

<https://doi.org/10.52288/mice.27069273.2021.09.03>

从中国省市研究会展产业对出口贸易的影响研究 Research on the Influence of Exhibition Industry on Export Trade from Perspective of Chinese Provinces and Cities

戴绍翀^{1*}
Stacey Dai

摘要

随着改革开放的不断深入,中国的会展产业逐渐兴起;作为世界贸易组织的成员国,我国出口贸易的规模逐年扩大,但同时也面临着出口结构调整和优化的挑战。会展产业作为国际贸易领域的一项制度创新,对我国的出口贸易产生了深远的影响。在全球经济一体化的背景下,我国会展产业的国际化程度也逐渐上升,每年约有200多个不同国家的参展商前来参展和采购。本文分为五个部分,引言部分介绍会展的含义、会展与出口贸易之间的关系;第二部分是有关会展的文献资料;第三部分是发达国家的会展产业状况以及带给我国的启示;第四部分介绍中国当今的会展产业发展现状,并且细化到中国省市会展产业的发展状况,同时检验会展产业竞争力指数与出口贸易的相关指标,以证实两者正相关关系越强,竞争力指数越高,出口贸易的竞争力就越强;第五部分根据研究结果得出会展发展繁荣有利于出口贸易,出口贸易也同时可以提高会展产业的影响力,并建议会展产业发展与出口贸易发展相互协调。

关键词: 会展产业、出口贸易、会展产业竞争力指数

Abstract

With the deepening of reform and opening up, China's Convention and exhibition industry is gradually rising. As a member of the world trade organization, the scale of China's export trade is expanding year by year. But at the same time, it is also facing the challenge of export structure adjustment and optimization. As an institutional innovation in the field of international trade, exhibition industry will have a profound impact on China's export trade. In the context of global economic integration, the degree of internationalization of China's exhibition industry is also gradually rising. Every year, more than 200 exhibitors from different countries come to participate in the exhibition and purchase. This paper is divided into five parts. The introduction introduces the meaning of exhibition and the relationship between exhibition and export trade. The second part is the literature about exhibition. The third part is the situation of exhibition industry in developed countries and the enlightenment to our country. The fourth part introduces the development status of China's exhibition industry, and details the development status of China's provincial and municipal exhibition industry. The SPSS software is used to test the positive correlation between the competitiveness index of exhibition industry and the relevant indicators of export trade. The higher the competitiveness index, the stronger the competitiveness of export trade. The results conclude that the development and prosperity of exhibition industry

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院国际经济与贸易专业 2303992157@qq.com*通讯作者

is conducive to export trade, and export trade can improve the influence of exhibition industry. Suggestions are proposed in coordination between exhibition industry development and export trade development.

Keywords: Exhibition Industry, Export Trade, Exhibition Industry Competitiveness Index

1. 引言

1.1 会展的概念

会展是一种以现场聚集为形式,以表达展示为手段的规模化营销沟通服务行业,其功能在于通过现场活动沟通供需各方,促进竞争与合作,满足市场主体的资源需求和发展意愿,由此成为市场经济的内在需求和引领机制。会展产业则指以会展行业为中心支撑,形成提供专业支持和服务的附属配套行业和企业,功能明确而又独特的经济事业,由核心层、辅助层和配套层三部分构成。

会展的概念内涵是指在一定地域空间,许多人聚集在一起形成的定期或不定期、制度或非制度的传递和交流信息的群众性社会活动,其概念的外延包括各种类型的博览会、展销活动、大中小型会议、文化活动、节庆活动等。特定主题的会展是指围绕特定主题,集合多人在特定时空的集聚交流活动。狭义的会展仅指展览会和会议;广义的会展是会议、展览会、节事活动和各类产业、行业相关展览的统称。会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等都是会展活动的基本形式,世界博览会为最典型的会展活动,目前国内会展产业链已经相当完善。

1.2 会展与出口贸易的关系

自从改革开放以来,我国的对外贸易额有了显著的提升,1978年我国对外贸易额仅有206.38亿美元,2008年时对外贸易总量已经超过25,000亿美元,相对于1978年的对外贸易额提升了100倍之多,年均增长率为17.43%;其中出口贸易额从97.45亿美元增长到14,307亿美元,年均增长率18.08%(裴长洪,2009)。

会展产业作为标志性的服务产业,包含文化宣传、贸易拓展等主流思维,很大程度上影响国家的出口贸易活动。由于会展活动污染程度小、经济利益大、投资成本低、运行周期短,并且是绿色产业,因此得到我国各地方政府的支持。企业销售产品时,会采取很多种不同的手段,例如建立客户群、用电视或纸质传单进行广告、网络营销等,但是会展产业具有众多营销手段无法取代的优越性,它是企业最有效的营销手段之一。文化与经济密不可分,文化的发展需要经济的支持,经济的发展也需要一定的文化底蕴;只有将文化与经济融合,一个国家才能在激烈竞争的国际环境中站稳脚跟,有一席之地。会展产业就是结合了文化和经济的产业,既宣扬了我国的文化,又可以带动我国的经济的发展,因此它与对外贸易是密不可分的。

2. 会展产业与出口贸易的文献综述

Taranto(1998)研究早期特殊盛会的经济价值,指出大型的节日盛会能够促进各层级的交流并且增加市场的信息量,政府可以通过这种方式建立综合的市场来营销各项服务和产品;陈君俊(2007)通过对发达国家会展发展经验的借鉴,指出如何提升我国会展整体效益的相关建议;王新平(2008)提到国际贸易的扩大,将有力的支撑我国会展的发展,要建立有利于会展和贸易相结合的新机制,推动会展发展;张娟(2005)介绍珠三角各城市的会展产业合作,表示会展可以在一个城市的时空上实现聚集,使得会展的经济效应得以延伸;曾武佳(2008)指出会展通过区域空间依存

性和区域指向性，能够促进区际间技术合作和贸易往来，对现代会展的区位选择和空间布局，现代会展与区域产业结构、区域合作、城市发展、区域可持续发展等方面的互动关系，进行系统深入的分析；林斌（2004）通过研究我国出口贸易的要素密集度类型，根据要素禀赋的理论，指出国内消费增长、劳动力要素增长能够提升出口贸易；马淑琴与戴晋（2006）动态的分析了中国出口贸易的发展进程，指出贸易水平与经济开放度、合理度呈现正相关，而与分散度和贸易条件呈现负相关，贸易条件恶化和经济开放度低，都会制约我国出口贸易的发展。

3. 发达国家会展产业概况给我国会展产业带来的启示

3.1 德国的会展产业概况

德国政府十分看重会展产业，从2001年起至今已经为举办会展提供了3,400万欧元以上的经济支持。德国境内已有8个面积超过10万平方米的国际会展中心，会展总面积接近300万平方米，并且国际性的会展场馆一共有23个。根据统计，德国每年举办的国际性会展高达150个，参展商和贸易商约有18万家，吸引了超过180多个国家的一千多万观众前来参观。

德国地处欧洲中部，与众多国家接壤，有利于德国与别国进行交流贸易。长期以来，德国的会展产业都以专业化、特色化而著名，逐渐形成了以城市优势产业为依托的专业性会展品牌；与此同时，集团化运营的德国会展公司竞争力强，组织服务水平一流，对社会各界人士都有着极大的吸引力。

3.2 法国的会展产业概况

法国位于西欧，是会展产业的起源国家之一，它坐拥多座著名的会展城市—巴黎、里昂、波尔多和里尔等，其中巴黎更是以世界会展之都闻名于世，因此法国的会展产业一直处于世界领先的地位。根据国际会展联盟(UFI)统计，法国每年举办大约1,500场专业性会展和150个左右的博览会，其中具有国际影响力的就有接近200场。2019年时，巴黎国际供应链与物流运输产业展览会展出面积近3万平方米，有比利时、德国、中国等国家和地区的800多家企业参加展会，超过40,000名专业观众前去观看展出，并且有94%的采购商表示将会继续参加2020年展会。

法国与德国能够发展会展产业的共同点，就是它们的地理位置都有优势，并且拥有着举世闻名的国际性会展中心，法国每年因为会展产业产生的直接收益约85亿法郎，全部的贸易成交额超过1,600亿法郎，会展产业已成为法国对外贸易不可或缺的一部分。

3.3 发达国家的会展状况给我国的启示

从法国、德国可以看出，它们的会展展览面积和展览数量都位居世界前列。中国作为发展中国家，对会展产业越来越重视，并且政府制定了有益会展产业发展的经济、政治政策，并且提供了经济扶持，对我国会展产业的发展抱有积极的态度，努力向发达国家看齐，增加展览面积和展览数量；同时，中国还可以学习西方国家对于会展产业的管理经验和经营理念，结合我国发展情况，努力打造具有中国文化特色的会展活动。

中国在地理位置上有着得天独厚的优势，海岸线极长，且人口密集，从北到南有着天津港、上海港、环渤海经济圈、长江三角洲经济圈、珠三角经济圈，这些地区对

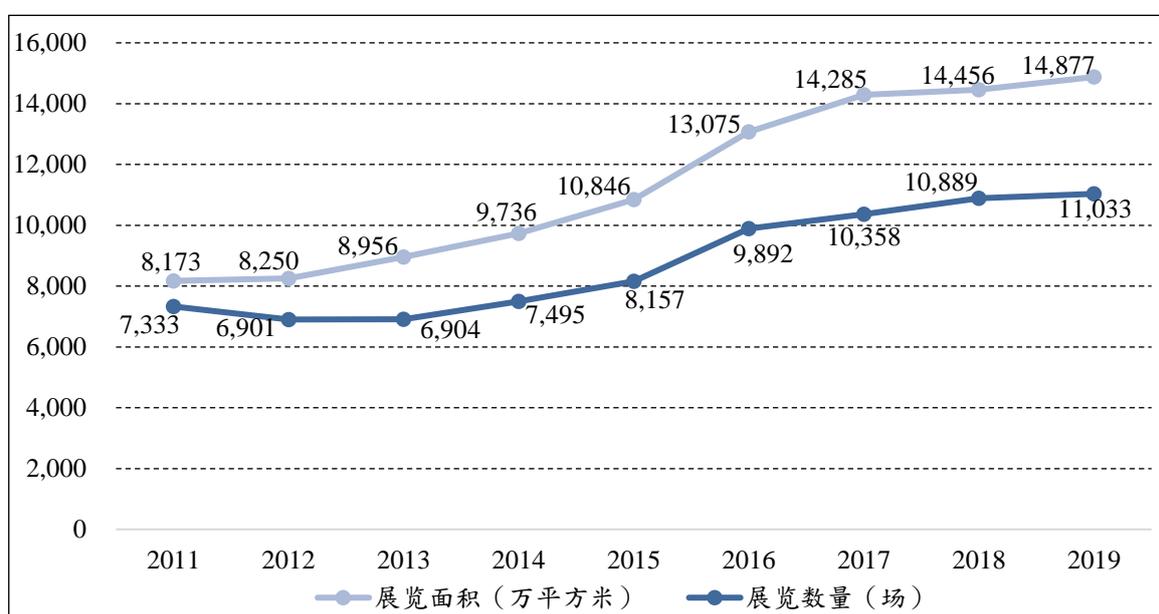
于发展对外贸易十分有利，中国可以在这些地区发展会展产业；同时中国也与多个国家接壤，海陆空运输都十分方便，为会展产业的世界贸易搭建了良好途径。

4. 中国当前会展产业发展情况

4.1 中国会展产业概况

首届中国会展业年会暨北京国际会展产业高峰论坛中提到，“十一五”期间我国的会展数量从2006年的4,050个增长为2010年的5,040个，绝对数量增长为990个，增长率为24%；会展的展会面积从2006年的4,100万平方米增长到2010年的5,050万平方米，五年增长了23%。

2011年至2019年期间，我国的展览面积和展览数量保持上升（见图1），并且展览面积增长快于展览项目数量增长，由此可见我国政府投入了大量资金用于会展展览面积建设，开设了多处新的会展中心，带动我国经济发展。

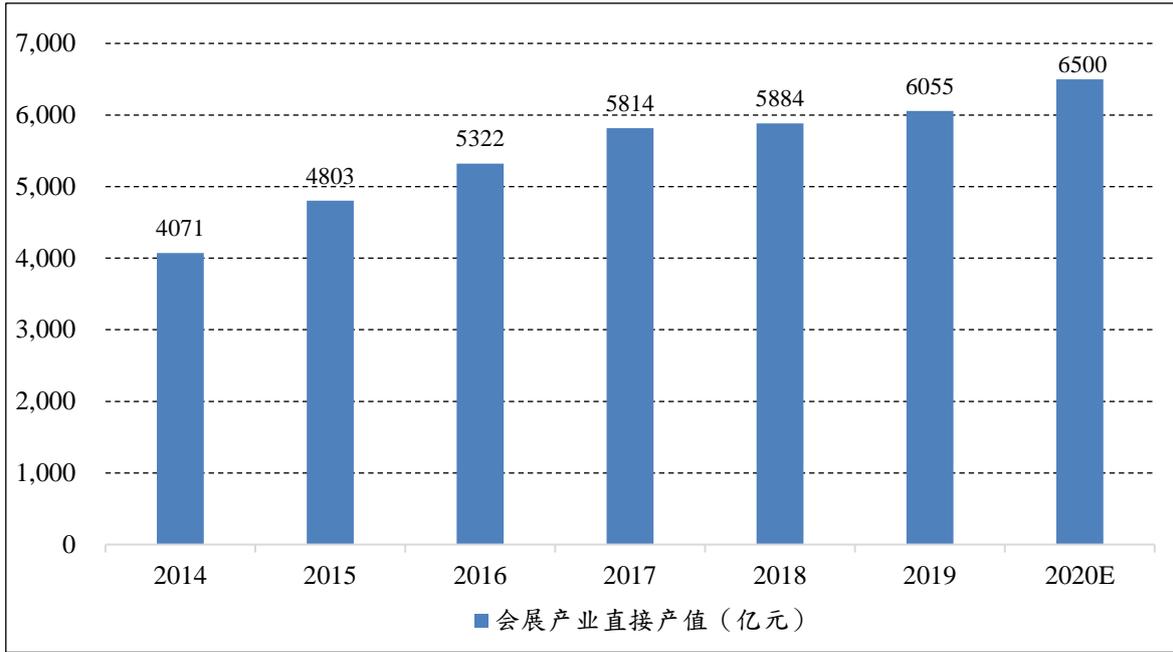


资料来源：CCPIT前瞻产业研究院整理

图1. 2011年~2019年全国展览、展览面积增长趋势

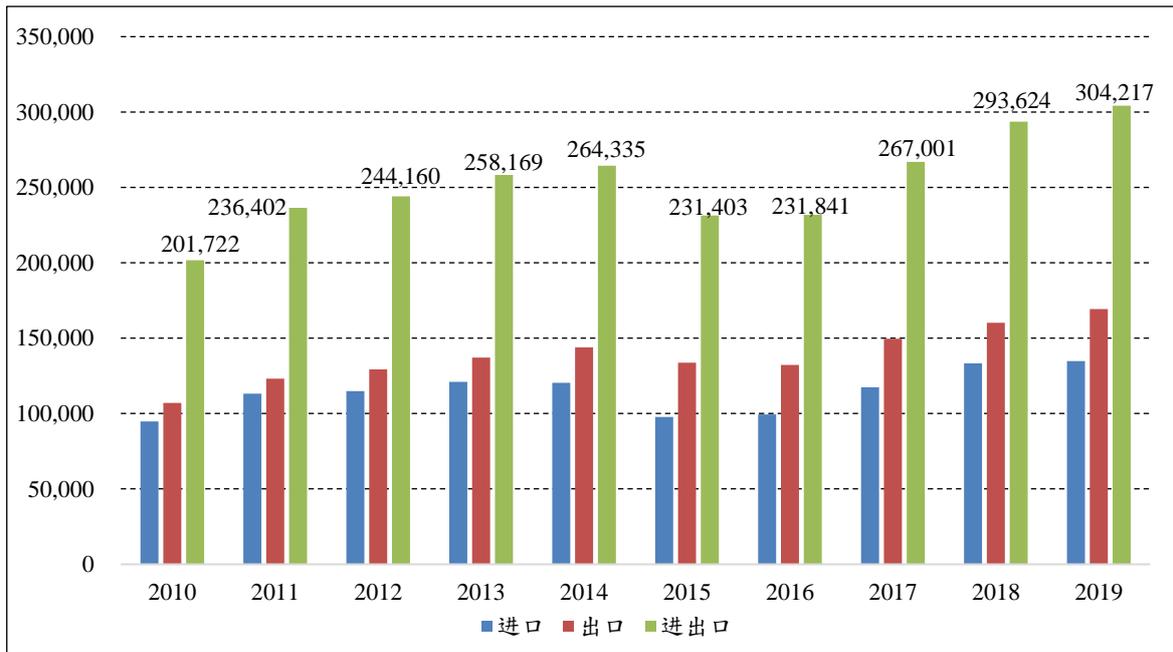
由于会展展览数量和展览面积的增加，会展产生的产值也大量增加。2014年时会展经济的直接产值仅有4,358亿左右，2019年时就增加到8,751亿元左右，足足翻了一番，预测2020年中国会展行业直接产值最高可达9,500亿元（图2）。2019年，在中国境外自主办展的79场展览中，有61场在“一带一路”沿线国家举办，占77.21%，展览总面积40.67万平方米，占中国境外自主办展展览总面积的77.03%。

与此同时，2010年至2019年期间进出口贸易额也趋于提升（图3），进出口总额从2010年的201,722亿元上升至2014年的264,335亿元，2015年与2016年虽下滑至231,500亿元左右，2019年攀升至304,217亿元，大致维持成长趋势。



资料来源：商务部、中国会展经济研究会、中商产业研究院整理

图 2. 2014~2020 年中国会展行业直接产值统计



资料来源：洋骠驹 (ipr.witmart.cn)

图 3. 2010~2019 年进出口额 (亿元)

4.2 中国省市的会展产业竞争力指数

4.2.1 模型构建

国际展览联盟的报告曾指出，一个省市的基础设施相对完备，人均收入水平达到世界中等水平以上，服务业占GDP的比重大于制造业的比重，对外贸易占GDP的比重接近或超过10%，那么会展业就有望在该省市得到全面发展，发挥强势的贸易带动作用。程建林与艾春玲（2008）根据迈克尔·波特的产业钻石模型的各项指标，综合会

展产业的经济特点，尝试性地构建出中国省市会展产业竞争力的指标体系，以此来测算各个省市会展产业竞争力指数。

会展产业竞争力的评价是一个综合性的体系，需要从多方面加以评价。本文通过构建一个个层次性的指标框架，并赋予相应的权重来计算。在该层次指标体系中，第一层指标选取与会展业发展水平紧密相连的5个方面来衡量：会展产业竞争力、经济竞争力、社会事业竞争力、区位竞争力和旅游业竞争力。第二层指标旨在细化和进一步解释第一层衡量性指标，其中地理区位的测算标准为：首都5分，直辖市4分，沿海省市出于其经济的外向性特加1分。综上所述，参照会展业规划和管理部门的建议所构建出省市会展产业竞争力评价指标如下表：

表1. 各省市会展产业竞争力综合评价指标体系

层次	一级指标	权重	层次	二级指标	参考权重
A1	会展竞争力	3.0	B1	会展展览面积	1.0
			B2	展馆室内面积	0.5
			B3	会展成交额	0.5
			B4	主要展馆数量	1.0
A2	经济竞争力	2.0	B5	国内生产总值	0.6
			B6	财政总收入	0.6
			B7	贸易商品销售总额	0.8
A3	社会事业竞争力	1.8	B8	教育投入经费	0.8
			B9	第三产业比重	1.0
A4	区位竞争力	2.0	B10	货运总量	0.4
			B11	客运总量	0.6
			B12	地理区位	1.0
A5	旅游业竞争力	1.2	B13	旅游总收入量	0.8
			B14	入境旅游人数	0.4

资料来源：叶倩（2011）《会展产业对出口贸易的影响研究》

省市会展产业竞争力综合指标体系的模型如下：

$$D_i = \sum_{j=1}^m W_j S_{ij} \quad (1 \leq j \leq n)$$

其中， D 为第 i 个省市的会展产业竞争力综合指数值； W 为第 j 个因子的权重， S 为第 i 个省市第 j 个因子的标准值， m 为因子数， n 为省市数。在计算时，因子的标准值选择省市中该因子的第三分位数作为 Q ，原始值转换为标准值的公式如下：

$$S_{ij} = 1 \quad \text{当 } \frac{S_{ij}}{Q_{ij}} \geq 1$$

$$S_{ij} = \frac{S_{ij}}{Q_{ij}} \quad \text{当 } \frac{S_{ij}}{Q_{ij}} \leq 1$$

4.2.2 会展竞争力测算结果

我国省市会展产业竞争力指数如下表所示：

表2. 中国省市会展产业竞争力测算结果

排名	省市	综合指数	排名	省市	综合指数
1	广东	10.00	16	河北	6.73
2	浙江	10.00	17	陕西	6.30
3	江苏	9.97	18	重庆	5.93
4	山东	9.85	19	云南	5.59
5	北京	9.62	20	黑龙江	5.47
6	上海	9.26	21	内蒙古	5.41
7	辽宁	8.97	22	吉林	5.00
8	福建	8.93	23	山西	4.60
9	湖南	7.52	24	江西	4.44
10	河南	7.37	25	新疆	3.55
11	湖北	7.24	26	贵州	3.41
12	四川	7.14	27	甘肃	3.23
13	天津	7.00	28	青海	3.10
14	安徽	6.95	29	宁夏	2.57
15	广西	6.91			

资料来源：叶倩《会展产业对出口贸易的影响研究》

注：本统计不包括西藏和海南。

从表2可以看出，我国会展业竞争力强的省市，大多位于广东、浙江、江苏、上海等经济发达的东部地区和沿海地区，这些省市政治区位好，交通便利，有利于展览场馆的发展以及设施的完善和对外贸易的发展。

东部地区会展省市主要有上海、浙江和江苏，这些省市具有明显的地理优势，自然成为出口强省。作为世博会主办城市，上海会展业直接收入约占全国会展业直接收入的45%；以广州领头的南方省市是中国加工贸易和制造业出口贸易基地，也是中国会展业的发祥地。如今，南方省市会展业已经开始形成，并形成自己的会展产业模式和经营特色。

西部地区的宁夏、青海地区基础设施建设和地理位置相对滞后，会展业起步较晚；青海省正在建设以机场、高速公路、程控电话为基础的现代服务体系，带动会展业的发展。中国北方地区的会展贸易主要以北京的中国博览会和东北三省的边境贸易为主，北京独特的政治区位和科研院所的优势，带动了会展业的发展；东北三省毗邻俄罗斯、朝鲜、韩国，边境贸易发达也是会展业繁荣的主要原因。

4.3 会展产业与出口贸易相关性检验

本文将采用 SPSS 统计软件，计算会展产业竞争力与出口贸易指标之间的皮尔逊 (Pearson) 相关系数，以衡量两者相关性。皮尔逊相关系数，是测算两个定距变量的相互影响以及紧密的程度。两个样本间的皮尔逊系数大多用 r 来代表，计算的公式为：

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}}$$

其中 n 为样本量， X_i 、 \bar{X} 、 Y_i 、 \bar{Y} 分别为 X 与 Y 两个变量的观测值和均值。 r 描述的是两个变量间线性相关性的强弱程度，取值在 -1 与 1 之间，若 $r > 0$ ，表明两个变量正相关，即一个变量的值会随着另一个变量的值增大而增大；相反，若 $r < 0$ ，表明两个变量负相关，即一个变量的值会随着另一个变量的值增大而减小。 r 的绝对值越大，表明两个变量的相关性越强，若 $r = 0$ ，表明两个变量间没有线性关系。

4.3.1 数据来源

本文实证部分使用相关年份的《中国统计年鉴》、《中国展览统计年鉴》、《中国城市年鉴》和《中国会展经济发展报告蓝皮书》中所提供的相关会展产业和出口贸易指标的数据，文中还有部分信息来源于国家统计局、中国经济信息网等网站提供的经济统计数据。

从产业的统计标准来看，根据中国的《国民经济行业分类》，本文所研究的会展产业被归属于 L 租赁和商业服务业项下的“其他商务服务”类别中，由于会展产业的概念涵盖了若干不同的产业类别，所以宏观数据的统计较为困难。本文的研究数据还参考一些侧重于会展产业的信息发布、数据统计与发展预测的网站，例如中国会展经济研究会、中国会展在线与会展经济观察等专业网站。

4.3.2 SPSS 分析数据汇总

出口贸易额占 GDP 的比重和出口占销售总额的比重，反映了各省市的贸易规模和经济外向度，制成品占出口贸易的比重则代表我国出口贸易的商品构成，也就是一国的贸易结构水平；制成品的比重越高则说明该省的贸易结构偏重于科技产品。如果该省市的出口贸易量和出口贸易依存度高，出口贸易的结构良好则代表其出口贸易的综合水平较高。

表 3. SPSS 分析的数据汇总 (%)

省市	会展产业 竞争力指数	出口贸易 占 GDP 比重	出口占 销售总额比重	制成品占 出口贸易额比重
北京	8.9700	0.358	4.753	1.907
天津	7.0000	0.603	2.698	0.396
河北	6.7300	0.166	1.912	0.013
山西	4.6000	0.083	2.033	0.206
内蒙古	5.4100	0.059	1.882	0.186
辽宁	9.6200	0.321	2.974	0.226
吉林	5.0000	0.069	1.153	0.124
黑龙江	5.4700	0.111	12.365	0.218
上海	9.2600	1.351	8.689	0.339
江苏	9.9700	0.899	8.851	0.136
浙江	10.0000	0.960	16.562	0.168

资料来源：叶倩《会展产业对出口贸易的影响研究》

表 3. SPSS 分析的数据汇总 (%) (续)

省市	会展产业 竞争力指数	出口贸易 占 GDP 比重	出口占 销售总额比重	制成品占 出口贸易额比重
安徽	6.9500	0.125	3.967	0.992
福建	8.9300	0.624	17.624	0.168
江西	4.4400	0.148	3.829	0.114
山东	9.8500	0.364	4.739	0.196
河南	7.3700	0.067	3.435	0.770
湖北	7.2400	0.109	2.609	0.360
湖南	7.5200	0.071	4.191	0.217
广东	10.0000	1.371	9.908	0.072
广西	6.9100	0.096	1.735	0.302
重庆	5.9300	0.094	1.938	1.575
四川	7.1400	0.122	3.330	0.167
贵州	3.4100	0.058	1.320	0.341
云南	5.5900	0.089	3.010	1.061
陕西	6.3000	0.075	3.599	0.338
甘肃	3.2300	0.037	0.398	0.562
青海	3.1000	0.027	1.629	0.086
宁夏	2.5700	0.110	1.633	0.392
新疆	3.5500	0.381	1.385	0.100

资料来源：叶倩《会展产业对出口贸易的影响研究》

4.3.3 实证分析结果

通过 SPSS 分析软件的计算，可以得出各个指标之间的相关关系（表 4）。

表 4. 会展产业竞争力与出口贸易指标的相关分析结果

	会展产业 竞争力指数	出口贸易额 占 GDP 比重	出口额占 销售总额比重	制成品占 出口贸易比重
会展产业 竞争力指数	1			
出口贸易额 占 GDP 比重	.690**	1		
出口额占 销售总额比重	.584**	.312	1	
制成品占 出口贸易比重	.513**	.309	.897**	1
出口贸易比重	.001	.068	.000	

资料来源：叶倩《会展产业对出口贸易的影响研究》

注：**表示通过 1% 的显著性水平。

经计算可得，各省市的会展业竞争力指数与衡量出口的所有指标，其相关性都通过了双尾的显著性检验。由表 4 可以得出，会展业竞争力指数与出口贸易占 GDP 的比重、制成品占出口贸易的比重都呈现正向相关性，两者的皮尔逊相关指数分别为

0.690 和 0.513，说明会展业竞争力的提升，有助于扩大我国的出口贸易规模和优化出口贸易结构。全国各省的会展产业竞争力对出口贸易的整体影响是显著的，且符号为正，与预期相符合。从自变量的系数来看，会展产业竞争力与衡量我国出口贸易的各项指标均有正相关关系，这说明会展产业的产业竞争力越高，越有利于我国出口贸易的增长。

近几年中国在会展数量和会展面积上都有增加，同时中国的会展产业直接产值和出口贸易额也有所增加，再次证明会展产业对会展产值和出口贸易是有益的，会展产业的繁荣能够带动我国出口贸易的增长；出口贸易的稳步发展，能使我国会展产业在国际舞台上处于有利位置，两者相辅相成，会展发展可以扩大出口贸易的规模，改善出口贸易的结构。

5. 结论与政策建议

本文以我国会展省市为例，将前人使用较多的竞争力模型与会展特点相结合，建立了研究所需的模型，用以测算我国会展产业的竞争力指数，并运用 SPSS 分析软件证明会展产业对出口贸易有促进作用。总体上我国的制成品占出口贸易额比重都较低，说明我国在科技上还有很大的发展空间；北上广的出口贸易占 GDP 比重和出口占销售总额比重较高，会展产业发展良好。各省市的会展发展情况各不相同，各省市的会展产业协会应当定期进行区域间的会展信息交流与合作，交换意见，以便更好地发展。

由于会展产业是新兴产业，发展不成熟，因此政府的宏观调控、经济与政策的支持是不可缺少的。目前，国际会展的产业运行在国际会展联盟（UFI）、国际会展局（BIE）和国际会展管理协会（IAEM）等协会的监督管理下，已经渐向规范化和法制化转变。我国政府应积极借鉴国际会展产业的发展经验，根据我国会展产业的特色优势和出口贸易的发展趋势，制定相应的会展产业规划。在发达国家政府一般通过国家的会展管理性法律和法规，对会展业进行规范；我国目前尚未拥有专业的会展主管部门和法律规范，制度性的约束机制不够健全，会展产业的经济效益和办展质量造成一定的影响，最终会降低会展产业的贸易效应。

会展业竞争力的提升，有助于扩大我国的出口贸易规模和优化出口贸易结构。我国可以加强会展产业的国际合作，国际会展产业发展潜力大、经济效益好。部分会展产业已经足够发达的国家，现在在会展方面发展速度已放缓；而我国在会展产业上发展前景良好，因此国际性的会展公司都支持我国，与我国合作。我国劳动力丰富但技术水平欠佳，与国际会展企业合作可以弥补我们在技术上的不足，增加竞争力，使得我国会展产业在国际上更能站稳脚跟，稳步发展。

参考文献

1. 裴长洪（2009）。中国对外贸易 60 年。北京：人民出版社。
2. 陈君俊（2007）。会展经济研究（未出版之硕士论文）。湖南省：湖南师范大学。
3. 王新平（2008）。会展经济发展模式研究（未出版之硕士论文）。山东省：山东大学。
4. 张娟（2005）。珠江三角洲会展经济探析（未出版之硕士论文）。广东省：暨南大学。
5. 曾武佳（2008）。现代会展与区域经济发展。四川省：四川大学出版社。
6. 林斌（2004）。我国出口增长的影响因素分析（未出版之硕士论文）。湖南省：

- 湖南大学。
7. 马淑琴、戴晋(2006)。影响我国对外贸易水平升级的相关因子研究。财贸经济, 10, 64-68。
 8. 程建林、艾春玲(2008)。会展经济发展、会展城市竞争力与城市功能提升。城市规划, 10, 15-20。
 9. 叶倩(2011)。会展产业对出口贸易的影响研究(未出版之硕士论文)。陕西省: 陕西师范大学。
 10. Taranto, R. (1998). Special events: A unique tool of marketing and promotion. Business Date, 6(1), 3-5.

收稿日期: 2021-06-23
责任编辑、校对: 乔嘉铭、赵子辰