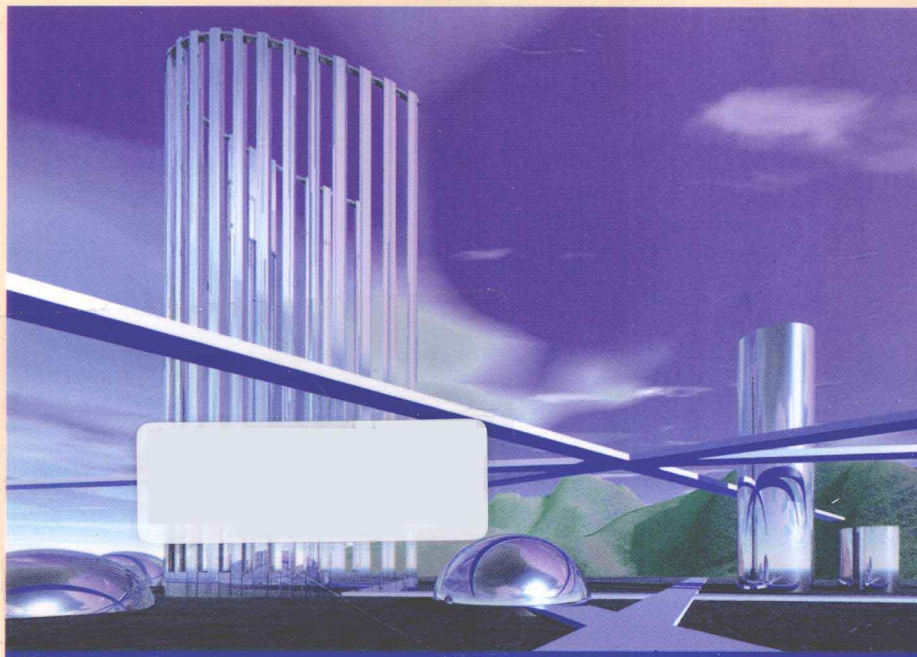




中国城市会展经济系统 建构与城市发展

叶凯 著

CONSTRUCTION OF CITY EXHIBITION ECONOMY
SYSTEM AND CITY DEVELOPMENT IN CHINA



哈尔滨工业大学出版社
HARBIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

“十二五”国家重点图书·当代经济与管理跨学科新著丛书

Construction of City Exhibition Economy
System and City Development in China

中国城市会展经济系统 建构与城市发展

叶 凯 著



哈尔滨工业大学出版社

内容提要

随着我国市场经济体制的逐步建立和完善,城市会展作为一种新型经济形态,在加强贸易往来与信息交流、促进城市经济建设与产业结构调整中发挥了重要作用。但是在全球市场竞争日趋激烈的背景下,我国城市会展经济发展存在很多误区,面临着严峻挑战。如何整合城市资源,为实现城市会展经济的科学发展和可持续发展创造有利的环境,是现阶段亟需解决的重要现实问题。

本书共7章,主要内容包括:城市会展经济发展与研究现状、城市会展与城市经济基本理论、城市会展经济系统建构、城市会展经济系统的因果关系与协整关系分析、城市会展经济系统耗散结构与发展模式研究、会展需求结构突变检验与实证分析、城市会展经济系统仿真分析等。

本书可供城市建设、会展经济管理、对外经济贸易相关政策部门及研究人员参考,也可作为高校相关专业教学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

中国城市会展经济系统建构与城市发展/叶凯著. —哈尔滨:哈尔滨工业大学出版社,2013.6

“十二五”国家重点图书

ISBN 978-7-5603-3880-4

I. ①中… II. ①叶… III. ①展览会—产业发展—研究—中国 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 299147 号

责任编辑 田新华

封面设计 卞秉利

出版发行 哈尔滨工业大学出版社

社 址 哈尔滨市南岗区复华四道街 10 号 邮编 150006

传 真 0451-86414749

网 址 <http://hitpress.hit.edu.cn>

印 刷 黑龙江省教育厅印刷厂

开 本 787mm×960mm 1/16 印张 12 字数 200 千字

版 次 2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5603-3880-4

定 价 45.00 元

(如因印装质量问题影响阅读,我社负责调换)

前 言

随着我国市场经济体制的逐步建立和完善,城市会展作为一种新型经济形态,在加强贸易往来与信息交流,促进城市经济建设与产业结构调整中发挥了重要作用。但是在全球市场竞争日趋激烈的背景下,我国城市会展经济发展存在很多误区,面临着严峻挑战。如何整合城市资源,为实现城市会展经济的科学发展和可持续发展创造有利的环境,是现阶段亟需解决的重要现实问题。

目前,国内外关于会展的研究多是从短期、静态角度出发,针对会展城市营销、会展参与者动机、制度政策作用等方面所进行的独立、分散的研究,缺少长期、动态和系统性研究,尚未形成统一完整的理论体系和完备的实证研究框架,仍处于规律探索阶段,许多理论和实践问题无法得到有效解决,研究的方法和手段需要进一步丰富和完善。城市会展与城市经济存在互动关系,以往研究者没有予以重视,因此,作者力求将城市会展与城市经济相结合,搭建一个较为系统的城市会展经济研究的理论框架和平台,从而为城市会展领域的进一步研究提供理论支持。依据这一主线,本书综合运用多种理论和方法,围绕我国城市会展经济运行的客观实际进行了深入研究和探索,力求能够为城市会展管理者、决策者和实践者提供有益的支持和借鉴。

本书首先构建了城市会展经济系统的理论分析框架,对城市会展经济系统的概念范围作出了界定,从外部环境和内部环境两方面剖析了影响城市会展经济系统运行的主要因素。利用动态计量经济学原理在多变量协整检验和格兰杰因果关系检验框架下,以中国进出口商品交易会为案例,对城市会展与城市经济相互作用机理进行了实证研究,揭示了城市会展与城市产业结构之间的因果关系和协整关系,构建了城市会展与城市经济增长的中期均衡方程和短期波动方程,得到了城市会展的需求量、成交额与城市服务业产出、工业产出之间的数量影响关系,确定了决定系统运行状态的关键变量,发现了系统的涌现性特征,揭示了城市会展与城市经济之间存在非线性互动关系。

在进一步研究城市会展与城市经济的非线性互动关系过程中,利用耗散结构

理论以非线性最小二乘法为检验工具发现会展需求量与农业、服务业产出长期趋势服从逻辑斯蒂映射方程,会展需求存在耗散结构分岔。据此,建立了包括资源、政策、市场、空间、时间和技术的6要素模型,对城市会展的主要发展模式进行了分析、补充和完善。利用带有结构突变的内生性单位根检验方法对会展需求进行结构突变检验,揭示了改革开放政策的实施是会展需求从随机无序增长进入稳定有序的耗散结构分支的根本原因。在国家统制型封闭式保护贸易政策下,政府主导的空间型发展模式是随机趋势不平稳过程,在向市场型开放式自由贸易政策转变过程中,市场主导的效率型发展模式是带有结构突变的间断趋势平稳过程。

依据耗散结构理论演绎了城市会展经济系统的动力学方程的一般结构形式,提出了决定系统运行状态的6个重要评价指标。推导和论证了城市会展经济系统的结构稳定性条件,提出了识别系统运行模式的方法,发现了城市会展经济系统的复杂性。利用广州市1996~2006年的数据进行了系统仿真分析,结合仿真系统的未来演化信息,对城市会展经济系统的薄弱环节提出了改善的政策建议。

本书是在作者博士学位论文的基础上加以补充修改而成的。在撰写过程中得到了哈尔滨工业大学管理学院许多老师和博士生同学的关心和帮助,在此谨对他们致以衷心的感谢。国内关于城市会展经济这一领域的实证研究尚处于探索阶段,由于本人学识有限,书中难免有不妥甚至错误之处,恳请读者批评指正。

叶 凯

2012年12月于哈尔滨

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 研究背景及问题提出	1
第二节 研究目的及意义	3
第三节 国内外会展经济研究现状及评述	4
第四节 研究内容、逻辑框架、研究方法及技术路线	17
第二章 城市会展与城市经济相关概念和理论分析	23
第一节 会展相关概念分析与界定	23
第二节 城市经济相关概念分析与界定	25
第三节 互动关系概念分析与界定	27
第四节 相关理论分析	28
第五节 本书运用的基础理论	34
本章小结	54
第三章 城市会展经济系统建构	55
第一节 城市会展经济系统含义	55
第二节 系统概念描述	56
第三节 系统结构分析	57
第四节 系统运行环境分析	61
本章小结	69
第四章 CEES 协整关系与因果关系分析	70
第一节 协整关系检验	71
第二节 格兰杰因果关系检验	73
第三节 数据与模型	74
第四节 检验结果分析与城市管理思考	88
本章小结	91

第五章 CEES 耗散结构分析与发展模式研究	92
第一节 Logistic 映射的定义与特性分析	93
第二节 实证分析	97
第三节 CEES 发展模式分析	104
第四节 信息提示与知识发现	106
本章小结	108
第六章 会展需求结构突变检验与实证分析	110
第一节 带有结构突变的单位根检验	110
第二节 ZA 检验方法	112
第三节 实证分析	112
第四节 模型解释与经验总结	120
本章小结	122
第七章 CEES 系统仿真研究	124
第一节 CEES 系统的一般分析框架	124
第二节 CEES 系统稳定性的理论分析	125
第三节 仿真分析	136
第四节 理论分析与科学启示	154
本章小结	157
结 论	158
附 录	160
参考文献	162
后 记	182

Contents

Chapter 1 Introduction	1
1.1 Background and Problems under study	1
1.2 Research purpose and significance	3
1.3 Review and current situations at home and abroad	4
1.4 Research contents, methods and frame	17
Chapter 2 Theories and definitions on city exhibition and city economy	23
2.1 Analysis of definitions concerned on exhibition	23
2.2 Analysis of definitions concerned on city economy	25
2.3 Analysis of definitions of interaction	27
2.4 Theoretical analysis concerned	28
2.5 Basic theories used in the thesis	34
2.6 Summary of this chapter	54
Chapter 3 Construction of CEES	55
3.1 Definition of CEES	55
3.2 Descriptions of CEES	56
3.3 Structural analysis of CEES	57
3.4 Analysis of system operating environment	61
3.5 Summary of this chapter	69
Chapter 4 Cointegration and causality test of CEES	70
4.1 Cointegration test	71
4.2 Granger causality test	73
4.3 Data and models	74
4.4 Analysis of test result and enlightenment of city management	88
4.5 Summary of this chapter	91

Chapter 5	Analysis of CEES dissipative structure and its developing model	
		92
5.1	Definition and characteristics of logistic mapping	93
5.2	Empirical analysis	97
5.3	Analysis of developing mode of CEES	104
5.4	Implications of information and enlightenment of science	106
5.5	Summary of this chapter	108
Chapter 6	Empirical analysis for exhibition demand of structural breaks	
		110
6.1	Theory of unit root test with structural breaks	110
6.2	ZA test method	112
6.3	Empirical analysis	112
6.4	Explanation of models and summary of experience	120
6.5	Summary of this chapter	122
Chapter 7	Simulated research of CEES	124
7.1	General frame of CEES	124
7.2	Theoretical analysis of stability of CEES	125
7.3	Simulated analysis	136
7.4	Analysis of theory and enlightenment of science	154
7.5	Summary of this chapter	157
Conclusion		158
Appendix		160
References		162
Postscript		182

第一章 绪 论

第一节 研究背景及问题提出

一、研究背景

会展经济是一个国家或地区服务业发展到一定阶段出现的经济形态。会展具有信息传播功能、经济辐射功能、文化教育功能和人文体验功能^[1]。发达国家的经济发展历史表明,在城市工业化完成以后,新型第三产业,尤其是现代服务业占 GDP 的比重也将上升到 60% ~ 70%。国家统计局的统计数据显示,2008 年国内生产总值的内部构成中第一、第二、第三产业增加值占国内生产总值的比重分别为 11.3%、48.6%、40.1%,与发达国家还存在明显差距,这在一定程度上为中国会展经济的未来发展提供了空间。因此,城市会展经济发展具有很大的潜力。从 20 世纪末开始,随着经济的高速发展,我国的产业结构发生了重大调整,经济增长方式从粗放型向集约型转变。会展经济呈现高速增长的态势,每年平均增长速度达 20%^[2],成为国民经济新的增长点。在这一过程中,特别值得骄傲的是 2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会的成功申办与举行,吸引了全球关注的目光。

会展业是一个关联性极强的现代服务业,它在国际上被冠以“城市面包”、“经济晴雨表”的美誉^[3]。会展经济同体验经济、创意产业、情感消费等业态一样成为超越传统第三产业的新的增长亮点^[4]。会展经济、旅游经济、房地产经济并称为三大无烟经济,发达国家都对此予以高度重视。

随着近年我国经济的快速发展,对外贸易交往持续扩大,很多城市已初步完成了工业化改造,各种会展活动越来越频繁地出现在经济生活中。尽管 2007 年美国

次贷危机引发的国际金融危机逐步向实体经济扩散,对中国经济造成了很大影响,但中国会展经济发展规模仍总体稳定^[5],中国会展业在受到明显冲击的同时,也迎来了新的发展机遇^[6]。

现代会展被经济学家称为“城市经济的拉力器”。城市会展经济的发达程度明显依赖于城市基础建设和服务业发展的水平^[7]。从城市发展角度看,会展经济能汇聚强大的信息流、技术流、商品流和人才流^[8],进而对一个城市或地区的经济和社会进步产生巨大的拉动效应^[9]。因此,将城市会展经济作为一个复杂系统,对其整体特性进行研究,有利于建立合理的组织管理体系,有利于城市产业结构调整,同时也有利于积极为城市会展经济的发展创造健康良好的外部环境^[10]。

二、问题提出

城市会展与城市经济存在很强的互动效应^[11],在贸易往来、技术交流、信息沟通等方面作用突出,受到世界各国普遍关注。进入 21 世纪,经济全球化、一体化的趋势越来越明显,现代会展作为一个新兴行业在我国呈现高速增长态势。会展产业关联度高,具有规模经济和正外部性特征,根据世界会展发达国家经验,会展对城市经济拉动效应大约为 1:9^[12],因此,国内许多城市都将其作为重要产业优先发展。城市会展与城市经济发展存在着相互依存、相互促进的辩证关系^[13],共同构成一个相互作用的复杂经济系统。会展规模的扩大会促进城市经济增长,反过来,城市经济发展状况又是会展健康发展的基础。会展具有明显的空间特性,设施先进的会展场馆是国际展览业协会(UFI)对一个地区发展成为会展城市提出的基本条件之一。会展场馆建设有投资规模大、容积率低、建设投资回收期长等特点。城市大型会展场馆建设通过土地资源的供给和容易“搭便车”的正外部性而影响城市房地产市场。地方政府在大力发展城市会展业的过程中容易陶醉于城市短期的经济繁荣,而忽略了其潜在的长期风险。因此,借鉴发达国家的理论研究成果和实践经验,结合我国会展业的实际情况进行实证研究,客观地评价会展对举办地经济发展的影响,探索我国城市会展业发展的基本规律,全面地认识城市会展与城市经济增长的关系,对城市会展经济的现状作出客观评价,为处于不同发展阶段的城市选择正确的发展模式,是目前面临的紧迫任务。

随着知识经济和信息技术的迅速发展,跨国公司为了拓展新兴市场,向他国进行经济渗透已成为许多集团公司和企业发展的目标。在这种背景下,集商品展示、交易和经济、技术、文化交流为一体的各种会议与展览蓬勃发展,现代会展成为贸易扩大、市场拓展的探路者和先行者。我国市场的进一步对外开放,城市化进程的不断加快是会展业规模不断扩大、产业体系基本形成、行业地位逐渐凸现的重要原因之一。随着我国对外开放领域进一步扩大,国外著名会展公司先后进入国内市场。我国会展业面临着巨大冲击,优化结构、科学发展、可持续发展成为研究我国会展产业发展的重要问题。我国市场经济正处于一个关键时期,经济结构转型和战略调整初见成效。在产业结构升级过程中,为了吸取世界各国先进的科学技术和研究成果,社会各界更需要开展广泛的交流与贸易合作,这种内在需求促进了城市会展活动的快速发展。许多城市将会展业作为影响城市全局利益的重要产业来发展,根源在于会展业会对一个城市或地区的经济产生巨大的拉动效应。但是由于缺乏系统的科学理论指导,很多城市在组织会展活动、兴建会展场馆、保障会展服务等方面存在一定的误区,以致会展业长期维持低效运行,未能发挥其应有的作用。因此,认识和把握城市会展经济发展的长期运行规律,创造适合城市会展经济发展的外部环境,优化城市产业结构是研究我国城市会展经济发展的重要问题。

第二节 研究目的及意义

一、研究目的

本书的研究目的有4个:

- (1)探索和揭示城市会展经济发展变化的基本规律。
- (2)为城市会展经济各参与主体出正确的决策提供依据。
- (3)构建会展经济系统的实证研究框架。
- (4)对城市会展经济的未来发展方向作出预测。

二、研究意义

(一) 理论意义

首次尝试以系统科学的观点,将城市会展经济从复杂系统的角度来研究其发展与演化,为会展经济研究提供了一个新的思路,构建了一个较为系统的理论研究框架和平台。通过协整分析和因果关系分析、耗散结构分析、结构突变分析,建立系统动力学方程仿真来认识和把握城市会展与城市经济发展之间的相互关系和变化规律,从而为管理者的政策选择和科学决策提供理论支持。

(二) 现实意义

城市经济由传统的工业经济向现代的服务经济转化过程中,会展活动在经济生活中的重要作用日益凸显。本书的研究有利于解决产业结构调整过程中城市会展经济出现的盲目性问题,为会展经济的管理者科学决策提供理论支持,为会展经济的实践者提供有益借鉴,为政府制定会展产业政策提供依据,具有重大现实意义和重要参考价值。

第三节 国内外会展经济研究现状及评述

一、国外会展经济研究现状

国外对会展经济理论研究起步于 20 世纪中叶,发展也相对比较成熟^[14]。Ruck-hers G 出版的《Discussing the Exhibition》是已知最早研究展览的专著,会展由此开始被视为一种鼓舞公众兴趣、促进生产、发展贸易,并对各方产生持久利益的社会经济行为。1954 年 Templeton J M 在《Show and Exhibition for Businessmen. Kingswood/Survey》一书中详述了贸易博览会的发展历史及展出原因。1961 年 Franck Klaus 在《Exhibition a Survey of International Designs》中,第一次指出展览的意义以及展览设计、成本控制、客户关系、效果评估之间的相互关系,成为会展方面第一部较为系统的著作。1982 年 Hanlon A 在出版的《Trades Shows in the Marketing Mix》中将博览会作为一种有效的营销工具,更深入地阐述了贸易展会的发展渊源、展览意义、展出动因、成本控

制、效果评估等,为会展理论研究和实际操作奠定了基础。1991年 Christine Christman 针对会展筹备和运作管理进行了详细的论述和系统研究,成为当时内容最齐全的展览实务专著。因其在该书倡导建立长期目的并确立目标市场,奠定了其在会展理论界的权威地位。美国国际特殊活动学会主席 Joe Goldblatt 博士对会展的全流程管理进行了充分的阐述,先后出版了“特殊事件”系列著作,是当前会展管理的经典论著。国外关于会展方面的刊物较丰富,其中,国际展览协会主办的《博览会和展览会》,德国发行的《国际贸易展览会名录》、《会议行业》等影响力较大,但这些刊物大都是展会信息发布为主,在深入研究方面做得比较欠缺^[15]。

国外会展学术研究的内容相当宽泛,根据研究角度不同大致分为5大领域。第1个领域是关于会展对举办地经济影响的问题研究,这也是一个热点问题;第2个领域是关于会展举办地的形象(竞争力)评价和会展参与者(专业观众)选择决策过程的研究;第3个领域是关于会展目的地管理和营销策略的研究;第4个领域是关于实体会展与虚拟会展的关系问题的研究;第5个领域是关于会展举办地居民的反应和感知的研究。李旭、马耀峰对国外会展学术研究领域的最新发展动态作出了全面的综述^[16]。

会展对举办地经济的影响是长期以来一直困扰着西方学者的重要问题,会展对城市经济的影响远比会展本身要大^[17]。实证中以投入产出模型(Input Output Model)应用最为普遍^[18]。Braun 首次尝试运用投入产出模型法,测算了会展业对美国佛罗里达州奥兰多市经济的全面影响,认为会展对酒店、旅游、零售、对外贸易、餐饮、娱乐、交通等相关产业均有直接影响。Hiller 从概念框架出发提出了互动机会模型,论证了互利如何改变会展与城市关系^[19]。Johnson 和 O'Halloran 分析和测算了1996年在澳大利亚悉尼举办的奥运会对酒店、航空、零售、旅游等带来的整体影响,指出会展产业在城市、区域经济发展方面具有的特殊地位及作用^[20]。Kim 等分析了会展活动产生可观经济效益的原因,认为前人研究成果很大程度上低估了会展业对城市或地区的经济影响,利用投入产出模型估算了会展活动对韩国经济的全面影响后,得到的结论是:会展业具有高产出特征,对区域经济发展的促进作用显著^[21]。可计算一般均衡(Computable General Equilibrium)模型是另一种分析会展活动对城市(地区)的经济影响的有效方法。Dwyer 等人运用可计算一般均

衡模型分析探讨了特殊事件对主办地经济的影响^[22~23]。不同学者在应用投入产出模型评估会展对举办地经济影响时所选择的变量存在较大分歧。Tyrell 认为把总销售额作为事件的直接影响是不正确的^[24]。Crompton 等人认为应剔除当地居民、过境者、偶然来到的人,来归因于事件的开支^[25]。Gelan 认为当地居民的参加也是受事件影响的,理应作为直接开支的一部分^[26]。Kaisimati 则把新注入资金对举办地的整体影响分解为 3 类:直接影响、间接影响和诱导影响^[27]。Lee 和 Taylor 在评价 2002 年韩国世界杯的经济影响时也认为应剔除会展无关者的影响^[28]。一些学者则对该模型提出了质疑。Kaisimati 利用该模型先进行“事前”预测,然后与“事后”实际数据作对比后,分析结果表明,两者差异很大。Dwyer 等人应用可计算一般均衡模型与投入产出模型分别估计事件对举办地的经济影响,然后进行对比,认为前者比后者总体上要好,因为投入产出分析没有提供有关特殊事件对经济影响的准确信息。Dwyer 等人认为投入产出模型完全没有考虑会展与城市产业之间的互动关系,忽略了事件对举办地经济增长的制约作用,因而夸大了对举办地生产总值和就业的影响,这与 Kim 等人的判断极为矛盾,因为后者认为投入产出估计要比实际低。同时,Dwyer 等人也强调指出,CGE 模型与 I-O 模型对举办地经济影响的估计都是不全面的。另外值得注意的是,CGE 模型的致命缺陷在于它是静态比较分析模型,不能用于预测。

对会展目的地选择(选址)问题国外学者研究较为深入,这一领域的文献相对丰富。20 世纪 70 年代,Alkjaer, Fortin, Ritchie, McCleary 等人开始了对会展举办地选址问题的早期探索^[29~31]。80 年代, Pizam, Manning, Var, Cesario, Mauser, Renaghan, Kay 等人进一步开拓了研究范围并建立了一些较为有效的会展目的地选择的评价模型^[32~34]。90 年代,会展举办地选址问题受到学者们高度关注,出现了大批优秀科研成果^[35~47]。进入 21 世纪,该领域研究略有降温, Crouch, Louviere, Zhang, Leung, Qu, Severt, Wang, Chen, Leask 等人对会展选址问题进行的实证研究成果较有影响力^[48~51]。综合该领域的研究成果,学者们一致着眼于在极其广泛的客观影响因素中分析和确定各因素的重要程度。在城市自然环境与社会环境、场馆硬件设施条件、会展服务接待能力与安全卫生条件、城市形象与基础设施、城市可达性及标志物、城市政策支持与总体费用等诸多影响因素中,学者们在变量的分类

方法上存在较大差异。文献[42]将影响因素分为商业、组织者、举办地和干扰4类因素;文献[44]认为影响因素分为会展举办地和场馆设施两类;文献[45]提出将影响因素分为举办地可达性、场馆设施、会外机会、举办地政策支持、食宿条件、信息、举办地环境、其他标准8类,并将选址过程分为5个步骤,建立了通用的抽象概念模型框架;文献[49]提出应在文献[42]分类方法中将干扰因素剔除,而侧重考虑成本因素;文献[50]将影响因素归纳为活动与机会、关系网络、受教育机会、参会的便利性、产品与交易5类。在影响因素的重要程度方面学者们的研究结论也存在一定分歧。如文献[38,48,49]分别采用不同分析方法得到了总消费支出成本是参与者最关键影响因素的结论;文献[39,40,46,47]认为在组织者、举办地和客商三者之中,组织者因素在会展选址中处于关键地位;文献[41~43]则认为场馆基础设施条件和住宿餐饮服务质量是更重要的变量;文献[51]更关注举办地吸引物的影响,将其作为最重要的影响因素。从具体实证分析技术角度看,研究者大多采用描述统计、因子分析、方差分析、回归分析等,部分学者以专家评分与层次分析法结合为分析工具,少数学者运用聚类分析、判别分析等技术,这些分析技术在整体上都属静态比较分析技术工具,缺乏动态和系统角度的理论分析和技术工具运用。

目的地营销组织受到研究者的关注要较少也较晚一些。Sims, Fesenmaier, Pena, O'Leary, O'Hallran等人是最早关注这一领域的学者^[52~54]。从20世纪末开始,会展举办地市场营销组织的作用受到更多学者的重视^[55~58]。会展观光局既是最重要的会展目的地营销组织,又是会展活动的管理者。它是会展举办地市场组织的最基本形式^[59],其首要任务是为会展客商和相关团体的商务活动提供便利,向参会者进行招揽和宣传活动,尽可能促使他们在当地留宿,发展举办地的经济^[60]。Weber认为相当多的研究者侧重分析举办地营销组织的重要作用,却忽视了对其本身的研究^[61]。随着国际互联网技术的成熟,目的地营销组织需要更多现代信息技术的支持,这成为未来会展目的地营销的主要技术发展趋势^[62~64]。会展经营管理者与会展各参与主体建立长期的合作关系是目的地营销最重要的发展目标^[65]。关系营销是目的地营销较为理想的营销策略,它不但有利于双方建立积极稳定的合作关系,而且能够最大限度地实现经济收益、赢得声誉和降低风险。Ford和Peeper对目的地营销的经营管理者面临的形势进行分析后认为,市场竞争、资金筹备、技

技术进步、信息交流和工作职责是需要重点关注的 5 个问题^[66]。Gretzel 进一步明确了会议观光局的经营管理者在目的地营销组织管理中的任务、角色和责任^[67]。Lee, McKercher, Kim 对会展参与主体与会展专业组织两者之间的关系进行了更为深入的分析 and 阐释^[68]。

实体会展与虚拟会展的关系问题引起了部分学者的研究兴趣,因为技术进步决定了会展产业发展的未来。关于现代信息技术是否对会展的形式和组织带来深刻变化以及这些变化对产业发展的影响作用是积极促进还是消极约束,学者们发表了不同的意见和看法。争论的核心问题是现代先进技术能否最终取代面对面的会展活动。Su C J, Benjaminp C Y 认为,随着互联网发展,虚拟会展将成为会展主要手段^[69]。Go F M, Govers R 对通信行业与会展基础设施相结合、Internet 和电子商务对交易费用的影响以及传统分销渠道的改变等问题进行了深入分析和探讨^[70]。网络营销具有传统营销方式无法比拟的成本优势,管理者利用网络发布信息,与潜在会展参与者及时沟通,进行市场调研和完成网上交易,提高了服务效率,在举办城市与会展参与主体之间建立了十分便利的桥梁。然而,事实表明,尽管 IT 技术取得了飞速进步,但是会展活动却有增无减。因而更多的学者认为,面对面的交流作为一种客观需求使得实体会展的重要地位难以取代,现代通信技术只不过改变了会展活动的频度或效率,为更好地进行商务往来和信息交流创造条件,不能否定实体会展存在的现实意义和社会价值^[71]。

关于会展举办地居民的反应和感知的研究目的在于揭示大型会展事件对举办地的社会影响。重要性绩效分析(Importance-Performance Analysis)技术是进行社会影响感知评价的常用方法^[72]。Oppermann M, Go F, Zhang W 等人较早运用了这一定性分析技术。近期的经典案例是 Deccio C 和 Baloglu S 对 2002 年美国犹他州盐湖城冬季奥运会的居民感知进行了评价^[73]。部分学者进行了模型的改进和创新工作。Gursoy D, Kim K 和 Uysa M 构建了用于评价重要事件主办者影响感知的新模型^[74]。Hede 和 Jago 探索了参加特殊事件对举办地感知结果的影响研究^[75]。Gursoy D 和 Kendall K W 采用将当地居民对重要事件的支持建立结构模型的方法,确定了当地居民关注度、集聚经济价值、当地居民感情、利益和成本感知是其中的重要影响因素^[76]。Rollins 和 Delamere 构建了用来直接测量节庆活动的社会影响态