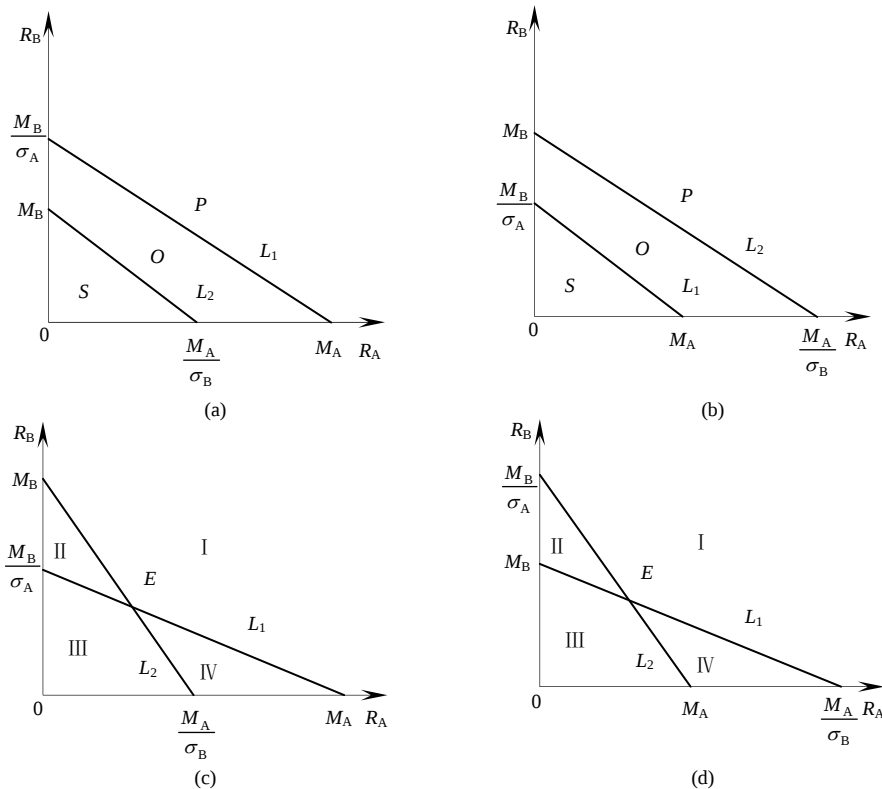


图 2 4 种情况下的生态平衡

Fig.2 Ecological equilibrium under the four circumstances

a. 当 $M_A > \frac{M_A}{\sigma_B}$ 且 $\frac{M_B}{\sigma_A} > M_B$ 时, 直线 L_1, L_2 在第一象限无交点。

直线 L_1 的下方 $R_A(t)$ 大于 0, 上方 $R_A(t)$ 小于 0; 直线 L_2 的下方 $R_B(t)$ 也大于 0, 上方 $R_B(t)$ 也小于 0。直线 L_1, L_2 将第一象限分为 3 个区域 S, O, P。

在区域 O 内, $R_A(t) > 0, R_B(t) < 0$ 。这说明, 介于直线 L_1 和 L_2 之间的任意点 (R_A, R_B) 随时间的变化趋势

为 R_A 增大、 R_B 减小, 直至达到稳定平衡点 $(M_A, 0)$ 。

如果点 (R_A, R_B) 位于直线 L_1 上方即区域 P 内, 点 (R_A, R_B) 的变化趋势指向直线 L_1 或 OR_A 轴, 最终仍然趋向于稳定平衡点 $(M_A, 0)$ 。

点 (R_A, R_B) 位于直线 L_2 下方时, 结论也相同。

由此可以得出结论: 当 $M_A > \frac{M_A}{\sigma_B}$ 且 $\frac{M_B}{\sigma_A} > M_B$ 时, 即 $\sigma_A < 1$ 且 $\sigma_B > 1$ 时, 会展企业 A、B 在竞

争过程中逐渐趋向于稳定平衡点 $(M_A, 0)$, 即企业 A 最终完全占领整个市场, 企业 B 被逐渐淘汰。由此本文认为, 当 $\sigma_B > 1$ 时, 企业 A 对企业 B 的竞争威胁要大于其促进作用。

b. 当 $M_A < \frac{M_A}{\sigma_B}$ 且 $M_B > \frac{M_B}{\sigma_A}$ 时, 直线 L_1 、 L_2

在第一象限仍然无交点。

在区域 O 内, $R_A(t) < 0$, $R_B(t) > 0$ 。这说明, 介于直线 L_1 和 L_2 之间的任意点 (R_A, R_B) 随着时间的变化趋势为 R_A 减小, R_B 增大, 直至达到稳定平衡点 $(0, M_B)$ 。

如果点 (R_A, R_B) 位于直线 L_2 上方, 即区域 P 内, 点 (R_A, R_B) 的变化趋势指向直线 L_2 或 OR_B , L_2 轴, 最终仍然趋向于稳定平衡点 $(0, M_B)$ 。

点 (R_A, R_B) 位于直线 L_1 下方时, 结论也相同。

由此可以得出结论: 当 $M_A < \frac{M_A}{\sigma_B}$ 且 $M_B >$

$\frac{M_B}{\sigma_A}$ 时, 即 $\sigma_A > 1$ 且 $\sigma_B < 1$ 时, 企业 A、B 在竞争过

程中逐渐趋向于稳定平衡点 $(0, M_B)$, 即企业 B 最终完全占领整个市场, 企业 A 被逐渐淘汰。由此本文认为, 当 $\sigma_A > 1$ 时, 企业 B 对企业 A 的竞争威胁要大于其促进作用。

c. 当 $M_A > \frac{M_A}{\sigma_B}$ 且 $M_B > \frac{M_B}{\sigma_A}$ 时, 直线 L_1 、 L_2 在第

一象限交与点 $E\left(\frac{M_A(1-\sigma_A)}{(1-\sigma_A\sigma_B)}, \frac{M_B(1-\sigma_B)}{(1-\sigma_A\sigma_B)}\right)$ 。

在图 2(c)中, 直线 L_1 和 L_2 把第一象限分成 I、II、III、IV 共 4 个部分。在各部分区域内, $R_A(t)$ 和 $R_B(t)$ 的符号分别为负负、负正、正正、正负。如果点 (R_A, R_B) 在区域 II 或 IV 内, 点 (R_A, R_B) 的变化趋势会指向稳定点 $(0, M_B)$ 和 $(M_A, 0)$; 如果点 (R_A, R_B) 在区域 I 或 III 内, 其变化趋势指向直线 L_1 和 L_2 , 最终达到稳定平衡点 $(M_A, 0)$ 或 $(0, M_B)$ 。可见, 点 (R_A, R_B) 一旦偏离了 E 点, 将会逐渐趋向稳定平衡点 $(M_A, 0)$ 或 $(0, M_B)$ 。因此, 点 E 是不稳定平衡点。

由此可以得出结论: 当 $M_A > \frac{M_A}{\sigma_B}$ 且 $M_B >$

$\frac{M_B}{\sigma_A}$ 时, 即 $\sigma_A > 1$ 且 $\sigma_B > 1$ 时, 企业 A、B 对对方的威

胁都相当的大, 它们的平衡点 E 不稳定, 只要一偏离 E 就必然有一个企业被另一个企业所淘汰。

d. 当 $M_A < \frac{M_A}{\sigma_B}$ 且 $M_B < \frac{M_B}{\sigma_A}$ 时, 直线 L_1 和

L_2 也把第一象限分成 I、II、III、IV 共 4 个部分(见图 2(d))。在各部分区域内, $R_A(t)$ 和 $R_B(t)$ 的符号分别为

负负、正负、正正、负正。如果点 (R_A, R_B) 在区域 II 或 IV 内, 其变化趋势指向稳定点 E; 如果点 (R_A, R_B) 在区域 I 或 III 内, 其变化趋势指向直线 L_1 和 L_2 , 最终仍然达到稳定平衡点 E。可见, 点 (R_A, R_B) 即便是偏离了 E 点也会逐渐趋向平衡点 E。因此, 点 E 是稳定平衡点。

综合以上 4 种情况, 只有情形 d 才会维持两个种群的稳定并存。其他情形一旦发生, 就会导致两个会展企业之一发生灭顶之灾。所以, 要想两竞争企业同时存在, 就必须保持 $\sigma_A < 1$ 且 $\sigma_B < 1$, 即两企业保持适当的竞争。

(二) 互利模型

1. 假设和模型构建

当 A、B 两企业在同一会展产业集群中是并列关系且为互利合作关系时, 两企业的合作方程可以分别表示为

$$R_A(t) = r_A R_A \left(1 - \frac{R_A}{M_A} + \delta_A \frac{R_B}{M_B} \right) \quad (5)$$

$$R_B(t) = r_B R_B \left(1 - \frac{R_B}{M_B} + \delta_B \frac{R_A}{M_A} \right) \quad (6)$$

两企业达到均衡的条件是:

$$R_A(t) = r_A R_A \left(1 - \frac{R_A}{M_A} + \delta_A \frac{R_B}{M_B} \right) = 0 \quad (7)$$

$$R_B(t) = r_B R_B \left(1 - \frac{R_B}{M_B} + \delta_B \frac{R_A}{M_A} \right) = 0 \quad (8)$$

2. 稳定平衡点的解

解上述方程, 最终得到模型的稳定平衡点:

$$(R_A, R_B) = \left(\frac{M_A(1+\delta_A)}{(1-\delta_A\delta_B)}, \frac{M_B(1+\delta_B)}{(1-\delta_A\delta_B)} \right) \quad (9)$$

a. 当 $\delta_A \delta_B > 1$ 时, 两企业都无法生存。

b. 当 $\delta_A \delta_B < 1$ 时, 两企业都可以同时存在。此时又有 3 种情况。

(a) $\delta_A < 1$ 且 $\delta_B < 1$, 此时两企业都会依赖对方但不是过于依赖。

(b) $\delta_A > 1$ 且 $\delta_B < 1$, 此时 B 企业依赖 A 企业比 A 企业依赖 B 企业的程度要大。

(c) $\delta_A < 1$ 且 $\sigma_B > 1$, 此时 A 企业依赖 B 企业比 B 企业依赖 A 企业的程度要大。

c. 当 $\delta_A = 0$ 或 $\delta_B = 0$ 时, 即一个企业 A(B) 完全不依赖另一个企业 B(A) 而企业 B(A) 却对 A(B)

有依赖。这样一来,那个具有依赖性的企业在集群中的生存存在困难,困难的大小由其依赖程度所决定。

3. 分析

通过确定稳定平衡点,两家企业的经济效益分别为

$$\frac{M_A(1+\delta_A)}{(1-\delta_A\delta_B)} > M_A, \frac{M_B(1+\delta_B)}{(1-\delta_A\delta_B)} > M_B \quad (10)$$

显然,集群中的两家企业经济效益均大于它们独立经营条件下的最大经济效益。这时会展产业集群内的企业拥有的竞争力优势开始凸现,非集群企业则无法与之比拟。

(三) 上下游关系模型

1. 假设和模型构建

会展核心产业链由上中下游3个环节构成。在会展产业链中,PCO(Professional Conference Organizer)与DMC(Destination Management Company)形成了专业化的分工,DMC的主要代表场馆,是会展活动展开的平台,因投资规模的限制,DMC也是会展产业链的核心环节^[5]。产业链内的会展企业及相关支持企业围绕场馆各司其职,分工合作。

假设,会展产业中的大型展馆经营企业B和相关服务产业中的企业A以及与A相类似的企业因展会活动而集中,并建立业务分工合作关系,展馆经营者(通常是政府投资控股的国有企业)和与其密切关联的中小会展服务企业之间形成了一个金字塔式的会展企业群落。该会展企业群落内企业之间的关系主要是多层次的上下游的分工合作关系,企业间通常以一种合作型竞争的形态共存,合作多于竞争。有时,也不排除它们相互之间的兼并、收购。

设处于核心的主导企业的产出为 R_A ,从属性中小企业的产出为 R_B ,由于大量中小企业的互利共生作用,提高了集群之间相互模仿、学习、伙伴信任关系而降低了交易成本,则核心企业的产出水平由于互利共生作用变为

$$R_A(t) = r_A R_A \left(1 - \frac{R_A}{M_A} + \xi_A \frac{R_B}{M_B} \right) \quad (11)$$

式中, $\xi_A > 0$ 。 ξ_A 表示由于互利共生作用下相关服务业中的A企业对会展企业产出水平的贡献。

同理,由于会展产业对相关服务业的带动作用,相关服务业中的A企业产出水平为

$$R_B(t) = r_B R_B \left(-1 - \frac{R_B}{M_B} + \xi_B \frac{R_A}{M_A} \right) \quad (12)$$

将会展企业与第三产业共生的市场结构结合起来,则有

$$R_A(t) = r_A R_A \left(1 - \frac{R_A}{M_A} + \xi_A \frac{R_B}{M_B} \right) = 0 \quad (13)$$

$$R_B(t) = r_B R_B \left(-1 - \frac{R_B}{M_B} + \xi_B \frac{R_A}{M_A} \right) = 0 \quad (14)$$

解得平衡点 $E_2 \left(\frac{M_A(1-\xi_A)}{(1-\xi_A\xi_B)}, \frac{M_B(-1+\xi_B)}{(1-\xi_A\xi_B)} \right)$

由于 $R_A > 0, R_B > 0$, 所以

$$\frac{M_A(1-\xi_A)}{(1-\xi_A\xi_B)} > 0$$

且

$$\frac{M_B(-1+\xi_B)}{(1-\xi_A\xi_B)} > 0$$

得

$$\xi_A > 1, \xi_B < 1, \xi_A\xi_B > 1$$

或

$$\xi_A < 1, \xi_B > 1, \xi_A\xi_B < 1$$

根据稳定平衡解的要求,进一步采用一阶泰勒展开,最终求解 $\xi_A < 1, \xi_B > 1, \xi_A\xi_B < 1$ 为方程的解。

2. 分析

$\xi_A < 1$,表示服务类单个小企业对会展企业产出水平贡献较小; $\xi_B > 1$,表示会展企业对服务类单个小企业产出贡献较大; $\xi_A\xi_B < 1$,表示双方实现了互利共生均衡状态。此时因为产业关联效应,会展企业会带动许多相关的服务类产业(如房地产业、宾馆业、餐饮业、交通业、商业、旅游业、信息产业等)的蓬勃发展,并且会因为需求的增加对第一、第二产业和它们的相关部门提出新的需求及更高的要求,并提供新的供给领域和市场^[6]。

三、会展产业集群的生态平衡条件及其意义

如同生态系统一样,会展产业集群不是众多企业的简单集中,而是以专业化分工与社会化协作为基础,大、中、小不同等级的企业并存,不同类型企业形成了共生互补的生态化企业群体。会展产业集群的生态平衡意味着产业集群内部成员之间的竞争与互利关系达到了平衡,且在一定时间内有一定数量的企业在特定空间集聚,并形成一定的产出规模^[7]。根据前面集群企业间3种关系的生态学研究,可以

得出特定区域会展产业集群达到生态平衡所需要的条件。

(一) 适度竞争

产业集群以及会展产业集群与生物学上的物种的最大区别是^[8]:前者以同一产业的经济联系为纽带,企业集聚的主动性强,共生互补概率大,企业之间的合作共赢(共生)系数大于竞争,除非外界的集聚条件发生变化,产业集群一般不会因竞争而衰退或消亡;自然界的物种集群或种群以自然性繁殖和自然竞争为纽带,较多地呈现为物择天竞,被动的集聚,种群内的自然生存和竞争系数大于合作共生,因种群内的竞争而致种群分化或减少的情形比比皆是。市场的自我调节机制和集群内企业根据市场需求作出的主动调整,使会展产业集群因企业之间差异而产生的生命力远大于生物种群的生命力。譬如,新加坡有数十家具有一定规模的会展公司,但是并没有引起展会价格的恶性竞争,如降低场租、参展费、运输费等^[9]。各会展公司设法经营和举办竞争对手未曾开发或做大的项目,努力将直接的竞争转变为“人无我有,人有我优”的迂回竞争格局^[10]。这种优选竞争方法可以避免本文所述第一种情况中的 $\delta_A > 1$ 且 $\sigma_B > 1$ 的出现,即避免会展企业间过于激烈的竞争出现,而且这些企业之间如果不是互利($\delta_A < 1$ 且 $\delta_B < 1$),就是适当竞争($\delta_A < 1$ 且 $\delta_B < 1$)。

反之,如果过度竞争,如我国许多城市的会展产业在初始阶段曾经有过激烈竞争,许多会展企业争办汽车展、房展、服装展,以致出现同类展会“撞车”或者参展客商大举分流的情形,即出现本文所述第一种情况中的 $\sigma_A > 1$ 且 $\sigma_B > 1$ 的出现。由于会展企业之间恶性竞争,一个城市或地区的会展产业就很难形成集聚优势,无法同国外知名会展企业相抗衡。集群内企业要保持适度竞争,保持集群内企业一定程度的差异性的重要前提。如果企业间产品无差异,在生产效率、生产成本上又完全同质,那么将出现以价格为主要手段的恶性竞争。由于空间集聚和知识产权难以得到全面保护等原因,会展企业间的竞争一向较为激烈^[2],通过技术创新与产品创新来提升竞争力,是集群内企业获得差异性的重要手段。

相对过度竞争,另一种情况是竞争不足。我国许多地方政府对会展市场还在采取一些保护措施,会展市场尚未完全开放,政府部门掌握着展会的审批权。譬如,上海市政府规定,外资企业与国内民营

企业必须与拥有会展经营报批权的国有会展公司合作才能办展。这使得高效率的境外资本和民间资本难以进入会展市场。因此,会展企业之间公平、自由的竞争难以展开,不利于我国会展产业的健康发展,最终会导致外资企业与国内民营企业对国有会展企业的过度依赖(即 $\delta_A = 0$ 或 $\delta_B = 0$)。反过来,又导致国有会展企业发展受限,外资会展企业、民营会展企业也会因利润太小退出境内会展市场。所以,建立境内外会展企业、国有与民营会展企业的充分互利合作并适度竞争的关系,是会展市场走向成熟的必要措施。

(二) 建立集群内企业以及集群间企业分工合作网络

在现代服务企业竞争性的经营战略与合作性的经营战略之间,集群内企业考虑更多的是如何在集群的生态系统内扮演一个有利可图的、具备有力竞争者的角色。这从客观上要求集群内的企业既能独立生存,又要围绕某些企业进行业务上的紧密结合,以实现功能互补^[11]。

在产业链价值链上,每个环节都有大量的企业,它们之间往往是激烈的竞争关系。而纵向分工的企业间则通过分工合作完成产品生产的整个过程。另外,会展产业集群间也存在网络合作关系。因此,在会展产业集群发展过程中,理顺合作关系,形成合作网络非常重要。

1. 完善会展产业链

就生态学而言,无论是种间竞争还是种内竞争,之所以存在竞争排斥原理即高斯假设(Gause Hypothesis),是因为物种之间的生态位接近。在自然界中,许多亲缘物种在同一地区“共存”,原因在于它们通过资源利用的专业(specialization),缩小生态位,减少生态位重叠以减少竞争,最后求得“共存”。会展业集群产业链分工,我们可以看作是“生态位”的差异,目的是实现资源利用的“专化”,形成集群内部的企业之间的合作机制。会展策划类、会展场馆类和会展服务类这三大类企业构成了会展核心产业链的主要环节。会展产业集群内企业产业链的分工,实际体现了企业“生态位”的差异,实现资源利用的“专化”。

从国际会展业发展的趋势来看,展览服务公司和展览场馆呈现出分工合作的趋势,而不是纵向一体化的产业链整合。我国现有和在建的会展场馆硬

件设施大多为一流水平,而且多为政府投资,国有企业经营。由于展馆投资体制单一,使用效率相对不高。产生这一缺陷的原因,在于没有形成完备的产业链,以及产业链相关企业合作机制的匮乏。会展企业间理想的合作模式是围绕大型展馆的众多上下游企业的中小企业在特定空间的集聚,而非由展馆提供完备的海关、运输、展台设计与装潢、广告、翻译等“一条龙”式的服务。这就是本文前述生态学中讨论的上下游互助关系($\xi_A < 1$, $\xi_B > 1$, $\xi_A \xi_B < 1$),即集群内上中下游企业的互利共生关系,以及会展产业与第三产业的合作共生关系。

2. 建立会展产业集群合作网络

从严格意义上讲,会展企业以及相关服务企业在某一区域大量的集中或扎堆,不说明该区域形成了会展产业集群。会展产业集群是多个复杂的合作网络的集合。竞争与合作的平衡,取决于以下各合作网络间的协同效应。

a. 地域合作网络与生态系统的联姻类似,是指有关会展产业集群主体,通过会展项目协作实现区域内或者跨区域的协作效益的一种合作网络,主要体现区域间的竞争性合作。在地域合作网络内的协作主体,有时是平等主体(无核心主体),但有时会有一个或几个核心主体,如“长三角城市会展联盟”中的上海市就是核心主体。地域会展协作主体将不同类别的展会在各地区之间进行优化配置,实现资源共享。

b. 主体合作网络是一种专业或行业关系网络,其中以会展产业链相关企业为核心,辅之以会展管理机构、会展行业协会、参展商、中介服务商、酒店宾馆、市场公关机构以及会展教育培训机构等相互之间的关联关系。其中,会展管理机构和行业协会对会展业所有参与者的管理和指导关系,表现为纵向网络关系;以专业展览公司所代表的会展企业相互之间的业务关系,表现为横向网络关系;产业链的上游企业作为会展组织者与下游企业,与参展商、其他服务商或机构之间的业务关系,表现为发散状的横向网络关系。

c. 市场关系网络集中体现了集群内与集群间企业竞争和合作的平衡以及生态位的确定,即同类企业间的竞争以及与其他企业间的合作关系。虽然市场关系是一种竞争关系,但市场关系网络的建立却使得各会展产业集群以及集群被企业各自找到自己的生态位,达到供需平衡。品牌展览的出现以及

特定展览在特定区域的集中,是市场关系网络的典型表现,如北京汽车展、上海珠宝展、广州进出口贸易展以及深圳高新技术展等。

d. 信息网络对会展产业集群稳定平衡发展具有更为重要的意义。它使得集群企业自身在充分竞争的基础上实现市场均衡,在一定程度上防止行业垄断和不正当竞争。会展产业集群的生态平衡不仅要求在集群内的各企业相互之间互利、协作、竞争、共生,还要求系统对外开放,保持与外界的广泛物质交流和信息交流。信息网络的存在,是产业集群与自然界种群的一个重大区别。

参考文献:

- [1] 何继善,戴卫明. 产业集群的生态学模型及生态平衡分析[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2005, (01): 126-132.
- [2] 孙绍荣. 消耗公共资源的谋利行为博弈的过度行为均衡点问题研究[J]. 上海理工大学学报, 2007, 29(1): 27-31.
- [3] 陈祥锋,朱道立. 企业市场占优投资竞争策略研究[J]. 上海理工大学学报, 2007, 29(6): 571-577.
- [4] 王永刚. 集群化视角下的中国会展业资源整合[M]. 上海: 上海财经大学出版社, 2010.
- [5] 过聚荣. 会展导论[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2006.
- [6] 余向平. 会展产业链的结构及其产业延展效应[J]. 商业研究, 2008, (08): 92-94.
- [7] Michael E. Porter, Cluster and the new economics of competition[J]. Harvard Business Review, 1998, 11(12): 77-90.
- [8] Benito G R G, Berger E, de la Forest M, et al. A cluster analysis of the maritime sector in Norway [J]. International Journal of Transport Management, 2003, 1(4): 203-215.
- [9] 王哲,吴慈生. 产业集群形成的竞争与协作驱动机制分析[J]. 现代管理科学, 2006, (11): 22-24.
- [10] Moodysson J, Coenen L, A shein B. Explaining spatial patterns of innovation: Analytical and synthetic modes of knowledge creation in the Medicon Valley life-science cluster[J]. Environment and Planning A, 2008, 40(5): 1040-1056.
- [11] 商艳艳,徐福缘. 企业间专利资源协同管理的决策支持系统研究[J]. 上海理工大学学报, 2009, 31(6): 565-568.