

宁波市会展经济发展和对区域经济的影响 Development of Exhibition Economy in Ningbo City and Its Impact on Regional Economy

李玉萍^{1*}
Emma Li

摘要

在全球经济一体化趋势日益加强的今天，经济的发展与产业间的经济影响作用越来越明显。会展活动作为人类物质文化交流的重要形式，种类丰富多彩，涉及范围广泛，并以其鲜明的特点，影响着人类社会的各个领域。在会展活动中，借助会展的平台，有利于加强区域间的资源、人才、技术等要素流动，大大地促进了区域经济的发展。本文将选取长三角最具有代表性的城市之一—宁波，通过数据搜寻，运用中国会展经济研究所推出的年度“中国城市展览业发展指数”，对宁波会展经济进行现状和竞争力分析，进而探讨其会展经济对区域经济的促进作用。结论建议宁波加快会展行业品牌化、国际化进程，并加强相关产业合作及发挥政府作用，从而来大力推进宁波会展经济。

关键词：会展经济、会展竞争力、区域经济

Abstract

With the increasing trend of global economic integration, the economic development and the economic influence between industries are becoming more and more obvious. As an important form of material cultural exchange, the exhibition activities are rich and varied, covering a wide range, and affecting all fields of human society with its distinct characteristics. In the exhibition activities, the platform of exhibition is helpful to strengthen the flow of resources, talents, and technology among regions, and greatly promote the development of regional economy. This paper selects one of the most representative cities in the Yangtze River Delta, using the annual status and competitiveness of “China Exhibition Industry Development Index” for the analysis of Ningbo convention and exhibition economy to discuss the role of exhibition economy on regional economy. The conclusions suggest Ningbo speed up the branding and internationalization process of exhibition industry, strengthen relevant industry cooperation and play the role of the government so as to vigorously promote the exhibition economy of Ningbo City.

Keywords: Exhibition Economy, Exhibition Competitiveness, Regional Economy

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院国际经济与贸易专业 1925866834@qq.com*通讯作者

1. 引言

会展经济是指通过举办各种形式的会议、展览、展销和节庆活动等，带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象和经济行为（李浩波与钟昌标，2009）。通常是商家为了更好的去宣传企业产品，在国际型的城市利用一定的地域优势和经济优势，举办的有关商品展览，并借其商品展览、宣传等，带来源源不断的商流、物流、信息流，直接推动商贸活动，拉动其他产业的发展，形成以会展活动为核心的经济群体（陈柳钦，2008）。

从内容上来看，会展经济可以分为会议与展览两个基本的组成部分，两者相互融合、相辅相成。例如，在国际性会议中主要是以会议为主，在会议召开的同时期举办一些具有一定商业性的展览活动；同理，在国际性展览会虽然以展览活动为主要，但展览期间也会有各种研讨、研习会议的召开。展览为会议增加了内容，使得会议整体更为直观；而展览也会因会议的召开提升其档次，更加凸显其规范性、专业性，会与展就是这样相得益彰。

从会展经济的本质属性来看，会展经济是城市经济的一个重要组成部分，具有强烈的城市经济特色。会展经济是以经济活动为基础，以会展产业发展为中心的经济形态，它与传统的产业经济、区域经济既有区别又有联系。通常会展产业发展到一定程度，其带动作用、联动作用、经济贡献都会远远超越本产业范围，形成先导性、主导性、支柱性产业，成为经济体系发展的重要基础，促使会展经济的形成。要形成较为成熟的会展经济，必须使会展经济活动规范化、系统化、制度化，否则会展经济将很难成为真正意义上的新型经济形态。

在现代经济体系中，会展业作为新兴服务行业，是我国目前蓬勃发展的朝阳产业，也是我国发展潜力较大的行业之一。会展业具有效益性高、联动性高、导向性强、凝聚性好、专业性浓、交融性大等特点（陈丹，2019）；会展经济在给自身创造出巨大的经济效益的同时，增加了区域内产业的密切交流，大大地促进了交通、通讯、广告、旅游、餐饮、住宿等相关产业的发展。

长三角是中国第一大经济区，国家定位的我国综合实力最强的经济中心、亚太地区重要国际门户、我国率先跻身世界级城市群的地区，是我国展览业发展最快的地区。现今宁波作为长三角城市群发展潜力最大的城市之一，其国际化程度正在不断提高，会展已经成为宁波市经济社会发展的重要组成部分，宁波在会展经济的发展中一马当先，研究宁波会展经济的发展现状以及其对区域经济的影响，不仅有利于增加人们对宁波市会展业的了解，同时对宁波会展经济的后续发展具有一定的借鉴作用。

2. 宁波市会展经济发展现状

2.1 发展概况

宁波是中国东南沿海重要的港口城市，长江三角洲南翼经济中心，具有独特的区位优势 and 先天的旅游资源优势，且经济实力雄厚，更有着厚实的产业基础。迄今为止，宁波已经逐步成为国内会展产业定位最高、政治竞争力最高、场馆建设最具特色、项目设计相对超前的城市，宁波的会展业发展符合长三角未来经济和社会发展战略的会展业发展格局。

宁波会展起步于1997年10月，首届宁波国际服装节拉开了宁波会展业发展的序幕；21世纪初是宁波会展业的快速发展阶段，2003年，市政府提出了“建设长三角南翼会展之都”的会展业发展总目标；2007年，宁波又将会展业列为经济社会发展的战略性新兴产业，提出建设国际会展之都的工作目标。在会展业快速发展的同时，也促进

了宁波区域间优势产业的发展，同时也加强了区域间的合作。现如今，宁波会展业的发展存在以下几个特征：

2.1.1 会展数量规模正在不断增大

宁波市会展产业规模有在不断地扩大，但和全国相比起来，宁波的会展发展水平依然存在着较大的发展空间。根据历年来宁波市发表的《宁波市国民经济和社会发展》（2017~2019）可知，宁波市展览市场一直保持着平稳的态势，各类会展活动数量在逐年上升，其中的展览次数和展览面积也有所增加。2017年、2018年、2019年全年宁波市全市展览分别达到190、192、198场，展览总面积分别为210、212、213万平方米，展览面积2万平方米以上的展览分别有20、25、26个，可见，每一年宁波的展会数量规模都有所增加。

2.1.2 会展逐步品牌化、国际化

宁波凭借其优越的地理位置和经济条件，经过多年的沉淀和积累，已经形成了一大批的会展项目。2019年成功举办了“第十届中国宁波国际茶文化节茶业博览会”、“第十八届中国国际日用消费品博览会”、“第三十三届宁波国际汽车展览会”、“首届中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会”等一系列极具影响力的国际会展，2019年度荣获“中国最具影响力会展城市”；除此之外，中国（宁波）国际家居博览会和宁波国际时尚产业博览会通过了UFI认证，正式进入国际顶级展览行列。

2.1.3 专业会展场馆举办的项目数量持续稳定

2019年3+1专业场馆（宁波国际会展中心和慈溪国际会展中心、余姚中塑国际会展中心、宁海国际会展中心）共举办展会活动101个，展览面积达161万平方米；其中，1万平方米及以下的展览数量占43.56%，1万~2万平方米的展览数量占22.77%，2万~4万平方米的展览数量占27.73%，4万平方米及以上的展览数量占5.94%。从办展的数量来看，2019年宁波国际会展中心共举办展览项目56个，相关活动53个，共出租场馆面积131.8万平方米；从举办的展览类型来看，全年“3+1”专业场馆举办的贸易类展会占44.56%，消费类展会占55.44%，呈现出较为稳定的态势（吕鹏，2021）。

2.2 发展竞争力

为了客观地诠释各城市展览业的发展状态，中国会展经济研究会基于针对各个城市展览业发展的十三个维度的展览统计数据，制定了统一的KPI核算方法，最终获得各城市的年度展览业发展指数（中国会展经济研究会，2013~2019）。2019年中国城市展览业发展综合指数评价指标如下：

- （1）城市展览数量。每1场展览计0.1分。
- （2）城市展览面积。展览面积每1万平方米计0.1分。
- （3）城市境内办展主题数量。每个境内自主办展主体计0.1分。
- （4）城市所在机构境外自主办展数量。每1场境外自主办展项目计0.1分，每一个境外自主办展主体计1分。
- （5）城市展览场馆数量。每1座场馆计0.1分。
- （6）城市展览场馆可供展览面积。每1万平方米计0.1分。
- （7）城市展览业政府主管部门、从业机构。每1个政府主管部门、从业机构计0.1分。
- （8）城市UFI成员与认证项目。每1个UFI成员单位计1分，每1个认证项目计1分。

- (9) 城市IAEE成员与认证项目。每个IAEE成员单位计1分，每1个个人成员计0.1分。
- (10) 城市展览项目展览面积列入2019年TOP 100数量。每1个展览项目计1分。
- (11) 城市展览项目按行业细分列入2019年度TOP 3数量。每1个展览项目计1分。
- (12) 城市高等院校会展专业设置数量。每个本科院校计0.3分，专科院校计0.2分。
- (13) 城市会展业上市公司数量。A股上市公司每1个计3分，新三板上市公司每1个计2分。

表1. 2019年中国城市展览业发展综合指数评价排序

序号	城市	城市年度展览业发展综合指数																	综合指数 (分值)
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	上海	502	1,719	352	4	3	9	98	7	12	70	27	22	79	39	8	14	3	470.25
2	北京	223	590	334	39	12	8	33	7	10	97	30	10	34	4	7	11	8	253.38
3	广州	242	1,024	159	6	4	5	49	4	3	13	15	11	33	14	9	14	1	237.7
4	深圳	101	395	31	-	-	2	61	2	2	36	13	12	22	3	-	-	2	119.8
5	成都	246	385	15	-	-	3	33	4	-	-	9	9	21	5	9	7	-	116.72
6	重庆	147	340	86	-	-	3	31	3	1	9	2	1	14	6	4	6	-	88.29
7	南京	276	299	79	-	-	4	16	4	-	-	6	3	9	-	1	3	-	86.65
8	青岛	147	300	85	-	-	3	45	2	2	8	4	3	15	1	-	3	-	84.62
9	长沙	262	310	82	-	-	4	9	6	-	-	3	2	6	3	4	4	-	83.28
10	郑州	240	301	113	-	-	3	33	4	-	-	3	1	6	-	4	7	-	82.01
11	济南	100	277	63	-	-	3	21	3	-	-	7	14	7	1	4	5	-	77.91
12	武汉	168	257	51	-	-	4	22	6	-	-	4	3	9	2	7	8	2	76.48
13	杭州	57	148	57	26	2	7	31	10	2	4	5	18	2	2	5	5	2	72.53
14	厦门	104	240	58	-	-	1	40	2	4	15	1	2	13	3	2	3	-	70.2
15	昆明	131	305	37	-	-	5	72	1	-	-	-	-	6	2	3	4	1	66.78
16	合肥	218	220	54	-	-	1	13	2	-	-	2	-	7	-	2	6	-	61.61
17	天津	64	168	34	-	-	4	50	3	1	8	-	4	8	4	5	10	2	57.63
18	沈阳	159	229	52	-	-	2	13	4	-	-	2	1	6	1	1	3	-	56.77
19	临沂	115	222	42	-	-	7	18	3	-	-	2	2	10	1	-	-	-	55.69
20	长春	145	206	67	-	-	5	23	4	-	-	-	-	2	1	4	2	-	49.57
21	宁波	59	123	25	-	-	1	6	4	-	-	2	3	4	1	1	1	-	40.33
22	西安	49	118	25	1	1	3	37	3	2	7	2	-	6	-	2	5	-	36.89
23	大连	136	129	42	-	-	3	7	3	-	-	-	-	1	1	1	1	1	36.46
24	苏州	106	123	26	-	-	6	22	2	2	6	2	-	2	-	-	4	-	35.85
25	太原	126	99	68	-	-	3	18	5	-	-	-	-	1	-	1	5	-	34.22

资料来源：《2019年度中国展览数据统计报告》

综合指数：

1. 展览数量（场）；2. 展览总面积（万平方米）；3. 境内办展主体（个）；4. 境外展览数量（场）；5. 境外办展主体（个）；6. 展馆数量（座）；7. 展馆面积（万平方米）；8. 政府主管机构（个）；9. IAEE组织成员（个）；10. IAEE个人成员（位）；11. UFI成员（个）；12. UFI认证项目（个）；13. TOP3项目（个）；14. TOP100项目（个）；15. 本科院校（个）；16. 专科院校（个）；17. 公众公司（家）

根据2019年中国城市展览业发展综合指数评价排序（表1），宁波市的综合指数得分为40.33分，同比增加41%；综合指数排名21，比2018年进步了6个名次。宁波市的会展业发展竞争力指数虽然与上海、广州、北京等领先城市相比，还相差甚远，存在着诸多问题和困难；但与其相关同类城市（杭州、南京、沈阳、郑州、大连、长春）相比（表2），差距相对较小。除杭州以外，宁波与另外5个城市2019年的境外展览数量、办展个体、IAEE组织成员、IAEE个人成员均为零；在宁波的相关同类城市当中，宁波处于中等地位，虽然当前发展不是最好的，但其发展潜力巨大。从2013~2019年，只有杭州、南京、郑州的排序一直在宁波之上，宁波与沈阳、大连、长春相比，整体

上看，不相上下。依照着目前的发展态势看，在之后的发展进程中，宁波有机会依托其独特的区位优势、雄厚的经济实力争取得更高排名，提升其会展发展竞争力。

表2. 2013~2019相关同类城市展览业发展综合指数和排序对比

年份		宁波	杭州	南京	沈阳	郑州	大连	长春
2013	分值	18.52	52.22	77.05	52.01	43.41	27.78	35.75
	排序	25	8	5	9	10	21	18
2014	分值	20.98	57.79	87.85	69.03	41.86	24.74	31.29
	排序	26	10	5	7	12	22	19
2015	分值	26.99	65.94	61.36	79.32	73.71	22.54	36.75
	排序	19	12	13	6	11	30	20
2016	分值	39.27	41.53	56.58	30.44	66.88	27.71	30.05
	排序	19	17	10	24	9	29	25
2017	分值	20.2	60.88	63.15	32.8	60.39	27.14	30.05
	排序	30	10	8	21	11	23	12
2018	分值	28.58	76.57	56.1	21.79	80.5	36.2	53.3
	排序	27	10	13	35	9	24	15
2019	分值	40.33	72.53	86.65	56.77	82.01	36.46	49.57
	排序	21	13	7	18	10	23	20

资料来源：中国会展经济研究会（2013~2019）

如表2所示，南京展览业发展综合指数排名基本都在前十，展览业竞争力较强。南京的主要会展业发展优势除了优越的地理位置之外，还有会展基础设施、配套设施完善度高，同时也具备较为丰富的会展型专业人才。2019年，累计办展数量有276场，比宁波多出将近两倍，其展览总面积也达到299万平方米。尽管在国内，南京曾获得最佳会展城市、最佳会议目的地域等多个奖项，但与宁波一样在国际方面的影响力仍有待提高，与中国国际会展中心城市还有差距。

杭州近年来的展览业发展综合指数都较为靠前，相比于宁波，其综合优势突出，办展基础较好。杭州是浙江最大的会展中心城市，拥有较多品牌展会，2019年，杭州境外展览数量有26个，国内和国际影响力较广；其城市配套服务能力在浙江省也是首屈一指，为会展业提供配套服务的策划、广告、传媒、运输等公司形成了强大的集聚效应，这也是目前宁波远远所不及的，因此，在后续的发展中也需要更加注意会展配套服务能力的提升。

沈阳的展览业发展综合指数排名除2018年之外都在宁波前面。沈阳作为东北地区的中心城市，集合了以基础工业和加强工业为主的八个城市，构成了资源丰富，经济互补性强、技术关联度高的辽宁中部城市群；同时，市政府提出的“振兴东北，沈阳先行”的战略决策，为沈阳会展业的发展创造了先决条件。沈阳市展会数量和效益明显上升，但其会展人员及会展教育较为匮乏，一定程度成为制约沈阳市会展业发展的瓶颈。

郑州近年来的展览业发展综合指数排名没有较大的波动，整体较为稳定；其会展场馆设施较为先进，会展规模也在不断增长当中，保持着良好的竞争力。郑州地处中原，地理条件优越、交通便利，是河南省政治、经济、文化中心，促使其形成了初具规模的会展经济体系；但郑州市的城市会展特色并不突出，虽然郑州及其周边城市的

产业优势较为明显，但与其相配合的具有品牌影响力的展会较少，也缺乏有效的资源整合和宣传推广，展会专业性较为不足。

大连的展览业发展综合指数排名与宁波较为接近。大连拥有东北地区重要的国际航运枢纽大连港，货物吞吐量位列全国前列，交通发达且基础设施较完善为会展业的发展提供了有利条件。虽然大连市展会国际性已经有所增强，但2019年的UFI成员和UFI认证项目均为零，因此，仍需扩大对外开放、加快国际化步伐，继续打造品牌展会，努力培育新兴专业展会。

长春地处于环日本海东北亚经济圈的中心位置，在东北地区也处于中心位置，成为南北物流、人流的集聚地，具有较强的辐射作用和核心优势。近年来，长春也正不断地在扩大会展数量、面积、规模，致力于夯实发展基础、提升其会展品牌影响力，也取得了一定的进展；但总体看来，长春的会展业发展仍不够成熟，需加以培育，会展相关配套设施、配套服务等仍有待提高。

总之，宁波的六个相关同类城市都各有其会展发展优势，也有劣势。宁波会展业在发展过程中应该学会取长补短，充分汲取其他城市的优秀经验来提升自身展竞争力。

3. 宁波会展经济发展对区域经济的影响

根据区域经济梯度推移理论，区域经济的盛衰主要取决于它的产业结构优劣，而产业结构的优劣又取决于地区经济部门特别是主导专业化部门在工业生命循环中所处的阶段。宁波地处我国经济最为活跃的长三角经济圈，自身的区位优势明显，开放程度较高，属于典型的外向型经济；同时，宁波市的港口、机械、汽配、化工、服装、五金、家电等产业优势明显，且周边的自然旅游资源丰富，这些都为宁波的会展业发展奠定了良好的基础。近年来，为了深入贯彻落实国家推进新时代服务业高质量发展的相关精神，出台了多项政策，对加大会展行业的扶持做出了明确。宁波会展业作为这样一个令人瞩目的新兴行业，凭借其各方面优势逐渐蓬勃发展，其对区域内产业发展发挥了巨大作用，产生了深远的影响。

3.1 会展对区域产生了巨大的经济收入

会展业本身便是一个高收入、高盈利的行业，其利润率为30%~50%，直接经济效益明显。2019年，中国（宁波）特色文化产业博览会总的参与人数达到45.7万人，其中，现场吸引了33.7余万人参观，最高日参观人数更是接近20万人；现场成交额6.12亿元，意向成交额17.8亿元，分别同比增长11%和22%；现场千余的项目有20个，总签约金额高达97.25亿元；为期四天的2019宁波食博会，共设7大场馆，展览面积达5万平方米，国际标准展位3,000个，累计入场观众达到18万人次，同比2018年大涨80%，展会成交额达20亿元。

3.2 会展具有较强的经济联动作用，对区域产业有较强的带动作用

据统计，我国会展业所产生的经济效应明显，其带动效果介于1:5和1:9之间（吴媚，2016）。例如，在2019年的宁波食博会中，10个区县（市）分别在宁波馆内设立了乡村产业主题馆，共有2,000多家各类农业产业参加展销；其中涵盖了蔬菜瓜果、茶叶饮品、粮油制品、酒类罐头、水海产品等2,000余种产品，把宁波“农业+”多业态发展成果面向大众和访客商展出，打开了区域内农产品的销路，大大地发挥了食博会平台的产业能动作用，促进宁波市区域内文化产业和食品产业的深度融合，加速其发

展进程；此外，宁波市展会的开展，在餐饮、广告、旅游、物流、媒体等十多个相关行业中也有较大的受益，大大地发挥了会展经济效益。

3.3 会展可提升城市功能，有助于提高城市知名度

宁波市近年来的发展速度较快，但城市功能仍然存在着不完善的问题；而宁波依托会展业的发展，促进了外来人口的大量流入，推动交通、道路等基础设施建设的不断完善，会展业也同时为城市功能的提升提供了动力。2002年，宁波市只有一家五星级酒店，受会展业快速发展的影响，宁波市五星级酒店数量在不断增加，2007年年底，拥有5家已开业的五星级酒店以及近10家已建成待评和在建的五星级酒店，2012年大量的五星级酒店集中入市，现如今，五星级酒店数更是达到一个新高点，公交车、出租车、共享单车等数量不断增加、档次也在不断地提升，国际民航线路也在不断增开，宁波的整体城市功能在不断优化中；此外，宁波市2020年度荣获“中国十大会展名城”“中国最佳会展目的地城市”“2019~2020年度中国会展品牌城市”等荣誉，很大程度上提升了宁波在国内及国际上的知名度。

3.4 会展有助于缓解区域内人口的就业压力

每一场会议、展览的举办，都可以增加大量的就业机会，缓解城市就业压力。据测算，每增加1,000平方米的展览面积，就可创造近百个就业机会。对于外来人口众多的宁波而言，会展经济的发展无疑为增加就业提供了一条更为有效的途径（李浩波与钟昌标，2009）。例如，宁波国际会议展览中心地处宁波市六区中央，占地面积600余亩，建设面积9万余平方米，是一个集展览、商贸洽谈、餐饮、仓储等综合功能于一体的大型智能型现代化会议展览中心，单单这个展馆每年各类展会布置、宣传、餐饮等等一系列都需要大量人工劳动力，这为区域内人口在一定程度上解决了就业紧张的问题。

4. 结论及建议

由2019年中国城市展览业发展综合指数评价中可以看出，宁波市会展经济的发展竞争力虽不是最优，但与其相关同类城市也具有其独特优势，其发展潜力巨大。宁波会展业对于区域经济的带动作用显著的，随着宁波会展经济的快速发展，也将带动宁波城市经济的不断发展，促进宁波和国际间的信息交流和沟通。因此，大力发展会展业，不断促进宁波市区域经济的优化发展具有重要意义。针对宁波市会展经济当前的发展状况，可以采取以下措施：

4.1 加强对品牌展会的培育

众所周知，品牌展会是会展业发展的趋势，品牌展会代表了一个行业的发展状况。宁波受UFI认证的会展项目只有3个，说明宁波的展会品牌化程度仍然较低，很有必要进一步加强品牌建设。应大力培育特色品牌展会，充分利用当地优势，利用互联网优势，促进消息传递，塑造展会形象，提升展览的质量和水平，不断扩大城市知名度。

4.2 坚定“走出去”目标，加快展会国际化进程

近年来，宁波虽然有举办一些具有国际影响力的展会，国际化水平有所提升，但宁波的境外展览数量、境外办展主体数量、IAEE组织成员数量、IAEE个人成员数量和公众公司数量均为零，这便意味着宁波急需在这方面争取改变，即意味着应继续向

国际化方向发展（杨国梁等，2020）。加快“走出去”步伐，加强与境外合作交流，举办国际化展会，提升自身国际化水平，打造国际大都市。

4.3 加强区域内相关产业的合作

会展业与第三产业关联度较高，对诸如餐饮、旅游、金融等的发展有较大的促进作用，宁波会展业可以加强双方合作，形成“一条龙”服务，可以提升展览服务水平，同时，带动就业，促进第三产业发展；除此之外，会展业的发展离不开第二产业，例如，场馆等相关基础设施的建设，并且航空、建筑、汽车等第二产业也能借助会展平台促进销售，因此可以通过合作的形式，降低成本的同时，达到共赢，促进区域经济的快速发展。

4.4 大力发挥政府的支持和引导作用

近几年来，宁波会展经济的发展离不开政府的支持，宁波的大型会展中心，如宁波国际会议展览中心便是由宁波市政府投资建造的；同时，宁波市会展相关基础建设的不断完善以及会展管理制度等，政府也在当中发挥着不可替代的作用。但如今，宁波的会展管理制度、市场体制等仍然不够健全，因此，政府应该加大对市场的规范力度，建立健全会展相关规章制度，为宁波市会展行业提供支持，为其营造一个良好的外部环境。

参考文献

1. 李浩波、钟昌标（2009）。宁波会展经济分析及其对区域经济的影响。中国科技论文在线，9，1824-1828。
2. 陈柳钦（2008）。会展经济与城市发展的协调互动。上海市经济管理干部学院学报，3，33-39。
3. 陈丹（2019）。会展业发展现状及对策思考。科技创业月刊，32(5)，117-121。
4. 宁波市统计局。2017~2019年宁波市国民经济与社会发展统计公报。
5. 吕鹏（2021）。宁波会展业转型升级路径探析。宁波经济（三江论坛），1，23-27。
6. 吴媚（2016）。会展业对城市服务业经济的影响研究-以厦门市为例（未出版之硕士论文）。福建省：华侨大学。
7. 中国会展经济研究会（2013~2019）。2013-2019年中国展览数据统计报告。
8. 杨国梁、陆燕玲、杨佳华、黄凯筵（2020）。从中国城市展览业发展综合指数看厦门会展竞争力。会展前瞻，1(2)，1-12。

收稿日期：2021-06-23
责任编辑、校对：刘洋、刘晓轩