

中德会展中心城市比较分析

—— 以上海、慕尼黑和法兰克福为例^{*}

乔小燕 胡 平

(华东师范大学商学院 200241)

内容摘要: 随着上海世博会的召开,上海的会展业进入了一个迅猛发展的时期。上海的目标是要打造世界著名会展中心城市,深入而全面地分析城市会展业的发展状况,有助于上海早日实现这一目标。本文运用专家咨询和 AHP方法形成一套会展业发展影响因素的指标体系,包括会展核心体系、会展支撑系统以及城市宏观环境。本文以德国的两个著名会展中心城市慕尼黑、法兰克福作为比较对象,重点分析上海与国际著名会展城市在会展业现状、配套设施以及城市环境等方面的差距及其原因,最后结合上海自身特点总结两个城市对上海的启迪并提出建议。

关键词: 会展 上海 慕尼黑 法兰克福 比较分析

中图分类号: F719 **文献标识码:** A **文章编号:** 1005-1309(2010)10-0091-007

一、引言

德国是世界第一会展强国,每年举办约 150 个大型国际展。世界上有三分之二最重要的展览会在德国举办,世界十大展览公司中德国就占据五个。目前,德国已形成柏林、法兰克福、杜塞尔多夫、汉诺威、莱比锡、慕尼黑、科隆、纽伦堡等一系列重要的会展中心城市。自 1948 年起,法兰克福便一直是德国乃至全球展览业业绩最佳的城市之一,2007 年销售额位居世界第二,带动经济增长 230 亿欧元,成为提升法兰克福城市竞争力的重要砝码。慕尼黑一直是德国六大展览城市和世界十大展览城市之一,其中最主要的一个标准是展览会的质量。

近年来,我国会展业迅猛发展,而上海会展业则以跃居全国会展城市之冠的态势吸引了人们的眼光。21 世纪以来,上海会展业进入了高速发展时期,逐渐成为“亚洲会展之都”。如今,无论是国家级的“上博会”、“华交会”,还是国际服装节、电影电视节、旅游节、文化艺术节等都展现了上海会展业的实力,凸显了上海国际大都市的风貌。本文深入分析上海市会展业的发展状况,将其与慕尼黑、法兰克福作对比并找出其中的差距,这对打造世界级展览城市具有理论意义和实践意义。

二、文献综述

随着中国会展业的迅猛发展,国内学者对中外会展的对比研究也如雨后春笋般出现。宋伟良

收稿日期: 2010-08-10

^{*} 基金项目:上海市哲学社会科学规划课题《上海与国际会展中心城市的比较研究》(2008BCK003);上海市教育委员会科研创新重点项目《上海会展业国际竞争力研究》。

(2004)总结了国外会展业发展的成功经验,指出了我国会展业发展存在的问题和差距,并且提出了我国会展业发展的对策思路;黄恺,徐一帆(2005)、李志华(2007)、杨群(2007)、张燕(2008)、李智玲(2009)将中国与德国的会展业进行了粗略的对比,描述性分析了德国会展业的情况、经验及发展趋势等,并对中国会展业的发展提出了相应的建议;朱海森(2004)从产业布局的角度研究会展业,以德国和香港会展业布局的经验为例,在宏观和微观两个层面分析了会展业布局的条件和要求;王起静(2004)以德、法两国为例,从“政府角色不同,行业协会角色不同”方面对比中外会展管理模式,并为我国会展管理体制提供依据。但是以上研究或粗略对比两国的会展情况,或从某一个特定角度对比两国会展业异同,分析比较笼统,缺少实际的数据分析,缺乏说服力。叶明海,王巍巍(2010)从展览公司和展览场馆以及展览会发展方面,对比分析了2002~2007年间法兰克福与上海展览业发展情况,文章中运用了数据分析,与之前的定性分析相比更具有说服力,并且这篇文章也开创了国内就两个国际城市的会展业进行具体定量对比研究的先例。本文选取上海、法兰克福、慕尼黑三个城市的展览业作为研究对象,通过各项具体指标数据,对比分析上海展览业与国际展览城市之间的差距,有的放矢,这将对上海打造世界级会展中心城市具有重要的意义。

三、评价指标的确立

(一) 指标筛选和评价指标建立

本文采用胡平教授的课题《上海与国际会展中心城市的比较研究》中建立的指标。在此项课题研究中,城市会展业指标体系由23位业内专家通过群决策,运用AHP方法选择、筛选、修改指标,然后根据各个专家判断矩阵加权几何平均而形成。具体过程如下:确定系统的决策目标,搜集信息;建立层级结构,系统分级;通过矩阵方法确定各层级元素相关度;计算各级元素对系统目标的权重,以确定重要程度;根据分析计算结果,考虑相应的决策。这个指标体系主要包括三级指标:一级指标是会展业核心系统、会展业支持系统、会展业宏观环境系统,每个一级指标下面又包含了众多的二级指标和三级指标(详见表1、表2、表3)。文章重点分析会展业核心系统和会展业支持系统,对于会展业宏观环境系统则只做简要概括。本指标体系建立过程严谨、内容全面、方法科学,为各大城市间会展业竞争力研究与比较提供了参照标准与评价体系。鉴于此,本文根据慕尼黑、法兰克福与上海的会展业发展情况以及数据最终的可获得性从中选取部分指标来进行分析。

(二) 数据采集和比较结构分析

本文首先根据近年(2006~2008年)相关统计数据从指标体系的三个一级指标的层面对慕尼黑、法兰克福和上海会展业现状进行概述,然后在此基础上对各项指标进行比较和分析,总结各个城市的发展特点,找出上海会展业发展的差距并对差距产生的可能性原因进行分析,最后结合前面的分析总结出对上海会展业发展的启迪和建议。

四、上海与慕尼黑、法兰克福会展业对比分析

(一) 会展业核心系统的比较

德国是头号会展强国,有着一流的硬件设施。下面从展览场馆、展览会和会展企业三个方面进行比较分析上海与慕尼黑、法兰克福的会展业核心系统,如表1(见第93页)

1. 展览场馆。展馆是展览最重要的基础设施,也是展览业活动的舞台。表1显示,上海的展馆总面积仅比慕尼黑少20%,比法兰克福少14%,可见上海展览场馆的面积正逐步接近世界级会展中心城市的水平。在德国,有足够的展馆面积、合理的展馆结构,交通便利,通讯方便,同时辅以高科技手段,如展台有通气、通电、通水、通宽带,从而帮助参展商取得最好的展示效果。以慕尼黑博

表 1 慕尼黑、法兰克福与上海会展业核心体系指标比较

指标		解释	慕尼黑	法兰克福	上海
展览场馆	展览场馆的面积	主要场馆总面积 (万 m ²)	44	41	35.24
展览产品	展览面积	境外净租用面积比例	31.64	51.26	27.81
	参展商数量	境外参展商比例	49.40	59.90	24.80
	观众数量	境外观众比例	32.34	35	6.4
会展企业	专业会展公司数量	个数	178	178	74
	专业会展公司规模	人数	3121	3121	3700
	会展从业人员数量	从业人员总数 (万人)	2	2	3
	品牌展览会的数量和规模	通过 UFI 认证的办展数量	19	15	17

注：部分数据为 2006~2008 年平均值。
资料来源：法兰克福官方网站、中德会展网、李志华：德国会展业给我国会展业的启迪、邓永成：试论国际会展中心的形成基础、UFI 官方网站、上海会展行业协会官网、《中国会展经济发展报告 2009》、《上海会展业发展报告 2007》等。

览会为例，展厅没有柱子；整个会场可以自由分开使用；所有展区的使用价值均等；整个大厅内人们可以找到自己要看的展台；配备优良的观众导看系统；预留充分的展品传送周转区；在场地东西两个入口处都有地铁、高速公路联结，共 113 万个停车泊位；场地设有供参展商和观众体息的绿地。德国的博览会都配备了会议中心，服务设施先进齐备。虽然上海的展览场馆面积正逐步扩大，但是展览场馆的管理水平、运营能力及配套设施还亟需跟进。

2 展览产品。展览业的国际化水平体现在展览会的境外净租用面积比例、境外参展商比例和境外观众比例这三个指标上，比例越高，则国际化程度越高。上海的境外净租用面积比例分别比慕尼黑和法兰克福少 12%、46%，境外参展商比例分别比慕尼黑和法兰克福少 50%、59%，境外观众比例分别比慕尼黑和法兰克福少 80%、99%，这说明上海会展业的国际化程度较低，同时也折射出了上海城市本身的国际化程度不高。

3 会展企业。会展企业的发展情况是城市会展业发展水平的重要指标，从会展企业的人员、规模和数量也可预测整个城市会展业发展的前景。表 1 中显示，上海的专业会展公司数量还不及慕尼黑、法兰克福的二分之一，其中真正具备经营和竞争实力的更是寥寥无几，上海缺乏具有世界影响力的国际大型会展企业。此外，上海乃至中国的会展企业起步较晚，普遍缺乏服务意识，经营理念有待升级，而这些正是承办国际展会所必须具备的“软实力”。然而值得庆幸的是，上海专业会展公司的规模及其会展从业人员的数量却大于慕尼黑与法兰克福，上海通过 UFI 认证的品牌展会数目接近于慕尼黑和法兰克福，这是均是上海会展业发展的优势。总之，上海应多向德国学习，引入成熟的管理模式和运营方法，加快本土会展企业的发展壮大。

综上所述，上海在会展业核心系统方面同世界级会展中心城市还存在着较大的差距。场馆的容纳能力、展会的国际化程度以及会展企业的综合实力都有待提高。造成这方面差距的原因是上海的会展业发展尚处于初级阶段。

(二)会展业支持系统的比较

会展业支持系统包括教育培训、酒店接待、城市交通和行业管理四个方面，如表 2(见第 94 页)：

1 教育培训。任何产业的发展必须有高素质的人力资源作支撑，严格、系统的人才培训为展览业的健康发展奠定了坚实的智力基础，这也是发达国家在展览业的竞争中始终占有绝对优势的重要原因。表 2 中显示上海会展领域的本专科教育机构数量较多，甚至为慕尼黑和法兰克福数量的

表 2 慕尼黑、法兰克福与上海会展业支持体系指标比较

指标		解释	慕尼黑	法兰克福	上海
教育培训	会展教育及研究机构的数量和质量	本专科教育	5	5	9
	会展专业培训机构的数量和质量	从事会展职业培训的机构数量	45	45	32
酒店接待	当地酒店与客房数量	客房数(万间)	4. 20	6. 08	5. 89
	当地酒店平均房价	五星级酒店平均房价(美元/间)	490. 9	459. 8	192
	当地餐饮设施数量	餐厅数量	1752	1037	32000
城市交通	城市内交通设施	年城市航空客运量(万人次)	3311. 0	5335. 7	2494. 3
	20800000	城市间交通便利程度	机场客运量(年人次)	28619427	52219412
行业管理	当地政府对展览行业的资金投入和扶持政策,展览的行业标准的制定及当地行业协会的评估、协调和中介作用				

注:部分数值为 2006~2008 年平均值。
资料来源:法兰克福官方网站、中国贸促会网站、上海统计网、《上海经济发展报告 2008》、《上海会展业发展报告 2007》、《上海会展业发展报告 2008》等。

两倍,上海不少著名院校、研究机构都先后开展了相关的课程及研究。然而,上海从事会展职业培训的机构数量却明显少于慕尼黑和法兰克福。这说明上海的会展业教育尚处于以理论教育为主的阶段,专业技能人才的培养体系尚不完善。全方位管理人才的相对缺乏已经普遍成为困扰上海会展业进一步发展提升的“瓶颈”,在日趋严峻的全球化竞争环境中形成了“软肋”。相比较而言,德国的大专院校都设有展览专业,系统地向学员讲授展览理论知识,更有一些行业组织积极参与到会展人才的培养中来。德国的 AUMA 等建立创造了一套系统完整的专业人才培养计划和内容。上海可以结合自身的实际情况借鉴德国的会展教育模式,为会展业的发展提供高素质的人才。

2 酒店接待。完善的住宿及餐饮接待设施是一个城市会展业发展的有力支撑条件。表 2 显示,上海的酒店客房数量和餐饮设施数量要大于慕尼黑与法兰克福,上海的五星级酒店平均房价还分别不及慕尼黑、法兰克福的二分之一,这些均是上海会展业发展的优势。然而在酒店接待这方面,上海的硬件设施虽然具备了,但“软实力”尚待提高。目前上海的酒店接待设施仅是数量充足,价格优惠,但是服务水平与慕尼黑、法兰克福这样的顶级会展中心城市相差甚远,这与我国酒店业发展所处的阶段有着密切的关系。

3 城市交通。良好的交通运输环境是会展活动顺利进行的基本条件之一。由表 2 可以看出,上海的年航空客运量及机场客运量与慕尼黑、法兰克福的相比有较大差距,可见上海的航空运输业欠发达。这主要有两方面的原因:一是慕尼黑和法兰克福的经济发达程度较高,二是德国的这两个城市地理位置优越,地处欧洲大陆,周边国家较多,国与国之间距离较短,跨国旅行非常方便。这些均表明上海的国际化程度较低,这不利于上海成功承办国际大型会议展览、拓展海外会展市场。

4 行业管理。行业管理的主体包括政府机构和行业协会两个方面。在德国会展业的发展过程中,政府扮演着重要的角色。例如德国政府授权 AUMA 作为权威的协调管理机构,对德国每年举办的国内外展会进行组织和协调。政府作为主要投资者大力支持会展场馆的建设,但是展馆一旦建成之后便委托会展公司经营,政府只作为展馆的所有者存在。政府会展主管机构对会展业实施行政管理,而会展协会则是以企业代表的身份,以企业为主体实行自我服务与自律,这是德国会展行业管理的模式。而上海的政府会展管理机构还是以微观管理为主。上海已出台国内会展业的第一个地方性法规,还应进一步完善上海的会展业地方法规,如加强会展相关知识产权保护问题这方

面的立法和规范。上海市会展行业协会已成立,但其发挥的作用还相当有限,影响力微弱。

从表 2可以看出,上海的会展教育培训水平远远落后于德国,这一落差制约了上海会展业的大力发展。虽然上海在酒店接待设施的数量和价格方面占据优势,但是服务质量却与一流的会展城市相差很大。上海的国际交通便利度较差在某种程度上限制了上海开拓国外会展市场,承办国际大型会议。近年来,上海在会展行业管理方面略有起色,但是依然差距很大。

(三)会展业宏观环境系统的比较

城市宏观环境会直接影响会展业的发展,良好的城市环境能为会展业的发展打下坚实的基础。纵观世界上一流的会展城市无一不拥有一流的城市环境。本文从城市的政治环境、经济环境、科技环境、社会环境、自然环境的方面来比较分析三个城市的会展业宏观环境系统,如表 3:

表 3 慕尼黑、法兰克福与上海城市宏观环境系统指标比较

指标		解释	慕尼黑	法兰克福	上海
政治环境	当地城市犯罪率	每万人犯罪发生件数	778	1737	253
	城市三年内恐怖袭击数量		0	0	0
经济环境	城市人均 GDP水准	人均 GDP指数	0. 645	0. 644	0. 106
	城市外贸进出口总额	年外贸进出口总金额(亿美元)	4042. 39	4042. 39	2274. 89
	城市拥有的金融机构及其服务	金融服务业指数	0. 398	0. 713	0. 505
	城市拥有的跨国公司数量	城市跨国公司数量	20	20	5
科技环境	城市拥有的专利数	国际认可专的专利数	1078	6088	3357
	R&D经费占 GDP比重	近年平均值	4. 1	2. 8	2. 48
社会环境	城市人口数量	城市人口总量	133. 7	66. 1	1359. 2
	城市人口受教育程度	高等学历比例	27	25. 2	18. 1
自然环境	城市所在区位	社会区位指数	125	125	64
	城市气候	年平均气温与理想气温偏离度数(逆指标)	11. 8	10. 4	2. 5
	城市空气质量	总悬浮粒子(微克)逆指标	22	22	81
	人均拥有绿地的面积(平方米/人)	人均拥有公园绿地的面积	53. 73	40	40

注:部分数值为 2006—2008年平均值。
资料来源:法兰克福官网、欧盟委员会官网、上海统计网、KCA官网、上海知识产权局官网、国际知识产权官网、国家统计局官网、国际统计年鉴、驻德国经商办事处等。

由表 3可以看出,上海的政治环境、科技环境已经接近世界级会展中心城市的水平,然而经济环境却还不足以为会展业的发展提供坚实的后盾,加快经济发展仍是上海的重中之重。与慕尼黑、法兰克福相比,上海的地理位置及空气质量成为了制约会展业发展的劣势。除此之外,上海还要继续推进教育改革,加大城市人口的受教育程度,提高市民的整体素质,为会展业的发展注入新鲜的人才血液。

五、研究结果对上海的启示

研究德国的慕尼黑、法兰克福两个会展中心城市的会展业发展,对比上海会展业存在的差距,

正是为了更好地促进上海会展业的发展。通过以上研究分析,对上海会展业的发展提出以下建议:

(一) 扩大展馆的规模,提高其经营管理水平

上海展览场馆总面积较大,但是单个展馆的面积较小,而且经营管理水平较低。像德国这样的展览大国,仅 2007 年一年,在展览馆的投入就将近 4 亿欧元,其中大部分资金主要用于旧场馆的扩建和翻修。而上海在目前供不应求的情势下,更应将对场馆投资的重点放在扩建和基础设施的改善上,同时也要注意新建展馆的布局规划,增强各大展馆联合办展的能力,以吸引更多的大型国际展览会入驻。同时,上海要提高展馆的经营管理水平,拓展场馆的功能,提高整体服务质量。

(二) 设立统一的展览管理机构,充分发挥行业协会的作用

目前上海的展览活动大多由政府或半官方机构主导,从而出现了各部门多头管理,市场秩序混乱,会展市场化程度低。在这方面,上海应借鉴德国的成功经验,政府应由微观管理转为宏观管理,建立统一权威性的展览管理机构,制定会展市场的准入机制和主办主体的资质条件,规范会展业的发展。此外,上海会展行业协会除了应着力于通过制定行业规范、监督会展市场、加强信息交流、培养会展专业人才等措施来维护上海会展市场的公正和透明外,还应加强信息调研和信息传播,增加举办展会的透明度和可信度,定期对展会进行评估,发布具有较高诚信度的展会品牌。

(三) 努力提高会展业发展的“软实力”

通过文中的比较分析发现,上海会展业的硬件设施基本完善,但是“软实力”与世界级会展中心城市相比还有很大的差距。会展服务水平的提升是增强“软实力”一个重要方面,上海会展业需要设立相关的服务商、法律咨询机构、专业观众检录系统,做好相关设施的配套工作,使得参会人员能够享受到方便快捷的会展服务。此外,加强对会展人才的培训也是提升“软实力”的关键。上海可以选择性地借鉴德国的会展教育模式,办学院校少而精悍,培养定位明确,产学研密切结合,并且要加大实习分量、优化实习效果、促进产学结合。

(四) 制定品牌化战略,鼓励会展企业走出去

目前,上海十分缺乏具有国际竞争力的大型会议服务和展览公司,一些操作较规范、规模较大企业的市场化程度也不高。上海的会展企业要树立牢固的品牌观念,认识到只有走品牌化的发展道路才是中国会展业快速发展的唯一途径。只有树立了这样的品牌观,才会从场馆的设计、主题的立项、展会的规划、展览的组织与管理等方面来实施会展业品牌化发展。另一方面会展企业应积极加入国际性的会展组织,通过这些途径实现会展服务与国际接轨。□

参考文献:

1. 叶明海,王巍巍.法兰克福与上海展览业对比分析[J].经济论坛,2010(02):133—137.
2. 宋伟良.中外会展业发展比较[J].商业时代,2004(35):65—66.
3. 黄恺,徐一帆.德国会展业分析及其对入世后中国会展业的借鉴[J].世界贸易组织动态与研究,2005(07):19—25.
4. 李志华.德国会展业给我国会展业的启迪[J].北方经贸,2007(02):41—43.
5. 杨群.德国发展会展业的经验启示[J].特区经济,2007(12):100—101.
6. 张燕.德国会展业发展对中国的启示[J].全国商情(经济理论研究),2008(01):25—26.
7. 李智玲.德国会展业发展的新趋势及启示[J].城市问题,2009(05):87—90.
8. 朱海森.海外会展业空间布局的研究及启示——以德国、香港为例[J].人文地理,2004(05):93—96.
9. 王起静.中外对比:会展管理凸现“三岔口”[N].中国经营报,2004—04—26.

The Comparative Analysis of the Exhibition Center between China and Germany

with Shanghai, Munich and Frankfurt as Examples

Qiao Xiaoyan Hu Ping

Abstract: With the advent of Expo in Shanghai, Shanghai's exhibition industry has entered a period of rapid development. Shanghai's goal is to be the world-famous city as Exhibition Centre. In-depth and comprehensive analysis of urban development of exhibition industry can help to build a world-class exhibition city. Firstly, an index system was established in this paper by the method of expert consultation and AHP, including Exhibition Core System, Support System and Urban Macro-environment, all of which exert important significance on Exhibition Industry. Secondly, based on the related data, we found the differences existing in comparisons of Shanghai, Munich and Frankfurt distinguished international city characterized by Exhibition, such as current situations, stupidities and the environment. Further, the causes were analyzed in this paper, covering its own development conditions as well as historical, geographical, economic and social factors. Lastly, for the part of Shanghai's Exhibition Industry, our research provides information concerning the solutions to the problems.

Keywords: Exhibition; Shanghai; Munich; Frankfurt; Comparative Analysis