<https://doi.org/10.52288/mice.27069273.2020.09.01>

从中国城市展览业发展综合指数看厦门会展竞争力 On the Competitiveness of Xiamen Exhibition Industry from the Comprehensive Index of the Development of China Urban Exhibition Industry

杨国梁^{1*} 陆燕玲² 杨佳华³ 黄凯筵⁴
Grant G.L. Yang Yan-Ling Lu Jia-Hua Yang K.T. Huang

摘要

会展业素有“城市建设的加速器”之称，是现代生产性服务业的重要组成部分，亦是构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台。目前，中国城市会展业发展不平衡，会展竞争力的相关衡量指标较多，中国会展经济研究会推出的年度“中国城市会展业竞争力指数”，成为行业最具权威性的城市会展业竞争力指数报告。本文以中国城市展览业发展综合指数归纳出厦门会展业的优势与劣势，并建议厦门增加展览数量、展馆数量、境外展览数量、境外办展主体数量、IAEE 组织成员数量、IAEE 个人成员数量和公众公司数量，以提高厦门的会展竞争力。

关键词：会展业、会展竞争力、城市会展业竞争力指数

Abstract

The convention and exhibition industry is known as the “accelerator of urban construction”. It is an important part of modern productive service industry as well as an important platform for building a modern market system and an open economic system. At present, China’s urban exhibition industry development is unbalanced and there are many related measurement indicators of exhibition competitiveness. The annual “Chinese Urban Exhibition Industry Competitiveness Index” launched by China Convention and Exhibition Society (CCES) has become the most authoritative report. This paper summarizes the advantages and disadvantages of Xiamen’s exhibition industry by the comprehensive index of the development of China’s urban exhibition industry, and suggests that Xiamen increase the number of exhibitions, the number of pavilions, the number of overseas exhibitions, the number of overseas exhibition subjects, the number of IAEE members, the number of individual members of IAEE and the number of public companies so as to improve Xiamen’s exhibition competitiveness.

Keywords: Exhibition Industry, Exhibition Competitiveness, Urban Exhibition Industry Competitiveness Index

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院副教授 grant@xujc.com*通讯作者

² 厦门大学嘉庚学院国际商务学院国际经济与贸易专业

³ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院国际经济与贸易专业

⁴ 英国国立女皇大学英语教学教育博士

⁵ 本研究为厦门大学嘉庚学院青年教师科研启动费#JG2018SRF08 资助项目

1. 中国展览业发展

中国展览经济发展报告(2019)于2020年1月10日在第十六届中国会展经济国际合作论坛上正式发布,报告显示2019年我国展览经济已由高速增长阶段向高质量发展转变。2019年中国展览业的市场规模继续在全球居于首位,中国境内共举办经贸类展览3,547个(同比下降6.5%),展览总面积为13,048万平方米(同比增长0.8%),其中5万平方米以上大型规模展览占比达57.6%(同比增长6.3%)。展览经济的产业结构也发生了重大变化,重工业展览数量超过服务业展览,跃升至第二位,展览面积实现快速增长。中国出国举办展(博)览会赴境外参(办)展平稳增长,全国91家组展单位共赴73个国家参(办)展1,766项(较2018年增加94项),展出面积92.13万平方米,参展企业有6.1万家同时。得益于“一带一路”建设高质量发展,中国与沿线国家的贸易交流进一步活跃,全国77个组展单位共到30个“一带一路”沿线国家办展达697项(中国国际贸易促进委员会,2020)。

2020年是中国全面建成小康社会和“十三五”规划的收获之年。从总体来看,2020年国家战略对展览业的发展影响将更加明显,特别是共建“一带一路”倡议和国际产能合作,不管是出国参展还是出国办展,都可能享受到“一带一路”倡议带来的新机会;同时,全国展览业2020年总体发展态势趋缓,展览业将从数量扩张过渡到质量提升的新阶段。在国内政策方面,科技领域新发展也将给展览业带来新机遇,如互联网、AI、VR、区块链等新技术在医疗、工业、娱乐、移动终端等领域广泛应用,极大拓展了展览业的主题选择空间;加上会展设施、展览产业、展览会与数据信息等方面的跨界融合不断深入发展,为展览业高质量发展注入新动能。此外,随着人们的消费升级,以老年医疗、养老护理、休闲独家、文化旅游等为主体的展览,有可能成为未来一段时间中国展览业的热点领域(陈蕾,2020)。

然而当前中国展览业发展仍存在问题:例如城市会展业发展不均,会展业相关衡量指标较多,评估各地会展业发展水平的指标不统一;市场在展览资源配置中的决定性作用不强,产权关系不清限制了展览要素的流动;营商环境存在盲区,参展商和主办方知识产权得不到有效保护;缺乏强制性展览业绿色环保标准等(陈彦丽,2008;赵富森,2016)。因此,未来应采取切实措施减少形式主义,尊重参展商和买家的自由选择权,应充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,确保政策中性,营造公平的竞争环境,保护参展商和主办方知识产权。

在会展城市发展竞争力方面,2018年中国城市会展业竞争力指数研究报告数据显示,上海、北京、广州、成都、深圳等城市入选2019“中国最具竞争力会展城市(直辖市及副省级城市)”,长沙、郑州、苏州、昆明、合肥等城市入选2019“中国最具竞争力会展城市(省会城市及地级市)”。此指数以综合反映城市整体环境竞争力、城市会展业专业竞争力、城市会展教育竞争力以及城市会展主管部门服务竞争力为导向,通过构建多层次的相关指标,最终形成包含全国130个城市的全面反映我国城市会展业发展水平与发展潜力(中国会展经济研究会(2014-2019);成都市博览局,2018;姜雪峰,2019)。

本研究以中国会展经济研究会发布的2013年-2018年“中国城市展览业发展综合指数”为依据,参照2020年1月15日厦门市公布的“2019年厦门市会展业发展成绩和2020年厦门会展业发展规划”,归纳厦门与西安、天津、长春、济南、合肥、南京这六个城市会展专业竞争力的竞争状况,为提升厦门的会展城市竞争力提出针对性建议。

2. 中国城市展览业发展综合指数

2.1 编制方法

为了客观地诠释各城市展览业的发展状态，中国会展经济研究会基于针对各个城市展览业发展的十三个维度的展览统计数据，制定统一的 KPI 核算方式，最后获得各城市的年度展览业发展综合指数（中国会展经济研究会，2013-2019）：

- (1) 该城市所建设的展览每一场计 0.1 分；
- (2) 该城市每 1 万平方米展览面积计 0.1 分；
- (3) 该城市每个境内自主办展主体计 0.1 分；
- (4) 该城市所在机构每 1 场境外自主办展项目计 0.1 分；
- (5) 该城市每 1 座展览场馆计 0.1 分；
- (6) 该城市展览场馆每 1 万平方米室内可供展览面积计 0.1 分；
- (7) 该城市展览业每 1 个政府主管部门、从业机构计 0.1 分；
- (8) 该城市每 1 个 UFI 成员单位计 1 分，每 1 个认证项目计分；
- (9) 该城市每 1 个 IAEE 成员计 1 分；
- (10) 该城市每 1 个展览项目展览面积列入 2018 年 TOP100 计 1 分；
- (11) 该城市每 1 个展览项目按行业细分列入 2018 年度 TOP3 计 1 分；
- (12) 该城市每 1 所本科院校设置会展专业计 0.3 分，每 1 所专科院校设置会展专业计 0.2 分；
- (13) 该城市每一家会展业上市公司计 2 分。

2.2 编制结果

根据经济发展总体状况、城市行政级别划分等可比性因素，在 4 个直辖市与 15 个副省级城市等 19 个城市中，2018 年城市会展业竞争力指数排名最高的为上海，北京次之，广州、深圳分列第三、四位，青岛紧随其后名列第五，第六到十位分别为成都、武汉、重庆、郑州、杭州，第十一位到十九位分别是长沙、昆明、南京、济南、合肥、长春、厦门、西安、天津、贵阳，其中上海、北京与广州的得分远高于其他城市，仍然处于领先地位（如表 1 所示）。

综合指数分值中，上海与厦门之间的会展业竞争力指数差距相对较大，厦门的城市会展业竞争力指数仅为上海的 10.91%。在反映城市会展业发展基础与发展潜力的城市整体环境竞争力指数中，2018 年排在前四位的上海、北京、广州、深圳由于存在着优越的地理位置、雄厚的经济体量、丰富的文化资源以及对外开放程度高等优势因素，具有比其他城市更有利于会展业发展的宏观环境基础。一些经济总量相对较小且整体社会、文化、交通与信息相对不发达的地级市，其会展业竞争力指数远远小于排名靠前的城市。如在 2018 年省会城市及地级市会展业竞争力指数中排名第 111 位的铁岭市得分仅为长沙市的约 16.89%。

自 2013 年到 2018 年这段时间来看，与 2013 年相比，2018 年增加了境内办展主题数量、城市所在机构境外自主办展数量、城市 IAEE 成员与认证项目、城市高等院校会展专业设置数量和城市会展业上市公司数量这 5 个指标，还将展览场馆室内面积这个指标完善成为展览场馆室内可供展览面积。

2013 年到 2016 年，前三城市是上海、广州、北京，自 2017 年到 2018 年，北京跃居第二，前三城市变成上海、北京、广州。自 2013 年到 2018 年，深圳、青岛、成都、重庆、郑州、杭州、南京、济南和西安这九个城市排名一直在前 20 内。在 2018 年，武汉、长沙、昆明、合肥、长春、天津和贵阳也居于前 20（如表 2 所示）。

表 1. 2018 年中国城市展览业发展综合指数评价排序

序号	城市	城市年度展览业发展综合指数																	综合指数分值
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	上海	623	1,760	346	12	4	9	98	6	11	49	26	20	77	37	8	14	4	478.48
2	北京	268	583	323	57	19	9	33	6	10	75	32	15	63	8	7	11	10	306.70
3	广州	216	948	159	9	3	5	49	3	1	3	11	8	47	16	9	14	1	232.70
4	深圳	111	348	31	-	-	2	61	2	4	48	13	11	33	3	-	-	2	128.30
5	青岛	265	370	85	-	-	4	45	4	1	6	4	4	8	1	-	3	-	96.51
6	成都	92	324	15	-	-	3	33	6	-	-	4	5	19	5	9	7	-	84.40
7	武汉	162	301	81	-	-	4	22	6	-	-	2	1	9	4	8	8	2	81.59
8	重庆	125	372	84	-	-	3	31	3	1	9	2	1	9	3	4	6	-	81.11
9	郑州	228	281	113	-	-	5	33	6	-	-	3	1	7	-	5	7	-	80.50
10	杭州	61	147	57	40	3	7	31	11	2	7	5	18	3	3	5	5	2	76.57
11	长沙	218	269	82	1	1	4	9	5	-	-	2	2	6	1	4	4	-	72.80
12	昆明	152	277	37	-	-	5	72	3	-	-	-	-	4	3	3	3	1	65.10
13	南京	164	265	79	-	-	4	16	4	-	-	3	2	6	-	1	3	-	65.10
14	济南	123	244	63	-	-	4	21	2	-	-	5	7	5	-	4	5	-	64.90
15	合肥	200	206	54	-	-	2	13	2	-	-	-	1	8	-	2	6	-	58.50
16	长春	138	251	67	-	-	5	23	3	-	-	-	-	2	1	4	2	-	53.30
17	厦门	84	173	58	-	-	2	40	3	-	-	1	2	9	3	2	3	-	52.20
18	西安	148	163	25	1	1	4	37	4	2	7	2	-	5	-	3	5	-	50.80
19	天津	63	139	32	-	-	4	50	3	-	-	-	3	5	1	5	10	2	45.60
20	贵阳	121	144	55	-	-	2	8	5	-	-	2	1	3	-	3	5	-	41.35

资料来源：中国会展经济研究会（2013-2019）

综合指数：

1.展览数量（场）；2.展览总面积（万平方米）；3.境内办展主体（个）；4.境外展览数量（场）；5.境外办展主体（个）；6.展馆数量（座）；7.展馆面积（万平方米）；8.政府主管机构（个）；9.IAEE 组织成员（个）；10.IAEE 个人成员（位）；11.UFI 成员（个）；12.UFI 认证项目（个）；13.行业 TOP3 项目（个）；14.单展面积 TOP100 项目（个）；15.本科院校（个）；16.专科院校（个）；17.公众公司（家）

表 2. 2013-2018 年中国城市展览业发展综合指数评价排序

排名	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	上海	上海	上海	上海	上海	上海
2	广州	广州	广州	广州	北京	北京
3	北京	北京	北京	北京	广州	广州
4	重庆	重庆	重庆	成都	深圳	深圳
5	南京	南京	深圳	深圳	成都	青岛
6	深圳	深圳	沈阳	厦门	青岛	成都
7	成都	沈阳	青岛	青岛	武汉	武汉
8	杭州	成都	成都	重庆	南京	重庆
9	沈阳	武汉	天津	郑州	重庆	郑州
10	郑州	杭州	武汉	南京	杭州	杭州
11	天津	青岛	郑州	济南	郑州	长沙
12	厦门	济南	杭州	苏州	长春	昆明
13	西安	天津	南京	西安	长沙	南京

14	长沙	西安	西安	昆明	西安	济南
15	济南	厦门	厦门	东莞	苏州	合肥
16	青岛	郑州	东莞	长沙	哈尔滨	长春
17	合肥	南昌	济南	杭州	天津	厦门
18	长春	合肥	合肥	兰州	厦门	西安
19	武汉	长春	宁波	宁波	临沂	天津
20	哈尔滨	哈尔滨	长春	金华	济南	贵阳

资料来源：中国会展经济研究会（2013–2019）

厦门于 2013 年排名第 12，2014 年与 2015 年排名第 15，2016 年跃升至第 6，2017 年跌落至第 18，2018 年排名第 17（如表 3 与图 1 所示）。这六年来，厦门与南京、济南、合肥、长春、西安、天津这六个城市指数相近，其中南京只有 2016 年排名在厦门之下；济南 2013、2015 年–2017 年皆在厦门之下；合肥 2013 年–2017 年皆在厦门之下；长春 2013 年–2016 年皆在厦门之下；西安 2013 年、2016 年和 2018 年在厦门之下；天津 2016 和 2018 年在厦门之下。

表 3. 2013–2018 年展览业发展综合指数评价排序与厦门相近的城市

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
南京	5	5	13	10	8	13
济南	15	12	17	11	20	14
合肥	17	18	18	22	23	15
长春	18	19	20	20	12	16
厦门	12	15	15	6	18	17
西安	13	14	14	13	14	18
天津	11	13	9	23	17	19

资料来源：中国会展经济研究会（2013–2019）

资料来源：中国会展经济研究会（2013–2019）

图 1. 2013–2018 年展览业发展综合指数评价排序与厦门相近的城市

厦门排名虽不是最优，但也极有潜力。与这六个城市相比，厦门的综合指数与其不相上下，展览数量与展馆数量略有逊色。除西安外，厦门与另外五个城市的境外展览数量、境外办展主体、IAEE 组织成员、IAEE 个人成员均为零；除天津外，厦门与另外五个城市的公众公司均为零，对于这几项指数来说，厦门与另六个城市无太大差别，也都显示必须积极努力方能争取较佳排名。

3. 厦门会展产业发展状况

2020 年 1 月 15 日，厦门市公布了 2019 年厦门市会展业发展成绩和 2020 年厦门会展业发展规划。2019 年厦门市展览市场保持平稳的发展态势，整体数量有所上升，展会面积小有增幅，会议市场较为活跃，幅度增加较快，经济效益稳步提升。2019 年全市共举办展览 236 场，总展览面积 240.03 万平方米；全市共举办会议 9,978 场，共计参会人数 205.04 万人，共实现经济效益 450.94 亿元（同比增长 12%）。据国际大会及会议协会（ICCA）的最新统计数据，2019 年，厦门共举办国际会议 17 场，在中国大陆排名第八（厦门市会议展览事务局，2020）。

通过各类数据可知，近年来，厦门会展馆数量上升，质量提高，效益增加，呈良好态势。厦门凭其优越发展获得以下会展的固定举办地资格，有中国国际投资贸易洽谈会，海峡两岸机械电子商品交易会暨厦门对台进出口商品交易会，厦门马拉松赛，海峡两岸图书交易会，海峡两岸（厦门）文化产业博览交易会，海峡论坛以及中国电影金鸡奖颁奖典礼。当前，中国国际投资贸易洽谈会、厦门工业博览会和海峡论坛已成为厦门市会展业颇具辨识度的三大会展。具体而言，2019 年厦门市会展业发展成绩如下：

3.1 制定发展规划

贯彻落实厦门市委市政府《关于坚持高质量发展落实赶超建设高素质高颜值现代化国际化城市的意见》，推动会展业高质量发展，梳理会展业现状、特点和发展机遇，对标国内外先进会展城市寻找发展问题短板，研究借鉴国内其他城市会展发展先进经验和做法，明确未来三年会展业发展思路 and 方向，制定《厦门市会展业高质量发展三年行动计划》。

3.2 执行并完善优化政策

2019 年总计受理会展项目约 322 个，其中展览项目 50 个，会议项目 270 个，国际认证项目 2 个，共计奖励补助资金超过 5,100 万元。同时，对当前会展扶持政策进行全面梳理优化，推出新版《厦门市关于进一步促进会议展览业发展的扶持意见》以及配套的管理办法，形成具备全国竞争力的政策保障体系。

3.3 积极招揽竞标会议项目

招揽引进第二十届全国临床肿瘤学会大会暨 CSCO 年会、第十三届中国医院院长年会、第十六届保险精英圆桌大会、万国邮政联盟电子商务时代跨境合作全球大会、2019 中国医院协会信息网络大会等大型专业会议在厦门举办；积极参与并推动企业开展国际会议竞标，并设立 IAPCO 首个中国国际会议竞标中心；成功竞标 2019 国际大会及会议协会（ICCA）全球高管圆桌会、世界海产品大会（2023 年）落地厦门举办；牵头竞标 2020 ICCA 亚太峰会。

3.4 深化与权威国际组织的合作

与国际大会及会议协会 (ICCA) 签署战略合作协议,开展长期全方位战略合作;引入国际专业会议组织者协会 (IAPCO) 国际会议竞标培训和 ICCA 数据库专题培训;与国际奖励旅游精英协会 (SITE) 合作举办会展奖励旅游专业 CIS 中级培训。

3.5 积极开展境内外营销推广

组织企业参加上海中国国际会展奖励旅游博览会 (IT&CM)、第九届中外会展项目合作洽谈会 (EPFIC) 和中国会议产业大会 (CMIC),对接国内优质资源,加大项目引进。积极参加法兰克福国际会议及奖励旅游展 (IMEX 展)、2019 UFI 中国会员年会暨资本圆桌会议 (UCC)、2019 全球展览业协会 (UFI) 亚太会议、第 58 届国际大会及会议协会 (ICCA) 年会、全球展览业协会 (UFI) 年会、国际商务及会展奖励旅游展览会 (IBTM) 以及国际展览及活动协会 (IAEE) 全球年会等会展业境外营销推广工作,宣传推介厦门会展城市整体形象,广泛接触国际资源,提升城市国际知名度。

3.6 圆满完成第五届厦门国际会展周工作

总结前四届经验,第五届厦门国际会展周质量更提升、内容更丰富、形式更多样、规格更高端,并且针对性、实效性、科技性、环保性更强,打造中国一流、全球知名的国际营销平台。期间举办 8 大板块、20 多项论坛及研讨活动,来自国际大会及会议协会 (ICCA)、国际展览与项目协会 (IAEE)、亚洲展览会议协会联盟 (AFECA)、国际奖励旅游精英协会 (SITE)、全球展览业协会 (UFI) 等五大国际会展组织,与俄罗斯、印度、南非、德国、新加坡、印尼、墨西哥等 30 个国家和地区的 1,600 多位会展界与商学研人士参会,并配套举办了展览展示和对接考察活动,为厦门企业对接更多国际、国内优质资源搭建高效平台。2020 年会展业经济效益争取达到 490 亿元 (比上一年度增加 10%),展览总面积数预计超过 256 万平方米,外来参会总人数预计达到 225 万人。

4. 与厦门会展竞争力相近的城市会展产业发展现况

4.1 南京会展业发展

南京地处长江中下游,是长江地区仅次于上海的第二大中心城市,是华东地区的重要交通和通信枢纽。目前南京主要承办展会的展馆有南京国际展览中心、江苏展览馆和南京文化艺术中心等,其中,南京国际展览中心占地面积 126,000 平方米,室内外展出面积 60,000 平方米,国际标准展位 2,500 个;江苏展览馆占地面积 33,000 平方米,使用面积 16,414 平方米;南京文化艺术中心占地面积 10,000 多平方米,使用面积 5,000 平方米左右 (卢正平,2019)。

南京登记在册的专业展览公司有 30 多家,从事会展的专业人员 5,000 多人,曾成功举办第六届世界华商大会、中国国际人才交流暨项目洽谈会和南京国际新产品交易会等会展活动,在国内外赢得了较高的赞誉。2005 年以来,在国内同行业评比中,南京先后获得最佳会展城市、最佳会议目的地域、中国会展工作先进单位等数十个奖项;拥有“亚洲户外用品展览会”、“中国国际船舶工业展览会”、“中国 (南京) 国际梅花节”等十几个自主品牌,展会多次获得全国优秀品牌展会 (节庆活动)。尽管南京会展业蒸蒸日上,但与中国国际会展中心城市还有差距,目前是国内会展二线排前城市;有影响力的品牌展览活动、会展人才、有实力的展览公司与展览场馆的

配套设施与服务，是南京会展业发展的重要条件。

4.2 济南会展业发展

济南位于山东省的中西部，南依泰山，北傍黄河，总面积 8,227 平方公里，是全省的政治、经济、文化、交通中心。济南自然风光秀丽，素有“泉城”的美称。近几年，济南市加快“四个中心”建设步伐，会展经济逐步提速，年会展数量、会展企业实力、展会规模及品质都有大幅提升，已经在国内会展界拥有重要地位。然而，与北京、上海等先进城市相比，济南市会展业无论在品牌影响力还是在国际化程度上，还有一定差距，并已经成为济南市经济发展中的一块短板。

济南市现有济南舜耕国际会展中心、济南国际会展中心和济南园博园国际会展中心三处大型专业性展馆；其他场馆则是非专业性的场馆，主要有山东省图书馆、山东省博物馆、山东省体育中心、山东省机械设备展览中心等。展馆总面积相对于济南市的需求供应过剩，布局结构不合理，广告、物流、翻译、报关、旅游、酒店和餐饮等配套不全。目前在建场馆济南西部会展中心，总建设规模约 53.6 万平方米，其中包含约 23.9 万平方米的展览中心、约 3 万平方米的会议中心、约 10 万平方米的商务办公场所及酒店、约 16.7 万平方米的地下停车场，于 2019 年年初会展中心项目整体投入使用（金春兰与耿百峰，2018）。

济南市的医博会、韩博会、家具博览会、建材展、新能源汽车展等展会在全国有一定知名度，但是在全国平均规模 2.5 万平方米以上的城市中位于倒数第二位，说明展馆面积严重制约着济南市会展经济的发展，展馆面积达不到一定规模，很难挤进会展行业名城。济南市人民政府为全面贯彻落实“打造四个中心，建设现代泉城”，在 2018 年提出济南市会展业发展三年行动计划（2018-2020 年）部署重大决策，其主要的任务是推进济南展馆建设、培育会展品牌、壮大市场主体、促进招商引展、优化发展环境五方面。

4.3 合肥会展业发展

合肥作为安徽省会，是皖江城市区域的核心城市，在整个长江三角城市经济区域中起到了重要的协调作用，同时也是华东地区综合交通和通信的枢纽，为安徽实现中部崛起的目标发挥了领头羊的作用。进入 21 世纪以来，合肥的会展场馆规模不断增加。最早建成的安徽国际会展中心建筑面积在 10 万平米左右，展览面积占 82.7%，其中室内展厅面积 3.7 万平方米，室外展览面积 4.57 万平方米；除此之外，还有安徽展览中心与合肥滨湖国际会展中心，尤其是合肥滨湖国际会展中心，在我国的会展场馆室内面积中排名第三，更是华东地区的第一名，其配套设施更是全国闻名（杨明成，2016）。

在我国进行产业结构调整和服务业战略转移的大背景之下，合肥市会展业发展正处于机遇和挑战交汇的重要时期。就目前合肥会展产业发展的状况来看，仍旧需要进行不断在自身的特点中融入创新的元素，提高自身的品牌，突显出自身在众多竞争对手中的优势，提高合肥会展的综合竞争力，为今后合肥城市发展，乃至安徽区域经济的发展提供推动作用。从合肥会展企业区位环境来看，与很多高校如安徽大学、合肥工业大学、中国科技大学、合肥学院等高校毗邻，不仅可以享有快速聚集人才的便利，还可以利用高校营造出的创新交流平台，为会展业的发展提供绝佳的条件。

随着经济实力的提升及展览业的快速发展，合肥在加强自主品牌展会建设方面成果显著，近年来合肥逐渐培育了徽商大会、农交会、家博会、汽车展、国际节能与

新能源汽车展览会和苗木花卉交易大会等具有本地特色的自主品牌展会，吸引了大量国内外参展商和观众参展。自主品牌展会的举办，极大地提高了合肥展览业的知名度和美誉度（雷若欣与张方军，2018）。

4.4 长春会展业发展

长春地处中国东北地区，位于东北的地理中心，是东北亚经济圈中心城市。近年来，长春不断扩展会展规模，其展会数量、展出面积、直接收入及带动效应等主要指标呈现增长态势；此外，长春增加基本投入，不断夯实发展基础，提升品牌影响力（宋米迪等，2016）。

多年来，长春市成功举办了东博会、汽博会、农博会、雪博会、航博会等具有影响力的品牌展会，积极围绕主导产业和战略性新兴产业，开发了装备制造业博览会、轨道交通博览会、数字经济博览会、秸秆产业博览会、创意文化博览会、新零售博览会、清洁能源博览会、物流产业博览会、建筑材料博览会、农资博览会、物流博览会等产业博览会；且借助多元化的宣传推介平台，由报纸杂志、广播电视、手机客户、网络 PC 端等 79 家媒体组建成立长春会展媒体联盟，及时有效地对会展亮点进行宣传推广，形成覆盖网络媒体、电视、广播、报纸、杂志的全方位立体化的长春会展宣传渠道，对提升长春在全国乃至国际上的知名度起到了重要作用，增强了长春城市的文化魅力（黄禹铭等，2019）。

4.5 西安会展业发展

西安地处内陆，会展业虽然起步较晚但发展速度较快。在“一带一路”的大格局下，西安作为丝绸之路经济带的新起点和我国向西开放的重要门户城市，为会展业注入新的活力。

近年来，西安不断完善体制机制，如今已基本形成会展决策机构、行业主管部门、行业自律组织及配套服务机构等四位一体的会展业协调服务体系，包括会议、展览、节庆、赛事、奖励旅游等在内的“大会展”格局也已基本形成；此外，西安不断强化政策，先后出台《关于进一步促进会展业发展的若干意见》、《西安市会展专项资金管理暂行办法》、《西安市会展业促进条例》、《西安浐灞生态区关于促进会展业发展暂行办法》等政策法规，涵盖了会展业宏观指导、奖励扶持、协调服务等各方面内容（孙凯涛，2019）。

西安稳步推进场馆建设，目前正在建设西安国际会展中心、西安国际会议中心。西安已举办世界园艺博览会、欧亚经济论坛、丝博会、硬科技大会等国际国内大型展会，通过举办会展不断获取经验；另外，西安同时发展交通、通信、物流、媒体、电力、能源、餐饮、住宿、购物等配套设施，为会展业发展提供强有力的支撑。

4.6 天津会展业发展

天津地处中国北部、海河下游、东临渤海，是中国北方最大的港口城市，国家物流枢纽，北方国际航运核心区，是海上丝绸之路的战略支点、“一带一路”建设的重要支点城市，其良好的地理环境，为会展业的发展提供重要支撑。产业优势是天津会展业持续发展的生命力；此外，天津是中国北方重要的制造业基地，近年来，其着力构筑高端产业高地，通过实施产业结构优化和精品战略，推进工业走上创新驱动、内生增长之路，培育出一批具有竞争力的产业，如航空航天业、汽车制造业、电子工业、现代物流业、金融业、旅游业、海洋业等，为会展业发展提供了较为坚实的产业基础（贺金茹，2019）。

天津市具有发展创意产业的历史条件和优良基础。目前,天津已聚集了一大批工程设计、创意设计等方面的创新资源,组建了天津市创意产业协会、北方设计联盟等数十个行业协会、产业联盟,有助于申报“设计之都”、提升城市国际知名度和影响力;对于培育、引进、做强创意设计产业的展、会、赛等会展项目,提供了较为强劲的产业支持。为优化天津会展经济发展环境,近年来,天津市相继出台了《天津市促进会展业发展办法》(2011)、《天津市支持会展经济加快发展项目申报指南》(2016)、《天津市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》(2016)、《天津市商贸流通业发展“十三五”规划》(2017)、《关于进一步促进会展业改革发展的意见》(2017)等一系列扶持和促进会展业发展的政策。

与多数地区相比,在城市政商关系、营商环境方面,天津市具有较为突出的优势;根据中央广播电视总台发布的《中国城市营商环境报告》(2018),天津多项评价维度排名居前,政务环境评价排名第三,金融服务评价排名第四,跻身2018年中国城市营商环境综合排名前十名之列。

5. 2020 年厦门会展业发展规划主要工作举措

2020年1月15日,厦门市公布了2019年厦门市会展业发展成绩和2020年厦门会展业发展规划,认真梳理当前会展业现状、特点和发展机遇,积极对标国内外先进会展城市,寻找发展问题短板,研究借鉴国内其他城市会展发展先进经验和做法,明确未来三年我市会展业发展思路 and 方向,以推动厦门市会展业高质量发展。主要工作举措和成效如下⁵:

5.1 执行并完善优化政策

截至2019年11月29日,经现场核查及后续项目申报资料审核等程序,总计共受理展览会议项目奖励补助申请263个,其中,展览项目申请40个,会议项目申请223个,国际认证奖励项目2个,共计核拨付奖励补助资金4,082.4万元。预计2019年将总共受理会展项目约322个,其中,展览项目50个,会议项目270个,国际认证项目2个,共计奖励补助资金超过5,100万元;同时,对当前会展扶持政策进行全面梳理、优化,推出新版《厦门市关于进一步促进会议展览业发展的扶持意见》以及配套的管理办法,形成具备全国竞争力的政策保障体系。

持续开拓创新投洽会、石材展、佛事用品展、国际海洋周、工博会、文博会等品牌展会,在提质增效方面下功夫,在展览规模、境内外客商数量以及展会效益方面突破提升,持续发挥品牌效应。策划引进2019中国国际工业互联网创新发展大会、中国国际绿色创新技术产品博览会和“一带一路”农产品农资(电商)交易会三个新增国家级会展IP以及第27届中国国际广告节。

5.2 积极推进新会展中心片区建设并持续优化会展营商环境

高标准、高起点建设新会展中心,完善会展基础设施建设,打造集会议展览、仓储物流、高端商业、体育康养、文化娱乐、旅游休闲等为一体的,具备国际化运营水平的大型会展产业综合集聚区。开展会展政策宣讲,落实执行新的会展政策,有效发挥市、区两级政府政策叠加优势,加强各区、各相关部门间的合作,形成工作合力,鼓励各区鼓励支持各区、各部门、企业办展办会;进一步推进全市会展业信用体系建设工作、加强市场监管、加大会展知识产权保护力度、加强与综合保障部门联动、固

⁵ 厦门日报 <http://www.xmce.org/detail.asp?id=10031>

化现有大型活动保障机制、继续推进会展业立法工作、深化城市、部门和企业调研工作，以推动会展业规范化发展。

5.3 积极开展会展业境内外营销以培育壮大市场主体

组团参与 ICCA、UFI、IAEE 全球年会、西班牙巴塞罗那国际商务及奖励旅游展览会（IBTM World）、中国（上海）国际会展奖励旅游博览会、中外会展项目合作洽谈会、中国会议产业大会等境内外大型会展专业活动，开展宣传推介，展示城市良好形象；积极组织企业参加对接洽谈活动，进行城市整体宣传推广；综合运用境内外新媒体，多渠道、多层次持续推送厦门会展资讯，宣传厦门会展整体环境；办好第六届厦门国际会展周。

推动大型会展企业、媒体机构拓展会展队伍与会展项目，提高资本运作能力，通过收购、兼并、控股、参股、联合等形式不断提升综合竞争力，打造会展龙头企业；做精做专中小型会展主体，积极引进优质会展主体、推动设立会展产业发展基金，形成全链条高效联动的现代会展产业体系。

5.4 继续办好现有品牌展会并加强品牌会展项目的培育和引进

继续办好现有品牌展会，加大专业资源注入，持续提升投洽会、石材展、文博会、佛事用品展、工博会、国际海洋周、茶博会、游艇展等现有品牌展会的专业化水平，强化专业展会权威信息发布功能，引领行业发展方向，抢占技术制高点；加快政府主导展会市场化转型，逐步加大政府购买服务力度，推动会展项目市场化运营；推动各品牌会展活动提升信息化运营水平，积极探索线上线下展会有机融合新模式，加速“智慧会展”的落地与推广，赋能实体展会，打通线上线下人流、信息流、资金流，实现产品、项目、资本的无缝对接，提升展客商参会实效。

与国际权威会展组织、拥有办展办会资源的全国性行业协会、学会、境内外专业机构开展密切对接，策划培育拥有自主品牌的专业展会，将“中国国际工业互联网创新发展大会”、“中国国际绿色创新技术产品展”和“中国国际物联网博览会”等专业展会打造成为国家级、国际性品牌展会；积极引进具有行业引领力、专业影响力的境内外品牌会展项目，推动建立重点产业和会展平台联动发展机制，整合资源和力量进行资源对接，共同争取相应的产业高端会展平台落地厦门，打造永不落幕的招商引资工作平台，服务我市产业转型升级和高质量发展。

5.5 推进会展大数据应用平台与人才队伍建设

加快会展大数据平台建设，汇聚会展产业链各环节数据，实现会展业管理与服务、市场资源优化配置以及专业会展项目策划的“智慧化”。争取引进创意策划、营销推广、组织运营等高端会展专业人才，持续提高现有院校会展专业办学水平，鼓励支持我市高校新开设会展专业或设置会展课程。与国际专业会展组织合作，引进 SITE、IAPCO、ICCA 会展专业培训。组织举办各类会展专业培训和会展沙龙活动，不断提升会展从业人员专业素养。

6. 提升厦门会展竞争力的建议

厦门作为国务院批复确定的中国经济特区，东南沿海重要的中心城市、港口及风景旅游城市，在竞争要素上独具特色。在生产要素方面，厦门具有良好的区位条件，由多个岛屿组成，虽厦门面积较小、可进行经济活动范围小，但气候宜人、天然资源得天独厚。与漳州隔海相望，离泉州只有不到一百公里，其可联合漳州、泉州等地共

同发展,创造平台,与之共赢;但人力资源有所欠缺,基础设施仍需加强;在需求要素方面,厦门外来人口比重较大,2019年GDP在中国排名第33名,第三产业比重较高。与天津相比,厦门无特别突出的产业优势,厦门应着重培养龙头企业,并加快人才的培养与引进,争取可以与厦门大学、集美大学等高校联合培养会展高端人才,并利用自身潜力吸引国内外的会展高端人才;相关支持性产业方面,与西安相比,厦门在发展会展业的同时,还应同时发展相关产业,打造更加便利的交通、物流产业,更加舒适的住宿相关产业,以及更加周到的服务、餐饮产业;企业战略方面,与长春相比,厦门宣传力度不够大,应广泛联系媒体,建立系统的联盟,以此吸引人流量。

总体来说,厦门与北京、上海、广州相比差距甚远,但其与南京、济南、合肥、长春、西安、天津这六个城市相差较小,可找出厦门的优势与劣势(郝先兰与胡平,2018)。厦门的展览总面积、境内办展主体个数、展馆面积、政府主管机构数量、UFI成员数量、UFI认证项目数量、行业TOP3项目数量、单展面积TOP100项目数量、本科院校数量和专科院校数量相对较高,这是厦门的优势;厦门的展览数量和展馆数量过少,境外展览数量、境外办展主体数量、IAEE组织成员数量、IAEE个人成员数量和公众公司数量完全没有,这是厦门的劣势,急需谋求改进;其中,境外展览数量、境外办展主体数量、IAEE组织成员数量、IAEE个人成员数量均意味着向国际化方向发展;在全球经济化的大背景下,国际化无疑是大的发展方向,更是意味着厦门被世界所承认,真正成为国际化大都市。

此外,厦门在开发创新时成本难以控制,知识产权无法独享而导致开发人员的创造性受限,且价格机制不够灵活,市场营销环境薄弱。因此,需要严格执行成本预算,申请专利,还应奖励创造结果,激发开发人员的积极性。厦门本身市场潜力广阔,拥有良好的政策,可以学习合作伙伴的经验,培养开发人员,缩短开发时间,保证产品质量,提升品牌形象,扩大产品的销售渠道。厦门需与合作伙伴分享经验,建立数据库,安排后备人员参与开发,不断吸收新鲜血液,抢先占领市场并进军国际市场,借机进行广告宣传,并展开地区与国际渗透,加快信息化步伐,加大科学研究力度,加快技术创新,充分利用国家政策优势。

参考文献

1. 中国国际贸易促进委员会(2020)。中国展览经济发展报告(2019)。
2. 陈蕾(2020)。中国贸促会发布中国展览经济发展报告(2019)。南宁晚报,2020-01-10。
3. 陈彦丽(2008)。中国会展业发展存在的问题与对策。学理论,10,32-33。
4. 赵富森(2016)。新常态下中国会展业发展现状与对策研究(未出版之博士论文)。北京:中国社会科学院研究生院。
5. 厦门市会议展览事务局(2015-2019)。厦门市会议展览业发展报告。
6. 厦门市会议展览事务局(2020)。2019年厦门会展业发展成绩和2020年厦门会展业发展规划。
7. 中国会展经济研究会(2013-2019)。2013-2019年中国展览数据统计报告。
8. 成都市博览局(供稿),李知矫(责任编辑)(2018)。2018中国城市会展业竞争力指数发布会暨国际会展功能区(集聚区)高端论坛在蓉隆重举行—权威发布《2017年度全国城市会展业竞争力指数研究成果》。中国会展,431(23),99-100。
9. 姜雪峰(2019)。2019中国会展业年会在成都举办。中国会展,23,19。
10. 卢正平(2019)。南京会展业的发展。中国会展,11,49。

11. 金春兰、耿百峰（2018）。对济南市会展业发展的调查与思考。中共济南市委党校学报，5，113-117。
12. 杨明成（2016）。合肥会展业发展状况对策研究。科技风，4，33-34。
13. 雷若欣、张方军（2018）。合肥会展企业空间分布的演化特征及其影响因素。浙江万里学院学报，31(6)，6-11。
14. 宋米迪、李娜、李鸣一、冯琰琰（2016）。长春市会展业调查分析。合作经济与科技，9，40-41。
15. 黄禹铭、温淞文、滕广涛（2019）。长春会展产业发展对策研究。长春市委党校学报，6，61-64。
16. 孙凯涛（2019）。西安市会展业发展现状及对策分析。营销界，51，79+192。
17. 贺金茹（2019）。天津会展业发展现状与策略探析。对外经贸，2，80-83。
18. 郝先兰、胡平（2018）。城市展览业发展能力测评与分析—长江三角洲城市群实证研究。旅游研究，10(2)，26-36。

收稿日期：2019-12-31
责任编辑、校对：程萌 林雨熙