

● 建筑设计及其理论研究丛书

The Conference and
Exhibition Architecture

会展建筑

● 陈剑飞 梅洪元 著

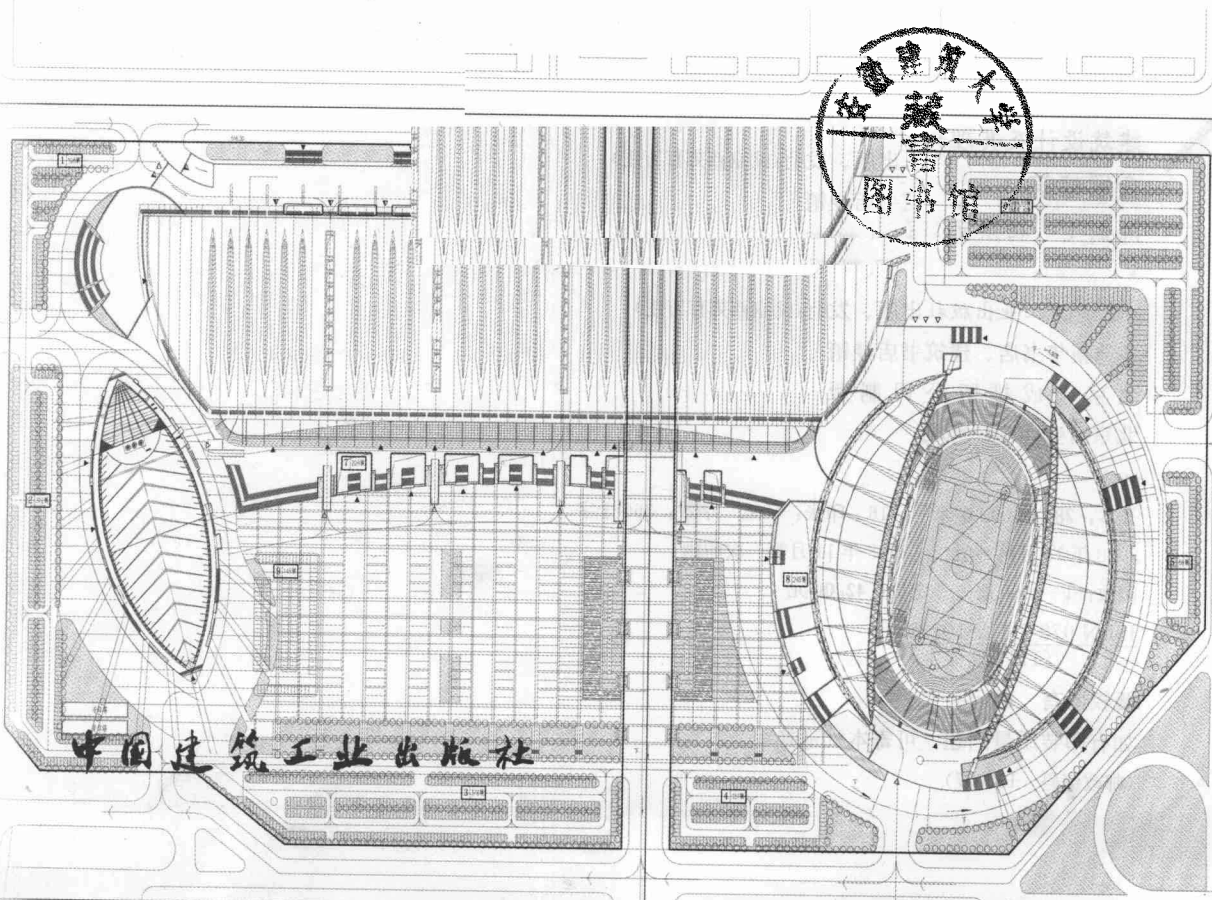
中国建筑工业出版社

● 建筑设计及其理论研究丛书

The Conference and Exhibition Architecture

会展建筑

● 陈剑飞 梅洪元 著



中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

会展建筑/陈剑飞, 梅洪元著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2008

(建筑设计及其理论研究丛书)

ISBN 978-7-112-10329-4

I. 会… II. ①陈…②梅… III. 展览馆—建筑设计 IV. TU242.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 137169 号

责任编辑: 徐 冉

责任设计: 董建平

责任校对: 兰曼利 关 健

建筑设计及其理论研究丛书

会展建筑

陈剑飞 梅洪元 著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京天成排版公司制版

北京富生印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 15¼ 字数: 366 千字

2008 年 11 月第一版 2008 年 11 月第一次印刷

印数: 1—2000 册 定价: 42.00 元

ISBN 978-7-112-10329-4

(17132)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

摘 要

21 世纪是经济全球化进一步加速的时期,也是一个新经济时期,即信息经济、网络经济、数字经济、生物经济等新经济类型不断崛起的时期。会展建筑以其独有的经济功能,深刻地融入世界经济活动之中。会展建筑的发展不仅被看作是经济的晴雨表,能敏锐地反映出当时当地经济的发展状况,更被各国、各地区作为推动城市发展的必要手段予以重视。作为现代经济文化发展进程的产物,会展建筑以其鲜明的时代特征,正逐渐成为城市中最具特色的标志性构成要素之一。现代会展建筑的功能性质,决定了它在所处地域突出的中心地位,并且对城市环境产生了重大的影响。

本书从会展建筑的发展现状和创作研究入手,系统考察了会展建筑产生的时代背景及内在动因,综合比较、分析国内外研究成果,通过发掘会展建筑自身生长规律,揭示会展建筑的本体内涵,指出其从类型分化到功能整合,从个性表现到国际模式,从功能主义到技术至上,从简单封闭到集约高效的辩证发展规律;通过发掘会展建筑与城市空间、经济技术、政治政策以及社会文化的深层结构关系,针对其演变规律进行更深层次的剖析。在会展建筑系统认识论的研究中,从功能、形式、技术、经济四个层面上加以阐释,对会展建筑创作进行了规律性的探索,通过客观的量化分析,科学全面地研究论证了功能高效、形式有机、技术综合、经济优化的会展建筑;针对会展建筑在新的历史条件下面临的发展趋势,剖析了会展建筑与经济关系的辩证关系,建立了会展资本运营的创作观念。在会展建筑的策划与实践中,丰富和发展了会展建筑学科的理论体系;整合众学科之长,对会展建筑理论与实践的结合作出了深度与广度上的扩展与补充,力求能够指导和促进中国会展建筑的可持续发展。本书归纳和评述了大量有关文献,掌握了该领域国内外研究现状和发展方向,建构了会展建筑理论研究体系,对我国会展建筑发展过程中存在的问题进行了客观分析,从理论和实践两个方面对这一特殊的建筑类型作深入的探讨,明确地提出了科学的策划及创作模式,意在为 21 世纪会展建筑的健康发展提供科学的理论指导和实践方法。

中国的会展业正处在一个高速发展的时期,一个城市的等级与经济实力决定了该城市未来会展业发展的走势,城市的等级、会展业的发展以及城市经济的发展之间存在着密切的循环互动关系。成功的会展建筑不但可以极大地提升城市的知名度和国际影响力,而且它所聚集的大量人流、物流、资金流和信息流也将带来千载难逢的发展机遇。对会展建筑的系统研究正是为了揭示会展活动的形式多样性,建立对会展建筑发展规律全面正确的认识,丰富和发展传统概念的内涵,建立系统的会展建筑学科理论体系,整合众学科之长,走向深入,趋于成熟。

目 录

要 录

摘要

第1章 绪论 1

1.1 研究意义 1

1.1.1 会展建筑概念释义 1

1.1.2 会展建筑类型特征 5

1.1.3 会展建筑现状分析 7

1.2 课题研究界定 16

1.2.1 选题背景与研究目的 17

1.2.2 研究范畴与研究方法 19

第2章 会展建筑嬗变的生长规律 23

2.1 从类型分化到功能整合 23

2.1.1 功能演变 23

2.1.2 空间表达 25

2.2 从个性表现到国际模式 26

2.2.1 契合地域 27

2.2.2 表征时代 29

2.3 从功能主义到技术至上 30

2.3.1 思维转型 31

2.3.2 技术创新 32

2.4 从简单封闭到集约高效 34

2.4.1 经济增长 34

2.4.2 系统架构 36

2.5 本章小结 38

第3章 会展建筑互动的深层结构 42

3.1 会展建筑与城市经济 42

3.1.1 空间与规模 42

3.1.2	功能与模式	44
3.2	会展建筑与城市规划	47
3.2.1	规划与定位	47
3.2.2	需求与对策	51
3.3	会展建筑与城市地理	54
3.3.1	聚集与扩散	55
3.3.2	封闭与开放	58
3.4	会展建筑与城市生态	59
3.4.1	内涵与外显	59
3.4.2	综合与拓展	63
3.5	本章小结	66
第4章 会展建筑功能观		71
4.1	关于功能	71
4.1.1	职能转变	71
4.1.2	领域扩展	72
4.2	会展建筑的功能诠释	73
4.2.1	多样均一的空间形态	73
4.2.2	聚散有序的布局方式	81
4.2.3	简洁高效的交通流线	82
4.2.4	持续发展的适宜环境	87
4.3	功能高效的会展建筑	91
4.3.1	智能取向	91
4.3.2	空间模式	93
4.4	本章小结	95
第5章 会展建筑形式观		99
5.1	关于形式	99
5.1.1	创作观念	100
5.1.2	表现形态	101
5.2	会展建筑的形式构成	104
5.2.1	技术美学的探索与融合	104
5.2.2	地域文脉的传承与超越	107
5.2.3	建筑文化的解读与表达	110

5.2.4	城市环境的谐调与整合	112
5.3	形式有机的会展建筑	114
5.3.1	思维拓展	114
5.3.2	形式创新	116
5.4	本章小结	119
第6章	会展建筑技术观	122
6.1	关于技术	122
6.1.1	技术探索	123
6.1.2	多元共生	125
6.2	会展建筑的技术表现	129
6.2.1	创作理念重构	129
6.2.2	新型结构突破	132
6.2.3	高效能源控制	136
6.2.4	生态语义表达	138
6.3	技术综合的会展建筑	140
6.3.1	观念更新	141
6.3.2	手法多维	143
6.4	本章小结	145
第7章	会展建筑经济观	149
7.1	关于经济	149
7.1.1	功能定位	149
7.1.2	影响因素	152
7.2	会展建筑的经济运营	155
7.2.1	项目效益分析	156
7.2.2	科学模式确定	162
7.2.3	合理量化标准	166
7.2.4	技术经济指标	170
7.3	经济优化的会展建筑	174
7.3.1	完善城市职能	175
7.3.2	打造朝阳产业	177
7.4	本章小结	179

第8章 会展建筑策划	182
8.1 关于策划	182
8.1.1 体系构成	183
8.1.2 目标定位	184
8.2 会展建筑的科学策划	189
8.2.1 系统策划观念	190
8.2.2 科学策划程序	192
8.2.3 整体策划模式	195
8.2.4 广义策划外延	198
8.3 与时俱进的会展建筑	199
8.3.1 审时度势	199
8.3.2 因地制宜	202
8.4 本章小结	205
第9章 会展建筑创作	208
9.1 关于哈尔滨国际会展体育中心创作	208
9.1.1 背景综述	208
9.1.2 理念解读	210
9.2 创作中的关键技术问题	214
9.2.1 功能空间组织	215
9.2.2 技术措施综合	216
9.2.3 防火疏散设计	220
9.2.4 节能技术应用	222
9.3 可持续发展的会展建筑	224
9.3.1 创作启示	224
9.3.2 趋向展望	226
9.4 本章小结	228
结论	231
后记	233

第1章 绪 论

1.1 研究意义

当今社会,经济发展成为全球性的主题。世界各国、各地区间的经济文化交流日益频繁,展览活动在这种交流中担当着重要的角色,发挥着巨大的作用。随着科技文化的交流和商业贸易的开展,大型展览活动日趋增多,规模和观众数量也不断扩大。展出形式之多样、内容之丰富对传统的展览建筑提出了全新的要求。进入信息时代,世界经济出现新的发展趋势,使展览业发展成为一项独立的产业,各种专门的商贸展览由于其重要的社会功能和巨大的经济效益而走向定期化、常规化。随着会议发展成为展览活动的重要组成部分,展览建筑除了具有传统的展览功能之外,还增加了会议、洽商、餐饮、办公、休憩等设施。在这种特定的经济形势下,一种新兴的建筑类型——会展建筑应运而生,并逐渐超越传统的展览建筑而成为城市建设和经济活动的重要组成部分。

1.1.1 会展建筑概念释义

会展建筑是指以展览空间为核心空间,会议空间作为相对独立的组成部分,并结合其他辅助功能空间(包括办公、餐饮、休憩等)的大型展览建筑综合体。根据不同的环境和市场需求,其各部分功能空间在配置和比例上有所不同,但从城市的角度看,它们在所处区域的经济发展和城市建设中扮演着日益重要的角色,极大地发挥了会议展览活动的经济功能。

1. 展览的起源

展览是“用固定或巡回的方式,公开展出工农业产品、手工业制品、艺术作品、图书、图片,以及各种重要实物、标本、模型等,供参观、欣赏”。¹用最简洁的语言解释,展览

就是“陈列出来供人观看”。

综合研究资料，关于展览的起源有两种不同的观点：

一是经济起源。有观点认为：“展览可以上溯到原始社会产生物与物交换的初期。在物与物进行交换的初级方式中，开始出现‘摆’和‘看’的现象，即展览最初的形式。”²到了近代，贸易性展览以博览会形式在欧洲产生。1851年在伦敦举办了第一次世博会，接着在欧洲大陆、美国等地相继举行世界博览会，并成为经济活动的一部分。

另一种观点认为展览活动起源于“巫术礼仪与祭祀”，展览作为一种艺术形式，来源于原始人的万物有灵观念，原始人对自然神和祖宗神的崇拜祭祀活动是展览艺术的雏形和起源。

以上两种说法虽有差别，但都反映了展览作为社会活动的两方面功能——经济贸易功能和文化知识传播功能。随着生产力的发展，社会文明的进步，展览活动逐步发展，作为展览活动载体的展览建筑遂应运而生。

2. 展览建筑的演化

展览作为经济活动的一部分，受经济基础的影响，经济基础的发展引起展览建筑的发展变化。展览是经济活动的需要，也是政治、文化、思想知识传播的需要，展览建筑的产生是这些功能需要的必然结果。

古代展览建筑的影响范围停留在一个城市、一个地区或一个国家，没有专门的、独立的建筑，而是依附于其他特定的建筑，没有专门的组织去主办，多数是自发形成，规模难以扩大，影响范围小。从展览活动的萌芽到19世纪中叶都处在这个阶段。

近代商业贸易展览快速发展，影响范围扩大至一个区域甚至全世界，出现了专门的展览建筑，形成了独立的场所，可以有组织地进行展览活动。现代展览以1851年在英国举行的世界工商业博览会为起点，直到第一次世界大战，世界性的展览都是以世博会为主要形式的。世博会的出现和发展，促使永久性展览建筑出现并使之逐渐发展成为城市中固定的展览场所；经济的发展也促使许多城市兴建了独立的展览建筑，用于举办国家性或地区性的展览会。

第二次世界大战之后,世界发展进入新的阶段,大多数国家开始集中发展经济。博览会的形式由于包罗万象无法满足专业需求,且规模巨大,因而无法频繁举行,与经济发展的趋势产生了矛盾。在经济高速发展的时期,专门化的固定展览受到贸易双方的欢迎,从而形成与世博会不同的另一种展览模式——固定主题的专业性展览。这时的展览建筑有大容量、高效率的特点,建筑选址将交通条件放在首位,多靠近城市商业中心或处于城市干道旁边,以便充分发挥商业贸易功能。

20 世纪 80 年代以后,经济全球化和共同发展成为国家发展的主题,经济建设成为核心和关键。作为拉动、促进经济发展的有效途径,展览建筑迅速崛起,并向多功能、多元化发展。各种商贸展览作为促进各国经济文化交流的最佳媒介,出现了与会议功能结合的趋势,会议成为展览不可或缺的组成部分。从这时起,会展建筑开始在建筑舞台崭露头角,并以其特有的优势逐渐超越了传统的展览建筑,进入高速发展期,受到世人瞩目(图 1-1)。

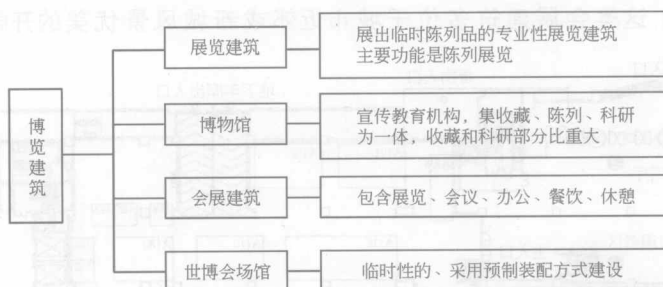


图 1-1 会展建筑类型界定

3. 会展建筑的发展

随着世界经济一体化进程的加快,经济贸易飞速发展,作为直接服务于经贸活动的大型商贸展览,在贸易行为和经济开发中所发挥的作用受到了更高层次的重视。这种重视体现在各国对会展建筑的数量有了更多的需求,规模上也有了更大的要求。世界各地掀起了兴建大型会展中心的热潮(表 1-1)。例如美国,从 1980 年到 1987 年,会议展览设施增加了 37%,其中展览面积平均每年增加 300 万 m^2 。

会展业发达的主要国家和地区³ 表 1-1

	欧 洲	北美洲	亚 洲	非 洲	南美洲	大洋洲
会展业发达的主要国家和地区	法 国 英 国 荷 兰 德 国 瑞 士 比利时 意大利 西班牙	美 国 (纽约、芝加哥、亚特兰大、拉斯韦加斯) 加拿大	中 国 日 本 新加坡 阿联酋 中国香港	埃 及 南 非	巴 西 阿 根廷	新西兰 澳大利亚

不同的城市和不同的经济基础需要不同类型、不同规模的会展建筑，总的来说，目前会展建筑的发展有以下两种方向：

(1) 集约化发展：结合辅助功能空间，充分利用公共空间，形成大型展览建筑综合体。这类会展建筑多位于城市内部，靠近城市商业中心，如加拿大大厦和上海世贸商城（图 1-2）。

(2) 分散式布局：以展览建筑为核心，其他辅助功能建筑围绕其布置，共同组成一个规模巨大的整体，呈“会展城”形态。这类会展建筑多位于城市近郊或新城风景优美的开阔

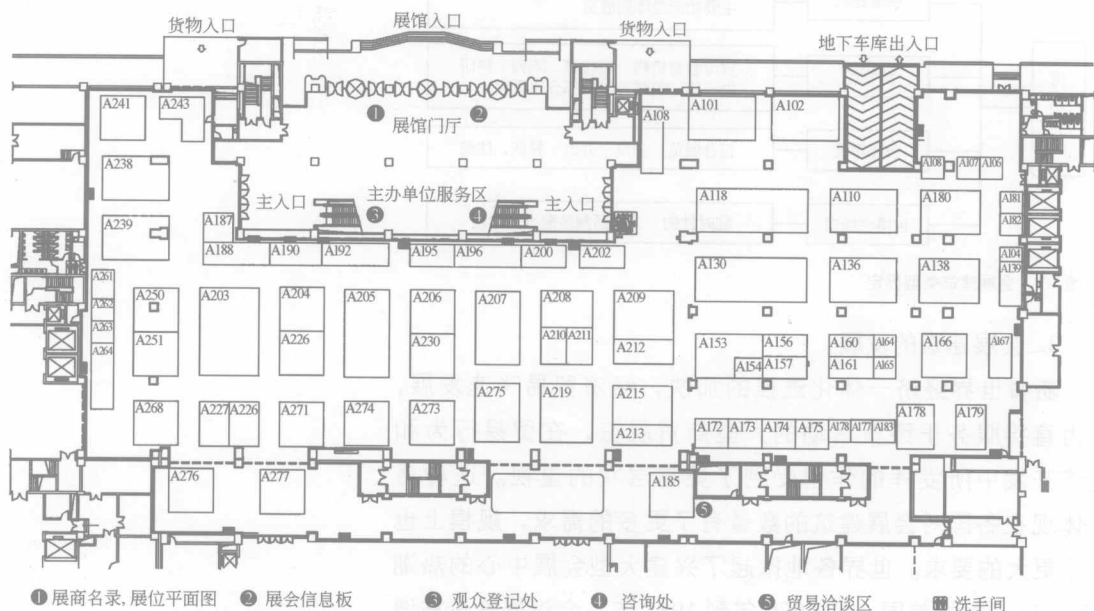


图 1-2 上海世贸商城一层平面图

地,建筑舒展,规模壮观,如英国国家展览中心(图 1-3)。

1.1.2 会展建筑类型特征

与传统的展览建筑相比,会展建筑最本质的特征就是将会议设施发展成为展览建筑的一部分,从而把物流和信息流交换直接联系在一起,更有效地突出了展览活动的经济功能。

1. 特点分析

会展建筑的发展与经济发展密不可分,经济全球化使会展建筑成为城市经济活动中的重要组成部分。

(1) 多功能性 商业活动是多样的,一个活动总是伴随着其他活动,与之相适应的活动场所也必然是多功能、多元化的。会展建筑不仅为我们提供大量的、长期的室内外展览空间,而且利用独立的会议中心举办各种学术讨论和科技交流活动,辅以餐饮、休憩、办公等必不可少的功能,对推动生产发展、商品流通,促进国内、国际贸易发展,推动技术创新进步,起到了不可估量的作用(表 1-2)。

1998 年举办国际会议次数最多的前十个国家⁴ 表 1-2

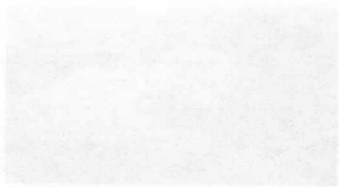
国家	美国	法国	英国	西班牙	德国	荷兰	意大利	比利时	瑞士	日本
名次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
次数	1332	1267	1065	967	814	744	674	619	545	453

(2) 高信息化 信息化是现代会展建筑区别于传统展览建筑的重要特点。随着社会的发展,科技成为第一生产力;进入后工业社会之后,信息化、高科技成为社会的主题。会展建筑逐渐向高科技发展,大型的商贸展览除了是大量的产品、资金流动的場所,其巨大的人流、物流还必然携带着巨大的信息流。市场信息潜在的效益已逐渐显示出不可估量的价值,越来越受到重视。

(3) 高产业化 会展建筑有效地带动地区第三产业的发展。经营规模巨大、功能繁多的大型会展建筑给展览公司带来可观的效益;展览公司规模扩大、经营范围的拓展,又进一步推动了展览业的蓬勃发展,进入良性循环;展览活动的举行可以有效带动旅游、餐饮、娱乐等服务业的发展,带来了巨额利润和城市繁荣。



图 1-3 英国国家展览中心



2. 建设模式

会展建筑的发展建设有以下两种模式:⁵

(1) 结合城市发展的建设模式 会展建筑作为建成区功能的一部分,充分利用已有的城市设施,借助所处的城市环境的优势,可以较快形成一定的规模和影响力,带动整个区域的发展。在会展建筑中举办的商贸展览活动提高了区域的经济地位,促进了区域职能的充分发挥,有助于城市总体格局的形成(图 1-4)。

(2) 结合新区开发的建设模式 作为新区开发的首要项目,这类会展建筑借助其所处城市区位的优越性,通过举办商贸展览活动来提高区域的知名度,促进区域开发,有助于城市格局的发展延伸。以这种模式建设的新区有两种类型:一是城市中的 CBD 区开发,如日本的临海副都心(图 1-5);一是城市发展延伸的经济开发区,会展建筑成为其启动项目,如厦门国际会展中心(图 1-6)。

3. 发展趋势

会展建筑的出现使现代化的商贸展览、国际会议有机结合在一起,创造了全新类型的多功能建筑综合体。随着经济的发展和人们对展览活动的不断探索,会展建筑将日趋成熟。

(1) 规模的大型化与综合化 会展建筑的规模和体量都在向大型化发展,这是生产力高度发展和商业、信息紧密结合在会展建筑上的反映,也是技术与结构进步的标志。在规模不断扩大的同时,会展建筑也在向综合化的方向前进。展览建筑与会议、办公、宾馆组合在一起,构成建筑综合体,提供一系列的服务——从会议、展览活动的举办到为参展厂商和代表服务的写字间、客房、洽谈用房、餐厅等等,都可以实现一体化。这样展览会议活动会更加频繁,向高效发展。

(2) 空间的灵活性与适应性 会展建筑的空间要能适应不断变化着的物质技术条件,适应展出内容的随时更替,适应展览方式的不断更新。空间的灵活使用不仅能增加空间的利用率,而且可以带来巨大的经济效益。发挥空间的适应性,是实现会展建筑标准化和空间多样化统一的有效手段,从而形成既有规律性和秩序性、又有灵活性和变化性的系列空间形式,更好地发挥会展建筑的经济功能。



图 1-4 天津国际会展中心



图 1-5 日本的临海副都心

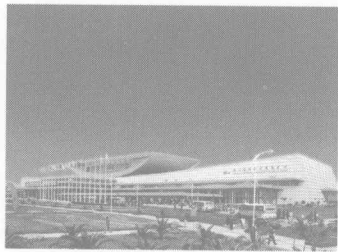


图 1-6 厦门国际会展中心

(3) 风格的现代化与时代感 会展建筑因其功能需要具有大空间、大尺度的特点,因此与结构技术、材料技术以及设备技术的发展密不可分。钢结构、玻璃幕墙等技术手段赋予会展建筑独特的形象特征,使建筑的形体、色彩、语汇都成为城市环境中现代风格的典范,具有强烈的时代感。

1.1.3 会展建筑现状分析

会展建筑的发展与经济发展水平有着密切的关系,它是随着世界经济的发展而不断发展的。近代商业贸易展览快速发展,影响范围逐渐扩大,在全球范围内掀起了会展建筑设计高潮。特别是在中国,改革开放促使它走向世界,20世纪90年代以后,全国进入会展中心建设的高速发展期,建设规模不断扩大;大型城市在拥有多个展览建筑的基础上,又将目光投向了更大型的会展建筑。

1. 全球会展业及会展建筑发展现状

从各国会展业发展状况来看,由于经济实力、经济总体规模和发展水平不同,各国会展业的发展也不平衡。欧洲的德国、法国、意大利、英国,北美的美国都是世界级的会展业大国,在全球会展市场上占有较大的份额;而发展中国家由于受经济体制、技术发展水平的制约以及观念的影响,会展经济的发展水平明显落后于发达国家。⁶

(1) 欧洲 欧洲是世界会展业的发源地,经过150多年的积累和发展,欧洲会展经济在国际上整体实力最强,规模最大。德国、意大利、法国、英国都已经成为世界级的会展业大国。从世界上25个举办大型会议最多的国家市场分配情况看,世界上最大的展览场馆绝大多数集中在欧洲,世界性大型和行业顶级展览会也大都在欧洲举办。据德国贸易展览业协会资料显示,截止2002年1月,欧洲有24个超过10万 m^2 的展览场地,其中超过20万 m^2 的有7个。在欧洲举办的专业贸易展览会约占世界总量的60%以上,除了总量以外,在展出规模、参展商数量、国外参展比例、观众参观人数、贸易效果及相关服务质量等方面,也居世界领先地位。

德国:德国号称“世界展览王国”。全国拥有23个大型展览中心,其中,超过10万 m^2 的展览中心就有9个。在全球

排在前4位的4个展览中心中,德国就有3个(汉诺威展场、法兰克福展览中心和科隆展览中心)。目前,德国展览总面积超过240万 m^2 。在世界几个会展业大国中,德国会展业的实力最强,所举办的专业性国际展会数量最多,规模最大,效益最好。德国每年要举办400多个国际展会,在全世界影响较大的210个专业性国际贸易展会中,几乎 $2/3$ (130多个)都是在德国举办的。德国展览机构在全世界的办事机构达386个,已经形成了全球化展览网络。

悠久的展览历史使德国形成了许多国际著名的会展城市,如汉诺威、科隆、法兰克福、柏林、慕尼黑、杜塞尔多夫、莱比锡等。尽管这些城市都有各自的风格和特点,但它们也有许多共同之处:都拥有建筑面积达到十万至数十万 m^2 的大型现代化展览场地;每年都要举办一批世界级的国际化、大规模的展览会,参展商和观众的人数一般达上百万;能够提供优质、高效的服务。

德国会展经济之所以如此发达,有政治、经济、文化、历史等诸多方面的原因,例如杜塞尔多夫、埃森、科隆地处德国的“工业心脏”——鲁尔工业区,雄厚的经济实力为这些城市的展览业发展奠定了基础。此外,德国会展业还具有一个鲜明的特点,就是许多专业性展览会都是在城市产业的基础上发展起来的,如工业重镇汉诺威的工业博览会,杜塞尔多夫的国际印刷、包装展,旅游城市纽伦堡的玩具展等。这些专业性展览会使这些会展城市在世界会展的舞台上各领风骚,使德国会展经济稳居全球前列。

法国:法国也是全球会展业最为发达的国家之一。与德国或其他欧洲国家相比,法国展览业的优势是综合性展览会。法国每年举办1500多个展览会,其中全国性国内展和国际展约为175个,而真正的专业展只有120个左右。近年来,法国开始重视开发国际专业性贸易展览会,综合性展览会的举办情况呈现下降趋势。1992年以来,法国综合性展览会的总展出面积下降了4.7%,参展企业数量下降了3.1%,观众人数下降了1.4%。法国拥有160万 m^2 的展馆,分布于80个城市。巴黎是法国展览业的中心城市,每年有近一半的法国展览会是在“展览之都”——巴黎举办的。

英国：近年来英国展览市场进入了前所未有的高速发展阶段。根据《英国展览报告》统计，1999年英国共举办了约900场展览活动，吸引了1200万人。但与欧洲其他国家相比，英国国内举办的展会规模不大，多以中、小项目为主，而且目前国内展馆规模也不大，即使是较有名的伦敦及伯明翰展场，总面积也不过20万 m^2 。因此英国会展业的规模、水平、影响都无法与德、意、法相比，但英国却培育了如励展集团、蒙哥马利展览公司等享誉世界的跨国展览公司，在英国以外举行大规模的著名展览会。

意大利：意大利拥有40多个展场，每年办展达700多个，是欧洲办展最多的国家之一。意大利大型国际展览会举办地主要集中在米兰、博洛尼亚、巴里和维罗纳四个城市。米兰是意大利的主要展览城市，米兰国际展览中心(FIERA—MILANO)是世界第二展场，展览面积达372215 m^2 ，会议厅面积13554 m^2 。

(2) 美洲 北美的会展业虽然起步较晚，但发展较快。20世纪最后的10年里，美国经济保持快速增长，对外贸易额迅猛增长，极大地促进了会展业的壮大和发展。总体来看，美国和加拿大会展经济呈现以下特点：

会展业集中度较高。美国和加拿大的会展活动主要集中在奥兰多、拉斯韦加斯、多伦多、芝加哥等16个城市。2000年这16个城市共举办了6020个展览会，约占美国和加拿大举办展览会总数的50%。其中，前10个城市举办展览会数量就达4540个。

展会数量不断增多，规模不断扩大。20世纪90年代以来，美国和加拿大展览面积呈现不断增加的趋势，1995年为570万 m^2 ，2000年达到了608万 m^2 ，到2005年达到了760万 m^2 。

会展设施建设方兴未艾。从1995年到2000年，美国一直在兴建展览场馆，2000年兴建和正在扩建的场馆达94个。

会展经济效益显著。根据美国展览业研究中心(CEIR)报告显示，2000年在美国和加拿大举办的13185个展览的展览面积达4600万 m^2 ，吸引了4440万具有决策能力的买主，获得了104亿美元的收入。其中在美国举办的贸易展览和消费展