

会展业竞争力与省际贸易壁垒研究 ——基于中国省级数据的实证分析

周晓唯, 叶倩

(陕西师范大学国际商学院, 陕西西安, 710062)

摘要:现代会展业作为一种区域间联系的纽带, 已日渐成为省际经贸合作的重要载体, 正确认识会展业对贸易的激励作用有利于带动中国省际贸易与国际贸易的协调发展。文章通过构建会展业竞争力模型, 衡量了中国 29 个省市的会展业竞争力水平, 并对会展业竞争力与省际贸易壁垒的相关性进行了检验。实证结果表明, 会展业竞争力与省际贸易壁垒之间存在负相关关系, 会展业的繁荣有助于降低我国的省际贸易壁垒, 推进省际贸易发展和国内经济一体化, 缓解国内市场分割的现状。

关键词:会展经济; 会展业; 省际贸易; 贸易壁垒

中图分类号: F712.9

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2011)01-0074-06

一、引言

始于 1950 年代末的广交会, 为中国会展经济的蓬勃发展揭开了新的篇章。经过改革开放后的快速发展, 会展业已成为中国贸易合作与协调的重要方式。近年来, 我国区域经济已逐步迈入了跨界整合的经济一体化阶段。会展业作为最具活力的第三产业, 为省市间的资源整合提供了共享共融的理念。通过发挥自身的产业优势, 会展业保障了省际生产要素和商品的自由流动, 对于实现区域内经济结构互补和经济一体化的良性发展做出了贡献。Poncet 曾指出中国在市场改革的过程中, 由于地方保护主义和省份间的经济自主权, 省际的行政边界导致了省际贸易壁垒的增强和省际贸易强度的减弱^[1]。范爱军、孙宁通过测算中国的省际贸易流量, 指出我国目前的进口关税平均水平已经低于 10%, 而国内省际贸易壁垒的等价关税^①却依然大于 50%^[2]。我国各省经济分割的现象对省际贸易造成的障碍仍然呈上升趋势, 要实现国内市场的一体化还要做出很多努力。

2009 年初, 中国商务部根据《国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见》政策方略, 出台了《关于抓好 2009 年商贸会展促进消费活动的意见》, 旨在为

会展业促进国内贸易提供政策引导。2009 年举办的第 106 届中国出口商品交易会(又称广交会)也首次设立了国内采购中心, 举办了内外贸对接洽谈会和出口转内销论坛, 鼓励对我国外贸商品有需求的国内商家走进广交会采购, 为中国实现内外贸的对接提供便利。笔者拟从我国会展业与贸易互促发展的现实背景出发, 建立相应的模型, 对中国会展业竞争力与省际贸易壁垒的关系进行实证检验。在系统回顾和借鉴既有研究成果基础上, 剖析会展业对省际贸易的作用机理和支持效应, 并就如何提升会展业竞争力, 进一步发挥会展业对国内贸易的推进作用提出相应的对策建议。

二、文献综述

国外发达国家的会展经济起步较早, 对于会展业与贸易的研究较多结合消费者行为学和组织行为学的方法, 阐述了会展组织者与参展贸易商的有关行为特征, 用以指导会展业的营销和贸易合作。其中, 1951 年拉科赫斯发表的《漫谈展览会》和 1954 年泰姆普莱顿编写的《商人的博览会和展览会》, 首次对初级的会展业做了简单的概述和解释。后来, 美国的韩伦(Hanlon A.)于 1982 年出版了《Trade Show in Marketing

收稿日期: 2010-09-20; 修回日期: 2010-10-10

基金项目: 西安市社科规划课题“会展业市场化与发展战略研究”(09J76); 陕西师范大学 211 项目重点课题“中国特色的发展经济学研究”

作者简介: 周晓唯(1963-), 男, 四川乐山人, 博士, 陕西师范大学国际商学院教授, 博士生导师, 主要研究方向: 会展经济学, 国际贸易规制; 叶倩(1986-), 女, 浙江开化人, 陕西师范大学国际商学院硕士研究生, 主要研究方向: 会展经济学, 国际贸易规制。

Mix》,将博览会作为一种高效的贸易营销工具,探讨了贸易展会的经济意义,贸易客户关系和贸易成本控制等相关事宜。1991年,克里斯汀·克里斯曼撰写了《贸易博览会展示大全》,着重阐述了贸易展会的筹备和运作管理的基本流程。此外,国外还有许多和会展贸易相关的刊物,如国际博览会联盟主办的《博览会和展览会》,德国的《国际贸易展览会》,但这些刊物较多的是介绍世界各地的会展业信息,而不侧重于深入的学术研究。

近年来,国内学者通过借鉴西方会展业的发展经验,对中国会展业进行了对比研究和定性分析。概括而言,当前对于会展业的研究主要基于以下几个视角:(1)中国会展业整体发展及对策研究;(2)会展业与区域经济发展的相关性研究;(3)会展业对关联产业的带动作用。目前,针对会展业贸易效应的研究较为欠缺,而会展业的主体功能之一就是促进国内外贸易的可持续发展。毛晓红(2007)以南宁举办中国-东盟博览会为例,指出会展业具有极强的城市边际递增效应,可以通过改变城市的生产力要素流向,进一步优化城市功能结构。会展业的发展将会构建城市网络,提升中国地方经济的一体化和开放度,实现国民经济资源配置的合理化和宏观政策内容的具体化^[3]。曾衍文(2007)从信息不对称性的角度探讨了会展业对国际贸易出口额的影响,指出会展业是解决国际贸易中信息不对称问题的重要手段,有利于促成国际贸易双方建立信任的交易关系^[4]。肖玲凤(2008)通过研究宁波市承办“消博会”的实践经验,探讨了中国会展业的贸易功能提升和核心竞争力的定位,提出会展业要依托市场集聚辐射的优势为全国的贸易产业作支撑^[5]。王新平(2008)指出国际贸易的扩大将有力的支撑我国会展业的发展,要建立有利于会展业和贸易相结合的新机制,推动两者互动发展^[6]。

综上所述,国内对于会展业的研究更多带有规范经济学的性质,较少采用标准的产业经济学、数理推导和计量分析等方法对会展业的经济效应进行深入研究。会展业作为传统贸易领域的一项制度创新,对于降低中国省际贸易壁垒和优化贸易结构的影响尚待研究。笔者从实证的角度论证了会展业与国内省际贸易壁垒的关联效应,不仅可以有效地拓展会展业的研究内容,而且也可以为相关产业政策的研究奠定基础。

三、模型构建与实证检验

(一) 中国省市会展业竞争力的测评

本文参照国际展览联盟指出的会展业发展要素^②和迈克尔·波特的产业钻石模型^③的各项指标,结合中国会展业的经济特点,尝试性地构建出省市会展业竞争力的综合评价指标体系,以此来测算中国省市会展业竞争力指数。

1. 模型的构建

会展业竞争力关系到省市社会经济的诸多方面,是一个综合评测体系。本文通过构建一个层次性的指标框架,并赋予相应的权重来计算^[7]。在该层次指标体系中,第一层指标选取与会展业发展水平紧密相连的5个方面来衡量:会展产业竞争力、经济竞争力、社会事业竞争力、区位竞争力和旅游业竞争力^④。第二层指标旨在细化和进一步解释第一层衡量性指标。其中,地理区位的测算标准为:首都5分,直辖市4分,沿海省市由于其经济的外向性特加1分。综上所述,参照会展业规划和管理部门的建议所构建出省市会展业竞争力综合评价指标体系如表1所示。

省市会展业竞争力综合指标体系的模型如下:

$$D_i = \sum_{j=1}^m W_j S_{ij} \quad (1 \leq j \leq n) \quad (1)$$

其中, D 为第 i 个省市的会展业竞争力综合指数值; W 为第 j 个因子的权重, S 为第 i 个省市第 j 个因子的标准值, m 为因子数, n 为省市数。在计算时,因子的标准值选择省市中该因子的第三分位数作为 Q ,原始值转换为标准值的公式如下:

$$S_{ij}=1 \quad \text{当 } S_{ij}/Q_{ij} \geq 1 \quad (2)$$

$$S_{ij}=S_{ij}/Q_{ij} \quad \text{当 } S_{ij}/Q_{ij} < 1 \quad (3)$$

2. 样本的选取与结果说明

根据以上指标体系导入相应数据和所占权重,运用数学模型计算得出各省市会展业竞争力的综合指数,然后依据相应结果对各省市的会展业竞争力进行定位。我国29个省市的会展业竞争力指数如表2所示。

从表2可以看出,中国会展业竞争力较大的省市多分布在经济发达的东部地区及沿海领域。这些省市拥有良好的政治区位,丰富的旅游资源以及便捷的交通,较好的满足了会展业内部发展和外部产业支持的需要,具有推动和提升区域会展业整体发展的能力。其表现出的特征是会展业基础设施完备,会展市场供给需求旺盛,经济辐射力强,对外贸易和文化联系广泛等,这些综合实力均是驱动省市会展业竞争力提升的关键因素。从会展业的布局来看,中国目前已形成了以广东为中心的华南会展业经济带,以北京为中心的华北会展业经济带和以上海为中心的华东会展业经济带。从表中的数据还可以看出,东北省份借助于边

表 1 各省市会展业竞争力综合评价指标体系

层次	一级指标	权重	层次	二级指标	参考权重
A1	会展产业竞争力	3.0	B1	会展展览面积	1.0
			B2	展馆室内面积	0.5
			B3	会展成交额	0.5
			B4	主要展馆数量	1.0
A2	经济竞争力	2.0	B5	国内生产总值	0.6
			B6	财政总收入	0.6
			B7	贸易商品销售总额	0.8
A3	社会事业竞争力	1.8	B8	教育投入经费	0.8
			B9	第三产业比重	1.0
A4	区位优势	2.0	B10	货运总量	0.4
			B11	客运总量	0.6
			B12	地理区位	1.0
A5	旅游业竞争力	1.2	B13	旅游总收入量	0.8
			B14	入境旅游人数	0.4

表 2 中国省市会展业竞争力测算结果

排名	省市	综合指数	排名	省市	综合指数
1	广东	10.00	16	河北	6.73
2	浙江	10.00	17	陕西	6.30
3	江苏	9.97	18	重庆	5.93
4	山东	9.85	19	云南	5.59
5	辽宁	9.62	20	黑龙江	5.47
6	上海	9.26	21	内蒙古	5.41
7	北京	8.97	22	吉林	5.00
8	福建	8.93	23	山西	4.60
9	湖南	7.52	24	江西	4.44
10	河南	7.37	25	新疆	3.55
11	湖北	7.24	26	贵州	3.41
12	四川	7.14	27	甘肃	3.23
13	天津	7.00	28	青海	3.10
14	安徽	6.95	29	宁夏	2.57
15	广西	6.91			

注：本统计不包括西藏和海南，原因是西藏相关的会展统计数据尚缺，海南由于跟内地没有陆路交通，故被略去。
资料来源：《2008 中国会展经济发展报告》、《2009 中国会展经济发展报告》、2009《中国统计年鉴》。

境贸易的不断兴盛，以辽宁和黑龙江为主导的东北边贸会展业也日趋繁荣。随着西部大开发战略的开展，湖北、四川和陕西等中西部省份的会展业经济带也逐渐形成。这些会展业经济带所形成的贸易网络，将为中国的省际贸易提供推力，成为降低省际贸易壁垒的重要力量。

(二) 会展业竞争力与省际贸易壁垒相关系数的测算

本文将采用 SPSS 统计软件，计算会展业竞争力与省际贸易壁垒之间的皮尔逊(Pearson)相关系数，以衡量两者的相关性。皮尔逊相关系数，它描述了两个定距变量间联系的紧密程度。样本的简单相关系数一般用 r 表示，计算公式为：

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}} \tag{4}$$

其中 n 为样本量， X_i 、 $\bar{X}$ 、 Y_i 、 $\bar{Y}$ 分别为 X 与 Y 两个变量的观测值和均值。 r 描述的是两个变量间线性相关性的强弱的程度。 r 的取值在-1 与 1 之间，若 $r>0$ ，表明两个变量正相关，即一个变量的值会随着另一个变量的值增大而增大；相反，若 $r<0$ ，表明两个变量负相关，即一个变量的值会随着另一个变量的值增大而减小。 r 的绝对值越大，表明两个变量的相关性越强，若 $r=0$ ，表明两个变量间没有线性关系。

1. 数据描述

省际贸易壁垒是指所有增加各省之间商品交换成本，阻碍商品流通和影响自由贸易的现象。中国省际贸易壁垒形成的因素有很多，其中，多数研究指出地方保护主义被视为是造成省际贸易壁垒和国内经济分割的主要因素之一，并通过量化各省市政府消费占地方 GDP 的比重来测算地方保护的力度^[8]。政府消费不同于私人投资，该比重越高，代表政府对地方经济的

干预能力越强，政府对本省贸易的偏好和保护程度越高。中国地方保护主义的存在使得跨区域的贸易企业面对了难以突破的多元行政分割形成的利益边界，区际贸易充满利益摩擦的冲突与矛盾^[9]。鉴于此，文章将采用政府消费比重与会展业竞争力的交互系数来表示会展业对各省市地方保护主义程度的影响。

出口占销售总额的比重和进口占购进总额的比重反映了各省市的贸易外向度，进出口贸易的强度代表着各省市货物进出的便利和通畅程度^[10]。如果该省市的批发零售商品购销渠道较为通畅，贸易外向度高，则代表其省际间贸易壁垒较弱，相反则体现出较高的省际贸易壁垒程度。此外，被用于 SPSS 分析的数据还引用了赵永亮、徐勇和苏桂富利用多重面板数据所测算的中国各省市的边界效应指数[®]，边界效应指数被看成是该省市与其他地区整体的贸易壁垒程度，其中包括由于地方保护、制度因素和本土偏好等因素所形成的省际贸易壁垒^[11]。

2. 实证分析

通过 SPSS 分析软件的计算，可得出各个指标之间的相互关系，具体结果如表 4 所示。

经计算可得，各省市的会展业竞争力指数与衡量省际贸易壁垒的所有指标，其相关性都通过了双尾的显著性检验。如表 4 所示，会展业竞争力与地方保护程度、边界效应指数均呈负相关性，两者的皮尔逊相关指数分别为-0.490 和-0.685，说明会展业竞争力的提升将降低形成中国省市间贸易壁垒的主要因素。地方保护主义会导致省际贸易中交易成本的提升，使得全国性贸易要素市场不统一，阻碍省际贸易的顺利进行^[12]。边界效应指数通常被界定为除去不同省市间由于经济规模或空间距离外的其它因素所造成的省际贸易壁垒。省际贸易壁垒的存在和扩展，不仅不能使各省市之间形成有效的分工机制，而且会导致产业结构的趋同和资源的垄断。从上表可知，会展业竞争力与边界效应指数的负相关系数最高，说明会展业为国内市场提供的网状经济联合与经济协作机制，提升了省市间信息、商品、资金和技术的交换效率，使得形成地方性贸易保护和贸易壁垒的综合因素得以消除。会展业利用自身的流通媒介和声誉机制构建起信息交换的平台，能使商品的市场规模延伸并覆盖国内各省市，打破省份边界效应对贸易双方的影响，从而增加省际贸易量和省市经济的协调性。

与会展业竞争力存在正相关性的是各省市的贸易外向度，这说明会展业的繁荣可以提升各省市的贸易外向度。会展业的集聚效应能够保持省市间贸易进出口的通畅，增强省市经济与国内外市场的融合度。贸

表 3 SPSS 分析的数据汇总

省市	会展业竞争力指数	政府消费占 GDP 比重	出口占销售总额比重	进口占购进总额比重
北 京	8.970 0	0.252 5	0.093 3	0.172 9
天 津	7.000 0	0.143 7	0.291 1	0.351 2
河 北	6.730 0	0.135 4	0.508 8	0.444 1
山 西	4.600 0	0.129 4	0.266 0	0.130 1
内 蒙 古	5.410 0	0.160 2	0.150 1	0.218 1
辽 宁	9.620 0	0.102 8	0.327 9	0.367 1
吉 林	5.000 0	0.151 5	0.112 4	0.229 5
黑 龙 江	5.470 0	0.188 8	0.283 4	0.377 8
上 海	9.260 0	0.137 4	0.375 1	0.426 9
江 苏	9.970 0	0.142 7	0.828 9	0.713 2
浙 江	10.000 0	0.118 3	0.638 7	0.313 7
安 徽	6.950 0	0.104 2	0.198 8	0.187 5
福 建	8.930 0	0.123 1	0.676 4	0.441 5
江 西	4.440 0	0.116 9	0.403 5	0.472 2
山 东	9.850 0	0.144 4	0.570 1	0.600 7
河 南	7.370 0	0.121 6	0.192 4	0.135 1
湖 北	7.240 0	0.147 1	0.128 5	0.123 0
湖 南	7.520 0	0.146 1	0.232 1	0.143 7
广 东	10.000 0	0.111 3	1.277 9	1.034 3
广 西	6.910 0	0.130 0	0.237 7	0.311 3
重 庆	5.930 0	0.160 5	0.128 3	0.101 6
四 川	7.140 0	0.128 1	0.180 4	0.196 5
贵 州	3.410 0	0.176 6	0.176 8	0.183 6
云 南	5.590 0	0.150 8	0.101 2	0.125 9
陕 西	6.300 0	0.096 4	0.189 3	0.141 9
甘 肃	3.230 0	0.211 8	0.079 6	0.233 9
青 海	3.100 0	0.282 0	0.095 4	0.109 5
宁 夏	2.570 0	0.176 6	0.243 6	0.135 6
新 疆	3.550 0	0.255 8	0.448 2	0.171 0

资料来源：2009 年《中国统计年鉴》。

易外向度高的省市多为沿海城市，一般拥有完备的交通基础设施，不仅对外贸易的依存度高，而且也更有利于参与内陆省份的双边贸易。而中西部省市由于封闭的地理区位，欠发达的交通条件以及信息的闭塞，省际贸易壁垒较高，对外贸易的发展程度普遍较弱。从上表可以看出，会展业从生产流通、投资消费和资源配置的多层次，多形式的交织和融合，将带动全国贸易要素的流通以便形成最优的产业配置体系，有助于提升中西部省市商品的贸易外向度和国际竞争力，以缓解东西部省份的经济差距。会展业在促进内贸等方面的作用已日益为企业所接受和重视，市场的旺盛

表 4 会展业竞争力与省际贸易壁垒的相关分析结果

		Correlations				
		会展业竞争力指数	政府消费占省市 GDP 比重	边界效应指数	进口占购进总额比重	出口占销售总额比重
会展业竞争力指数	Pearson Correlation	1	-.490**	-.685**	.565**	.570**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.001	.001
政府消费占省市 GDP 比重	Pearson Correlation	-.490**	1	.528**	-.323	-.322**
	Sig. (2-tailed)	.007		.003	.088	.088
边界效应指数	Pearson Correlation	-.685**	.528**	1	-.355	-.341
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.069	.082
进口占购进总额比重	Pearson Correlation	.565**	-.323	-.355	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.001	.088	.069		.000
出口占销售总额比重	Pearson Correlation	.570**	-.322	-.341	-.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.088	.082	.000	

注：**表示通过 10%的显著性水平。

需求也为会展业注入了强劲的动力。

四、政策建议

本文以中国各省市为横截面单位,选取相应数据,探讨了省市会展业竞争力的提升对降低省际贸易壁垒,建立国内统一市场的积极作用。为进一步提升会展业对省际贸易发展的促进作用,就建设我国区域共同市场和贸易合作等问题提出以下政策建议:

(1) 提升会展业的市场化程度,建立省际间的会展产业链,加强省际间的贸易合作。我国政府应积极借鉴发达国家的会展业管理经验,推动会展业市场化运营,建立高附加值的会展产业链,鼓励各省外贸企业发挥产业集群的联动效应和规模效应,带动商品要素跨省份的流动和交换。积极培育省市的巡展品牌会展,在注重宏观规划和省际协调的基础上,建立流动型会展组织。会展业的出展渠道应寻求多样化,不再局限于贸促会的统一规划,而是由贸促会、商协会、专业会展公司和贸易机构共同形成多层次,多形式的办展格局。通过会展产业链整合各方资源,积极开展省际贸易营销拓展市场,实现省际优势互补和区域经济协调发展,打破行政边界对于国内贸易的阻碍作用。

(2) 积极利用信息技术,建立省际间会展业信息共享的数据库。在欧美国家,利用网络上的会展业平台进行贸易活动已经是一种普遍现象。现代信息技术为会展业信息的高效交流创造了条件,实物会展和网络会展的相互补充,可以极大地降低省际贸易的信息不对称。随着物联网技术的成熟,中国会展业应充分

利用网络技术提升交易效率,为会展业客户统计和贸易信息的发布提供技术支持。政府应进一步完善会展业的信息技术机制,积极加强相关规划和公共政策供给。更好地利用会展业信息的高度集中性,扩展各省市商品和要素的流通范围,加强各省市间物品、资金和人员的交流,密切国内外经济关系,推进省际贸易和国际贸易的协调发展。

注释：

- ① 根据法国学者 Poncet 提供的一种将国家间边界效应换算成“等价关税”的方法,再利用相应公式换算出关税与非关税壁垒值,即可计算出我国省际贸易壁垒的等价关税。
- ② 国际博览会联盟(UFI)的报告指出:“一个省市的基础设施相对完备,人均收入水平达到世界中等水平以上,服务业占 GDP 的比重大于制造业的比重,对外贸易占 GDP 的比重接近或超过 10%,那么会展业就有望在该省市得到全面发展,发挥强势的经济带动作用。”
- ③ 美国经济学家迈克尔·波特认为决定一个国家某种产业竞争力的四个要素:生产要素、国内需求、支持产业和企业的结构,这四个要素双向作用并形成钻石体系。
- ④ 会展业之前一直属于旅游业的分支,会展的成功承办离不开省市的旅游接待能力。
- ⑤ 赵永亮、徐勇和苏桂富(2008)利用多重面板数据获取了中国省份层面的边界(壁垒)效应指数水平,认为地方对财税自主权和经济控制力的增强都是导致省际贸易壁垒的因素。本文采用其测算的边界效应指数水平来代表各省市省际贸易壁垒的程度。

参考文献：

[1] Sandra Poncet. Measuring Chinese Domestic and international integration [J]. China Economic Review, 2003, (14): 1-12.

- [2] 范爱军, 孙宁. 地区性行政垄断导致的国内市场分割程度测算——基于边界效应法的研究[J]. 社会科学辑刊, 2009, (5): 92-96.
- [3] 毛晓红. 会展与城市经济发展研究[D]. 对外经济贸易大学优秀硕士论文, 2007.
- [4] 曾衍文. 从信息不对称看会展对国际贸易的影响[D]. 暨南大学优秀硕士论文, 2007.
- [5] 肖玲凤. 中国会展的贸易功能提升与核心竞争力战略定位[J]. 财贸经济, 2008, (7): 110-114.
- [6] 王新平. 会展业发展模式研究[D]. 山东大学优秀硕士论文, 2008.
- [7] Courch G, J louviere. The determinants of convention site selection: A logistic choice model from experimental data [J]. Journal of Travel Research, 2004, 43(2): 118-130.
- [8] 刘运, 余东华. 地方保护和市场分割的测度方法与指标体系研究[J]. 东岳论丛, 2009, (1): 87-91.
- [9] 郭茜琪. 区际交易拓展: 对政府与市场分野的思考[J]. 中南大学学报, 2008, (3): 373-377.
- [10] 王雷. 中国区际贸易壁垒及其对国际竞争力的影响[J]. 财贸研究, 2003, (5): 22-28.
- [11] 赵永亮, 徐勇, 苏桂富. 区际壁垒与贸易的边界效应[J]. 世界经济, 2008, (2): 17-29.
- [12] 银温泉, 才婉茹. 我国地方市场分割的成因和治理[J]. 经济研究, 2001, (6): 3-12.

Study of Exhibition Competitiveness and Interprovincial Trade Barriers ——Based on an Empirical Analysis of China's Provincial Level

ZHOU Xiaowei, YE Qian

(International Business School of Shaanxi Normal University, Xi'an 710062, China)

Abstract: The modern exhibition industry has increasingly become the interprovincial trade vector as one of the intraregional linkages. Also, the exhibition industry plays as a positive stimulus to the balance of domestic and international trade. This paper constructs an evaluation framework of exhibition competitiveness based on the industry characteristics and 29 provincial data of China. We aim to explore the relationship between exhibition competitiveness and interprovincial trade barriers. The empirical results indicate that the exhibition industry has a strong impetus to decrease the interprovincial trade barriers by optimizing market information and marketing channels. The development of exhibition industry will promote the economic integration of the domestic market.

Key Words: exhibition economy; exhibition industry; interprovincial trade; trade barrier

[编辑: 汪晓]