

澳门会展业发展特征及提升对策研究

安 然, 沈华文

(澳门城市大学 国际旅游与管理学院, 澳门特别行政区 999078)

摘要:利用澳门会展业 2009—2016 年的数据, 首先从规模和结构两个方面对澳门会展业的变动与发展趋势特征进行归纳分析。然后利用多元回归分析方法, 从市场营销、政府支持、相关产业发展、客源市场需求能力等方面对导致澳门会展业发展变动的原因进行识别。由此提出澳门会展业发展的提升对策。

关键词:会展业; 澳门; 多元回归模型

中图分类号:F590 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2017)10-0024-05

2002 年澳门行政长官何厚焯在施政报告中提出澳门以旅游、博彩、物流及会展为头, 服务业为主导, 其他行业协调发展的产业结构, 确立了会展业在澳门经济中的支柱产业地位, 会展业也成为澳门政府在“十二五”时期重点扶持的产业, 澳门会展业迎来难得的发展机遇。澳门特殊的区位, 也为其会展业发展带来较多的发展优势。学者也给予澳门会展业发展一定的关注。然而, 近几年受澳门经济及博彩业发展的影响, 会展经济出现了一些波动。及时总结归纳澳门会展经济变动的特征, 分析波动的原因, 并找出解决对策对于保持会展经济的可持续发展以及稳定澳门经济非常重要。从有关学者的研究来看, 对澳门会展业近期发展特征的总结和影响因素的分析方面的文献还较为欠缺。论文首先利用澳门近几年会展业发展的年度和季度数据, 对会展业的发展特征进行统计描述, 然后利用回归分析方法分析发现影响会展业发展的原因, 提出相应的发展对策, 为澳门会展业的发展提供参考与依据。

1 文献回顾

学者针对澳门会展业的研究形成了一定的成果。如陈章喜^[1]利用运用灰色关联分析方法对澳门 2000—2009 年博彩业和会展业对于带动澳门经济发展的总体效应和结构效应进行了比较, 发现博彩业的总体效应大于会展业, 结构效应则低于会展业。刘军等^[2]研究了澳门会展业与第三产业的关联性, 认为当前澳门会展业规模较小, 与第三产业的关联性较弱。殷杰

等^[3]利用 Granger 因果检验方法研究了澳门会展业与经济增长的动态关系, 得出经济发展对会展业的影响表现为正向交替, 而会展业对澳门经济的影响则表现为短期正向影响, 长期负向影响。许妙玲^[4]分析了澳门会展业相对于香港及北京、上海、深圳等内地城市的优劣势, 认为澳门在制度、国际联系、地理位置、独特的资源等方面具有优劣, 但在自然资源、人力资源、产业基础等方面具有明显的劣势。梁明珠等^[5]对国内外比较典型的发展模式进行了比较, 认为澳门会展业应采取粤澳合作“前展后厂”模式、“政府扶持+旅游博彩业带动”模式。张涛^[6]以澳门国际贸易投资展览会为例, 研究了会展服务满意度的测评指标体系。吴开军^[7]以粤港澳跨区域会展旅游企业合作为例研究了会展企业和旅游企业竞合联盟伙伴选择的影响因素。这些研究为我们了解澳门会展业的发展提供了参考, 但是根据这些研究, 还不能对澳门会展业的发展提出针对性的建议。2014 年以来澳门会展业绩出现了下滑趋势, 学者还没有给予及时关注。澳门近几年的产业变化使一些学者关于澳门会展业发展的观点也不再适用。如梁明珠等^[5]提出的澳门会展业发展模式采用“政府扶持+旅游博彩业带动”模式, 随着近年来澳门博彩业发展的不景气, 利用博彩业带动会展业的发展模式可能不再有效。因而, 找出影响澳门会展业变动的原因对于澳门会展业的发展非常迫切。从学者对于会展业的研究来看, 主要集中在对会展业竞争力的评价^[8-12]、会展发展对目的地

收稿日期:2017-06-26

作者简介:安然(1992—), 女, 福建福州人, 澳门城市大学国际旅游与管理学院, 硕士研究生, 研究方向:会展旅游、旅游经济与管理; 通讯作者:沈华文, 男, 澳门城市大学国际旅游与管理学院, 助理教授, 博士, 博士生导师, 研究方向:会展经济、出入境管理、消费行为等。

经济的影响^[13-14]以及参与者的旅游意愿、满意度^[15-16]等。刘婷等^[12]利用钻石模型,构建了影响会展业竞争力的模型,分析了第三产业就业水平,国际国内贸易水平、会展企业数量对城市会展业发展的影响。Hanly^[13]通过对土耳其会展业的研究,认为会展业发展对土耳其经济产生较大的影响。Jonest^[14]利用旅游卫星帐户信息研究了英国会展发展对该国经济的影响。Myung^[15]则以环境友好的会议为例研究了游客知识、态度与愿意支付之间的关系,Hahm^[16]等研究了游客的社区感与参与社区年度会议的满意度的关系。从这些研究可知,哪些因素影响会展业的发展,学者研究较少。

2 澳门会展业发展特征分析

2.1 澳门会展业规模变动特征与趋势

从澳门2009—2016年期间会议开展与变动情况(图1)来看,澳门会议数量及与会总人数都保持平稳并略微上升,但会期表现出缩短趋势。从展览业的发展情况(图2)来看,展览数量及入场人次在2014年达到高峰,近两年出现较大下降趋势,2014年参与人数超过248.8万,而2016年下降到150万。参展商的数量自2011年以来一直处于明显的递减趋势。

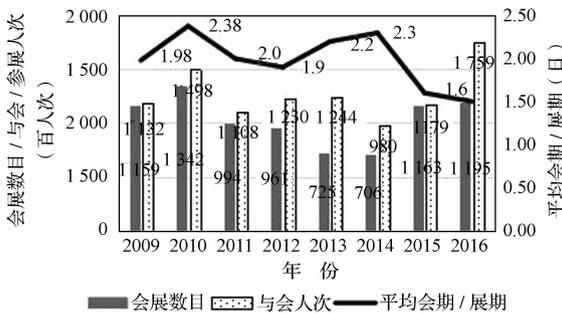


图1 年度会展活动变动情况

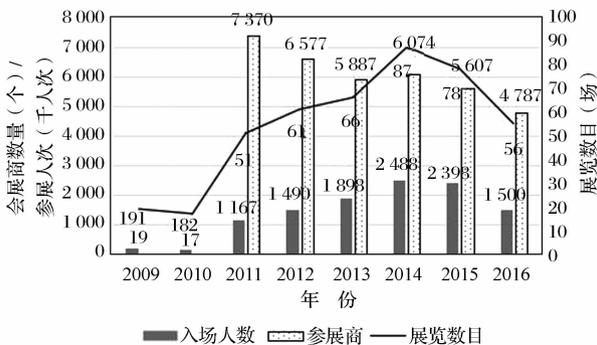


图2 年度展览活动变动情况

2.2 澳门会展业结构变动特征与趋势

澳门会展活动类型结构如图3所示,从中可知,澳门会展活动项目以会议为主,展览所占比例较小。会议活动项目中,以公司会议和协会或组织会议为主,两者所占比率平稳上升,2016年公司会议和协会组织的会议占总会议项目的比率高达80.6%。奖励会议和大型会议所占比例略有下降。从会展活动的主题来看,主要以商业、贸易及管理类型较多,占到40%以上。其次是资讯及其他科技、银行金融、医疗健康。以旅游、文化艺术为主题开展的会展活动较少,而且以旅游为主题的活动项目占比呈下降趋势(图4)。

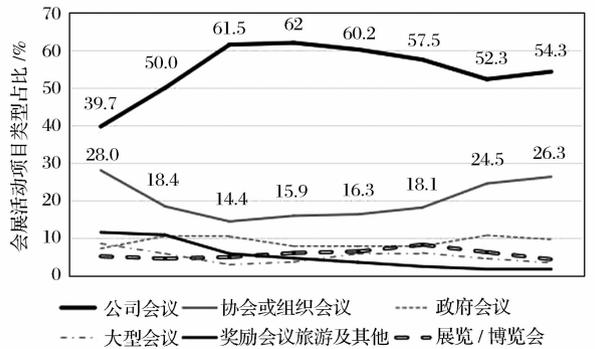


图3 会展活动类型结构

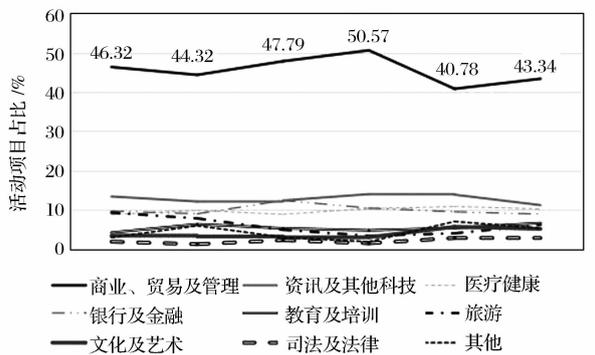


图4 会展活动主题结构

3 澳门会展业发展水平影响因素分析

3.1 理论模型构建

多元回归分析方法是当前定量探索具有因果关系的因素之间定量关系的重要研究方法,研究结论直观。本文利用该方法构建多元线性回归模型探索影响澳门会展业发展的关键因素及影响程度。具体模型如下:

$$Y = \beta_0 + \sum_{i=1}^8 X_i \beta_i + \epsilon$$

Y代表澳门会展业的发展水平,本文分别用会展活动数量(Y₁)、会展与会或入场人数(Y₂)、参展商数

量(Y_3)和办展机构收入(Y_4)表示澳门会展业的发展水平。

X_i 为影响澳门会展业发展的可能因素。 β_i ($i = 1, 2, \dots, 8$)为待估参数, ε 为影响 y 的随机干扰项,模型满足所有古典假设, $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$ 。

根据竞争力理论、需求理论、市场营销理论等,论文从下面几个方面选择可能的影响因素。①政府支持 X_1 ,用政府或其它机构对展览机构的资金资助额表示。②广告营销 X_2 ,用澳门会展业每年广告营销投入资金表示。③相关产业发展水平。用澳门入境旅游人数 X_3 和博彩业收入 X_4 表示。④市场需求能力。

澳门会展业的参展商及与会者/入场观众主要来自中国的大陆、香港、台湾和澳门两岸四地,市场需求能力用两岸四地的GDP表示。

澳门统计局对展览业发展情况的统计开展较晚,对参展商和参展商收入的统计开始于2011年,年度数据较少。为了增加样本点的数量,同时考虑到会展业的季节性,本文利用澳门会展业2011年至2016年之间的季度数据,共24个样本,所有的数据来自于澳门统计暨普查局官方网站。变量的计量单位及描述性统计结果如表1所示。

表 1 回归分析模型中各变量的描述统计

变量名	计量单位	样本数	平均值	标准差	最小值	最大值
会展项目数(Y_1)	场/次	24	253.79	54.31	170	371
会展与会/入场人次(Y_2)	人次	24	487 843.5	295 535.1	120 462	1 055 257
展览参展商数(Y_3)	单位	24	1 472.88	748.56	267	2 957
展览主办机构收入(Y_4)	千澳门元	24	50 593.75	45 675.53	3 091	170 056
政府支持(X_1)	千澳门元	24	30 149.58	38 951.14	608	126 346
广告营销(X_2)	千澳门元	24	13 061.79	8 452.667	754	35 104
入境旅游入次数(X_3)	万人次	24	744.17	48.01	643.12	824.52
博彩业收入(X_4)	千澳门元	24	79 572.21	19 482.13	48 928	111 557
澳门GDP(X_5)	亿澳门元	24	750.23	100.09	597.27	966.03
香港GDP(X_6)	亿港元	24	4 666.54	300.24	4 256.96	5 201.83
台湾GDP(X_7)	百亿元新台币	24	379.46	21.74	345.80	416.57
大陆GDP(X_8)	百亿元人民币	24	1 372.11	193.15	992.60	1 768.67

3.2 实证分析与结果

由于所采用的数据为时间序列数据,随机干扰项可能存在自相关问题,利用普通最小二乘法对参数的估计结果虽然是无偏且一致的,但对参数方差的估计不再有效。本文利用Stata软件中异方差自相关稳健的标准误修正方法对其进行修正,该方法能够方便地修正一阶或高阶自相关对回归结果的影响。由于数据为季度数据,且样本个数相对较少,自相关修正的滞后期选择4期。回归结果如表2所示。从表2可知,F统计值都在0.01水平上显著, R^2 , $A-R^2$ 都超过了0.85,残差J-B检验P值都在0.01水平上不显著,说明随机干扰项基本满足小样本下的正态性要求,说明模型回归结果是可以接受的。

具体从各个模型的回归结果来看,影响澳门会展活动(Y_1)的显著因素是澳门旅游业发展情况和香港经济情况,但会展活动项目数与澳门入境旅游人数呈显著负相关,可能的原因是会展活动主要选择旅游的淡季,以2015和2016年的会展活动项目与入境旅游发展情况来看,会展活动项目最多的月份发生在1

月、3月、11月,而这几个月刚好是旅游的淡季,而旅游的旺季2月、8月、10月刚好是会展的淡季。会展活动项目数与香港的经济水平显著正相关主要原因是澳门会展活动的举办方多数为香港企事业单位,香港的经济繁荣有利于澳门会展业的发展。影响澳门会展与会及入场人数(Y_2)的显著因素是广告营销(X_2)、澳门博彩业发展(X_4)、澳门经济发展(X_5)以及台湾的经济发展。广告营销对参会或参展人数产生显著的积极影响,在其它因素不变情况下,广告营销增加1 000澳门元,参会人员就会增加约28人。澳门博彩业的发展及台湾经济的繁荣都会有利于澳门会展参会人数的增加,但澳门经济发展与澳门会展参会人数存在负相关。影响参展商数量(Y_3)的显著因素包括广告营销(X_2)、旅游业(X_3)、博彩业(X_4)和澳门经济发展水平(X_5)。广告投入越多、旅游业、博彩业发展水平越高,吸引的参展商就会越多,因为影响参展商参会的重要因素是潜在的入场人数,而博彩业市场、旅游业市场与会展业市场有较多的交叉,博彩业、旅游业的繁荣能够为会展业带来更多的顾客。

而澳门经济发展与参展商数量负相关的可能原因是澳门经济的不景气会降低参展商的参会成本,从而吸引更多参展商。影响澳门会展主办机构收入(Y_4)的显著影响因素包括政府与相关机构的赞助(X_1)、广告营销(X_2)、澳门博彩业(X_4)及两岸四地的经济发展情况。其中,政府与相关机构的赞助、广告营销、澳门博彩业、台湾和大陆的经济发展对会展主办机构的收益产生显著的正向影响,而澳门及香港的经济发

展则对主办机构的收益产生显著的负相影响。总之,政府或其它机构的赞助只会对会展主办机构的收入有显著影响,对会展活动,参会人员、参展商的决策影响都不显著。广告营销费除了对会议活动的影响不显著外,对于参会人员、参展商和会展主办机构的收入都起着显著的正向影响。旅游业发展水平会抑制会展活动的开展,但会吸引更多的参展商。澳门博彩业的发展显著有利于增加参会/展人数、参展商数量和会展主办机构的收入。澳门的经济发展与澳门会展业发展的所有指标都存在显著的负相关,其中的原因还需要进一步分析。而香港、台湾、大陆经济的发展水平则显著有利于促进澳门会展业的发展。

展则对主办机构的收益产生显著的负相影响。

表 2 回归模型参数估计结果

自变量	因变量			
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4
X_1	-0.000 380 9	-1.270 798	-0.000 828 9	1.250 044***
X_2	-0.000 293 9	27.83***	0.063 095**	1.141 404**
X_3	-0.848 996 2**	2 434.417	8.927 522*	57.532 25
X_4	0.002 538 1	16.941 64***	0.081 307 5**	1.514 728***
X_5	-0.579 463 7	-3 188.637***	-15.510 07**	-308.560 8***
X_6	0.132 640 4***	93.397 98	0.130 295 6	-96.971 13***
X_7	0.790 462 8	2 510.311**	2.238 107	216.084 4***
X_8	0.286 104 3	613.060 5	1.952 903	149.698 5***
cons	-177.813 8	-283 443 7	-4 940.484	231 265.2
$F(8,15)$	14.43***	193.16***	16.31***	641.00***
R^2	0.885 0	0.990 4	0.896 9	0.997 1
$A-R^2$	0.823 7	0.985 3	0.841 9	0.995 5
残差 J-B 检验 P 值	0.672 9	0.828 6	0.272	0.331 1

4 澳门会展业发展提升对策

4.1 吸引更多内地公司、组织到澳门办会/展

澳门会展活动参与主体主要是澳门、香港、内地。近年来受澳门、香港经济的影响,澳门和香港公司或组织在澳门举办会议的数量在减少。内地公司或组织虽然在澳门办会的项目也不少,但相比于内地的市场规模,还有较大的增长潜力。而且随着近年来内地经济的发展,内地公司或组织国际化水平的提升,内地公司或组织到澳门办会/办展的市场潜力较大。澳门应采取措施,吸引更多的内地公司或组织到澳门办会/展,吸引更多的内地观众到澳门参会/展。把吸引更多的内地公司/组织到澳门办会/展作为澳门会展业发展的一个增长点。

4.2 加强宣传营销

宣传营销对于增加参展商数量、入场人数、展览主办机构收益具有显著的正向影响作用。澳门会展业应加大宣传营销力度,尤其是针对内地、台湾市场加强宣传营销。通过不同的渠道、不同的方式让更多

的企业、公司、组织、个人了解展览的时间、地点、参展条件、费用等参展信息,吸引更多公司/组织到澳门办会/办展,吸引更多的参展商和专业观众到澳门参加展览。

4.3 加强管理,提高各方收益

获得收益是各方参展的最终目的,但办展机构、参展厂商、参展观众的具体目的与动机又有所不同。作为办展机构,获得经济收益是其主要目的,政府和其它机构的赞助、参展商的数量以及成本支出对它们来说至关重要,因此,在办展机构通过自身宣传营销获得更多参展商的同时,政府也应多提供赞助,同时在其它方面尽可能为其节约成本。作为参展商,参会成本、展会规模及观众规模是其考虑的重点,因为展会规模和观众规模大,其卖出的产品就可能多,品牌宣传推广的效果更好。而作为参展观众,除了参观展览项目之外,到澳门旅游、娱乐也应是其考虑的重要因素。因而,为了能够增加各方收益,降低各方参与成本,澳门政府应协调各方资源,把展览活动开展与

酒店、旅行社、景区景点、交通等资源结合起来考虑,适当降低参展人员的住宿、餐饮、交通、物流等成本,同时对参展人员到景点景区旅游给以门票或其它方面的价格优惠,在澳门博彩业不景气的情况下,加快澳门会展业与旅游业、物流业协同发展的步伐。

4.4 开发大型会议、奖励会议的展会主题

从澳门会展业近几年的会展项目的变动趋势来看,每年的大型会议、奖励会议项目次数在减少。这一方面与越来越激烈的会展市场有关,也与香港、澳门、台湾等地的经济不景气有关。澳门会展业应抓住国家大力支持澳门经济发展的大好时机,找准澳门的优势,开发新的大型会议主题。如利用澳门的区位优势,避开腹地规模小的劣势,发展高端休闲养生类大型会议。从澳门会展主题来看,以旅游、文化艺术、医疗健康等主题开展的会展活动并不多。这几类活动主题既是当前经济发展的大趋势,也比较适合澳门的发展。澳门是一个多元文化的聚集地,文化艺术资源非常丰富,应采取措施扩大在文化艺术方面的会展活动,同时与旅游、健康疗养结合,打造会展、旅游、文化协同发展的新格局。

参考文献

- [1] 陈章喜. 澳门博彩业与会展业:效应比较及产业走向[J]. 暨南学报:哲学社会科学版,2012(6):82-88.
- [2] 刘军,马勇. 会展业与第三产业互动发展研究——以澳门为例[J]. 旅游研究,2016,8(2):25-29.
- [3] 殷杰,郑向敏,董斌彬. 基于 VECM 模型的澳门会展业发展与经济增长的动态关系研究[J]. 广东行政学院学报,2015,27(6):89-96.
- [4] 许妙玲. 澳门发展会展业的优劣势分析[J]. 市场经济与价

格,2012(2):48-51.

- [5] 梁明珠,钟金凤,廖奇辉. 澳门会展旅游的发展模式及其推进路径[J]. 旅游科学,2012,26(2):77-84.
- [6] 张涛. 会展服务满意度测评研究——以澳门国际贸易投资展览会为例[J]. 旅游论坛,2011(2):24-27.
- [7] 吴开军. 会展企业和旅游企业竞合联盟伙伴选择[J]. 经济管理,2013(4):133-140.
- [8] 田至美. 中国省区会展旅游业发展竞争力评价[J]. 商业研究,2012(10):210-216.
- [9] 马勇. 基于 AHP 中国城市会展业竞争力综合评价指标体系构建研究[J]. 旅游研究,2013(1):1-6.
- [10] 邓峰,林德荣. 基于 IPA 分析法的湖南会展旅游业竞争力评价研究[J]. 湖南社会科学,2014(3):150-152.
- [10] 段迎豪,樊丽丽. 基于菱形理论的河北会展业竞争力研究[J]. 经济研究参考,2014(44):25-27.
- [11] 李红梅. 城市会展业竞争力评价指标体系构建[J]. 洛阳师范学院学报,2016,35(5):78-82.
- [12] 刘婷,符纯洁,韩雷. 中国城市会展产业发展水平影响因素的实证研究[J]. 统计与决策,2011(9):106-109.
- [13] HANLY P A. Measuring the economic contribution of the international association conference market: an Irish case study[J]. Tourism Management,2012,33(6):1574-1582.
- [14] JONES C,LI S S. The economic importance of meetings and conferences: a satellite account approach [J]. Annals of Tourism Research,2015,52 (1):117-133.
- [15] MYUNG E. Environmental knowledge, attitudes, and willingness to pay for environmentally friendly meetings:an exploratory study [J]. Journal of Hospitality and Tourism Management2017(1):1-7.
- [16] HAHM J,BREITER D,SEVERT K,et al. The relationship between sense of community and satisfaction on future intentions to attend an association's annual meeting [J]. Tourism Management,2016,52(1):151-160.

Study on the Development Characteristics and Promotion Countermeasures of Macau MICE Industry

AN Ran, SHEN Hua-wen

(Faculty of International Tourism and Management, City University of Macao, Macao, China)

Abstract: By using the data of the MICE industry of Macao during 2009-2016, firstly the developing trend and characteristics of Macao MICE industry were analyzed from two aspects of scale change and structure change; then using the method of multiple regression analysis, the reasons for the development of changes for the MICE industry in Macao are identified from marketing, government support, the development of related industries and the economic development level of Macao Mice markets. From this, the Countermeasures of Macao exhibition industry development are put forward.

Key words: MICE industry; Macao; multiple regression model