



Chapter 1

會展產業概論

第一節 會展產業基本範疇

一 何謂會展產業

「會展產業」即「會議展覽產業」簡稱，包括會議（Meeting）、企業會議暨獎勵旅遊（簡稱「企業會議獎旅」）（Incentive）、大型國際會議（Convention）以及展覽（Exhibition），又稱為MICE產業。近年來國外亦將活動（Event）納為會展產業。

會展產業已普遍被認為是評量一個城市繁榮與否的重要指標，在歐美各國發展已有百餘年，目前全球最大會議舉辦國為美國，而最大展覽舉辦國為德國；在我國則屬為新興產業，我國行政院主計處第9次行業標準分類，將「會議與展覽服務業」歸於第N大類支援服務業項下，細項代碼為8202，凡從事會議及展覽之籌辦或管理之行業皆屬之。

會議與展覽具有集中性、專門性與實現性，藉由會展活動達到學術文化或經貿交流之目的，其組成主要包括：主辦者、參展商以及參觀者等。會場是最古老的市場行銷方式之一，藉由產品展示達到交換的目的；但今日大多數的參展商、與會者均將會展視為尋求商機，完成經貿洽談，以及新產品、新技術、新觀念交流的平台。

國際慣稱會展產業「MICE」（由Meeting, Incentives, Conventions，以及Exhibitions/Events）等幾個產業的英文字頭縮寫），各國依其不同的發展或需求情況的不同，而有所不同的界定。因此廣義的會展產業包含了：會議、大型會議、獎勵旅遊、展覽、商旅、商品交易會、博覽會、大型活動等項目。

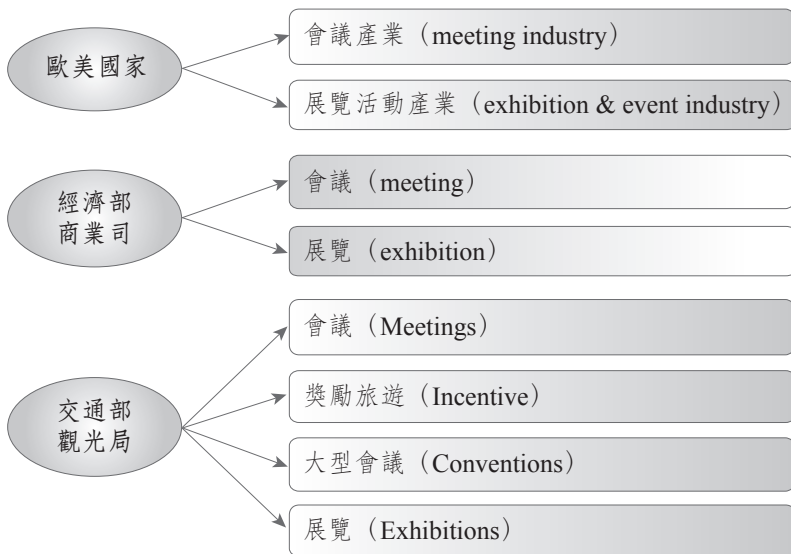
二 會展產業相關名詞定義

依據經濟部商業司定義凡從下表所述相關服務之行業，界定其為會展產業。

項目	定義內容
(一) 會議 (meeting)	一群人在特定的時間與地點相聚，為了某種目的或需求，使參與者可以互相討論或分享資訊，以滿足所需的一種室內性為主的活動。
(二) 展覽 (exhibition)	在某一地點舉行，參展者與參觀者藉由陳列物品產生互動。對參展者而言，可以將展示物品推銷或介紹給參觀者，有機會建立與潛在顧客的關係；對參觀者而言，可以從展覽中獲得有興趣或有用的資訊。
(三) 活動 (event)	為了滿足某特殊需求所規劃好的非經常事件，以便可在公開場合提供或配合的相關活動，使籌辦者與參與者藉由活動可滿足其需求。

三 會展產業分類

在歐美國家通常將會展產業分為兩大類，會議產業（meeting industry）及展覽活動產業（exhibition and event industry）；行政院交通部觀光局所界定的會展產業（MICE industry）範疇則包含：一般會議（meeting）、獎勵旅遊（incentive）、大型會議（convention）及展覽（exhibition）四部分；而經濟部商業司則依據各類別的本質將獎勵旅遊納入會議部分，只區分為會議（meeting）及展覽（exhibition）兩類；經濟部國際貿易局黃志鵬局長曾說：「會議」是業者資訊交流的重要平台，「展覽」則是廠商展現產品實力的主要舞台，會議展覽產業可說是一個國家的經貿櫥窗，因此歐美先進國家莫不重視會展產業的發展，由此可見會展產業的重要。



PART 1

四 何謂會議

中華民國五十四年七月二十日內政部內民字第178628號令發布，會議之定義：三人以上，循一定之規則，研究事理，達成決議，解決問題，以收群策群力之效者，謂之會議。依據會議產業諮議會（CIC）、英國觀光局（BTA）、中華國際會議展覽協會（TCEA）及學者對於會議定義如下所述：

單位 / 學者	定義內容
(一) 會議業諮議會 (CIC)	一定數量的人聚集在一個地點，進行協調或執行某項活動。
(二) 英國觀光局 (BTA)	不在露天場地舉行的一切人的聚會（可包含大會、議會、專業會議、研討會、工作坊、討論會等），這些會議的中心活動在於分享並流通資訊，且會議必須為至少六個小時的室內會議，以及至少要有八個人參與。

未完

接續

單位 / 學者	定義內容
(三) 中華國際會議展覽協會 (TCEA) (2010)	凡一群人在特定時間、地點聚集來研商或進行某特定活動均稱之，含意最廣泛，是各種會議之總稱。
(四) 徐筑琴 (2006)	一定社群或一群人集合，以不同的規模或時間，使集合一處交換意見或資訊的場合。
(五) 何樹人 (2008)	指各種會議、座談會、發表會，研討會、論壇或國際會議都可以統稱為一般會議。
(六) 內政部訂定的會議規範第一條	三人以上，循一定之規則，集思廣益，研究事理，尋求多數意見，達成決議，解決問題，以收群策群力之效者，謂之會議。

五 獎勵旅遊相關定義

獎勵的旅遊是有「獎杯價值」，它意味著長期的、正面的強化，它是一個誘發積極價值的元素 (Shinew and Bakman, 1995)。依據美國獎勵旅遊行銷協會 (IMA)、旅遊產業字典、中華國際會議展覽協會 (TCEA) 及學者對於獎勵旅遊定義如下所述：

單位 / 學者	定義內容
(一) 美國獎勵旅遊行銷協會 (IMA)	一個事物或一件活動是有價值的，此價值可以讓參與者投入與努力。
(二) 旅遊產業字典	以行銷、旅遊、現金、服務或是無形的產品，當成一種採取特定的行動，給予員工或顧客的一種獎勵。
(三) 中華國際會議展覽協會 (TCEA) (2010)	公司、團體為了獎勵其員工或經銷商提高生產效率、銷售量等，而以「旅遊」做為獎賞的方式。而該類「獎勵旅遊」因具獎勵性質，其行程安排、消費等與一般團體旅遊不同。

未完



接續

單位 / 學者	定義內容
(四) 吳繼文 (2007)	為了激勵的目的，提升參加者增加績效而舉行的旅行，內容除旅遊觀光外並結合會議、參訪、展覽與其他特殊目的的旅遊行為。
(五) 世界獎勵旅遊協會 (SITE)	指出獎勵旅遊是一種管理工具，藉由旅遊的體驗來激勵參與者認同且支持企業目標。

六 國際會議相關門檻定義

臺灣於2010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，明確定義「國際會議」為「與會人員來自3個國家或地區以上及100人以上（含會議舉辦地主國），且外國人數須達與會人數之30%或50人以上之會議」。而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。

單位	與會國家數	與會人數	外國與會人數	舉辦形式	備註
ICCA (International Congress and Convention Association)	至少輪流在3國以上舉辦	參加會議人員需達50人以上	25%以上	需定期舉行，會期1天以上	
UIA (Union of International Associations)	至少有5國與會者	至少300名與會者或同時舉行展覽	至少有40%的與會者須來自於地主國以外的國家	會期至少3天	國際組織舉辦之會議

未完

接續

單位	與會國家數	與會人數	外國與會人數	舉辦形式	備註
中華國際會議展覽協會 (TCEA)	參加會議國家需達3國以上	參加會議人員需達50人以上	外國與會人數需達總與會人數的20%以上	會期1天以上	
經濟部 商業司	參加會議國家需達3國以上	參加會議人數需達100人以上	除地主國外，其他與會人數需達全體的30%或50人以上	會期1天以上	
日本	五國以上代表參加	參加人數300人以上	地主國之外必須有其他國家的40%以上參加	會期3天以上	
韓國	需達5國以上的外國人參加	參加會議人數需達300人以上	外國與會人員需達100人以上	會期天數需達3日以上	主辦單位為國際機構或加入國際機構之機關或法人團體
			外國與會人員需達150人以上	會期天數需達2日以上	主辦單位為未加入國際機構之機關或法人團體



接續

單位	與會國家數	與會人數	外國與會人數	舉辦形式	備註
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	與會人員來自3個國家（地區）以上	100人以上（含會議舉辦地主國）	外國人數須達與會人數之30%或50人以上		
國際會議協會（Association of International Congress Center, AIPC）	需達5國以上的外國人參加	參加會議人數需達50人以上	外國人數須達與會人數之25%	會期1天以上	

PART
1

七 展覽相關定義

依據美大百科全書、國際展覽聯盟（UFI）、中華國際會議展覽協會（TCEA）、辭海、美國博物館學學者G.Ellis Burcaw、韓國知識經濟部、Lawson（2000）、吳心潔（2001）、鄭琮瑛（2004）等對於展覽定義如下表所述：

單位 / 學者	定義內容
（一）國際展覽聯盟 UFI（the Global Association of the Exhibition Industry）	展覽是一種市場活動，是在一特定時間，眾多廠商聚集於一特定場地陳列產品，以推銷其最新產品或服務。
（二）中華國際會議展覽協會（TCEA）（2010）	為了公關、行銷、販賣之目的，而以靜態方式陳列其產品、服務或推銷資料之展覽。一般附屬於會議而舉辦，並為會議主辦單位的主要收入來源之一，以業內人士交流為主要目的，僅對內開放，此類展覽之專業性非常明確。

未完

接續

單位 / 學者	定義內容
(三) 辭海	以固定或巡迴的方式，在一定時段內，公開陳列物品於會場，以供人觀賞的臨時組織。
(四) 美大百科全書	展覽會是一種具有一定規模，定期在固定場所舉辦的，來自不同地區的有組織的商人聚會。
(五) 美國博物館學學者 G.Ellis Burcaw	展覽 (exhibition)，有別於陳列 (display)、展示 (exhibit)，它是具有藝術、歷史、科學與技術的對象所構成的集合裝置，藉此來引導觀眾在展示單元間移動，創造意義或產生美感，它伴隨有展示說明或圖標，來詮釋內容或引導觀眾的注意。
(六) 韓國知識經濟部	係為了貿易洽談、提供市場訊息、宣傳所舉辦之常態或非常態之博覽會、貿易商談會，並符合由大總統令所規定種類及規模而辦。
(七) Lawson (2000)	一種陳列物品的方式，將具有價值或賞心悅目的物品對目標參觀者做展示或示範，故可能是固定性的或是臨時性的活動。
(八) 鄭琮瑛 (2004)	參展者 (exhibitor) 將商品陳列，供參觀者 (visitor) 觀看的一種行為。
(九) 朱一中 (2007)	固定舉辦日期、地點和具有一定規模，以專業特有的產品為主要形式，促成參觀者 (貿易觀眾) 與參展者之間的交流洽談之仲介活動。
(十) Holloway et al., (2009)	在一個特定且持續的期間內，吸引許多公司行號及展售相關產品或提供銷售、促銷目的的一個活動。



八 商展相關定義

即一個大型臨時的工商市場，在特定地區、時間，聚集了對該產業、展品有興趣的買賣雙方進行媒合的商業活動。

單位 / 學者	定義內容
(一) Donald, Keith, and Burdick (1987)	一種推廣活動的型態，主辦者邀請商場設立攤位，並且展示該公司的產品給有興趣的參訪者。
(二) Michael & Ilkka (1988)	商展是一個事件，在此事件中製造商、經銷商與其他賣方展示（或介紹）產品給現有和潛在的顧客、提供者、其他產業夥伴與新聞界。
(三) Sissking (1989)	提供參展廠商與客戶面對面的機會，對參訪者而言更能增加資訊的提供，以及提升買方與賣方關係的連繫。
(四) Herbing, Palumbo, and O'Hara (1996)	一個能提供機會去影響產業購買決策程序的地點；其能創造潛在顧客的知曉程度、加強現有顧客關係、提供產品展示的評價、建立製造商與潛在顧客的關係，以及允許產品立即銷售之場所。
(五) 中華國際會議展覽協會 (TCEA)	專業展只展出同一產業之上、中、下游產品，綜合展則不限產業，在英文名稱使用上， exhibition 指展出項目包括生產製作機具在內的展覽； show 則通常結合動態展示或藉由演出（秀）表現產品特色； fair 則為一般展覽之統稱。
(六) 大英百科全書	為發展貿易所組織的臨時市場，買賣雙方聚集在一起交易。

九 國際展覽門檻相關定義

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10%以上或來自6個以上國家或地區之商展」。

	參與展覽國外廠商	參觀展覽國外人士	國外宣傳費用
美國	參與展覽國外廠商達20%以上	參觀展覽國外人士達20%以上	國外宣傳費用達20%以上
德國	國外參展商最少達到10%	國外參觀者最少達到5%	
法國	外國參展商需達10%以上，或參觀者為達5%以上	含媒體記者之參觀者數1000人以上，其中外國參觀者達25%以上	
韓國	海外參展商為總參展商之10%	外國買家有100人以上海外參觀者為全體之5%	
英國	外國參展商達10%以上		
經濟部商業司	國外直接參展廠商家數達10%以上或來自6個國家（地區）以上		
ISO25639	國外參展企業為全體的10%以上	國外參觀者為全體的5%以上	

未完