

农业会展生态系统的构建与治理模式研究

——兼论湖北农业会展发展趋势

刘平青,王 迪

(北京理工大学 管理与经济学院,北京 100081)



摘 要 农业会展对我国现代农业的发展日趋重要。依据生态系统理论,分析农业会展的系统构成,并梳理出具有代表性的三种农业会展的治理模式,即市场主导型治理模式、政府市场结合型治理模式、政府主导型治理模式。指出农业会展今后的发展路径:壮大会展产业链,重视政府的资源投入,促进农业会展产业与社会环境的高效互动。在此基础上,以湖北农业会展为例,分析其发展特征、可能的创新空间及未来的趋势,提出了促进湖北农业会展发展的对策建议:即提升抵御外来竞争的能力、构建完善的农业会展治理模式、深化会展与社会环境的融合。

关键词 农业会展;治理模式;生态系统

中图分类号:F 320 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2018)01-0038-08

DOI 编码:10.13300/j.cnki.hnwkxb.2018.01.005

农业作为关乎国民经济发展的基础产业,发展到今天已不仅仅是单纯依靠种植的封闭产业,现代农业开始重视与其他产业融合,提高农业技术含量,延伸农业产业链^[1]。农业会展作为会展经济与现代农业相结合的产物,在提升农业市场化水平,促进农业经济贸易发展,增强农业产业国际竞争力等方面都具有非常重要的意义,是农业发展的风向标。目前,国内学者对农业会展的研究主要集中在 3 个方面。一是农业会展经济效用研究。农业会展是会展经济与现代农业结合的产物,具有独特的平台产品属性、显著的外部性和广泛的产业关联性^[2],在促进农产品贸易^[3]、新农村建设和农民致富^[4]、增加当地收入^[5]等方面具有重要作用。二是农业会展发展现状研究。近年来我国农业会展行业发展迅速,规模不断扩大,市场化程度和现代化水平不断提高^[6],形成了环渤海、长三角、珠三角三大农业会展区群^[7]。但是也存在会展层次不高、过度依赖政府支持、人才短缺、分布不均衡等问题,需要从宏观调控、组织建设、人才培养、模式创新等方面采取措施,推动农业会展行业持续发展^[8]。三是农业会展政府职能研究。当前农业会展有政府培育型、特色产业推动型和市场机会培育型三种运行模式^[9],其中政府在农业会展发展中始终发挥着主导作用,但是也存在管理部门不明确、市场竞争机制不健全、相对缺乏会展协调机制等问题,需要在明确政府职责和规范市场竞争上下功夫^[10]。

学术界对农业会展的治理模式研究主要集中在会展行业中政府职能发挥的研究,关于农业会展生态系统构建的研究非常少,对于我国农业会展面临的窘境尚缺乏清晰的认识。本文在上述研究的基础上,借助商业生态系统的模式,探讨农业会展生态系统的结构及治理模式,并以湖北省农业会展发展概况为例,在分析湖北农业会展发展特征和创新空间的基础上,提出合理化的建议,以期对农业会展更好地发挥作用,提供有价值的理论依据。

收稿日期:2017-06-21

基金项目:农业部贸易促进中心项目“主要发达国家市场中介与展会关系的研究”(2015000156)和“国际农业展会研究”(2016001011)。

作者简介:刘平青(1973-),男,教授,博士;研究方向:农业会展、农业企业管理及员工关系。

一、农业会展在我国农业发展中具有举足轻重的地位

农业会展是以农产品及其加工品、投入品、技术、服务等展览为核心,包含带有经贸属性的农业会议、论坛和节庆活动等在内的会展活动,具有独特的平台产品属性、显著的外部性和广泛的产业关联性^[11]。除了办展产生的直接经济效益,农业会展对农业发展也体现出重要的推动作用,成为反映农业产业发展的“风向标”。农业部及各级政府对农业会展的重视,正是为了更好地发挥农业会展对农业发展的重要作用,促进整个农业经济系统的健康有序运转。

1. 促进农产品营销推广

市场营销是农产品进入市场和实现价值的终端环节,同时是我国农业竞争力形成的关键环节^[12]。农业会展是企业进行宣传和营销的重要窗口,能够有力地促进农产品贸易发展。农业会展能够将供应商、生产商、经销商与消费者联系起来,打通企业从农产品生产到最终销售的完整营销链条。企业通过面向终端消费者展示、宣传农产品,不仅提升了产品品牌知名度,更重要的是通过直接交流能够达到市场考察的目的,更精准地获取消费者对产品的反馈意见,进而帮助企业满足消费者的需求。其次,企业通过会展能够获得快速结识新经销商的机会,甚至可以在会展上直接签订销售订单,增加了企业间的贸易合作机会,拓宽农产品销售渠道。

2. 交流生产要素

农业会展是当前农业先进发展水平的缩影,能够在短时间内迅速聚集一大批农业相关单位,加强了农业企业与上下游产业、相关产业之间的信息、价值和物流沟通,使参展商获得投资机构、科研机构、业内人才乃至全社会的关注。如中国国际种业博览会,除了搭建室内展览和田间种植展示,同期还召开种业高峰论坛,为加强种业科研交流、展示种业创新成果、指导经销商和农民观摩选种提供高效服务。展后,企业通过各种合作方式获取行业信息、资金支持、技术支持或人才加盟等生产要素,在增强自身产品附加值和企业竞争力的同时,促成社会关注农业、支持农业、投入农业,加快农业现代化建设进程。

3. 探索农业发展方向

中国作为农业大国,在解决国民温饱问题上取得了举世瞩目的成就,而今面临着科技含量不断提高、新业态不断催生的现代农业发展趋势,需要积极调整农业发展方向,以跻身世界前列。而农业会展作为农业发展的行业交流平台,有助于参展单位及个人引入优质生产要素和先进理念,为今后的农业发展提供了出路。农业会展中除了进行人才、技术和资金等生产要素的交流,也会进行企业管理理念、新产业和新业态、行业发展新趋势的交流。这些资讯的交流对于企业或者政府来说是十分重要的,通过学习业内先进经验和创新做法,有助于了解行业格局,并迅速找准自身定位,及时调整自身的种植计划、农用资料购置计划以及未来的发展策略,在新一轮竞争中赢得先机,为农业今后的发展指明方向。

二、农业会展生态系统与治理模式

国外农业会展已经有几百年的发展历史,与农业乃至整个商业生态系统都构成了较为成熟的有机整体。为了更好地研究农业会展,本文按照商业生态系统理论,对目前国际上农业会展的生态系统和治理模式进行了剖析,明确了农业会展行业的发展需要建立资源动态流动的生态系统和高效协作的治理模式。

1. 农业会展生态系统的结构

农业会展生态系统是借鉴了商业生态系统理论的分析方法,将生态学方法应用于商业系统研究,通过将农业会展行业内具有一定利益关系的组织构建成一个动态的结构系统,为行业管理提供参考。一个行业要发展,除了构成从生产到销售的完整产业链,还需要资金投入、适当监管以及文化、自然环境的支持,系统中的各个环节之间相互作用,进行信息流、资金流和物质流的交换,进而形成动态平衡

的商业生态系统。因此,本文将商业生态系统理论应用于农业会展行业,剖析农业会展生态系统的构成及治理模式,得出会展生态系统构成模型如图 1。

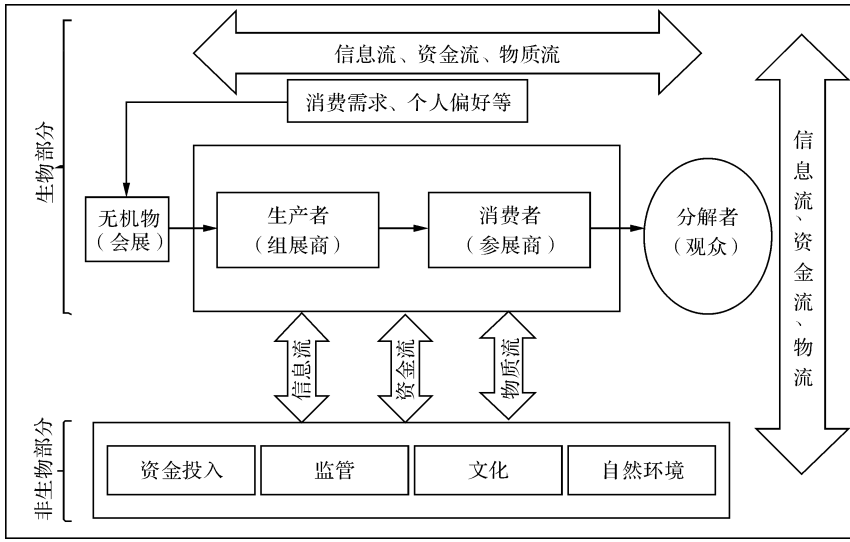


图 1 会展生态系统构成模型

在农业会展生态系统中,会展产业链作为生物部分,包括组展商(会展企业)构成的生产者、参展商构成的消费者和观众构成的分解者。生产者会展企业提供场馆运营、会展品牌运营、会展服务等会展产品;消费者参展商参加会展,消费会展产品;观众作为参展商品的最终购买者,承担了分解者的角色;三者构成了农业会展产品从生产到销售的完整产业链,是会展生态系统中的生物部分。农业会展市场环境作为非生物部分,包括资金投入、监管、文化、自然环境等方面,其与会展产业链进行信息、资金、商品等要素的交换,共同构成了完整的会展生态系统。

2. 农业会展生态系统的治理模式

农业会展生态系统中各要素并不是孤立存在的,而是相互影响、相互作用的动态整体,政府为会展行业提供政策支持和基础设施建设,企业在市场环境下生产会展产品,市场的代表者——协会向政府反馈行业动态,三者形成了会展生态系统中的重要关系,即会展行业治理关系。农业会展的治理主体有政府、协会和企业,根据主体发挥治理作用的大小,具体可分为三种治理模式:市场主导型治理模式、政府市场结合型治理模式和政府主导型治理模式^[13],如表 1 所示。

表 1 农业会展生态系统的治理模式对比

治理模式	特点	代表国家
市场主导型	会展产业链完善,政府间接扶持,市场自由度高。	美国
政府市场结合型	政府和协会协同管理,兼顾市场和宏观调控。	德国
政府主导型	政府力量强大,会展行业实力不足,市场管理以宏观调控为主。	中国

(1)市场主导型治理模式。在对会展行业进行治理时,协会起主要作用,实行自律管理。美国农业会展采取的就是较为典型的市场主导型治理模式,如图 2 所示,其特点具体表现为以下三方面:一是政府间接扶持,政府不介入会展的直接管理,主要职能是编制产业规划、开展行业统计、制定政策法规和提供配套服务;二是协会执行行业管理职能,会展业协会有国际展览管理协会(IAEM)、专业会议管理协会(PCMA)、贸易参展商协会(TSES)等,在业内都有足够的权威,能够协调行业内部关系,促进行业持续健康发展发挥着重要作用;三是市场自由进入,无需审批,不设专门的政府部门管理会展业,而是由会展行业协会负责协调和规范会展业发展^[14]。就全球而言,市场主导型治理模式比较少见,这是因为多数国家会展行业发展并不成熟,协会力量薄弱,不具备自主治理的能力。

(2)政府市场结合型治理模式。在对会展业进行治理时,政府与行业协会关系密切,协同治理。德国的展览业管理模式是典型的代行模式,如图 3 所示,其特点具体表现为以下三方面:一是政府与

协会协同治理,政府不设立专门或独立的行政部门对会展业进行直接管理,而是授权行业协会管理,协会在某种程度上成为政府的延伸机构,承担政府赋予的大量管理职能,与政府一起完成行业管理;二是政府承担一部分治理职能,包括出台相关的法律法规、加强城市基础设施和会展场馆的建设、拥有会展公司股份等;三是协会具有较强的管理权限,政府规定企业必须加入行业商会,德国经济展览和博览会委员会(AUMA)对全国会展市场进行统一的协调管理,并向企业或政府提供资质鉴定、行业标准制定、行业数据分析和咨询等服务。

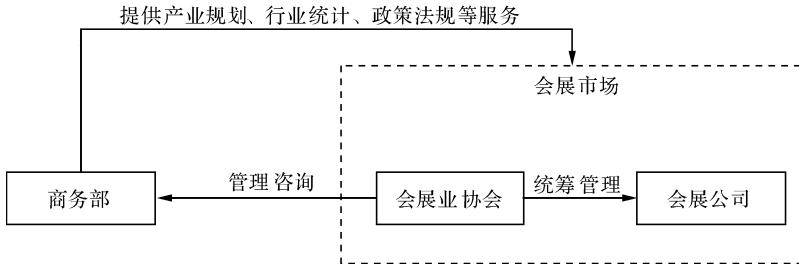


图 2 美国会展治理模式

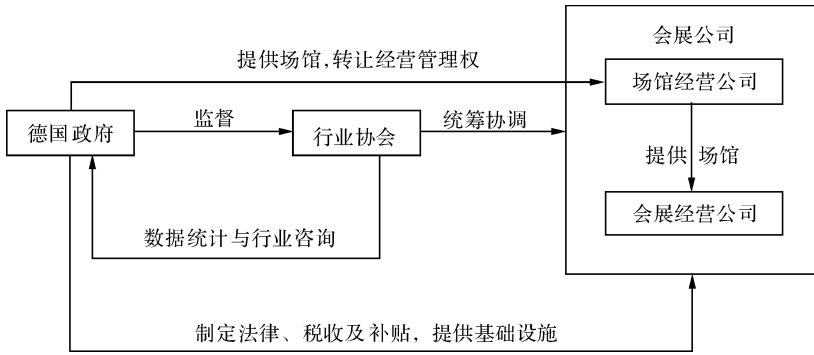


图 3 德国会展治理模式

(3)政府主导型治理模式。在对会展业进行治理时,政府设置专门的行政部门干预行业发展,并在治理中起主导作用。在会展业新兴国家,政府为了迅速提高国内会展业水平,会直接采取行政手段干预。我国农业会展采取的就是政府主导型治理模式,如图 4 所示,其特点主要体现在以下四方面:一是发布行业管理相关法律法规。有《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》《关于加强展览业标准化工作的指导意见》《国家质检总局关于做好重要会展检验检疫工作的意见》《会展知识产权保护办法》等,通过法律法规来规范行业秩序。二是设有农业会展行政管理机构。通过农业部农

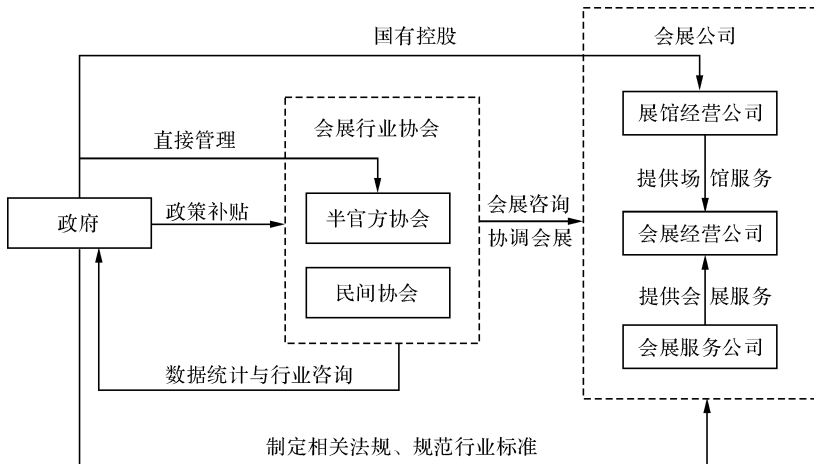


图 4 中国会展治理与生态系统

业贸易促进中心(联络合作处、贸易促进处和会展处)开展农业会展的举办和承办、分类评级、行业管理等工作。三是扶持行业发展。政府借助行政命令和经济刺激等方式,吸引地方办展、企业参展,比如发布会展行政文件、官员参与会展发言、设立会展专项补贴等,推动农业会展行业的发展。四是行业基础设施建设。政府往往既是展馆的投资者和管理者,又是会展的主办方。我国大型场馆多数是由政府投资建设的,知名的农业会展也都是由农业部或地方农业局主办的,2016年评出的46个3A级以上的农业会展中,就有34个是政府主办或参与主办的^[15]。

3. 农业会展生态系统的发展路径

会展生态系统的构建完善与否,直接关系到整个行业的发展水平,其未来发展在于其获得长期进展和自我更新的能力^[16]。当前我国已经基本建成了农业会展生态系统,在政府的指导下,建立了从“会展—组展商—参展商—观众”的会展产业链。但是,我国的农业会展仍处于起步阶段,很多方面还较不完善,今后较长时间仍需要持续不断地建设和发展。

(1) 壮大会展产业链。会展产业链作为农业会展生态系统的生物部分,是整个系统中至关重要的核心组成部分。会展产业链中的组展商、参展商和观众串起了会展从组展、参展到会展被分解的全过程,农业会展生态系统中的生物物质流动依次展开。随着会展行业越来越受到重视,我国许多地区都将发展会展业作为提振本地经济发展的重要契机,为此投入大量的资源,但是多数城市的会展业发展并没有实现预期的产业带动效应,很重要的一个原因就是会展产业实力不足。由于会展企业实力弱小、参展企业流失及会展人才缺乏等问题的存在,会展产业尤其是农业会展发展缓慢。除此之外,我国农业会展行业还面临着强有力的“外来物种入侵”——国际知名农业会展品牌和大型会展企业纷纷进入中国市场,直接参与分割国内农业会展市场。置身激烈的市场竞争中,如果不建立高效的治理模式和完备的会展生态系统,未来必将在与国际农业会展竞争中落得下风,阻碍农业会展甚至是农业产业的健康发展。

(2) 重视政府的资源投入。生态系统是一个开放的系统,需要不断从外界输入能量来维系自身的稳定,否则就有崩溃的危险。在农业会展生态系统中也是如此,农业会展的发展需要来自外界力量的扶持,其好坏除了与农业会展产业链直接相关,还受到所处外部环境因素的影响。外部环境是一个生态系统生存的基础,其条件的好坏决定生态系统的复杂程度和其中生物群落的丰富度。影响农业会展生态系统的外部因素包括资金投入、监管、文化、自然环境、标准制定、社会规范等因素^[17]。而这些因素主要受到政府政策的影响,尤其是对行业的监管、标准的制定和社会规范等,都是由政府制定的相关政策法规相关联。因此,要促进农业会展行业的发展,就要重视政府的资源投入,加强政府在立法和监管、标准制定、资金扶持等方面的作用,营造良好的行业氛围。

(3) 促进农业会展产业与社会环境的高效互动。商业生态系统运行的关键在于治理机制能够保障成员企业间形成同步互动和高效有序的协作,治理机制是协调交易各方利益、防止机会主义行为发生的一整套正式和非正式的制度安排和准则,是商业生态系统治理的核心^[18]。事实上,商业生态系统这一概念的提出就是为了突出企业与环境协同发展的重要作用^[19],农业会展生态系统不是对各要素的简单拼凑,而是相互作用、相互依存的整体。会展产业不仅要受到诸如立法和监管、资金投入、自然环境等外来因素的影响,与公共交通、酒店餐饮、休闲旅游、地产开发等产业融合发展,还需要会展产业与环境的协同治理,建立公平、有序的会展治理模式,充分发挥政府、协会的治理功能和企业的主动性,在政府、企业、协会以及观众之间搭建良好的互动平台,促进农业会展生态系统的和谐、稳定、有序发展。

三、湖北农业会展发展概况

雄厚的农业基础实力和便捷的交通为湖北发展农业会展提供了良好的产业基础,农业会展发展成效显著,湖北已经初步建立了政府主导型的农业会展生态系,呈现出办展实力增强、政府起主导作用、以武汉为主等方面的发展特征。不过,湖北的农业会展也存在会展治理系统性有待加强、协会力量薄弱、主体意识不强等诸多发展空间。其在农业会展中作出的努力和体现出的问题,为中西部欠发达地区发展农业会展提供了较强的参考价值。

1. 发展特征

(1)办展实力增强。湖北已经成为中部农业会展中的重要一员,据商务部发布的2016年中国会展行业发展报告中指出,湖北省办展面积达307万平方米,居全国12位,在中部六省中仅次于河南(办展面积323万平方米)。当前湖北已经建成一批功能齐全的场馆设施,可租面积在5万平方米以上的展馆有武汉国际博览中心、武汉国际会展中心、中国(武汉)文化博览中心;培育了一批具有全国知名度的会展品牌,中国武汉农业博览会、中国(武汉)国际农业机械展览会、国际(武汉)畜牧业交易会、武汉茶业博览交易会(分春秋两季)、武汉钓鱼及户外用品展览会等会展品牌影响力逐步增强;农业会展作为农业和服务业交汇的产业,在提升湖北农产品品牌知名度,带动相关产业发展上起到了重要作用^[20]。

(2)政府起主导作用。为促进会展行业的发展,湖北省政府先后发布了多项指导意见和管理条例。在国务院关于展览业文件的指导下,湖北省政府于2015年颁布《湖北省人民政府办公厅关于进一步促进展览业改革发展的实施意见》,同年出台《湖北省节庆活动管理实施细则》和《湖北省党政机关境内举办展会活动管理实施细则》,遏制节庆会展举办乱象。同时,政府推动建立了官方或者半官方的行业协会,例如湖北省贸促会对外交流促进中心是湖北省机构编制委员会批准的事业单位,是原外经贸部授权的湖北省内举办国际性展览会、境外参展的唯一专业机构。政府还为会展业提供基础设施服务,目前我省大型的展馆均是由政府出资建成的,如武汉国际博览中心、武汉国际会展中心、武汉科技会展中心、三峡国际会展中心等。一些大型会展的主办权仍旧掌握在政府手中,并通过行政手段干预重要农业会展的具体举办过程,如武汉农博会由国家农业部、湖北省人民政府主办,武汉市人民政府、湖北省农业厅承办,政府拟定武汉农博会的具体筹备方案。

(3)以武汉为中心。农业类会展办展地点的选取主要有两类,一类是借助信息传播迅速、基础设施完备的国际性大都市办展,还有一类就是集中在农业产业发达的地区(如寿光、杨凌等地)办展,以促进当地农产品销售。湖北农业会展办展以第一类为主,借助武汉发达的交通、众多大型场馆以及便捷的资讯办展,形成了以武汉为中心的农业会展分布格局。全省会展举办地主要集中在武汉,武汉在中国城市展览业发展综合指数排名的164个城市中居第10位,其余地市均未上榜。《关于进一步促进展览业改革发展的实施意见》就曾指出,要立足湖北区位优势,重点扶持和培育一批规模大、质量高的大型会展,以武汉为中心、各市州为侧翼,逐步形成布局合理、结构优化、功能完善、竞争有序、发展均衡、专业化和国际化程度较高的现代展览产业体系。

2. 创新空间

客观来讲,湖北农业会展与湖北农业在全国中重要地位是不相称的,农业会展的发展仍存在诸多不足,为农业会展治理提供改进的空间。

(1)会展治理的系统性有待加强。湖北对会展业的治理并没有形成一套系统完备、运行有效的体系,在会展资格审查、标准设定、财务审计、市场监管、知识产权保护和数据统计等方面缺乏明确的政策引导,相较北京、上海、广州等会展发达地区仍有较大差距。同时,湖北省并没有针对会展行业设立专门的管理部门,省内会展业由湖北省商务厅服务贸易处统一管理,再加上会展涉及部门众多,“各管一摊”、“政出多门”式的管理缺乏政策统筹力度和行政负责机制。尤其是在市场监管上,针对目前会展行业出现的市场竞争无序、无证办展、主题冲突、虚假广告、知识产权等问题,没有明确的管理部门来负责,也没有相应的法律法规来约束监督。

(2)协会在会展治理系统中的力量薄弱。首先,协会数量少。湖北省会展行业协会除了贸促会外,还有湖北省节庆会展研究会、湖北省会展业商会(与武汉市会展行业协会为同一套领导班子)、湖北省会展经济发展促进会等4家民间协会,这些民间协会对自身的发展缺乏清晰的定位。其次,民间协会的实力较弱。这几家民间协会的业务范围主要是宣传贯彻政府相关政策法规、组织会员开展交流合作、出版会展相关刊物等,在展览协调、资讯发布、数据收集、行业研究、会展评估以及管理咨询等均缺乏建树。同时,这些协会也没有建立对外宣传的官方网站,有的协会甚至长时间不举办活动,成为“僵尸”协会。协会的力量弱小,在会展治理系统中话语权不足,对会展行业发展的推动力有所不

足。本该由协会自我监管的工作就落到了政府头上,这也是湖北会展行业主要依靠政府扶持的重要原因。

(3)会展治理系统中企业的主体意识不强。会展企业作为会展行业的主体,其规模和实力决定了一个地区会展行业发展水平的高地。湖北现有会展企业 1 000 多家,但是多数是注册资本 500 万以下的小微企业,大型公司则主要是由国有展馆经营公司构成。与北京、上海等地相比,湖北会展公司在数量、规模、知名度、实力和市场运作能力等方面仍有不足,不能很好地支持本地会展治理系统的有序运转。截至 2016 年,全国 114 家 UFI 组展机构成员中无一家湖北企业。会展企业实力不足,使不少会展品牌落户外地,甚至在湖北展出的全国性农业会展(如第 30 届中国植保信息交流暨农药械交易会)常常选择湖北以外的会展企业提供会展相关服务。市场主体的发育不足,导致湖北会展市场缺乏竞争力,整体处于低水平发展状况。其次,为数众多的民营会展小企业自身存在诸多问题,内部管理混乱与外部无序竞争并存,企业往往只看重眼前利益,没有充分认识到目前的市场格局,不能抵御国内外优秀会展企业入鄂带来的市场竞争。

四、湖北农业会展生态系统建设的趋势与建议

湖北作为我国典型的农业大省,其农业会展的发展趋势具有一定的代表性。随着农业会展朝着更加市场化、品牌化、专业化、国际化、信息化的方向发展,新的商业模式不断出现,农业会展将不仅仅局限于提供资讯、技术,其在农业及社会经济系统中发挥的指引与推动作用将会越来越凸显。基于以上分析,湖北省农业会展行业应在以下三方面加大力度,才能在激烈竞争中抓住机遇、赢得先机,获得长足的发展。

1. 提升抵御外来竞争的能力

当前我国农业会展与国际市场的联系日趋紧密,除了国内农业企业出国参展外,还有大量会展企业进入中国市场。从 2000 年法国高美爱博展览集团在上海举办国际食品展(SIAL CHINA)起,之后德国纽伦堡展览公司、科隆公司、汉诺威公司等外企通过设立办事处、会展品牌移植、建立合资公司等方式进入中国市场。随着全球化的进一步发展,农业会展行业将会进一步与国际接轨。面对农业会展国际化趋势,应当深入了解国际农业会展生态系统构成,找准湖北在整个国际市场中的定位。尤其要加深对湖北农产品主要出口国的农业会展市场的了解,积极参展、办展,增强自身在整个市场环境中的国际话语权,联络当地知名农业企业及相关机构,让农业会展真正服务于湖北农产品出口事业的发展。

2. 构建完善的农业会展治理模式

当前,东部地区已经确立了其在我国农业会展中的领先地位,中部各省都希望成为中部地区会展业的“中心”或“龙头”,湖北省会展业面临着巨大的挑战。尤其是在会展行业管理上,仍缺乏足够的监管与扶持。因此湖北要将工作重心放在完善湖北农业会展治理模式上,增强农业会展配置资源的能力和效率。首先,充分发挥政府的作用,在政策统筹、数据统计、行业信息发布、完善行业法律法规、提供基础设施建设服务等方面下足功夫。其次,推动省级行业协会发展,提供资讯发布、数据收集、行业研究、会展评估、管理咨询等方面的服务,防止会展投资的盲目性和举办过程中可能出现的无序现象,提高资源配置效率。最后,通过政府出资、建立奖补政策等方式,加快培育有实力的会展公司和会展品牌,提升湖北会展行业的综合实力。多方协作,共同打造湖北农业会展生态系统,让湖北在国内农业会展市场上发挥更加重要的作用。

3. 深化会展与社会环境的融合

农业会展生态系统不是孤立存在的系统,而是需要与外界环境高度融合的系统,会展举办过程和业务运营都需要与多种产业相结合^[21]。农业会展生态系统的建立,需要外界提供资金、文化、自然环境以及交通等方面的资源。这就要求湖北在发展农业会展时,不能为了发展而发展,要将农业会展与现有商业生态系统进行有机地结合,通过将公共交通、金融保险、商贸商务、酒店餐饮、休闲旅游、地产开发等产业与农业会展融合发展,形成省内会展产业一条龙服务,为推动农业会展行业的发展提供有

力的保障。再者,利用农业会展的产业带动作用,将农业会展的发展与城市的功能定位相结合,充分发挥会展对城市文化环境和经济发展的宣传作用,打造地区专属的品牌形象。

参 考 文 献

- [1] 邓秀新.现代农业与农业发展[J].华中农业大学学报(社会科学版),2014(1):1-4.
- [2] 刘启正.我国农业会展绩效评价与发展对策研究[D].北京:中国农业科学院,2012.
- [3] 周路.如何提高农业会展对农产品贸易的促进作用[J].改革与开放,2014(14):13-13.
- [4] 赵文珺.从长春农博会看农业会展经济在“三农”工作中的作用[J].吉林农业,2013(1):38-39.
- [5] PALAY S L. Festivals, special events, and the “rising tide”[J].International journal of culture, tourism and hospitality research, 2013, 7(2):163-168.
- [6] 吴林华.农业会展业的现状及发展趋势——以山东为例[J].中国集体经济,2013(7):120-120.
- [7] 于孔燕.中国农业会展业发展趋势分析[J].世界农业,2013(5):134-137.
- [8] 张红丽,周海文.中国农业会展行业发展现状、问题及对策研究[J].改革与战略,2015(9):100-103.
- [9] 汪海燕,朱京燕.北京会展农业运行机制研究[J].农学学报,2013,3(5):66-69.
- [10] 李明.农业会展的体制机制障碍及创新[J].商场现代化,2016(14):244-245.
- [11] 刘启正.我国农业会展绩效评价与发展对策研究[D].北京:中国农业科学院,2012.
- [12] 刘秀琴,黄耀斌,蔡嘉森,等.中国农业竞争力国际比较[J].华中农业大学学报(社会科学版),2014(5):34-39.
- [13] 庾为.会展业管理模式的国际经验与启示[J].商业时代,2009(6):93-94.
- [14] 赵京晨.关于建立和完善政府对国际展览行业政策支持体系的研究[D].北京:北京对外经济贸易大学,2009.
- [15] 中国国际贸促会农业行业分会. 2016年度农业展会分类认定结果[EB/OL].(2017-05-16)[2017-07-01].http://www.moa.gov.cn/fwllm/hxgg/201705/t20170516_5610354.htm.
- [16] PERFETTO M C, SANCHEZ A V, PRESENZA A. Managing a complex adaptive ecosystem: towards a smart management of industrial heritage tourism[J]. Journal of spatial & organizational dynamics, 2016(4):243-264.
- [17] MÄKINEN S J, DEDEHAYIR O. Business ecosystem evolution and strategic considerations: a literature review[C]// International Ice Conference on Engineering, Technology and Innovation. IEEE, 2012:1-10.
- [18] 尹波,赵军,敖治平,等.商业生态系统构建、治理与创新研究——以泸州老窖商业生态系统战略为例[J].软科学,2015(6):46-50.
- [19] RONG K, LIU Z, SHI Y. Reshaping the business ecosystem in China: case studies and implications[J]. Journal of science & technology policy in China, 2011, 2(2):171-192.
- [20] 商务部服务贸易和商贸服务业司.中国会展行业发展报告 2016[EB/OL].(2017-01-26)[2017-07-01].<http://www.mofcom.gov.cn/article/gzyb/ybr/201702/20170202512321.shtml>.
- [21] 王起静.会展产业的本质及发展模式研究[J].北京第二外国语学院学报,2013,35(9):75-82.

(责任编辑:陈万红)