
上海提升国际会展之都能级研究

郑鑫

同济大学

摘要：上海应深化制度改革、推动机制创新。政府要从办会展向管会展转变，从项目扶助向环境营造转变，营造市场机制更加成熟的产业发展环境，构建多种产业联动的生态体系。要牢牢抓住举办进博会机遇，充分挖掘品牌潜力、发挥溢出带动效应，进一步提升上海国际会展之都能级，将会展业真正打造成上海高水平对外开放的窗口。

关键词：会展业；国际会展之都；能级指标

作者简介：郑鑫，管理学博士，同济大学经济与管理学院副教授。

一、全球会展业发展现状及趋势

会展业作为现代服务业的重要组成部分，以其高效率的物流、客流、资金流和信息流聚合能力，强劲的关联产业发展带动作用，以及对城市品牌形象的显著促进作用，推动产业结构转型升级，被誉为世界三大“无烟产业”之一，也是新时代上海推进高水平对外开放的重点产业。

（一）全球会展业发展现状及总体特征

当前，会展活动和会展业在全球范围内呈现全方位、多元化和高增长的发展格局。会展经济发展与经济发展水平有着密切关系，由于各国经济总体规模和发展水平不一，世界会展发展呈现不平衡的状况。全球会展产业总体具有以下 3 个特征：

1. 会展内容越来越专业化

专业性是衡量会展价值效果的重要因素，专业展览会是行业整体状况的集中反映。明确的展览主题和市场定位使得会展对参展商或与会者有足够的吸引力，因此专业化是会展行业发展的必然趋势。

2. 会展公司国际化和集团化发展

会展在资金、人力资源、技术力量等方面都需要很大的投入。会展公司集团化发展有利于集聚资源，并在全球化浪潮中走向国际。随着会展市场竞争的日益加剧，众多小规模会展公司将逐渐被有实力的公司兼并或收购。

3. 会展形式数字化、多元化

技术进步是产业结构转型升级的推动因素之一，会展业正向数字化、多元化方向发展。人工智能、数字技术对会展行业的引领带动作用日益凸显。以全球领先的会展主办机构励展博览集团为例，其大中华区快速洞悉客户需求，及时推出在线研讨会、在线展会、在线配对会议等多种形式的活动，为供需双方提供实时资讯和对接服务。

(二) 会展业全球分布和展馆布局现状及趋势

1. 现状

场馆容量是衡量会展行业市场规模的重要因素。根据全球展览业协会(UFI)“展览场馆世界地图”统计数据,2022年初全球共有1358个展览场馆,场馆总面积为4060万平方米。受中国会展需求推动,亚太地区(占全球32%)场馆数量激增,该地区可用场馆面积超过北美地区(占全球20%)。欧洲仍以39%的全球市场份额保持其可用场馆面积全球领先地位。同时,全球60%场馆的室内容量在5000~20000平方米之间。展馆面积排名前5位的国家(中国、美国、德国、意大利和法国)占全球室内展馆总面积的60%以上。

欧洲是世界会展业的发源地,经过150多年的发展,欧洲会展经济在国际上规模最大、整体实力最强。德国、意大利、法国、英国已成为世界级的会展业大国。亚洲会展业的规模和水平仅次于欧洲。新加坡和中国香港地区有较高的国际开放度和有利的区位优势,其会展业相当发达。日本是世界会展强国,也是会展大国。美洲的会展业虽然起步较晚,但发展很快,目前美国会展数量和会展业直接收入均居世界前列。

2. 趋势

近年来,发展中国家尤其是亚太地区在国际会展业中的地位显著提高。在国际会展市场上,欧美国家所占份额从过去的80%下降至60%。未来全球组展商格局大体稳定,欧洲依旧保持强劲,亚洲潜能巨大,美洲稳步前进。作为会展新兴大国,中国展商拥有后发优势,将带动亚洲成为全球会展业大格局中不容小觑的力量,全球会展业布局呈现百花齐放、多元合作的新态势。

二、 上海建设国际会展之都的现状与发展瓶颈

(一) 现状

作为现代新兴服务业,国内会展业逐渐成为我国经济社会发展的重要动力之一,呈现金字塔式发展格局,东部地区领先,以北京、上海、广州为代表的三大会展经济产业带优势明显。上海作为我国会展产业最发达的城市,在“十三五”期间实现场馆展能世界第1位、展览规模和数量位居世界前列,成功举办5届进博会,稳步推进会展业立法,高效赋能城市发展。一是从展馆布局看,上海室内可供展览面积达1万平方米以上的专业展馆共8座,面积最大的国家会展中心(上海)室内展览面积超40万平方米。二是从会展品牌规模看,上海已孕育一批以进博会、上海车展为代表,颇具上海特色、与优势产业相结合的品牌会展。三是从展览数量看,上海举办展览数量逐年攀升,尤其是2023年上海会展业恢复性发展态势良好,复苏势头强劲。四是从人才培养看,目前上海有8所高校设立会展经济与管理专业,人才培养数量和质量全国领先。

(二) 发展瓶颈

上海会展业在发展势头良好的同时也面临挑战。从展会质量和溢出效益看,上海展能、展会规模及数量居国内领先地位,但与全球知名会展城市相比仍存在总量大、规模小,展商多、龙头少,补贴多、能级小等问题;从竞争格局看,国内其他城市正积极追赶,国际知名会展品牌与本土企业展开激烈竞争;从运营看,上海会展业资源配置和管理运作对政府相关部门的依赖程度较高。

一是数据瓶颈:尚未形成全球会展产业大数据体系。现阶段,上海亟须借助大数据明确自身在全球会展产业所处的地位。为此,上海应建立一套完善的全球会展产业对标大数据体系,实时监测全球重点城市尤其是国际会展之都的会展产业数据体系,通过对标分析明确追赶目标和超越路径。

二是技术瓶颈：新兴技术尚未在会展业中得到充分利用。上海会展服务模式创新和新技术应用仍不充分。面对突发公共卫生事件对传统线下展览模式造成的冲击，以及VR/AR、云计算、AI等新技术对线上办展的推动作用，上海创新成效显著的龙头在线会展企业和标杆效应缺失，仍须大力推进会展业创新技术应用。

三是政策瓶颈：表态性政策尚未向功能性政策过渡。上海已提出一整套推动会展产业发展的政策规划，并出台《上海市会展业条例》等法规，但这些政策偏向表态性质，功能性、实质性支撑不足。未来，上海还需有更多实质性政策支撑，政策深入赋能各参与方及会展各环节。

四是人才瓶颈：高端高能高精多层次人才供给不足。上海会展产业发展所需的高端高能高精专业人才不足，尤其是高素质会展策划及营销人才较少，不能适应上海会展产业大发展的要求。

五是模式瓶颈：线上线下一体化数字会展模式尚未成型。会展数字化催生具有新商业价值的数字会展模式，这是会展业发展的必然趋势。然而，由于不少会展主体和客户对数字会展的理解相对片面、狭隘，尚未从数字会展中获利，同时业内还没有建立数字会展的完整商业模式，其对数字会展、虚拟会展等新兴模式仍抱有不认同的态度。

六是溢出瓶颈：进博会溢出效应尚未充分显现。伦敦将会展业打造成促进英国各产业发展的纽带，形成由金融服务、创意设计、会展会务带动旅游、贸易、娱乐等多行业发展的综合配套发展模式。相较之下，进博会的溢出效应有极大的提升空间，应站在立足全球、落地全国、落实上海的更高高度和视角，制定有效对策来全面持续放大进博会溢出效应。

三、 国际会展之都能级指标体系构建及对比分析

(一) 国际会展之都能级评价指标体系构建

国际会展之都能级是对会展产业在城市经济发展中的地位和在国内外市场中竞争能力的综合衡量。具体来说，可通过产业效益、产业政策、产业基建、人力资源、创新能力、产业关联程度等方面反映产业能级的大小。国际会展之都能级水平体现城市价值和产业价值，决定城市和产业在全球竞争格局中的影响力、辐射力和集聚力。国际会展之都能级评价指标体系可从城市经济和产业经济两个层面进行分析。

1. 城市经济层面

(1) 经济发展环境：

政策支持、国际贸易、文化包容和基础设施等维度。会展产业发展受政府扶持和优惠政策影响显著。国际贸易反映城市对外经济贸易的能力。文化包容是参展商选择会展活动举办地的考虑因素。基础设施体现城市经济活动生产以及服务水平。

(2) 经济外向程度：

经济辐射和资源流动等维度。城市对外影响度是指城市对周边地区、全国乃至世界的综合影响力，具体包括经济辐射和资源流动等维度。经济辐射指标对开展览核心资源、增强区域性中心城市经济辐射能力进行考核。依托会展产业，资源能够有效流动，资源流动反映城市会展业发展水平，可作为衡量会展业发展的重要维度。

2. 产业经济层面

(1) 产业基建—基础设施与配套：场地供给、企业引进和展览投资等维度。

城市与全球各区域的行业资源流动情况直观体现该行业重要的国际地位。会展场馆为会展活动提供基础设施，用场馆总面积和数量来衡量会展场地供给整体规模。会展企业是会展活动的主体，代表会展主体规模和业绩评价。展览投资体现政府对会展行业的支持和重视。

(2) 产业政策—政策制度与流程：制度完善和流程优化等维度。

制度包括政府对行业标准的制定及对会展知识产权的保护，直接反映政府的管理水平，能够保障行业可持续发展。会展业的流程优化能够有效提升会展服务质量和响应速度，提高会展工作效率。会展制度和流程代表行业发展成熟水平。

(3) 创新能力—创新研发与数字化：产业、企业和科研等维度。

多方位的开放创新为会展行业发展提供不竭动力，象征行业生命力。会展活动的成功举办不仅依靠活动本身质量，还与相关产业的发展水平密不可分。城市的科技资本优势决定技术创新优势，主要体现在城市的科研投入资金量等方面。

(4) 人才资源—人才培养与引进。

人力资源素养和数量代表行业发展潜力。现代会展业是一个整合度和专业化程度极高的产业，涉及筹办、招展、营销、选题策划和展中的协调管理、展后联络等各个方面，对从业人员有很高的要求。

(5) 产业效益—企业展会与结构：会展企业质量、国际品牌展会等维度。

会展产业发展过程中品牌效应和国际化趋势已成为重要的评价指标，因此评价会展行业发展不能单纯考虑会展数量，还要考虑会展质量、企业质量、企业国际化程度等。可通过专业机构认证的国际品牌会展数量和会展企业数量进行衡量。

(6) 产业带动—产业关联与拉动：国际影响力、会展拉动能力、吸引境外投资能力等维度。

国际会展之都能级是指会展产业对城市经济发展的影响力和带动力，是会展产业在城市经济发展中所处国际地位和在国内市场中所拥有竞争力的综合衡量。

3. 基于两个层面的国际会展之都能级评价指标体系

定量指标主要来源于官方公布的统计数据，定性指标则由专家测评进行量化，然后对指标进行等级赋值。具体指标体系如表 1 所示。

表 1 国际会展之都能级评价指标体系构建及权重分配

一级指标	二级指标	三级指标	细分指标
		政策支持能力(0.30)	政策完善度(专项资金补助)(1)

城市经济 层面(0.26)	经济发展	国际贸易能力(0.22)	进出口总额(1)	
	环境(0.74)	文化交流能力(0.22)	国内外游客接待数(1)	
		基础设施能力(0.26)	城市交通便利程度(1)	
	经济外向 程度(0.26)	经济辐射能力(0.48)	第三产业占GDP比重(1)	
		资源流动能力(0.52)	人口流动水平(1)	
产业经济 层面(0.74)	产业基建- 基础设施与 配套(0.14)	场地供给能力(1)	展馆数量(0.19)	
			展馆总面积(0.40)	
			最大单体展馆总面积(0.41)	
	产业政策- 政策制度与 流程(0.11)	制度完善能力(0.49)	专利保护政策(1)	
			流程优化能力(0.51)	活动申报流程便利程度(1)
	创新能力- 创新研发与 数字化 -0.18	产业开放创新能力(0.34)	线上展的数量/比例(1)	
			企业开放创新能力(0.32)	区位对外开放条件(1)
			科研开放创新能力(0.34)	研发创新实力(1)
	人力资源-	专业人才培养能力(0.51)	专业培训机构数量(1)	

	人才培养与 引进(0.15)	专业人才引进能力(0.49)	专业人才国际化程度(1)
	产业效益- 企业展会与 结构(0.24)	会展企业质量 -0.29	UFI 会员(0.5)
			AMR TOP20 数量(0.5)
		国际品牌展会(0.39)	境外参展商比例(0.39)
			UFI 展会(0.30)
			世界百强商展数量(0.31)

续表

一级指标	二级指标	三级指标	细分指标
产业经济 层面(0.74)		企业引进能力(0.32)	国际展览面积占比(1)
	产业带动- 产业关联与 拉动(0.18)	国际影响力(0.31)	国际重大会议数(1)
		会展拉动能力(0.34)	会展拉动效应(1)
		城市吸引境外投资能力(0.35)	外商投资总额(1)

注：指标体系权重的确定主要采用德尔菲法，即以专家经验判断为依据对各项指标进行打分，然后运用主成分分析法确定各项指标的权重。

(二) 国内外会展中心城市经验借鉴和上海的对标分析

1. 国外会展中心城市经验借鉴

(1) 汉诺威。

会展业资源高效配置，拥有全球最大的会展场馆汉诺威展览中心，城市交通便捷。每年举办多个专业展览会，几乎涵盖所有工业产品领域和服务行业。会展产业链功能完备、规模化产业化运作，基本形成功能完备、核心突出、配套齐全的会展产业体系。

(2) 法兰克福。

场地供给能力强，最具代表性的是国际顶级会展场馆法兰克福展览中心，是集会议、展览和住宿于一体的国际顶级会展场馆。国际品牌展会多，每年举办具有世界影响力的展览会，其中 13 个为全球最大的消费品、纺织品、服务等行业的贸易博览会，全年参展商达 5 万家，其中 80% 是世界知名厂商。

(3) 巴黎。

地理位置优越，配套设施成熟。巴黎在酒店容量方面列世界第 1 位；同时，具备良好的全球客运和货运交通网络，与法国和欧洲大城市的飞行距离不到 3 个小时。展会专业化程度较高。目前，巴黎有 15 个 UFI 成员，每年举办 1600 多项活动，其中 400 多个贸易展览向公众开放。会展支持系统较完善，设有行业管理组织。法国展览协会、巴黎工商会等行业协会开展多种形式的工作，包括对会展企业的调查研究、与行政部门的协调联络等。

(4) 东京。

会展协会发挥重要牵头作用，会展体制机制完善。东京成立展览业活性化政策研讨委员会，实施展会第三方统计认证制度，提高展会透明度和信誉。展览类型丰富，产业辐射面广。日本每年举办的展会频次密、档次高、行业广、设施全，包括 6 个大类 40 多个行业。同时，东京在电子、时尚、动漫等行业处于国际领先地位，以动漫节庆带动会展产业发展。注重发挥市场在会展业资源配置中的作用，加快机构改革和职能调整，将部分职能下放给行业协会，建立政府与社会合作的官民协调宏观管理模式。

2. 国内会展中心城市的经验借鉴

(1) 北京。

北京是全球排名前 10 位的会展中心城市，也是国内拥有最多 UFI 认证展览的城市。北京培育了一批特色主题品牌会展，举办了“服贸会”“科博会”“文博会”“国际汽车展”等一批特色主题展会，此外还有中国国际机床展、纺织机械展、工程机械展和印刷展等多个经 UFI 认证的展览。

(2) 广州。

2021 年广州举办展览 186 个，数量居全国第 2 位。广交会作为我国对外开放的缩影和标志，已从中国商品走出去的贸易平台成长为联通“双循环”的重要平台，在构建新发展格局中发挥着独特作用。广州还重视展会的绿色环保理念，打造绿色家具展等绿色展会，处处体现绿色主题、融入绿色环保元素。

(3) 深圳。

深圳已成为我国四大会展城市之一。深圳在全国率先谋划布局战略性新兴产业，先后规划布局新能源、人工智能、半导体、集成电路等产业，为展览业高速发展打下坚实基础。2021 年深圳国际会展中心共举办 63 场展览会，会展总面积突破 260 万平方米。同时，深圳敏锐地把握市场热点，创新开发出世界食品(深圳)博览会等新兴品牌会展。

(4) 中国香港。

中国香港是国际会展之都，曾被 Smart Travel Asia Awards 评为亚洲“最佳会议城市”。截至 2021 年底，中国香港有超过 50 个展览场馆，场馆总面积超过 15 万平方米。酒店客房数量充裕，城市基础设施完善。中国香港会展业没有专门的会展管理机构，通过构建开放的市场竞争环境，香港特区政府提供土地、兴建会展场馆、推出会议展览业资助计划等形式，间接扶持会展业发展。

3. 上海与国内外会展中心城市的对标分析

对标伦敦、巴黎、汉诺威、法兰克福、中国香港、北京等国内外会展中心城市，发现目前上海国际会展之都都能级综合指数处于全球第 4 位，其中权重差距大的是产业效益—企业展会与结构方面(表 2)。分析 2019 年上海会展产业数据结构，发现上海会展产业发展已进入新常态，即从规模速度型粗放增长转向质量效率型集约增长，数量规模已经足够，质量效益亟待提升。有 3 个突出问题值得关注。

一是规模大、行业影响大和带动效应好的高质量展会占比与世界百强商展尚有差距。2019 年上海场均展览面积为 1.86 万平方米，而世界百强商展场均展览面积为 21.74 万平方米。

二是规模小、行业影响弱和带动效应差的低质量展会数量占比高，其中“类展销会”等低质量展会数量不少，同主题多个低质量展会重复办的现象较多。2019 年上海 1 万平方米以下会展共计 779 个，数量占比 74.69%，面积占比 20.67%。

三是国有和民营主办展览场均面积明显低于外资主办展览。上海市会展行业协会提供的数据显示，国有、民营和外资主办展览场均面积分别为 6 万平方米、3.6 万平方米和 8 万平方米。

产生上述问题的根源有以下 3 个方面。

一是会展龙头企业能级不足。上海缺乏具有国际影响力和竞争力的会展集团，尚未有会展集团入围全球 20 强榜单。对比排名第 1 位的英富曼和第 2 位的励展，上海排名靠前的东浩兰生、国展和博华公司，从收入规模、全球分支机构布局、每年举办展会数量、展览项目国际影响力看，能级差距都非常大。

二是会展品牌能级不足。上海缺乏具有国际影响力和竞争力的会展品牌，尚未有会展品牌入围世界百强商展前 5 位。同时，与“3+6”重点产业配套的世界百强商展品牌建设不足。除汽车、先进材料、时尚消费品产业已举办世界百强商展会展项目外，集成电路、生物医药、人工智能、电子信息、生命健康、高端装备等 6 个重点产业均无世界百强商展展会。

三是会展第三方服务能级不足。上海缺乏行业顶尖的本土第三方配套服务龙头企业，在展台搭建、数字展示、数字会展等领域亟待培养一批本土第三方会展服务领军企业。同时，上海行业协会的协同组织效应发挥不充分，亟须打造更加完整、更高能级的城市会展产业创新服务生态。

表 2 国际会展之都都能级评价对标分析表

一级指标	二级指标	上海	汉诺威	法兰克福	伦敦	巴黎	东京	中国香港	北京	成都	广州	深圳
	经济发展环境	4.5	3.7	3.5	3.5	3.7	3.9	3.9	4.2	3.7	4	3.9

城市												
经济	经济外向程度	4.8	4.5	4.5	4.5	3.3	3.5	3.7	4.2	3.2	3.2	3.7
层面	模块得分	4.58	3.91	3.76	3.76	3.6	3.8	3.85	4.2	3.57	3.79	3.85
产业 经济 层面	产业基建	4.3	4.7	4.8	3.7	3.9	3.8	2.5	3.3	3.1	3.7	3.9
	产业政策	4	5	5	5	4.7	4	4.5	4.8	4	4	4.3
	创新能力	4	4.3	5	5	4.8	4.2	4.2	4	3.7	4.3	4.3
	人力资源	3.7	4.3	4.8	5	4.5	4	4.2	3.7	3.7	4	2.7
	产业效益	4	4.3	4.3	4.5	4.1	3.9	4.1	3.7	3.4	4	3.6
	产业拉动	4.2	3.6	4	4.7	4.7	3.8	4.4	4	3.7	3.4	3.7
	模块得分	4.05	4.31	4.59	4.63	4.43	3.93	3.99	3.86	3.56	3.9	3.73
总体	综合得分	4.19	4.18	4.38	4.41	4.2	3.89	3.95	3.96	3.56	3.88	3.76
排名		4	5	2	1	3	8	7	6	11	9	10

资料来源：展览相关数据来源于城市统计公报、官网统计数据和相关报告；会议相关数据来源于 ICCA 网站统计数据和相关报告。数据截至 2021 年底。

四、提升上海国际会展之都能级的总体思路和实施路径

(一) 总体思路

1. 深化制度改革，推动机制创新

政府要从办会展向管会展转变，从项目扶助向环境营造转变，营造市场机制更加成熟的产业发展环境，构建多种产业联动的生态体系。

2. 鼓励引领示范，发挥带动效应

以进博会为品牌引领，充分发挥其溢出效应，从点到面、从政府到市场，充分挖掘品牌潜力。

3. 配置全球资源，集聚优质品牌

以市场运作为主，支持引进行业影响力强、带动效应显著的国际知名品牌展会；积极引进、承接国际会议，建立国际会议

引进机制。

4. 统一行业标准，健全会展法规体系

充分发挥行业协会作用，加快会展行业市场化进程；健全会展产业法律法规，加强诚信管理，理顺管理体制。

5. 培育本土品牌，强化国际品牌效应

坚持长期品牌战略，配合强势媒体宣传，形成良性互动；积极开发潜力会展品牌；加强会展品牌与公司品牌的互动发展。

6. 完善人才培养机制，吸纳海内外优质人才

深化教育改革，提高会展人才实践能力；将“大数据+”“AI+”“元宇宙+”等新兴技术和思路融入会展教育，引入新型教育理念；引进权威培训认证体系，细化会展人才种类，放眼全球广纳贤士。

7. 推动会展服务模式创新，打造数字化云端展会

加快新型数字化基础设施建设，完善数字会展功能，引导创新并落实打造数字会展的盈利模式；做好网络安全防护管理，积极运用区块链技术，制定标准和规范，健全安全保障体系。

(二) 实施路径

1. 展会一体化

以会促展，以展带会。会议的成功举办能够促进更多展会落地，而展会的繁荣能进一步增强会议的关注度及权威性。以会促展、以展带会将给展会行业注入新的活力，会展一体化将成为未来行业发展的风向标。

2. 专业化与品牌化

加快培育一批具有品牌效应的展会和有专业水准、竞争实力的会展公司。只有专业会展公司不断成长和壮大，才能提高会展业整体水平，促进会展业的健康发展。

3. 集团化与国际化

集团化运作能够集聚资源，全面推动落实国际化。引进国际知名会展企业，打造具有国际竞争力的会展集团，整合各类资源，不断进行展会创新，争创名优品牌，实现多元化发展。

4. 高端化与职业化

引进高端会展和人才，联动高校培养职业化人才。加强与国外先进会展业的交流和沟通，与国内外高等教育机构、相关组织及著名展会企业开展密切合作。可借鉴德国模式，采用校企合作、产学研一体化的人才培养机制。

5. 线上线下融合化

线上线下全面融合，规模扩张和质量增长并行。充分重视数字会展的线上线下一体化效应和品牌化、集团化、国际化建设，完善实践型、专业型人才培养体系。

(三) 对策建议

1. 打造具有国际影响力的会展项目体系和市场主体，全面提升会展企业和会展品牌能级

(1) 全面提升会展企业能级。

培育 4~5 家具有世界影响力和国际竞争力的本土会展集团；招募全球排名前 20 位的国际会展集团落户上海；打造 10~15 家国际一流数字化转型会展企业标杆。率先建立全球会展产业大数据中心，打造国际会展之都能级评价指数和会展集团评价体系。

(2) 全面提升会展品牌能级。

设立世界百强商展培育与引导基金，围绕集成电路、生物医药、人工智能、电子信息、生命健康、高端装备等上海重点产业，做大做强 15~20 个具有行业影响力和国际竞争力的自主品牌会展，引进一批世界百强商展会展项目，着力提升上海本土会展在世界百强商展中所占的比重，争取在“十四五”末至少有 1 个本土会展进入世界百强商展前 5 位。

(3) 全面调结构与提质量。

会展发展应与上海“3+6”九大重点产业相配合。重点培育 10 万平方米以上的会展项目，淘汰一批规模小、行业影响弱和溢出效应差的低质或重复会展项目。积极培育和引导 5 万~10 万平方米具有发展潜力的会展项目，提升国营和民营主办会展的规模水平。

2. 推动会展服务模式创新，探索“线上线下双轮驱动”发展模式

(1) 建立健全数字会展交易市场体系。

注重对数字会展交易市场功能的指导及评价，为会展企业及会展客户提供良性交易环境。加强对“数字会展”电子商务平台的营销宣传，鼓励知名会展企业及参展商加入，形成“专业公司+线上平台+线下会展”模式，为会展企业及参展商带来新的盈利点。

(2) 加快数字会展平台建设和体系化新基建。

推广线上线下结合的办展模式，加快数字会展平台和数字化基础设施建设。会展业数字化转型不仅受外部因素驱动，也是会展业提高自身运营效率的战略方向。制定具有本土特色的数字化战略规划，充分考虑企业自身能力和竞争优势，整合数字化战略，极大提升会展企业的核心竞争力。

3. 持续放大进博会溢出带动效应，提升其国际话语权和全球影响力

以进博会为依托打造“五大平台”，更好地发挥溢出带动效应：打造国际采购平台，对接国内消费市场和国际优质产品；打造投资促进平台，吸引海外企业来华投资；打造人文交流平台，促进国际文化交流；打造开放合作交流平台，以进博会为契机

试点并推广更高水平的开放合作模式；打造高端产品展示平台，引进国际先进技术和优质产品，推动国内企业技术迭代和产品创新。

4. 加强保障机制创新，优化会展业营商环境

目前，我国会展业发展中市场未对资源配置起决定性作用，政府还需转型升级，进一步明确自身对会展业发展所起作用的职能和定位。同时，积极推动行业协会专业化建设。行业协会应进一步提高专业化水平，成为会展行业的专业指导机构。政府和行业协会之间应分工明确、共同合作，确保政府支持和行业协会专业指导的有效结合，从而推动会展业可持续发展。

5. 建立全球高端会展人才引进制度，推动高校培养优质会展人才

会展专业人才是上海建设国际会展之都的基础和主要力量。应建立全球高端会展人才引进制度，将上海打造成全球会展人才集聚高地。同时，推动高校会展人才培养体系建设，培育各类会展精英人才和基础人才。完善相关扶持政策，通过“引进来、走出去、育出来”政策加快会展人才培养。加强对会展人才评估标准与职业资格认证的研究，提高会展从业资格证书竞争力。

6. 推动建立和完善全球会展产业大数据中心，打造国际会展之都能级评价指标体系

可由上海市政府牵头、行业协会指导、科研院所组织，联合成立全球会展产业大数据中心，实时采集全方位、多维度、各层面、全链条的国际会展之都会展产业发展数据，发动全球专家联合构建国际会展之都能级评价指标体系，每年定期发布上海国际会展之都能级指数，从而形成对全球会展业的权威影响力，并通过指数排行榜明确上海会展产业在全球所处的地位，为上海提升国际会展之都能级奠定数据和标杆基础。

参考文献

- [1] 牛盼强, 张敏, 李本乾. 我国会展业拉动系数评价模型构建研究[J]. 现代管理科学, 2015(5):100-102.
- [2] 孟凡胜, 宋国宇, 井维雪. 会展业发展的影响因素及对城市经济影响的实证研究[J]. 技术经济, 2012, 31(4):32-37.
- [3] 李智玲. 会展业的带动效应研究[J]. 经济管理, 2011, 33(6):125-131.
- [4] 蔡卫民, 曾铭, 李冬杰. 中国会展城市旅游微博时空分布特征及其影响因素[J]. 经济地理, 2020, 40(8):185-193.
- [5] 姚陈敏, 叶前林, 周伟. 新时代下我国会展业发展的新机遇与新挑战[J]. 商业经济研究, 2019(14):179-181.
- [6] 夏龙, 申强, 王军强. 会展业发展与产业结构转型升级——基于中介效应的实证[J]. 产经评论, 2020, 11(6):114-126.
- [7] 寇煌悦, 邸嘉禹, 杜泽文. 我国展览业发展与产业结构优化关系的实证研究[J]. 经营与管理, 2020(9):151-156.