

北京市哲学社会科学“十一五”规划项目
北京市哲学社会科学规划办公室资助

会展经济运营管理模式研究

——以“新国展”为例

HUIZHAN JINGJI YUNYING GUANLI MOSHI YANJIU

会展经济包括会议经济、展览经济、奖励旅游经济和大型活动经济四大部分。会展经济是通过举办各种形式的会议、展览、奖励旅游和大型活动，并带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象和经济行为。会展经济是市场经济的产物，市场经济越发达，会展经济也越繁荣。

施昌奎 / 著

中国社会科学出版社



HUIZHAN JINGJI JIANYING
QUYU LI MOXIAN YINJING

ISBN 978-7-5004-7143-1



9 787500 471431 >

定价：28.00 元

北京市哲学社会科学“十一五”规划项目

北京市哲学社会科学规划办公室资助

会展经济运营管理模式研究

——以“新国展”为例

施昌奎 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

会展经济运营管理模式研究: 以“新国展”为例/施昌奎著. —北京: 中国社会科学出版社, 2008. 8

ISBN 978 - 7 - 5004 - 7143 - 1

I. 会… II. 施… III. 展览会—服务经济—研究—北京市 IV. G245 F063.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 120219 号

策划编辑 卢小生 (E-mail: georgelu@vip.sina.com/georgelu99@yahoo.cn)

责任编辑 卢小生

责任校对 王雪梅

封面设计 高丽琴

技术编辑 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010 - 84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 丰华装订厂

版 次 2008 年 8 月第 1 版

印 次 2008 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

插 页 2

印 张 15.5

印 数 1—6000 册

字 数 256 千字

定 价 28.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

前 言

会展经济包括会议经济、展览经济、奖励旅游经济和大型活动经济四大部分。会展经济是通过举办各种形式的会议、展览、奖励旅游和大型活动，并带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象和经济行为。会展经济是市场经济的产物，市场经济越发达，会展经济也越繁荣。在国外，会展经济已有几百年的发展历史，工业革命早期，英国、法国、德国、意大利等欧洲发达国家的会展经济已经初具规模，第二次世界大战后，随着美国经济的进一步壮大和日本、德国的崛起，这些地区的会展经济得到了快速发展，并逐步成为世界会展经济的中心。

改革开放以来，特别是 20 世纪 90 年代以来，随着中国市场经济制度的日益完善和中国经济实力的日益增强，中国的会展经济有了长足的进步，并逐步形成了四大会展经济带：一是以北京为中心，天津、青岛、石家庄、济南为外围的环渤海会展经济带；二是以上海为中心，杭州、苏州、南京为外围的长江三角洲会展经济带；三是以广州为中心，深圳、珠海、昆明为外围的珠江三角洲会展经济带；四是以大连为龙头，沈阳、长春、哈尔滨为龙身的东北会展经济带。这四大会展经济带的初步形成标志着中国已经成为一个会展经济大国。

会展经济对城市经济的发展具有极大的促进作用，其产业关联效应和扩散效应比为 1:9。会展业的发展不仅能极大地促进一个城市 and 地区房地产、宾馆、餐饮、旅游、交通、商业、传媒和信息等相关产业的发展，增加大量就业机会，而且还可以提高城市的国际知名度和美誉度。北京是全国的政治文化中心，也是国际化的大都市，又肩负着 2008 年奥运会的举办重任，因此，北京发展会展经济具有得天独厚的优越条件和千载难逢的大好机遇。

北京的会展经济在国内是独占鳌头的，内地其他城市都无法与之比

拟。北京的会展经济尽管处于全国领先地位，但北京的会展经济也面临着上海、广州等沿海城市的巨大挑战。根据 2006 年《中国会展经济发展报告》统计，2006 年，北京、上海、广州三个重要会展城市大约举办了 864 个展览会，上海占总数的 40%，北京占 39%，广州占 21%。这说明，北京的会展经济在某些方面已经落后于上海了，比如说，上海依托“长三角”雄厚的工业基础，在举办工业展览方面已经全面超过北京了。

北京会展经济尽管总体上还处于优势地位，但也存在后劲不足的问题：一是单体展馆面积小、功能单一、设施落后、服务水平低，大多不具备接办国际名展的能力；二是旧馆分散、功能老化，不利于形成规模和聚集效应；三是运营与管理模式落后，造成会展经济效益不高；四是会展经营机构实力不够、竞争力不强；五是管理体制不顺、多头批展、重复浪费现象严重。这五个方面的问题都涉及体制：由于投资的行政审批制度造成各区县竞相争项目，造成新馆布局的分散化；由于政府主导并直接经营造成经济效益不高，同时也造成企业的官办作风、缺乏竞争力；更是由于管理体制不顺造成多头批展、重复浪费现象。所以，我在 2006 年重点研究了这些问题，并出版了《会展经济：运营·管理·模式》一书，这本书就是为解决北京会展经济运营和管理机制方面的问题而作的。

到了 2007 年，政府决定上马“新国展”。“新国展”是北京市 2005 年 60 项重点工程之一，并被列入 2008 奥运相关工程项目，同时也是国家重点项目。“新国展”总建筑面积约 66 万平方米，建成后将成为全国规模最大、设施一流的现代化展览设施。在这样一个大型的展览中心即将建成之际，我认为无论是政府还是企业，都应该思考这样两个问题：如何管理大型的展览中心？应该采取什么样的运营管理模式？正是在这样一个背景下，我开始研究“新国展”运营管理模式的选择问题，并获得北京市哲学社会科学“十一五”规划项目的资金支持。我认为，“新国展”应借鉴国外先进的管理经验，采取与时俱进的现代化运营管理模式。这样才能使“新国展”避免出现“新瓶装旧酒”的现象，才能使北京会展经济在世界舞台上具有较强的竞争力。

世界展览场馆运营管理一般有十种运营管理模式：民有民营的纯场馆经营模式、民有民营的场馆经营与自办展结合模式、民营公助的纯场馆经营模式、民营公助的场馆经营与自办展结合模式、公有国营的纯场馆经营

模式、公有国营的场馆经营与自办展结合模式、公有托管的纯场馆经营模式、公有托管的场馆经营与自办展结合模式、公有民营的纯场馆经营模式和公有民营的场馆经营与自办展结合模式。比如说,德国采取公有民营的场馆经营与自办展结合模式,展览场馆不仅可以经营场地出租及其相关业务,而且还能从事自办展。法国采取的是纯场馆经营的分业经营模式。

德、美、法、英、意等发达国家展览场馆运营管理模式各有特色,各不相同,但有几点是共同的,这些共同之处也是世界各国展览场馆在运营管理过程中逐步形成的、市场经济中行之有效的经验和规则。“新国展”是国际化的展览馆,中国经济是全球化的经济,随着中国经济市场化和全球化进程的不断加快,展览场馆运营管理模式中这些行之有效的经验和规则是值得我们研究和借鉴的。

第一,为了发展会展经济,各国政府都大力支持展览场馆的建设。展览场馆投资大,投资周期长,私人资本一般不愿承担如此大的投资风险,所以,世界上大多一流的展览中心都是由政府投资兴建的。比如说德国汉诺威展览中心(Hannover Exhibition Center),这座世界上最大的展览设施就是由政府投资兴建的。

第二,为了提高经济效益,展览场馆普遍实行“公有民营”的管理体制。目前,世界上展览场馆的利用率都不是很高,只有少数的展览场馆是饱和的,而大多数的展览场馆都处在30%利用率以下的“吃不饱”状态。因此,世界上大多数展览场馆是难以做到自负盈亏甚至盈利的,只有为数不多的展览场馆能够做到自负盈亏甚至盈利。为了改变这一状况进而节省开支,各国展览场馆普遍实行“公有民营”的管理体制。民营机制灵活,一些政府所有的展览场馆实行“公有民营”的管理体制之后,不仅节省了政府大量的财政补贴,还创造了大量新的就业机会,为整个社会的稳定与和谐贡献了力量。

第三,重视会展各专业行业协会的建设,发挥行业协会的管理和协调功能。在市场经济条件下,政府对会展行业的管理更多的是依靠行业协会来完成。政府通过授权使各专业行业协会在业界内具有绝对权威,而行业协会通过建立行业规章制度和自律机制来完成行业内的管理和协调职能。这种依靠各专业行业协会进行管理和协调的机制在发达国家比较流行,德国就是依托行业协会对会展经济进行行业协调和管理的典型。

德、美、法、英、意等发达国家展览场馆运营管理模式中一些特殊的做法更值得“新国展”借鉴。

首先,德国的场馆经营与自办展结合的模式打开了展览场馆经营的空间。德国展览场馆设施是世界一流水平的。德国展览场馆经营管理模式更是代表了世界先进水平。德国的展馆经营模式为:展览场馆不仅可以经营场地出租及其相关业务,而且还能从事自办展。在德国,展览会场提供全方位服务,包括银行、邮局、海关、航空、翻译、日用品、商店、餐馆,整个服务体系成为一座城中城。这些先进的经营管理方法和管理理念也使德国成为世界第一会展强国。德国的场馆经营与自办展结合的模式打开了展览场馆经营的空间,给予我们很多启示。目前,国内一些学者和专家已经认识到了这一点,要想让我国大量的展览场馆提高利用率,进而提高效率,就必须提倡展览场馆从事自办展,在制度上要给予保障。这样才能够解决展览场馆利用率不高、经济效益低下的“老大难”问题。

其次,新加坡让周边酒店和餐馆对展览场馆进行补贴的做法为展览场馆拓展了生存空间。提到补贴,人们一般都会联想到政府的财政资金,财政补贴固然是一种最重要的补贴方式,但过多的财政补贴不仅会增加一国的财政负担,而且还会滋生展览场馆的依赖思想。因此,政府补贴从效率上来讲并不是最好的。新加坡政府在对展览场馆的补贴问题上就创造了一种全新的社会补贴机制,即制定相应的法律法规,明确规定展览场馆周边的酒店和餐馆必须拿出收入的10%补贴展览场馆。这一做法不仅体现了公平的原则,而且具有更高的效率意识。因为展览场馆拿了周边酒店和餐馆的补贴,就会产生一定的经营压力,就会想方设法举办更多更好的展览会,从而为这些酒店和餐馆带来更多的收益,酒店和餐馆的收益多了,展览场馆的收益自然也就多了,这样就形成了一个良性循环。目前“新国展”周边正在筹建14个大酒店和一些其他服务设施,新加坡让周边酒店和餐馆对展览场馆进行补贴的做法是值得“新国展”借鉴的。

最后,英国展览场馆的分隔功能和延期收费的灵活机制值得场馆经营公司借鉴。目前,英国许多展览馆为提高展览场地的利用率,在改造和新建过程都增加了场馆的分隔功能,因此,许多中小型的展览可以同时在一个展馆内举行而互不干扰。另外,各展览场馆还制定了各种分期收费的优惠政策。例如,在英国的 Earls Court 展馆中,展览组织者只需支付5%的

场租押金就可以使用场地举办展览，而 95% 的馆租余额可以在组织部门收到参展商费用后再行交纳，这就大大减轻了组织者的经济负担，有利于资金周转。英国展览场馆的分隔功能和延期收费的灵活机制值得场馆经营公司借鉴。

我虽然长期研究会展经济，但真正从微观层面研究展览中心的运营管理模式还是第一次。经过近一年的调查、研究、分析和撰写，现在终于完成了《会展经济运营管理模式研究——以“新国展”为例》一书的手稿。在即将出版之前虽然有丝丝喜悦和快感在心头，但还是感到诚惶诚恐。由于自己的水平有限，书中难免出现这样或那样的错误和纰漏，这也正是作为一个理论工作者所忐忑不安之处。在此，我恳请理论界的同仁、业界管理者、企业家以及社会各界的读者，对本书提出中肯而富有建设性的意见，以便不断地修正和完善。

作者

2008 年 5 月

目 录

前言/1

会展经济运营管理篇

第一章 会展经济的起源与发展/3

第一节 会展经济的内涵与外延/3

第二节 会展经济的起源与发展/10

第三节 会展经济的特点与功能/21

第二章 展览业的分类及标准/31

第一节 展览业的一般分类/31

第二节 国际组织的分类标准/37

第三章 现代展览中心的微观管理/42

第一节 现代展览中心的一般特点/42

第二节 现代展览中心的建设要求/43

第三节 现代展览中心的设施管理/46

第四节 现代展览中心的环境管理/49

第五节 国内外展览中心的发展状况/51

第六节 国内主要展览中心简介/56

第四章 展览业的流程管理/71

第一节 展前策划阶段的管理/71

第二节 展中实施阶段的管理/73

第三节 展后总结阶段的管理/81

第五章 展览业的物流管理/85

第一节 展览物流的概念、构成和特点/85

第二节 展览物流的运输管理/89

第三节 展览物流的仓储管理/92

第四节 展览物流的包装、装卸和搬运管理/94

第五节 展览物流的信息管理/95

第六节 展览物流的进出口管理/98

第七节 展览物流的货运代理/102

第六章 世界主要会展强国的会展经济发展状况/109

第一节 世界会展经济的总体状况/109

第二节 世界主要会展强国的会展经济状况/115

第三节 世界主要会展城市的会展经济状况/137

第七章 发达国家展览场馆运营与管理模式研究/145

第一节 借鉴发达国家会展经济运营与管理经验的必要性/145

第二节 发达国家会展经济的运营与管理模式/155

第三节 发达国家展览场馆运营管理模式/160

第四节 发达国家展览场馆运营管理模式启示/178

附录 主要国际展览组织/183

一、主要国际展览组织/183

二、会展经济其他国际组织/190

“新国展”运营管理篇

第八章 北京展览场馆运营管理特色/197

第一节 北京现有的展览场馆/197

第二节 北京展览场馆运营管理特色/198

第三节 对北京展览场馆运营管理特色的思考/211

第九章 “新国展”概览/217

第一节 “新国展”概况/217

第二节 “新国展”投资与建设/218

第三节 “新国展”的特点/218

第十章 “新国展”运营模式构想/221

第一节 投融资多元的建设模式/221

第二节 终极回收的国有模式/229

第三节 国有民营的管理模式/231

第四节 纯场馆经营与自办展相结合的经营模式/232

参考文献/234

致谢/236

会展经济运营管理篇

第一章	会展经济的起源与发展
第二章	展览业的分类及标准
第三章	现代展览中心的微观管理
第四章	展览业的流程管理
第五章	展览业的物流管理
第六章	世界主要会展强国的会展经济发展状况
第七章	发达国家展览场馆运营与管理模式研究
附 录	主要国际展览组织

第一章 会展经济的起源与发展

第一节 会展经济的内涵与外延

在探讨会展经济的内涵与外延之前，首先要弄清楚会展和会展业的内涵与外延，然后再探讨会展经济的内涵与外延。在这一节里，重点探讨不同地域的不同学派以及部分学者的主要观点，通过对理论的梳理、总结和分析，提出适合中国经济发展特点和便于经济统计的会展经济概念和会展经济产业分类模型。

一、会展定义的三大流派

对会展的定义，如果从大类上看，可以分为欧派、美派和综合派。

欧洲是最早进入和完成现代工业革命的地区，也是现代会展的发源地，同时也是现代会展最为发达和繁荣的地区。在这一地区，德国、英国、法国和意大利是杰出的代表，这些国家既是传统的会展强国，同时又涌现了一批会展理论大家，他们是会展理论的开山鼻祖。也正是因为欧洲会展的传统与古老，因而也造就了欧洲会展理论的古旧与狭义。欧派一般把会展称之为 C&E (Convention and Exposition) 或者 M&E (Meeting and Exposition)，即会议和展览统称为会展，这是一个古老而狭义的概念，可以说是从一个更为专业和更为纯粹的视角来定义会展的，这既体现了欧洲人严谨和不苟的性格，同时也延续了欧洲人的传统与古旧情怀。

相对于欧洲来说，美洲大陆是一个既年轻又富有朝气与活力的经济“后起之秀”。在这片土地上奇迹每天都在发生。兼容并蓄、海纳百川的包

容性与百无禁忌、无惧无畏的创造性的有机结合,使这一片土地充满了朝气与活力,因而诞生了一大批会展理论高手。北美的会展理论大家主要集中在美国,他们把会展概括为 MICE——M 代表公司会议 (meeting), I 代表奖励旅游 (incentive tour), C 代表协会与社团组织的会议 (convention), E 代表展览会 (exhibition or exposition)。他们认为,所谓会展,就是公司会议、奖励旅游、协会与社团组织的会议和展览会四部分的总称,简称 MICE。这个定义体现了美国人的创造性思维,在一般人看来,奖励旅游一般不应该纳入到会展的行列,但美国人却这么做了,这除了美国人的思维与性格使然以外,我想还有另外一个客观原因,那就是便于归口管理和经济统计。另外,作为大公司最具活力的激励手段——奖励旅游,往往也与公司会议一同举办,这也是美国人把奖励旅游列入会展的一个重要原因。

随着经济全球化和贸易自由化的进一步发展,一个会展理论新流派——综合派诞生了。综合派是建立在美派基础之上的,他们将 MICE 逐步演变成 MICEE,即在 MICE 的基础上加上了节事活动 (event),他们认为,会展是公司会议、奖励旅游、协会与社团组织的会议、展览会和节事活动五部分的总称,简称 MICEE,在这里,第一个 E 代表展览会 (exhibition or exposition),第二个 E 代表节事活动 (event)。目前,综合派的观点已经为国际所公认,并成为国际统计标准口径和专业会展行业协会划分标准。综合派的划分标准之所以成为目前公认的国际标准,主要是因为综合派抓住了节事活动在会展活动中重要性日益显现这个不争的事实,并且有迹象表明,各种各样的节事活动在会展中的地位与作用还会进一步增大。

二、会展定义的学者争鸣

中国会展理论工作者对会展的定义基本上与国际上的三大流派大致相同,所不同的是,中国的部分学者不赞成把奖励旅游纳入到会展中来。

马勇、肖轶楠在《会展概论》(中国商务出版社 2004 年版)中引用了三大流派的观点,把会展分为狭义会展和广义会展。狭义会展是指欧派定义,即会展主要包括会议和展览,简称 CE 或者 ME。CE 是会议和展览 (Convention and Exposition) 英文字母的缩写,ME 也是会议和展览 (Meeting and Exposition) 英文字母的缩写。而广义的会展是指美派和综合

派的观点,会展是公司会议、奖励旅游、协会与社团组织的会议、展览会和节事活动五部分的总称,简称 MICEE。马勇、肖轶楠进而把广义会展定义为:包括各种类型的专业会议、博览交易会(如展览会、博览会、交易会、招商会、发布会、专业与专题会、颁奖会、研讨会等)奖励旅游以及各种事件活动,如庆典活动,节庆活动、文化活动、科技活动、体育活动等。如果以三大流派来分类的话,马勇和肖轶楠应该算是综合派,他们也赞成把奖励旅游纳入到会展中来。

胡平在其主编的《会展管理》(高等教育出版社 2004 年版)中是这样定义会展的:会展是特定空间的集体性的物质文化的交流、交易活动。它包括:大型会议,如世界妇女大会;培养团队精神的聚会,如奖励旅游;交易会,如中国出口商品交易会;展览会,如高新技术展览会;博览会,如世界博览会;体育运动会,如奥运会;节庆活动,如旅游节等。由此可见,胡平也是属于综合派行列。

金辉在其主编的《会展概论》(上海人民出版社 2004 年版)中也认为,会展的内涵已经远远超出了会展的中文字面含义,他也认为会展不仅包括会议和展览,而且还包括奖励旅游和节事活动。从他主张的观点看,他是典型的综合派。

马洁、刘松萍在其主编的《会展概论》(华南理工大学出版社 2005 年版)中是这样定义会展的:会展是会议、展销、大型活动等集体性活动的简称,是指在一定地域空间内,由许多人聚集在一起形成的、定期或不定期的、制度或非制度的、传递和交流信息的群众性社会活动。它包括三个部分:一是会展展销活动,诸如各种展会、博览会、交易会等;二是各种类型的国内、国际会议;三是包括体育盛事、文化活动、大型节庆活动、民俗风情活动等的大型活动。马洁、刘松萍显然没有把奖励旅游列入到会展中来,想必他们是考虑了中国目前的统计状况和中国人的思维习惯,如果把他们称为综合派的话,那么,他们只能算是改良的综合派。

刘大可在其主编的《会展经济学》(中国商务出版社 2004 年版)中从活动的角度来理解会展,他认为,会展应包括五个层面的活动:一是展览;二是大型活动;三是会议;四是节庆活动;五是其他特殊活动,如个人演唱会。刘大可之所以把这五类活动统称为会展活动,主要是因为这些活动存在着四个共性:一是这些活动都是“长期筹备、短期举办”的