

# 致理科技大學應用日語系

## 108 學年度畢業實務專題報告

### 臺日展覽會之比較

指導老師：佐伯真代

組員： 10522124 曾瑜娟  
10522140 陳 汶  
10522157 程于珊  
10522226 鄭 豪  
10522235 黃佳卉

2020 年 1 月 3 日

## 摘要

此次探討的研究主題是臺灣與日本的展覽會在會展產業之中發展的差異情況。現今臺灣的會展產業的發展為 B2B 與 B2C 之導向，還有結合綠色會展產業的模式，將規模走向國際化；反之，日本國內也將配合 2020 年的東京奧運的企劃，希望以觀光大國為名，突破來客觀光數量及利潤，將「觀光」與「在地文化」的復興是現今日本的會展產業的發展方向。由於臺灣與日本的發展起源、理由不同的關係，讓兩國的會展產業衍生出不同的樣貌。

本文將以介紹臺灣與日本展覽會之差別，探討除了會展定義與展覽會動向、起源、歷史之外，是否有其他影響兩國展覽會產業發展的因素，進而從中比較兩國的會展展覽會產業之結構。由此研究來看，儘管兩國的發展時間與速度有差距的情況之下，仍舊不影響兩國展覽會產業的發展和擴展，兩國以不同的情況之下會如何形成會展產業發展展覽會的主因及目標，我們將以此為假設，深入研究展覽會在會展產業之中的延展性與潛力。

關鍵字：會展產業、MICE、展覽會、臺日展覽會

## 要旨

この研究のテーマは展示産業における台湾と日本の発展の違いである。現在、台湾の展示会産業の発展は主に **B2B** と **B2C** であり、グリーンフェアの産業と結びついており、展示会の規模も国際化されている。一方、日本国内では展示会産業に 2020 年の東京オリンピックに関連して、観光国として発展させ、観光客の人数と利益を突破しようと考えている。「観光」と「地域文化」の復活も現在の日本展示会産業の発展の目標である。台湾と日本の発展の起源と原因が違っているため、両国の展示会産業が違うスタイルを持っている。

本文は展示会の定義と歴史、現在の動向に基づいて展示会は台湾と日本の経済に対してどう影響するののかも探求した。そして、両方の展示会に発展に影響する要素があるかどうかを研究して、両方の展示会産業を比べて、台湾と日本と展示会の相違を明らかにした。この研究を通して、両方の発展時間とスピードとは違ったが、両方は異なる状況でどう展示会が発展してきたのかを探求し、**MICE** 産業における展示会の拡張性と可能性を究明した。

キーワード： 会議展示会産業、**MICE**、展示会、日台展示会

## 章節目錄

章節目錄 .....	4
圖表目錄 .....	6
<b>第一章 緒論</b> .....	8
第一節 研究動機 .....	8
第二節 研究目的 .....	9
第三節 研究流程 .....	9
第四節 研究架構 .....	10
<b>第二章 之前研究</b> .....	11
<b>第三章 展覽會於會展中的定義</b> .....	13
第一節 MICE 的定義 .....	13
(一) 展覽會的定義 .....	14
<b>第四章 兩國展覽會起源</b> .....	19
第一節 臺灣展覽會起源 .....	19
第二節 日本展覽會起源 .....	20
第三節 臺灣與日本的會展發展年代表 .....	21
<b>第五章 產業推動政策</b> .....	27
第一節 會展政策規範 .....	27
(一) 臺灣的會展政策規範 .....	27
(二) 日本的會展政策規範 .....	30
(三) 臺灣與日本的會展政策規範比較 .....	33
第二節 展覽業推動機構 .....	34
(一) 臺灣的政府及民間推動團體 .....	34
(二) 日本的政府及民間推動團體 .....	36
(三) 臺灣與日本的展覽業推動機構比較 .....	40
第三節 人才培育與認證制度 .....	41
(一) 兩國的人才培育推動計畫 .....	41
(二) 展覽認證制度 .....	43
<b>第六章 兩國展覽會動向</b> .....	46
第一節 臺灣展覽會現況 .....	46
(一) 臺灣近年開辦動向 .....	46
第二節 日本展覽會現況 .....	52
(一) 日本近年開辦動向 .....	52
第三節 臺灣與日本展覽會現況比較 .....	60
<b>第七章 兩國展覽會 SWOT 分析</b> .....	62
第一節 臺灣展覽會 SWOT 分析 .....	62

(一) 臺灣展覽會的優勢 .....	62
(二) 臺灣展覽會的劣勢 .....	63
(三) 臺灣展覽會的機會 .....	64
(四) 臺灣展覽會的威脅 .....	64
第二節 日本展覽會 SWOT 分析 .....	65
(一) 日本展覽會優勢 .....	65
(二) 日本展覽會劣勢 .....	67
(三) 日本展覽會機會 .....	67
(四) 日本展覽會威脅 .....	68
第八章 結論 .....	69
第九章 建議 .....	72
參考文獻 .....	73
組員工作分配表 .....	79
專題報告修正要點 .....	81

## 圖表目錄

表 3-1-1	全球展覽業協會 UFI 的定義	18
表 4-3-1	臺日會展年代表	22
表 5-1-1	臺灣會展政策	27
表 5-1-2	會展五大政策	28
表 5-1-3	日本會展政策	30
表 5-1-4	日本會展政策的四大主軸	31
表 5-1-5	臺日會展主管機關	33
表 5-1-6	臺日會展法規	34
表 5-2-1	臺灣的政府與民間推動團體總覽	36
表 5-2-2	日本的政府與民間推動團體總覽	40
表 5-2-3	臺日會展推動民間團體	41
表 5-3-1	臺日推動人才培育計畫機構	42
表 5-3-2	臺日 ISO 標準認證機構	43
表 5-3-3	JECC 展覽會認證數據制度詳細內容	44
表 6-1-1	2013-2018 年國際展覽會各項目排行	47
表 6-1-2	臺灣會展場館總資訊	49
表 6-1-3	臺灣三大主要會展場館	49
表 6-2-1	日本會展場館總資訊	58
表 6-2-2	日本三大主要會展場館	59
表 7-1-1	臺灣 SWOT 分析	65
表 7-2-2	日本 SWOT 分析	68
圖 1-3-1	研究流程	9
圖 1-4-1	研究架構	10
圖 3-1-1	MICE 的各項定義	14
圖 4-2-1	京都博覽會場圖	20
圖 5-2-1	管理營運主體	37
圖 5-2-2	2025 年日本國際博覽會宣傳冊圖	39
圖 6-1-1	臺灣各地區國際展覽總數全國占比	48
圖 6-2-1	2003 年~2015 年全國展覽會舉辦件數	53
圖 6-2-2	主辦者型態	54
圖 6-2-3	日本開辦都市全國比	55
圖 6-2-4	來場者數	55
圖 6-2-5	地區的總展覽面積	56
圖 6-2-6	2016 年與 2017 年生產財開辦數比較	57

圖 6-2-7	2016 年與 2017 年消費財開辦數比較.....	58
圖 6-2-8	1m <sup>2</sup> 左右的使用費、各地區分別的平均單價.....	60
圖 6-2-9	亞洲展覽會展的發展（2014~2016）.....	61
圖 7-2-1	展覽會場到最近車站的所需時間.....	66

# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機

隨著時代的進步，在會展產業越來越發達的狀態下逐漸走向國際化，也因應潮流而與多項產業結合，在現代社會中會展產業已經滲入我們生活中每一處的角落，從專業走向生活化。因此我們希望能透過專題研究來理解會展產業是如何在現代經濟市場從僅是佔據市場的一小角變得具有相當重要的地位，吸引許多國家投入資金培養人才，並詳細觀察臺灣與日本的展覽會產業在會展產業中的發展方向和差距，讓臺灣的廠商能夠了解如何在日本展覽具有一席之地。

同時，我們也希望能夠讓外國的廠商與企業明白臺灣會展產業具備的巨大潛力，希望能吸引海外的資金投入，並冀望能夠促進臺灣舉辦更多大規模國際性展覽，擴大臺灣企業在國際間的知名度與影響力，期望藉此帶來臺灣的經濟與產業發展。由於兩地社會文化脈絡的不同，希望能夠深入認識兩國的展覽會產業在兩地的發展前景，以及符合當地文化脈絡的行銷宣傳策略，同時也試圖透過這項研究找出展覽會在會展產業之中跨文化的共同趨向性。

由於組員也對正持續蓬勃發展的展覽會產業具備極大的興趣，故此希望能夠藉由此次研究深化對該領域的認知，嘗試理解該領域的未來發展前景，且能夠於求職時能夠作為對此專業領域的積累。



## 第二節 研究目的

希望能夠成為未來前往日本當地參展時的參考，更加深入體會臺日會展產業的差異性，且由於目前會展產業的中文資料相當稀少，多數人對海外會展產業之發展潛力的認知也僅限於語言共通的中國，對同樣具備極大發展可能性的日本會展產業市場也缺乏相關的理解，再加上現有資料零散而不完整，因此想透過彙整並呈現日本會展產業更完整的樣貌，讓臺灣人得以更加了解目前日本會展產業的現況，並希望能夠成為日本廠商來臺參展時可參考的可靠數據。

一個國家的產業經濟特色能透過它的經營模式展現出來，我們希望能夠研究日本與臺灣會展在舉辦模式與宣傳等不同方面的共同點與相異點，以此更加凸顯出臺日會展產業各自的特色。

## 第三節 研究流程

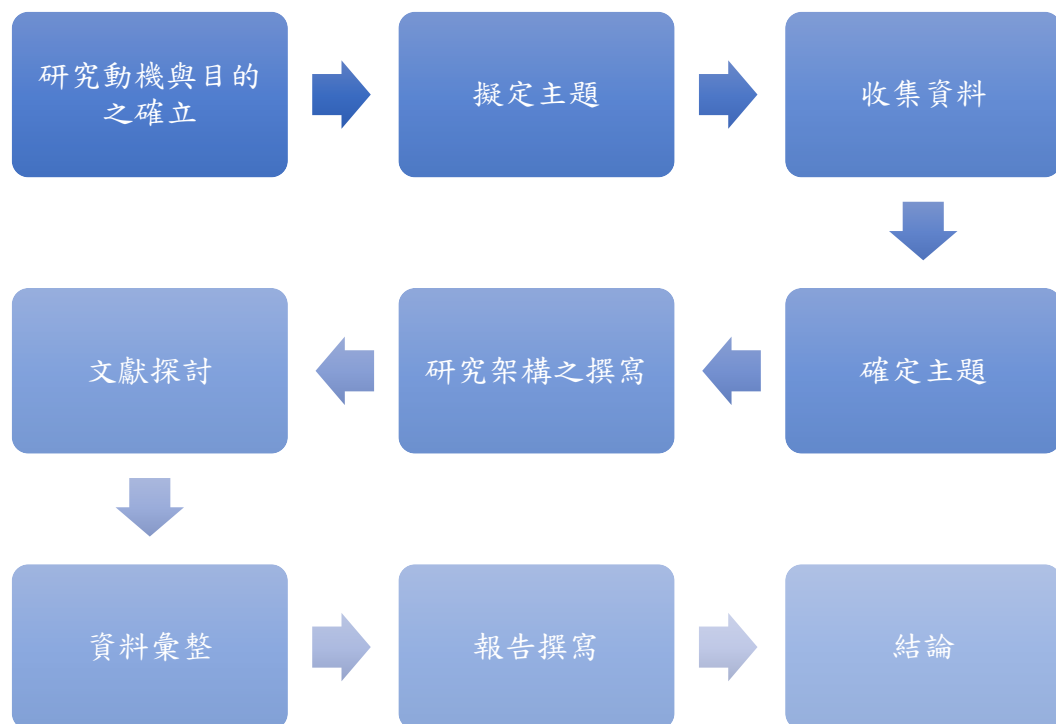


圖 1-3-1 研究流程

## 第四節 研究架構

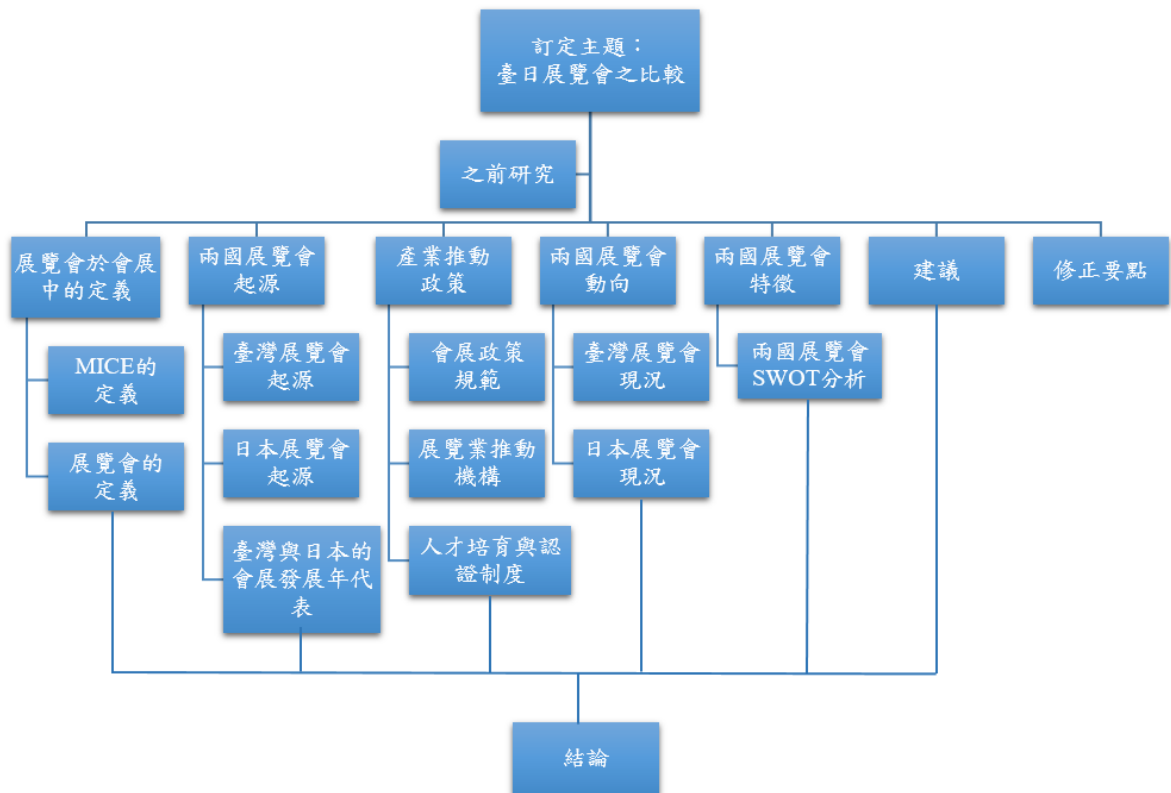


圖 1-4-1 研究架構

## 第二章 之前研究

在尚未接觸會展產業的發展情形前，從會展書籍與網路資料搜尋，其中與題目最為關聯的是《東亞論壇季刊》裡由楊勝欽所寫的〈日本臺灣會展初探〉(2017)，我們以此當作依據了解會展是什麼樣的產業，此篇將臺灣與日本的會展產業初步分析現況與產業特性以及效益，了解臺灣與日本的會展產業現況和未來發展的趨勢並加以比較。因此，以此文獻為首要開端，加以理解會展產業的起源與開創的由來。

〈日本臺灣會展初探〉裡面對於會展產業的定義有很詳細的介紹，像是整理多數專家所認知的定義，由於會展產業的現況卻是有點久遠的資料，例如臺灣會展的發展潛能，部分資料較為不足，日本的資料更是寥寥無幾，2017年所整理的會展產業近況，卻使用2003年的資料做為分析的依據。第肆大標題裡是說明臺灣、日本會展產業比較，文獻中沒有詳細寫出容納攤位、展覽次數、產業特性與產值等等，反而是併入分析探討與結論、建議裡面。臺灣、日本會展產業優缺點的分析是適合給初次接觸會展產業的初學者，快速理解兩國之間會展產業的不同，也引發我們思考臺灣及日本的會展產業裡是否有更詳細的差異，值得我們深入探討。

我們還參考由日本經濟產業省所製作的《展覽會產業概論》更加明白日本對於展覽會的意義、日本國內外的展覽會歷史與動向，裡面也多加說明展覽會的舉辦方式與展覽會用語。這本書的特點，將明年已確定開展的展覽會的資料，加以詳述。再加上，給與想了解會展產業的初學者，有個明確的方向。因此，在研究的過程中，這本書是可提供許多大量資訊及未來展覽會之導向。不過，臺灣的〈日本臺灣會展初探〉與日本的《展覽會產業概論》也有相同的要改進的地方就是資料有些許部分，沒有持續整理。臺灣的會展資料，內容是以「架構」為主，但很可惜的是沒有更深入書寫；日本的會展資料則是大致上的數據都有整理和分析，但對於剛入門會展產業的人來說，有可能資料的年份並非是以當年為基準，還有書本裡頭所提供的地圖，很有可能隨著觀光產業的發展，地區劃分會與當下看到的情況也會有所出入。儘管資料再詳細，也會因每年時候的活動會影響整個數據資料。

由於收集臺灣與日本的會展產業的資料，所發現的文獻內容與數量上的差異。主要的原因是兩個國家對於會展的起源與發展過程中，所觀察到是臺灣的會展起源的時間是有一大半的空白期之中，如何帶動會展產業及發展創立，還有未來的發展與延伸。現今的臺灣，為了將會展產業更加地國際化，找出自身的獨特性與有效資源的運用。而日本則是以「帶動戰後經濟」為目標，發展成規模更大的展覽。以「觀光」為由的會展產業裡頭，能夠帶來多少的利潤與來客數量，在亞洲地區與世界排名中不斷地進步與超前，是有什麼方法讓會展產業如此的蓬勃。在 2020 年的東京奧運，以觀光大國為稱的日本，要以什麼樣的條件來突破現有的會展產業。

以上的分析，將是我們接下來要探討的內容做為下一步的分析與研究。因此，接觸會展產業的相關資料後，不只是對會展產業產生研究的興趣，也希望能夠給予眾人對會展產業的相關內容與知識。

## 第三章 展覽會於會展中的定義

### 第一節 MICE 的定義

所謂的 MICE，是由企業內部之間的會議 (Meeting)、企業以獎勵和培訓為目的的獎勵旅遊 (Incentive Travel)、國際機關及團體等等所舉辦的國際會議 (Convention) 以及擁有貿易、文化、活動等多項性質的展覽會 (Exhibition/Event) 的四項英文首字母所組成。(圖 3-1-1)

會展產業也會帶動許多周邊產業。日本政府將會展產業定義為觀光業，而臺灣政府卻是將會展產業定義成一般經濟業。依據全球展覽業協會 (The Global Association of the Exhibition Industry，舊稱 Union des Foires Internationales，簡稱 UFI) 估計，會展產業的投入對經濟所產生的效益為 7 至 10 倍，龐大的經濟效益令會展產業有火車頭產業之稱。

會展產業除具產業帶動效果之外，另擔任產業間之橋樑，有助於提昇國家形象，增加經貿收入，促進國際交流合作。

MICE 產業是具有高成長潛力、高附加價值、高創新效益的三高，以及產值大、創造就業機會大、產業關聯大等三大之效益，更是服務業發展之火車頭產業<sup>1</sup>，也是企業與企業之間交易交流的平台，能夠創造出多種商機。提供許多就業機會，也能夠增加國家的稅收以及旅遊收益，會展產業的開辦更會帶動城市的發展，所以可想而知為什麼會有這麼多國家在搶奧運開辦國的機會。

日本理解到會展產業是如此多元的新興產業，也將此產業總歸於觀光產業的一環，期盼會展產業能夠帶來更多城市的地方觀光收入，也更提升日本會議方面的專業度，吸引其他大國元首前來日本，在開會之外的時間也能夠看到日本本土的美好並享受到日本的傳統文化、美食，是個可以高度曝光國家的好機會。

---

<sup>1</sup>臺北產經資訊網，〈城市產業發展〉，<https://reurl.cc/ObMZbD>，2019.05.18



圖 3-1-1 MICE 的各項定義

資料來源：日本国土交通省觀光庁

### (一) 展覽會的定義

展覽會是 MICE 之中包含最多性質的其中一項，不只有公司行號之間的貿易展覽，更多的是文化與各項活動的展覽會。最主要的定義為大型臨時的工商市場，於特定地區、時間、地形，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。不只做到行銷產品，替企業品牌打響知名度之外，更是與全世界的國家技術、資訊交流的最佳平台。

在全球化經濟之下，展覽會也越來越受到各國政府及經商人士的重視，許多國家

的特定地區成了展覽重鎮，藉由舉辦展覽而帶動觀光業、活絡周邊的經濟，更肯定展覽卓越的重要性。

儘管參展只是眾多行銷之一，但也被公認為是最直接、有效、邊際效果最高的廣告方式。儘管花費極大，但是卻能在短時間內接觸大量的潛在顧客及人潮，這是大部分行銷方式都做不到的極高效益。

而目前臺灣展覽會依照參展產業、參展廠商與參觀展覽者國家比例分類以及參觀對象為分類標準，能細分為以下類型：

## 1. 依照參展產業分類

(1) 專業展：又稱為垂直型展覽會或縱向型展覽會。其參展者為同一產業之上、中、下游企業或專門機構，包括同一產業供應鏈之原料、半成品、成品、零件、機器、服務、技術等。由於此展覽是限定於某樣專業性質展品所舉辦的展覽會，因此規模較小，舉辦時間也較短。例如臺灣的臺北國際自行車展覽會 (Taipei Cycle)、臺北國際電腦展覽會 (COMPUTEX Taipei)、日本的 HOSPEX 國際醫療照護設備專業展覽會 (HOSPEX Japan)、日本國際化妝品、美髮及保健品展覽會 (Beautyworld Japan) 等皆為大型知名專業展覽會。

(2) 綜合展：又稱為水平型展覽或橫向型展覽會。其參展者不限制特定產業，因參加產業的多樣性，產品較為齊全，舉辦時間也較長。例如：我國與緬甸合作舉辦的緬甸臺灣綜合展、日本的工業自動化電機電子綜合展 (IIFES)、日本最前端電子資訊高科技綜合展 (CEATEC Japan)。

## 2. 依參展廠商與參觀展覽者國家比例分類

(1) 國際展：國際展的參展廠商與參觀者大多數通常來自世界各地，而國外參展廠商數如超過總參展廠商數 10% 以上或來自六個國家 (地區) 以上，或外國參觀觀眾超過總參展觀眾的 5% 以上，即可被定義為國際展。例如：臺灣國際美食暨伴手禮展、臺灣國際旅遊展、日本國際授權展 (Licensing Japan)、日本國際工具機展 JIMTOF。

(2) 國內展：大部分的參展廠商以及參觀者都是國內人士，只有少部分來自國

外，而在國內參觀者當中，來自 200 哩以外的觀眾超過 70% 就會定義為全國展覽，若少於 60% 則被歸類為地區展。例如：臺灣的全國美術展、桃園電影節展、日本的地域 x デザイン展。

### 3. 依參觀對象分類

(1) 消費者展：又稱為大眾展或公眾展（簡稱 B2C 展），除了專業買主之外也提供一般大眾入場參觀。其性質大多是非商業目的展覽，因此也會有些許免費購票入場的展覽，如教育展、美術展、旅遊展、等等。例如：臺灣教育科技展 (EdTech Taiwan)、ITF 臺北國際旅展、日本東京國際電影節、日本東京教育 IT 展。

(2) 專業商展：簡稱 B2B 展，參展廠商及參觀者皆為專業領域或特定產業，以提供特定領域上的新技術、新產品並提供專業買家及相關業者參觀採購的貿易商展，且參觀對象多由主辦單位廣為邀請。例如：臺灣國際廣告資材暨 LED 應用展、國際半導體展、日本國際火力發電展、日本國際機器人研發暨技術大展 (RoboDex)。

(3) 綜合展：專業展與消費展的綜合體，目標客群同時兼具專業人士以及普通消費者，雖是依特定人士需求所制定的行銷活動，但因對普通大眾也具有吸引力而將一般消費者也作為推廣對象的小型展覽。例如：臺北國際烘焙展。<sup>2</sup>

### 4. 定義未來發展趨勢

荷蘭的芬洛市政府於 2007 年前後開始提倡將「搖籃到搖籃」(Cradle to Cradle，簡稱 C2C) 的概念結合城市發展。「搖籃到搖籃」的理念是將產品以永續發展、循環利用為宗旨，主張產品在設計階段就考量產品的永續性，讓產品能夠得以循環，減少資源的大量消耗。「搖籃到搖籃」又分為兩種循環系統：生物循環以及工業循環。

最後在 2016 年打造出以 C2C 為理念的市政廳大樓，成為「全球第一座從搖籃到搖籃的市政廳」，同時也是全球第一個將 C2C 理念融入城市發展中的地區，並成為全球趨勢之一。<sup>3</sup>臺灣也於 2012 年建立了臺灣 C2C 聯盟，更於 2018 年推出首屆的「2018

---

<sup>2</sup>張慕荊 (1999)，〈淺談展覽行銷〉，《車輛公會會訊》，第 64 期，頁 25-34

<sup>3</sup>社企流，〈全球第一座實踐「從搖籃到搖籃」理念的市政廳：荷蘭芬洛市政廳展現對自然與人文的關懷〉，<https://www.seinsights.asia/article/3290/3271/5782>，2019.09.12



臺灣國際循環經濟展」(C2C 展)<sup>4</sup>，雖被歸類於國內唯一 B2B 國際性專業循環經濟交易平台，但若未來 C2C 展發展蓬勃，可能會獨立成為展覽會的新型類別之一。

## 5. 日本展覽會定義

關於日本展覽會之定義，有商品展覽會、國際商業展覽等其他的稱呼，雖然有各種不同的說法，這裡所闡述的並非是「將商品展示給他人」，而是跨越國家與區域的交易服務與訊息，以商談為目的的展覽會。主要的定義為三種：

1. 「展覽會」的意思為關係團體、組織和區域等多樣化之存在。

2. 國際標準化機構 (International Organization for Standardization, 簡稱 ISO)，是按照「展覽會」的定義 (ISO25639) 為主。不僅在日本會依據這樣的形式，在國際間也會以這樣的定義進行會展。

3. 為了宣傳商品、服務、資訊等展出之活動。(但是跳蚤市場、流動攤販並不包含裡頭)

與展覽會關聯的各種要素，例如說入場者、入場者計算方式、海外入場者、海外出展者、出展面積、國際展覽會等等，都會根據相關團體、組織或地區思考方式而有所不同。在國際間，為判斷參展企業與展覽會的價值與影響力，因各國各組織的定義或指標都有所不同，故設法創造統一的標準。

日本以 ISO25639 定義為雛型，各個要素定義集結於一起。所謂入場者的「計算方式」，即是指計算有多少人入場，他們又是以什麼身分來場進行什麼活動的方式。因為這些都是相當重要的資訊，若是「計算方式」不統一則會導致很大的混亂。

日本入場者的「計算方式」如下：

「入場者」的定義在會期中不論入場的時間或次數都不重複累計，一人在一會期內只計算一次，是對「入場者數量」的統計。「入場次數」則以入場天數來計算，一天內的「入場次數」不重複累計。

---

<sup>4</sup>中時電子報，〈循環經濟展 9/19 首度在台舉行〉，  
<https://www.chinatimes.com/newspapers/20180813000410-260208?chdtv>，2019.04.28

另外，由於「計算方式」會根據國家而不同，因此各國發表的計算數據會有所不同。例如德國便是以入場天數來計算「入場者」數量，方式更接近日本計算入場者的方式。

其他分類像是「海外入場者」的定義取決於入場者的住址或公司的地址是否在日本國內來判斷，如跨國企業的日本分公司員工或居住在日本的外國人皆不視為海外入場者；「海外參展者」的定義也取決於參展者的住址或公司的地址是否在日本國內來判斷，如跨國企業的日本分公司不視為海外參展者；「參展面積」則是指參展者根據契約所租借的面積，不包含走道、休息空間或共用部分的面積。「國際展覽會」的定義，則是「海外入場者數 5% 以上」或「海外參展者 10% 以上」的展覽會。只要符合海外參加企業數量為參加企業總數的百分之十以上，或是海外入場者的數量為入場者總數的百分之五以上，任一條件就可滿足國際展覽會的條件。

更嚴格的「國際展覽會」的認證制度則是參考於全球展覽業協會 UFI 的定義（表 3-1-1），各個國家也以此做為國際展覽會的最終擴展目標以此努力，讓被認證的國際展覽會更受到其他國家的矚目。

表 3-1-1 全球展覽業協會 UFI 的定義

全球展覽業協會 UFI 的定義
1. 海外出展企業佔全體 10% 以上。
2. 從海外來的來場者佔全體 5% 以上。
3. 國內及海外出展企業，根據國內及海外來訪者人數調查算出展覽總面積。
4. 開展期間不超過兩星期。
5. 開展期間須提供出展企業、來場者及必要的服務或輔助情報，以及針對從海外的來場者所需要使用的兩種語言以上之申請書、廣告及展覽會手冊（希望使用英文）。

資料來源：經濟部推動會議展覽專案辦公室，  
〈國際組織對展覽產業之定義與國際統計標準〉

## 第四章 兩國展覽會起源

### 第一節 臺灣展覽會起源

臺灣起源較世上其他先進國家晚，第一個本土的展覽會一般認為是 228 公園的年年終特賣會，早期此一特賣會為面向公眾，開放一般市民參與的特賣會，商家也藉此清空一年的庫存。

直到 1970 年代，隨工業發展，臺灣的經濟逐漸轉向出口導向，1974 年臺灣在臺北市圓山大飯店舉行了第一個真正意義上的國際展覽—臺灣外銷成衣展售會。

同時在此年代，政府也逐漸開始正視對外貿易的需求，開始規劃會展場地的建立，1979 年第一個專業展覽會場地松山展覽館啟用，但仍以國內展覽為主。後來隨著展覽產業的發展，松山展覽館逐漸不敷使用，政府隨之規劃了臺北世界貿易中心的興建，其中展覽大樓並在 1986 年正式啟用，並在 1990 年與 1989 年啟用的臺北國際會議中心以及臺北世界貿易中心國際貿易大樓與君悅大飯店合併為一座多功能的工商服務展演設施——臺北世界貿易中心。

在 2003 年行政院觀光發展推動委員會籌組，MICE 專案小組。而在 2005 年，國家發展委員會制定「會議展覽服務業發展計畫」，並委任經濟部商業司成立「會展辦公室」以推動實施。

而後隨著會展產業的逐年發展，對場地的需求逐年增加，政府也逐年推動新展覽場地的建立，至今全臺已有 13 座分布與北中南的專業場館。迄今僅國際性的大規模展覽便已發展到一年 279 場以上。

另外，臺灣在 1935 年為日本統治臺灣的四十週年，臺灣總督府為了展現治理臺灣的政績，決議舉辦大型博覽會，定名為「始政四十周年紀念臺灣博覽會」，向國內外宣傳殖民臺灣的成果。博覽會由臺灣總督所主辦，動員相關政府官員與民間賢達共兩千人籌辦，財源部份由總督府撥款，部份由政商名流捐資。再經過一年多的準備，終於在 1935 年 10 月 10 日至 11 月 28 日舉行。

這場為期將近兩個月的博覽會，是以展示臺灣、日本兩地的物產和建設為宗旨，除了陳列富有異國情調的特有商品，同時也力圖傳達近現代化的新穎觀念。希望透過特別設計的三十餘座展館建築、琳瑯滿目的各地農產品、工藝製品與造景模型，對內對外都展現了當時國家的政經文化實力。<sup>5</sup>

## 第二節 日本展覽會起源

在日本，展覽會可以說是在明治維新之後才開始舉行的。

那位創始者是於 1871 年在京都市的西本願寺舉辦的「京都博覽會」。趁著這個機會，京都府和民間社會創設了「京都博覽公司」，隔年的 1872 年由京都博覽公司所主辦的「第一屆京都博覽會」（圖 4-2-1）正式舉辦。這個「京都博覽會」到 1928 年幾乎每年都會舉辦，很多外國觀光客也會去。



圖 4-2-1 京都博覽會場圖

資料來源:京都市ホームページ

在 1877 年，以工商業振興為目的，政府在東京的上野公園主辦「第一屆國內勸業博覽會」。第二次世界大戰以後，為了戰後災難復興以振興產業貿易為目的，在各個產業領域舉辦了各式各樣的展覽會。在 1948 年，日本汽車機械工具協會所主辦的「汽車配備用機械工具實際演練展覽會（現為汽車服務展）」，1954 年日本汽車工業會所主辦的「全日本汽車展覽（現為東京汽車展覽）」，1962 年社團法人電子機械工業會（現在為數個組織再由 CEATEC JAPAN 實施協議會）所主辦的電子展（現為

<sup>5</sup>典藏台灣(Taiwan Digitalarchives)，〈首選珍藏:臺灣第一大博覽會〉，<https://digitalarchives.tw/Exhibition/1943/1.html>，2019.12.16

CEATEC JAPAN) 正式舉辦。

另一方面，1951 年在大阪開設國際貿易博覽會，1954 年做為綜合貿易博覽會的「第一屆日本國際貿易博覽會」在大阪舉辦。隔年在東京「日本國際貿易博覽會」舉辦（晴海會場等等）以後，會在大阪和東京每年交互舉辦「大阪到 2006 年為止，東京到 1997 年為止」。此外，還以專家為對象，以傳播技術信息為目的舉辦了「專門展覽會」。創始者是由 1960 年創立的日本能率協會所主辦的維護展覽會。<sup>6</sup>

### 第三節 臺灣與日本的會展發展年代表

第二次世界大戰日本戰敗過後，經濟狀況一度崩潰，呈現停滯狀態。在重整復興時期（1945 年-1954 年）的年末，日本在大阪舉辦第一屆國際見本市，以此作為會展產業發展之起點，並且在此之後的一年進入高成長時期（1955 年-1964 年），經濟高度成長伴隨之下，日本會展產業也十分迅速地茁壯起來。

日本萬國博覽會於 1970 年大坂吹田市開辦，成為亞洲第一場萬博會。主題是發展年代表比對「人類的進步和協調」，有 77 個國家、4 個國際組織參加，由建築師丹下健三設計會場，當年入場人數約 6,400 萬人，會場佔地為 350 平方公尺，是歷史上所有萬國博覽會中最為龐大的數據，當年仍是中國領域的臺灣，以中華民國的身分去參與萬國博覽會，同時也是臺灣的會展產業起步的重要時刻。<sup>7</sup>

1974 年由於遭遇石油危機，當年的臺灣各行均遭遇外銷困難，對外貿易協會因此決定自當年起陸續推出 7 個展覽會，當年臺灣的臺北圓山飯店，首次舉辦第一屆臺北國際專業展「臺灣外銷成衣展售會」是打頭陣的第一個外銷推廣展，隨即在隔年也舉辦第一屆「臺灣外銷機械展售會」，當年報名情形極度活躍，不到二星期宣告額滿，由於後續攤位報名的廠商仍十分活躍的緣故，原本計畫 130 個攤位擴增到 180 個攤位仍然不夠，原規劃展覽場地的中華體育文化活動中心也改至臺北市營邊段貿協展覽交易館（現中正紀念堂址）舉辦。

<sup>6</sup>經濟產業省，〈展示會產業概論〉，[https://www.nittenkyo.ne.jp/image/H2603\\_gairon.pdf](https://www.nittenkyo.ne.jp/image/H2603_gairon.pdf)，2019.06.20

<sup>7</sup>每日頭條，〈1970 年日本大阪世博會中國館和越南館，展出發明的磁懸浮列車〉  
<https://kknews.cc/travel/gb5vzy.html>，2019.07.22

首屆外銷機械展售會最後展出攤位有 210 個攤位，101 家廠商參展，展出各式機器 300 餘台，其中以工具機 40 家佔最大比例，從首屆與歷屆展覽會的參展者數量及攤位大小，即可看出來臺灣工具機未來成長的迅速發展。<sup>8</sup>

表 4-3-1 臺日會展年代表

年度	日本展覽會業界動向	臺灣展覽會業界動向
1954 年 昭和 29 年	*第一屆日本國際見本市於大阪開幕	
1955 年 昭和 30 年	*日本國際見本市・東京（第一屆）開幕	
1956 年 昭和 31 年	*設立社團法人東京國際見本市協會、與 UFI 加盟	
1958 年 昭和 33 年	*特殊法人日本貿易振興機構（JETRO）成立	
1962 年 昭和 37 年	*日本國際工作機械見本市在大阪開幕 *日本電子工業展在晴海初次開展	
1964 年 昭和 39 年	*日本國際工作機械見本市開幕（在最初的東京開展）	
1970 年 昭和 45 年	*日本萬國博覽會開幕（大阪萬博） *TOC 展覽會場開張 *第一屆東京住宅相關產品的總合展覽會開幕	*以中華民國的身分參與日本大阪萬國博覽會
1974 年 昭和 49 年	*國際產業化機械展初次開展 *從「晴海協議會」更改名稱為「日本展覽會主催團體協議會」	*臺北圓山飯店首度舉辦第一個臺北國際專業展-「臺灣外銷成衣展售會」
1975 年 昭和 50 年	*沖繩國際海洋展覽館開幕 *晴海勞墾與交通對策懇談	*首次舉辦「臺灣外銷機械展售會」
1978 年 昭和 53 年	*日本 DO IT YOURSELF 展初次開展	
1979 年 昭和 54 年	*日本最先端電子資訊高科技綜合展 CEATEC JAPAN 初次召開 *設置交通對策小委員會設置	
1981 年 昭和 56 年	*神戶國際展覽館開張 *神戶港灣人工島博覽會	
1982 年 昭和 57 年	*「靜岡產業館」開張 *成立「全國展覽會協議會」（全展協） *東京國際防災展初次召開	*第一屆臺北國際電腦展
1985 年 昭和 60 年	*開幕 INTEX 大阪 *「國際科學技術博覽會」（筑波 85）開幕	*臺北世界貿易中心落成啟用，第一個展覽-「中華民國資訊月」
1987 年 昭和 62 年	*開始「INTEX 大阪」、「名古屋國際展覽館 2 號館」 *國際精密檢測展初次開幕	

<sup>8</sup>臺灣機械工業同業公會，〈機械資訊 648 期〉，[http://www.tami.org.tw/print/648/648\\_02.htm](http://www.tami.org.tw/print/648/648_02.htm)，2019.08.27

1988 年 昭和 63 年	*東京巨蛋、大宮 Sonic 開張 *新設立「用語統一工作小組」	*臺中世界貿易中心成立，並於 1990 年加入「世界貿易協會組織」，成為臺灣第二個世貿中心
1989 年 昭和 64 年 平成元年	*「世界設計博覽會」「橫濱博覽會」「亞洲太平洋博覽會」開展 *設立「(社)日本活動產業振興協會」 *和 INTEX 大阪、韓國總和展示場 (KOEX) 簽訂聯合姊妹會場	*臺北國際會議中心完工、啟用 *交通部觀光局創立「臺灣美食展」
1990 年 平成 2 年	*「國際花與綠的博覽會」開幕 *名稱變更從「日本展覽會主辦團體協議會」為「日本展覽會主辦人團體協議會」 *會員數超過 100 人	*臺北世貿中心四合一建築「展覽大樓、臺北國際會議中心、國貿大樓及臺北君悅飯店」聯合開幕
1993 年 平成 5 年	*INTEX 大阪 6 號館完工 (7 萬平方公尺) *簽訂 Intec 大阪，與漢堡展覽中心的姐妹展銷會會場合作	*「臺灣金屬加工機械展售會」改名為「臺北國際工具機展覽會」 *電腦公會舉辦「第一屆國際電子育樂展覽會」，途中與臺北電腦多媒體展合併。
1995 年 平成 7 年	*「世界都市博覽會」開展中止 *UFI 第 63 屆會議在展示場召開 *東京國際博覽會、在第 21 屆結束 *成立首都圈國際會議設施營協議會發足 *大規模展示場對策委員會將會場對策委員會收下，並且更改名稱為「展示場對策委員會」 *新設立「展望委員會」、「娛樂委員會」	
1997 年 平成 9 年	*開張「東京國際論壇」 *公開「名古屋巨蛋」、「大阪巨蛋」 *開張「札幌市運動交流設施地方自治團體半圓形屋頂」、「小松半圓型屋頂」、「和歌山大鯨」、「大館樹海半圓形屋頂」、「四日市半圓形屋頂」 *開張「幕張展覽館、國際展示場禮堂 9-11」 *設置廣報委員會 *製作「1996 年開展展示會的實態調查報告書」 *召開「第 2 屆日展協商務高等專門學校」(厚木市) *設置東京國際博覽會協會主辦{STAND DESIGN&DISPLAY FAIR 97ASIA}日展協展台	
1998 年 平成 10 年	開張「熊本產業展示場」 開張「西日本綜合性展示場」 *開張「Kiramesse 沼津」、「Big Palette 福島」、「北九州媒體半圓形屋頂」 製作「1997 年召開展覽會的真實情況調查報告」 *設立「第 3 屆日展協商務高等專門學校」(厚木)	
1999 年 平成 11 年	*製作「1998 年召開展覽會的實態調查報告」 *召開「第 4 屆日展協商管學院」(東京) *日本電子工業振興協會主辦「COM JAPAN 1999」出展	*臺北世界貿易中心展覽二館完工、啟用

2000 年 平成 12 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*開張「埼玉超級競技場」</li> <li>*開展「網路博覽會」</li> <li>*製作「1999 年開展展示會實態調查報告書」</li> <li>*發行「從業種別來看 1996 年至 1999 年展示會的推移」</li> <li>*製作「展示會・展覽會・會議用語集」（約 330 語）</li> <li>*開展第 5 屆日展協商管學院（東京）</li> <li>*發表設立「日展協 AWARDS 2002」</li> </ul>	
2001 年 平成 13 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*佐世保市開張「Arcas SASEBO」、府中市開張「東京體育場」</li> <li>*開展日本博覽會「北九州博覽季」、「2001 福島未來博」、「山口 Kirara 博」</li> <li>*大阪國際展覽會結束（第 25 屆）</li> <li>*發表「2000 年開展展示會的實態調查報告書」，並製作「展覽會・見本市・會議使用用語集」</li> <li>*開展「第 6 屆日展協商管學院」（東京）</li> <li>*開展「日展協商管學院 in 九州」（小倉）</li> </ul>	
2003 年 平成 15 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*成立（株）東京國際展示場</li> <li>*慕張峰會、新加坡 Santec5j 株式會社、上海新國際博覽中心 3 社與亞太飯店設施合作</li> <li>*開辦「日展協商管學院 n 熊本」（熊本）</li> <li>*日本展示會協會主辦名稱更改為「日本展示會協會」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*臺北世界貿易中心展覽三館啟用</li> <li>*「國際電子育樂展覽會」更名為「臺北國際電玩展」（TGS）</li> </ul>
2004 年 平成 16 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*召開「展示會商業在職者訓練」（東京）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組成立</li> <li>*核定「會議展覽服務業發展計畫」，將會議展覽服務業列為重要新興發展產業</li> </ul>
2005 年 平成 17 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*日本活動產業振興協會開始「第 1 屆日本活動大賞」</li> <li>*「大規模展示會連絡會（大展連）」與召開第 1 屆情報交換會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*經濟部商業司推動「會議展覽服務業發展計畫」</li> <li>*臺北小巨蛋啟用</li> </ul>
2006 年 平成 18 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*召開「展示會商業在職者訓練」（東京）</li> <li>*實施「韓國展示會交流旅行」。與 KEOA 召開會議「第 1 屆韓日展示會 CEO 討論會」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*經濟部貿易局推動「加強提升我國展覽國際競爭力方案」</li> </ul>
2008 年 平成 20 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*國際服裝機械秀（JIAM）於新加坡・博覽會初次海外召開</li> <li>*展示會策定規格 ISO25639</li> <li>*召開「展示會商業在職者訓練」（東京）</li> <li>*更新名稱、架構「展示會大賞一日展協 AWARD2008」頒獎典禮兼懇親會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*南港展覽館落成</li> <li>*創辦首屆臺灣美術雙年展</li> </ul>
2009 年 平成 21 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*日本顯示器團體聯合會與新加坡展示會團體的 SACEOS 備忘錄締結</li> <li>*整理「日展協環境方針」（日展協版・環境對策指南）</li> <li>*召開「展示會商業在職者訓練」（東京）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*經濟部貿易局推動「臺灣會展躍升計畫」</li> <li>*高雄市世運主題館落成並舉辦世界運動會</li> <li>*第一屆「臺灣國際綠色產業展」</li> </ul>
2010 年 平成 22 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>*經濟產業省召開「第 1 屆展示會產業活性化方策檢討委員會」日本展示會產業</li> <li>*觀光廳成立「第一屆 MICE 推進協議會」</li> <li>*在「展示會關聯團體連絡會」關於展示會的標準指標、統計整備、展示會用語的國際標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*退出聯合國以來首次以臺灣名義參與上海萬國博覽會</li> <li>*臺灣會展產業行動計畫正式推動</li> <li>*經濟部貿易局辦理「補貼地方政府發展會展產業方案」</li> </ul>



	準 (ISO) 的意見交換 *超過會員數 200 間公司	*規劃「臺灣經濟轉型行動方案」,將「會展」列入十大重點服務發展項目。
2011 年 平成 23 年	*在「展示會產業活性化方策檢討會」設置「日本展示會認證協議會」 *由於發生東日本大震災,帶給展示會產業極深的影響 *針對活動管理學持續可能性的國際規格 ISO20121 開始策定。在國內成立 ISO/PC250 國內委員會 *實施第 1 屆運動娛樂檢定 *日展協、JETRO、以及大規模天井連絡會的成員共同設置「日本展示會認證協議會」。 *UFI 亞洲研討會參加國際化推進委員會委員 *在韓國首爾市召開「第 1 回日中韓展示會產業 CEO 集會」。	*行政院正式核定通過「會展產業行動計畫」,臺灣會展產業正式成為國家重點發展產業項目之一
2012 年 平成 24 年	*東京國際展覽館 TAITRA 與 MOU 締結 *大阪國際展覽會委員會解散 *「展示會大賞一日展協 AWARD 2012」頒獎典禮集會 *召開「展示會商業研討會」(東京) *開始運用展示會統計第三者認證制度 *成立「日本展示會認證協議會」發足 *東京國際展覽會、Pacificoc 橫濱、幕張峰會召開意見交換會	*舉辦首屆臺灣國際電動車展 *舉辦首屆桃園國際動漫大展
2014 年 平成 26 年	*展示會企劃營運業登載日本產業分類 *東京都發表東京國際展覽會擴增 2 萬平方米 *日本展示會認證協議會 (JECC) 成為 UFI 公認認證機關 *小冊子「有關展示會統計第三者認證制度」製作完成 *實施「平成 25 年度展示會實績調查」 *參加 IAEE EXPO	*高雄展覽館正式啟用,由高雄市政府第一個開幕大展為「臺灣國際扣件展覽」 *高雄正式加入 ICCA。
2015 年 平成 27 年	*召開「從東日本大震災受災地學到展示會活用研討會」(3 月 17 日、仙台) *舉辦 JAPAN EXHIBITION FORUM (12 月 9 日) *會員數超過 300 社	

資料來源：日本展示會協會/經濟部國貿局 (2011)

相較於日本以及其他國家，臺灣的會展產業起步較晚。於 1970 年代開始規劃興建展覽大樓，國際會議中心，國貿大樓，君悅飯店結合成完整四合一建築物「臺北世界貿易中心」(Taipei World Trade Center, 簡稱 TWTC)，並且在 1990 年「臺北國際會議中心」(Taipei International Convention Center, 簡稱 TICC) 與臺北世界貿易中心整體落成並且啟用，為臺灣會展產業創下里程碑。

身為海島型國家的臺灣，對外貿易是成為經濟發展的主要動力，近年在亞太地區

成為各國舉辦會展產業的首選，政府以及企業重視並且領悟到該產業發展的重要性，現在十分積極藉此將臺灣帶領至國際舞台，讓其成為亞洲最受歡迎的會展活動國家，並且在國際上提升我國的知名度。<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>會展產業概論，〈第二章－會展產業歷史&演變〉，  
<http://it.csu.edu.tw/wSite/public/Attachment/f1436173430583.pdf>，2019.08.27

## 第五章 產業推動政策

### 第一節 會展政策規範

#### (一) 臺灣的會展政策規範

臺灣在會展產業政策上，包括展覽、大型會議（國際會議與企業會議）、獎勵旅遊等多個方向，都朝多方位邁向國際化發展，並積極地培育會展相關人才，多次舉辦人才培育研習會與認證計畫課程，來提升國際競爭力。（表 5-1-1）

表 5-1-1 臺灣會展政策

會展政策	國家會展政策 政策主軸/作法
會議：執行「臺灣會展領航計畫」（2013-2016 年） 展覽：加強提升我國展覽會國際競爭力方案。	會議： 1. 會展產業整體推動計畫（行銷與溝通、會展服務、產業研究及專業幕僚）。 2. 推動「MICE 人才培育與認證計畫」。 展覽： 1. 配合產業需要開發及強化展覽。 2. 加強洽邀買主來臺觀展及採購。 3. 辦理重要展覽行銷推廣及協助。 4. 臺灣國際專業展科技化服務及網路推廣。

資料來源：MEET TAIWAN，〈亞洲會展城市行銷策略暨個案研究〉

近年來，為促進經濟與國際貿易發展，各國政府皆將會展產業列為未來的重要發展方向。尤其臺灣先天坐落於西太平洋船運要道上，地理環境天然有利於發展對外貿易，且作為汪洋上一座四面環海島國，發展國際貿易的重要性不言而喻。

也因此自 1970 年代以來，臺灣政府便開始投注心力於發展會展產業與會展產業所需的基礎建設（如於各地建設專業會展場館），邁入 21 世紀，經濟部於 2005 年，正式在經濟部國際貿易局下成立了專責的會展產業發展機構「經濟部推動會議展覽專案辦公室」行政院更於 2008 年之「挑戰 2008：國家發展重點企劃」中正式確立了會議展覽產業作為重點輔導產業的地位。

當前，雖然會展法規仍止於地方層次，但於政策上仍可看出臺灣政府致力於推動會議展覽產業之發展，以會展產業帶動觀光與國際貿易發展之雄心。

而據經濟部國際貿易局於 2015 年發佈的會展產業整體推動計畫-「我國會展產業發展政策」研究案指出，臺灣政府對會議展覽產業的發展以五大政策為核心。

五大政策分列於此：「完善會展設施」、「擴大會展能量」、「培訓會展人才」、「推動永續之綠色會展」及「強化會展國際行銷」，並藉此五大政策之發展以促進四大目標為「以會展活動支持我國產業發展」、「擴大會展產業軟硬體能量」、「提高會展產業國際能見度」及「強化會展產業國際競爭力」之實現。(表 5-1-2)<sup>10</sup>

表 5-1-2 會展五大政策

完善會展設施	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 平衡區域發展，發展北中南區域會展中心。</li> <li>2. 充實各地旅館及會議設施。</li> <li>3. 活化或修繕現有會展設施。</li> </ol>
擴大會展能量	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 增加舉辦場次及擴大規模。</li> <li>2. 爭取國際會議，吸引企業會議。</li> <li>3. 輔導會展業的專業化、國際化、科技化。</li> </ol>
培訓會展人才	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 深耕院校與培訓在職並重，提升會展人才品質。</li> <li>2. 提高會展人才國際接軌能力。</li> <li>3. 擴大協助會展企業覓得人才。</li> </ol>
推動永續之綠色會展	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 推動綠色會展產業標準。</li> <li>2. 輔導展覽館、會議中心及相關活動取得國際認證。</li> </ol>
強化會展國際行銷	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提升我國會展品牌知名度和形象。</li> <li>2. 加強提升我國展覽國際競爭力。</li> <li>3. 推廣臺灣會展產業國際行銷。</li> </ol>

資料來源：經濟部國際貿易局，〈會展產業整體推動計畫〉

五大政策中「完善會展設施」為應對國內專業會展場地高度密集化，且住宿等國

<sup>10</sup>經濟部國際貿易局，〈會展產業整體推動計畫〉，<https://reurl.cc/24Y1rO>，2019.04.07

際大型活動不可或缺的基礎建設仍不足而設立之政策，在先天資源有限之前提下，為妥善分配資源以促進本土之會展產業發展，會展中心的建設將以具備相當程度產業發展之北中南三區發展多功能會展中心，以解決會展場地不足的問題（排除外島與東部）。

並考量會議與展覽之高度關聯性，而在建設展覽會場地之餘，亦參照新加坡等國之經驗，於周遭建立具大型會議功能之場地。同時，為考量充分借助會展帶動觀光之可能性，並充分利用資源，考量會議不同於展覽，對大規模場地依賴性較低，亦利用各地不同特質設法吸引中小型會議分流於主要都市之外。

「擴大會展能量」則試圖進一步深化並增長本土會展產業之發展，設法提升國內會展質量。

首先，推動更多於國內舉行之新展覽，並同時擴大原有展覽之規模，提升原有展覽的國際性，並輔助原有展覽進行國際行銷，增進我國展覽業在國際之間的知名度。同時以臺灣本土發達的醫療、半導體、自行車等產業爭取更大規模且更頻繁的國際性大規模會展舉行，再結合本土豐富的觀光資源，配合「MEET TAIWAN」國家會展品牌，統籌行銷提升臺灣於國際會展業的知名度。

「培訓會展人才」則藉由增進大專院校會展相關課程與在職進修提升我國會展人才之專業能力，並輔以政策鼓勵考取國際通用的會展證照（包括但不限於國際展覽認證等），同時建立協助廠商媒合人才平台。

「推動永續之綠色會展」則考量近年來環保意識抬頭，引入曾被 2012 倫敦奧運所使用的「ISO20121 活動永續管理系統」，並配合環保署與經濟部的相關政策，建立「綠色會展指南」共 31 項規範，並同時輔導和提供經費支持國內原有會展場館中符合標準者申請取得 ISO2012 認證。<sup>11</sup>

「強化會展國際行銷」則考量會展為以人與人之間互動為基礎的產業，因此積極參與國際會展組織，並增加臺灣會展產業於國際間宣傳行銷，以提升國際之間對臺灣

---

<sup>11</sup>MEET TAIWAN，〈活動永續管理系統：ISO 20121〉，<https://reurl.cc/720mbk>，2019.05.19

會展產業的認知度，並將高度科技化、綠色化等優勢融入國家會展品牌「MEET TAIWAN」，並以「MEET TAIWAN」主導我國的會展產業行銷以提升我國會展產業於國際間之品牌形象。

## (二) 日本的會展政策規範

日本會展政策則是以會議為主要發展方向，由於展覽產業步入成熟階段，政府開始將重心放在國際會議的發展身上，來藉此加強城市的競爭力。在人才培育方面，則是偏向強化相關業者，更加穩固會展產業的運作，也可增加國際競爭力，同時也開始建構會展產業的招攬機制，使其能夠更加地完整，更加多面化。<sup>12</sup>

表 5-1-3 日本會展政策

會展政策	國家 會展政策 政策主軸/作法
「推動舉辦、招攬 MICE」	1. 加強城市競爭力 2. 強化會展相關業者 3. 建構日本的會展活動招攬體制 4. 會展作為國家和城市策略工具

資料來源：MEET TAIWAN，〈亞洲會展城市行銷策略暨個案研究〉

日本與臺灣的會展策略最大的差異在於日本的會展策略被列為觀光政策的一部分，臺灣則屬於經濟策略，這種分歧源自兩國經濟發展政策的不同，臺灣經濟政策以工業和出口為核心，但觀光資源的開發是日本近代經濟策略的核心尤其在安倍經濟學中得到進一步的強化。也因此近年來日本的會展策略明顯以吸引海外人潮與資金帶動觀光發展為核心。

而在 2013 年所組建的「MICE 國際競爭力強化委員會 (MICE 國際競爭力強化委員會)」雖確立國際會議為日本 MICE 發展核心，但其所制定發展政策亦涵蓋展覽會之發展，其政策有以下四大主軸。

<sup>12</sup>MEET TAIWAN，〈亞洲會展城市行銷策略暨個案研究〉，  
<https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt//doc/201702/1487216533497-0.pdf>，2019.07.19

表 5-1-4 日本會展政策的四大主軸

<p>提升重點城市競爭力</p>	<p>選定 MICE 重點城市 強化關係人資訊分享 開發獨特會展場地</p>
<p>強化產官學研組織力</p>	<p>支援會展產業團體 加強會議局組織 協助學術研究單位爭取國際會議 強化自治體、會議相關部門的能力</p>
<p>建構爭取國際會議體系</p>	<p>導入 MICE 大使 建立跨部門體制 對內啟發民間 對外連結國際網絡</p>
<p>行銷國家和城市</p>	<p>鎖定策略產業建立合作框架 建立及強化國家會展的品牌 善用「技術參訪」及體驗之旅</p>

資料來源:MEET TAIWAN，〈日本強化會展產業競爭力之策略〉

### 1. 提升重點城市競爭力

在 2013 年以來推行全球化會展 MICE 都市政策，至今挑選出 12 座城市投入資源（札幌市、仙台市、東京都、千葉市、橫濱市、名古屋市、大阪市、神戶市、京都市、廣島市、福岡市、北九州市），並於 2017 年設立「グローバル MICE 都市・都市力強化対策本部」整合 12 都市的資源。<sup>13</sup>

並由官方組建資訊共享網絡，促進各大會展籌辦組織、飯店業等業者與官方資訊共享與統整各業者資源，處理單一業者資訊不足之問題。

同時結合各地文化風土特質與當地設施業者、自治團體等共同開發各地之獨特場地，並研擬相關的消防法、衛生法等法規。

### 2. 強化產官學研組織力

<sup>13</sup>国土交通省 観光庁ホーム，〈グローバル MICE 都市〉，<https://reurl.cc/A1jVKE>，2019.05.15

促進產業發展，其過程不可避免必將面臨許多不同的問題，這些問題要由單一業者、組織的力量去面對有極高的難度，因此為處理這些狀況，需要統籌各大業者、自治體、組織所掌握的資訊。

同時凝聚業者的集體共識，整合產業內部各式各樣不同的反應，集結各部資源以培養未來人才等目的，並確保有統一、共通的和政府溝通管道。

於此同時，也增加各地方自治團體之能力，籌組各地組織與大學、研究組織等人員的溝通管道，瞭解相關人員在舉行國際會議上所面臨的問題與困難，並同時舉辦觀光廳、文部省等官方背景組織的相關會議以探討協助各地申辦國際會議所需的方法與各個障礙的處理應對方式，積極的協助申辦國際會議。並提升官方組織的諮詢處理能力，發行會展行銷手冊、國際會議檔期表等所需的措施。<sup>14</sup>

### 3. 建構爭取國際會議體系

對國內組建跨部門的機制，積極爭取大規模會議展覽的主辦權，並以 MICE 大使計畫爭取國際重要相關人士，同時努力提升國民對會展產業的認知度，設法使民眾了解會展產業對國家經濟的巨大效益，同時體認會展進行過程中對當地居民造成不可避免的不便。

對國外則推派同一人參與各大國際會展相關團體組織，以確保其人脈網絡建立，增進日本會展產業的國際形象。並以此促進日本各地會展產業組織與國際團體之合作，增進日本於會展業界內的國際影響力。

### 4. 行銷國家和城市

將會展產業定調為提升國家經濟產業發展的促進手段，並以國家和都市為單位行銷，確保國際認知度，以吸引國際間持有相關技能之人才。

同時以日本政府觀光局（Japan National Tourism Organization，簡稱 JNTO）為核心增進強化日本於國際上融合古典與現代形象，將便利且獨特的日本形象注入國際會展規劃者心中。

---

<sup>14</sup>MEET TAIWAN，〈日本強化會展產業競爭力之策略〉，<https://reurl.cc/yyLdMy>，2019.05.17



同時也以技術參訪、體驗之旅手段吸引相關產業對日本的興致，促進相關產業人員對日本精緻且高技術力的印象，以便吸引他們對於日本規劃會議或參觀展覽的可能。

### (三) 臺灣與日本的會展政策規範比較

臺日兩國對會展發展的目標極為不同，因此也在政策規劃上產生了相對巨大的分歧。

#### 1. 推動機構

比較臺日之間會展產業推動機構差別，我們可藉此得知兩國政府制定會展產業相關政策時有著方向性的差異，在日本政府的編制中會展產業由 1964 年成立隸屬於國土交通省觀光廳的日本政府觀光局負責，臺灣政府則出於臺灣經濟高度仰賴對外貿易與亞太地區諸國中臺灣於觀光產業表現並未特別亮眼之考量，選擇置於經濟部國際貿易局下，在 2005 年成立經濟部推動會議展覽專案辦公室負責。(表 5-1-5)

表 5-1-5 臺日會展主管機關

國家	主管機關	執行單位
臺灣	經濟部國際貿易局	經濟部推動會議展覽專案辦公室 (MEET TAIWAN) (2005)
日本	國土交通省觀光廳	日本政府觀光局 (JNTO) -Japan National Tourism Organization (1964)

資料來源:MEET TAIWAN,〈亞洲會展城市行銷策略暨個案研究〉

#### 2. 會展法規

而在法規層面上，臺灣尚未有一部完整的會展相關法規，相關法律仍停留在地方層次，但日本曾於 1994 年頒布「促進國際會議等活動招攬及振興國際觀光相關法律」，為一部完整的會展相關法規。<sup>15</sup>

<sup>15</sup>MEET TAIWAN,〈亞洲會展城市行銷策略暨個案研究〉,  
<https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt//doc/201702/1487216533497-0.pdf>, 2019.07.19

表 5-1-6 臺日會展法規

國家	會展法規	立法目的
臺灣	無	無
日本	1994 年頒布「促進國際會議等活動招攬及振興國際觀光相關法律」	旨在增加在日本舉行之國際會展活動，並以此增加對外觀光客之觀光吸引力。

資料來源：MEET TAIWAN，〈亞洲會展城市行銷策略暨個案研究〉

### 3. 會展行銷

而在會展的推行上，臺灣與日本的方向也有所不同，日本在進行會展行銷上傾向以城市為單位來做行銷，也配合政策在日本各地推行會展城市政策。

在各地挑選城市並組織相關業者、配合當地特色發展觀光並與當地學術相關組織等進行聯合，組建資訊流通網絡，以都市為單位進行行銷。

在臺灣則是以 MEET TAIWAN 為單一的國家級會展品牌，以此統籌全國會展相關資源，並以單一的國家品牌為單位進行行銷。

而在國際上積極參與會展相關組織，以提高國際之間對臺灣會展產業的認知度，尤其強調提升經濟正高速發展的東南亞地區諸國的認知，配合政府的新南向政策，在國內也正推動吸引來自東南亞各國的留學生，於留學期間投入會展相關產業以消彌一時難以彌補的語言人才不足的問題。

## 第二節 展覽業推動機構

### (一) 臺灣的政府及民間推動團體

隨著時代的進步與變遷，會展產業逐漸邁向成熟化及國際化，政策制度更加完善，會展產業內的展覽會也開始出現相對應的補助政策、推動團體。臺灣目前主要的政府推動團體為經濟部國際貿易局（由經濟部推動會議展覽專案辦公室執行）。

經濟部國際貿易局為了鼓勵爭取與舉辦國際會議及展覽而推動補助計畫<sup>16</sup>以擴大會展規模，並於 2009 年更新改版臺灣會展網 (MEET TAIWAN)，以網路無國界的特性將資訊整合，扮演會展資訊流通的重要平台，並提供各項會展相關訓練、國內外證照考取制度、會展人才媒合，以及以讓臺灣成為亞太地區中最佳辦理國際會議地為願景而協助會展業者爭取國際會議來臺舉辦，更做出臺灣會展產業發展計畫、加強臺灣展覽國際競爭力方案等措施來推廣臺灣的會展環境。<sup>17</sup>

在更早期，臺灣於 2002 年正式加入世界貿易組織後，行政院在「挑戰 2008 國家發展重點計畫」中將發展會議展覽產業視為重點計畫，並於 2004 年成立「行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組」，進行政府資源協調與整合，2006 年時設立「經濟部推動會議展覽服務業專案辦公室」，作為國內服務窗口。

民間團體中，中華民國展覽暨會議商業同業公會 (Taiwan Exhibition & Convention Association，簡稱 TECA) 及中華國際會議展覽協會則為主要推動團體。

TECA 是臺灣目前唯一經政府核准立案的會展公會組織，擁有會展人才培訓課程配合政府人才紮根，並在 2015 年與義大利商展協會 (Italian Exhibition and Trade Fair Association，簡稱 AEFI)、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、印尼等六國會展組織及澳門展貿協會簽署合作協議以加強合作關係，致力共同促進全球會展產業的繁榮蓬勃。<sup>18</sup>

中華國際會議展覽協會的宗旨在於建構完整的會展供應鏈並協助政府執行輔導政策，並積極參與國際會展組織及展覽。除提供人才培訓之外，還配合 MEET TAIWAN 供應國內實習計畫，建構人才媒合平台，並兼顧東南西北等各區的均衡發展。於 2017 年開始更是與交通部觀光局合作，實施「四項國際獎勵旅遊暨會議展參展團年度行程」，結合政府與民間觀光業者，讓國內會展相關業者藉由親自去海外參展的機會與

---

<sup>16</sup>經貿資訊網，〈補助推動國際會議及展覽在臺辦理計畫〉，<https://reurl.cc/e5zqvL>，2019.06.17

<sup>17</sup> MEET TAIWAN，〈推動臺灣會展產業發展計畫-會展產業整體計畫〉，<https://reurl.cc/D1jGaR>，2019.04.16

<sup>18</sup>經貿透視，〈「2016 年臺灣會展之夜」盛大登場各界嘉賓雲集同歡〉，<https://www.trademap.org.tw/page/newsid1/?id=680661&iz=6>，2019.09.09

國際旅遊會展同業交流，提升國內的國際競爭力。

表 5-2-1 臺灣的政府與民間推動團體總覽

政府	民間
經濟部國際貿易局	TECA (中華民國展覽暨會議商業同業公會) ※臺灣目前唯一經政府核准立案的會展公會組織
經濟部商業司推動會議展覽服務業 專案辦公室	中華國際會議展覽協會
經濟部商業司	中華民國對外貿易發展協會
行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組	財團法人中國生產力中心 (課程商品)
交通部觀光局	臺南縣會議暨展覽產業發展協會
中華民國國家發展委員會	高雄市國際會議暨展覽協會
經濟部投資業務處	宜蘭縣國際會議展覽協會

資料來源：經濟部投資業務處，〈會展產業分析及投資機會〉

## (二) 日本的政府及民間推動團體

反之，因為日本是以會展產業中的國際會議為主，因此推動團體相較於臺灣有極大差距 (表 5-2-2)，且大多數資料及數據都來自民間的日本展示會協會所提供，其中的開辦數據自 2015 年起也只有計入日本展示會協會的會員所開辦的展覽會，並沒有提供日本全國展覽會的總數據 (2018 年及 2017 年尚未公布)，展覽會的一切推動都十分仰賴民間團體，根據《展示会データベース 2018 年版》裡也研究了管理營運主體 (圖 5-2-1)，日本的股份有限公司就在管理總數的 269 個裡佔了 151 個設施，其他還有一般財團法人、社團法人以及聯營企業也都佔了多數，由此可知日本的公家機關

也幾乎不會干涉展覽會的管理以及進行。

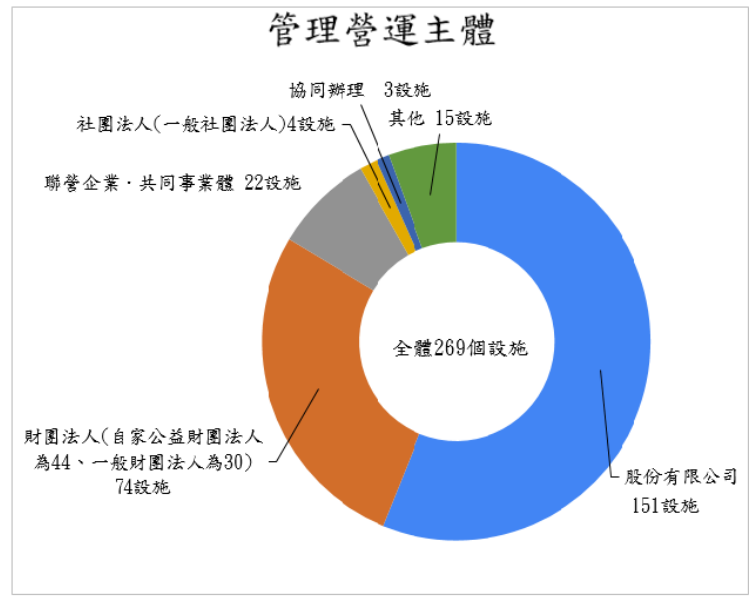


圖 5-2-1 管理營運主體

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

日本展示會協會成立於 1967 年，是日本展覽會產業之中最大的業界團體，旗下有十個委員會，當中的人才育成委員會於 2014 年 4 月 21 日舉辦「第一屆人才育成研討會」，該會理事長石泉先生當時針對展覽會對於日本經濟發展之優勢進行演講，隨後時常不定期邀請各種講師開辦研討會進行演講。除了公司內部的員工及會員，偶爾也會開放給非會員、參展商、贊助公司等參加，期許能提升日本展覽會素質。

日本展示會認證協議會（Japan exhibition Certification Council，簡稱 JECC）是於 2012 年 4 月起，在經濟產業省為導入「展示会統計に係る第三者認証制度（展覽統計第三方認證制度）」，在強烈推動之下由日本貿易振興機構、大型展覽館聯絡委員會以及日本展示會協會所組成的民間機構團體。

該認證制度利用全球通用標準對展覽會進行分類，並以整頓高可靠性及透明化的展覽會統計為目標，強化日本國家的展覽會產業競爭力，對於日本的展覽會業界來說，有著推動認證制度的普及的重要角色的意義。（此認證制度名稱於 2017 年 9 月 1 日變更為「展示会データ認証制度（展覽會認證數據制度）」）

因為此認證制度的推行，日本展示會認證協議會 JECC 成為了全球展覽會協會

UFI 公認的認證機關，此舉也讓 JECC 成為了日本民間團體之中唯一獲得國際組織公認的機關。

日本能率協會是設立於 1942 年的民間推動團體，其組織的業務範圍相當廣泛，除人力資源開發和指導，以及舉辦管理相關的會議、展覽會及促進產業相關技術之外，也涵蓋管理學的調查研究、提供全球暖化相關的各種認證及環境管理支援業務等等，其宗旨為透過對管理的調查和研究以達到人才培育及指導。

其協會於 2015 年與國際性專業展覽會企業「德國展覽公司」成立德國展覽公司日本代表部並達成協議，其目的除了透過德國展覽公司所舉辦的全球專業展「漢諾瓦工業博覽會」來達到知名度的拓展之外，也讓日本企業能夠得到來自世界各地的人員、技術及情報收集，進而尋找新的合作機會。

再來提到政府相關組織，日本政府觀光局（JNTO）主要推行國際會議，在展覽會的推動較少，但是在網站上也會有刊登海外展覽會的出展登錄，展間設置的幫忙，以及展期中的支援展間營運等等展覽會相關的協助。

經濟產業省在日本的展覽會機構之中，可說是政府機構裡的幕後推手，像是之前研究裡提到的《展覽會產業概論》就是由日本經濟產業省所製作，幫助對於日本展覽會現況有許多初步的認識，也能幫忙剛入門研究的人更快了解日本展覽會。還有對於展現國家特色的萬國博覽會之中，經濟產業省也是給予許多幫助，不僅僅加入博覽會國際事務局（BIE）等國際博覽會機構，還有像是爭取為世界博覽會的舉辦國，2025 年的國際博覽會舉辦國就是日本，這是大阪繼 1970 年大阪世博之後第二次舉辦世界博覽會，日本則是第三次舉辦世界博覽會，舉辦的主題為生命閃耀未來世界，將會使用人工智慧（AI）與擴增實境（AR）等尖端技術，展示如何運用這些機器對健康與醫療相關技術有所貢獻，日本上次主辦世界博覽會是 2005 年的愛知世博，大阪世博預定於 2025 年 5 月 3 日至 11 月 3 日舉辦（圖 5-2-2），為期 185 天，估計會有 2,800 萬人參觀，創造 2 兆日圓（台幣 5,480 億元）經濟效應。<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>METI/經濟產業省，〈大阪・関西万博〉，<https://www.meti.go.jp/policy/exhibition/osaka2025.html>，



圖 5-2-2 2025 年日本國際博覽會宣傳冊圖  
資料來源：METI/經濟產業省，〈大阪・関西万博〉

國土交通省觀光廳是設立於 2008 年，為了將日本強化為「觀光大國」而成立，因為日本的會展產業是歸類於觀光產業，所以日本會展定義也都在包含在觀光廳的網站之中。在 2012 年，由於日本擔憂周邊亞洲國家為積極吸引關注，導致 MICE 在國際間競爭激烈，造成日本競爭力相對低下，為此想方設法吸引各地公共組織及民間企業共同舉辦活動增加競爭力，並改善環境及設備。經過觀光廳提出具體方案後，便成立「MICE 國際競爭力強化委員會」不定期開辦會議，共同討論與國外相較之人才數量、MICE 預算等調查了解日本與國外的差距。<sup>20</sup>

除此之外甚至於 2015 年選定 5 座都市命名為「全球 MICE 都市」（現新增至 12 座都市），並每年以不同目標招募其他縣市提供相關專業人才的指導來強化這些都市的國際競爭力。不論是積極培育城市之間 MICE 競爭力等等針對會展產業的推廣方針，還是 MICE 招攬以及舉辦推進的努力都可以由此看到，可說是日本會展產業之基礎的政府組織。<sup>21</sup>

2019.10.06

<sup>20</sup> 国土交通省觀光庁，〈MICE 国際競争力強化委員会〉，<https://reurl.cc/8lvEvM>，2019.10.27

<sup>21</sup> 国土交通省觀光庁，〈グローバル MICE 都市〉，<https://reurl.cc/zy10Zk>，2019.10.27

表 5-2-2 日本的政府與民間推動團體總覽

政府	民間
日本政府觀光局 (JNTO)	日本展示会協會
經濟產業省	日本展示会認証協議会
国土交通省觀光庁	日本能率協會

資料來源:本組自行整理

### (三) 臺灣與日本的展覽業推動機構比較

在日本與臺灣的推動機構組成差異上，我們可以明顯的發現兩者相較之下，臺灣更傾向由政府為推動主力，民間團體則在日本的會展產業推動上深具影響力。

這種差異或可體現兩國政府會展政策之發展差異，在成立年份上我們即可發現日本多數相關團體的成立時間皆早於臺灣的相似團體，這點明顯反應兩國會展產業發展時間差，也由於兩國國際關係之差異，臺灣在 2002 年加入世界貿易組織後方才開始真正開始成立官方專責團體以推動會展產業，日本相關團體雖也受官方政策主導，但仍多為民間團體，其中的原因或許是源自日本最具規模的會展推動團體日本展覽會協會的民間背景以及許多日本會展推動團體皆為在政策推行前，民間所自主成立的團體。

而在對外關係上，兩國主要推動團體皆與大型外國團體合作，以推動會展產業之跨國合作與發展，並透過這種合作提升本國會展產業於國際間的認知度與影響力，從而更進一步提升展覽會所能帶來的經濟效益。



表 5-2-3 臺日會展推動民間團體

	國內民間推動團體	海外關係團體
臺灣	中華民國展覽暨會議商業同業公會	義大利、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、印尼等六國會展組織
日本	日本能率協會	德國展覽公司

資料來源：本組自行整理

於此同時，由於臺灣會展產業推動團體的高度官方性質，臺灣的會展走向與政府政策高度相關，極受政治風向影響，如自蔡英文總統上任後，便明顯提升往東南亞發展的比重。

而與此相較，由於日本相關團體的民間性，相較於臺灣更常與官方發生政策上的衝突，如近期日本展示會協會便積極向日本爭取放寬由於 2020 年東京奧運而限制東京都內展覽會舉辦的政策，但也因此日本的會展長期規劃經常較臺灣更具延續性，不會因為政治風向的變化，而產生過度巨大的變化。

### 第三節 人才培育與認證制度

#### (一) 兩國的人才培育推動計畫

對於任何企業而言，除了資金、商品與土地以外，人才也是最重要的資本之一。由於近年來會展產業的蓬勃發展，會展相關人才需求大幅提升，臺灣的經濟部國際貿易局與 MEET TAIWAN 在 2013 年共同推動會展「人才培育與認證計畫」，開辦培育相關的專業訓練課程，並建立會展人才認證制度，引進國際認證考試與世界接軌，促進會展人才資源與素質的提升。

日本的經濟產業省也在 2013 年，為了增進展覽業的國際化與活性化，與大學、展覽業協會、展場營運業者或展覽業務公司等機構一起成立了「展覽業人才培育研討委員會」，編寫教材並傳授知識，以達到人才訓練的作用。(表 5-3-1)

表 5-3-1 臺日推動人才培育計畫機構

國家	臺灣	日本
人才培育	經濟部國際貿易局—推動臺灣會展人才培育認證計畫	經濟產業省—設立展覽業人才培育研討委員會

資料來源:本組自行整理

## 1. 臺灣人才培育計畫服務內容

經濟部國際貿易局與 MEET TAIWAN 共同推出會展人才培育計畫，本計畫專門培育會展相關的專業人才，除了開辦人才培育各類課程之外，也建立了我國會展人才認證制度、人才資料庫，更強化了產學業界互動編製教材，以及邀請國際會展組織和知名顧問來臺授課，增進國際間直接性的交流，並在培訓當中共同蒐集各個國家的培訓制度資料，進而針對我國的培育計畫進行微調。甚至從美國引進國際會議（The Certified Meeting Professional，簡稱 CMP）、國際展覽（The Certified in Exhibition Management，簡稱 CEM）等專業證照的國際認證考試，因此不必花時間赴美也可以就近在臺灣參加測試，並擁有國內一般民眾都可參與培訓課程，以及初階的國內認證制度，讓更多想進入此職場的民眾也能快速接收職場訊息。<sup>22</sup>

## 2. 日本的展覽業人才培育研討會

領先臺灣先行發展會展產業的日本，為了促進展覽業在經濟和國際上的蓬勃發展，則是由隸屬政府機關的經濟產業省推動展覽會之政策與場地建設，也成立了「展覽業人才培育研討委員會」來解決日本展覽會產業人才的不足。「展覽業人才培育研討委員會」主要負責邀請學術界經營與觀光相關的大學教授以及產業界的日本展示會協會的人才培育委員會、展覽主辦公司、團體、出展者、展場營運業者，與相關業務公司等一同參與針對人才培育的研討會，並將討論內容寫入教材之中。

另外，日本同樣也引進了國際展覽 CEM 專業證照的國際認證考試，也專注於強化國內人才的英文能力前往海外方向發展，並透過優秀的外交關係及強力的觀光資

<sup>22</sup>MEET TAIWAN，〈會展人才培育認證計畫〉，<https://reurl.cc/Znelkp>，2019.08.16

源，使得日本國內的展覽業在國際間佔有一席之地。

為了培養出更多能前往國際發展的人才，臺灣與日本都在這方面做足了功夫。除了上述提及兩國同樣都引進的國際證照測試與編寫教材之外，臺灣是更傾向於能讓國人直接從課程以及實際體驗中獲取專業知識，而日本則是於不同的時間地點成立研討會，邀請各大機構的相關業界人士一同研究目前市場現況，國人再經由公司內部訓練或是在大學授課中學習。

由於日本的會展產業比臺灣更早起步，無論是展場方面或是人才培育方面的發展速度都大幅領先臺灣，也懂得利用強大的外交關係與豐富的觀光資源來強化國內經濟，但近幾年臺灣也不惶多讓，積極爭取更多來自世界各地的資源與知識，逐漸在國際間打響了知名度。<sup>23</sup>

## (二) 展覽認證制度

### 1. 兩國的認證機構

為了跟上國際的潮流，兩國展覽業也興起取得 ISO 認證的風潮。國際標準組織 ISO 成立於 1947 年 2 月 23 日，成立目的為制定世界通用的國際標準。透過取得各項 ISO 認證，可強化國內企業在世界各地的競爭力，減少部分貿易障礙。依此組織規定，每個國家只限一個標準制定機構加入組織，政府機關或民間團體皆可。(表 5-3-2)

表 5-3-2 臺日 ISO 標準認證機構

國家	臺灣	日本
認證機構	經濟部標準檢驗局	日本展示會認證協議會

資料來源：本組自行整理

在臺灣，展覽主辦廠商需透過政府機構經濟部標準檢驗局申請，若符合標準並順利通過認證，則可獲得政府協助申請國際證書。例如在 2014 年，南港展覽館 1 館舉辦的「綠色會展」活動經由 ISO 認證，南港展覽館 1 館領先亞洲獲得展覽中心 ISO20121

<sup>23</sup>經濟產業省，〈平成 25 年度 展示会産業の国際化・活性化推進のための人材育成基盤整備・関連事業調査報告書〉，<https://reurl.cc/L1Wa74>，2019.09.20

活動永續管理系統認證這項殊榮。<sup>24</sup>

而日本，前面的章節也有提到，是由民間團體的日本展示會認證協議會 JECC 進行認證。日本在 2012 年 4 月，為取得清楚且值得信賴的展覽統計資料，並統一所有展覽的計算指標，而導入「展覽會認證數據制度」，同時也創立 JECC 以便更容易獲取資料與取得展覽會認證。除了進行 ISO 認證之外，也再更進一步，以統計出來的來客數、參展商等數據資料將展覽會分成國際展覽會、一般展覽會與小型展覽會。(表 5-3-3)

表 5-3-3 JECC 展覽會認證數據制度詳細內容

分類		認證標準	
		訪客的採計方式	訪客/參展商
展覽會	① (滿足 ISO 標準並做為國際展覽一定基準) 國際展覽會	採計會期中只計算 1 人來 1 次的「訪客數」 (另外,「1 天 1 人只 1 次計」也可以合併「訪客人數/訪客總數」) 其他依照 ISO 基準為標準	海外訪客數是訪客總數的 5% 以上或 海外參展商是參展商總數的 10% 以上
	② (雖然符合 ISO 標準,但在國際展覽之外) 一般展覽會	採計會期中只計算 1 人來 1 次的「訪客數」 (另外,「1 天 1 人只 1 次計」也可以合併「訪客人數/訪客總數」) 其他依照 ISO 基準為標準	(無規定)
	③ 展覽會	未設置標準,但建議使用與上述相同的計算 *但是,計算的方法必須與數值一起明確地說明。	(無規定)

<sup>24</sup>臺北南港展覽館 1 號館,〈領先亞洲 南港展覽館取得展覽中心 ISO20121 認證〉,  
<https://www.tainex1.com.tw/news/article/33>, 2019.07.08

不包括在展覽中的東西 (類似展覽會的活動)	跳蚤市場、街頭銷售
--------------------------	-----------

資料來源：日本展示会認証協議会，〈展示会データ認証制度の定義〉

## 第六章 兩國展覽會動向

### 第一節 臺灣展覽會現況

#### (一) 臺灣近年開辦動向

根據以下表格(表 6-1-1)，得出臺灣展覽會開辦數在 2013 年至 2014 年上升了 35.8%，而 2014 年至 2018 年依序上升百分比為：5.1%、18%、0.7%、3.3%，本組推測是由於高雄展覽館於 2014 年竣工開放使用，展覽會場使用面積擴增後得以增加 1,500 個標準展覽攤位，促使開辦數大幅提升；不過隨著展覽產業愈發蓬勃，卻因 2014 年起都未再竣工大型展覽館，在面積固定的狀況下，開辦數又開始受到限制而趨於平緩。

然而近幾年臺商開始回流的累積投資額以及海外投資額都大幅增長，加上今年臺北南港展覽館 2 館已於 3 月啟用，屆時將會有約 2,218 個標準展覽攤位，與一館合併將有近 5,000 個攤位，再連同世貿中心一館、三館將一共有近 6,500 個攤位，成為「亞洲第六大會展中心」。<sup>25</sup>

根據〈MEET TAIWAN-臺北南港展覽館 2 館 3 月啟用〉所提供的資訊中提到，因多個國際年會、大型展覽主辦單位積極洽詢檔期，今年擴大辦理國際專業展，其中也包含臺北國際自行車展、臺北國際電腦展等大型國際專業展，勢必能讓今年開創臺灣會展業界有重大突破，利益以及就業機會增加。

除此之外，臺北市政府也提出市府目前正在積極進行 2015 年開始進行的東區門戶計畫，將與中央合作展開為期四年開發計畫，引動民間八年投資，並且東區門戶計畫中，如南港轉運站東側商三特、中信人壽及臺灣人壽所標下的台肥 C3 土地未來都會有新的會議展覽場地釋出，可看出未來門戶計畫成功時南港將成為臺灣重大的會展重鎮。<sup>26</sup>

<sup>25</sup> 自由時報，〈南港展覽館二館 明年三月啟用〉，<https://reurl.cc/9zvM3n>，2019.08.16

<sup>26</sup> 臺北市政府，〈國家會展中心南港展覽館二館開幕「信義-南港」會展雙核心成形 臺北會展產業能量如虎添翼〉，<https://reurl.cc/r193kO>，2019.08.07

表 6-1-1 2013-2018 年國際展覽會各項目排行

項目 年份	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
舉辦展覽數	159	216	227	268	270	279
主要展館面積 (M <sup>2</sup> )	152,878	170,778	170,778	170,778	170,778	170,778
UFI 認列 B2B 展覽銷售面積 (M <sup>2</sup> ) / 亞太區排名	716,250/6	779,250/6	796,500/6	815,000/6	847,750/6	未公布
※ PEO/PCO 之就業人口數	1,577	1,863	1,962	2,055	2,126	2,157

註：※PEO 為專業展覽籌組公司，PCO 則為專業會議籌組公司。

資料來源：MEET TAIWAN，〈臺灣會展環境〉

本組依照 MEET TAIWAN 所提供之數據製作下圖 (圖 6-1-1)，由此可推出臺灣因北部交通便捷、都市人口較為集中等因素在國際展覽開辦數佔據優勢，儘管展覽面積未增加，但積極推動計畫、人才大多集中此地等因素仍逐年上升。而中部從 2015 年開始開辦數較趨於平緩，南部則是因 2014 年高雄展覽館竣工，開辦數逐年升高下國際展覽開辦數也有顯著上升，到 2018 年已從 33 場增加至 60 場，當中以高雄占大多數。而東部則是沒有任何舉辦國際展覽。

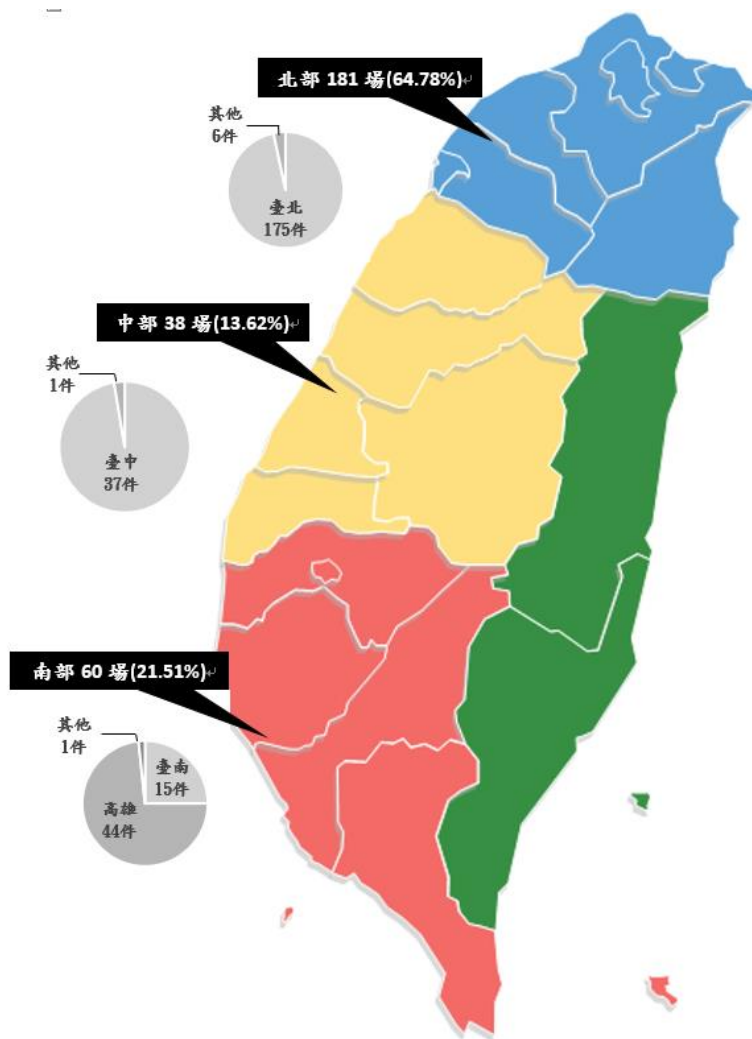


圖 6-1-1 臺灣各地區國際展覽總數全國占比  
資料來源：MEET TAIWAN，〈臺灣會展環境〉

### 1. 臺灣展覽館面積

臺灣國內會展場地總面積約 204,378 平方公尺，總數約 13 處場館，最大的展覽館展場面積是為於臺北的南港展覽館 1 館，面積為 46,175 平方公尺，其次為臺北南港展覽館 2 館、臺北世界貿易中心展覽三館。(表 6-1-2，表 6-1-3)



表 6-1-2 臺灣會展場館總資訊

地區	臺灣
總展館之面積	204,378 平方公尺
展覽館總數	13 處場館
攤位數量 (最大數值)	12,021 個

資料來源：本組自行整理

表 6-1-3 臺灣三大主要會展場館

地區	臺灣		
展覽會館展場 面積	臺北南港展覽館 1 館 46,175 平方公尺	臺北南港展覽館 2 館 33,600 平方公尺	臺北世界貿易中心 展覽三館 6,750 平方公尺
攤位數量 (最大數值)	2,467 個	2,104 個	365 個
啟用日	2008 年 3 月 13 日	2019 年 3 月 4 日	2003 年 9 月 18 日

資料來源：本組自行整理

三個展覽館做出比較，其中臺北南港展覽館 1 館的面積比臺北世貿中心大個兩倍，再加上區域的便利性高，經常舉辦國際大型活動，成為國際的最佳舞台。臺北南港展覽館 2 館是擁有全臺灣獨一無二之星光長廊，在場館的以北東南三側為首要區域。偏向舉辦展覽、宴會及演藝活動場所。儘管規模較小，以「國家會展中心」的名義擴建，成為臺北南港展覽館 1 館的附加場地。臺北世界貿易中心展覽三館是位於信義區的精華地段，鄰近臺北 101、臺北君悅酒店及臺北信義威秀影城商圈，是舉辦中小型展覽的理想場地。雖有舉辦許多的展覽，但因展覽規劃不足的關係，部份國際大展還是以臺北南港展覽館為主。

## 2. 臺灣展覽會榮獲國際組織獎項

臺灣有 3 座展覽館、4 項展覽通過英國標準協會 (BSI) 碳足跡驗證與溫室氣體查驗，並擁有 9 項國際專業展榮獲全球展覽業協會 UFI 認可。2010 年世界博覽會臺灣館 (Expo Shanghai) 中，獲得眾多獎項的肯定。在 2012 年榮獲世界貿易中心協會 WTCA8 項最佳營運證，包括展覽設施及服務、會議設施等。2012 年榮獲美國網路行銷協會 (Web Award) 4 獎項，包括 B2B、資訊服務等。2014 年臺北國際電腦展榮獲 UFI Marketing Award。2015 及 2016 年臺北國際電腦展連續二年榮獲亞洲展覽會議協會聯盟 AFECA「最佳專業展覽獎 (Outstanding Trade Exhibition Awards)」第一名。在 2016 年「臺灣會展領航計畫—綠色會展專案」也榮獲全球展覽業協會 UFI 永續發展獎。<sup>27</sup>

由此可知臺灣的展覽會在會展產業中，不僅擁有很大的潛力，更擁有備受世界矚目的能力，國際組織也多次給予臺灣的展覽會許多獎項的肯定，不只侷限在專業展覽上，臺灣近年來環保意識抬頭，在會展中也致力推動「綠色會展」，以落實節能減碳，來創造永續經營的社會環境。

### 3. 綠色會展

在臺灣經濟部國際貿易局的推動下，外貿協會推廣綠色會展而再為制定「臺灣會展產業發展計畫」(MEET TAIWAN) 中制定了綠色會展指南以推廣綠色概念，並輔導業者籌劃綠色會展以及取得相關的國際認證。

尤其在會展活動中積極的在運輸、飲食、住宿、廣宣品、其他等五大面相導入綠色觀念，尤其以 3R (Reduce、Reuse、Recycle) 的概念，配合重複使用與回收降低資源的浪費。<sup>28</sup>

在近年來綠能產業的風潮之下，2010 年時臺灣外貿協會曾同期舉辦「臺灣國際綠色產業展」「臺灣太陽光電論壇暨展覽會」和「亞太電協電力產業展覽」吸引超過兩萬名國內外買家，太陽能光電板、LED、風力發電、節能設備等綠色能源設施的銷

---

<sup>27</sup> MEET TAIWAN,〈榮獲國際組織獎項〉, <https://reurl.cc/Gkj8LG>, 2019.08.27

<sup>28</sup> MEET TAIWAN,〈綠色會展懶人包〉,

<https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt/menu/201806/1528700218541-0.pdf>, 2019.10.24

量皆創下佳績，僅「臺灣國際綠色產業展」海外買家便有高達 128% 的成長，充分展現了臺灣綠能產業的發展潛力，也開啟與海外業者合作開拓亞太地區綠能產業市場的機會。

政府也將讓臺灣成為亞太地區最為高度智慧化且環保國家為目標，同時促進綠建築和智慧科技產業之發展，而將智慧綠建築列為主要新興智慧重點發展產業之一。在 2011 年時也曾與「2011 年臺灣國際綠色產業展」同期舉辦「臺灣智慧綠色城市展」，以能源建設、綠建築、交通運輸、都市規劃、智慧資通訊系統等與綠色產業展相呼應題材為主的展覽，旨在更進一步推行完整且涉及生活各處之綠色與智慧型生活產品；環保署為更進一步推行「綠色生活博覽會」消費展，以鼓勵消費者於食、衣、住、行、育、樂等多格生活的層面皆能採用綠色產品，以促進環保的生活型態。

尤其在日本東北大地震後，全球皆對開發安全替代能源以及環保節能設備與技術在城市規劃上的重要性有了十足的認識。也因此這「三合一綠能展覽」集臺灣所有綠能資源與環保能量於一身，廣受國際間高度關注，吸引眾多海內外買主洽購臺灣優良技術所研製高品質綠能產品，配合多場國際型論壇、研討會及採購洽談會，帶來了極大的商機與利潤。

而身為臺灣首屈一指的會議場地臺北國際會議中心 (TICC)，為因應近年來全資源逐年枯竭的窘境，為降低經濟發展對環境所造成之衝擊，也積極投入推動各項「綠色會展」措施。而在 2010 年行政院為推動臺灣綠色能源產業之發展更投入新臺幣 454 億元的資金，以期能讓光電、LED 等綠能產業成為臺灣立足國際的新基礎。2010 年時，瑞士國際管理學院 (IMD) 首度就各國運用綠色科技創造優勢的潛力評比進行調查，在同年世界競爭力年報中評比結果臺灣在全球排名高達第 6、亞洲排名僅次於位居榜首的日本顯見臺灣綠色科技的競爭優勢已獲得國際肯定。<sup>29</sup>

#### 4. 臺灣會展獎

---

<sup>29</sup>中華民國對外貿易發展協會臺灣會展，〈綠色會展〉，  
<http://www.conferenceandexhibition.tw/download/no010.pdf>，2019.10.23

臺灣從 2012 年開始便設置「臺灣會展獎」，其主旨為鼓勵會展業者創新、提升服務品質及實踐環保，為我國會展產業樹立優質會展標竿典範，以強化會展品牌形象，提升會展產業整體競爭力，促進經濟發展。

臺灣會展獎分成五大類，有會議甲類、會議乙類、展覽甲類、展覽乙類、獎旅會議類。會議甲類參加資格需會議人數達 500 人以上，與會人員至少來自 3 個國家（地區），且外國人數須達 30 人（含）以上；會議乙類參加資格需會議人數介於 100 人至 499 人，與會人員至少來自 3 個國家（地區），且外國人數須達 30 人（含）以上；展覽甲類參加資格需展出攤位數達 600 個標準攤位（3 公尺\*3 公尺/每攤位），或租用面積達 10,000 平方公尺（向場館租用面積）以上之展覽；展覽乙類參加資格需展出攤位數介於 150 個至 599 個標準攤位（3 公尺\*3 公尺/每攤位），或租用面積介於 2,500 平方公尺至 9,999 平方公尺（向場館租用面積）以上之展覽；獎旅會議類參加資格需參與之外國人士須達 100 人以上，且活動內容包含獎勵旅遊活動或會議（含培訓、頒獎典禮等）。<sup>30</sup>

獲得獎項的作品將會有除了會有獎金新臺幣 25 萬元、人才訓練獎勵金新臺幣 10 萬元、還會有電視新聞台採訪專題報導，再加上 MEET TAIWAN 網站/FB 大量曝光宣傳，還能優先參加 MEET TAIWAN 海外推廣活動，這些獎項也能看出政府對臺灣會展產業的重視。

## 第二節 日本展覽會現況

### （一）日本近年開辦動向

根據日本展示會協會與經濟產業省統計的 2003 年至 2015 年全國舉辦展覽的總件數，本組對應前面提到的發展年代表進行推估。因早期日本展覽會產業尚在發展中，直至 2003 年起才成立東京國際展示場，並於後幾年召開「展示會商業在職者訓練」培訓相關人員，以及開辦第一屆大規模情報交流會，使 2007 年達到 721 件的最高紀

---

<sup>30</sup> MEET TAIWAN，〈106 年臺灣會展獎〉，  
[https://www.meettaiwan.com/zh\\_TW/awardResult/2017.html?function=M0000825](https://www.meettaiwan.com/zh_TW/awardResult/2017.html?function=M0000825)，2019.06.12

錄。然而在 2007 年下半年開始因發生次貸危機、新潟大規模地震及輕微海嘯，又於 2008 年爆發世界金融危機讓日本經濟雪上加霜，在景氣低迷的情況下，舉辦件數急遽下降，甚至在 2011 年下降至僅有 573 件。

這段期間為了作出應對措施，日本展示會協會於 2008 年及 2009 年再度召開展示會商業在職者訓練強化相關專業，觀光廳也於 2010 年成立「第一屆 MICE 推進協議會」，大力推廣會展產業，然而 2011 年又發生東日本大地震，帶給展覽會產業極大影響。景氣逐漸復甦後，日本展示會協會、日本貿易振興機構以及大規模天井連絡會的成員共同設置「日本展示會認證協議會」並在 2012 年正式運用展覽會統計第三方認證制度。該協會在 2014 年正式成為 UFI 公認認證機關，這段期間內各方也召開研討會、意見交流會或者場地擴增等，如此相輔相成開辦數終於逐漸上升。（圖 6-2-1）

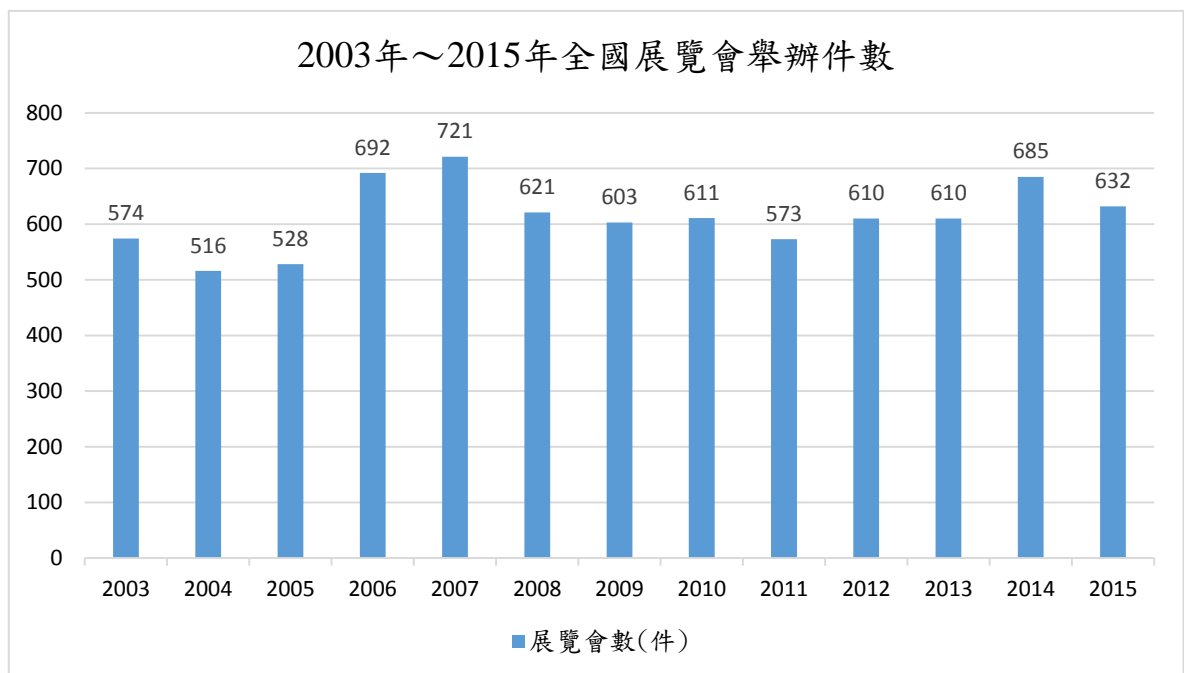


圖 6-2-1 2003 年～2015 年全國展覽會舉辦件數

資料來源：一般社団法人日本展示会協会，〈平成 25-27 年度開催展示会の実績調査〉  
/經濟産業省，〈展示会産業概論〉

根據《展示会データベース 2018 年版》上記載的資訊觀察可得知 2017 年主辦者型態數據。而從下圖中（圖 6-2-2）可發現，主辦者型態佔大多數者為公益法人（社團法人、財團法人等）、任意團體（包含公會、組織委員等）以及相關企業的營運公司，正顯示出日本以民營為主的展覽會生態。

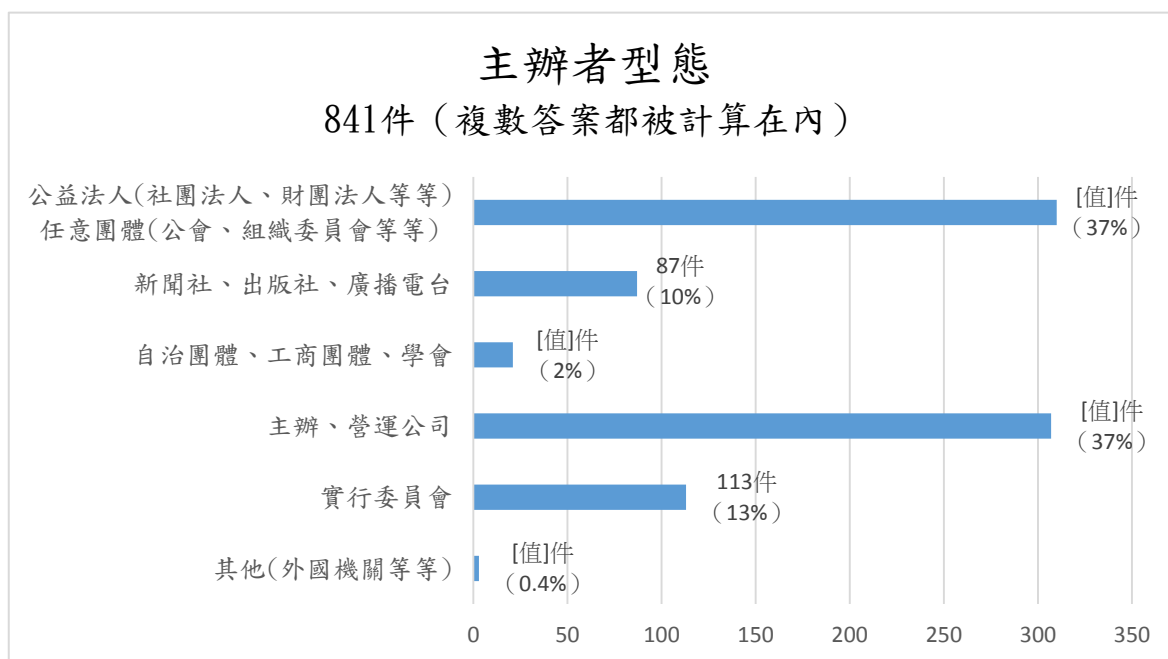


圖 6-2-2 主辦者型態

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

依照《展示会データベース 2018 年版》所提供之圖片（圖 6-2-3）進行觀察及研究，本組推論由於東京作為一線城市，社團法人東京國際見本市協會的設立、展覽會商業在職者訓練、情報交流、展覽會商業研討會等展覽會相關交流皆在東京舉辦，而後又設立國際展示場、東京巨蛋、東京體育場等大型場所，因此造就東京在日本的開辦數遙遙領先全國，成為舉辦國際展覽會的主要都市。其次的大阪及千葉也因為設有日本三大主要會展場館的另外兩座場館，因此位居開辦數第二及第三名。

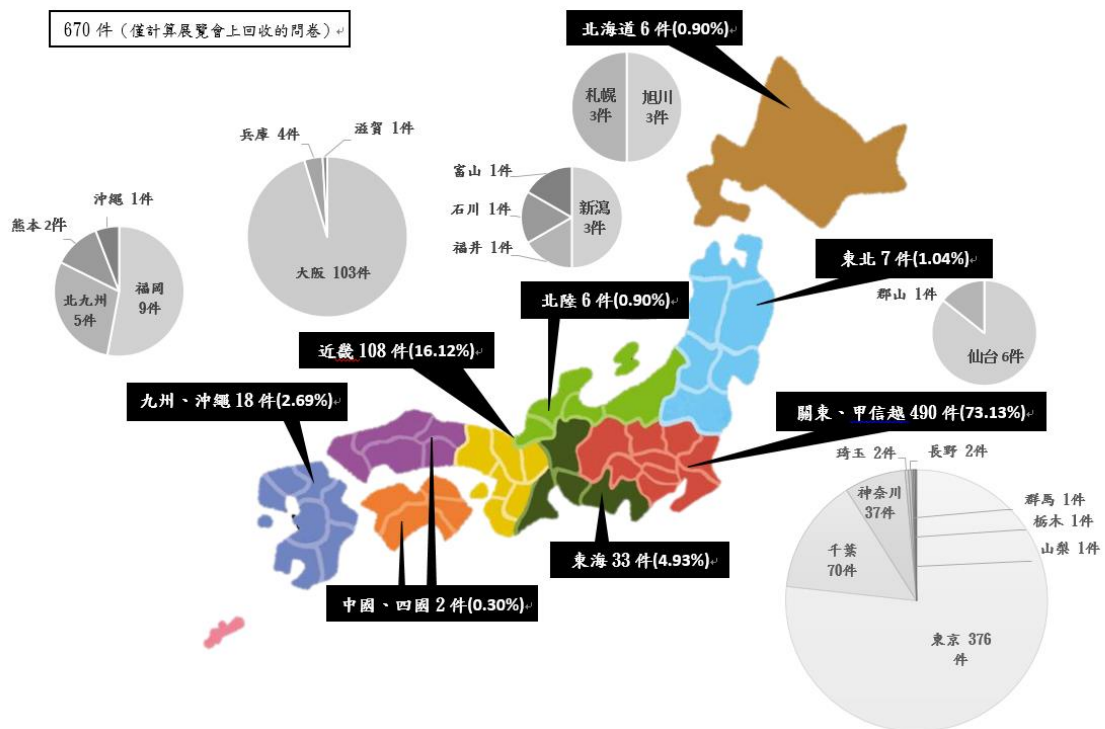


圖 6-2-3 日本開辦都市全國比

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

以下圖（圖 6-2-4）所示，日本 2017 年展覽會人數區間大多坐落於 1 萬人至 5 萬人之間，本組推估應是符合 ISO 標準展覽會及未符合 ISO 標準之一般展覽會。而 5 萬人以上展覽會是國際展覽會及大型展覽會，5,000 人則是偏遠地區所舉辦之小型展覽會。

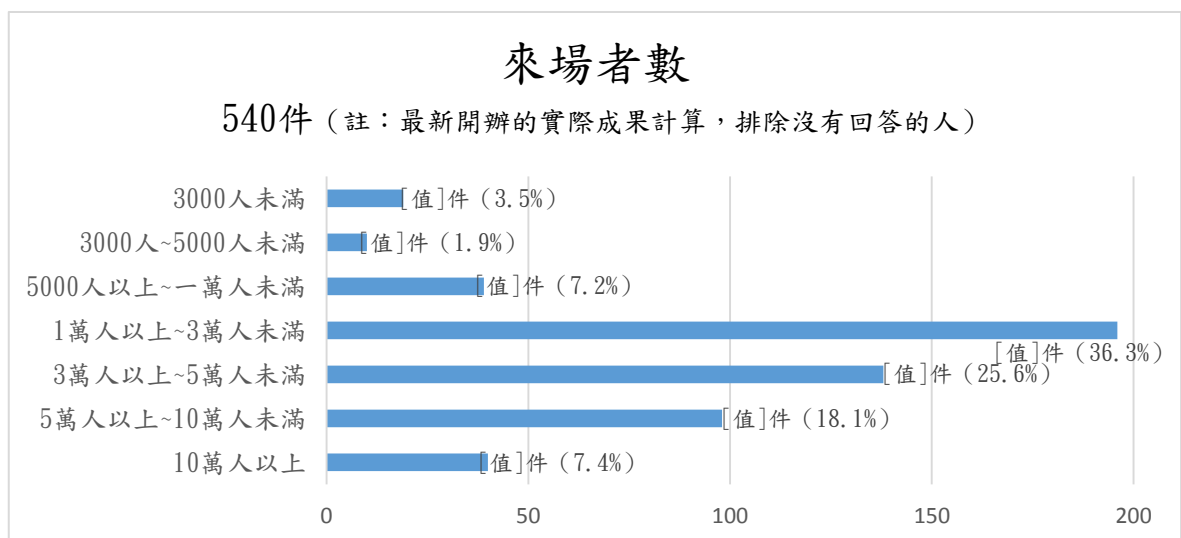


圖 6-2-4 來場者數

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

目前的展覽會場地，包含東京在內的關東地區為 50 萬 5,396 平方公尺，佔全體

42.1%的數據，在國內丙級設施面積也占較大的空間，例如：「東京國際展市場與幕張峰會」、「橫濱國際平和會議場」面積合算約 17 萬平方公里。

除此之外，大阪國際展覽中心及神戶國際展示場等，在近畿地區擁有 21 萬 9,178 平方公尺，位於北陸地區的名古屋市國際展市場為 21 萬 8,862 平方公尺，這三大區域的數據，在國內佔 75% 以上。(圖 6-2-5)

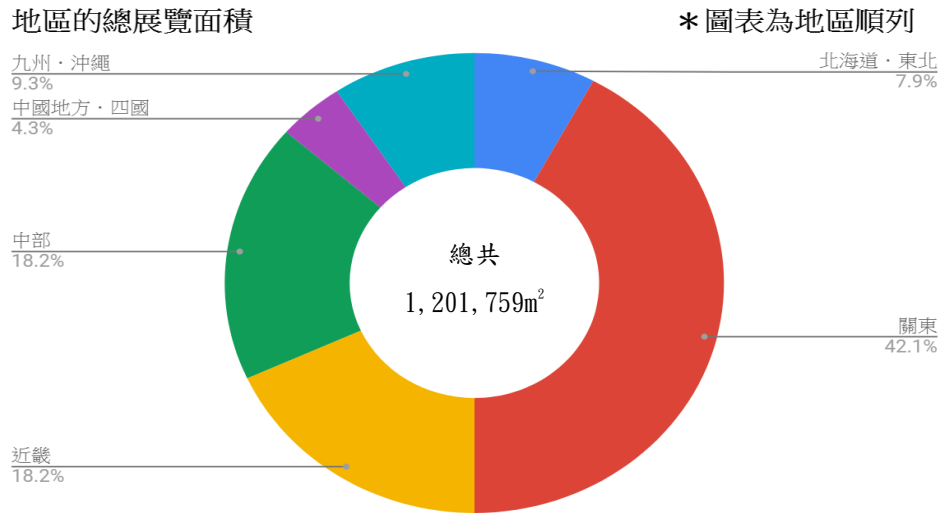


圖 6-2-5 地區的總展覽面積

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》。

而隨著大數據時代來臨，科技類相關產業在展覽會以顯著的數據凸顯出它正用卓越的速度在進行成長，再加上近年全球提倡環境保育、永續發展，環境能源相關產業也一直位居開辦數高處。而機械工業在日本也佔有一定的席位，因此在產業用機械、機械零件等類型的展覽會數量也不少。(圖 6-2-6)



## 2016年與2017年生產財開辦數比較

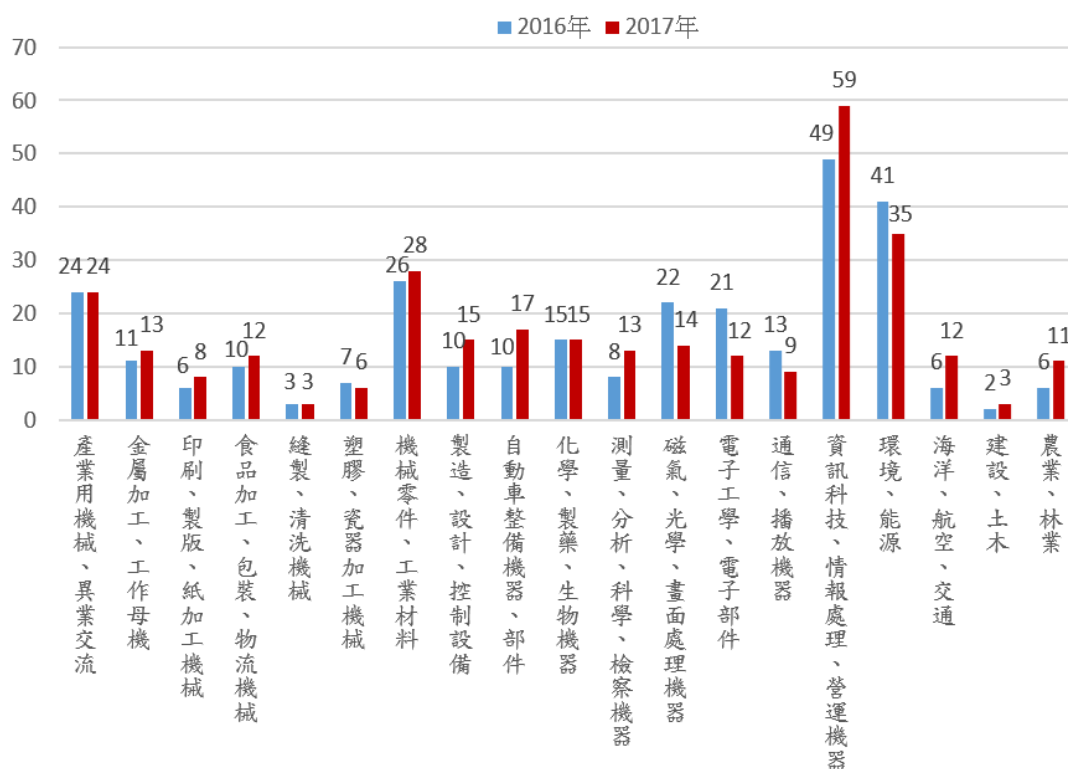


圖 6-2-6 2016 年與 2017 年生產財開辦數比較

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

相較生產財的開辦數，消費財的數量雖然略遜一籌，但兩年間的浮動更加劇烈。由於日本人比多數國家更加追求長壽和健康，在飲食方面相當注重，由此反應出健康、福利、美容和食品相關類型的展覽會都相當受歡迎。而本組推測或許是因為資訊科技的大幅進步，人們的娛樂用品大多數轉為手機，運動及娛樂相關的展覽會數量便減少開辦。(圖 6-2-7)

至於臺灣方面，無論是政府或是民間都沒有針對消費財與生產財收集數據並比較，因此並沒有相關方面的資料。但本組推測由於臺灣南部工廠建設發達，以及科技業人才濟濟，在科技或者零件等方面的產業會較為發達(如臺北國際自行車展覽會、臺北國際電腦展覽會等)。

2016年與2017年消費財開辦數比較

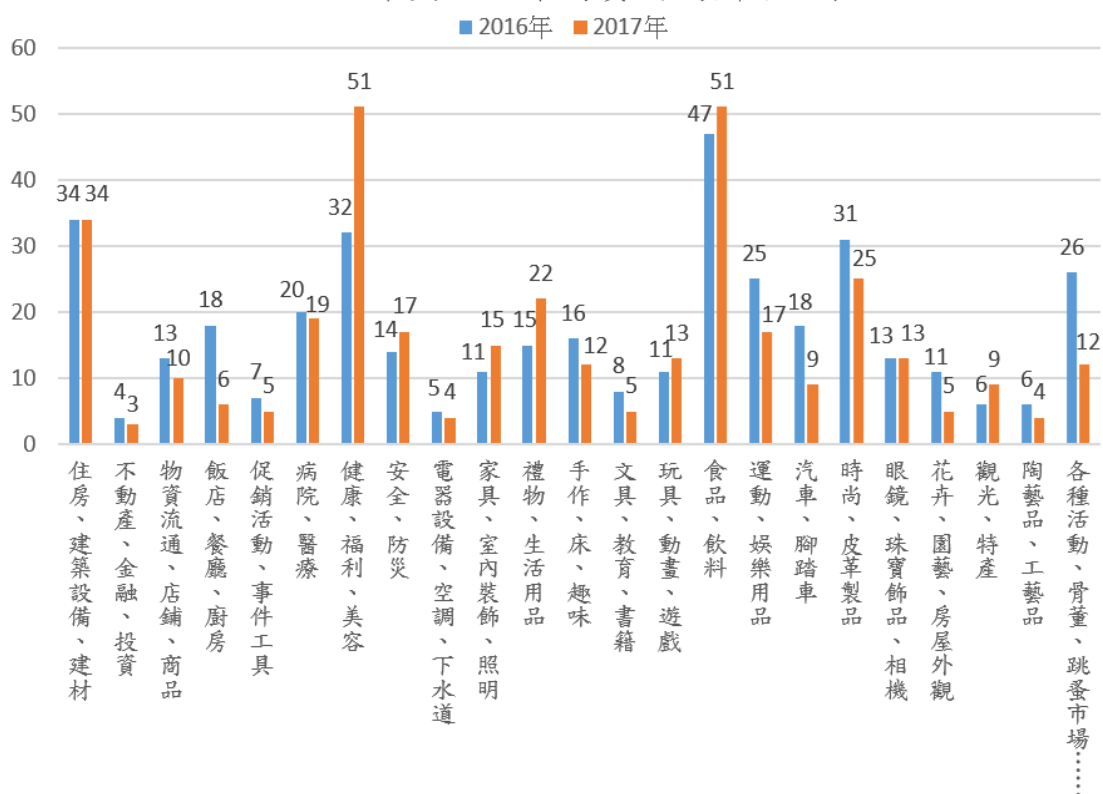


圖 6-2-7 2016 年與 2017 年消費財開辦數比較

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

### 1. 日本展覽館面積

目前日本國內會展場地總面積約 1,191,765 平方公尺，總數約 283 處場館（中部 48 設施，近畿 45 設施，中國・四國 22 設施，九州・沖繩 28 設施，東北・北海道 24 設施，關東・116 設施）最大的展覽館展場面積是位於東京的國際展覽場，面積為 80,660 平方公尺。其次為千葉日本會議中心、大阪國際見本市會場。（表 6-2-1）

表 6-2-1 日本會展場館總資訊

地區	日本
總展館之面積	1,191,765 平方公尺
展覽館總數	約 283 處場館 (中部 48 設施，近畿 45 設施，中國・四國 22 設施，九州・沖繩 28 設施，東北・北海道 24 設施，關東・116 設施)

資料來源：本組自行製作/ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

表 6-2-2 日本三大主要會展場館

地區	日本		
展覽會館展場 面積	東京國際展示場 95,420 平方公尺	千葉縣日本會議中心 75,098 平方公尺	大阪國際見本市會場 72,978 平方公尺
啟用日	1996 年 4 月	1989 年 10 月 9 日	1954 年 4 月
建築面積介紹	地基面積 265,751.63 平方 公尺 建築面積 250,778.24 平方 公尺	地基面積 217,151 平方 公尺 (包含國際會議廳) 建築面積 164,919 平方 公尺 (包含國際會議廳)	地基面積 128,986 平 方公尺 建築面積 132,709 平 方公尺

資料來源:本組自行整理

東京國際展示場是日本最大的展覽會場。世界的會議中心排名為第 78 名；在亞洲排名為第 22 名，目前世界最大的會議中心是德國的漢諾威國際見本市會場（約 50 萬平方公尺），由於場地只有五分之一的大小，認為不足以提供 2020 年的東京奧運，將擴增總面積 10 萬平方公尺。

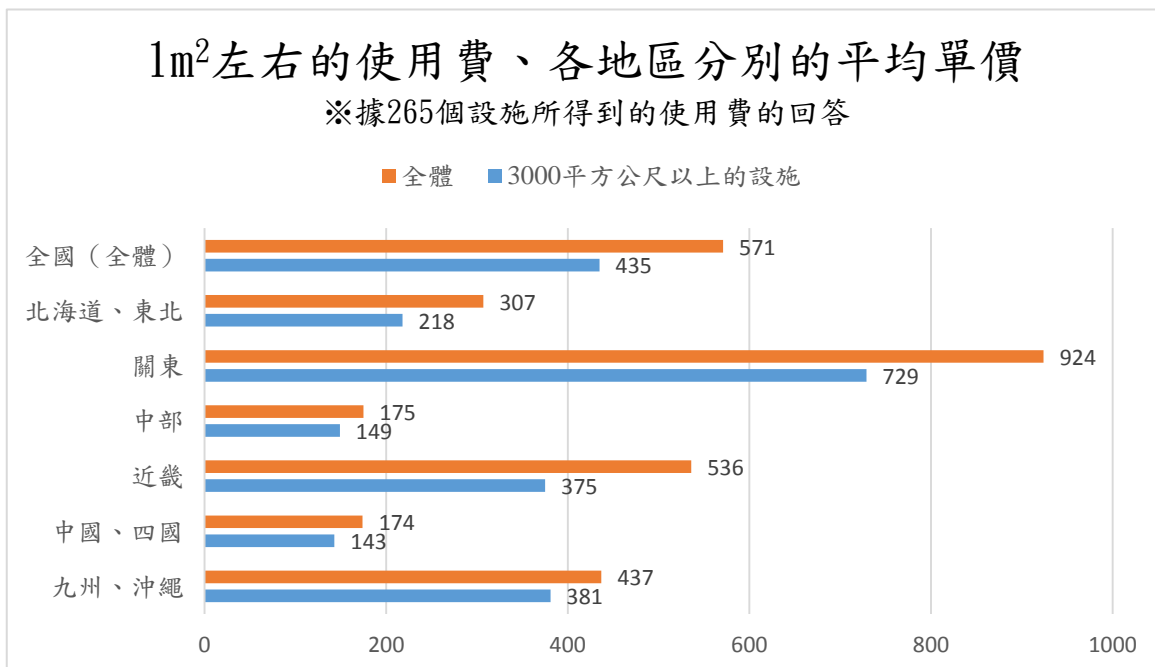
而千葉縣日本會議中心是替代交通不便及老舊的東京國際見本市會場，開發於幕張新都心地帶。建築構造設計以國際展場 1-8 場、國際展場 9-11 場（北會場）、國際會議場、幕張活動會場，這四個場地所構成，有效運用場地的關係。得到許多的建築設計獎，擁有 15 個國家在此舉辦展覽為最高紀錄，約 192 萬的人數來訪。以日本代表的 MICE 設施功能，以音樂及動漫活動為最佳代表，使用紀錄已高達 70%~80%。

大阪國際見本市會場則是擁有開放型空間與巨蛋型的屋頂，每個展館都有不同的使用方式，像是從 1 號館到 6 號館排列為「匚」字，還有其中有 3 個會館擁有室外展場，是發展性極高的展覽會場館。

除此之外日本也做了全國平均單價調查，從各地區來看「關東」地區以 924 日圓立於最高價（3,000m<sup>2</sup> 以上設施亦同）。其次「近畿」地區是 536 日圓的價格位居第二。從全國地區來看除了關東地區的平均單價較高，由於在高級飯店或都市型公寓裡頭部

分設施單價很高的原因都在抬升設施的平均單價。

然而，大規模設施的資金，比全體的利用資金較低的規定之傾向，也開始明白活用企業優勢的資金規則。



註：1m<sup>2</sup>為 571 日圓 (3,000 平方公尺以上=435 日圓)。

圖 6-2-8 1m<sup>2</sup>左右的使用費、各地區分別的平均單價

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》。

### 第三節 臺灣與日本展覽會現況比較

根據 2014 年至 2016 年顯示出的，亞洲區域各國展覽會場成長情況數據來看，於 2014 年臺灣展示會場面積有 117,178 平方公尺，而到了 2016 年會場數增加 5 座，擴大至 154,818 平方公尺，總共增加了 37,640 平方公尺，期間計算出來的成長率達到 32.1 個百分比。2014 年日本展示會場面積是 355,658 平方公尺，在 2016 年增加 13 座會場，面積總有 358,658 平方公尺，增長了 3,000 平方公尺，其成長率有 0.8 個百分比。(圖 6-2-9)

相較之下，日本的地域面積比臺灣還要更加廣闊，無論是會場數量還是展覽會場面積都足足有 1 倍以上，但日本近幾年展覽業成長已逐漸達到飽和狀態，較趨近於發展國際會議方面，而臺灣還有更多進步的空間，因此從數據來看，臺灣的成長率比日

本更有大幅度的成長。

## アジアの展示会場の伸び(2014~2016)

国名	会場数	展示場面積 14	展示場面積 16	伸び率
台湾	5	117, 178	154, 818	32. 1
中国	105	4, 796, 192	5, 526, 692	15. 2
日本	13	355, 658	358, 658	0. 8
韓国	12	308, 368	308, 368	0
シンガポール	4	219, 970	219, 970	0
香港	2	149, 820	149, 820	0
タイ	9	222, 084	256, 984	15. 2

圖 6-2-9 亞洲展覽會展的發展 (2014~2016)

資料來源：桜井悌司 (2016) , 《日本の展示会産業の動向と国際化への課題》

## 第七章 兩國展覽會 SWOT 分析

### 第一節 臺灣展覽會 SWOT 分析

#### (一) 臺灣展覽會的優勢

##### 1. 政府政策支持

政府重點扶植發展，致力於爭取國際會展來臺舉辦之行銷推廣。除在國際行銷與輔導高潛力主題展館不遺餘力外，更補助國際會展來臺舉辦，2005 年至 2007 年期間補助高達 250 件，金額約 260 萬美元。目前已成功爭取在臺舉辦之國際活動包括世界運動會、聽障奧林匹克運動會、世界管樂年會及世界設計大會等。

##### 2. 具全球競爭力之國際專業展

在國際專業展主辦單位外貿協會的經營之下，臺灣目前已有 10 個具有全球競爭力之展覽，其中包括臺北國際電腦展、自行車展及汽機車零配件展都已躍居全球同類型展覽前三大；還有秋季電子展、工具機展、橡塑膠展亦位居亞洲前三大，這些專業展覽同時也為展覽周邊產業帶來可觀之經濟效益。

在政府積極推動「兩創一技術創新、品牌創新」與「兩高一高技術密集、高附加價值」的產業創新策略下，臺灣產業聚落競爭力持續提升，於 2007 年與 2008 年蟬聯了世界經濟論壇（World Economic Forum，簡稱 WEF）的全球產業聚落發展指標評比之冠，為全球產業聚落發展之典範。臺灣除在高科技產業聚落表現優異外，更整合在地文化、工藝、美學等傳統產業元素形成地方群聚，包括臺北的數位內容、陶瓷產業聚落，新竹之光碟片、汽車及玻璃聚落，臺中的自行車、精密機械與樂器聚落，彰化之織襪、自行車聚落以及臺南的 TFT-LCD、IC 與紡織毛衣聚落等。

##### 3. 服務產業人力充沛

臺灣在資通訊、光電、半導體、醫療產業在國際間皆佔有一席之地，每年會吸引不少國際會議來臺舉辦。而對於專業人才需求量大的會展產業，經濟部商業司也經由

「服務業人才認證培育計劃」大力支持會展產業的人才養成，除人才培訓課程資訊外，也提供人才媒合連結，讓臺灣展覽服務業的人力資源能獲得提升以及運用。

#### 4. 豐富人文及觀光資源

人民友善、菜餚、風光景色是臺灣最具觀光競爭力的三大優勢，根據交通部觀光局針對來臺旅客調查結果發現，「菜餚」、「風光景色」為吸引旅客來臺主要因素，「逛夜市」、「臺北 101」、「故宮」為主要觀光景點，在政府現階段觀光政策與推動下，2018 年來臺旅客總旅遊人數成長至 1,106 萬人次<sup>31</sup>，未來將會有無限的可能。

#### 5. 地理優勢、交通便捷

臺灣位居東亞及太平洋區域的樞紐地帶，不論是對內或對外的交通都非常便利，目前國際航線可飛往世界 56 個主要城市，國內航線除了有 4 家航空公司以外，臺灣更有 16 個國內航空站可往返臺灣主要城市，尤其是在 2007 年臺灣高鐵開始營運之後，又更拉近城鎮距離，臺北至高雄已成為一日生活圈。<sup>32</sup>

### (二) 臺灣展覽會的劣勢

#### 1. 場地規模不大，且主要都只位於都市區

臺灣地狹人稠，造成臺灣的展覽館場地比不上亞洲大國，面積也比其他國家小上許多，也由於鄉鎮差距過大，主要的展覽館都位於都市區，造成鄉鎮更加人口流失，創造不了鄉鎮的周邊經濟，也因為如此場地周邊的觀光旅館及停車場也不敷需求，寸土寸金的臺灣也讓想參加大型展覽會的外國旅客止步於此。

#### 2. 民間展覽公司資源少

臺灣因為有完整的政府扶持，導致民間的展覽公司各自一家，只分析自家展覽的資料，也造成民間展覽公司之間資源互相競爭。

#### 3. 人才外流嚴重，產業外移

---

<sup>31</sup>交通部觀光局觀光統計資料庫，〈近十年（98~107）日、韓、馬、大陸、港來臺旅客總人次變化〉，<https://stat.taiwan.net.tw/>，2019.10.01

<sup>32</sup>經濟部投資業務處，〈會展產業分析及投資機會〉，<http://www.fcu.edu.tw/wSite/public/Attachment/f1264147700344.pdf>，2019.10.21

由於臺灣土地較小，能使用的資源亦有限，所以許多工廠都會去工資偏低的東南亞國家設廠，由於產業的外移也導致臺灣的專業人才不斷外流，新的開發技術無法留在國內，以至於國家進步的速度也逐漸趨緩。

#### 4. 高齡化社會，少子化日益嚴重

臺灣近年來人口不斷逐漸高齡化，以世界人口綜述（World Population Review）2019年各國生育率報告來看，在全球200個國家和地區中，臺灣名列倒數第一，平均每每位婦女只生下1.2個小孩，少子化日益嚴重。為提升生育率，政府積極推動「我國少子女化對策計畫（2018年至2022年）」，營造0-5歲全面關照的友善育兒環境，更期望透過擴大公共化教保服務量等策略，以提升國人生育率。<sup>33</sup>

### （三）臺灣展覽會的機會

#### 1. 亞太區域成為新興市場，帶動會展需求增加

目前亞太地區大多都進入開發中國家的行列之中，尤其是中國的發展快速，因為與臺灣有中文為共同語言，溝通上面較為方便，臺灣的人才也能透過前往中國的廣大市場，來提升在國際展覽場的經驗，另一方面也能帶動整個臺灣會展市場的需求。

#### 2. 臺美關係升溫

近期由於中美貿易戰急速升溫，使臺美關係高速提升，從而讓臺灣的國際處境好轉。但由於中美貿易戰未來發展的不確定性，而讓這段關係的未來發展充滿不可預知性。

### （四）臺灣展覽會的威脅

#### 1. 亞洲鄰近國家起步較為迅速並積極發展

亞洲鄰近的國家都發展迅速，雖看似人民平均薪資不如臺灣，但是實質上由於豐富且廉價的人力資源而進步的速度卻比臺灣還快很多，同時亞太國家會展產業發展也可以帶動周邊經濟成長，從而對經濟產生正面效益。

---

<sup>33</sup>中時電子報，〈台灣少子化嚴重全球吊車尾〉，  
<https://www.chinatimes.com/newspapers/20190325000459-260115?chdtv>，2019.12.24



## 2. 國家主權爭議

加上臺灣因為國家主權有爭議的問題，在中華人民共和國的壓力之下邦交國不斷減少，同時也對加入各大國際組織與發展國際展覽會產業造成很大的阻礙。

表 7-1-1 臺灣 SWOT 分析

優勢	劣勢
1. 政府政策支持 2. 具全球競爭力之國際專業展 3. 服務產業人力充沛 4. 豐富人文及觀光資源 5. 地理優勢、交通便捷	1. 場地規模不大，且主要都只位於都市區 2. 民間展覽公司資源少 3. 人才外流嚴重，產業外移 4. 人口的少子化日益嚴重
機會	威脅
1. 亞太區域成為新興市場，帶動會展需求 2. 臺美關係升溫	1. 亞洲鄰近國家起步迅速並積極發展 2. 國家主權爭議

## 第二節 日本展覽會 SWOT 分析

### (一) 日本展覽會優勢

#### 1. 經濟大國，有廣大消費市場的潛力

日本是世界經濟大國，在外交上面比起臺灣有更大的機會，也有許多觀光客專程前往特定國際型展覽會，也有許多國家元首常常往來，這些機會也間接為日本曝光，日本 2018 年的觀光人數就來到了 3,100 萬<sup>34</sup>，由此可知日本除了本國消費力之外，訪日外國人的消費能力更是不可小覷。

#### 2. 產業優秀的技術力及多種產業群聚

<sup>34</sup> JNTO 日本政府觀光局，〈年別 訪日外客數、出国日本人數の推移（1964 年-2018 年）〉，[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata\\_outbound.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_outbound.pdf)，2019.10.20

日本擁有很優秀的技術與許多產業的異業融合，這在於需要多種產業之稱的展覽會裡，擁有非常大的優勢，再加上日本很專注於觀光的推動，展覽會館外的飯店的容客數、停車場數量或是展覽會場到最近車站的所需時間（圖 7-2-1）都會有相關統計，例如東京、大阪等等大都市，大多數的設施從展覽會至最近車站徒步都只要 5 分鐘內，雖然其他地區也有徒步需 10 分鐘以上，但依照地方都市與會議設施的關係而影響方便性。另外還有日本的產業技術力也會讓專業展覽的開展數量有所增加，讓日本的展覽未來更具可觀性。

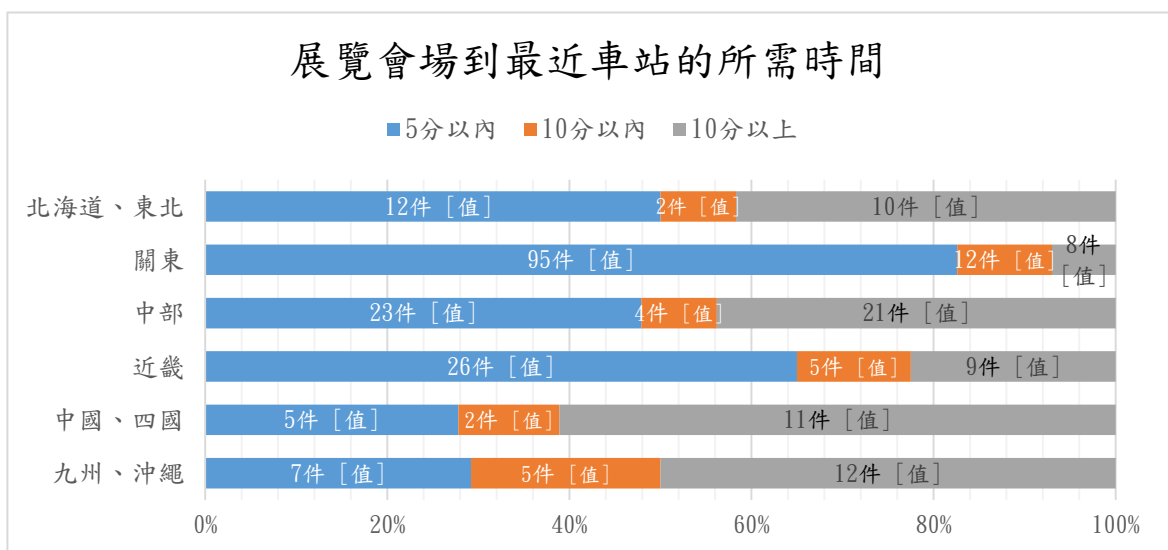


圖 7-2-1 展覽會場到最近車站的所需時間

資料來源：ピーオーピー，《展示会データベース 2018 年版》

### 3. 出展結合當地文化帶動觀光經濟

展覽會館常常用於其他當地文化活動，例如地方偶像見面會、偶像握手會等等，一方面不會浪費展覽會館的使用率，另一方面也帶動觀光經濟的發展，即將消失的文化也能夠藉由展覽再次帶動觀光經濟的發展。

### 4. 有民間自立的展覽協會

因為政府強力推廣會議方面的會展產業，導致展覽會變得較不受重視，多需民間的展覽協會自行推廣，並聯合許多廠商讓日本的展覽會有更多的數據，但是政府也慢慢扶持這些民間自立的展覽協會，受到政府認可的民間展覽協會也逐漸在會展產業中佔足一席之地。

## (二) 日本展覽會劣勢

### 1. 符合 ISO 國際認證基準的展場很少

日本的展覽會認證協會是於 2012 年靠著經濟產業省的推動才開始成立的，起步較於其他國家稍微晚一些，雖然已經取得全球展覽業協會 UFI 的公認，但是符合 ISO 國際認證基準的展場還是少之又少，只能靠著民間推動團體的努力去提升國際認證的展場。

### 2. 缺少國內專業人才技能培訓班

日本雖然同樣有推動了人才培育計畫，並引進國外認證考試直接考取國際證照，以及開設人才培育相關研討會等等，但是卻缺乏一般民眾也可以參加的國內人才技能培訓班與菁英訓練營，即使在學校學習也無法實際到現場實習，只能透過老師授課與自行購買教材，或是直接加入相關企業才能獲得更深入的相關資訊，可以說是缺乏許多實務上的經驗，若不是專業人士將很難快速進入此職場。

### 3. 日本的人口高齡化，少子化嚴重

人口不斷高齡化這一點，日本跟臺灣有著一模一樣的問題，倒不如說是臺灣跟著日本的腳步不斷嚴重，島國容易造成人口擁擠，即便日本再怎麼努力提出政策改善，但是還是無法順利改善人口不斷老化的事實，不論是日本還是臺灣都是一項很重大的問題。

## (三) 日本展覽會機會

### 1. 國家將會展產業納入經濟成長戰略，有整體推進計畫

日本的會展產業雖然趨於飽和狀態，但是也因為理解到會展產業吸引海外人潮與資金能帶動觀光發展，所以他們將此項產業概括於觀光產業之中，近年來日本也對觀光方面推行許多政策改革，例如在 2019 年 1 月 7 日開始收取國際旅客觀光稅，還有積極爭取許多國際展覽以及國際會議，讓日本有著高度曝光的機會，就更不用提 2020 年的日本奧運會讓日本帶來多大的經濟效益了。

#### (四) 日本展覽會威脅

##### 1. 中國為首的亞洲國家會展產業急速成長

發展中的國家總是有無限的可能，對於中國這種國家經濟有很大優勢的國家，對於日本也會有不少威脅，再加上中國的土地面積不小，也有許多國際展覽先後在中國開辦，在日後都有可能被一躍而上。

表 7-2-2 日本 SWOT 分析

優勢	劣勢
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 經濟大國，有廣大消費市場的潛力</li><li>2. 產業優秀的技術力及多種產業群聚</li><li>3. 出展結合當地文化帶動觀光經濟</li><li>4. 有民間自立的展覽協會</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 符合 ISO 國際認證基準的展場很少</li><li>2. 缺少國內專業人才技能培訓班</li><li>3. 日本的人口高齡化，少子化嚴重</li></ol>
機會	威脅
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 將會展產業納入經濟成長戰略，有整體推進計畫</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 中國為首的亞洲國家會展產業急速成長</li></ol>

## 第八章 結論

我們仔細深入探討臺日展覽會後，發現除了楊勝欽所寫的〈日本臺灣會展初探〉內容以外，更進一步知道了以下的結論。

MICE 是由會議、獎勵旅遊、國際會議以及展覽會的四項英文首字母所組成。會展產業除具產業帶動效果之外，另擔任產業間之橋樑，有助於提昇國家形象，增加經貿收入，促進國際交流合作。在全球化經濟之下，各國政府及經商人士舉辦展覽而帶動觀光業、活絡周邊的經濟，在短時間內接觸大量的潛在顧客及人潮，而獲取極高的效益，這就是展覽會展業最強大的優勢。

目前臺灣展覽會依照參展產業、參展廠商與參觀展覽者國家比例分類以及參觀對象為分類標準，能細分為專業展、綜合展、國際展、國內展、消費者展；日本展覽會則是依照國際標準化機構制定的標準 ISO25639 來定義展覽會，並在相關數據的計算方式上，日本為求能妥善統計出精確可信的數據也以 ISO25639 來設立具體可用的標準，並以此對入場者、參展者、海外參展者、海外入場者、入場次數等做出精確的定義，以此做為政策可信參考基礎。

雖然臺灣與日本的會展產業起源的速度有極大差距，但臺灣與日本會展產業卻各自擁有獨特性。例如日本的會展產業是以「會議」來發展，再經過工商業的衰弱、戰爭所帶來的低潮後，將會展產業發展得淋漓盡致；臺灣則是在 1971 年以「臺灣外銷成衣展售會」的初次展覽會，開始發展類型偏向「市集」的型態，再漸漸地擴大朝向各個領域的會展模式發展到至今。

在日本與臺灣對展覽的政策規劃上，可以明顯看出兩國的雖最初發展動機有所不同，但仍都兼顧貿易與觀光兩大面向，唯側重方向仍略有不同，日本的政策規劃上對會展產業的定位優先是為了促進觀光產業的利益，以藉此活化並帶動日本的經濟成長；臺灣的政策規劃則是側重於藉由會展以提升國內產業對外的銷售，也因此臺灣的政策明顯的試圖吸引東南亞新興國家的目光，並搶進這塊新興的市場。初步推測，兩國政策的分歧起源於兩國不同的經濟結構與地位，日本位居世界第三大經濟體寶座，

國內企業早已在世界佔有一席之地，故對日本而言，觀光旅遊產業發展更易於提升經濟成長；而臺灣則由於具備高度的工業發展但國際知名度有所不足，故更期盼會展產業能提升臺灣品牌在國際間的能見度，以促進臺灣的經濟成長。

在經營會展產業的方式上臺灣與日本的推動團體也有所不同，像日本的經濟產業省為會展產業的幕後推手，以觀光推動的經營模式推動其他政府機構以利展覽都能有資源，但儘管有政府的協助，日本仍然以民間自立的團體作為會展產業的支柱；臺灣則是除了以政府推動網路的「MEET TAIWAN」整合會展資訊，並提供國內實習跟人才媒合的管道以外，還結合政府與民間觀光業者，讓國內會展相關業者親自去海外參展與國際會展同業交流，以提升國內的國際競爭力。

而在人才培育這點，仔細研究發現臺灣是更傾向於能讓國人直接從課程以及實際體驗中獲取專業知識，而日本則是於不同的時間地點成立研討會，與相關業界人士一同研究目前市場現況，再由企業內部的研討會為主軸或在大學授課中學習，但卻讓日本缺少了一般民眾的國內人才培訓班，就對日本而言會造成人才不易流入市場，且相關人才培育也會受到挑戰。

在環保的意識崛起的現在，雖然臺灣的會展產業起步比其他國家晚了許久，但卻以經營綠色會展來創造不同的優勢，在 2010 年的世界綠色科技創造優勢的競爭力年報中，臺灣在全球排名高達第 6，顯見臺灣綠色科技的競爭優勢已獲得國際肯定。

此外，臺灣與日本的會展產業都有雷同的問題是「他國的崛起」。亞洲地區首要注意的國家為中國，除了土地廣大之外，還有多種豐厚的人力資源是主要原因，展覽會的開辦也迫切需要大量人才，對於少子化的臺灣以及日本都是一大挑戰。

因此，我們發現臺灣與日本都有各自的發展目標與潛力以及會展產業的運用方式會帶出不同的效益，將影響會展產業的型態。比較兩個的會展產業後，發現日本已經正式將會展產業延伸為在地觀光的新發展趨勢，例如日本有些鄉下地區已快沒落，各城鄉就開始找尋自身的特色，將獨有景色與文化介紹給各國人士，不只為了經濟發展更希望能串聯人心，一同感受不同的風光。臺灣則是運用會展產業資訊的流通，培育國

內還未有相關基礎的人才，並將國內潛藏的人才帶入展覽會現場為臺灣帶來更多的競爭力。

## 第九章 建議

透過表 5-2-1 以及本組研究的資料發現，臺灣乍看之下有不少政府及民間推動團體，然而事實上以網路拓展度來說卻缺乏力度。因為部分官方網站已經許久沒有因應時間做出更新，或者近幾年沒再發布相關推動資訊。相較之下，雖然日本的推動團體不多，但都一直有在定期更新相關資訊，可以看出許多議題都有持續關注、進步。

我們推測這源自近代日本的會展產業發展，起源為民間自發舉辦，團體也多為民間自行籌組，而臺灣多數團體皆由政府相關政策所推動。由於近期國際政治動向的混亂，政府對經濟政策的重視方向發生變化所導致。

就當前而言，這是一個需要被解決的問題，因為臺灣有相當多中小規模工廠企業，雖規模小，卻經常是臺灣的有力外銷產品，若是因為資訊不及時更新，而讓這些中小企業錯過會展的發展，不僅影響中小企業對會展的參與，從而影響臺灣的經濟發展，就長遠而言更破壞政府對會展產業發展的規劃。

而近年來臺灣在會展產業的發展上，雖面臨了諸多競爭對手正急速崛起的困境，但相較於當前所面臨的競爭對手而言，臺灣先天在地理環境上有個難以突破的優勢，臺灣在西太平洋主要航道要點上，對航運有難以取代的優勢。

若是藉此，結合近年來高速發展之東南亞地區與太平洋周遭已相對繁榮的國家間，透過大型國際展覽同時吸引雙方的參展廠商與對展覽主題跟參展廠商感興趣的企業買主，或許為不錯的解套方法。

另外經由研究發現，臺灣雖有會展法律，但僅限於地方層次的法規，很有可能造成實行上的混亂，倘若能更進一步設立國家層次的法規，以國家規模統一標準統整各地資源以更進一步推行全國性的大規模會展活動，則或可為臺灣創造更大的利益。



## 參考文獻

### 中文參考資料

#### 書籍：

1. 洪肇志、莊文隆（2018），《展覽行銷管理:理論與實務》，臺中市：滄海圖書資訊出版，頁 10-61
2. 張慕荊（1999），〈淺談展覽行銷〉，《車輛公會會訊》，第 64 期，頁 25-34
3. 費尼區、蔣家皓、許興家、楊筠芃（2013），《會議與展覽產業：理論與實務》，新北：臺灣培生教育出版：鼎茂圖書出版暨總經銷，頁 181-195
4. 楊勝欽（2017），〈日本臺灣會展初探〉，《東亞論壇季刊（EAST-ASIA REVIEW）4951-20》

#### 網站：

1. MEET TAIWAN，〈臺灣會展環境〉，<https://reurl.cc/ILQNnA>，2019.04.05
2. MEET TAIWAN，〈推動臺灣會展產業發展計畫-會展產業整體計畫〉，<https://reurl.cc/D1jGaR>，2019.04.16
3. MEET TAIWAN，〈臺灣優勢〉，[https://www.meettaiwan.com/zh\\_TW/menu/M0000239/%E8%87%BA%E7%81%A3%E5%84%AA%E5%8B%A2.html](https://www.meettaiwan.com/zh_TW/menu/M0000239/%E8%87%BA%E7%81%A3%E5%84%AA%E5%8B%A2.html)，2019.05.11
4. MEET TAIWAN，〈日本強化會展產業競爭力之策略〉，<https://reurl.cc/yyLdMy>，2019.05.17
5. MEET TAIWAN，〈活動永續管理系統：ISO 20121〉，<https://reurl.cc/720mbk>，2019.05.19
6. MEET TAIWAN，〈106 年臺灣會展獎〉，[https://www.meettaiwan.com/zh\\_TW/awardResult/2017.html?function=M0000825](https://www.meettaiwan.com/zh_TW/awardResult/2017.html?function=M0000825)，2019.06.12
7. MEET TAIWAN，〈亞洲會展城市行銷策略暨個案研究〉，

- <https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt//doc/201702/1487216533497-0.pdf> , 2019.07.19
8. MEET TAIWAN ,〈 會展人才培育認證計畫 〉, <https://reurl.cc/Znelkp> , 2019.08.16
9. MEET TAIWAN ,〈 榮獲國際組織獎項 〉, <https://reurl.cc/Gkj8LG> , 2019.08.27
10. MEET TAIWAN ,〈 綠色會展懶人包 〉,  
<https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt//menu/201806/1528700218541-0.pdf> , 2019.10.24
11. ARTALKS ,〈 2018 「 臺灣當代一年展 」 〉,  
<https://talks.taishinart.org.tw/event/talks/2018101102> , 2019.09.01
12. Histopolitan ,〈 當臺灣還是中國的時候 〉,  
[http://www.histopolitan.com/2013/11/blog-post\\_21.html](http://www.histopolitan.com/2013/11/blog-post_21.html) , 2019.09.02
13. IN SIDE ,〈 【Chris 的電玩產業月誌】 專訪臺北電玩展策展人吳文榮：一雙用二十餘年，見證臺灣電玩歷史的眼睛 〉,  
<https://www.inside.com.tw/article/8810-interviewing-the-curator-of-taipei-game-show> ,  
2019.09.01
14. 中時電子報 ,〈 循環經濟展 9/19 首度在台舉行 〉,  
<https://www.chinatimes.com/newspapers/20180813000410-260208?chdtv> , 2019.04.28
15. 中時電子報 ,〈 台灣少子化嚴重全球吊車尾 〉,  
<https://www.chinatimes.com/newspapers/20190325000459-260115?chdtv> , 2019.12.24
16. 中華民國對外貿易發展協會臺灣會展 ,〈 綠色會展 〉,  
<http://www.conferenceandexhibition.tw/download/no010.pdf> , 2019.10.23
17. 外貿協會 TAITRA ,〈 人才培訓 〉,  
[https://www.taitra.org.tw/news\\_card.aspx?n=3&sms=9014](https://www.taitra.org.tw/news_card.aspx?n=3&sms=9014) , 2019.05.14
18. 自由時報 ,〈 南港展覽館二館 明年三月啟用 〉, <https://reurl.cc/9zvM3n> , 2019.08.16
19. 好房網 ,〈 走過 23 年 臺灣美食展喊停 〉,  
<https://news.housefun.com.tw/news/article/16386230054.html> , 2019.09.03
20. 交通部觀光局觀光統計資料庫 ,〈 近十年 (98~107) 日、韓、馬、大陸、港來臺旅

- 客總人次變化〉，<https://stat.taiwan.net.tw/>，2019.10.01
21. 社企流，〈全球第一座實踐「從搖籃到搖籃」理念的市政廳：荷蘭芬洛市政廳展現對自然與人文的關懷〉，<https://www.seinsights.asia/article/3290/3271/5782>，2019.09.12
22. 每日頭條，〈1970年日本大阪世博會中國館和越南館，展出發明的磁懸浮列車〉，<https://kknews.cc/travel/gb5vzy.html>，2019.07.22
23. 典藏台灣(Taiwan Digitalarchives)，〈首選珍藏：臺灣第一大博覽會〉，<https://digitalarchives.tw/Exhibition/1943/1.html>，2019.12.16
24. 朝陽科技大學行銷與流通管理系行銷與流通實務專題報告，〈如何做好會展行銷專題研究探討－以台中市國際溫泉論壇服務為例〉，<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/18rmuEinK9B-GDJ3KM3vXBmJWvJL2xL5k>，2019.06.20
25. 經濟部國際貿易局，〈會展產業整體推動計畫〉，<https://reurl.cc/24Y1rO>，2019.04.07
26. 經濟部國際貿易局，〈會展產業整體推動計畫〉，<https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt/doc/201512/1449203983766-0.pdf>，2019.04.07
27. 經濟部投資業務處，〈會展產業分析及投資機會〉，<http://www.fcu.edu.tw/wSite/public/Attachment/f1264147700344.pdf>，2019.05.13
28. 經貿資訊網，〈補助推動國際會議及展覽在臺辦理計畫〉，<https://reurl.cc/e5zqvL>，2019.06.17
29. 經貿透視，〈「2016年臺灣會展之夜」盛大登場各界嘉賓雲集同歡〉，<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=680661&iz=6>，2019.09.09
30. 經濟部推動會議展覽專案辦公室，〈國際組織對展覽產業之定義與國際統計標準〉，<https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt/doc/201312/1386569632176-0.pdf>，2019.10.30
31. 會展產業整體推動計畫，〈我國會展產業發展政策〉，<https://www.meettaiwan.com/mtfiles/mt/doc/201512/1449203983766-0.pdf>，2019.06.07
32. 會展產業概論，〈第二章－會展產業歷史&演變〉，

<http://it.csu.edu.tw/wSite/public/Attachment/f1436173430583.pdf>，2019.08.27

33. 臺北產經資訊網，〈城市產業發展〉，<https://reurl.cc/ObMZbD>，2019.05.18

34. 臺北南港展覽館 1 號館，〈領先亞洲 南港展覽館取得展覽中心 ISO20121 認證〉，<https://www.tainex1.com.tw/news/article/33>，2019.07.08

35. 臺北市政府，〈國家會展中心南港展覽館二館開幕「信義-南港」會展雙核心成形 臺北會展產業能量如虎添翼〉，<https://reurl.cc/r193kO>，2019.08.07

36. 臺灣機械工業同業公會，〈機械資訊 648 期〉，[http://www.tami.org.tw/print/648/648\\_02.htm](http://www.tami.org.tw/print/648/648_02.htm)，2019.08.27

37. 臺灣機械工業同業公會，〈臺北國際工具機展覽會 TIMTOS 歷史回顧〉，[http://www.tami.org.tw/print/648/648\\_02.htm](http://www.tami.org.tw/print/648/648_02.htm)，2019.09.05

38. 廖儀瑄、葉于巧、姚科為，〈日本的崛起—戰後經濟發展的探討〉，<https://www.shs.edu.tw/works/essay/2016/11/2016110616122616.pdf>，2019.09.03

## 日文參考資料

### 書籍:

1. 經濟產業省 (2014)，《展示会産業概論》，日本：經濟產業省，pp.89
2. ピーオーピー (2017)，《展示会データベース 2018 年版》，東京都：(株) ピーオーピー，pp.353-355、pp.358-361

### 網站:

1. INTEX OSAKA，〈日本最大級の国際展示場インテックス大阪〉，<https://www.intex-osaka.com/jp/>，2019.04.27
2. JNTO 日本政府観光局，〈年別 訪日外客数、出国日本人数の推移 (1964 年 - 2018 年)〉，[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata\\_outbound.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_outbound.pdf)，2019.10.20
3. METI/經濟產業省，〈大阪・関西万博〉，<https://www.meti.go.jp/policy/exhibition/osaka2025.html>，2019.10.06

4. スイタウェブ，〈万博情報アーカイブ〉，<https://www.suitaweb.net/expo-archive/>，  
2019.09.04
5. 千葉市，〈幕張新都心概要〉，<https://reurl.cc/W4x0Xy>，2019.07.03
6. 日本展示会協会，〈日本の展示会産業の概要〉，  
<https://reurl.cc/RdqYjxm>，2019.08.25
7. 日本展示会認証協議会，〈展示会データ認証制度の定義〉，  
<http://www.jecc-ninsho.jp/category/1888495.html>，2019.05.06
8. 日本国土交通省観光庁，〈MICE とは？〉  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/mice.html#igi>，2019.05.18
9. 日本展示会協会，〈平成 25-27 年度開催展示会の実績調査〉，  
<https://www.nittenkyo.ne.jp/article/15098421.html>，2019.06.18
10. 日本展示会協会，〈展示会面積世界ランキング〉，  
[http://www.nittenkyo.ne.jp/image/kaijou\\_Ranking.pdf](http://www.nittenkyo.ne.jp/image/kaijou_Ranking.pdf)，2019.6.21
11. 日本展示会協会，〈日本展示会協会 50 年の歴史年表〉，<https://reurl.cc/ILQz99>，  
2019.07.01
12. 国土交通省観光庁ホーム，〈グローバル MICE 都市〉，<https://reurl.cc/A1jVKE>，  
2019.05.15
13. 国土交通省観光庁，〈MICE 国際競争力強化委員会〉，<https://reurl.cc/8lvEvM>，  
2019.10.27
14. 国土交通省観光庁，〈グローバル MICE 都市〉，<https://reurl.cc/zy10Zk>，2019.10.27
15. 東京ビッグサイト（東京国際展示場），<http://www.bigsight.jp/>，2019.06.22
16. 経済産業省，《展示会産業概論》，  
[https://www.nittenkyo.ne.jp/image/H2603\\_gairon.pdf](https://www.nittenkyo.ne.jp/image/H2603_gairon.pdf)，2019.03.30
17. 経済産業省，《展示会産業概論》，  
[https://www.nittenkyo.ne.jp/image/H2603\\_gairon.pdf](https://www.nittenkyo.ne.jp/image/H2603_gairon.pdf)，2019.06.20

18. 経済産業省，〈平成 25 年度 展示会産業の国際化・活性化推進のための人材育成基盤整備・関連事業調査報告書〉，<https://reurl.cc/L1Wa74>，2019.09.20

### 組員工作分配表

製作項目	曾瑜娟	陳 汶	程于珊	鄭 豪	黃佳卉
中文摘要			●		
日文摘要			●	●	
研究動機	●	●	●	●	●
研究目的	●	●	●	●	●
研究流程	●				
研究架構	●				
先行研究			●		
MICE 的定義			●		
臺灣展覽會的定義	●				
日本展覽會的定義			●	●	
臺灣展覽會起源				●	●
日本展覽會起源			●		●
年代表					●
臺灣的會展政策規範				●	
日本的會展政策規範			●	●	
臺灣與日本的會展政策規範比較				●	
臺灣的政府及民間推動團體	●				
日本的政府及民間推動團體	●		●		
臺灣與日本的展覽業推動機構 成立差異				●	
兩國的人才培育推動計畫		●			
展覽認證制度		●			
臺灣近年開辦動向	●				
臺灣展覽館面積				●	
臺灣展覽會榮獲國際組織獎項			●		
綠色會展			●		
日本近年開辦動向	●	●			●
日本展覽館面積				●	
臺灣與日本展覽會現況比較		●			
臺灣展覽會 SWOT 分析			●		
日本展覽會 SWOT 分析			●		
結論	●	●	●	●	●
建議	●			●	●
參考文獻	●	●	●	●	●

組員工作分配表製作	●		●		
圖表製作	●				
文書、目錄	●				
海報製作	●		●		
資料整理、校稿	●		●		
文字校正			●	●	
簡報製作	●	●	●	●	
中文講稿	●	●			●
日文講稿			●	●	



## 專題報告修正要點

### 評審老師建議

1. 56 頁的圖 6-2-6，日本近年開辦動向的生產財部分，希望能補充相應的台灣資料。
2. 展覽會不只有觀光與經濟向的展覽，展覽會還有許多關於政治的，透過展覽的方式能夠向其他國家展示自己國家的國力，希望能夠增加補充這一點。

### 修正要點

1. 日本近年開辦動向的生產財部分補充相應台灣資料新增：

至於臺灣方面，無論是政府或是民間都沒有針對消費財與生產財收集數據並比較，因此並沒有相關方面的資料。但本組推測由於臺灣南部工廠建設發達，以及科技業人才濟濟，在科技或者零件等方面的產業會較為發達（如臺北國際自行車展覽會、臺北國際電腦展覽會等）。

2. 關於政治相關的展覽會增加補充：

另外，臺灣在 1935 年為日本統治臺灣的四十週年，臺灣總督府為了展現治理臺灣的政績，決議舉辦大型博覽會，定名為「始政四十周年紀念臺灣博覽會」，向國內外宣傳殖民臺灣的成果。博覽會由臺灣總督所主辦，動員相關政府官員與民間賢達共兩千人籌辦，財源部份由總督府撥款，部份由政商名流捐資。再經過一年多的準備，終於在 1935 年 10 月 10 日至 11 月 28 日舉行。

這場為期將近兩個月的博覽會，是以展示臺灣、日本兩地的物產和建設為宗旨，除了陳列富有異國情調的特有商品，同時也力圖傳達近現代化的新穎觀念。希望透過特別設計的三十餘座展館建築、琳瑯滿目的各地農產品、工藝製品與造景模型，對內對外都展現了當時國家的政經文化實力。

參考資料：23.典藏台灣(Taiwan Digitalarchives)，〈首選珍藏：臺灣第一大博覽會〉，

<https://digitalarchives.tw/Exhibition/1943/1.html>，2019.12.16