

國際商展的規模效應與替代效應 The Scale Effect and Substitution Effect of International Exhibition

周霖珊^{1*}
Lin-Shan Zhou

摘要

近年來，全球會展業仍處於蓬勃發展階段，隨著經濟發展越來越快，商展模式作為能促進經濟發展的一巨大動力，其進步之迅猛令商展經濟發展前景不容小覷，中國會展業發展也借此迎來新的契機。客觀、準確分析商展的規模效應與替代效應，對中國會展產業的可持續發展具有戰略意義。本文選取極具代表性的中國華東進出口商品交易會為研究對象，對比中國-東盟博覽會和中國進出口商品交易會，將成交額、展覽面積、參展人數與綜合績效等指標進行相關分析，得出三個展會呈正向發展並存在規模效應，根據分析結果為促進中國未來展會的發展提出可行性建議。

關鍵詞：中國華東進出口商品交易會、中國-東盟博覽會、中國進出口商品交易會、規模效應、替代效應

Abstract

In recent years, the global exhibition industry is still in the stage of prosperity. With the rapid development of economy, as a great driving force to promote economic development, the business exhibition mode has made rapid progress, and its development prospect is very optimistic. China's exhibition industry has currently met new opportunities. An accurate analysis of the scale effect and substitution effect of the business exhibition is of strategic significance to the sustainable development of China's exhibition industry. This article selects the highly representative China East China Import and Export Fair as the research object, compares the China-ASEAN Expo and the China Import and Export Fair, and analyzes the exhibition area, transaction volume, and the number of purchasing merchants. The three exhibitions are showing a positive development, and based on the analysis, feasibility suggestions are put forward to promote the development of the exhibition.

Keywords: The East China Fair, The Sino-ASEAN Expo, The China Import and Export Fair, Scale Effect, Substitution Effect

1. 國際商展的研究背景

著眼當下中國，自會展產業被我國納入“十一五”發展規劃以來，其有力推動了中國外貿出口企業品牌推廣、產業營銷、企業文化形象的樹立，促進了我國與世界各國

¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院國際經濟與貿易專業 987915730@qq.com*通訊作者

的經貿往來。隨著改革開放的持續進行，會展產業已經成為國內極具活力的現代服務產業（黃運鑫，2019）。

作為世貿組織成員國，中國的出口貿易的體量在逐年增大，並於2018年繼續保持了全球貨物貿易的第一大國地位。會展產業為出口貿易的商業談判、高新技術引進和轉讓等營造了良好的條件，而出口貿易總量地提高又反過來推動了會展產業的發展，從而構成相輔相成的良性循環。作為商品流通的服務產業，會展產業如今已成為推動國家經濟增長的重要驅動力。作為國際貿易行業裡的創新制度，會展產業將持續對中國的出口貿易構成長遠的影響（黃運鑫，2019）。

商展是指通過展銷會、博覽會等各種交易會形式，把多家企業集中在一起，向參觀者展示自己的產品，讓消費者可以近距離的體驗商品。商展不僅可以用展銷一體的形式宣傳自己的產品，也可以從一線瞭解到消費者對產品的看法和需求，讓消費者感受到企業的文化與實力（夏雪與純金典，2020）。隨著經濟發展加快，在會展產業中可發現商展對拉動地方經濟貢獻極大，透過其發展概況，能夠反映各地展覽市場的經濟情況，作為促進經濟發展的巨大動力，商展模式作業越來越受到企業甚至政府的重視，各種商展舉辦的數量與日俱增，規模也越來越大。在2019年，中國境內共舉辦了經貿類展覽3,547個，展覽總面積同比增長0.8%，為13,048萬平方米。但同時，中國展覽經濟發展也從高速增長進入高質量發展軌道，不再單純追求數量增長，開始注重質量和規模經濟效應（中國國際貿易促進委員會，2019）。

作為現代服務業的重要支柱之一，全球會展業的市場規模也在逐步擴大著，商展經濟受到多方重視，發展前景不容小覷。根據Technavio預測，2018年全球會展行業市場規模為355.2億美元，年複合增長率為5.19%（益達，2019）。當下，全球會展業存在“實力東移”的趨勢，新興會展大國中國百強商展上榜實力十二年間有顯著提升，中國會展業發展迎來了新的契機，以北上廣為代表，發展快、潛力足、空間大（裘小婕與張敏，2020）。在各類商展中，最具代表性的有：1957年開始舉辦的中國進出口商品交易會；1991年開始舉辦的中國華東進出口商品交易會；2014年開始舉辦的中國東盟博覽會。隨著各地會展業競爭愈來愈激烈，會展規模與展會面積增長明顯，國際化趨勢越來越顯著，客觀準確分析商展的規模效應與替代效應，對中國會展產業的可持續發展具有戰略意義。

本文以華交會、中國-東盟博覽會和廣交會的發展為例，透過三個代表性展會的成交額、展覽面積、參展人數與綜合績效四個指標，相關性分析驗證其是否存在規模效應與替代效應。其中規模效應即指分析對象具有加成果，具有促進作用；替代效應指分析對象互相間有負面影響，將出現後者替代前者的現象。

2. 華交會、中國-東盟博覽會和廣交會的發展概況

2.1 廣交會的發展概況

中國進出口商品交易會，簡稱廣交會，是由商務部和廣東省人民政府聯合主辦，是中國對外貿易中心承辦的中國目前歷史最長、規模最大、商品種類最全、到會採購商最多且分佈國別地區最廣、成交效果最好、信譽最佳的綜合性國際貿易盛會，被譽為“中國第一展”。自創辦起，其堅持改革創新，歷經各種嚴峻考驗從未間斷，是中國企業開拓國際市場的優質平臺，中國外貿第一促進平臺，是中國對外開放的窗口、縮影和標誌。廣交會每年春秋兩季在廣州舉辦，從1957年起，廣交會已舉辦了129屆。截至2019年，廣交會累計出口成交約14,126億美元，累計到會境外採購商約899萬人。廣交會之所以選址廣東廣州，一大原因是廣東省無論是人口還是經濟發展水平等各

方面的強大綜合實力，通過廣東省的經濟情況可以反映大部分的中國經濟走向。據表1可以看出，近十多年廣東省GDP占全國GDP比重都達到了10%以上，而廣交會的舉辦，可以看到在20世紀初，所創造的價值占廣東省整體GDP的10%以上，其極大豐富廣州市經濟結構，促進其經濟發展。隨著時間流逝，廣交會成交額在廣東省GDP占比雖有所下降，究其原因，近些年外貿環境變化較快且態勢明顯，但並不需要擔心，廣交會多年積累下的商業聯繫將讓廣交會繼續發展，並在新態勢中創造更多精彩。2020年，在全球新冠肺炎疫情持續蔓延、國際貿易受到嚴重衝擊的形勢下，第127、128屆廣交會相繼在網上舉辦。其成功舉辦探索了國際貿易發展的新路，奠定了線上線下融合發展的堅實基礎，更好發揮了全方位對外開放平臺作用。

表1. 廣東省2001~2019年生產總值情況（匯率：1美元≈6.3945人民幣）

時間	廣交會全年成交額（億元）	廣東省地區生產總值（億元）	廣交會在廣東省 GDP 占比	國內生產總值（億元）	廣東省 GDP 占全國 GDP 比重
2001	1,863.42	12,126.6	15.37%	110,863.1	10.94%
2002	2,258.54	13,601.9	16.60%	121,717.4	11.17%
2003	1,592.87	15,979.8	9.97%	137,422.0	11.63%
2004	3,306.60	18,658.3	17.72%	161,840.2	11.53%
2005	3,751.01	21,963.0	17.08%	187,318.9	11.72%
2006	4,238.27	25,961.2	16.33%	219,438.5	11.83%
2007	4,721.70	31,742.6	14.87%	270,092.3	11.75%
2008	4,462.08	36,704.2	12.16%	319,244.6	11.50%
2009	3,625.68	39,464.7	9.19%	348,517.7	11.32%
2010	2,893.58	45,944.6	6.30%	412,119.3	11.15%
2011	4,780.53	53,072.8	9.01%	487,940.2	10.88%
2012	4,393.66	57,007.7	7.71%	538,580.0	10.58%
2013	4,299.02	62,503.4	6.88%	592,963.2	10.54%
2014	3,850.19	68,173.0	5.65%	643,563.1	10.59%
2015	3,521.20	74,732.4	4.71%	688,858.2	10.85%
2016	3,579.26	82,163.2	4.36%	746,395.1	11.01%
2017	3,848.21	91,648.7	4.20%	832,035.9	11.01%
2018	3,832.86	99,945.2	3.83%	919,281.1	10.87%
2019	3,773.91	107,986.9	3.49%	986,515.2	10.95%

資料來源：據國家統計局及展會官網數據整理

2.2 華交會發展概況

中國華東進出口商品交易會，簡稱華交會，是由中華人民共和國商務部支持，上海市、江蘇省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山東省、南京市、寧波市等華東九個省市聯合主辦的中國規模最大、輻射面最廣、客商最多、成交額最高的區域性國際經貿盛會。自1991年以來，華交會已成功舉辦了30屆。在各主辦省市共同努力下，華交會的舉辦規模已從初期的2.1萬平方米增長到12.65萬平方米，累計參展企業數超過7萬家，累計成交金額超過640億美元，累計到會海外採購商人數超過41萬人次。為應對疫情，第30屆華交會於線上舉辦，共吸引了來自52個國家和地區的15,333名訪客，

網站訪問瀏覽量達172,910次。華交會九個主辦省市的GDP總和占全國GDP的45%，出口額則占全國出口總額的一半，所以華交會也被視為中國外貿出口的“晴雨錶”（沈麗，2005）。華交會選址上海，原因有上海市作為國際大都市，擁有更多的機會，可以創造更多價值，從表2可以看到上海市地區生產總值占全國GDP比重就達到了3%以上。華交會成交額占上海市GDP比重近些年有所下降，原因可能是上海作為對外窗口，近些年承辦了不計其數的展會，經濟結構更豐富，但也側面展示了商展市場的巨大機遇與可能性，華交會比重雖小，但經濟價值不一定有所降低。

表2. 上海市2001~2019年生產總值情況

時間	華交會全年成交額（億元）	上海市地區生產總值（億元）	華交會在上海市 GDP 占比	國內生產總值（億元）	上海市 GDP 占全國 GDP 比重
2001	97.99	37,987.6	1.86%	110,863.1	4.74%
2002	108.02	36,011.8	1.86%	121,717.4	4.76%
2003	130.47	32,925.0	1.92%	137,422.0	4.95%
2004	163.65	29,887.0	2.02%	161,840.2	5.01%
2005	190.17	26,887.0	2.07%	187,318.9	4.91%
2006	212.36	25,269.8	2.00%	219,438.5	4.83%
2007	227.20	23,204.1	1.76%	270,092.3	4.77%
2008	235.19	21,305.6	1.62%	319,244.6	4.55%
2009	143.30	20,009.7	0.91%	348,517.7	4.52%
2010	174.76	17,915.4	0.98%	412,119.3	4.35%
2011	181.54	15,742.4	0.91%	487,940.2	4.10%
2012	199.64	14,536.9	0.94%	538,580.0	3.96%
2013	179.94	12,878.7	0.78%	592,963.2	3.91%
2014	176.42	10,598.9	0.70%	643,563.1	3.93%
2015	164.08	9,197.1	0.61%	688,858.2	3.90%
2016	147.71	8,101.6	0.49%	746,395.1	4.00%
2017	148.16	6,804.0	0.45%	832,035.9	3.96%
2018	148.35	5,795.0	0.41%	919,281.1	3.92%
2019	147.07	5,257.7	0.39%	986,515.2	3.85%

資料來源：據國家統計局及展會官網數據整理

3.2 中國-東盟博覽會發展概況

中國-東盟博覽會，簡稱東博會，是中國和東盟10國政府經貿主管部門及東盟秘書處共同主辦、廣西承辦的國際經貿盛會，自2014年起，已成功舉辦16屆。中國-東盟自貿區與東博會相生相長。2010年1月1日，中國-東盟自貿區正式建成，中國-東盟的經貿合作翻開了嶄新一頁。中國-東盟博覽會是以展會為橋樑，旨在促進中國-東盟自由貿易區建設，共享合作發展機遇。它推動並見證了中國-東盟戰略夥伴關係內涵的不斷豐富、經貿合作水平的迅速提升、人文民間交往的日益密切，為服務“一帶一路”建設發揮了重要作用。自東博會舉辦後，廣西對東盟貿易從2004年的約10.8億美元，到2019年增長至6,415億美元；歷屆博覽會的展位數從2004年的2,506個增加至

2019年的6,600個；同時參展參會客商人數從2004年的18,000人增加至2019年的85,000人，保持穩步上升的趨勢。廣西省東博會選址廣西，有利於在促進一帶一路發展的同時也對廣西省GDP起到促進作用；同樣的，東博會成交額在廣西省GDP占比也在逐年下降，與上述兩個展會存在異曲同工之處，但有政策加持及全球化的發展步伐協助，東博會總體態勢還是上升狀態。

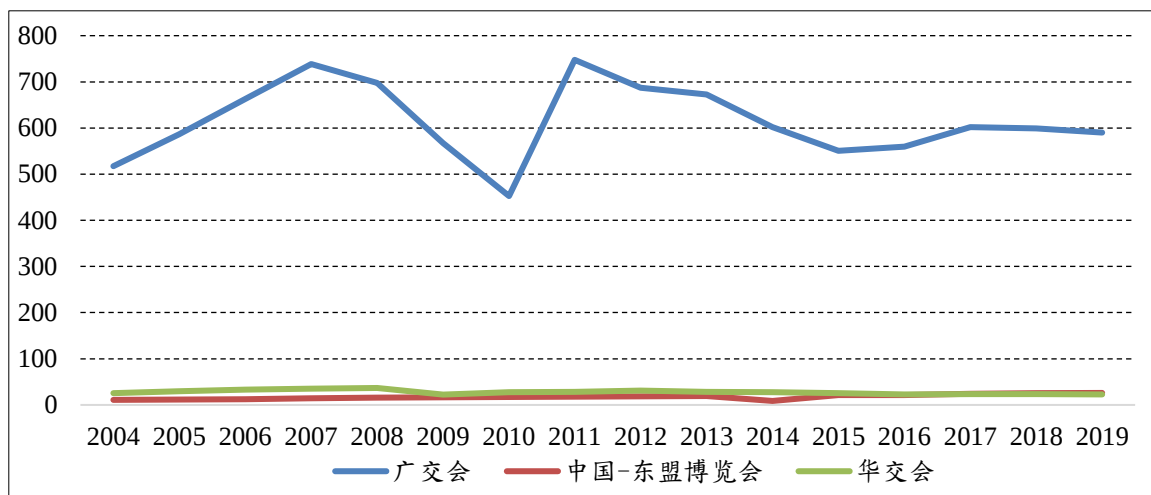
表3. 廣西省2001~2019年生產總值情況

時間	東博會全年成交額（億元）	廣西省地區生產總值（億元）	東博會在廣西省GDP占比	國內生產總值（億元）	廣西省GDP占全國GDP比重
2001	-	2,279.3	-	110,863.1	2.06%
2002	-	2,523.7	-	121,717.4	2.07%
2003	-	2,798.2	-	137,422.0	2.04%
2004	69.06	3,305.1	2.09%	161,840.2	2.04%
2005	73.54	3,742.1	1.97%	187,318.9	2.00%
2006	81.21	4,417.8	1.84%	219,438.5	2.01%
2007	90.80	5,474.8	1.66%	270,092.3	2.03%
2008	102.12	6,455.4	1.58%	319,244.6	2.02%
2009	105.77	7,112.9	1.49%	348,517.7	2.04%
2010	109.47	8,552.4	1.28%	412,119.3	2.08%
2011	115.55	10,299.9	1.12%	487,940.2	2.11%
2012	120.09	11,303.6	1.06%	538,580.0	2.10%
2013	122.13	12,448.4	0.98%	592,963.2	2.10%
2014	55.63	13,587.8	0.41%	643,563.1	2.11%
2015	135.67	14,797.8	0.92%	688,858.2	2.15%
2016	135.67	16,116.6	0.84%	746,395.1	2.16%
2017	153.54	17,790.7	0.86%	832,035.9	2.14%
2018	165.35	19,627.8	0.84%	919,281.1	2.14%
2019	166.29	21,237.1	0.78%	986,515.2	2.15%

資料來源：據國家統計局及展會官網數據整理

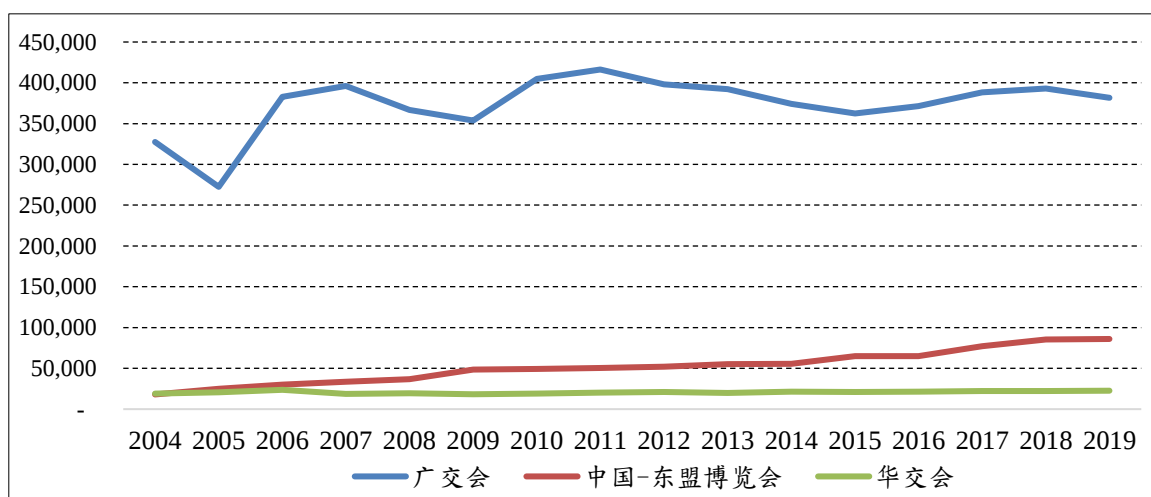
3. 華交會、中國-東盟博覽會和廣交會的展會指標探索

華交會、中國-東盟博覽會和廣交會在成交額、展覽面積、參展人數與績效四個指標的歷年趨勢如下。為便於比較，故在折線圖中選取起步最晚的東博會的創辦時間2014年為起點。可以看出，廣交會作為“中國第一展”，不論從成交額、參展採購商人數及展覽面積，比起東博會與華交會，都遙遙領先，佔據巨大優勢。近幾年，從全年成交額（圖1）來看，三個代表性展會在2015年後全年成交額都較為穩定，沒有太大變化；從採購商人數（圖2）來看，東博會與華交會的採購商人數保持增長狀態，逐年遞增，而華交會近幾年較為穩定；從展覽總面積（圖3）來看，東博會與華交會一直處於平穩狀態，對於廣交會而言，在2008年前，是快速增長階段，自2008年後展覽總面積也就趨於平穩。



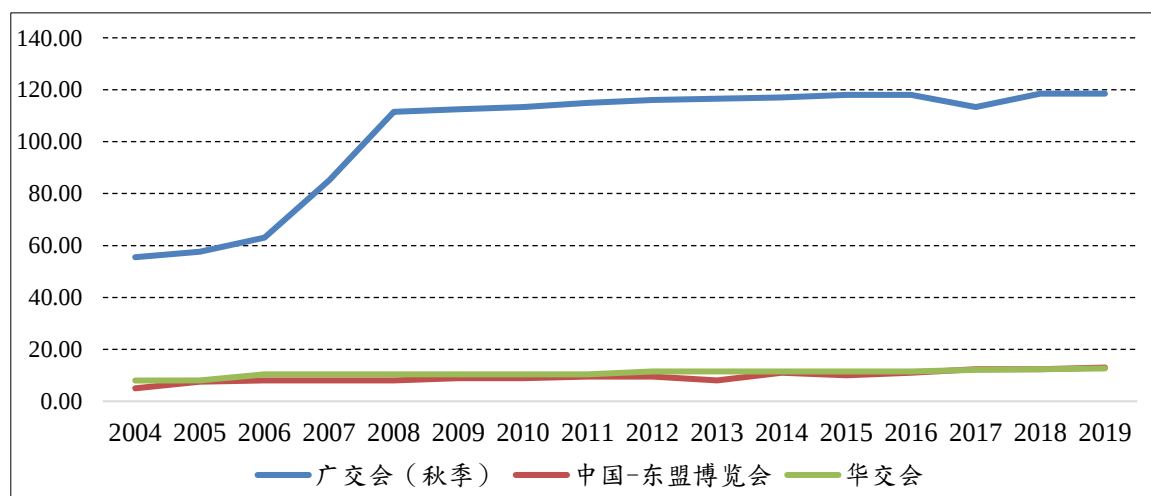
資料來源：本文自行整理

圖 1. 廣交會、中國-東盟博覽會與華交會全年成交額（億美元）



資料來源：本文自行整理

圖 2. 廣交會、中國-東盟博覽會與華交會採購商人數



資料來源：本文自行整理

圖 3. 廣交會、中國-東盟博覽會與華交會展覽總面積（萬平方米）

相關係數可以反映變量之間相關關係密切程度，用字母 r 表示。若 $r > 0.7$ ，則相關性程度高，則變量之間存在正向作用；具有規模效應。若 $0.3 \leq r \leq 0.7$ ，則相關性程度為一般，變量之間影響作用較小。若 $r < 0.3$ ，則相關性程度低，變量之間影響不明顯。若 r 為負數，則變量之間存在替代效應，其中有變量存在沒落、消退的狀態；同時，變動率反映變量之間變動速度的大小，來反映變動的快慢程度。通過計算華交會、中國-東盟博覽會和廣交會成交額、展覽面積、參展人數及變動率的相關係數及變動率，可判斷展會的規模效應與替代效應。從表4和表5可以看出華交會與廣交會的全年成交額的相關係數為0.6238，為中級相關；同時二者全年成交額變動率成正相關關係，說明廣交會與華交會存在群聚效應，這可能是因為華交會與廣交會服務地域存在較大差異，且資源也不相同，企業可能選擇參加這兩種展會，達成不同交易。但華交會與中國-東盟博覽會全年成交額及全年成交額變動率都成負相關關係，說明華交會與中國-東盟博覽會這兩者具有替代效應，說明東博會有可能取代華交會。

表 4. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會全年成交額相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	-0.0515	1	
(t-Statistic)	(-0.1931)**		
華交會	0.6238	-0.5140	1
(t-Statistic)	(2.9864)**	(-2.2423)**	

資料來源：本文自行整理

表 5. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會全年成交額變動率相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	-0.0443	1	
(t-Statistic)	(-0.1600)**		
華交會	0.2393	-0.0787	1
(t-Statistic)	(0.8887)**	(-0.2846)**	

資料來源：本文自行整理

從表6和表7可以看出，在華交會與廣交會和中國-東盟博覽會的採購商人數及變動率相關性分析中，相關係數皆為正，其中華交會與東博會採購商人數的相關係數為0.5130，為中等相關。這些說明華交會與廣交會和中國-東盟博覽會再此基礎上存在群聚效應，原因可能是三個展會都是中國極具代表性的展會，企業選擇前往這三個展會，讓企業之間更加瞭解互相的產品研發情況，增進與相關行業其他企業的友好關係，並有更多途徑尋找相關企業的合作夥伴。而消費者面對琳琅滿目的商品，會對更感興趣的商品進行判斷選擇，花更多時間去瞭解可能更優秀的產品（夏雪與純金典，2020）。

表 6. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會採購商人數相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	0.4613	1	
(t-Statistic)	(1.9453) **		
華交會	0.1403	0.5130	1
(t-Statistic)	(0.5300) **	(2.2362) **	

資料來源：本文自行整理

表 7. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會採購商人數變動率相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	-0.1117	1	
(t-Statistic)	(-0.4053) **		
華交會	0.2643	0.0284	1
(t-Statistic)	(0.9882) **	(0.1024) **	

資料來源：本文自行整理

從表8和表9可以看出，在華交會與廣交會和中國-東盟博覽會展覽總面積相關性分析中，相關係數皆為正，呈群聚效應。這可能是因為當下，大部分國家地區都以展覽面積為指標。根據《進出口經理人》雜誌自2008年到2019年，已連續發佈十二年世界商展百強榜，百強商展總面積持續保持上升態勢，由2008年的1,770.18萬平方米，增長至2019年的2,195萬平方米，總增長接近24%；平均面積不斷擴張，從2008年的17.70萬平方米，增長到2019年的21.95萬平方米；准入門檻水漲船高，2008年入圍標準為10萬平方米，2017年達到峰值12.50萬平方米（裘小婕與張敏，2020）。各展會擴大面積規模，以謀求更大的展會效益，爭奪世界市場；但華交會與廣交會和中國-東盟博覽會會展覽總面積變動率都為負，成替代效應，這可能是因為近幾年，展覽面積增速減緩。

根據目前已發現的研究成果當中，由楊國樑與婁炫博（2021）在會展產業發展的生命週期研究中的方法，選取全年成交額、採購商人數和展覽面積三者的加權係數作為績效指標進行數據比較分析，探究三大展會的績效變化，得到數據如表10、表11。

表8. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會展覽總面積相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	0.7011	1	
(t-Statistic)	(3.6785) **		
華交會	0.8149	0.8631	1
(t-Statistic)	(5.2598) **	(6.3956) **	

資料來源：本文自行整理

表9. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會展覽總面積變動率相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	-0.1615	1	
(t-Statistic)	(-0.5900)**		
華交會	-0.0128	-0.0693	1
(t-Statistic)	(-0.0460)**	(-0.2506)**	

資料來源：本文自行整理

從表10和表11可以看出，在華交會與廣交會和中國-東盟博覽會績效相關性分析中，相關係數皆為正，呈群聚效應，但數值較小，規模效應並不明顯。這可能是因為經過近些年會展業的快速增長，中國展覽業無論項目數量還是場館數量均已積累了龐大的存量，市場競爭日益加劇，各方面增長率可能趨緩，導致績效並不存在明顯增幅。但根據這些數據的正向性，依然可以判斷三個展仍頗具發展動勢，相互促進，使整體會展業往更好方向發展。

表10. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會績效相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	0.4613	1	
(t-Statistic)	(1.9451)**		
華交會	0.1406	0.5128	1
(t-Statistic)	(0.5313)**	(2.2352)**	

資料來源：楊國樑與婁炫博（2021）。會展產業發展的生命週期。

表11. 華交會與廣交會和中國-東盟博覽會績效變動率相關性分析

	廣交會	中國-東盟博覽會	華交會
廣交會	1		
中國-東盟博覽會	-0.1117	1	
(t-Statistic)	(-0.4054)**		
華交會	0.2646	0.0282	1
(t-Statistic)	(0.9892)**	(0.1016)**	

資料來源：楊國樑與婁炫博（2021）。會展產業發展的生命週期。

4. 結論與建議

2019年，面對錯綜複雜的國內外形勢，特別是中美經貿摩擦的嚴峻挑戰，中國展覽業發展繼續堅持以供給側結構性改革為主線，堅持以改革開放為動力，堅持專業化、國際化、品牌化、信息化辦展方向，加快建設現代化展覽經濟體系，展覽質量不斷提高，經濟效益持續向好（中國國際貿易促進委員會，2019）。而會展業作為市場經濟的重要組成部分，對於我國經濟高質量發展，以及推動經濟發展和實現經濟合作共享，發揮著十分重要的作用，對國民經濟發展的促進作用和影響力進一步提升。在

全球經貿發展的特殊時期，中國堅持舉辦商展，彰顯了中國的大國擔當與大國精神，並通過實際的行動，為促進全球貿易和世界經濟增長做出重要貢獻（裴超等，2020）。

本文基於相關係數，通過對華交會、中國-東盟博覽會和廣交會全年成交額、展覽面積、參展人數、績效四個指標的探索，由綜合評判結果可得：華交會與廣交會和中國-東盟博覽基本都處於群聚效應下，不僅自身在蓬勃發展，並對往後互相的發展都起著促進作用。華交會並不能取代廣交會，同時也無法被中國-東盟博覽會所取代。

根據分析發現三個會展的特性應更加鮮明，在主題、內容設置方面更有獨特性，才能吸引更多參展商及採購商前往。在展覽面積已到達一定值的情況下，更注重展會本身，不盲目追求擴大展館，造成資源浪費。三大展會彼此之間具有相輔相成的效果，規模效應會使展會更加興盛，效應更加明顯。因此，三大展會可以通過加深彼此交流合作等方式，實現互促共贏，取得更大發展。

參考文獻

1. 黃運鑫（2019）。新時代中國會展產業對出口貿易的影響。對外經貿實務，7，84-88。
2. 裘小婕、張敏（2020）。世界百強商展比較研究（上）。中國會展，13，46-51。
3. 沈麗（2005）。華交會：帶動區域經濟聯合大發展。行業聚焦，5，35-57。
4. 夏雪、純金典（2020）。新時代發展商展經濟的意義和挑戰以及“互聯網+”背景下商展經濟新模式研究。商展經濟，4，5-8。
5. 中國國際貿易促進委員會（2019）。2019年中國展覽經濟發展報告。1-14。
6. 益達（2019）。創新發展成為中國會展業主旋律—解讀《中國展覽經濟發展報告2018》。中國對外貿易，3，36-39。
7. 楊國樑、婁炫博（2021）。會展產業發展的生命週期研究。會展前瞻，2(2)，1-15。
8. 裴超、付曉、孟楠（2020）。新格局，孕育新發展—透過第三屆中國會展業國際經貿論壇看我國會展業發展新機遇。中國會展，23，30-39。

收稿日期：2021-05-17

責任編輯、校對：楊佳華、劉曉軒