

廈門會展業競爭力分析 Analysis of the Competitiveness of Xiamen Exhibition Industry

丁煜榕¹ 陸燕玲^{2*} 高德明³ 黃凱筵⁴
Yv-Rong Ding Yan-Ling Lu Te-Ming Kao Kai-Teng Huang

摘要

會展業是近年來迅速發展的第三產業，從原始社會的物物交換開始萌芽，隨著科學技術和現代資訊技術的進步和推廣，逐漸發展成為現代會展；不僅能帶來實際的經濟效益，還能推動有關產業的發展進步，使會展業逐漸受到了更廣泛的關注。會展業的發展能為廈門經濟注入新的活力，也帶來可觀的經濟效益。本文概括廈門會展業四十年的發展進程，探討廈門會展與廈門經濟發展的關係，並用波特鑽石模型對廈門會展業的競爭力進行分析，從廈門會展業的現狀，提出適合廈門提高會展競爭力的建議，以增強廈門會展的吸引力並促進廈門經濟更好發展。

關鍵字：廈門會展業、會展經濟、高品質發展、波特鑽石模型

Abstract

The convention and exhibition industry is the tertiary industry that has developed rapidly in recent years. It has sprouted from barter in the primitive society. With the advancement and promotion of science and modern information technology, it has gradually developed into a modern convention and exhibition which not only can bring actual economic benefits but also promote the development and progress of related industries. As a result, the convention and exhibition industry has gradually received more and more attention. The development of the convention and exhibition industry can inject new vitality into Xiamen's economy and bring considerable economic benefits. This article summarizes the forty years development of convention and exhibition industry in Xiamen and discusses the relationship between MICE and economic development in Xiamen. Michael Porter diamond Model is used to analyze the competitiveness of exhibition industry in Xiamen. The current situation of exhibition industry in Xiamen is discussed and suggestions are proposed to enhance the competitiveness of exhibition industry for more attractive and better development.

Keywords: XIAMEN MICE, Convention and Exhibition Economy, High-quality Development, Michael Porter Diamond Model

¹ 寶昂(福建)鞋服有限公司項目經理

² 廈門大學嘉庚學院國際商務學院本科生 614339490@qq.com*通訊作者

³ 中華創意創新發展協會理事長

⁴ 會展前瞻期刊總編輯

1. 前言

會展業以很強的經濟效用性、產業關聯性和社會推動性，被公認為“經濟助推器”，也是國內許多城市未來關於經濟增長的方向。會展業是一個收益高且產業關聯度高的行業，不僅帶動區域收入，還能創造大量的就業崗位，在促進進出口貿易和加強與國內外經濟合作等方面發揮著重要作用。我國會展業之所以蓬勃發展，一方面源於中國領先城市正日益深入地融入國際網路，以吸引全國優質產業與創新資源，進而擴大對外開放的大背景下謀求增強國際影響力；另一方面，現代服務業正在成為中國經濟越來越重要的經濟引擎，而會展業對於整體經濟有著極強的帶動作用，因此成為中國眾多城市的發展熱點。會展業作為一個城市的視窗，對優化城市社會資源、發展城市經濟都有著明顯的促進作用。

廈門是中國最早對外開放的經濟特區之一，是海峽西岸經濟帶的中心城市，同時也是“一帶一路”的重要門戶。廈門的第一、第二產業在發展上並不具有太大的發展空間，主要產業是第三產業，而會展業屬於第三產業範疇，廈門市政府支援發展會展經濟，希望能將會展業發展為廈門的支柱型行業。本文希望通過探索廈門會展競爭力，為廈門會展業的高品質發展提供建議。

2. 廈門會展業概況

廈門市是“一帶一路”的門戶城市，是福建省經濟發展最快、最有潛力的地區。和香港、澳門、臺灣關係密切，擁有得天獨厚的人文環境，是著名的花園城市，在世界有一定知名度。但由於城市的面積較小，在工業發展上存在人工成本高以及用地有限等問題。會展業作為新興的第三產業，由於行業特點具高度的社會共用性，能夠帶動交通、住宿、餐飲等第三產業的消費鏈，促進辦展城市的基礎設施建設和經濟發展。在德國和法國等會展先進國家，會展產業發揮的產業帶動係數約為 1:9（曹劍飛，2006），也就是說會展產業每創造 100 元的價值，關聯產業同時能夠創造 900 元的價值。此外，每興建 1,000 平方米的展覽場地，就可以創造近百個就業機會，會展產業的巨大效益可見一般。

廈門早期的會展管理模式是政府導向型，最有代表性的展會有廈門工博會（原台交會）和廈門“9.8”中國國際投資貿易洽談會（鄭奕琦，2011）。近年來會展管理模式發生改變，逐漸由政府導向型模式向市場主導型會展管理模式發展，代表性展會有廈門佛事用品展和廈門國際石材展（鄭錫聰，2017）。

2018 年，廈門市全年舉辦各類展覽活動 229 場，展覽總面積 237.83 萬平方米，增長 8.6%；舉辦 50 人以上的商業性會議 9,262 場，增長 12.1%；參會總人數 188.32 萬人，增長 12.1%；會展經濟總體效益 403.03 億元，增長 5.7%。2019 年，廈門市展覽市場保持平穩的發展態勢，整體數量有所上升，展會面積小有增幅，會議市場較為活躍，幅度增加較快，經濟效益穩步提升。2019 年廈門市共舉辦展覽 236 場，總展覽面積 240.03 萬平方米；共舉辦會議 9,978 場，共計參會人數 205.04 萬人，共實現經濟效益 450.94 億元，同比增長 12%（智研諮詢，2019）。

3. 改革開放四十周年廈門會展業發展概況⁵

3.1 廈門展覽業初始期（1978-1996）

1978 年，在中央政策的鼓勵引導下，廈門市會展業開始萌芽起步。1985 年 5 月，

⁵ 付錦凝（2018）。改革開放四十年廈門旅游和會展業發展綜述。廈門統計局，2018 年 12 月。

廈門市富山國際展覽城作為中國第一個中外合資的現代化展覽館竣工投入使用，並於當年 6 月舉辦了廈門市第一個現代展覽會——“廈門國際展覽會 85”。1987 年 9 月 6 日創辦了閩南三角區外商投資貿易洽談會，1991 年升格為福建投資貿易洽談會。歷經 10 年磨礪成長，由省內區域性洽談會發展為口岸洽談會，有 19 個部、省、市作為成員單位、30 多個國家和地區參會參展的口岸性展會，成為廈門市自辦展會的第一品牌，為廈門市自主舉辦展覽會發揮了引領與示範作用。從 1985 年至 1996 年，廈門市共舉辦 160 場展會。廈門展覽形成自辦展覽與巡迴展覽並存，廈門展覽機構開始培育自主展覽的展覽活動。

3.2 廈門展覽業蓬勃發展期（1997-2005）

3.2.1 投洽會升格為國家級國際性投資盛會

1997 年 1 月 24 日，經對外貿易經濟合作部批准，連續舉辦十年的福建投資貿易洽談會升格為中國投資貿易洽談會，由對外貿易經濟合作部（現商務部）獨家主辦。第一屆中國投資貿易洽談會在富山國際展覽城舉辦，與會國家和地區 52 個，與會境外客商 6,200 人，簽訂合同專案 1,668 個，合同利用外資金額 62.19 億美元。聯合國貿發會議、聯合國工發組織、世界銀行國際金融公司、世界投資促進機構協會(WAIPA)等多個國際組織相繼加入，成為國際協辦組織。1997 年 4 月，第一屆廈門對台出口商品交易會（簡稱台交會）在廈門市舉辦，從第五屆開始更名為“廈門對台出口商品交易會暨海峽兩岸機械電子商品交易會”，是中國第一個由海峽兩岸攜手主辦的工業領域規模最大、影響最廣的品牌展會，會展管理促進體制初步建立。1997 年 5 月，為適應承辦中國投資貿易洽談會的需要，成立中國投資貿易洽談會廈門市人民政府協調辦公室（簡稱“9.8”協調辦）（鄭奕琦，2011）

3.2.2 會展業發展初見成效

為承接中國投資貿易洽談會的舉辦，廈門市於 1997 年開始籌建廈門國際會議展覽中心，並於 2000 年竣工承接了第四屆中國投資貿易洽談會。2001 年，第一屆中國廈門國際石材展覽會在廈門市舉辦，同年，廈門會展集團等會展專業企業成立。從 1997-2005 年，廈門市共舉辦展覽 245 場，並形成中國投資貿易洽談會、廈門對台出口商品交易會、中國廈門國際石材展覽會三大展會品牌。

3.3 廈門展覽業穩步發展期（2006-2011）

3.3.1 會展業管理促進體制更加完善

2006 年，廈門市商務局、廈門市統計局、廈門市旅遊局將會展統計納入年度專項統計範圍，並委託市會展協會負責具體統計工作，2008 年將會議獎勵納入會展專項資金獎勵範圍。2009 年，根據廈門市培育百億產業集群的部署，會展業被列入重點培育的現代服務業百億產業集群之一，制定《廈門市會展產業集群 2009-2015 年發展規劃》，明確了總體目標和發展策略。2010-2012 年，連續主辦三屆“中國國際會議產業盛典暨會議產業廈門高峰論壇”，提出打造中國頂級會議目的地城市的發展目標，並納入“十二五”規劃。

3.3.2 會展業穩步發展

2006 年，第一屆中國（廈門）國際佛事用品展覽會、第一屆海峽西岸汽車博覽會在廈門舉辦。2008 年，“台交會”正式更名為廈門市對台進出口商品交易會，並繼續使用海峽兩岸機械電子商品交易會名稱。從 2010 年第十三屆台交會開始，同期舉

辦中國（廈門）國際工程機械暨建材機械展覽會，與此同時，文化產業大型博覽會在廈門市興起。2008 年，第一屆海峽兩岸（廈門）文化產業博覽交易會在廈門市舉辦，重點會議品牌開始形成。2009 年，由國台辦等單位主辦的第一屆海峽論壇在廈門市舉辦，成為海峽兩岸間最大的民間交流活動。從 2006 年至 2011 年，廈門市共舉辦展覽 575 場，海峽論壇、中國（廈門）國際佛事用品展覽會、海峽兩岸（廈門）文化產業博覽交易會成為廈門市新的著名會展品牌。

3.4 成果顯現（2012-2019）

3.4.1 會展業平臺建設日益完善

以會展行銷廈門為理念，以“金磚廈門·會展名城”為行銷口號，製作全新的會展業 LOGO 標識和 VI 體系、金磚廈門宣傳片、中英文宣傳畫冊，策劃全球行銷方案，對接國際、國內優質會展資源，積極參加境內外專業會展行銷推廣活動，搭建國際合作網路（鄭錫聰，2017）。同時培育“廈門國際會展周”，進一步深化與港澳臺、北上廣的會展交流合作，聯手拓展國際市場，同時搭建金磚國家暨“一帶一路”沿線會展機構交流合作的平臺。完善“廈門市會展業公共資訊服務平臺”（中英文版），全年點擊率在亞洲地區城市會展網中名列頭籌，成為國內唯一一家建立雙語版網站的會展城市。在國內會展城市中率先建設會展大資料平臺，以投洽會為基礎的“廈門市會展業資訊化服務系統”，與“大資料+智慧製造”、“大資料+現代服務業”平臺有效對接，發揮會展業與主體產業的融合發展和招商引資。

3.4.2 會展業發展成效進一步呈現

為進一步推動廈門市“中國會展典範城市”和“國際會展名城”的建設，2012 年 9 月，廈門國際會展中心二期 3 萬多平方米的室內展廳投入使用，使國際會展中心的室內展覽面積規模達到 12 萬平方米。這一階段，投洽會、石材展、佛事用品展先後成為國際同類展會中全球規模最大的會展活動。工博會、文博會、茶博會、遊艇展、旅博會等國內領先展會的國際化、品牌化、專業化水準不斷提升，為廈門市相關產業的發展和市場的形成發揮了重要作用。2016 年，廈門市會展業的發展成效獲得國內外會展界和媒體的廣泛肯定與認可。中國國際投資貿易洽談會、中國國際石材展覽會被亞洲會展協會聯盟（AFECA）評為 2016 亞洲傑出展覽獎；廈門國際會展中心被亞洲會展協會聯盟評為最佳場館獎；廈門市被中國會展經濟研究會評為“中國最具競爭力會展城市”。由國家商務部與上海市政府合作共建的上海會展研究院（SMI）發佈《中外會展業動態評估研究報告 2016》中，廈門市榮登“世界會展城市實力排行榜”第 54 位，在國內排名第 10 位。2017 年，為迎接“金磚國家領導人第九次會晤”（簡稱“廈門會晤”）的舉辦，會展及相關設施全面改善。“廈門會晤”的成功舉辦促進了會展業，特別是會議業的快速增長。從 2013-2018 年，廈門市會展業的成績尤其顯著，共舉辦展覽 1,241 場，展覽面積 1,196.73 萬平方米；共舉辦會議 39,426 場，外來參會總人數 819.58 萬人；會展經濟效益約 1,981.21 億元。

3.4.3 廈門會展經濟最新發展

根據最新的 2019 年度中國展覽資料包告，2019 年舉辦 100 萬平方米以上展覽城市廈門全國排名第 18 名，在全國非省會直轄市展覽館面積以 140,000 平方米位列第三；2019 福建經貿展覽總面積為 3,064,000 平方米，經貿展覽數量為 69 個。

根據表 1 資料顯示，廈門展覽面積逐年上升，展覽會場次數雖有小幅波動，但也呈上升趨勢，與全國展覽面積的變化呈正相關。2011-2018 年全國展覽數量和展覽面

積在不斷增長，但在 2017 年開始增長幅度有所放緩。表 2 顯示，自 2010 年到 2017 年，廈門舉辦的商業性會議逐年增加，隨之的是參會的人數業逐年增加，外來參會人數和全年參加會議活動的在廈停留客商不斷增加，顯示廈門會展業前景發展廣闊。

表 1. 2010-2019 年廈門及全國展覽面積表

年度	廈門展覽面積(m ²)	全國展覽面積(m ²)	佔有率%	展覽會場次(場)
2010	108.5	7,440	1.46	147
2011	126.4	8,173	1.55	149
2012	138.0	8,250	1.67	160
2013	160.0	8,956	1.79	184
2014	173.4	9,736	1.78	200
2015	191.0	10,846	1.76	193
2016	215.0	13,075	1.64	230
2017	219.0	14,285	1.53	205
2018	237.8	14,456	1.64	229
2019	240.1	13,560	1.77	236

資料來源：2017 年度中國展覽資料包告；2019 中國經濟展覽發展報告

表 2. 廈門市會展業發展相關指標

年度	商業性會議 (場)	外來參會總人數 (萬人)	全年參加會議活動客商在廈停留 (萬人/天)
2010	1,369	38.80	116.4
2011	2,284	49.83	149.5
2012	2,300	56.16	252.74
2013	4,146	80.62	362.7
2014	4,177	85.64	428
2015	6,328	135.0	540
2016	7,350	162.0	777.6
2017	8,259	168.0	889.8
2018	9,262	188.32	963.77
2019	9,978	205.04	-

資料來源：廈門市會議展覽業協會；廈門經濟特區年鑒

4. 廈門會展業對廈門經濟的影響

4.1 會展經濟的相關資料分析

廈門會展業作為新興的第三產業，起步較晚，當地企業的參展熱情較低，而且廈門市在國內會展業的知名度並不高，故而廈門會展業在早期一直處在緩慢發展階段。直到 2013 年，廈門市為了面對實體經濟轉型和國家政策調整，開始對會展業大刀闊斧的改革，調整產業結構，優化辦展環境，完善會展產業鏈，加大會展行銷力度，重點推介與面上推廣相結合，借助投洽會等品牌展會的輻射影響能力在境外進行推廣，形成了具有廈門特色的會展境內外行銷體系。

依據 2013 年至 2018 年廈門市統計局相關資料顯示，每年來廈門參加展會的境內外展客商逐年增加，平均每年境內外展客商增長率達到 15.49%，平均每年來廈門參觀會展的觀眾增長率在 4.23%，吸引相關參與會展的工作人員為廈門帶來了較大的人流量（如表 3 所示）。2019 年，廈門市展覽市場保持平穩的發展態勢，整體數

量有所上升，展會面積小有增幅，會議市場較為活躍，幅度增加較快，經濟效益穩步提升。2019 年全市共舉辦展覽 236 場，總展覽面積 240.03 萬平方米；全市共舉辦會議 9,978 場，共計參會人數 205.04 萬人，共實現經濟效益 450.94 億元，同比增長 12%。2020 年會展業經濟效益爭取達到 490 億元，比上一年度增加 10%，展覽總面積數預計超過 256 萬平方米，外來參會總人數預計達到 225 萬人。

近年來，廈門市會展業的基礎設施也在不斷完善，越來越多的企業看中會展業的發展前景，開始涉足會展業，加入廈門市會展協會的企業逐年增加。2018 廈門經濟特區年鑒顯示，2017 年廈門市的產業結構調整為 0.5：41.7：57.8。廈門以第三產業為主，旅遊業和會展業都被認為是第三產業中的優勢產業，雖然側重點有所不同，但是具有很強的關聯性，涉及的其他行業也有很大的重複性。而會展業的重要性正在逐步提升，因為會展業作為新興產業對於城市發展的重要作用，可能會逐漸發展成為第三產業中的支柱產業。

表 3. 2013 年-2018 年廈門市會展業和廈門各個產業的相關資料

年份	2013	2014	2015	2016	2017	2018
境外展客商(萬人)	5.5	7.7	8.53	8.94	9.38	10.43
境內展客商(萬人)	22	28.35	31.47	37.03	38.88	45.56
觀眾(萬人次)	432	486	491.80	498.80	507.96	518.67
外來參會總人數(萬人)	80.62	85.64	135	162	168	188.32
會展協會會員企業(間)	80	130	300	350	370	390
會議室面積(萬平方米)	13.21	13.31	15.29	15.89	17.72	19.1
會展總經濟效益(億元)	237.16	276.28	318.04	365.45	381.29	403.03
第一產業(億元)	25.99	23.73	23.93	23.19	23.46	24.40
第二產業(億元)	1,434.79	1,460.34	1,511.28	1,544.59	1,812.24	1,980.16
第三產業(億元)	1,557.38	1,789.50	1,930.82	2,216.49	2,516.02	2,786.85
旅遊收入(億元)	620.95	722.09	832.00	968.26	1168.52	1,402.12
廈門市 GDP(億元)	3,018.16	3,273.58	3,466.03	3,784.27	4,351.72	4,791.41

資料來源：廈門市統計局

4.2 會展經濟對廈門經濟發展的功能效益分析

4.2.1 提高城市知名度，優化城市的基礎設施建設

會展活動在前期的籌備中，對於基礎設施的要求有助於城市基礎設施的改善和服務人員水準的提高。會展活動在舉辦期間能在短時間內為廈門聚集大量的人流量，帶來可觀的經濟收益；會展活動的成功舉辦也能在國際打響知名度，無論是在會展的前、中、後期，除了辦展城市會對展會進行宣傳以外，參展的公司人員也會對辦展城市進行大量的推廣和宣傳，提高了城市知名度。

4.2.2 促進城市就業

產業關聯理論認為城市的產業間是相互關聯的，一個產業的發展不僅是增加自身的工作崗位，由於產業的波及效果，也會促進其他產業增加就業機會。會展業不僅需要會展策劃專家、招展專家、貿易專家、海關稅務專家等專業人才，為了會展活動的順利舉辦，相應的翻譯人員、酒店服務人員、法律人員等各行業的服務都需要配備齊全，增加許多工作崗位，緩解就業矛盾，促進城市就業，維護社會的穩定發展。

4.2.3 調整產業結構，促進城市經濟穩定發展

會展業打破傳統行業的限制，能夠有效的整合資源，實現各個生產要素之間的合理流動和配置，提高城市的資源利用率，促進經濟繁榮發展。會展活動的舉辦能夠讓城市內部不同主體之間相互溝通與協作，消除內部各功能統籌的障礙，使城市內部協調統一。可以利用會展乘數效應（會展總收入/直接經濟效益）和會展的經濟貢獻率（會展總收入/廈門國民生產總值）來反應會展經濟對城市經濟的作用（如表4）。

表 4. 廈門市會展經濟對廈門的貢獻表（單位：億元、%）

時間（年）	2013	2014	2015	2016	2017	2018
直接經濟效益	101.56	116.54	133.62	171.47	181.11	191.83
間接經濟效益	135.60	159.74	184.42	193.78	200.18	211.2
會展總收入	237.16	276.28	318.04	365.45	381.29	403.03
廈門國民生產總值	3,018.16	3,273.58	3,466.03	3,784.27	4,351.72	4,791.41
會展乘數效應	2.34	2.37	2.38	2.13	2.11	2.10
會展經濟貢獻率	7.86	8.44	9.18	9.66	8.76	8.41

資料來源：廈門市統計局廈門經濟特區年鑒

由表4可見，近六年來廈門會展經濟貢獻率的平均值達到8.72%，會展經濟占廈門市GDP的比例正在逐年提高，這將會減少廈門對以資源的耗竭性消費為基礎的產業的依賴，提高廈門的可持續發展能力。廈門的會展乘數效應是一個動態過程，反應了會展收入的多次消費對於廈門經濟的作用，平均會展乘數效應為2.24。會展業每有1元的收益，可以為相關行業創造2.24元的價值，對比國外其他發達的會展城市，廈門市還有非常大的發展空間。

會展業能夠帶動公共設施服務、交通、住宿餐飲等服務產業的發展。第三產業在廈門市產業結構的占比不斷上升，產業結構在不斷的調整過程中，整合了各個系統要素，為廈門市經濟發展提供基礎，廈門經濟水準的健康發展也為會展業的可持續發展提供了市場和相關行業的支撐。廈門會展業想要持續蓬勃發展，需要日益深入地融入國際網路，以吸引全國優質產業與創新資源，進而擴大對外開放的大背景下謀求增強國際影響力；另外，現代服務業正在成為廈門經濟越來越重要的經濟引擎，而會展業對於整體經濟有著極強的帶動作用，通過會展業發展現代服務業對促進廈門經濟的發展具有良好作用。會展業作為一個城市的視窗，對優化城市社會資源、發展城市經濟都有著明顯的促進作用

5. 用波特鑽石理論模型分析廈門會展業競爭力

5.1 生產要素

波特的鑽石理論模型把生產要素分為基本要素和高等要素兩大類。基本要素包括自然環境、氣候、地理位置、非熟練勞動力、債務資本等一國先天擁有或不需要太大代價就能得到的要素；高等要素包括現代化的電信網路、高科技人才、高精尖技術等需要通過長期投資和後天開發才能創造出來的要素。

首先，從基本生產要素方面來看，廈門是福建省副省級城市、經濟特區，東南沿海重要的中心城市、港口及風景旅遊城市。廈門位於福建省東南端，西界漳州，北鄰南安和晉江，東南與大小金門和大嶝島隔海相望，通行閩南方言，氣候宜人，是閩南地區的主要城市，與漳州、泉州並稱廈漳泉閩南金三角經濟區。廈門地處福建省的東

南沿海，位於臺灣海峽西岸，是中國東南沿海對外貿易的重要口岸。廈門市文化創意產業、高新產業發展迅速，是兩岸區域性金融服務中心、兩岸合作示範區也是五個開發開放類國家綜合配套改革試驗區之一（即“新特區”）。

在高等要素方面，廈門具有便捷發達的交通網絡。廈門是中國東南國際航運的中心，廈門空港現在已經開通並且運營的城市航線有兩百多條，國際（地區）航線 38 條，覆蓋了“一帶一路”、北美洲等主要國家。廈門的公路、鐵路等運輸也十分發達，目前已開通了到達北京、南京、上海、香港等重點城市的高鐵或動車。截止至 2018 年 4 月，廈門市內有 12 條公交路線可以到達廈門國際會展中心。發達的水、陸、空交通體系，為會展活動的順利進行提供保障。另外，廈門具有功能完善的會展設施和高效協調的服務保障。

廈門是中國為數不多有具有現代化特點的大型會議展覽中心的城市。廈門國際會展中心總建築面積 34 萬平方米，擁有 15 個展廳，室內總面積達到 10 萬平方米，以及 20 多間中高檔會議室和一家四星級會展商務酒店。廈門市共有 1,908 家旅遊住宿單位，擁有 19 家五星級酒店，其他星級酒店 82 家。酒店內部的相關設施配套齊全，廈門市酒店的會議室總面積達到了 17.72 萬平方米，廈門市已經形成了以國際會展中心這類大型設施為核心，不同規模和不同檔次酒店與會展場所相配套的會議酒店產業集群，擁有強大的市場競爭力。

廈門依託“9.8”中國國際投資貿易洽談會，建立了國內最為完善的重大會展活動協調保障機制，為在廈門舉辦的大型、重要會展活動保駕護航。廈門成功承辦了 APEC 海洋部長會議、海峽論壇、金磚國家領導人第九次會晤、國際投資論壇等重要的國際大型會議。廈門擁有 370 家會展企業，涵蓋策劃組織、宣傳廣告、設計搭建、會務服務、通關運輸、翻譯速記、特護安防等會展產業鏈各環節，可以為在廈會展活動提供優質服務。

但是，廈門缺少專業的會展人才。目前，國內設立會展相關專業的高校很多，而廈門僅有三所，大多以會展原理和理論內容為主，缺乏實際操作的經驗。為廈門會展業培養理論和實踐皆備的人才，還需要更多的努力。會展從業人員大多由其他專業轉型，沒有經過系統化的會展職業培訓，缺乏對展覽理論的研究，很難有高水準的服務品質，無法為客戶提供一流的支援服務。而廈門的城市薪資水準不高，城市的消費水準較高，引進會展專業人才的難度較高。國內市場有很多大型的跨國企業入駐中國會展業，市場競爭加劇。對比上海、北京等城市大型企業擁有先進的專業、管理經驗、強大的資本、優越的地理條件等，廈門對於專業的高素質人才沒有太大的吸引力。

5.2 需求條件

波特的鑽石理論認為需求要素是國內市場對某類產品和服務的需求，它包括需求結構、市場規模和國內需求的增長率等。廈門會展中心不僅成就國內會展，還承接國際會展的重要身份，每年有多場國際性的大展覽在廈門會展中心舉辦。廈門地理位置優越，是中國對外開放的視窗之一，來自五湖四海及不同國家的公司對於參加展會有著不同的需求，顯然，平臺提供的展覽會資源異常重要，特別自中國政府 2015 年提出“一帶一路”倡議以來，“一帶一路”沿線國家逐漸成為中國境外自主辦展的熱門舉辦地。2015-2018 年，“一帶一路”沿線國家在中國境外自主辦展的熱門舉辦地中的占比達 70%以上，需求就會拉動會展業相關指標的增加。良好的前景和潛力，為廈門相關產業的發展和市場的拓展發揮了重要作用，未來需要仿效國內外市場對京、滬、穗等老牌會展中心城，發展為城市會展群的需求。

5.3 相關和支援產業

相關和支援產業即原材料、零部件等上下游產業及其他相關產業的關聯度。特定產業的相關和支援產業是否具有國際競爭力，對促進和增強該產業的國際競爭優勢具有重要意義。會展業是一門系統工程、綜合經濟，與其密切相關的行業非常廣泛，包括旅遊業、餐飲業、酒店業、交通運輸業、廣告業、包裝印刷業、通信業等。

行業之間缺乏合作，展覽業規模化發展陷入瓶頸。廈門市的經濟總量不大，遠離了國內已經發展起來的五大會展經濟帶，對內陸地區的產業帶動性不足，限制了展覽行業規模化的發展空間。廈門市會展業與相關行業缺少合作，會展業能夠帶動消費鏈，促進其他行業發展，同時其他行業也需要為會展提供優質的服務設施，促進會展業的進步發展。會展場館周邊的配套設施發展落後，周邊商鋪品質參差不齊，參展商和觀眾無法得到令人滿意的服務體驗。廈門市展覽業的展覽面積在全國展覽面積的佔有率總體呈緩慢增長趨勢，慢於全國增長水準，並不是穩定增長的趨勢，有一定的起伏，說明廈門市會展業的規模化出現了發展瓶頸的問題。

5.4 企業戰略結構和同行業競爭

5.4.1 國內城市的同業競爭

以京、滬、穗等老牌會展中心城為核心發展競合的城市會展群形成，形成了三足鼎立的會展格局。北京、上海、廣州等一線會展城市具有強大的綜合競爭力，擁有豐富的教育資源，接近世界先進水準的科研實力，經濟發達，市場龐大，會展配套產業、設施完善，辦展水準高，在世界上已經具有一定的影響力。廈門在與其他會展城市競爭時，由於廈門發展起步晚容易因為地域狹小、專業人才數量不足，市場容量過小、相關配套服務不夠好等問題，使得會展商更願意選擇在一線城市舉辦會展。

5.4.2 周邊城市的同業同質化競爭

廈門會展業不僅要面對國內其他會展城市的競爭，還有來自周邊城市的威脅。從《2017 年度中國展覽資料統計報告》可知，福建省內一共有 12 座展覽場館，漳州、福州、泉州都各自擁有 3 個展覽場館。近年來，會展業的定位、客源市場同質化傾向十分明顯，各個參展企業、商人在低層次上爭奪客源，展覽的規模、主題的品質都不高，與品牌會展相比差距顯著，缺乏有效的整合市場資源，造成展覽資源浪費。這些相同類型的展覽無論是針對性或展會水準都不如專業性會展，無法吸引到高品質的參展觀眾，這限制了會展業發展的專業化、規模化與集團化。

5.4.3 國外展覽公司入駐中國

雖然國外地區優秀的會議展覽公司入駐中國能夠帶來豐富的理論和經驗，讓中國的會展業學習和發展，提高辦展的水準，但也加劇了市場的競爭，對於國內已有的品牌會展造成衝擊，可能會導致這些品牌會展的市場份額下降，甚至導致這些品牌會展的消失。這對於國內已有的會展業格局，可能是個巨大的挑戰，也可能是巨大的機遇，競爭才能促進改革和發展。

5.5 機會

廈門市舉辦的“9.8”中國國際投資貿易洽談會，是通過世界展覽業最重要的國際性組織—全球展覽業協會（UFI）認證的規模最大的投資性展覽會，也是中國目前唯一一個目的是促進雙向投資的國際投資促進展覽會，廈門也是中國為數不多擁有具有現代化特點的大型會展中心的會展城市之一。

廈門位於“一帶一路”核心區域，是 21 世紀海上絲綢之路戰略支點城市。與海上絲綢之路沿線上的各個國家和地區的密切合作與交流，對廈門會展業是個巨大的機遇。2017 年金磚國家峰會在廈門舉辦，在“一帶一路”的倡議下，中國與金磚國家正不斷加強合作。以此為契機，廈門可以充分發揮廈洽會等平臺優勢，加強與“一帶一路”沿線城市的溝通交流，與金磚國家的經貿關係更加緊密，宣揚閩南傳統文化、弘揚嘉庚精神與國際接軌，強化國際合作交流。舉辦有廈門特色的、可持續發展的相關展會，促進廈門會議展覽產業經濟效益的提高。

在“一帶一路”和金磚會議的帶動下，廈門城市的基礎設施建設水準也正在不斷提高，交通運輸、服務行業的水準也不斷增強，促進了廈門會展業水準的提高。投洽會、石材展、佛事用品展是國際同類展會中全球規模最大的會展活動，工博會、文博會、茶博會、遊艇展、旅博會等國內領先展會的國際化、品牌化、專業化水準不斷提升，為廈門會展業的發展提供機會。

5.6 政府

政府應在產業國際競爭力的形成上起催化和促進作用，國家在尋求競爭力提升時應該扮演新的具有建設性的角色，政府的首要任務是要去盡力創造一個支撐生產率提升的良好環境。廈門市是國內最早重視會展產業對廈門市經濟帶動作用的城市，2003 年廈門市政府發佈了展覽獎勵政策，2008 年擴大了扶持獎勵的範圍；2014 年，廈門市政府吸取了國內外會展業發展的經驗教訓，修改並出臺了《促進廈門市會展行業加快發展的若干意見》，進一步加大對會展產業的扶持獎勵力度，對會展宣傳、在廈門設立會展主體、自主舉辦的會展活動等各個方面給予扶持。2015 年 1 月，《廈門市經貿專業展場地租金補助辦法》出臺並且實施，更加強了政府對會展業的導向鼓勵作用。2017 年出臺了《關於進一步促進會議展覽行業發展的扶持意見》，對原來的促進會展發展獎勵措施更進一步完善，提出來了高瞻遠矚的發展意見。值得一提的是，廈門政府對各項扶持政策的條件、標準進行具體細化，方便辦展、辦會機構瞭解、掌握和申請兌現獎勵政策。雖然廈門的獎勵力度可能不是最大的，但絕對是最公開透明和便捷高效的。

6. 結論與建議

廈門地理位置優越，水陸空交通發達，對於會展業的發展具有良好的條件優勢。廈門會展業的發展歷經四十年，現已進入蓬勃發展時期。越來越多的品牌展覽活動層出不窮，在國際上也有一定的影響力，廈門會展業的發展對廈門經濟具有重要的拉動作用。廈門市會展業具有功能完善的會展設施和高效協調的服務保障，廈門市已經形成的以國際會展中心這類大型設施為核心，不同規模和不同檔次酒店與會展場所相配套的會議酒店產業集群，擁有強大的市場競爭力。但是，由於廈門發展起步晚容易因為地域狹小、專業人才數量不足，不同行業之間缺乏配合，展覽業規模化發展陷入瓶頸等問題，以京、滬、穗等老牌會展中心城為核心發展競合的城市會展群對廈門會展業的發展形成了相當的威脅。另外，福州、泉州、漳州等周邊城市的會展業對廈門形成的同業同質化競爭，廈門的會展品牌建設在全國範圍仍然不夠深化。

對於提高廈門會展業競爭力的建議如下：

6.1 利用區位優勢發展“休憩式”獎勵旅遊和具有地方特色的會展

立足本地特色產業和優勢產業，利用對台優勢和“一帶一路”區位優勢和廈門的

環境優勢，積極引進國家級乃至國際級會議入駐廈門。以廈門為中心，帶動周邊城市，聯動閩南區域，挖掘國內外市場，吸引“一帶一路”沿線國家和區域的相關人員參與會議或者展覽，發揮閩南地區的文化特色，提升會展的內涵，抓住機遇發展獎勵旅遊，制定獎勵旅遊相關的優惠政策。作為一個多元文化的聚集地，廈門可以與文化藝術、健康療養相結合，發展休閒養生類會議。

6.2 加強會展與旅遊的合作

會展業和旅遊業是相互依存的關係，不僅資源相互依託，而且旅遊業能為會展業提供更好的硬體設施和更好更高品質的軟性服務，會展業的多元化也依賴旅遊行業的展示機會，具有一定名氣的旅遊城市也會在一定程度上影響參展商和觀眾的選擇。基於廈門市旅遊產業的堅實基礎，將會展項目與旅遊項目相結合，在旅遊產品加入會展元素，例如具有閩南地區傳統特色的展覽會參觀環節，在會展上也可以推廣不同類型具有廈門當地特色的旅遊產品，提高展會對觀眾的吸引力。規劃具有閩南地區特色的主題旅遊行程，合理安排行程，使會展與旅遊活動互補，充分展示出廈門的產業優勢和旅遊資源，提高廈門市的城市形象，將廈門打造成一個獨具特色的會展城市。

會展業可以和旅遊業進行資訊的共用，一方面有利於兩大產業對於市場變化的迅速反應，另一方面也可以拓寬資訊來源的管道，節約成本。充分利用廈門豐富的節事活動，例如廈門國際馬拉松賽、廈門中國廣告節、中秋博餅文化節等，作為會展活動的一種類型，可以和旅遊活動相結合進行合作推廣，讓旅遊更有參與性，削弱淡旺季對旅遊的影響，使得旅遊和會展兩大產業達到良性迴圈的發展模式。

6.3 制定會展推廣計畫和城市行銷策略規劃

為廈門市會展業設計一個具有記憶點的會展標誌，採用紀錄片等方式，並結合這個會展標誌，宣傳廈門現有的品牌會展和大型會議展覽事件，塑造廈門的城市形象。政府可以將會展品牌在世界各地進行推廣，針對臺灣市場和國內市場，加強宣傳力度，在已有的境內外行銷方式的基礎上，整合城市會展資源。例如可以運營社交平臺，可以在資訊流通的平臺上與相關網站連結，利用關鍵字投放廣告等行銷方式，利用互聯網技術，提高廈門會展的曝光率，加強對廈門會展業的宣傳。收集參展客戶和觀眾的需求，針對制定專業的會展推廣計畫，提高廈門會展的整體形象。挖掘廈門特色，提高城市的核心競爭力，將城市建設規劃與城市行銷規劃相結合，以城市消費者為中心，明確城市的產品，對城市發展進行定位，形成科學且具有廈門特色的行銷策略規劃。

6.4 打造專業會展品牌，扶持會展企業

加強對現有品牌會展的深度建設，充分發揮現有品牌會展的影響力，結合發展迅速的高新技術產業和廈門的產業結構打造符合市場需求且具有廈門特色的會展項目。發揮廈門當地的產業優勢，讓更多同行業的公司在廈門辦展，整合同類型的相似展覽，提高會展的專業性，打造專業的會展品牌，避免造成惡性競爭。同時利用節事活動的形式，比如廈門現有的廈門國際海洋周，快速擴大地區知名度和樹立地區形象。充分發揮“一帶一路”和廈門自由貿易試驗區的區位優勢，發展國際化、專業化展覽，打造“海峽牌”。與廈門當地的文化創意產業相互融合，開發出與其他地方不同的會展風格，避免與其他地區的同質化競爭。

廈門政府應該針對現在會展企業規模小、實力弱的現實狀況，健全完善會展業的政策，扶持有潛力的企業。對現有的辦展能力進行整合，實現企業資源的優化和兼併，

培養廈門會展的龍頭企業，並且也要扶持中小會展企業，促進會展企業的共同發展，防止出現壟斷現象。此外在扶持企業發展過程中，應著重於創建能將小企業的靈活性與來自會展企業大網路的穩定性和支援結合起來的組織形式。支援其他國家和地區知名的會展機構來廈門設立分支，引進知名的專業展覽公司到廈門，為廈門會展業帶來不同的經營理念與管理方式，創造公平公正的市場競爭，為廈門會展業帶來生機與活力。

6.5 培養會展專業人才

會展業是一個涉及面廣、產業結構相對複雜、需要一定專業水準的行業，各個環節都需要專業人員操作，不僅需要會展業專家，還需要會展策劃專家、招展專家、貿易專家等專業人才。可以定期舉辦實務性的培訓班，邀請知名的會展專家來廈門培訓指導，提高現有的從業人員的專業水準。讓高校教師到國外學習國外會展的教育理念和教育模式，提高廈門會展教育水準，完善會展業人才的培養體系。鼓勵廈門的高校創辦會展及相關專業或者教授會展的有關課程，為廈門會展業培養具有理論知識的專業人才。在住房、購車、薪資等方面給予一定的優惠，增強廈門對國內外的會展專業人士的吸引力。引進知名會展團隊或國際高端人才，對現有企業或展會進行管理，從而打造出一支高水準、專業化的會展團隊，提高廈門會展業的整體競爭力。

6.6 技術創新，建設資訊網路打造智慧會展

基於“互聯網+”誕生的網路會展是傳統會展業在網路方面的延伸。互聯網具有的特性不僅對傳統會展帶來了技術上的改變，同時行業的“衍生”也正在改變傳統會展業的產業結構。網路會展打破了傳統實物會展對於時間和空間的限制，成本低且效率高，能吸引更多的觀眾參與會展。電子商務服務企業開始嘗試線上虛擬展會與線下實體交易會的模式，拓展新的市場空間，但是網路會展的運用可能還不夠普遍，網路會展功能不夠完善，在產品展示方面可能效果不夠理想，所以更應該注重人性化、有針對性的服務，觀眾能夠直接瞭解有興趣的產品專案，參展商可以即時瞭解自己展位的現狀。利用大資料、雲計算等互聯網技術，收集、分析、管理會展資料，發揮互聯網的共用性，有效利用資源，設計虛擬會展的流程，強化觀眾的體驗度。通過移動互聯網改變觀眾的參觀習慣，提升參展體驗，改變展會的宣傳推廣方式，利用資訊網路，積累更全面的會展資料，為觀眾提供更好的服務體驗。與互聯網技術融合，提高會展的運作效率，打造智慧會展。

參考文獻

1. 俞華、朱立文（2005）。會展學原理。北京市：機械工業出版社。
2. 張紅（2006）。會展概論。北京市：高等教育出版社。
3. 張庚元（2008）。西安現代會展產業發展戰略研究（未出版之碩士論文）。陝西省：西北大學。
4. 王月紅（2016）。江西企業境外參展現狀調查及政策研究（未出版之碩士論文）。江西省：南昌大學。
5. 顧愛怡（2008）。會展在中國經濟發展中的作用、問題及對策。商業時代，29，85-86。
6. 王含西、胡平（2010）。我國城市會展業評價體系研究綜述。北方經濟，18，35-37。
7. 吳國慶、吳志鵬（2005）。浙江會展業發展前景分析。今日浙江，19，32-34。

8. 鄭奕琦(2011)。“9.8”投洽會的市場行銷策略分析(未出版之碩士論文)。福建省：廈門大學。
9. 曹劍飛(2006)。會展經濟對區域經濟發展的帶動作用研究(未出版之碩士論文)。廣西省：廣西大學。
10. 鄭錫聰(2017)。廈門會展產業行銷策略分析。中國商論，11，144-146。
11. 吳彩蓮(2018)。會展經濟與區域經濟協同發展探究。湖南科技學院學報，7，94-97。
12. 劉梟、丁智才、楊雨瀟(2016)。閩南金三角會展都市圈構建策略研究—基於廈漳泉一體化背景。廈門理工學院學報，4，34-40。
13. 吳媚(2016)。會展業對城市服務業經濟的影響研究—以廈門市為例(未出版之碩士論文)。福建省：華僑大學。
14. 李華偉(2012)。淺議廈門會展業的整合。中國商貿，36，234-235。
15. 劉俊傑(2011)。兩岸經濟合作架構(ECFA)簽署對股市報酬影響之研究(未出版之博士論文)。天津市：南開大學。
16. 徐印州、屈韜(2008)。廣交會更名對廣州的影響及廣州會展業的發展。國際經貿探索，24(7)，39-42。
17. 王先慶(2003)。廣州會展行銷與品牌整合的思考。廣東商學院學報，5，60-64。
18. 詹芬萍(2009)。海峽西岸經濟區背景下廈門會展業發展研究。廈門理工學院學報，3，12-16。
19. 黃菱(2005)。做大做強廈門會展業。中國會展，6，18-20。
20. 王小平(2006)。鑽石理論模型評述。天津商學院學報，26(2)，33-36。
21. 胡平(2009)。基於鑽石理論的會展業競爭力評價及其提升對策研究—以上海為例。旅遊論壇，1，118-123。
22. 智研諮詢(2019)。2019-2025年中國會展行業市場調查分析及投資前景預測報告。北京市：博研智尚資訊諮詢有限公司。
23. 付錦凝(2018)。改革開放四十年廈門旅遊和會展業發展綜述。廈門統計局，2018年12月。

收稿日期：2019-11-28
責任編輯、校對：沐園琳、曾晶瑩