

金鸡百花电影节长期落户厦门的影响分析
—基于上海国际电影节的经验
Analysis on the Impact of Long-term Establishment of Golden Rooster
and Hundred Flowers Film Festival in Xiamen
—Experience Based on Shanghai International Film Festival

荣一蒙¹ 周彩艳^{2*}
Yi-Meng Rong Cai-Yan Zhou

摘要

会展业对城市经济，特别是服务业经济的发展，有着强大的拉动作用，已成为现代城市竞相发展的一个重要新兴产业。文化旅游会展属于绿色产业、朝阳产业，而影视产业是推动文化旅游会展业高质量发展的重要抓手。金鸡百花电影节于 2019 年开始长期落户厦门，研究它对厦门未来的会展经济以及城市发展产生的影响，对厦门未来的经济发展具有重大的意义。本文以凯恩斯的乘数效应和乘数-加速数效应的相关理论为基础，借助 SPSS 软件，运用回归分析等统计分析方法，对上海国际电影节对城市发展的影响进行具体实证研究，并讨论金鸡百花电影节对厦门的影响，为厦门未来影视会展业的发展提出切合实际的建议，以推动厦门影视会展的发展。

关键词：会展业、乘数效应、乘数-加速数效应、金鸡百花电影节

Abstract

The exhibition industry plays a powerful role in urban economy, especially the service industry, and has become an important new industry for the development of modern cities. Cultural tourism exhibition belongs to green industry and sunrise industry, while film and television industry is an important grasp to promote the high-quality development of cultural tourism exhibition industry. The Golden Rooster & Hundred Flowers Film Festival began to settle in Xiamen in 2019. Studies of the influence and countermeasures on Xiamen's future exhibition economy and urban development are of great significance to Xiamen's future economic development. Based on the relevant theories of Keynesian multiplier effect and multiplier-acceleration effect, this paper uses SPSS software to study the impact of Shanghai International Film Festival on urban development. Discusses the influence of Golden Rooster & Hundred Flowers Film Festival on Xiamen may put forward practical suggestions for the future development of Xiamen film and television MICE industry, and promote the development of Xiamen film and television exhibition.

Keywords: MICE Industry, Multiplier Effect, Multiplier-accelerator Effect, Golden Rooster & Hundred Flowers Film Festival

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院国际经济与贸易专业

² 厦门大学嘉庚学院国际商务学院副教授 echozcy@xujc.com*通讯作者

1. 前言

2019年4月9日，中国电影家协会主席陈道明宣布，经中国文联、中国电影家协会研究，确定将厦门市作为金鸡百花电影节的落户城市，落户期限暂定五届（十年）。二十多年来，金鸡百花电影节的足迹已遍布全国26个城市，此次落户厦门，是该电影节第一次长期落户一个城市。

文化旅游会展属于绿色产业、朝阳产业，影视产业是推动文化旅游会展业高质量发展的重要抓手。金鸡百花电影节长期落户厦门，有利于厦门高起点实施影视产业培育，通过电影节汇聚优质影视资源和市场要素，推动厦门影视业加速发展，引领全市文化产业升级提质，促进具有国际影响力的影视节展活动和境内外优秀影视项目落户厦门，构建全域影城产业布局。以主办金鸡百花电影节为机遇，有利于厦门拓宽旅游发展空间格局，推动旅游产品高端化精品化发展，创建好国家文化产业和旅游产业融合发展示范区；有利于厦门做强做大会展产业链，扩大国际影响，提高厦门的城市知名度和美誉度。

本文主要从凯恩斯的乘数效应和乘数-加速数效应方法进行研究，并且借助SPSS软件，运用回归分析等方法对上海国际电影节对城市发展的影响进行具体实证研究。基于上海国际电影节的背景下，讨论金鸡百花电影节对厦门的影响，为厦门未来影视会展业的发展提出切合实际的建议，推动厦门影视会展的发展。

2. 会展业与会展经济概述

2.1 会展业的概述

会展业是会议业、展览业、节事活动、奖励旅游的总称，是一项整合性、跨领域的新兴服务行业。会展业是一个绿色无污染的产业，与房地产、旅游业并称为三大“无烟产业”，以及三大新经济产业，是我国21世纪的朝阳产业。

会展业作为一种新兴的产业，发展速度之快，是由其本身的功能和作用决定的。会展业的经济功能即其产生的经济效益，会展业一般被认为是高收入、高利润的产业，其利润率约为20%-25%（甄明霞与欧阳斌，2001），给城市带来了巨大的利润和经济的繁荣。会展业可以汇集巨大的商品流、技术流、信息流、资金流和人才流，推动贸易发展，增加经济技术合作机会，促进产销结合，传播新知识、新观念，带动社会资源，产生巨大的经济、社会和环境效益。会展业的发展过程中与相关产业的联系日益密切，每次会展活动的举办都会带动相关产业的经济发展，对国民经济和社会进步具有很大的催化作用。假设：

$$K = \frac{\Delta Y}{\Delta I}, \text{ 即 } \Delta Y = K \cdot \Delta I \quad (1)$$

用 ΔC 表示消费增量，因为 $\Delta Y = \Delta C + \Delta I$ ， $\Delta I = \Delta Y - \Delta C$ ，将这个公式代入公式(1)，则：

$$K = \frac{\Delta Y}{\Delta Y - \Delta C} = \frac{1}{1 - \frac{\Delta C}{\Delta Y}} \quad (2)$$

公式(2)中的 $\frac{\Delta C}{\Delta Y}$ 表示边际消费倾向 β ，则可以导出：

$$\Delta Y = \frac{\Delta I}{1 - \beta} \quad (3)$$

从上面的公式中可以看出，国民收入增量 ΔY 等于投资增量 ΔI 除以 $1-\beta$ ，所以决定投资乘数大小的是边际消费倾向 β ，边际消费倾向越大，则投资乘数越大，一定投资变动引起的收入变动就越大。

会展业存在着明显乘数效应，其发展自身的同时，还带动了许多相关产业的发展，它不仅能给举办地带来场租费、广告费、搭建费、运输费等直接收入，还可以给房地产、旅游、交通、广告、零售、餐饮住宿等许多行业带来收入。会展活动的举办鼓励参展企业投资，即增加消费，进而增加服务链下游企业的收入，进一步增加下游企业消费支出，这样循环往复，极大地推动城市经济的发展。会展业的发展具有牵引相关产业的作用，充分验证了凯恩斯的乘数效应。根据推算，会展业的产业关联系数处于 1:5~1:9 之间，也就是说被会展业带动的产业的产值，会是会展业产值的 5-9 倍（余向平，2006）。

2.2 乘数-加速数模型

乘数理论只说明了投资增加是如何引起国民收入的成倍增长，并没有说明国民收入反过来是如何引起投资的变化。加速数原理是用来说明国民收入的变动是如何影响投资的变化；也就是说，在没有多余的固定资本设备的情况下，收入或消费的增加，一定会导致投资若干倍的增加。加速数的计算公式为：

$$\text{加速数} = \text{总投资变化量} / \text{收入变化量}$$

投资的变动带来收入或消费数倍的变动（乘数作用），而收入或消费的变动反过来又会给投资带来数倍的变动（加速数作用）。1939 年萨缪尔森提出了“乘数和加速数的交互作用”，解释了国民收入和消费与投资之间的相互影响。因此，该理论被称为乘数-加速数模型（尹伯成，2013）。通过萨缪尔森的乘数-加速数模型来补充说明会展业的产业带动效应，当会展业的投资和消费增加，相关产业的收入就会增加，收入水平的提高反过来对会展业的新增投资力度加速，从而进一步促进会展业的规模扩大，产生新一轮的乘数效应。

3. 电影节对城市发展的影响分析

3.1 节事活动的概述

3.1.1 节事活动与会展业

节事活动与会展业是部分与整体的关系，是会展业的一部分；会展业包括会议、展览、节事活动和奖励旅游，也就是说节事活动是会展业的一个重要组成部分。

3.1.2 节事活动的分类

我国现代节事活动种类繁多复杂，根据内容侧重主要可以分为自然风光类、民风民俗类、历史文化类、工业产品类、商业贸易类、农业产品类、饮食特产类、旅游会展类、文学艺术类、体育休闲类以及影视传播与科技创新类等十一种类型；其中影视传播与科技创新的节事活动主要表现在“动漫节”、“电影节”、“电视节”等活动方面。本文主要论述会展节事活动中，电影节对一个城市发展的影响（范建华等，2018）。

3.2 电影节对城市会展业以及城市发展的影响

电影节属于影视会展，它的经济效益与文化产业及会展经济表现出的作用如出一辙，如提高城市知名度、提升就业率、带动产业链发展、促进贸易交流等。

3.2.1 电影节对城市经济的影响

电影节的举办可以吸引外部投资，促进相关产业的发展，增加就业机会，改善经济结构，扩大投资对更多行业和生产领域的影响。当人们的收入和消费增加时，它将带来一系列新的消费和投资，使国民收入成倍地增长，最后形成经济增长的乘数效应。

在电影节期间，外来旅游者在该地区的消费，对于接待地区来说直接构成了外来经济的注入，因此电影节的举办可以增加举办城市的经济收入，也可以通过举办活动对外招商引资，这些经济收入的增加，将会为举办城市的经济发展带来长远的利益。但电影节对经济发展的促进作用是相对的，短期内大量外来访问者的涌入，会引发一些地方的物价上涨，这会损害当地居民的经济利益，尤其是引起衣食住行等生活用品价格的上涨；除此之外，在电影节的开展过程中，有很多不确定的因素和风险，外来者将影响活动举办城市的政治、经济、社会以及某些自然因素，一旦有不利变化，对举办城市将造成严重的经济和社会问题。因此在举办电影节的过程中，举办城市要注重宏观调控和总体规划。

3.2.2 电影节对城市的社会影响

电影节的举办对举办城市的形象塑造和改善作用，是其他营销手段不能比的。一个成功的电影节的举办能够迅速提升城市的知名度，打造城市文化品牌。除此之外，电影节的举办还可以提高居民素质，提高人们的生活质量。参加电影节对广大消费者来说，是日常忙碌紧张工作之后的一种放松与享受，让感情得到自由的宣泄，使参与者精神愉快，有利于身心健康，也在欢乐之后大大提高了工作的积极性和创造性，由此提高工作的效率，提高人们的生活质量。

3.2.3 电影节对城市旅游发展的影响

电影节对举办城市旅游业的发展有促进作用，可以削弱淡旺季的差别。电影节期间，宾客大量流入举办城市，激活潜在的消费群体，推动当地旅游业的发展（卢晓，2016）。

4. 厦门市会展业与会展经济的现状

厦门市是中国东南沿海著名的港口风景旅游城市，也是海峡西岸重要的中心城市，素有“海上花园”美誉。厦门是我国最早重视会展产业带动作用，并大力促进会展业发展的城市之一。在“十三五”规划中强调要扩大国际合作交流，着力申办和引进国际高端会议，常态化国际知名会议展览活动以及高端专业学术会议落户厦门；并且通过拓展厦港澳侨在旅游会展领域的合作，提升城市软实力，把厦门市打造成国际会展目的地、国际旅游目的地来提高城市的知名度。

在“十三五”规划的现代产业的发展目标，是构建形成“5+3+10”的现代产业体系，让厦门成为海峡西岸强大的先进制造业基地和最具竞争力的现代服务业集聚区，第三产业增加值占地区生产总值比重达到 60%。把旅游文化产业（包括旅游会展、文化创意、健康产业等）收入突破 3,500 亿元，建设国际会展名城、国际知名旅游目的地、打造国际时尚创意之都作为发展重点（厦门市人民政府，十三五规划报告）。

4.1 厦门市会展业与会展经济发展现状

4.1.1 会展经济

会展业 2019 年实现经济总体效益 450.94 亿元，增长 12.0%；其中，直接经济效

益 214.55 亿元，增长 11.8%，直接经济效益中，直接收入 21.73 亿元，增长 9.2%，间接收入 192.82 亿元，增长 12.2%；带动经济效益 236.39 亿元，增加 25.19 亿元，增长 11.9%，带动就业效果显著。厦门市开展会展业务的机构和企业有 400 多家，直接从业人员 1.6 万人，全年举办会展从业人员专业培训 13 场，参加培训人员超过 2,010 人次（厦门市会展协会，2019）。厦门城市知名度不断提高，2019 年荣获“中国最具竞争力会展城市”、“2019 年度金五星优秀会展城市奖”、“中国城市优秀会议项目奖”。

4.1.2 展览业

2019 年，厦门成功举办了厦洽会、工博会、春秋季佛事用品展、石材展、茶博会、文博会、海西汽博会、艺博会、动漫节等大型经贸专业展览。全年举办各类展览活动 236 场，增长 3.1%。展览总面积为 240.03 万平方米，增长 1.0%；其中，经贸类展览会 157 场，减少 5.4%，书画艺术类展览会 79 场，增长 24.4%。全年共吸引了来自 150 多个国家和地区的 11.02 万名境外展客商，46.13 万的境内展客商，观众总人次 521.24 万人次，境内外展客商在厦 229.51 万人天（厦门市会展协会，2019）。

4.1.3 会议业

2019 年，厦门成功举办了国际投资论坛、海峡论坛等高级会议，全年会议业带动经济效益 146.70 亿元，比上年增加 23.96 亿元，增长 19.5%。共举办 50 人以上的商业性会议 9,978 场，增长 7.7%，参会总人数达到 205.04 万人，增长 8.9%，全年在厦停留约 1,001.8 万人天，增长 3.9%（厦门市会展协会，2019）。

4.1.4 节事活动

2019 年，厦门市成功举办第十五届海峡旅游博览会暨第五届中国国际休闲旅游博览会，共吸引参会旅行商近 2 万人，观展客流达 22.06 万人次，实现销售额 3.45 亿元；举办 2019 中国厦门中秋旅游嘉年华活动，吸引境内外超过 300 家媒体的关注报道，影响受众超过 4.40 亿人次（厦门市会展协会，2019）。第二十八届金鸡百花电影节在厦门成功举办并长期落户，厦门会展设施进一步扩容，电影节主会场是新建成投入使用的厦门国际会展中心 B8 展馆（海峡大剧院），主展厅面积约 1 万平方米，电影节期间共展映影片 110 部 351 场，为历届金鸡电影节展映影片数量最多。2019 年以来，思明区新增影视企业 304 家，新增影视项目 138 个，项目总投资 193.3 亿元，在今年的金鸡电影节投资大会期间，思明区还将与融创文化、上影集团等企业签订项目合作协议金额达 66.3 亿元。

4.2 厦门市会展业发展存在的不足

4.2.1 品牌展览、会议的研发培育乏力

厦门市要继续做强做大会展产业品牌会展，如工博会、石材会、佛事展等进一步提升会展业品牌化、专业化、市场化以及国际化水平。

4.2.2 会展与产业的融合成效不显

厦门市目前的文化旅游会展活动虽然已经初具成效，但研究发现资源整合的水平相对较低，产业融合的力度还不够。

4.2.3 人才的引进与培育瓶颈难突破

厦门市文化和旅游局应深入领会贯彻“人才是第一资源”的理念，积极指导行业企业加大对人才的培养，创新的投入，大力引进营销推广、创意策划、组织运营等高端专业人才。

4.3 金鸡百花电影节长期落户厦门带来的发展机遇

中国金鸡百花电影节的长期落户，不仅为厦门影视产业升级发展带来新的契机，也为节庆会展活动以及会展旅游业带来新的生机，全市“以节促产”战略成效初显。

4.3.1 影视产业

厦门凭借着独特的地理优势和优雅时尚的城市气质，越来越多的电影和电视剧组与厦门“结缘”；随着金鸡百花电影节在厦门落户，更多影视产业链公司与厦门签署战略合作协议，思明区也接连出台相关政策，推动影视产业发展，引进华策影视、泰洋川禾、笑果文化等影视传媒项目 25 个，总投资超 60 亿元，打造“思明影视季”、“思明体育时尚季”、“厦门音乐季”系列活动，以节促产效益初步显现。

未来会有更多的影视剧组来厦拍摄，也会有更多的影视公司落户厦门，思明区将以金鸡百花电影节的落户为契机，完善影视产业体系，将黄厝茂后打造成影视小镇，推动滨海影视产业经济带形成，厦门将会成为一座新时代的影视之城，这也为厦门成为具有国际视野的文化艺术之城奠定平台基础。

4.3.2 会展业

借助金鸡百花电影节落户厦门的契机，厦门会展设施进一步扩容提升，作为金鸡百花电影节主会场的厦门国际会展中心四期建筑面积约 10.02 万平方米，总投资 7.15 亿元，并且完成了 1,250 个车位的地下停车场建设（现共有 3,340 个停车位），进一步优化了会展中心的保障环境，厦门的会展服务功能也更加完善。

4.3.3 其他产业

借助“金鸡百花电影节”在厦门市的举办，酒店、民宿入住率明显提高，房价同步上调，户均营业额比去年同期增长 12.2%。

5. 上海国际电影节对城市发展的影响实证分析

5.1 上海国际电影节发展现状分析

上海国际电影节是国内首个获得国际电影制片人协会认可的国际 A 类电影节，同时也是全球 15 个国际 A 类电影节之一；电影节在每年 6 月上旬举行，创办至今，共举办了 23 届电影节。

上海国际电影节的主要活动分为竞赛单元、国际电影市场、电影论坛、国际电影展映、特别项目等五部分。每年国际电影展都会集中展映来自世界各地的数百部优秀影片，堪称全球电影盛会。据统计显示第 22 届电影节展映影片 511 部，放映场次 1,745 场，观众达 460,184 人次。

5.2 变量选择

本文以上海国际电影节作为研究对象，主要基于以下考虑：

金鸡百花电影节在厦门只举办了一届，无法做数据分析，因此选择在国内具有代表性的上海国际电影节进行研究，以此来佐证金鸡百花电影节长期落户厦门对城市

的发展产生哪些影响。

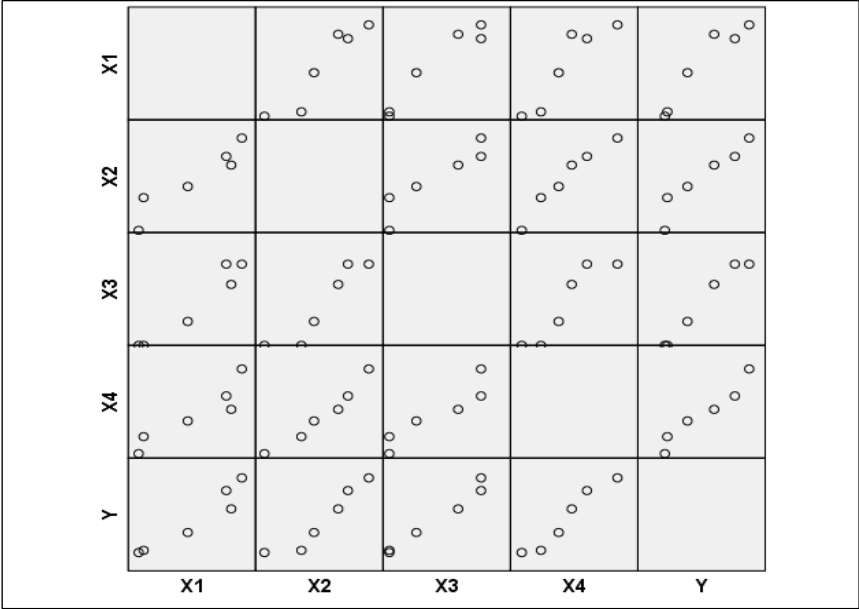
在具体的变量选择上，由于节事活动的发展与旅游业密不可分，因此选择旅游业收入（Y）作为因变量。从现有数据中，选取代表上海国际电影节电影周举办规模和频率的展映影片数量（X₁）、放映场次（X₂）、观众人数（X₃）作为研究自变量；除此之外，采用代表当地消费能力的社会消费品零售总额（X₄）作为其中重要的自变量之一，来提高模型的拟合优度及可信度（华钢与楼嘉军，2009）。研究期限为 2014 年 6 月至 2019 年 6 月，本文选取的第 17 届至第 22 届上海国际电影节相关数据，来源于上海国际电影节官网以及上海年鉴，旅游业收入和社会消费总额的数据来源于上海市文化和旅游局公布的旅游业统计公报和上海市统计局公布的月度相关数据。

5.3 定量方法与模型选择

5.3.1 相关分析

5.3.1.1 相关关系初步判断

图 1 是通过 SPSS 绘制的变量散点图，变量之间基本都呈现出正线性相关关系，初步判断各变量之间的相关程度较明显，所以进一步计算线性相关系数。



资料来源：本文自行整理

图 1. 散点图

5.3.1.2 相关系数

变量间之相关系数如表 1 所示，根据相关系数表，在显著性水平为 0.05 的前提下，自变量与因变量之间的 P 值都小于 0.05，所以自变量与旅游业收入的线性关系都是显著的，根据研究目的确定建立线性回归模型。在显著性水平为 0.05 的前提下，大部分的自变量之间都存在较强的线性相关关系，初步考虑如果将全部自变量纳入回归模型，可能会出现严重的多重共线性，因此考虑以逐步回归进行变量的选择。

表 1. 相关系数表

		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
X ₁	皮尔森 (Pearson) 相关	1				
	显著性 (双尾)					
	N	6				
X ₂	皮尔森 (Pearson) 相关	.939**	1			
	显著性 (双尾)	.005				
	N	6	6			
X ₃	皮尔森 (Pearson) 相关	.968**	.928**	1		
	显著性 (双尾)	.002	.008			
	N	6	6	6		
X ₄	皮尔森 (Pearson) 相关	.921**	.976**	.925**	1	
	显著性 (双尾)	.009	.001	.008		
	N	6	6	6	6	
Y	皮尔森 (Pearson) 相关	.953**	.947**	.987**	.968**	1
	显著性 (双尾)	.003	.004	.000	.002	
	N	6	6	6	6	6

资料来源：本文自行整理

** 相关性在 0.01 层上显著 (双尾)。

5.3.2 线性回归

5.3.2.1 模型拟合优度解释

由表 2 模型摘要可以得到模型调整后的判定系数 $R^2=0.998$ ，即上海市旅游业收入取值的变差中，约有 99.8% 可以由该线性回归方程解释，解释力度较大，说明方程拟合效果较好。

表 2. 模型摘要

模型	R	R 平方	调整后 R 平方	标准偏斜度错误
1	1.000 ^a	1.000	.998	34.8733

资料来源：本文自行整理

^a 预测值：(常数)、X₄、X₁、X₃、X₂

5.3.2.2 F 检验

由表 3 的变异数分析中，F 检验统计量的 $P < 0.05$ ，拒绝原假设，认为方程线性关系显著。

表 3. 变异数分析^a

模型	平方和	df	平均值平方	F	显著性
1 回归	2,966,230.097	4	741,557.524	609.761	.030 ^b
残差	1,216.144	1	1,216.144		
总计	2,967,446.241	5			

资料来源：本文自行整理

^a 应变数：Y；^b 预测值：(常数)、X₄、X₁、X₃、X₂

5.3.2.3 回归系数检验

根据系数结果表 4，可以写出回归方程：

$$Y = 2.616 - 1.389X_1 - 0.818X_2 + 0.008X_3 + 2.722X_4$$

对于 X_1 的回归系数-1.389，其 t 检验统计量的 P 值 $0.470 > 0.05$ ，接受原假设，认为 X_1 展映影片数量对上海市旅游业收入没有产生显著影响；对于 X_2 的回归系数-0.818，其 t 检验统计量的 P 值 $0.236 > 0.05$ ，接受原假设，认为 X_2 放映场次对上海市旅游业收入没有产生显著影响；对于 X_3 的回归系数 0.008，其 t 检验统计量的 P 值 $0.072 > 0.05$ ，接受原假设，认为 X_3 观众人数对上海市旅游业收入没有产生显著影响；对于 X_4 的回归系数 2.722，其 t 检验统计量的 P 值 $0.099 > 0.05$ ，接受原假设，认为 X_4 社会消费品零售总额对上海市旅游业收入没有产生显著影响。

表 4. 系数^a

模型	非标准化系数		标准化系数		T	显著性
	B	标准错误	Beta			
1 (常数)	2.616	230.616			.011	.993
X1	-1.389	1.264	-.100		-1.099	.470
X2	-.818	.318	-.276		-2.571	.236
X3	.008	.001	.759		8.776	.072
X4	2.722	.427	.628		6.380	.099

资料来源：本文自行整理

^a 应变数：Y

5.3.2.4 残差分析

表 5 显示通过对模型自相关的 DW 检验可得 DW 值=3.248，粗略可以得到该值靠近 2，自相关问题不大；表 6 系数显示 VIF 大于 10，存在严重的多重共线性。

表 5. 模型摘要^b

模型	R	R 平方	调整后 R 平方	标准偏斜度错误	Durbin-Watson
1	1.000 ^a	1.000	.998	34.87326	3.248

资料来源：本文自行整理

^a 预测值：(常数)、 X_4 、 X_1 、 X_3 、 X_2 ；^b 应变数：Y

表 6. 系数^a

模型	非标准化系数		标准化系数		T	显著性	共线性统计资料	
	B	标准错误	Beta				允差	VIF
1 (常数)	2.616	230.616			.011	.993		
X1	-1.389	1.264	-.100		-1.099	.470	.049	20.290
X2	-.818	.318	-.276		-2.571	.236	.036	28.059
X3	.008	.001	.759		8.776	.072	.055	18.236
X4	2.722	.427	.628		6.380	.099	.042	23.610

资料来源：本文自行整理

^a 应变数：Y

5.3.2.5 逐步回归

逐步回归后，系统给出了两个模型，从第二模型中可以看到系统保留了观众人数和社会消费品零售总额两个变量且 $R^2 = 0.991$ ，F 值=276.392。由此可以得到新的回归方程：

$$Y = -280.302 + 0.006X_3 + 1.665X_4$$

对于 X_3 的回归系数 0.006，其 t 检验统计量的 P 值 $0.011 < 0.05$ ，拒绝原假设，认为 X_3 观众数量对上海市旅游业收入产生显著影响；对于 X_4 的回归系数 1.665，其 t 检验统计量的 P 值 $0.041 < 0.05$ ，拒绝原假设，认为 X_4 社会消费品零售总额对上海市旅游业收入产生显著影响。

表 7. 系数^a

模型	非标准化系数		标准化系数		共线性统计资料		
	B	标准错误	Beta	T	显著性	允差	VIF
1 (常数)	-70.602	323.661		-.218	.838		
X ₃	.010	.001	.987	12.094	.000	1.000	1.000
2 (常数)	-280.302	179.025		-1.566	.215		
X ₃	.006	.001	.631	5.648	.011	.144	6.946
X ₄	1.665	.485	.384	3.434	.041	.144	6.946

资料来源：本文自行整理

^a 应变数：Y

5.4 实证结果分析

从最后的回归结果看，上海国际电影节中观众人数 (X_3) 与社会消费品零售总额 (X_4) 通过了显著性检验，说明两者是影响旅游业发展的重要因素。模型的修正拟合优度 $R^2 = 0.991$ ，说明上海电影节的观众人数 (X_3) 及社会消费品零售总额 (X_4) 对旅游业的收入解释程度为 99.1%。其中观众人数 (X_3) 与旅游业收入的相关系数为 0.006，说明观众人数每增加 1 人，上海市旅游业收入将增加 0.006 亿元。

6. 对策建议

6.1 上海国际电影节的经验启示

本文通过对上海国际电影节对城市发展的影响进行实证分析，结果显示电影节对城市旅游业的发展有显著促进作用，因此可据以推断金鸡百花电影节落户厦门，对厦门市旅游业的发展也会产生促进作用；对于以旅游城市著称的厦门来说，金鸡百花电影节的落户会为厦门的会展业、旅游业都带来新的生机。电影节的举办期间可以为厦门吸引大量的游客，带动交通、住宿、餐饮、通信等众多部门的协作能力，从而提高厦门的软实力；除此之外，还会提高厦门的城市知名度，为厦门城市形象的塑造起到了很重要的宣传功效。

6.2 对厦门影视会展发展的对策建议

6.2.1 构建国际知名的影视节展中心

着眼于提升金鸡百花电影节的品牌影响力，培植具有国际知名度和影响力的影

视节展品牌，让厦门力争成为上海、香港、台北两岸三地三大知名电影节的主要分会场，快速集聚各类影视产业的资源，成为全球知名的影视节展中心。

6.2.2 打造城市文化品牌，提升文化内涵

通过金鸡百花电影节的举办，培育厦门特色文化品牌，加强对外文化交流合作，提高文化的传播能力和影响力，进一步提升厦门国际化水平和全球知名度。在电影节举办期间，充分展现厦门优美的人文环境，提升厦门的知名度和美誉度，增强市民对厦门的认同感、责任感和归属感，增进国际社会对厦门的了解和认同。

6.2.3 进一步加强会展与产业的融合发展

金鸡百花电影节长期落户厦门，并获得未来五届十年的举办权，为厦门节事活动发展带来新的契机，因此要抓紧机遇，“以影兴城，以节促产”，打造“文化+旅游+影视”产业聚集带，促进会展业、影视产业、旅游业的融合发展，更好地服务企业，振兴实体经济。

以电影节为表，旅游为里，文化为魂，开发影视节展旅游产品。借助金鸡百花电影节的成功举办，创造性地使用城市空间，开发海上明星大道、海滩电影展映、海滨电影人影迷见面会等活动；除此之外，还可以开发小型影视主题乐园，筹划全国性或国际性电影博览交易会、影视展等活动。

6.2.4 加强会展专业人才的引进和培育

大力引进高端会展策划创意人才、营销推广人才和组织运营管理人才，全面提升展览从业人员的整体素质和水平（步会敏，2020）；鼓励高校开办会展专业教育，争取引进世界一流会展院校合作办学，成立会展研究院，培养适应展览业发展的技能型、应用型以及复合型人才；与国际专业会展机构合作，扩大与一线城市会展专业人士的交流合作，推进国际展览人才的培训工作。

7. 结论

金鸡百花电影节长期落户厦门，对厦门来说是机遇也是挑战，厦门这个以文艺清新著称的旅游城市，近年来更是成为了众多电影、电视剧的影视基地，因此要紧抓这个机遇，充分发挥会展活动的黏合、催化的作用，推动会展业与重点产业融合，为产业强链、补链、扩链。将厦门市会展业的发展方向由“会展产业”向“产业会展”转变。进一步明确厦门影视产业的发展理念、定位和方向，确定发展重点和目标，优化空间布局，创新政策举措，加速产业升级，推动招商引资，更好的将影视节展与旅游业相结合，推动影视产业、会展产业、旅游业高质量发展，将厦门打造成国际知名的“中国会展典范城市”以及“中国会展名城”（赵铭，2016），塑造城市国际化新名片。

参考文献

1. 甄明霞、欧阳斌（2001）。会展经济—城市经济的助推器。南方经济，7，42-44。
2. 余向平（2006）。会展业的产业带动效应及其经济学分析。商业研究，18，173-176。
3. 尹伯成（2013）。西方经济学（简明教程）。上海：上海人民出版社。
4. 范建华、郑宇、杜海梅（2018）。中国节庆文化与节庆文化产业。昆明：云南大学出版社。

5. 卢晓 (2016)。节事活动策划与管理。上海：上海人民出版社。
6. 厦门市人民政府，十三五规划报告。
7. 厦门市会展协会 (2019)。2019 年度厦门市会议展览业发展报告。
8. 华钢、楼嘉军 (2009)。基于逐步回归法探讨城市会展业对旅游业的影响-以上海浦东新区为例。华东经济管理，23(12)，4-8。
9. 步会敏 (2020)。厦门市文化旅游会展业提质增效的对策研究。老字号品牌营销，8，24-26。
10. 赵铭 (2016)。走出去 引进来 厦门市会展局将向全球征集会展营销合作机构。中国会展 (中国会议)，10，88-89。

收稿时间：2020-10-11
责任编辑、校对：彭彬悦、赵子辰