

## 貿易博覽會的經濟學

*Dr Alexander Ressos, TEP*  
*Attorney-at-Law (Switzerland), Solicitor (Hong Kong),*  
*Solicitor (England & Wales)*

展會公司出售的是空間、關注度和時間。其主要收入來自參展商，參展商按平方米租用展位面積，併為電力、清潔、網絡、餐飲、展台搭建和會刊廣告等服務支付額外費用。觀眾支付門票，儘管在許多行業展會上，很大一部分觀眾由參展商邀請而免費入場。贊助商為曝光度和招待活動付費。展會公司的成本包括展館的維護和折舊、人員、市場推廣以及活動本身的組織。由於展館一年中的大部分時間處於空置狀態，展覽場地的盈利能力取決於其能承辦的活動數量，以及最重要的活動所能獲得的價格。<sup>1</sup>

然而，展會的經濟效益主要產生於展覽場地之外。參展商和觀眾住滿酒店，在餐館就餐，乘坐的士，並在城內商店購物。展會主辦方和各州委託開展的研究經常估計，這些間接效應是展會公司自身收入的數倍。此類研究並不中立，因為其目的往往是為公共支持提供理據，而且研究方法各異。儘管如此，它們確實捕捉到了某種真實存在的東西。巴塞爾藝術展（Art Basel）期間，巴塞爾及周邊地區的酒店客房提前數月即被訂滿，價格漲至平常的數倍。許多觀眾住在阿爾薩斯或巴登，這使效應擴散至本部分第二章所考察的三國交界地區（Dreiland）。<sup>2</sup>

這些間接效應解釋了各州為何長期以來一直是展會公司的股東和債權人。一個持有主辦方股份併為其展館提供資金的州，是在押

注酒店住宿、餐館消費和商務往來所帶來的稅收和就業將超過其支持的成本。它同時也在維護城市形象。以城市命名的展會，例如巴塞爾鐘錶展（Baselworld）或巴塞爾藝術展，能以任何旅遊推廣活動都無法企及的方式將這個名字傳遍世界。一旦此類展會遷走或崩潰，所造成的損害既是財務上的，也是聲譽上的。正如以下各節所示，巴塞爾在短短几年內經歷了這兩種結局。<sup>3</sup>

## 1 註釋

1. 關於展會主辦方的收入模式（場地租賃、服務、觀眾門票、贊助）以及場地利用率的重要性，見 MCH Group 及 Messe Frankfurt、Messe München 等可比主辦方的年度報告，以及德國展覽業協會（AUMA）和全球展覽業協會（UFI）的統計數據。有待核實。
2. 關於巴塞爾各展會，尤其是巴塞爾藝術展以及昔日的巴塞爾鐘錶展的區域經濟效應，見 MCH Group 和巴塞爾城市州委託開展的經濟影響研究，例如 BAK Economics 的研究。數字和方法有待核實。
3. 關於巴塞爾城市州、巴塞爾鄉村州以及蘇黎世州和蘇黎世市在展會公司中的公共利益，以及公共持股的理據，見各州政府關於其參股情況的報告（Beteiligungsberichte）。有待核實。

---

僅供一般參考。本文不構成法律或稅務意見，不能取代針對個別情況的專業意見，亦不建立律師與客戶關係。本文反映截至 2026 年 9 月的法律狀況。

網上版本：[hk.helveticaregister.com/basel-the-economics-of-a-trade-fair](https://hk.helveticaregister.com/basel-the-economics-of-a-trade-fair)