

# 城市会议目的地竞争力评价指标体系研究

——以中国沿海17城市为例

朱峰<sup>1,2</sup>

(1. 中山大学旅游发展与规划研究中心, 广东 广州 510275; 2. 山东大学威海分校商学院, 山东 威海 264209)

**[摘要]**在对国外会议目的地竞争力评价的思路、标准、途径等进行回顾的基础上, 鉴于中国会议业发展的阶段与市场成熟度与国外有别, 文章认为, 必须寻找新的评价方法对中国城市作为会议目的地的竞争力进行评价。参考已有评价指标体系, 提出了包括设施、交通、服务、价格、形象、气候与环境、吸引力7项一级评价指标和16项二级指标的评价体系。对中国沿海17城市运用上述评价体系进行的验证表明, 该指标体系具有可行性及准确性, 适合当前中国会议设施建设较快、会议组织者群体作用不明显的实际情况。

**[关键词]**城市; 会议目的地; 竞争力评价

**[中图分类号]** F59

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1002-5006(2011)02-0076-06

## 1 引言

改革开放30多年, 中国国际会议产业获得了长足发展。根据“国际协会联合会(Union of International Associations, UIA)”2008年发布的全球会议业统计报告, 中国接待国际会议的数量(含中国香港和中国澳门)位列全球国家排名第16位, 北京位列城市排名第17位。另一国际会议组织“国际大会及会议协会(International Congress & Convention Association, ICCA)”公布的各国接待国际协会会议数量排名结果显示, 中国大陆接待国际协

会会议数量的名次从1999年的第34名上升到2007年的第11名; 北京在城市排名中从第41位上升到第8位, 进入全球十强会议城市<sup>[1]</sup>。由于采用了不同的统计范围和统计标准, UIA和ICCA排名结果有所不同, 但是中国在国际会议市场中的竞争力不断提升是不争事实。与中国会议业取得的成就不相称的是, 目前国内对会议的研究却十分缺乏。当前学界还没有完全认识到“会议”作为一个独立研究议题的重要性, 多以“会展”研究概之, “重展轻会”的问题十分突出。未来中国哪些城市具备发展会议产业的条件? 哪些因素对城市国际会议产业的竞争力具有较大影响? 中国各城市吸引国际会议的条件如何? 回答上述问题有助于了解中国城市作为会议目的地的发展潜力, 有针对性地制定措施, 提升城市会议产业竞争力。因此, 本文将在借鉴国外会议目的地竞争力评价方法的基础上, 提出中国城市会议目的地竞争力评价的指标体系, 并通过对中国沿海17城市的实证研究, 对该指标体系的可行性及准确性进行验证, 试图探索出一个能够依靠城市现有的基本统计数据对城市会议目的地竞争力进行评价的方法。

## 2 国内外会议目的地竞争力评价研究现状

### 2.1 国外研究现状

在会议产业发展较早、较成熟的国家和地区, 会议组织者(meeting planner)决定去哪个城市举办会议, 对城市会议目的地评价事实上就是了解会议组织者如何评价不同的会议举办地。对北美30个城市<sup>[2]</sup>、对加勒比地区会议目的地<sup>[3]</sup>、对美国拉斯维加斯等5个主要会议城市<sup>[4]</sup>、对亚洲11城市会议竞争力的评价<sup>[5]</sup>, 等等, 无不是通过对会议组织者的调查来进行的。通过向会议组织者发放问卷, 研究者归纳出了会议组织者对会议目的地挑选的标准及其对总体评价的影响程度。虽然各研究所获得的具

**[基金项目]** 本项目受山东省科技厅软科学项目(2008RKB075)资助。[This study was supported by a grant from the Soft Science Foundation of Shandong Province (to ZHU Feng) (No. 2008RKB075).]

**[收稿日期]** 2010-10-13; **[修订日期]** 2010-12-23

**[作者简介]** 朱峰(1974-), 女, 中山大学地理与规划学院2007级博士生, 山东大学威海分校商学院副教授, 硕士生导师, 研究方向为旅游规划与会议旅游, E-mail: zhufeng@sdu.edu.cn.

体评价标准不尽相同,但是大体一致,而且会议组织者对上述标准的重要性的评价也是接近的,都认为会议设施、服务(包括饭店服务质量、饭店客房数)、可进入性(或航空交通)、费用(或价格)重要性相对较高,气候、风景观光(或吸引力)、形象重要性相对低一些。对评价结果的检验采用的是与实际市场占有率进行对比的方式<sup>[5]</sup>。总体来看,通过问卷调查了解会议目的地竞争力的方法与成熟的会议市场是相适应的。在成熟的会议市场中,一个相当规模的职业会议组织者群体是采取问卷调查法的基础。美国社团人员管理协会(American Society of Association Executives, ASAE)就代表美国25000多名协会会议主管和会议业供应商<sup>[6]</sup>,如果没有这样一个群体,或者会议组织者分散在各公司、团体组织里,就不便于采用这种问卷调查的方法。而且,成熟的会议市场其各环节分工明确,会议组织者作为会议产业链中进行会议选址决策的职业人员,对各会议目的地的条件及所能提供的会议产品十分清楚,他们的评价具有较高的参考意义。但是,在会议产业发展欠成熟、职业会议组织者缺乏且分散的地区,如中国,目前此方法就不甚适用。

### 2.2 国内研究现状

目前,国内尚没有对城市会议目的地竞争力或城市会议产业竞争力的相关研究,倒是有研究关注城市会展竞争力评价,但仅仅是对展览业竞争力的评价。例如,王辉对中国主要城市的“会展业”的区域经济条件的研究,所依据的是国际博览会联盟提出的城市发展会展业的条件<sup>[7]</sup>。与此类似,戚能杰应用层次分析法构造的会展旅游城市竞争力评价模型6项显示性指标也全部是展览统计指标<sup>[8]</sup>。由于展览业比会议业的产业关联性更强,因此,上述评价指标体系中无不强调经济发展、经济活跃程度、经济上的对外开放程度、产业发展状况等方面,而对城市在举办会议方面的条件如形象、旅游吸引力等不十分强调。城市发展会议业与展览业的条件有些是相同的,但并不完全一致,因此不适宜将评价会展(其实只是展览)竞争力的标准套用于评价会议竞争力。展览和会议在国际上也是由不同的组织分别进行统计的,而且展览城市和会议城市都有各自的排名机构。

### 3 中国会议目的地竞争力评价体系

在目前国际会议组织者对中国大多数城市举办会议的条件并不了解、中国本土的职业化会议组织者群体尚未形成的情况下,采取问卷调查法对中国

会议目的地的竞争力进行评价是不切实际的。

目前,中国会议产业发展呈现出的是较大规模的会议设施与模糊不清的市场规模并存的局面。据中国会展网不完全统计,目前中国大陆各省市共建有大型国际会展中心347座(其中包括会议设施),其中,沿海11省(直辖市)建有213座,占61.4%<sup>[9]</sup>。加上不断增加的饭店会议设施,会议接待设施规模增加很快。另一方面,除了UIA和ICCA按照各自统计口径对各国国际会议的统计外,由于会议组织者分散,目前中国国内尚无对会议举办数量和举办规模的统计。再加上会议设施集中在东部沿海省市,为了提高会议设施利用率,使得当前城市在会议目的地方面的竞争成为一种必然趋势,因而对城市会议目的地竞争力进行评估也成为十分现实的问题。

考虑到上述情况,根据已有研究对会议目的地竞争力评价的成果,本文提出如下评价体系:一级指标仍采取与国际较为一致的7项基本评价指标,即设施、可进入性、服务、吸引力、价格、气候与环境、形象,且遵循同样的重要性排序<sup>[5]</sup>。根据一级指标的实际所指,考虑到数据的可获得性,分别选取了以下指标作为二级指标(表1),并通过层次分析法请专家对各组二级指标的重要性进行排序,以确定二级指标的权重。通过将每一城市在二级指标上的实际统计数值的无量纲化处理获得评价对象的基本数据,并通过与实际会议举办次数相比较的方式对该评价指标体系进行检验。

### 4 实证分析——以东部沿海17城市为例

#### 4.1 东部沿海17城市会议竞争力评价

鉴于中国会议设施目前主要集中在东部沿海城市,在此选取东部沿海省份的17个省会城市、直辖市及计划单列市为实证分析对象。除气候数据为长期数据外,其余选取2007年的统计数据(表2)。

将上述数值代入城市会议产业竞争力评价模型:

$$F = \sum_{i=1}^n W_i Z_i$$

式中, $F$ 为城市会议产业综合竞争力, $Z_i$ 为标准化的指标数值, $W_i$ 为权重值, $i$ 为评价城市个数, $n$ 为评价指标的个数。经计算,得到城市会议目的地竞争力综合得分。从城市综合竞争力得分情况来看,北京以1.915的得分遥遥领先,高出排名第二的上海(1.26)0.655分,而上海又高出第三名广州(0.537)0.723分,显示出北京作为中国政治和文化中心在举办会议方面超强的竞争实力,以及与上海、

表1 城市会议目的地竞争力评价指标体系

Tab.1 Competitiveness evaluation system of city as a conference destination

一级指标及权重	二级指标及权重	二级指标的测量	二级指标选取说明
设施 (0.2406) (C <sub>1</sub> )	饭店设施 S <sub>11</sub> (0.0966)	三星级以上饭店数 O <sub>11</sub>	一定质量的住宿设施和一定规模的会议室被认为是举办会议所需设施中最关键和具有决定性作用的 <sup>[2]</sup>
	会议设施 S <sub>12</sub> (0.1440)	超过500座的会议室数 O <sub>12</sub>	
交通 (0.1975) (C <sub>2</sub> )	航空可进入性 S <sub>21</sub> (0.1179)	航空客运量 O <sub>21</sub> (0.0648)	航空、铁路和公路交通反映了交通可进入性。鉴于航空运输对于会议业的重要意义,采取航空客运量和开通航线数分别反映目前实际航空交通情况和空港在航空交通网络中的地位
	铁路可进入性 S <sub>22</sub> (0.0435)	开通航线数 O <sub>22</sub> (0.0531)	
	公路可进入性 S <sub>23</sub> (0.0356)	铁路客运量 O <sub>23</sub> 高速公路里数 O <sub>24</sub>	
服务 (0.1324) (C <sub>3</sub> )	第三产业在经济中的重要性 S <sub>31</sub> (0.0531)	第三产业比重 O <sub>31</sub>	会议业需要一定的社会服务业发展水平作支撑。第三产业在城市经济发展中的重要程度以第三产业比重表示;它表示第三产业绝对发展水平;人均服务产品占有量和服务密度表示实际服务产品的可获得性和空间分布 <sup>[10]</sup>
	人均服务可获得程度 S <sub>32</sub> (0.0648)	人均服务产品占有量 = 第三产业增加值/全区总人口 O <sub>32</sub>	
	服务密度 S <sub>33</sub> (0.0434)	服务密度 = 第三产业增加值/全区总面积 O <sub>33</sub>	
价格 (0.1084) (C <sub>4</sub> )	价格水平 S <sub>41</sub> (0.1320)	高星级酒店客房平均价格 O <sub>41</sub>	价格实际指的是会议购买方购买会议产品(包括住宿、餐饮等各种细分产品)的价格。根据会议产品主要提供者四、五星级饭店这一事实,采用城市四、五星级饭店客房平均价格来测量,房价信息来自各城市饭店在携程网上的报价
形象 (0.0887) (C <sub>5</sub> )	城市知名度 S <sub>51</sub> (0.0434)	知晓旅游地的人数/总人数 × 100% O <sub>51</sub>	城市形象比较难以指标化,根据市场营销学关于形象的测量指标,以知名度和美誉度作为目的地的映像的定量评价指标。计算方法采取李蕾蕾提出的公式,如左栏 <sup>[11]</sup> 。城市知名度以谷歌、百度的搜索结果的数量测量,美誉度采用城市2005年中国城市网主办的“公众最向往的中国城市”排名数据 <sup>[12]</sup>
	城市美誉度 S <sub>52</sub> (0.0647)	称赞旅游地的人数/知晓旅游地的人数 × 100% O <sub>52</sub>	
气候与环境 (0.1571) (C <sub>6</sub> )	空气质量 S <sub>61</sub> (0.0327)	全年达到I级和II级空气质量天数 O <sub>61</sub>	气候舒适指数以舒适月份个数来测量,即一年之中舒适指数(THI)在17~25之间的月份个数。THI的计算公式为:THI = t - 0.55 × (1 - f) (t - 14.47) t为气温 f为相对湿度(本文使用的公式为《旅游地理学》公式 THI = Td - 0.55(1 - RH) (Td - 58)的变形,将其中的Td华氏温度(u)转化为摄氏温度(°C)度量的公式,以便于直接应用统计数据 <sup>[13]</sup>
	城市绿化率 S <sub>62</sub> (0.0193)	城市绿化率 O <sub>62</sub>	
	气候舒适指数 S <sub>63</sub> (0.0205)	气候舒适指数 O <sub>63</sub>	
吸引力 (0.0747) (C <sub>7</sub> )	旅游吸引力 S <sub>71</sub> (0.0399)	4A级及5A级景区数 O <sub>71</sub>	城市吸引力也是比较难以指标化的项目,旅游吸引力以最新的国家公布的4A级和5A级景区数来测量,活动吸引力以文化体育娱乐业的规模和比重来测量
	活动吸引力 S <sub>72</sub> (0.0486)	文化体育娱乐业总值 O <sub>72</sub> (0.0267) 文化体育娱乐业占第三产业比重 O <sub>73</sub> (0.0219)	

表2 中国沿海17城市各项指标情况  
Tab.2 The index of 17 coastal cities of China

指标	北京	天津	石家庄	沈阳	济南	南京	上海	杭州	福州	广州	南宁	海口	大连	宁波	青岛	厦门	深圳	
C <sub>1</sub>	O <sub>11</sub>	363	81	47	80	48	92	207	136	56	140	45	53	100	73	94	45	156
	O <sub>12</sub>	135	26	21	19	20	30	79	46	13	39	14	20	25	23	23	22	37
C <sub>2</sub>	O <sub>21</sub>	3850	463	80	384	241	804	2609	629	379	4320	147	726	728	180	787	868	1326
	O <sub>22</sub>	250*	66	36	84	79	120	240	191	49	160	67	180	133	47	94	167	137
	O <sub>23</sub>	6915	1907	1088	3053	2518	1794	4795	2254	527	7588	607	70	1494	842	1101	394	1852
	O <sub>24</sub>	673	694	385	474	310	400	635	484	268	555	524	165	347	326	700	122	269
C <sub>3</sub>	O <sub>31</sub>	72.1	40.5	39	46.5	48.9	48.4	52.6	45.8	43.2	58.4	50.4	65	43	40.3	43	45.6	49.8
	O <sub>32</sub>	4.13	2.14	0.94	2.11	2.07	2.57	4.65	2.8	1.35	5.36	0.79	1.67	2.33	2.45	2.48	3.78	15.63
	O <sub>33</sub>	0.41	0.17	0.06	0.12	0.15	0.24	1.01	0.11	0.07	0.56	0.02	0.11	0.11	0.14	0.15	0.4	1.68
C <sub>4</sub>	O <sub>41</sub>	709	530	416	488	498	475	992	470	390	502	358	468	548	495	525	528	549
C <sub>5</sub>	O <sub>51</sub>	4.68	1.18	0.34	0.94	0.52	0.97	3.3	0.95	0.38	1.63	0.08	0.17	0.56	0.49	0.59	0.49	1.65
	O <sub>52</sub>	15	7	4	6	5	8	11	12	4	10	4	4	13	14	17	16	9
C <sub>6</sub>	O <sub>61</sub>	246	320	289	323	311	312	328	308	361	333	352	365	338	329	333	363	361
	O <sub>62</sub>	44.3	37.5	36.2	41.6	39.8	45.9	37.6	38.5	35.6	37.1	39.6	40	43.3	37	40	36.3	45
	O <sub>63</sub>	5	5	5	4	4	3	4	4	6	5	5	6	4	4	4	6	5
C <sub>7</sub>	O <sub>71</sub>	56	15	8	15	7	11	25	21	1	15	5	3	14	18	10	10	3
	O <sub>72</sub>	227.4	23.2	23.6	38.9	25.6	-	99.5	33.1	-	80.8	-	9.2	30.7	15.6	22.4	8	64.4
	O <sub>73</sub>	3.37	1.13	2.56	2.59	2.04	-	1.55	1.76	-	2.3	-	2	2.28	1.13	1.51	1.28	1.9

注:① O<sub>11</sub>、O<sub>71</sub>数据来自中国旅游统计年鉴(2007);O<sub>12</sub>、O<sub>41</sub>数据来自携程旅游网关于每个城市所有饭店的介绍资料;O<sub>21</sub>~O<sub>24</sub>、O<sub>61</sub>~O<sub>62</sub>、O<sub>31</sub>、O<sub>72</sub>来自各城市2007年的统计年鉴;O<sub>32</sub>、O<sub>33</sub>、O<sub>73</sub>根据各城市2007年的统计年鉴的有关数据按照表2公式计算得出;O<sub>63</sub>来自中国气象数据共享服务网“中国主要城市(1971~2000)气候标准值数据库”。

② \* 表示该数值为估值。

广州相比巨大的优势。广州(0.537)、深圳(0.481)得分相差不大,且与排名其后的杭州(0.019)也有较大差距。杭州(0.019)、天津(-0.278)、沈阳(-0.287)、济南(-0.456)、南京(-0.182)、海口(-0.308)、大连(-0.103)、宁波(-0.44)、青岛(-0.1049)、厦门(-0.142)10个城市的得分在-0.5至0.1之间,是东部沿海城市中综合竞争力水平中等的城市群体,其得分与排名前4位城市之间有明显差距。石家庄(-0.684)、福州(-0.537)、南宁(-0.617)得分在-0.5以下,综合竞争力较差。

#### 4.2 东部沿海17城市竞争力排名

为了更为直观地比较17城市各项指标和综合竞争力的相对位序,根据各城市得分情况对它们进行排序(表3)。从城市综合竞争力排名来看,北京以4项指标排名第1(设施、可进入性、形象、吸引力)、两项指标排名第2(服务、价格)的突出表现位列综合竞争力排名第1,只是“气候与环境”指标的排名十分靠后(第16)。上海以“价格”排名第1、

“设施”、“形象”、“吸引力”3项指标排名第2以及“服务”排名第4的优良表现位列第2。广州则在服务、可进入性和吸引力3方面具有竞争优势,深圳的突出优势在服务、价格和气候与环境3方面。

根据东部沿海17城市会议目的地的综合竞争力得分及排名情况,将其划分为3个集团。

第1集团:国际会议目的地,包括北京、上海、广州、深圳4个城市,其中,北京、上海具备跻身全球10强会议城市的实力,广州和深圳则应朝着冲击亚洲10强会议城市的方向努力。

第2集团:全国及区域性会议目的地,包括东北的沈阳、大连,华北的天津,华东的济南、青岛、南京、杭州、宁波,东南厦门,华南的海口10个城市。这些城市依靠区域性中心城市的影响力和完备的会议设施,以及在旅游吸引力和城市形象方面的优势,将有望成为全国性的会议名城。

第3集团:地方性会议目的地,包括石家庄、福州、南宁,由于这3个城市在会议目的地的各项评价指标表现都不突出,且有些项目得分较低,例如

表3 东部沿海17城市各项指标排名及综合竞争力排名

Tab.3 Ranks of each index and comprehensive competitiveness of 17 coastal cities

城市	设施	可进入性	服务	价格	形象	气候与环境	吸引力	综合竞争力
北京	1	1	2	2	1	16	1	1
上海	2	3	4	1	2	12	2	2
广州	5	2	3	8	8	7	3	3
深圳	4	6	1	3	9	1	10	4
杭州	3	4	9	13	7	14	5	5
大连	7	9	13	4	6	6	6	6
青岛	8	5	11	7	3	8	12	7
厦门	13	12	6	6	4	3	17	8
南京	6	7	7	12	10	11	8	9
天津	9	8	15	5	11	10	15	10
沈阳	11	10	10	11	12	9	4	11
海口	12	11	5	14	16	2	16	12
宁波	10	16	14	10	5	17	13	13
济南	15	13	8	9	13	13	11	14
南宁	17	14	12	17	17	5	9	15
福州	16	17	16	16	14	4	14	16
石家庄	14	15	17	15	15	15	7	17

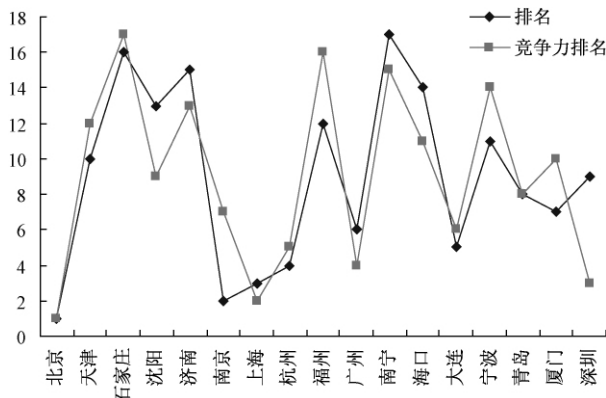


图1 17城市会议目的地排名与会议数排名对比

Fig.1 Comparison of the ranks between conference destination and number of conferences

石家庄在服务、可进入性、价格、形象、气候与环境 5

表4 2007年国家一级社团在上述17城市举办的会议次数

Tab.4 Numbers of conferences held by national associations in each city in 2007

城市	北京	天津	石家庄	沈阳	济南	南京	上海	杭州	福州	广州	南宁	海口	大连	宁波	青岛	厦门	深圳
举办会议次数	458	52	29	38	32	96	83	79	43	68	23	35	74	47	61	65	57
排名	1	10	16	13	15	2	3	4	12	6	17	14	5	11	8	7	9
与评价结果的比较 (竞争力排名)	1	10	17	11	14	9	2	5	16	3	15	12	6	13	7	8	4

个方面都表现不佳,福州在设施、可进入性、服务、价格4个方面表现较差,南宁在设施、价格、形象得分最低,使得这些城市在与其他城市竞争中处于劣势。

### 5 评价结果检验与讨论

#### 5.1 评价结果检验

鉴于目前中国尚无城市举办会议类型和数量的统计,在此,仅依据占会议市场80%左右的协会会议情况来对上述结果进行初步检验。根据国外会议市场的统计,协会会议花费占会议市场总花费71%、出席人数占会议总出席人数的78%、数量占会议总数的80%,是会议市场第一大细分市场<sup>[14]</sup>。本文对协会会议的统计是以中国国家民政部公布的一级社会团体组织为准,不包括这些一级社团组织的下设组织,以关键词“2007年+协会名”在Google上搜索前3页,获得每一个一级社团组织在2007年举办的会议情况,然后根据会议简介分别统计上述17城市举办的国家一级社团会议次数(如表4)。由于一级社团数仅仅代表了协会总数的一部分,而且这些会议也并非全部能够在搜索引擎中搜索得到,因此,这种检验是粗略的和不完全的,但是在中国目前会议统计尚处空白的情况下,能够在一定程度上说明问题。

将上述城市举办协会会议的次数排名与城市会议竞争力的结果进行比对,整体拟合程度比较高(如图1)。北京、天津的竞争力排名和协会会议数排名完全一致,石家庄、上海、济南、杭州、南宁、海口、大连、宁波、青岛、厦门的排名误差都在3之内。排名名次相差超过5的是南京和深圳,其中,南京举办协会会议数排名第2,而竞争力排名第9;深圳恰恰相反,协会会议数排名第9,而竞争力排名第4。这可能与南京历史上所形成的深厚的文化积淀和一定的政治地位有关,因而一级社团组织活动比较活跃;而深圳作为改革开放后发展起来的新兴城市,城市历史较短,社团活动还不够普及与活跃。

#### 5.2 讨论

本文采取了与国外研究者完全不同的会议目的

地竞争力评价思路,以方便获取的统计数据评价指标代替会议组织者的评价。从实证研究的近似检验情况来看,此指标体系基本达到了事先确立的反映实际、可操作性的要求。当然,作为探索性的研究,本文还存在进一步改进的空间,譬如在二级指标的确定方面,还缺乏充分的研究支撑,在二级指标的量化方面,也还有进一步论证的必要。但是“概念的操作化”是一件“永无止境”的工作,在定量研究中“设计能够抓住概念的含义并测量它们的指标和量表的确是一种挑战”<sup>[15]</sup>。后续研究需要通过大量理论和实证研究改进指标设计,使指标与其测量的对象之间的逻辑关系更加清晰,测量的效度和信度更高,评价体系的实际应用性更强。

致谢:感谢中山大学旅游规划与发展研究中心2009级博士生陈钢华对本文提出的修改建议。

【参 考 文 献】

- [1] Liu Haiying. The current status and trends of international association conferences [J]. *Conference*, 2009, 24:1-4 [刘海莹. 国际协会会议的现状与发展趋势 [J]. 会议, 2009, 24:1-4]
- [2] Oppermann M. Convention destination images: Analysis of association meeting planners' perceptions [J]. *Tourism Management*, 1996, 17(3): 175-182.
- [3] Bonn M A, Boyd J N. Multivariate analysis of corporate meeting planner perceptions of Caribbean destinations [J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1993, 1(3): 1-24.
- [4] Baloglu S, Love C. Association meeting planners' perceptions and intentions for five major US convention cities: The structured and unstructured images [J]. *Tourism Management*, 2005, 26(5): 743-752.
- [5] Go F M, Robert M G. Which international conference destinations in Asia are the most competitive? [J]. *CEMS Business Review*, 1997, 2(1): 57-65.
- [6] American Society of Association Executives. Association Meeting Trends [R]. Washington: 1992.
- [7] Wang Hui. Analysis on regional economic conditions of the industry of conferences and exhibitions [J]. *Journal of Beijing International Studies University*, 2003, 5:32-36. [王辉. 会展业的区域经济条件分析 [J]. 北京第二外国语学院学报, 2003, 5:32-36]
- [8] Qi Nengjie. The application of hierarchy analysis on the evaluation of urban competitiveness of meetings and exhibitions [J]. *Journal of Zhejiang Wanli College*, 2007, 2(2): 25-28 [戚能杰. 层次分析法在会展旅游城市竞争力评价中的应用 [J]. 浙江万里学院学报, 2007, 2(2): 25-28]
- [9] The Government Web of China Expo. Facilities [EB/OL]. [http://www.expo-china.com/web/hall/hall\\_main.aspx](http://www.expo-china.com/web/hall/hall_main.aspx). 2008-10-4. [中国会展网官方网站. 场馆设施 [EB/OL]. [http://www.expo-china.com/web/hall/hall\\_main.aspx](http://www.expo-china.com/web/hall/hall_main.aspx). 2008-10-04]
- [10] Reform Study Group of Zhejiang Province. How to evaluate regional service industry: Study on evaluation system of regional service industry [J]. *Zhejiang Economics*, 2007, 3:40-44 [浙江省发展改革委课题组. 区域服务业发展水平如何衡量——区域服务业发展评价体系研究 [J]. 浙江经济, 2007, 3:40-44]
- [11] Li Leilei. *Tourism Destination Image Planning: Theory and Practice* [M]. Guangzhou: Guangdong Tourism Publisher, 1999. 101 [李蕾蕾. 旅游地形象策划: 理论与实务 [M]. 广州: 广东旅游出版社, 1999. 101]
- [12] China City Government. "The Popular Cities of China" [EB/OL]. <http://www.chinacitygov.net/indexpage/dtxxlist.asp?sort=1&sortone=4>. 2008-10-04. [中国城市网. "公众最向往的中国城市" [EB/OL]. <http://www.chinacitygov.net/indexpage/dtxxlist.asp?sort=1&sortone=4>. 2008-10-04.]
- [13] Bao Jigang. *Tourism Geography* [M]. Beijing: Higher Education Press, 1999. 121 [保继刚. 旅游地理学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 1999. 121]
- [14] Lee J S, Back K J. "Attendee-based brand equity." [J]. *Tourism Management*, 2008, 29(2): 331-344.
- [15] Babbie E. *The Practice of Social Research* [M]. Beijing: Huaxia Publisher, 2007. 136;147 [艾尔·巴比. 社会研究方法 [M]. 北京: 华夏出版社, 2007. 136;147]

Study on the Competitive Evaluation System of Urban Convention Destinations

——A Case Study of 17 Coastal Cities in China

ZHU Feng

(Center of Tourism Planning and Research, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510275, China; Business School, Shandong University At Weihai, Weihai 264209, China)

**Abstract:** Based on the retrospect of the competitive evaluation of convention destinations abroad, the paper holds that it is imperative to seek for a new evaluation approach to assess the competitiveness of China's cities as convention destinations, as China is different from foreign countries in terms of developing stage of convention industry and market maturity. By referring to available evaluation index system, the paper puts forward seven grade-one evaluation indexes and sixteen grade-two indexes including facilities, transportation, service, price, image, climate and environment as well as attractiveness. Testing gained from the 17 coastal cities in China indicates that the above-mentioned index system is feasible and accurate, which conforms to the practical situation that China's convention facilities are rapidly constructed but the group function of convention organizers is not evident.

**Key words:** city; convention destination; competitive evaluation

【责任编辑: 翟佳羽; 责任校对: 刘 鲁】