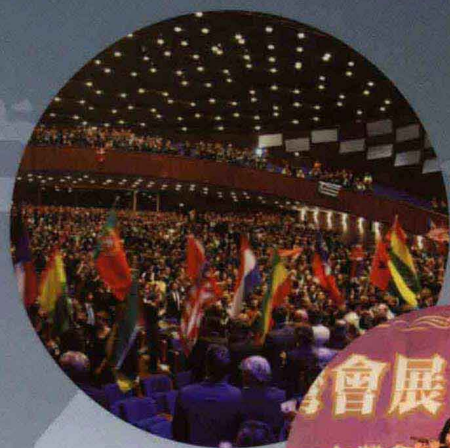




我國會展產業發展概述



我國會展產業發展概述



我國會展產業發展概述／經濟部國際貿易局編著。

-- 1版. -- 臺北市：經濟部國貿局，民100.03

面：公分

ISBN 978-986-02-7468-4（平裝）

1.商品展示 2.會議管理 3.產業發展 4.臺灣

497.3

100005188

我國會展產業發展概述

編 著：經濟部國際貿易局

出版機關：經濟部國際貿易局

地 址：台北市中正區湖口街1號

網 址：www.trade.gov.tw

電 話：（02）2351-0271

傳 真：（02）2351-7080

出版日期：中華民國100年3月

版 次：1版1刷

電子出版：本書同時刊載於貿易局網站

網址為<http://cweb.trade.gov.tw/kmi.asp?xdurl=kmiif.asp&cat=CAT520>

定 價：新台幣500元

展 售 處：

五南文化廣場（台中總店）

地 址：台中市中山路6號

電 話：（04）2226-0330

網 址：www.wunanbooks.com.tw

國家書店（松江門市）

地 址：台北市中山區松江路209號1樓

電 話：（02）2518-0207

網 址：www.govbooks.com.tw

GPN：1010000614

ISBN：978-986-02-7468-4（平裝）

本局保有所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，需徵求本局同意或書面授權



序 言

近年來，隨著我國產業結構的轉型升級，服務業已經成為經濟成長的核心產業。根據統計，我國服務業占GDP比重高達70%以上，其中可創造高經濟效益的「會展產業」更扮演著舉足輕重的關鍵角色。我國爰將「會展產業」列為十大重點服務業發展項目之一，不僅可促成商品貿易，同時帶動整體服務業之成長，藉由舉辦國際會展活動，以提升我國國際知名度及形象。

歐美國家發展「會展產業」已超過百年歷史，我國雖然起步較晚，但過去20年間在政府與民間企業通力合作下，會展產業已快速成長。值得注意的是，受到亞洲經濟崛起的影響，以往在歐美舉辦的大型國際會議已逐漸外移，朝選擇亞洲地區為活動首選目的地，我國此時大力推動發展會展產業，正符合國際潮流，可讓國外人士見證我國會展實力。

有鑒於「會展產業」是活動行銷（event marketing）的一環，所有會展活動均可藉活動行銷的聚焦功能，達到宣傳效果並帶動商機。我國經濟實力日益茁壯，承辦國際知名會展活動的機會亦日漸成熟，本部於98年起執行「台灣會展躍升計畫」，引導我國業者投入會展產業的發展，從國際行銷、總體計畫、爭取國際會議及人才培訓等面向，全面帶動我國會展產業邁入新紀元，並透過「加強提升我國展覽國際競爭力方案」開發新展、邀請國際重要買主來台採購等，對提振國內產業發展、強化展覽實力、促進國際接軌都有極大的助益。

本部國際貿易局大力推動會展產業蓬勃發展，並適時編纂、出版「我國會展產業發展概述」一書，除可提供國內大專院校及產經學者瞭解何謂會展產業，並有助於會展相關業者掌握產業之商機，同時更

能完整介紹政府推動會展發展的目標與政策，俾利宣揚台灣發展會展產業之重要性及未來性，聚焦更多資源於此產業，一起共同創造出會展之非凡價值，進而提升我國整體會展服務業國際競爭力。

經濟部部長

施 顏 祥 謹誌

民國100年3月

序 言

「會展產業」被視為火車頭的綠色「無煙囪」工業，又兼具服務業特性，會展活動除可以帶來商機外，也活絡觀光、交通、旅遊等周邊產業的發展，因此全球各國莫不積極投入發展會展產業，以追求更高的經濟成長。我國經濟部不僅將會展列為重點產業，更獲總統府財經諮詢小組選定成為十大重點服務業發展項目之一，且行政院也於民國99年11月通過「台灣會展產業行動計畫」，充分顯示我國政府對會展產業之重視。

鑒於會展產業具有高成長潛力、高附加價值及高創新效益特性，我國政府展現推動會展產業蓬勃發展的決心；除全力建構優質的會展環境，並鼓勵民間業者積極投入會展產業外，適逢我國與中國大陸簽署ECFA並開放兩岸會展合作之際，我國會展業者可趁此良機開發龐大的中國大陸市場，進而擴大我國會展產業的規模。

依據國際展覽業協會（UFI）所公布2009年「亞洲展覽產業報告」，我國展覽總使用面積排名亞洲第7名，表現超越亞洲平均水準，在我國紮實的工業生產基礎上，打造出展覽規模位居亞洲第1的國際專業展，如台北國際電腦展及台北國際自行車展，與排名亞洲第2的台北國際工具機展。另根據國際會議協會（ICCA）公布的2009年全球會議場次排名，我國世界排名32名，台北市的城市排名更穩居亞洲第7名，一舉超越上海和東京。此外，本局在爭取重要國際會議來台舉辦方面也不遺餘力，如特別商請哈佛傑出校友馬總統親筆致函，成功讓「2010年台北世界模擬聯合國會議」來台辦理，整體活動圓滿落幕，也讓大約2,000名國際學生對我國皆留下深刻且美好的印象，是一次相當成功的國民外交。另本局協助提供經費補助、專業會展業

者名單、入境簽證諮詢、協調會議場地檔期與住宿、申請機場掛旗與地貼指標及提供文化表演團體名單等行政作業的大型會議包括國際IDA年會、賀寶芙亞太區高階領袖訓練會議、拜耳先靈醫藥年會等，都成功為我國會展產業打響國際知名度。

為使國人更加瞭解我國會展產業發展之現況及未來展望，並吸引越來越多優秀人才投入此產業一同努力，以有效提昇我國會展產業軟實力，本局特編纂「我國會展產業發展概述」一書，本書編撰期間雖經審慎規劃，經由產、官、學界多方研討訂正，惟疏漏之處在所難免，尚祈各界不吝惠賜指正。

國際貿易局局長

卓士昭 謹誌

民國100年3月

目 錄

序 言	1
壹、緒論	3
一、緣起與目的	3
二、會展產業定義與範圍	4
(一) 會展產業定義	5
(二) 會展產業範圍	7
三、我國會展產業政策演進	8
(一) 上位計畫	8
(二) 下位計畫	9
貳、我國會展產業發展概況及面臨問題	13
一、近年全球會議展覽市場之變化	13
(一) 會議市場之變化	13
(二) 展覽市場之變化	14
二、我國會議展覽產業發展概況	15
(一) 我國產業活動的變動	15
(二) 會議產業發展概況	20
(三) 展覽產業發展概況	25
(四) 獎勵旅遊發展概況	31
(五) 發展會展產業面臨之課題	38

三、民國98年會展產業調查..... 41

（一）會展產業調查範圍..... 41

（二）母體蒐集與篩選 41

（三）調查作業 42

（四）會展產業調查結果..... 44

參、會展相關企業營運概況 63

一、專業會議籌組公司 63

（一）PCO之定義與功能..... 63

（二）我國PCO經營會展業務之概況 64

（三）PCO經營會展業務之問題..... 70

二、專業展覽籌組公司 71

（一）PEO之定義與範圍 71

（二）我國PEO經營會展業務之概況..... 73

（三）PEO經營會展業務之問題..... 80

三、場地管理者 81

（一）場地管理者之定義與功能..... 81

（二）我國場地管理者經營會展業務之概況 82

（三）場地管理者經營會展業務之問題..... 93

四、旅館業..... 94

（一）旅館業之定義與功能 94

（二）旅館業經營會展業務之概況 95

（三）旅館業經營會展業務之問題..... 102

五、旅行業..... 103

（一）旅行業之定義與功能 103

（二）我國旅行業經營會展業務之概況..... 106

（三）旅行業經營會展業務之問題 114

六、會展物流業	115
(一) 會展物流業之定義與功能	115
(二) 我國會展物流業經營會展業務之概況	120
(三) 會展物流業經營會展業務之問題	128

肆、會展產業投資招商概況 133

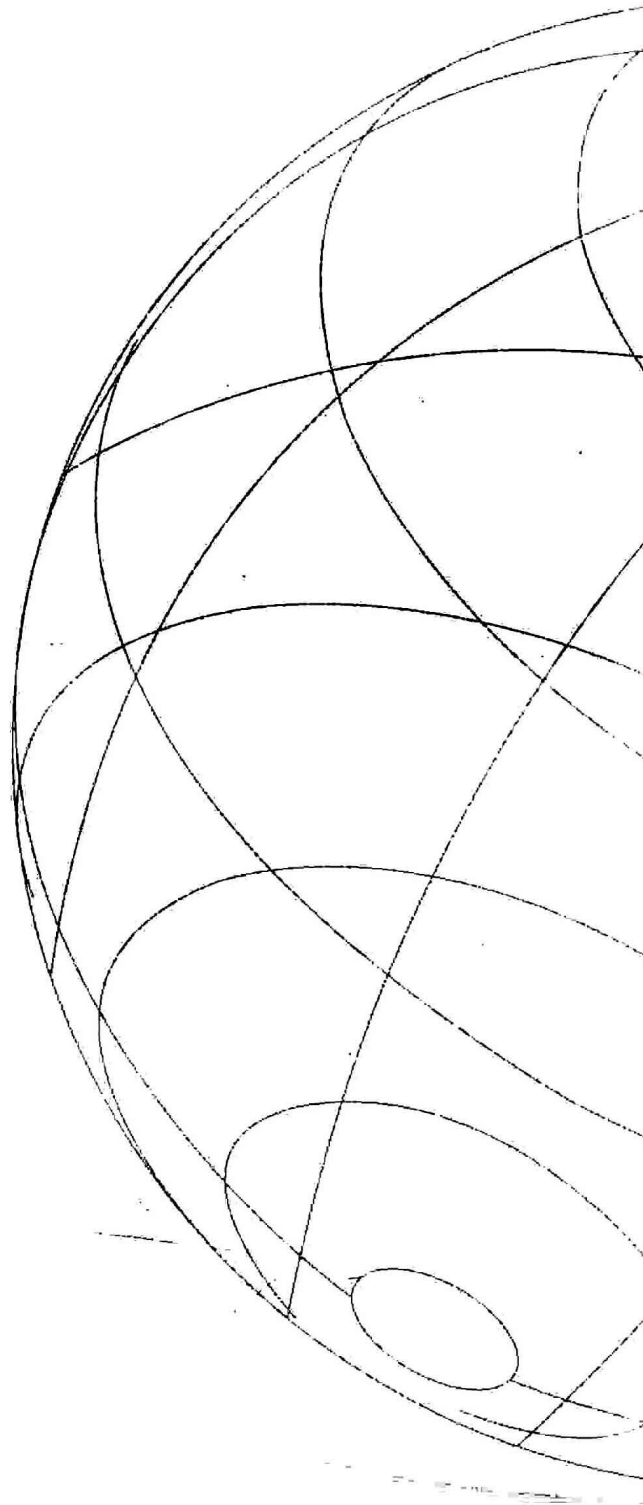
一、會展產業投資型態及特性	133
二、國內會展投資獎勵辦法	134
(一) 中央政府補助資源	135
(二) 地方政府補助資源	137
三、國內目前會展投資招商現況	138
(一) 產業調查結果	138
(二) 投資情況蒐集	139
四、未來吸引投資之方向	143
(一) 加強宣傳台灣會展投資環境	143
(二) 改善國內辦展環境	143
(三) 增加國際航點及航班	144
(四) 會展硬體設備之完善	144
(五) 整體投資環境之改善	144

伍、我國會展產業發展之願景 147

一、我國會展產業優劣勢分析	147
(一) 我國發展會展產業之環境	148
(二) 與香港、新加坡之會展環境比較	150
(三) 國際間發展會展產業之挑戰	156
(四) 我國發展會展產業之機會	157

二、我國發展會展產業之藍圖	159
(一) 目前推動工作	160
(二) 未來深耕台灣會展產業之規劃	165
三、結語	167
參考文獻	171
附錄一、98年度會展產業調查問卷（部分問卷）	183
附錄二、中英文名詞索引	185

壹、緒論



壹、緒論

一、緣起與目的

會議展覽產業即會議（Meeting）、獎勵旅遊（Incentive）、大型國際會議（Convention）以及展覽（Exhibition）的合稱，又稱為MICE產業，本概述簡稱「會展產業」。

會展產業對當地經濟可產生直接效益，包括門票及營收所得、就業機會的增加，又因會展產業具有多元整合特性，舉辦會展活動可帶動周邊產業如住宿、餐飲、運輸、旅行、裝潢等行業之發展，促進有形商品和無形商品之銷售，形成龐大產業關聯效果，同時能樹立國際形象，具有行銷國家或城市之功能。我國長期以出口帶動經濟成長，會議及展覽正是產業資訊交流的重要平台、廠商展示宣傳介紹產品與服務之行銷利器。舉辦國際會議能促使國際技術、文化、學術與產業之交流合作，而國際展覽更有助於業者在最短時間內獲得資訊與商機，藉由生產廠商與國外買主面對面的相互接觸與洽談，促進商務活動與技術交流，達到接單的機會外，進而帶動相關產業技術之提升與轉型。總而言之，會展活動具備橋樑、視窗和展示等多重功能，能提升國家和產業之國際形象，帶動區域經濟，會展產業已成為全球許多國家積極發展之策略性產業。

我國早在民國60年代即開始發展會展活動，當時政府為推展國際貿易，成立了中華民國對外貿易發展協會，並開始籌辦國際展覽活動。在硬體方面，民國75年台北世界貿易中心展覽一館完工落成後，台北國際會議中心、台中世界貿易中心…等會展硬體設施亦陸續竣工，整個會展產業硬體設施的基礎建設逐漸成型。

在制訂政策方面，推動會展產業政策始於民國91年「挑戰2008：國家發展重點計畫」，其中將會展產業列為重點工作之一；而行政院觀光發展推動委員會於民國93年通過成立「行政院觀光發展推動委員會MICE專案小組」，定期召開跨部會會議，持續追蹤討論相關環境、法規、人才、投資等重要議題，結合相關部會資源與力量共同推動會展產業。此外，為宣示推動會展產業決心，政府訂定「行政院觀光發展推動委員會推動國際會議及展覽在臺辦理補（捐）助原則」、「經濟部辦理外籍人士（含大陸人士）來臺參加國際會議展覽彈性入境機制施行作業要點」，以鼓勵業者爭取與舉辦國際會議及展覽、便利外籍人士來台參與國際會議及展覽，以有效擴大會議展覽服務業規模。

除上述所言，在民國98年10月總統府財經諮詢小組選定會展產業為未來十大重點服務業發展項目之一，及民國99年11月18日行政院會通過台灣會展產業行動計畫，顯見政府對會展產業之重視及推動決心，由此可預期會展產業即將躍升成為一顆閃亮的明星產業，故編纂「我國會展產業發展概述」讓國人更加瞭解我國會展產業發展現況與政府推動會展產業之政策工具，以及我國會展產業發展之未來藍圖。「我國會展產業發展概述」內容涵蓋會展產業之定義與範圍、我國會展產業發展概況及面臨問題、會展相關企業營運概況、會展產業投資招商概況以及我國會展產業發展願景等五部分。

二、會展產業定義與範圍

本概述根據國際慣用名詞「MICE」（Meeting, Incentive, Convention, Exhibition）界定會展產業範圍，將會展產業定義為「凡提供會議、獎勵旅遊、展覽等活動相關服務之業者的統稱」，換言之，會展產業主要目的為提供會議、獎勵旅遊和展覽等活動相關服務。

不過，近年國外逐漸將活動（Event）納為會展產業，包括George G. Fenich（2008）、Robert R. Nelson（2008）、Jack J. Phillips（2007）、Julia Rutherford Silvers（2007）Leonard H. Hoyle（2002）等學者的著作，在探討會展產業時皆將活動納入研究的範圍內。惟活動類型包羅萬象，我國尚無明確界定活動之定義，擬於未來深入探討。

（一）會展產業定義

會議跟展覽屬不同型態的活動，各界因不同目的與取向，對會議跟展覽有其不同的界定，若以參與者的角度來看，可將會議、展覽與獎勵旅遊歸類如下：

1. 會議

會議依參與者國籍分為國際會議和國內會議，而不同組織對於國際會議有不同的界定標準，像是對與會人數、與會國家數、舉辦頻率或天數皆有不同規定。針對「國際會議」之定義，我國政府於民國99年修訂之「行政院觀光發展推動委員會推動國際會議及展覽在臺辦理補（捐）助原則」中，即明確定義為「指與會人員來自三個國家或地區以上及一百人以上（含會議舉辦地主國），且外國人數須達與會人數之百分之三十或五十人以上之會議」。

本概述參考國際會議協會（International Congress & Conference Association, ICCA，以下簡稱ICCA）將國際會議分為「協會型會議（Association Meetings）」、「企業型會議（Corporate Meetings）」、「政府型會議（Government Meetings）」，以及本概述所新增的類別「其他國際會議」，說明如下：

- (1) 協會型會議：國際協會組織定期舉辦的會議屬協會型會議，主辦者由各地區參與的會員國或城市輪流擔任，也就是各地區的會員組織負責籌辦該協會當年度會議。
- (2) 企業型會議：企業為經營管理目的所舉辦的會議稱為企業型會議，包括股東會議、產品發表會議、管理會議、訓練會議等。此外，現在部分企業型會議（例如經銷商會議、金融保險會議）還具有獎勵性質，常有會議加上獎勵旅遊的情形，甚至有些直接在旅遊行程中穿插各相關會議。
- (3) 政府型會議：由各國政府所組成的國際組織（如：UN、APEC、WTO）舉辦之會議，稱為政府型會議。
- (4) 其他國際會議：無法歸類於前述分類的會議，包括宗教會議，以及非定期舉辦的會議（例如學校主辦的國際論壇，或者醫院舉辦的國際研討會），此類會議為不定期舉辦。

國內會議與國際會議最大差異在於參與國家數及與會的國際人士，亦即國內會議之參與者以國內人士居多。目前我國政府以推動國際會議為主，故本概述後續以探討國際會議為主。

2. 展覽

展覽亦可分為國際展覽與國內展覽，根據「行政院觀光發展推動委員會推動國際會議及展覽在臺辦理補（捐）助原則」，對國際展覽之定義為「指國外直接參展廠商數達百分之十以上或來自六個以上國家或地區之商展」。至於國際展覽又可在國內舉辦的國際展覽（可稱inbound展），以及在國外舉辦的國際展覽（可稱為outbound展），在outbound展方面，係以國內主辦單位如民間展覽公司或公協會在海外舉辦展覽為主。至於國內展覽即國外參展廠商數或地區未達上述國際展覽標準皆屬之。

展覽可進一步分為專業展與消費展，專業展主要以展覽作為產品行銷平台，多由產業之上中下游廠商參展，參觀對象主要為企業，也就是企業對企業的展覽（Business-to-business），故又稱B2B展；消費展的參觀對象以一般消費者居多，且在展場中有大量的零售交易，也就是企業對消費者的展覽（Business-to-consumer），故又稱作B2C展。

3. 獎勵旅遊

獎勵旅遊跟企業型會議實為一體兩面、互相搭配之活動，譬如企業經銷商會議、金融保險會議具有獎勵、激勵之性質，經常召開會議並搭配獎勵旅遊。

根據會議產業協會（Convention Industry Council, CIC）及Steven Pike等學者所提之定義，獎勵旅遊係指公司以旅遊活動做為對於員工的獎勵，以刺激員工的生產力。此類活動通常會選擇在較為特殊的場地舉辦，同時在獎勵旅遊過程中，為參與者安排一系列具教育性質及社交性質的活動，以提升該活動的附加價值，並使參與者感到尊榮且倍受重視。