〈21世紀新顯學國家品牌澳洲第一〉。《遠見雜誌》6月號，第276期（2009/05/27）。

〈高雄─台灣的「電影首都」〉，http://www.nownews.com/2009/12/04/11469-2541998.htm

〈參展行銷策略〉，https://www.tainanshopping.com.tw/public/dls/96.pdf

2019亞洲會展產業展望，《台灣會展》季刊，第31期，<http://www.conferenceandexhibition.tw/web/no310/index.html>

丁姝嫣（2001）。〈光復以來的埔里產業〉。國立暨南大學歷史學研究所碩士論文。

力報（2019/11/19）。〈引領經濟適度多元 打造國際會展名城〉，https://www.exmoo.com/article/132095.html

于卓民、巫立民、蕭富峰等（2009）。《國際行銷學》（三版）。台北：智勝。

工作大贏家（2006）。〈觀光會展產業〉。《工作大贏家》，95年5月號。

工商時報（2019）。〈我物聯網產值去年攀兆元〉，https://www.chinatimes.com/newspapers/20190215000348-260202?chdtv

中華人民共和國香港特別行政區政府旅遊事務署網站，http://www.tourism.gov.hk/cindex\_swf.html

中華民國旅行業經理人協會，http://travelec.travel.net.tw/eWeb\_ctstudy/Travelec/index.asp

公開資訊觀測站，http://newmops.tse.com.tw/

天下雜誌電子報（2005/12/20）。〈把觀光當生意做〉。香港行銷全世界。

尹駿譯（2007）。《現代觀光：綜合論述與分析》（二版）。台北：鼎茂圖書。

文化部文化資產局，https://twh.boch.gov.tw/taiwan/index.aspx?lang=zh\_tw/

方世榮譯（2002）。P. Kotler、G. Armstrong 著。《行銷學原理》（第九版）。台北：東華書局。

方世榮譯（2003）。Philip Koter著。《行銷管理學》。台北：東華書局。

方世榮譯（2004）。P. Kotler、G. Armstrong 著。《行銷學原理》（第十版）。台北：東華書局。

王明元（2011）。〈分散客源提升品質更勝千萬觀光人次成長〉。台灣觀光論壇。

王素彎（2019）。〈零售業發展現況與展望〉。《經濟前瞻》，181，115-120。

王逸峰（2006）。《觀光行銷學》，台北：偉華。

王嬿智。總論~全球及亞太會展之發展趨勢，237【封面故事】。

王蘊潔譯（2000）。二見道夫著。《超級業務員行動不打烊》。台北：商智文化。

世界觀光組織（2006）。2004及2005年世界最受歡迎的觀光目的地。

付子順（2007）。〈淺析城市品牌速造與經營〉。《全國中文核心期刊》，4(5)，14。

付雯雯（2009/04/05）。〈試論「世界風箏都」濰坊城市品牌的定位〉。《經濟師》， 4，271-272。

台北市政府觀光政策白皮書，http://taipei.gov.tw/cgi-bin/download/AP\_Data/.../47bea77c:3cae/47bea7eb.doc

台北市政府觀光傳播局（2011）。票選2011亞洲最佳度假地，台北市今年排名為第10名。

台北市觀光傳播局，http://www.taipei.gov.tw/cgi-bin/SM\_themePro?page=46e1e8b8

台江國家公園管理處（2012）。台江國家公園。

台南市觀光資源：2006年府城文化觀光年座談會。

台灣休閒農業發展協會（2006）。〈餐飲點餐系統〉。《95休閒農場管理經營管理手冊》（四），http://www.taiwan-farming.org.tw/FarmingSocietywebsite/home6-1-1.asp?id=111

台灣高鐵，http://www.thsrc.com.tw/tc/?lc=tc

台灣商會聯合資訊網（2009/10/19）。觀光局拓展日本女性旅遊市場。由空姐帶路飽覽台灣風光，www.tcoc.org.tw/IS/Dotnet/ShowArticle.aspx?ID=53387。

台灣新浪網（2010/08/10）。〈九把刀首次執導《那些年，我們一起追的女孩》彰化開拍〉，娛樂新聞-新浪新聞中心，http://news.sina.com.tw/article/20100810/3613892.html。

平田真幸（1993）。〈地方公共団体による台湾人観光客誘致の方策について(2)─台湾人海外旅行市場に合たマーケテイング戦略測定の方法─〉。《月刊観光》，10月號，頁51。日本観光協會。

田佳靜（2000）。《俄羅斯文化觀光：歷史背景與展望》。淡江大學俄羅斯研究所碩士論文。

交通部（2002），交通政策白皮書：觀光，台北：交通部。

交通部全球資訊網，http://www.motc.gov.tw/mocwebGIP/wSite/mp?mp=1

交通部觀光局（2005）。觀光政策白皮書，http://admin.taiwan.net.tw/

交通部觀光局（2006b）。觀光政策白皮書，交通部觀光局。

交通部觀光局（2009/12/22）。〈國際來台觀光旅客再創新高〉。中央社。

交通部觀光局（2010），觀光政策白皮書，admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage/chp1/1\_1.1.htm。

交通部觀光局（2010）。交通部觀光局2010年交通統計圖表，近十年來台旅客及國民出國人次變化。

交通部觀光局（2017）。中華民國105年觀光統計年報。台北市：交通部觀光局。

交通部觀光局（2018）。2019年台灣30經典小鎮評選出爐！台灣小鎮風情（經典、客庄與慢城）等你來漫遊！https://www.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0027059

交通部觀光局（2018）。Tourism 2020臺灣永續觀光發展方案（106~109年），http:// admin.taiwan.net.tw/upload/public/20180118/303b7396-4267-4562-a2f0-52dbabfb4f24.pdf

交通部觀光局，觀光政策，http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp

旭壯（2019）。〈觀光休閒產業科技智慧應用與接受模式之探討〉。國家政策研究基金會，https://www.npf.org.tw/2/21176

朱嬿平（2008）。〈旅遊電視購物配銷通路策略指標之建構〉。高雄餐旅學院旅遊管理研究所在職專班學位論文。

江昭倫（2010/04/15）。〈一頁台北票房破2千萬陳駿霖著手籌拍「南京東路」〉。2010年7月27日擷取自中央廣播電台：http://news.rti.org.tw/index\_newsContent.aspx?id=5&id2=1&nid=239223

江昭倫（2010/05/12）。〈「艋舺」首度破冰登陸！上海台北電影週上映〉。2010年7月27日擷取自艋舺官方部落格，http://mongathemovie.pixnet.net/blog/post/6959637

江啟臣、黃富娟（2006）。〈全球化下城市競爭力指標之探討〉。《研考雙月刊》，255，27-41。

百萬大賞備忘錄網站，www.milliondollarmemo.com

行政院文化建設委員會（2006）。《2006年文化資產執行手冊》。台北：文建會。

行政院第3組（2009/4/9）。觀光拔尖領航方案行動計畫，http://www.ey.gov.tw/ct.asp?xItem=53815&ctNode=2922&mp=1

何旭如（2005/4/6）。〈[聯名卡]女性消費勢力抬頭旅遊市場看俏〉。《中國時報》。

何旻娟、何鈺櫻、呂萬吉編譯（2007）。Ronald A. Nykiel著。《餐旅服務業行銷》。台北：鼎茂圖書。

何秉燦（2014）。〈觀光的科學與技術：應用雲端技術觀光旅遊〉。《科學發展》，493，6-10。

吳天元（2017/11/23），http://books.cw.com.tw/blog/article/1020

吳免勤（1998）。《旅館管理——理論與實務》。台北：揚智文化。

吳宗翰（2010/06/01）。〈高鐵對通勤族推定期及回數票搭愈多省愈多〉。精實新聞財經知識庫。

吳宜蓁、李素卿譯（1999）。《整合行銷傳播》。台北：五南。

吳建興（2006）。〈旅遊網站銷售國內機票網路通路功能之研究——以易飛網為例〉。世新大學觀光學系碩士論文。

吳思華、楊燕枝（2004）。〈文化創意產業的價值創造形塑之初探〉。《行銷評論》，2(3)，313-338。

吳昭怡（2005）。〈魅力香港靠包裝行銷全世界〉。《天下雜誌》，337，155-161。

吳啟騰（2013/12/03）。〈文創與觀光〉。金門日報全球資訊網，https://www.kmdn.gov.tw/1117/1271/1275/232310?cprint=pt

吳碧華（2001）。〈餐飲連鎖業店經理專業能力分析之研究〉。國立台灣師大家政教育研究所碩士論文。

吳興蘭（2002）。〈國際展覽行銷策略分析——以交易成本架構〉。國立政治大學國際貿易學系未出版碩士論文。

呂宜穎、陳劭寰、張文村（2017）。〈智慧觀光開創異業串連新商機——Visit Taiwan with “VZ TAIWAN＂〉。《電工通訊季刊》，2，13-20。

希瑟國際旅遊聯誼會（2007/06/06）。〈台灣人的美食觀與旅行習性〉，http://www.tripshop.com.tw/n/text-n201a.htm

李平（2011/11/12）。〈國家品牌指數排名加拿大蟬聯榜首〉。《大紀元》，https://www.epochtimes.com/gb/11/11/12/n3428597.htm。

李宗隆（2004）。〈都市行銷策略之研究——以台南市為例〉。崑山科技大學企業管理研究所碩士論文。

李盈穎（2010/3/1）。〈《艋舺》票房五步驟致勝術〉。《商業週刊》，http://www.businessweekly.com.tw/webarticle.php?id=39372

李銘輝（1990）。《觀光地理》。台北：揚智文化。

汪明生（1998）。〈地方發展與地方政治〉。《人力發展月刊》，54，7-9。

汪銘生等（1994）。《高雄都會區發展策略及行動方案之研究》。高雄市政府研究發展考核委員會。

沈進成、廖若岑、周君妍（2005）。〈遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度影響關係之研究——以華山咖啡為例〉。《戶外遊憩研究》，18(3)，59-79。

辛晚教（2000）。〈地方文化產業與國際形勢休閒化〉。《文化視窗》，26，14。

周永暉、歐陽忻憶、陳冠竹（2018）。〈台灣觀光2020永續發展策略〉。《台灣當代觀光》，1(1)，1-20。

周宜蔓（2009/01/09）。〈社群網絡決定行銷指數關鍵〉。動腦新聞。

林三泰譯（1990）。喬•紀拉德著。《沒有不可能的推銷法》。台北：新雨出版社。

林月雲（2017/08/02）。〈科技化與個人化智慧會展新趨勢〉。《經貿透視》雙周刊，第473期，https://www.trademag.org.tw/page/itemsd/?id=711595&no=40

林巧韻（2008）。《以地方行銷推動花蓮縣觀光發展之研究》。國立東華大學公共行政研究所碩士論文。

林佑徽、黃伸閔（2006）。〈旅遊網站品牌的一個想法——旅遊網站副牌的經營〉。《電子商務時報》，全球華文行銷知識庫。

林秀芳（2010）。〈文化創意與觀光產業發展——以恆春半島觀光為例〉。2010文化創意產業永續與前瞻研討會。

林昆練（2005）。〈類型電台營收衝衝衝〉。《動腦雜誌》，5月號，第349輯。

林相君（2003）。飲業景氣動態報告-2003年第一季，台灣經濟研究院產經資料庫，http://tie.tier.org.tw。

林美姿（2004）。〈全球思考，在地行動〉。《遠見雜誌》，217，178。

林若慧、陳澤義、劉瓊如（2003）。〈海岸型風景區之旅遊意象對遊客行為意圖之影響——以遊客滿意度為仲介變數〉。《戶外遊憩研究》，16(2)，1-22。

林殿唯（2010）。〈85度C的二線城市策略〉，https://www.85cafe.com/News\_content.php?data=2402

林毓珊（2002/1/25）。〈2002年台灣12大地方節慶活動出爐囉！〉。中華民國觀光局。

林榮容等（2009）。〈把台北賣出去——探討台北市城市行銷〉。台北市立中山女高人文資優班地理專題。

林慧雯（2003）。〈推展文化觀光策略之研究——以阿罩霧地區再開發為例〉，朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文。

林蔚君、詹雅慧、林庭瑜（2015）。〈花東地區智慧觀光產業發展契機〉。《國土及公共治理季刊》，3(2)，75-83。

花孟璟（2008/12/5）。〈遊嬉花蓮車站導覽e指搞定〉。《自由電子報》。

邱莉玲（2009/3/18）。〈西式速食對味東方市場〉。《工商時報》，經營知識∕31版，全球華文行銷知識庫。

邱博賢（2003）。〈觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究——以宜蘭區四大休閒農場為例〉。世新大學觀光研究所碩士論文。

邱源傑（2017/01/20）。〈善用參展技巧，成功拓銷海外市場〉，https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=701445&iz=6

邱麗美（2012/04/06）。〈1000萬觀光客指日可待〉，智庫論壇國家政策研究基金會。

邱麗珠（1998）。〈結合城市行銷理念之規劃程序研究〉。國立成功大學都市計畫研究所碩士論文。

姚舜（2004/07/14）。〈燦星旅遊網訂3年300億元目標〉。《工商時報》，財經產業。

姚舜（2005/10/4）。〈花蓮遠來飯店總經理黃武雄會議旅遊提高淡季住房率〉。《工商時報》，產業決勝∕32版。

姚舜（2008/01/31）。〈虛實並進拓展多元通路燦星旅遊網去年營收逆勢成長〉。《中國時報》。

姚舜（2009/01/03）。〈陸客瘋台灣，主題行程錢來也！〉。《中時電子報》。

姚舜（2012/02/16）。〈《傳產》林書豪帶動赴美旅遊商機〉。《工商時報》。

施鴻志（2000）。《地區經營管理》。新竹：建都文化。

段樵、伍鳯儀（2006）。〈上海與香港的都會城市競爭力：由企業高層意見調查到都會區域觀的思考〉。《中華管理評論國際學報》，第9卷2期。

洪英瑋（2015）。《交通部觀光局政府機關資訊通報》，第 335 期，頁1。

洪順慶（1999）。《行銷管理》。台北：新陸書局。

背包客棧自助旅行論壇（2009/03/21）。〈旅人著重價值感亞太區旅遊產業新趨勢〉，http://www.backpackers.com.tw/forum/showthread.php?t=174966

胡文華（2003）。〈顧客關係管理於國際專業展覽行銷策略之研究〉。國立政治大學商學院經營管理碩士學程。

胡夢蕾（2000）。《餐飲行銷實務》。台北：揚智文化。

范姜群澔（2003）。〈都市觀光吸引力與媒體行銷關係之研究——以台中市都會區為例〉。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。

范榮靖（2009）。〈全球競爭力新指 標國家治理，進入品牌時代〉。《遠見》，第276期。

衍龍資訊股份有限公司，Boss33批貨創業通的網路行銷調查。

香港旅遊發展局，2007/2008年報，http://www.discoverhongkong.com/tc/about-hktb/annual-report-2007-2008.html

香港旅遊發展局網站，http://www.discoverhongkong.com/tc/index.html

凌瑞賢（2001）。《運輸規劃原理與實務》。台中：鼎漢書局。

唐佩君（2006/04/09）。〈中經院：不著重服務業國內投資難有好成績〉。《大紀元》，https://www.epochtimes.com/b5/6/4/9/n1281685.htm

唐家興（2007/08/20）。〈飯店分眾行銷量身打造女性專屬優惠〉。旅遊經編輯部。

唐家興（2010/07/02）。〈觀光局首次星級旅館評鑑結果出爐〉。旅遊經編輯部，http://www.travelrich.com.tw/

孫于茜（2011/04/28）。〈旅館星級評鑑專題報導4-2評鑑單位篇〉。台東採訪報導。

孫于茜（2012/12/28）。〈台灣觀光論壇——文化創意與台灣觀光〉。《自立電子報》，http://www.idn.com.tw/currect/content.php?catdid=1&artid=20121228charles001

孫承武（2008/12/07）。〈中孝介推廣北市觀光品嚐美食最想泡溫泉〉。《大紀元》，<https://www.epochtimes.com/b5/8/12/7/n2354843.htm>

孫桂玉（2018）。〈摩托車零件產業行銷策略之研究——以T公司為例〉。國立高雄大學高階經營管理碩士在職專班碩士論文。

容繼業（1993）。《旅行業理論與實務》（第二版）。台北：揚智文化。

徐惠群（2011）。《觀光行銷管理實務》。台北：揚智文化。

徐揚（2006）。〈衝出全球化競爭的重圍——台灣的城市國際行銷刻不容緩〉。《研考雙月刊》，30(5)，13-26。

徐欽盛（2018/05/14）。〈掌握這四個步驟 會展行銷一把罩〉， https://www.expbravo.com/6084/品牌行銷-掌握這四個步驟-會展行銷一把罩.html

徐詩思譯（1998）。艾德．麥可馬宏著。《你是超級銷售明星》。台北：傳銷世紀文化事業股份有限公司。

徐翠玲（2016）。〈文化遺產最吸晴台學者：推觀光不能缺〉。《大紀元》，2016/11/27。

徐德麟（2007）。《一定要懂的促銷花招》。台北：凱信企管。

旅遊研究所（2015/1/28）。〈台灣旅遊網站發展史〉，<https://travel20.blogspot.com/2015/01/blog-post.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+travel-20+(%E6%97%85%E9%81%8A%E7%A0%94%E7%A9%B6%E6%89%80)>

旅遊電商，〈旅遊電商產業概況&目的地旅遊創新模式〉，https://aslashie.com/online-travel-industry-and-model/

涂建國（2011）。〈MICE產業帶動城市發展〉。《台北產經》（Taipei Economic Quarterly），第6期。

紐西蘭官方旅遊網站，http://www.newzealand.com/travel/China/

翁文笛（2004）。〈「裝可愛」就有用嗎？——電子商務中的女性行銷〉，http://www.ectimes.org.tw/readnews.asp?id=5953

翁至威（2018/08/06）。經濟日報， https://money.udn.com/money/story/8944/3292260；https://www.hbrtaiwan.com/article\_content\_AR0007644.html

財訊新聞中心（2019/03/13）。〈MICE產業帶頭衝全世界看見台北〉，https://www.wealth.com.tw/home/articles/20033

郝雪卿（2012/2/17）。〈吸引影視業者 中市給補助〉，大紀元，https://www.epochtimes.com/b5/12/2/17/n3515595.htm

馬藹屏（1997）。〈青少年次文化出探〉。《學校衛生》，30，55-59。

高仁山（2016）。〈台灣如何迎接第四次產業革命「物聯網」時代到來？〉，https://www.cmmedia.com.tw/home/articles/781

高玉娟（1995）。〈墾丁國家公園觀光遊憩資源對遊客的吸引力研究〉。東海大學景觀研究所碩士論文。

高明（2016/04/07）。〈展覽行銷的效益及參展之外的行銷模式〉，https://yez.one/post/exhibition-marketing

高崇雲（2006）。〈以文化觀光理論探討台灣的旅遊振興策略與發展方向〉。《工商學報》，4-10。

高雄拍片網「劇組資訊」網頁，http://www.filmkh.com.tw/blsdata.jsp?si=J5Uoux521Z

動腦雜誌網站，〈痞子英雄在高雄，城市行銷案例再添一筆〉，http://www.brain.com.tw/news/realnewscontent.aspx?ID=12841

國家發展委員會（2016）。〈亞洲•矽谷推動方案——鏈結亞洲連結矽谷創新台灣——從IT到IoT的全面轉型升級發展計畫〉。行政院第3514次會議。

國家發展委員會（2018a）。〈推動地方創生政策〉，https://www.ndc.gov.tw/Content\_List.aspx?n=78EEEFC1D5A43877

國家發展委員會（2018b）。《地方創生國家戰略計畫》（核定本）。台北：行政院。

康佳多媒體股份有限公司（2009）。〈13鄉鎮火車站多媒體導覽系統〉，http://www.cm-media.com.tw/works.html

張有恆（1990）。《大眾運輸系統之設計與營運管理》。台北：黎明文化事業。

張有恆（1999）。《運輸經濟學》。台北：華泰書局。

張佩傑譯（1992）。Al Ries、Jack Trout著。《定位行銷策略：進入消費者心靈的最佳方法》（Positioning: The Battle for Your Mind）。台北：遠流出版社。

張敏玟（2017/02/14）。〈《商業興觀點》文創觀光 深度旅遊新體驗〉。《經濟日報》，https://www.cdri.org.tw/xcdoc/cont?xsmsid=0H270572502035851587&sid=0H173607236428540053

張淑青（2009）。〈目的地意象、滿意度與行為意圖的關係——目的地意象的區隔效果〉。《台灣管理學刊》，9(1)，1-22。

張逸民譯（2007）。Philip Kotler著。《行銷學》（Marketing: An Introduction）。台北：華泰書局。

張楊乾（2008）。〈環保旅館 挑動春節遊客的綠色神經〉，<https://lowestc.blogspot.com/2008/02/blog-post.html>

[張嘉伶](https://www.ithome.com.tw/user/70)（2001）。〈旅遊B2B電子商務平台將促使B2C交易更完善〉，<https://www.ithome.com.tw/node/13682>

張肇麟（2010/09/13）。〈桃園活魚打響觀光名號雙B玩法最潮！〉。《旅奇週刊》，第126期，<https://b2b.richmarcom.com.tw/newweb/news_into.aspx?Second_classification_id=18&Subject_id=8957>

張學聖、廖紫蘭（2002）。〈全球城市、資訊技術與城市競爭力：從指標評量體系詮釋〉。中華民國都市計劃學會、區域科學學會、住宅學會、地區發展學會2003聯合年會暨論文研討會。

曹勝雄（2011）。《觀光行銷》。台北：揚智文化。

曹勝雄、鈕先鉞、容繼業、林連聰（1993）。《旅運經營學》。台北：國立空中大學。

清境社區報（2008/06/08）。〈清境高山優質民宿街〉。

莊卉婕（2004）。〈來台觀光旅客消費行為特性之實證研究〉。南華大學旅遊事業管理學研究所。

莊雪麗（2005）。〈台灣會議展覽產業及發展策略之研究〉。國立高雄應用科技大學觀光與餐飲管理研究所碩士論文。

莊翰華（1998/2009）。《都市行銷理論與實務》。新竹：建都文化。

許凱玲編譯（2011/12/19）。〈網路如何影響消費者購買決策〉。數位時代，https://www.bnext.com.tw/article/21350/BN-ARTICLE-21350。

許嘉霖、陳曉天、戴依、于立宸、許庭齊（2018）。〈影響遊客造訪意願之決定性因素：以網站品質、心流體驗及SoLoMo態度延伸科技接受模式〉。《品質學報》，25(2)，89-105。

許興家、劉聰仁、黃啟揚編譯（2011）。Michael L. Kasavana Ph. D CHTP, John J. Cahill CHA CHTP著。《餐旅資訊管理系統》。台北：鼎茂圖書。

郭振鶴（1991）。《行銷研究與個案分析》。台北：華泰書局。

郭國慶、錢明輝、呂江輝（2007/09/03）。〈打造城市品牌〉。《人日民日報》。2010/04/23，http://theory.people.com.cn/BIG5/49154/49155/6204489.html

郭崑謨（1990）。《行銷管理》。台北：三民書局。

陳有德（2004）。〈宜蘭縣地方行銷策略之研究〉。佛光大學政治學研究所碩士論文。

陳君毅（2019）。〈2019旅遊新商務全面解析〉。《數位時代》，297，40-45。

陳宜君（2010/10/28）。〈觀光財 來台旅客上看520萬〉，<https://e6705003.pixnet.net/blog/post/32748908>

陳俊元（2008）。〈客家文化古蹟與地方行銷策略之研究——以桃園縣大溪鎮為例〉。國立中央大學客家政治經濟與政策研究所碩士在職專班碩士論文。

陳俊良（2009）。〈地區行銷認知、服務品質認知與品牌形象認知對民眾滿意度影響之研究——以台南縣仁德鄉為例〉。國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。

陳思倫（2005）。《觀光學-從供需觀點解析產業》。台北：前程文化。

陳思倫、宋秉明、林連聰（1995）。《觀光學概論》。台北：空中大學。

陳昱璋（2010）。〈電影╱電視劇與城市行銷策略之探討——以高雄市為例〉。國立台灣師範大學圖文傳播學系研究所碩士論文。

陳美芬、邱瑞源（2009）。〈遊客休閒體驗與旅遊意象之研究〉。《鄉村旅遊研究》，3(1)，33-52。

陳韋妢（2003）。〈地區行銷與城市競爭力營造之研究〉。立德大學地區發展管理研究所碩士論文。

陳慧聰、何坤龍、吳俊彥編譯（2001）。Louis E. Boone & David L. Kurtz著。《行銷學》（Contemporary Marketing）。台北：滄海書局。

陳澤義、張宏生（2006）。《服務業行銷》。台北：華泰文化。

陶依玟（2004）。〈高雄福華大飯店養生藥膳燉品滋陰又補陽〉。《大成報》，http://tw.news.yahoo.com/041211/47/18ws5.html

傅秀儒（2017/10/06）。智慧永續觀光研討會，https://solomo.xinmedia.com/globaltourismvision/137805

傅秀儒（2019/10/09）。〈MEET TAIWAN台灣MICE會展排名再躍進場次、產值逐年成長〉，https://solomo.xinmedia.com/globaltourismvision/172567

彭俊成（1995）。《餐飲業經營入門》。台北：漢宇出版。

曾光華、陳貞吟、饒怡雲（2012）。《觀光與餐旅行銷》。台北：前程出版社。

童桂馨（2007）。〈市場定位、競爭與歇業——台灣觀光旅館實證分析〉。國立屏東商業技術學院休閒事業經營系。

黃亦筠（2008/07）。〈在地創意開闢旅遊新商機〉。《天下雜誌》，第402期。

黃光男（2011）。〈國際文創運作發展〉。《詠物成金：文化創意產業析論》，頁76-91。台北：典藏藝術家庭。

黃金柱（2006）。《運動觀光導論》。台北：師大書苑。

黃俊英（2004）。《行銷學原理》。台北：華泰文化事業股份有限公司。

黃英忠、黃琡珺（1999）。〈餐飲業之人力資源管理——如何降低餐飲業服務人員流動率之探討〉。載於張玉欣（編），《第四屆餐飲管理學術研討會論文集》，頁133-135。台北：中國飲食基金會。

黃振家（2007）。《會展產業概論》。台北：經濟部商業司。

黃深勳（2005）。《觀光行銷學》。台北：空大出版社。

黃琴、孫湘明（2007）。〈城市品牌定位的視角探析〉。《湖南文理學院學報》，32(1)，78-80。

黃舒彥（2002）。〈從藝文活動探討城市行銷——以台北市為例〉。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

黃歆嵐（2001）。〈以旅運者觀點探討高速鐵路車廂選擇行為之研究〉。國立交通大學運輸工程與管理系碩士論文。

黃麗如（2005/2/25）。〈旅行e起來上網搞定旅遊夢〉。《中國時報》，休閒旅遊/E8版/全球華文行銷知識庫。

愛台灣文創網（2016）。〈台灣如何迎接第四次產業革命「物聯網」時代到來？〉，http://www.lovetaiwan.com.tw/index1.php/lastest\_news/detail/1621/

楊文琪（2019/05/21）。〈台北國際會議場次破百排名上升至全球第20名〉。《經濟日報》，https://money.udn.com/money/story/5648/3825056。

楊幼蘭譯（2004）。Martha Barletta著。《女性行銷：如何瞭解、接觸這全球最大的市場區隔，提高你的占有率》（Marketing to Women: How to Understand, Reach, and Increase Your Share of the World’s Largest Market Segment）。台北：藍鯨。

楊明青（2005/12/03）。專題講演「國民旅遊與外籍人士來華旅遊之分析」。台中市觀光導覽及旅遊服務人員講習訓練，靜宜大學觀光事業研究所。

楊明賢（1999）。《觀光學概論》。。台北：揚智文化。

楊明賢（2005/5/3）。〈台中六星級汽車旅館，一年撈進50億〉。《時報周刊》。

楊修（2017/11/28）。〈「行銷4.0」時代來了！行銷學大師科特勒：品牌最該重視的 3 種「關鍵消費者」〉。《經理人》，https://www.managertoday.com.tw/books/view/55374

楊桂華譯（1999）。Nigel Morgan著。《旅遊目的地品牌管理》。天津：南開大學出版社。

楊舒晴（2012/2/29）。〈虛實通路結合，燦星旅衝刺旅遊市佔〉。精實新聞，MoneyDJ理財網，http://www.moneydj.com/z/z00.htm

楊舜仁（2005）。企業訓練聯絡網知識管理網站。數位知識管理有限公司。

楊順勇、丁萍萍（2009）。《會展行銷》。北京：化學工業出版社。

經建會綜計處（2010/10/28）。2010年台灣觀光產業表現亮眼。

經濟部中小企業處數位媒體文宣資訊網，蜜蜂故事館，http://www.ttv.com.tw/smea/head.asp?Info=95。

經濟部投資業務處（2009）。休閒觀光產業分析及投資機會。

經濟部國際貿易局（2019/03/07）。〈我國會展產業發展概況〉，https://www.roc-taiwan.org/uploads/sites/7/2018/12/1080250182-1.pdf

葉雪芬（2008）。〈應用城市規劃館行銷城市遠景與規劃理念之研究〉。國立成功大學都市計劃研究所碩士論文。

葉曉蒨（2010）。〈台灣會展產業發展之現況與問題〉。《台灣經濟研究月刊》，33(2)，16-24。

鉅亨網（2012/8/30）。〈觀光局星級旅館評鑑寒舍艾美、耐斯王子獲5星〉。https://tw.mobi.yahoo.com/%E8%A7%80%E5%85%89%E5%B1%80%E6%98%9F%E7%B4%9A%E6%97%85%E9%A4%A8%E8%A9%95%E9%91%91-%E5%AF%92%E8%88%8D%E8%89%BE%E7%BE%8E-%E8%80%90%E6%96%AF%E7%8E%8B%E5%AD%90%E7%8D%B25%E6%98%9F-091004604--finance

廖美娟（2007）。〈電影與城市行銷關係之研究——以高雄市為例〉。逢甲大學都市計畫學系碩士班碩士論文。

廖經維（2012/07/06）。〈以小搏大創商機——國際展覽行銷關鍵〉，https://mymkc.com/article/content/21379

劉玫芬（2002）。《北海道面對台灣市場之觀光行銷策略》。2002年度財団法人交流協会日台交流センター歴史研究者交流事業報告書。

劉盈君譯（2017）。Philip Kotler、Hermawan Kartajaya、Iwan Setiawan著。《行銷4.0：新虛實融合時代贏得顧客的全思維》。台北：天下雜誌。

劉修祥（1998）。《觀光導論》。台北：揚智文化。

劉修祥譯（2003）。Glenn F. Ross著。《觀光心理學》（The Psychology of Tourism）。台北：桂魯有限公司。

劉喜臨，全球化競爭下之台灣觀光發展，http://www.rad.gov.tw/learn/PDF/B/04-2.pdf

劉嘉泰（2008/12/24）。〈方便查詢觀光資訊花蓮10車站設導覽系統〉。《大紀元》，https://www.epochtimes.com/b5/8/12/3/n2350238.htm

劉維公（2019）。〈旅遊4.0時代：智能旅遊〉。《遠見雜誌》，2019/06/03，https://www.gvm.com.tw/article/66491

樊紅云、岳景艷、鄭繼興（2006）。〈城市品牌策略存在的逞區及對策分析〉。《全國中文核心期刊——全國貿易經濟類核心期刊》，467，139-140。

樓永堅、方世榮譯（2006）。Philip Kotler、Kevin Keller著。《行銷管理學》（第12版）（Marketing Management）。東華書局。

歐聖榮、張集毓（1995）。〈遊憩區市場定位之研究。《戶外遊憩研究》，8 (3)，15-45。

蔡佩璇（2008/2/25）。〈抓緊行銷趨勢與營運關鍵 打造數位廣播的無限商機！〉。電子商務時報，https://www.ectimes.org.tw/?p=28474

蔡惠萍（2010/07/01）。〈高鐵定期票回數票上路首日冷清〉。聯合報即時報導，http://tholiday.thsrc.com.tw/TC/index.aspx

蔡華鋒、南楠（2011/03/09）。〈“她”市場熱潮洶湧去年逾六成旅遊由女性決策〉。《南方日報》。

諸葛俊（2001）。〈中國大路環勃海地區都市行銷策略之研究——以大連市為例〉。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。

鄧富珍（2010/08/09）。〈「那些年，我們一起追的女孩」開拍彰化縣城市意象好〉，http://www.nownews.com/2010/08/09/11490-2634597.htm。

鄭仲（2006）。〈大陸人民對台灣之旅遊意象與旅遊意願研究〉。國立東華大學企業理學系碩士論文。

鄭健雄、黃穎捷（2008）。〈農業傳播的發展理念與策略〉。《台中區農推專訊》，第96期。

盧怡安（2004）。〈華安發行現金卡打「厚臉皮」戰術〉。《商業周刊》。台北：商周文化。

盧泰宏、吳水龍（2009）。Keller, K. L.著。《戰略品牌管理》（Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity）。北京：中國人民大學。

賴瑟珍（2011）。〈「旅行台灣．感動100」——擁抱社群創造多元效益〉。《研考雙月刊》，第35卷，第4期政策交流道。

聯合新聞網，http://udn.com/NEWS/main.html

謝文雀編譯、許文軍校訂（1998）。Philip Kotler、Siew Meng Leong、Swee Hoon Ang、Chin Tiong Tan著。《行銷管理——亞洲實例》（Marketing Management-An Asian Perspective）。台北：華泰文化。

謝文雀譯（2007）。《行銷管理》。台北：華泰文化。

謝汶進、李治綱（2001）。〈高速鐵路列車需求模式之研究〉。《運輸計畫季刊》，30(1)，89。

謝金燕（2003）。〈宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究——以高雄否佛光山為例〉。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。

鍾宜春（2006）。〈城市行銷：以音樂為媒介——高雄市策略發展之研究〉。國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。

韓國觀光公社，https://big5chinese.visitkorea.or.kr/cht/ATT/3\_7\_1\_view.jsp

簡曜輝、季力康、卓俊伶、洪聰敏、黃英哲、黃崇儒、廖主民、盧俊宏譯（2002）。Weinberg, R. S.、Gould, D.著。《競技與健身運動心理學》。台北：台灣運動心理協會。

顏長川（2019/04/12）。〈高績效教練／行銷4.0創造顧客驚喜體驗〉。《經濟日報》，https://money.udn.com/money/story/8944/3750929

顏財發（2018）。〈計畫關係理論在旅遊目的地關係上的應用——貴州茅台智慧酒文化旅遊為例〉。《運動休閒餐旅研究》，13(4)，16-38。

魏汝蔚（2012/2/16）。〈小心，別被「林書豪」騙了〉。ETtoday旅遊新聞旅遊中心，http://www.ettoday.net/news/20120216/25452.htm#ixzz1r3dXRuVU

魏鼎耀（2005）。〈目的地意象、知覺價值與遊後行為意圖關係之研究〉。國立成功大學交通管理科學研究所碩士論文。

羅漢等譯（2002）。Philip Kotler等著。《科特勒深探大亞洲：人潮、金潮與地方再造》。台北：商智文化。

譚瑾瑜（2005）。〈台灣觀光產業的現況與未來發展〉。財團法人國家政策研究基金會國政研究報告。科經（研）094-023號。

龐麗琴（2004）。〈建構土耳其、希臘、埃及旅遊意象形成之模式〉。國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。

嚴長壽（2008）。《我所看見的未來》。台北：天下遠見。

嚴振昌（2001）。〈台灣高速鐵路競爭策略之研究〉。國立交通大學運輸工程與管理系碩士論文。

蘇安婷（2012）。〈英國城市文創產業及文創觀光發展——以Jewellery Quarter和Bluecoat為例〉，http://140.122.64.168/files/archive/224\_701b9128.pdf

蘇欣儀（2006）。〈節慶活動與城市行銷：聖彼得堡「白夜之星藝術節」個案研究〉。淡江大學俄羅斯研究所未出版碩士論文。

鐵行文化工作室。〈啟動「觀光列車」的精靈——策略性整合行銷〉，http://www.rail.com.tw/file/m12.shtm。

觀光局（2011/9/2）。〈台灣觀光新品牌"Taiwan-The Heart of Asia"正式上路〉，http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=312

Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity. New York: Maxwell Macmillan International Inc.

Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1987). Consumer response to brand extensions. Working paper. School of business administration. University of California, Berkeley.

Akehurst, G., Bland, N., & Nevin, M. (1993). Tourism policies in the European community member states. International Journal of Hospitality Management, 12(1), 33-66.

Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. Journal of ConsumerResearch, 13, 411-454.

Angelina Pan (2011/01/21)。〈訂票不如預期 高鐵祭出「早鳥優惠」7折票〉。台灣英文新聞。

Anholt, S., & Hildreth, J. (2004). Brand America: The Mother of All Brands. London: Cyan Books.

Ashworth, G. J., & Voogd, H. (1989/1994). Sel1ing the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning. Belhaven Press.

 B2Bers，〈會展行銷的技巧與手段〉，https://www.b2bers.com/big5/guide/expo/017.html

Bagwell, S. (2008), Creative clusters and city growth. Creative Industries Journal, 1(1), 31-46, doi: L10.1386/cij.1.1.31/1

Baloglu, S., & K. W. McCleary (1999). A model of destination image formation. Annals of Tourism Research, 26(4), 868-897.

Baloglu, S., & Mangaloglu, M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents. Tourism Management, 22, 1-9.

Barbara, B., & Philippe, H. (1994). Toward a definition of corporate transformation. Sloan Management Review, 35, 101-107.

Bennett, M. M., & Lai, C. W. K. (2005). The impact of the Internet on travel agencies in Taiwan. Tourism and Hospitality Research, 6(1), 8-23.

Bennett, P. D. (1995). Dictionary of Marketing Terms (2nd ed.). American Marketing Association, Chicago.

Berman, Barry (1996). Marketing Channels. N.Y.: John Wiley and Sons.

Best, R. J. (2000). Market-based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: Inter-relationship. Tourism Management, 22(6), 607-616.

Bignon, V. N., Hammitt, W. E., & Norman, W. C. (1998). French perceptions and image of the United Stated as a destination country. Tourism Analysis, 3, 159-171.

Birgit, L. (2001). Image segmentation: The case of a tourism destination. Journal of Services Marketing, 15(1), 49-66.

Birmingham City Council. (2011). Big City Plan. Retrieved from http://bigcityplan.birmingham.gov.uk/wp-content/uploads/2010/08/Big-City-Pla n-Part-1.pdf.

Bitner, J., & Booms, B. H. (1982). Trends in travel and tourism marketing: The changing structure of distribution channels. Journal of Travel Research, 20(4), 39-44.

Bowersox, D. J., & Cooper, M. B. (1992). Strategic Marketing Channel Management. N.Y.: McGraw-Hill.

Bradburne, J. (2003). The museum time bomb: Overbuilt, overtraded, overdrawn. Retrieved from http://www.foorsofperception.com/features

Browing, H. C., & Singelman J. (1975). The Emergence of a Service Society. Springfield: National Technical Information Service.

Brown, J. R., & Day, R. L. (1981). Measures of manifest conflict in distribution channels. Journal of Marketing Research, 18(3), 263-274.

Bryson J. M., & P. Bromiley. (1993). Critical factors affecting the planning and implementation of major project. Strategic Management Journal, 14, 319-337.

Buhalis, D. (2000a). Distribution channels in the changing travel industry. International Journal of Tourism Research, 2(2), 137-139.

Buhalis, D. (2000b). Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 21, 97-116.

Buhalis, D. (2001). Tourism Distribution Channel: Practices and Process. New York: Continuum.

Burgess, Robert G. (1982). Field Research: A Sourcebook and Field Manual. London: Allen & Urwin.

Butler, Judith (1990). Gender Trouble: Feminism And the Subversion of Identity. London: Routledge.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. Canadian Geographer, 24(1), 5-12.

Cai, Liping A. (2002). Cooperative branding for rural destinations. Annals of Tourism Research, 29(3), 720-742.

Cano, Lucero Morales and Avis Mysyk (2002). Cultural tourism, the state, and day of Harrison, L. C. Husbands, W. (eds.) (1996), Practising Responsible Tourism. John Wiley & Sons: Chichester.

Castro, C. B., & Armario, E. M., & Ruiz, D. M. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination’s image and tourist’ future behavior. Tourism Management, 28, 175-187.

Chaudhuri, A., & Buck, R. (1995). Media differences in rational and emotional responses to advertising. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 39(1), 109-127.

Chen, C. H., & Tsai, D. C. (2008). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? Tourism Management, 28, 1115-1122.

Czinkota, M. A., & Ronkainen, I. A. (1993). International Marketing (3rd ed.). Chicago: The Dryden Press.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technologies. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.

De Chernatony, L., & Dall' Olmo Riley, F. (1999). Defining a brand: Beyond the literature with experts interpretation. Journal of Marketing Management, 14(5), 417-433.

der Borg, Jan van, Paolo Costa; Giuseppe Gotti (1996). Tourism in european heritage cities. Annals of Tourism Research, 23(2), 306-321

Destination Marketing Association International (DMAI), http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=20

Dibb, S., & Simkin (1996). The Marketing Segmentation. New York: McGraw-Hill.

Duncan, C. P., & Nelson, J. E. (1986). Meaning transfer in a brand extension strategy. Faculty Working Paper 86-11, College of business administration, University of Colorado, Boulder, 1-50.

Echtner C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. The Journal of Tourism Studies, 2(2), 2-12.

Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. Journal of Travel Research, 31(4), 3-13.

Eden (2018/11/12). https://blog.gogopartners.com/%E8%A1%8C%E9%8A%B74.0

Edgell, Sr., Daved, L. (1995). A barrier- free future for tourism. Tourism Management 1(2), 107-110

Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. Journal of Travel Research, 30(2), 10-16.

Fesenmaier, D. R., Vogt, C. A., & Stewart, W. P. (1993). Investigating the influence of welcome center information on travel behavior. Journal of Travel Research, 31(3), 33-39.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley, Reading, MA.

Gamble, T. R. (1967). Brand extension. In Lee Adler (ed.), Plotting Marketing Strategy, pp. 167-178. New York: Simon and Schuster.

Garces, S. A., Gorgemans, S., Sanchez, A. M., & Perez, M. P. (2004). Implications of the Internet: An analysis of the Aragonese hospitality industry, 2002. Tourism Management, 25(5), 603-613.

Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. In Uysal, M., & Fesenmaier, D. R. (eds.), Communication and Channel Systems in Tourism Marketing, 191-215. New York: Haworth Press.

Getz, D. (1997/1998). Event Management & Event Tourism. New York: Cognizant Communication Corporation.

Ghosh, S. (1998). Making business sense of the Internet. Harvard Business Review, 76(2), 126-35.

Gitelson, R. J., & Crompton, J. L. (1983). The planning horizons and sources of information used by pleasure vacationers. Journal of Travel Research, 21(3), 2-7.

Gitelson, R. J., & Crompton, J. L. (1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. Annals of Tourism Research, 11(2), 199-217.

Gold, J. R., & Ward, S. V. (1994). Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions. Australia: John Wiley and Sons, Inc.

Grace Lee (2011/01/27)，體驗經濟下看到的旅遊商機，http://blog.sina.com.tw/gracelee/article.php?pbgid=105204&entryid=603807

Gunn, C. (1972). Vacationscape: Designingtourist Regions. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas.

Gunn, C. (1988). Vacationscapes: Designing Tourist Regions. New York: Van Nostrand Reinhold.

Hanefors, M., & Mossberg, L. (2002). TV travel shows: A pre-taste of the destination. Journal of Vacation Marketing, 8(3), 235-246.

Hardy, K. G., & Magrath, A. J. (1988). Marketing Channel Management: Strategic Planning and Tactics. Illinois: Scott Publishing.

Harris, P. C., Haynes, R. J., & Egger, J. P. (1984). The Use of CO2-Based Fracturing Fluids in the Red Fork Formation in the Anadarko Basin, Oklahoma. Journal of Petroleum Technology, 36, 1003-1008.

Hartman, C. L., Price, L. L., & Duncan, C. P. (1990). Consumer evaluation of franchise extensionproduct: A categorization processing perspective. Advances in Consumer Research, 17, 120-127.

Healy, M. J., M. B. Beverland, H. Oppewal & S. Sands (2007). Understanding retail experience: The case for ethnography. International Journal of Market Research, 49(6), 751-778.

Hertenstein, J. H., & Platt, M. B. (2000). Performance measures and management control in new product development. Accounting Horizones, 14(3), 303-233.

Heung, V. C. S., & Chu, R. (2000). Important factors affecting Hong Kong consumers’ choice of a travel agency for all inclusive package tours. Journal of Travel Research, 39(1), 52-59.

Holbrook, M. B. (2000). The millennial consumer in the texts of our times: Experience and Entertainment. Journal of Macromarketing, 20, 178-192.

Hsu, C. H. C., & Powers, T. (2002). Marketing Hospitality (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.

Hu, Y. Z., & Ritchie, B. J. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. Journal of Travel Research, 32(2), 25-34.

Huang, L. (2006). Building up a B2B e-commerce strategic alliance model under an uncertain environment for Taiwan’s travel agencies. Tourism Management, 27(6), 1308-1320.

ICCA (International Congress & Convention Association) (2007). www.iccaworld.com/

Inge, Jon (2001). An Introduction to Hotel Systems: Fundamentals & Glossary (Hotel Technology 101). American Hotel and Lodging Association.

Inskeep, E. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold.

IOT ANALYTICS (2014). IoT Market- Forecasts at a glance, https://iot-analytics.com/iot-market-forecasts-overview/

ITIS智網，http://www.itis.org.tw/signoff.do

Jang, S. C., & Cai, L. A. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. Journal of Travel & Tourism Marketing 13(3), 111-133.

Joy, A., & J. F. Sherry Jr. (2003). Speaking of Art as Embodied Imagination: A Multisensory Approach to Understanding Aesthetic Experience. Journal of Consumer Research, 30(2), 259-282.

Kavaratzis, M. (2005). From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands. Journal of Place Branding, 1, 58-73.

Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2009). Beyond the logo: Brand management for cities. Journal of Brand Management, 16(8), 520-531.

Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? Place Branding, 2(3), 183-194.

Keane, M. P. (1997). Modeling Heterogeneity and State Dependence in Consumer Choice Behavior. Journal of Business and Economic Statistics, 15(3), 310-327.

Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. Annals of Tourism Research, 30(1), 216-237.

Kotler, P. & Armstrong, G. (1999). Principles of Marketing (8th ed.). NJ: Prentice Hall.

Kotler, P. (1996). Marketing Management: An Asian Perspective. NJ: Prentice Hall.

Kotler, P. (2000). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control (10th ed.). NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1994). Principles of Marketing (6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & K. Keller (2009). Marketing Management (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wing, V. (1993). Principals of Marketing (2th ed.). New York: Prentice Hall.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1996). Marketing for Hospitality and Tourism. NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., Haider, D. H., & Rein I. (1993). Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations. New York: The Free Press.

Kotler, P., Hamlin, M. A., Haider, D. H., & Rein, I. (2002). Marketing Asian Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations. John Wiley & Sons.

Kotler, Philip (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control (9th ed.). NJ: Prentice Hall.

Kurtz, S. (2008). Opportunities and Challenges for Development of a Mature Concentrating Photovoltaic Power Industry. Technical Report NREL, TP-520-43208.

Lavidge, R., & Steiner, G. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. The Journal of Marketing, 25(6), 59-62.

Law, R., & Lau, W. (2004). A study of the perceptions of Hong Kong hotel managers on the potential disintermediation of travel agencies. Journal of Travel & Tourism Marketing, 17(2/3), 117-131.

Lumsdon, L. (1997). Tourism Marketing. New York: International Thomson Business Press.

Maitland, I., (1997). How to Plan Exhibitions. Herndon: Va. Cassell.

Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. (1981). The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services. Boston: CBI Publishing Company.

McKerchera, B., Ho, P. S.Y., & Du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. Tourism Management, 26, 539-548.

Mckinsey & Company (2015). The internet of things: Mapping the value beyond the hype. Fromhttps://mck.co/2YLvsIP

McLuhan, R. (2000). Go live with a big brand experience. Marketing, Oct. 26, 2000, p. 45.

MEET TAIWAN，〈臺灣會展環境〉，https://www.meettaiwan.com/zh\_TW/menu/M0000819/%E8%87%BA%E7%81%A3%E6%9C%83%E5%B1%95%E7%92%B0%E5%A2%83.html?function=M0000819

Middleton, T. C., & Clarke, J. (2001). Marketing in Travel and Tourism (3rd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Milman, A., & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case. Journal of Travel Research, 33(3), 21-27.

Mitchell, V. W. (2001). Re-conceptualizing Consumer Store Image Processing Using Perceived Risk, Journal of Business Research, 54(2), 167-172.

Morrison, Alastair M. (1996). Hospitality and Travel Marketing (2th ed.). Albany, NY: Delmar Publishers.

Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. European Journal of Marketing, 21(10), 3-44.

Murphy, P. E., & Stalpes, W. A. (1979). A modernized family life cycle. Journal of Consumer Research, 6(June), 17-67.

Myers, J. (1996). Segmentation and Positioning for Strategic Marketing Decisions. Chicago: American Marketing Association.

O'Leary, S., & Deegan, J. (2005). Career progression of Irish tourism and hospitality management graduates. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 17(5), 421-432.

Oracle台灣，https://www.oracle.com/tw/artificial-intelligence/what-is-artificial-intelligence.html

Ostrowski, P. L., O’Brien, T. V., & Gordon, G. L. (1993). Service quality and customer loyalty in the commercial airline industry. Journal of Travel Research, 32(2), 16-24.

Parasurman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. Journal of Marketing, 49(Fall), 41-50.

Park, S. Y., & Keh, H. T. (2003). Modelling hybrid distribution channels: A game-theoretic analysis. Journal of Retailing and Consumer Services, 10, 155-167.

Pearce, D. G. (2008). A needs‐functions model of tourism distribution. Annals of Tourism Research, 35(1), 148-168.

Pearce, D. G., & Tan, R. (2006). The distribution mix for tourism attractions in Rotorua, New Zealand. Journal of Travel Research, 44(3), 250-258.

Pearce, D. G., & Taniguchi, M. (2008). Channel performance in multichannel tourism distribution systems. Journal of Travel Research, 48(3), 256-267.

Pearce, Douglas G. (1998). Tourism development in Paris public intervention. Annals of Tourism Research, 25(2), 457-476.

Peter, J. P., & Donnelly, J. H. (1991). A Preface to Marketing Management. Chicago IL: Irwin.

PineⅡ, J., & Gilmore, J. (1998). Welcome to the experience economy. Harvard Business Review, 76, 97-105.

PineⅡ, J., & Gilmore, J. (1999). The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a State. Massachusetts: Harvard Business School Press.

Plog, S. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity: An update of a Cornell Quarterly Classic. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 42(3), 13-24.

Pollard, J. S. (2004). From industrial district to 'urban village'? Manufacturing, money and consumption in Birmingham's Jewellery Quarter. Urban Studies, 41(1), 173-193.

Poon, A. (1993). Tourism, Technology and Competitive Strategies. Printed and Bound in the UK by Redwood Books, Trowbridge.

Porter, M. E. (1995). Clusters and the new economic competition. Harvard Business Review, 76, 77-90.

Pullman, M. E., & M. A. Gross (2004). Ability of experience design elements to elicit emotions and loyalty behaviors. Decision Sciences, 35(3), 551-578.

Rainisto, S. K. (2003). Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and the United States. Helsinki University of Technology.

Ray, C. (1998). Culture, intellectual property and territorial rural development. Sociologia Ruralis, 38, 3-20.

Reid, Robert D., & Bojanic, David C. (2010). Hospitality Marketing Management. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons.

Reynolds, W. H. (1965). The role of the consumer in image building. California Management Review, 7, 69-76.

Richards, G., & Wilson, J. (2005). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? Tourism Management, 27(6), 1209-1223.

Roscore, J. T. (1975). Fundamental Research Statistic for the Behavior Science (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart & Winston.

Rosenbloom, Bert (1995). Marketing Channels: A Management View (5th ed.). Fort Worth: Dryden Press.

Rosenbloom, Bert (1999). Marketing Channels: A Management View (6th ed.). Fort Worth: Dryden Press.

Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company and Brand. New York, NY: The Free Press.

Schmitt, B. H. (2003). Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting With Your Customers. New Jersey: Wiley.

Schnaars, S. P. (1991). Marketing Strategy: A Customer- Driven Approach. New York: The Free Press.

Schofield, P. (1996). Cinematographic images of a city: Alternative heritage tourism in Manchester. Tourism Management, 17(5), 333-40.

Schultz, Don E., Tannenbaum, Stanley I., & Lauterborn, Robert F. (1993). Integrated Marketing Communications. USA: NTC Business Books.

Seddighi, H., & Theocharous, A. (2002). A model of tourism destination choice: A theoretical and empirical analysis. Tourism Management, 23(4), 475-87.

Singhal, A., & Nagao, M. (1993). Assertiveness as communication competence. Asian Journal of Communication, 3, 1-18.

Smart Travel Asia (2012)，2011亞洲最佳度假目的地與亞洲最佳商務城市，http://www.smarttravelasia.com/

Smeral, Egon (1999). Impact of Globalization on Small and Medium Enterprises: New Challenges for Tourism Policies in European Countries. Tourism Management, 19(4), 371-380.

Sofield, Trevor H. B., & Li, F. M. Sarah (1998). Tourism development and culture policies in China. Annals of Tourism Research, 25(2), 362-392.

Solvell, O., Lindquist, G., & Ketels, C. (2003). The Cluster Initiative Greenbook. Stockholm: Ivory Tower AB.

Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (1992). Marketing Channels. NJ: Prentice Hall.

Stern, L. W., EI-Ansary, A. I. & Coughlan, A. T. (1996). Marketing Channels (5th ed.). NJ: Prentice Hall.

Sujan, M. (1985). Consumer knowledge: Effects of evaluation strategies mediating consumer judgment. Journal of Consumer Research, 12(June), 31-46.

Swarbrooke, J. (2000). The Development and Management of Visitor Attractions. Oxford Butterworth-Heinem.

Szilagyi, Andrew D., Jr., & Mare J. Wallar, Jr. (1980). Organizational Behaavior and Performance (2nd ed.). California: Good-Year.

Tabei, S. (1997). Conventions: A Guide to a Flourishing Industry. Tokyo, The Simul Press Inc.

Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. Journal of Travel Research, 45(4), 413-425.

The world factbook (2004/12/16). Rank Order- GDP- per capita, http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/rankorder/2004rank.html

TripAdvisor (2019). https://tripadvisor.mediaroom.com/press-releases?item=126229

TVBS（2011/10/01）。〈日本旅遊標錯價 24900打一折！雄獅認賠〉，https://news.tvbs.com.tw/politics/68328

Ujma, D. (2001). Distribution Channel for Tourism: Theory and Issues. New York: Continuum.

UNWTO (2008). Tourism Highlights, Edition, http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.htm

UNWTO (January 2009). World Tourism Barometer, 7(1), http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm

Urban, G. L., & Star, S. H. (1991). Advanced Marketing Strategy: Phenomena, Analysis, Decisions. NJ: Prentice Hall.

Van den Berg, L., & Braun, E. (1999). Urban competitiveness, Marketing and the needs for organising capacity. Urban Studies, 36, 987-999.

Van den Berg, L., Van der Borg, J., & Van der Meer, J. (1995). Urban Tourism. Aldershot: Avebury.

Wade, Derek J., B. C. Mwasaga, Paul F. J. Eagles (1999). A history and market analysis of tourism in Tanzania. Tourism Management 22, 93-101.

Wahab, S., Crompton, L. J., & Rothfield, L. M. (1976). Tourism Marketing. London: Tourism International Press.

Walle, A. H. (1996). Tourism and the Internet: Opportunities for direct marketing. Journal of Travel Research, 35(1), 72-77.

Weaver, D., & Oppermann, M. (2000). Tourism Management. Brisbane: John Wiley.

Webb, K. L., & Lambe, C. J. (2007). Internal multi-channel conflict: An exploratory investigation & conceptual framework. Industrial Marketing Management, 36(1), 29-43.

Wen, J. J., & Tisdell, C. A. (2001). Tourism and China’s Development: Policies, Regional Economic Growth and Ecotourism. World Scientific, Singapore.

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. Strategic Management Journal, 5, 171-180.

Wilson, S. E., & Butler, D. M. (2007). Political Analysis, 15(2), 101-123.

Wind, Y. (1978). Issues and advances in segmentation research. Journal of Marketing Research, 15(August), 317-337.

Woodside, A. G., Lysonski, S. (1989). A general model of traveler destination choice. Journal of Travel Research, 27, 8-14.

World Tourism Organization (2010). Unwto World Tourism Barometer Interim Update, August.

World Tourism Organization (2017). Tourism Highlights 2017 Edition, http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights

World Tourism Organization (2018). World Tourism Barometer Vol.16 Advance Release, http://mkt.unwto.org/barometer/january-2018-volume-16-advance-release

World Travel & Tourism Council (2019). TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD, https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf

Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing and validation a multidimensional consumer-based brand equity scale. Journal of Business Research, 52, 1-14.

Zukin, S. (1995). The Culture of Cities. Oxford: Blackwell.

Zukin, S. (2004). Dialogue on urban cultures: Globalization and culture in an urbanizing world. World Urban Forum, Symposium conducted at the meeting of UN-HABITAT, Barcelona.