

第六章 結論與建議

本章分成兩節。第一節為本研究綜合以上之研究個案比較分析與研究發現，獲得的幾項重要研究結論；第二節為本研究透過守門機制探討展覽的過程中，綜合對世界三大電腦展的瞭解以及研究個案的結果，對政府、展覽的策展單位、和後進研究者提出相關的建議。

第一節 研究結論

如同本研究於緒論時所述，近年來會議展覽產業的興起，所以具有商業意義的展覽相關議題逐漸被重視，但是過去的研究多著重在探討商展買賣雙方（參展者、參觀者）的關係，甚少以策展單位的角度切入，來完整觀察整個展覽之規劃、營運、執行、以及其在產業上所扮演的角色。

此外，由於展覽不僅是單純的交易平台，更是資訊匯集交流，以及創新概念、技術、產品的擴散地，因此，本研究便藉由「守門機制」來從新檢視展覽，透過以資訊電子產業中具有極重要地位和完整發展、消長歷史的世界三大電腦展 COMDEX Fall、CeBIT、COMPUTEX Taipei 為個案，進而發現、瞭解展覽的策展單位如何在展覽前期將自己定位，透過劃定邊界、篩選遞送內容來扮演好守門機制的功能與角色，並配合自身的守門能耐，進一步地影響到展覽活動內容的呈現，使其能夠在不同的活動內容中扮演不同類型的守門機制，以及最終其在守門成果對於產業上創新概念、技術、產品的影響為何，並且是否會因而影響參展者與參觀者的參與意願。本研究所得的研究結論如下。

- 1、展覽中的各項活動內容（展覽會、會議、獎項）在商品化的過程中，藉由策展單位「劃定邊界」、「篩選內容」守門機制之執行，各自扮演著產業守門機制的不同角色。
 - 展覽活動內容的「展覽會」，屬於守門類型中，策展單位會對於參展、參觀者來加以設定、限制，並從展覽會現場中持續地篩選遞送全面性、系統

性資訊內容的「創新型守門機制」。

- 展覽活動內容的「會議」，包含了「主題演講」、「論壇、研討會」、「產品發表會」三種類型的活動。其中「主題演講」和「產品發表會」，屬於守門類型中，策展單位不會對參與群眾加以限制，並且從活動中傳播較為區段性資訊內容的「資訊型守門機制」。而「論壇、研討會」則屬於策展單位會對參與群眾加以設定、限制，並從中遞送區段性資訊內容的「典範型守門機制」。
 - 展覽活動內容的「獎項」，屬於守門類型中，策展單位需對參賽者加以設定、限制、評選，而且從獎項的頒佈、宣傳向其相關廠商和大眾產生示範、鼓勵的作用，進而遞送出區段性資訊內容的「典範型守門機制」。
- 2、 策展單位守門機制之執行會與守門能耐之間彼此相互影響，並且在策展單位執行守門機制時，策展單位的守門能耐會有時序上的順序展現。
 - 3、 策展單位守門機制的運作與執行，會受到策展單位不同的組織類型所影響。
 - 4、 策展單位的守門能耐會受到策展單位組織的類型、資源、網路所影響。
 - 5、 展覽守門成果在創新概念、創新技術、創新產品的傳播、擴散上，會受到展覽的產業守門機制所影響。若是策展單位在展覽的產業守門機制上沒操作執行好，將會使得展覽守門成果的代表性和創新性不足、參展成效不彰，進而影響參展者和參觀者的參與意願，最終將會導致展覽的衰亡。
 - 6、 展覽本身的守門成果會深受其展覽舉辦所屬產業發展的影響，進而會影響到展覽產業守門機制的展現。

第二節 研究建議

一、對政府之建議

- (一) 用守門機制的角度從新看待「展覽」，並將「展覽」視為產業守門機制的一環，進而運用「展覽」來扶植與推動新興產業。

以往政府單位只將展覽視為產業間的拓銷、交易場所，卻未發現展覽在產業上可扮演守門機制的角色，廠商可以透過展覽不僅進行實體展示、促銷、持續，甚至可以動員產業中的市場和互補性資源，而且透過本研究可徹底瞭解展覽的產業守門機制之運作，更加清楚展覽守門機制角色的扮演。此外，我國以往對於新興產業的扶植推動作為，多半僅限於政策的提出和相關的獎助辦法，而缺乏後續完整的相關配套措施，因而使得產業的發展有後繼無力之虞。所以政府若是將「展覽」視為產業守門機制的一環，並搭配展覽中自身的「獎項」和政府相關的「獎助」和「競賽」建構出一套從想像到商品化完整的產業守門機制，進而運以扶植與推動新興產業，如圖 6-1 所示。

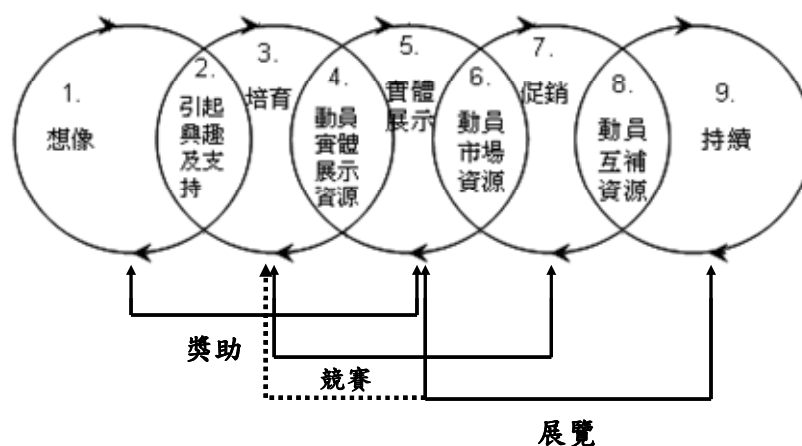


圖 6-1 「獎助」、「競賽」、「展覽」在產業守門機制中的位置
資料來源：本研究修改自溫肇東（2006）

因此，政府需正視展覽的產業守門機制，並可利用之來扶植與推動新興產業。

(二) 會展活動於促進產業發展的影響

近年來，我國政府大力推動會議展覽服務業的發展，隨其產業在國內發展將近二、三十年的期間，產業越趨成熟，亦可以發現我國策展單位中多有與產業公會結合舉辦的現象，讓會議展覽的活動與產業公會同樣扮演著集結廠商、促進產業對話交流的角色。

在產業推動與發展之際，政府可以藉由會展活動扮演積極展現產業的服務系統整合與完整事業想像的媒介，讓參與者透過實體展示與環境氛圍的展現，更進一步理解產業內涵，特別是在積極開拓市場需求的情況下，會展活動行銷力的展現更是不容小覷。此外，會展活動本身亦是一種可複製的「產品」，藉由定期舉辦，累積公信力與口碑。會展活動不斷地透過各種方式去呈現產業的主題意涵，對於產業發展與會展本身都是不斷的相互加分，使得成功的經營模式得以不斷販售。

二、對我國展覽策展單位之建議

- (一) 展覽的策展單位可更加地將「守門機制」的思維，納入展覽活動內容的規劃、營運與執行中，從中瞭解自身的守門類型，輔助策展單位在目標參展者和參觀者的選定、展覽主題的制訂、產業訊息內容的篩選傳播，進而強化展覽的營運。

藉由本研究的發現，展覽在產業上扮演著守門機制的角色，透過守門機制的思考，可讓其可以明確地界定出參與者為何？展覽主題內容為何？而且世界三大電腦展中的 COMDEX Fall 便是由於在產業發展的歷程中，並沒有適時調整期守門機制的方式，進而讓其展覽主軸無法跟上後 PC 時代的發展，展覽定位不清楚，並且沒有邀請到「正確」且「適當」的參展廠商和參觀者，進而使得參與者在展覽中的效益不再，最終讓 COMDEX Fall 在產業中的指標性意義逐漸不再。因此，本研究建議展覽的策展單位在規劃、執行展覽的過程中，應將守門機制的思維納入其中，進而輔助其明確制訂出自身展覽的定位，並釐清、劃定出參與者，以及瞭解透過展覽可以遞送給參與者的內容為何。

此外，策展單位在認知自己守門人的角色，並且釐清自身的「邊界」、「內容」類型後，可以進一步地分辨出該展覽活動內容守門機制的類型（如資訊型守門機制、技術型守門機制、典範型守門機制、創新型守門機制），進而輔助策展單位在營運上的規劃與執行。

舉例而言，在展覽活動內容中的主題演講，其劃定邊界為「障礙牆」，篩選遞送內容為「區段性」資訊，由於「障礙牆」邊界為既有、固定的，所以策展單位便可較不費心在邊界的劃定上，反而更應注重其遞送給參加聽眾的議題制訂和內容篩選上。

同樣地，對於展覽活動中的獎項，其屬於「封閉性邊界」和「區段性」內容的典範型守門機制，策展單位便不僅需要費心在內容的篩選和遞送上，其更需要精準、準確地訂定出參賽資格與規則、以及評選辦法上，進而明確地訂定出策展單位此守門人要守的「門」的樣子。

至於展覽活動內容中的展覽會，策展單位為了讓展覽效益呈現，所以在邊界的劃定上，便需要很精準地訂定出目標的參展廠商和參觀者，猶如「封閉性邊界」一般；對於策展單位篩選遞送的內容，若是策展單位為了增加自身的展覽成果和買賣雙方的成交機會，除了用心規劃展覽內容呈現外，更可搭配後續持續的商情資訊網站和網絡以及電子報來持續提供給買賣雙方一個完整的「系統性」內容，讓其成為「創新型守門機制」。相對地，若策展單位沒有特地規劃後續的持續性商情資訊服務，讓參展廠商和參觀者一次性地在展場上獲得「區段性」的資訊，那展覽會便成為「典範型守門機制」。

因此，綜合上述，策展單位應將守門機制的思維納入展覽的規劃與執行中，並從中認清自己的「邊界」、「內容」類型為何，進而判斷出自己的活動內容守門類型為何，輔助策展單位在展覽活動內容的規劃、營運與執行。

(二) 我國展覽策展單位營運模式的發展，可學習美國專業展覽公司與媒體集團的結合，以及德國專業、跨國、多角化展覽集團的營運模式。

藉由世界三大電腦展的發展、營運的探討、研究，可以發現我國展覽產業的

環境與國外的產業經營較為不同，美國為專業展覽公司與媒體集團的結合，德國為國營專業展覽集團，而我國主要大型的專業展覽則是皆由外貿協會與各產業公協會共同主辦。由於我國的展覽策展單位為非營利組織，所以在營運效率上相對較為不足，因此本研究建議我國的外貿協會可以借鏡德國大型國營展覽集團的營運模式，將旗下的貿易推廣、會議展覽業務和展覽會場營運加以切割，並讓會議展覽業務和展覽會場營運從非營利組織轉型為營利事業單位，以德國展覽集團的模式來經營，並可不僅因此增加營運的績效，也可讓此展覽集團打入國際市場，複製其自身多年來組織累積的策展核心能耐，在世界各地策展。

此外，對於一般展覽的策展單位，本研究建議可以學習美國的展覽業者，應多加強資訊提供與活動規劃整合的必要，進而增加自身虛實並呈的能耐，甚至進而從產業資訊的提供者變成產業資訊的製造者。具體而言，展覽的策展單位除了展覽活動的規劃、執行外，更需要注重加強產業商情資訊的服務，一方面舉辦該產業的國際性商展，另一方面出版產業資訊情報的期刊，並且善加處理、運用難得擁有的該產業買主與賣家名單、資訊，甚至可以成為廠商的行銷、交易專業服務的提供者。因此，本研究建議我國一般民營的展覽業者，不僅讓自己成為一般展覽活動公關的業者，更應將自己視為知識密集服務業的業者，進而累積相關的核心能耐。

三、對後續研究之建議

- 1、守門人/機制理論的學術研究發展甚早，但多用於大眾傳播領域、科技研發管理領域與創造力教育領域，但將其用以研究產業守門機制亦屬於新興的學術領域。在本研究中，主要是根據 Hsiang et al. (2006) 和溫肇東 (2006) 的研究，深入探討「展覽」在產業守門機制上的展現，其是透過何種能耐來執行，以及其對參展者、參觀者、產業的影響。然而，產業守門機制的研究領域相當廣泛亦少為學者投入研究，因此本研究建議後續研究者可以對於產業的守門機制和其守門的角色加以深入研究。
- 2、透過本研究對展覽的守門機制加以探討，可以瞭解在展覽各項活動內容其所扮演的守門機制類型為何，以及其是透過何種「邊界」和「內容」選擇

與篩選過程來執行，但是本研究尚未對「資訊型守門機制」、「技術型守門機制」、「典範型守門機制」、「創新型守門機制」的扮演和操作上，加以深入研究探討。因此本研究建議後續研究者可再針對各項守門類型的作為加以深入研究。

- 3、藉由本研究以守門機制的角度來探討世界三大電腦展，可以清楚瞭解到展覽營運的另一個面向，然而由於個案選取的因素，只能研究資訊電子產業的三大展覽。因此，本研究建議後續研究者，可以對其他產業的展覽個案加以深入研究，進而發現瞭解會展管理、營運的意涵，以做為國內會議展覽服務業的業者營運參考的依據。
- 4、此外，由於展覽為一個創新的擴散平台，因此本研究亦建議後續研究者，可以將展覽視為一個創新的平台，並將守門機制的研究置於平台構成的要素之一，進一步探討展覽此創新平台的構成、操作和營運的關係，使得學術界對於展覽的研究能夠更臻於完整、完善。