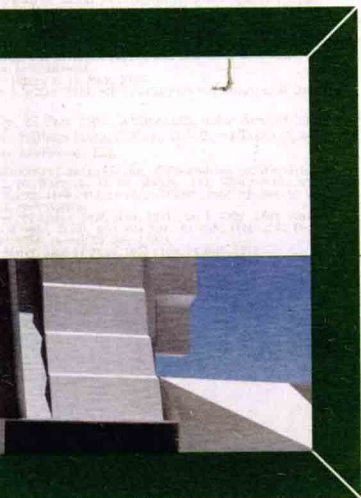




会展研究丛书 >>> >>

会展：现代城市发展的杠杆

——会展业与城市发展的互动效应研究

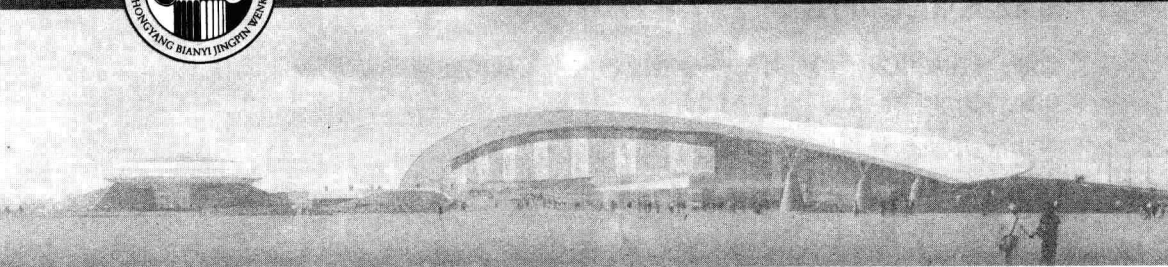
□ 涂成林 陈仲球 易卫华 / 著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press



会展研究丛书 >>> >>



广州市经济社会重点研究基地成果
广州市出版专项资金资助项目

会展：现代城市 发展的杠杆



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目(CIP)数据

会展:现代城市发展的杠杆——会展业与城市发展的互动效应研究/涂成林,陈仲球,易卫华著.

—北京:中央编译出版社,2008.11

(会展研究丛书)

ISBN 978-7-80211-785-3

I. 会...

II. ①涂...②陈...③易...

III. 展览会-关系-城市-发展-研究

IV. G245 F291

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 170829 号

会展:现代城市发展的杠杆——会展业与城市发展的互动效应研究

出版人 和 龔

责任编辑 董 巍 周丽娟

责任印制 尹 珺

出版发行 中央编译出版社

地 址 北京西单西斜街 36 号(100032)

电 话 (010)66509236 66509360(总编室) (010)66509366(编辑室)
(010)66509364(发行部) (010)66509618(读者服务部)

网 址 www.cctpbook.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中兴印刷有限公司

开 本 787×960 毫米 1/16

字 数 245 千字

印 张 16.5

版 次 2008 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 39.00 元

本社常年法律顾问:北京建元律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题,本社负责调换。电话:(010)66509618

内容摘要

在国际经济舞台上，会展业素有“城市经济的助推器”、“城市的面包”、“走向世界的窗口”等各种说法。由于会展业具有强大的产业联动、经济辐射、城市营销的功能，而且还具有现代城市发展所追求的绿色、无烟、朝阳的经济形态，因此，国际上各类城市都对会展趋之若鹜，使会展业成为“城市经营者”们的首选政绩。会展业与城市之间的天然联系，会展业对城市发展的巨大推动作用，需要我们进行认真的研究与探讨。因此，通过理论分析和实例研究，确立会展业在城市发展中的合理定位和综合效能，对于提高城市经营能力以及城市区域竞争力，无疑是一个既有重要理论意义又有现实意义的重要课题。

一般说来，城市会展经济是以城市会议和展览设施为依托，以城市本身的经济基础、产业结构、消费结构、人文环境等为基础条件，通过专业化的运作主体、市场化的运作方式和现代化的运作手段，以展览和会议作为主要载体，能够为城市和运作主体带来经济、社会效益的经营、管理活动。会展业因其直接性、自由性、集中性和经济性等特点而具有强大的经济辐射功能、政治传播功能、文化教育功能和营销管理功能。作为现代城市发展的重要动力之一，城市会展经济不仅能实现城市的人员、资金、技术、物资交流，带动城市经济社会的综合发展，而且能够极大地促进信息的生产和流通，实现对经济社会资源的整合和重组，最终实现城市整体发展的良性循环。一旦会展业与城市发展之间形成某种良性的互动，就会产生一种集聚效应和辐射效应，从而带动城市的经济发展、城市形象的改善以及市民生活质量的提升。

以此为基础，本书具体探讨了城市会展经济的五大模式，即政府主导型、城市产业推动型、城市文化和旅游环境驱动型、城市产业和市场

优势双推动型以及城市综合实力推动型。我们认为，会展业要实现与城市发展的良性互动，必须具备相应的支撑体系，包括市场支撑体系、组织支撑体系、基础支撑体系、媒介支撑体系。会展业对现代城市发展的影响集中体现在二者的良性互动，双方互动的模式主要有全面性互动模式、单体化发展模式以及国际化发展模式等。

本书集中研究了会展业与城市发展各个方面的互动效应。首先是会展业与城市产业发展的互动关系，包括会展业与城市农业的关系，会展业与城市工业发展的关系，以及会展业与城市第三产业、特别是现代服务业的互动效应等。我们认为，会展业作为现代服务业的高级形态，不仅加快了城市服务业的升级步伐，提高了城市服务业水平标准化以及实现了城市服务业国际化，而且带动了一批新兴的与城市会展相关的现代服务业的形成，与城市服务业发展实现了良性的对接与互动。而日趋完善的城市服务体系则为会展业提供了优质的办展环境和强大的会展市场，由此提高了城市会展的质量。

本书也探讨了会展业与城市文化的互动关系。所谓城市文化，指的是城市市民在长期的社会实践和生活中，共同创造的、体现出鲜明的城市特点的文化模式，它是城市生活环境、生活方式和生活习俗的总和。会展业作为都市文化产业的一部分，对城市文化发展起着重要的作用，它提升了城市文化的亲和力，提高了市民的文化素质，推动了文化产业的发展，也丰富了城市文化。同时，城市文化的发展也促进了会展业的发展与提升，具体表现在，深厚的城市文化提升着会展的知名度和吸引力，城市文化的发展提升了会展的人文环境。会展与城市文化的共同促进、共同发展，有效地改善了城市的生活品质和城市的整体形象，提高了主办城市的知名度，强化了城市品牌的塑造。

本书还探讨了会展业与城市经营的互动关系。一般说来，城市经营是在市场经济条件下，关于城市建设与管理的一种新理念，城市规划、城市营销和城市管理都属于城市经营的范畴。会展业不仅本身就是城市经营的一个组成部分，而且能够极大地提高城市经营的水平和质量。本书具体探讨了城市规划、城市营销和城市管理与会展业之间存在的千丝万缕的联系。从城市规划的角度看，需要从城市发展目标来规划会展场馆、酒店、交通等会展基础设施的建设；从城市营销来看，会展业对城

市营销具有某种助推器效应、名片效应和品牌效应，我们可以说，会展业是城市营销的利器，会展业也是打造城市品牌的王牌，会展业全面提升了城市的形象；从城市管理来说，会展业的发展往往会对城市管理提出新的更高的要求，而有效的城市管理则可以为会展业的发展提供良好的市场环境，促进会展业的健康有序可持续的发展。

为了进一步说明会展业与城市发展的关系，本书还辟出专门的章节，对会展业与城市发展实现良性互动的国内外实践案例进行了具体的分析和比较，形象地阐明会展业与城市发展之间那种“展不离城、城不离展”的相互关系，即两者互相依赖、相互促进、相辅相成的关系，同时，也借此说明了“会展兴城、会展旺城”的良性互动效应。

Abstract

The industry of exhibition & convention is widely known as “an accelerator of urban economy”, “a bread of cities” and “a window to the outside world”. A variety of cities are vying with each to develop the industry of exhibition & convention and make it as the first choice to showcase the achievement of “city operators/managers”, due to the multiple functions of the exhibition & convention industry in its spilling - over effects for other industries and other economic sectors, its marketing effects for cities, and its nature of greenness and low pollution. There is an urgent need for us to carry out research and exploration on the natural links between cities and the exhibition & convention industry and on the positive impacts of the exhibition & convention industry on cities. Through both theoretical analysis and case studies, this research seeks to properly position the exhibition & convention industry in the comprehensive development of cities, with an aim to strengthen the capacity and competitive power of cities. The research outcome has both theoretical and practical significances.

Generally speaking, the economy of exhibition & convention is a cluster of economic activities based on the exhibition & convention infrastructure and generation of economic and social benefits through the operation of specialised organisers. It requires certain conditions such as a higher level of economic development and favourable industrial structure, consumption structure and human environment. The operation of exhibitions & conventions acts as an agency to stimulate chain reactions in related industries and economic sectors. Precisely because of its multiple functions such as economic radiation effect, political communications effect, culture and education effect and marketing effect, the

exhibition & convention industry is a major driving force for the development of modern cities, promoting effective circulation of people, capital, technology and goods. Once positive interactions between city development and the exhibition & convention industry are established, cluster effects and radiation effects will be generated, leading to the overall development of the city, improvement of the image of the city and a higher quality of life.

This book discusses five models of the development of the exhibition & convention economy of cities, namely the government – led model, the industry – led model, the culture/tourism – led model, the combination of industry and marketing advantage model, and the comprehensive strength model. It is our belief that the positive interactions between city development and the exhibition & convention industry are conditioned by relevant supporting systems, including market support system, organization support system, infrastructure support system and media support system. The positive interactions can be unitary, comprehensive, or internationalisation oriented.

Aspects of the interactions between city development and the exhibition & convention industry are explored in details in this book. The first is the interactions between the exhibition & convention industry and other industries, such as agriculture, the secondary industry and the tertiary industry, the service industry in particular. We believe that, as an advanced form of modern service industry, the exhibition & convention industry not only speeds up the process of upgrading city service industry as a whole, raising the standard of service and achieving internationalisation of service, but also brings along other related industries. The improvement in overall service industry and other industries will in turn provides more favourable environment for the development of the exhibition & convention industry.

The second is the interactions between the exhibition & convention industry and city culture, which in this context refers to the cultural features unique to a city. These unique features are combination of life environment and life style developed in extended historical process. The exhibition & convention industry is an integral part of city cultural industry and plays an important role in develo-

ping city culture, enhancing the affinity of city culture and the cultural quality of citizens and enriching the city culture. In the meantime, development of city culture also provides an impetus to the development of the exhibition & convention industry, raising its profile and improving the human environment. The branding of the city goes hand – in – hand with the branding of the exhibition & convention industry.

The third is the interactions between the interactions between exhibition & convention industry and city operation. City operation is a new concept of city construction and city management, covering many areas such as city planning, city marketing and city management. Looking from the perspective of city planning, development of exhibition & convention halls, hotels, roads and other infrastructure needs to fit with the overall objectives of the city; looking from the perspective of city marketing, development of the exhibition & convention industry plays a key role in city branding, raising city profile to a higher level; looking from the perspective of city management, development of the exhibition & convention industry requires a higher standard in city management, and effective city management is a precondition for healthy and sustainable development of exhibition & convention industry.

In order to better demonstrate the positive interactions between the exhibition & convention industry and city development, two chapters of the book is devoted to case studies about china and abroad. These cases show the close relationship between the two, to the extent that one is indispensable for the other. These cases also vividly show how city development and the exhibition & convention industry rely on each other, promote each other and supplement each other.

目 录

内容摘要	1
Abstract	4
第一章 导论	1
第一节 研究背景和意义	1
一、研究背景	1
二、研究意义	5
第二节 国内外研究概述	8
一、国外相关文献综述	9
二、国内相关文献综述	13
第三节 本书的内容与结构	19
第四节 研究方法	23
第二章 会展业与城市发展互动效应的基础	26
第一节 会展经济发展的基本条件	26
一、城市与会展经济	26
二、会展业对城市的高度依存关系	28
三、会展经济对城市发展的功能	34

第二节 会展经济的模式	38
一、政府主导型	38
二、产业推动型	40
三、人文、旅游环境驱动型	44
四、产业和市场优势双推动型	47
五、综合实力推动型	50
第三节 会展与城市的互动	52
一、会展与城市的互动关系	52
二、会展与城市互动发展支撑体系	55
三、会展与城市互动的模式	56
第三章 会展业与城市经济的发展（上）	59
第一节 产业的基础理论研究	59
一、产业布局理论	59
二、产业结构优化理论	61
三、产业关联理论	63
四、产业集群理论	64
第二节 农业会展与城市经济的发展	67
一、城市农业展会发展概述	68
二、会展对城市农业经济的产业拉动效益分析	71
三、城市农业经济的发展促进会展业的繁荣	74
第三节 会展与城市工业经济	77
一、工业与城市经济发展概述	77
二、会展对城市工业经济的影响与效益分析	79
三、城市工业推动会展业发展的效益分析	83
第四章 会展业与城市经济的发展（下）	86
第一节 服务产业的基础理论研究	86
一、服务产业发展演变过程中的阶段理论	86

二、结构变动与服务经济理论——配第一克拉克定理	88
三、产业服务化——新工业主义理论	89
第二节 会展业与城市服务经济的宏观分析	91
一、服务业与城市经济概述	91
二、会展业拉动城市服务业的综合效益分析	94
三、城市服务业的发展繁荣了会展市场	99
第三节 会展业与城市微观服务业	102
一、会展业与城市旅游业的发展	102
二、会展业与城市餐饮酒店业的发展	107
三、会展业与城市交通、通讯业	110
四、会展业与城市零售业	111
五、会展业与城市物流业	112
六、会展业与城市保险业	117
第五章 会展与城市文化形象	120
第一节 城市文化与城市形象概述	120
一、城市文化的内涵与特征	120
二、城市形象的内涵与特征	123
三、城市文化与城市形象	127
第二节 会展与城市文化	128
一、会展活动的文化效应	128
二、文化的会展推动效应	132
第三节 会展与城市形象	134
一、会展经济提升城市形象	134
二、城市形象打造会展品牌	136
第六章 会展与城市经营	140
第一节 会展与城市规划	141
一、概述	141

二、会展与城市规划的关系	142
三、我国会展规划与城市规划不协调的表现	145
四、正确处理好城市规划与会展发展的关系	147
第二节 会展与城市营销	149
一、概述	149
二、会展与城市营销的辩证关系	151
三、我国会展与城市营销不协调的表现	156
四、促进会展与城市营销的协调发展	157
第三节 会展与城市管理	159
一、概述	159
二、会展与城市管理的关系	160
三、我国会展发展与城市管理存在的问题	163
四、促进会展与城市管理协调发展	164
第七章 从国内典型案例看会展与城市的互动效应	167
第一节 经济类会展与举办城市的互动效应	167
一、“广交会”与现代城市经济的发展	167
二、“义博会”与区域经济的发展	174
三、顺德家电展与顺德的产业进步	180
第二节 旅游、会议型会展与举办城市的互动关系	182
一、西博会与杭州的城市经营	182
二、世界园博会与昆明的名片效应	185
三、亚洲论坛与博鳌的异军突起	189
四、2010 年世博会与上海未来发展	192
第三节 体育竞技运动会与举办城市的互动效应——2008 年 北京奥运会与 2010 年广州亚运会的效益预测	195
一、2008 年奥运会与北京	195
二、2010 年亚运会与广州	200

第八章 从国际典型案例看会展业与城市发展的互动	206
第一节 西方发达国家会展业发展概述	207
第二节 经济类会展与城市发展的互动效应	209
一、工业博览会与汉诺威	209
二、国际家具展与巴黎	212
三、亚洲航空航天展与新加坡	214
第二节 国际性会议与现代城市发展的互动效应	217
一、日内瓦	217
二、维也纳	218
三、巴黎	219
四、纽约	219
第三节 体育竞技类活动与城市发展的互动效应	220
一、2000 年悉尼奥运会	220
二、2002 年釜山亚运会	224
三、2006 年德国足球世界杯	226
结 语	230
参考文献	237
后 记	243

第一章 导论

会展业是现代市场经济发展的产物，会展业的发展与现代城市的发展具有天然的、内在的密切联系。只要人们一提起“会展”，就自然会联想到国内外一些知名的城市：法兰克福、汉诺威、米兰、巴黎、慕尼黑、杜塞尔多夫、拉斯维加斯、新加坡、香港、北京、上海、广州等。显然，会展业不仅依托现代城市来发展，而且，作为现代城市发展的重要推动力之一，会展业已经受到了人们广泛的关注与重视。

基于这个原因，本书试图在总结、梳理前人对会展业与城市发展的相关研究的基础上，从会展业与城市发展双向互动的角度入手，以会展理论、城市经营理论、区域竞争力理论、城市竞争力理论为基础，结合国内外一些知名的案例分析展开综合研究，力图寻找会展业与城市发展的互动机理和发展方略。我们希望，本书所做的努力，能够对会展理论、城市经营理论有所深化和发展，同时，在实践的维度上，通过对实际案例的分析研究，对如何利用会展业来提升城市产业水平、城市经营能力和城市竞争力提出一些可资借鉴的思路和建议，以期对我国现代城市经营管理者们有所裨益。

第一节 研究背景和意义

一、研究背景

会展业也被称为会议展览业，主要包括会议和展览两个方面。从现

代产业分类来看，会展业无疑属于第三产业。会展业发展历史不长，只有一百多年的历史，但由于现代市场经济的强力推动以及全球范围的产业调整，会展业已衍生成为一种成熟的经济形态。特别是在全球经济一体化的大趋势下，像会展业这样的现代服务业越来越受到世界各国的青睐。世界上不同的国家和地区，都不约而同地将会展业作为产业发展的重点而加以扶持，都试图通过举办会议和展览来进行商品、技术和信息的交流，带动制造业、商贸旅游业、交通运输业以及其他产业的发展，从而拉动一个城市、一个地区或一个国家的经济增长。可以毫不夸张地说，会展经济已经成为当今世界被普遍认可和追捧的一种新型经济形态。

会展业原本是工业生产的附庸，但随着全球化浪潮的推进和后工业化社会的来临，会展经济开始以独立的面目出现在国际贸易舞台上。当今世界，服务贸易已成为世界各国和地区优先发展的重点之一，而新型服务业正在逐步替代传统服务业则是一个不可避免的发展趋势。会展业作为都市型、无烟型的产业，越来越成为当今世界城市服务贸易领域的一大亮点。有人说，会展业以其高效率、高增长的特点而成为城市经济增长的“助推器”；也有人说，会展业是反映一个城市、地区或国家国民经济运行状况的“晴雨表”。总之，会展业的发展，乃是一个城市、地区和国家经济发展，特别是第三产业发展的重要标志，不仅能给所在国家或地区带来可观的经济效益，而且能够带来明显的社会综合效益。

首先，会展业能给举办城市和国家带来直接的经济效益。这些收入包括门票收入、场地租金、展览装修设计等。一个成功的会展不仅仅带来人气和影响，而且它本身就应该应该是赢利的。有一位世界展览业巨头曾如是说道：“如果在一个城市召开一次国际会议，就好比有一架飞机在城市上空撒钱。”

其次，会展业具有超强的连锁带动功能，对城市和区域经济有着巨大的拉动作用。会展业不仅会带动城市和区域的基础设施以及其他相关硬件设施的建设，更重要的是，会展业能即时带动主办城市的交通、住宿、餐饮、购物、旅游、广告、装饰、通信等所组成的“第三产业消费链”。据有关专家测算，国际上会展业的产业带动系数约为1:9，即展览

场馆的收入如果是1,那么,相关产业的综合收入则为9。^①

再次,会展业也是一个提供信息、知识、观念交流的重要平台,尤其新技术交流会给城市经济与社会发展带来强大的正面辐射效应。因此,会展业被认为是21世纪最具活力与发展前景的“朝阳产业”,它开辟了现代服务业发展的新领域、新方向;由于其对环境的无害性,会展业也常常被人们称为“无烟产业”和“绿色产业”。

最后,会展还是现代城市营销的重要手段。会展可以在很短的时间内为举办城市集聚相当数量的高档次的专业人群,并通过口头传播和新闻媒介极大地提高城市的知名度和影响力,为举办城市走向世界提供有利的平台支撑。因此,在西方发达国家,人们不仅把会展业视为经济发展的重要增长点,而且是活跃城市社会文化生活的重要因素和塑造城市形象的重要手段。

欧洲是世界会展业的发源地。经过一百多年的积累和发展,欧洲会展经济整体实力最强、规模最大。以会展大国德国为例,2005年,德国境内共举办了141场国际性展览,展场出租面积为624万平方米,国际性展会参展商的数量为158060家,国内参展商数量为74058家,海外参展商达到84002家,展会参观人次为959万。2005年德国展览公司在外国共举行了166场展览,展出面积达135万平方米。^②除欧洲之外,北美洲特别是美国也是世界会展大国,会展经济发展迅速,真正起到了现代服务业领头羊的作用。大洋洲和亚洲的会展业虽然起步较晚,但其发展势头也很不错,取得了较好的成果和效益,发展前景被看好,堪称是会展业的后起之秀。

在国际上,许多城市因为会展业的发展而繁荣,因为会展业的繁荣而更具国际知名度。例如德国的汉诺威、慕尼黑、杜塞尔多夫、法兰克福,意大利的米兰,美国的多佛,都是因为会展业的发展而声誉鹊起的;而纽约、巴黎、伦敦、新加坡以及香港等国际会展名城,每年都吸引着大量的企业 and 专业游客前来参展、参观,给城市带来了浩荡的人流和滚

^① 刘宏伟:《中国会展经济报告2002》[M],上海:中国出版集团东方出版中心,2003年版,第33页。

^② 参见“德国展览业2005—2006年度最新概况”,中华人民共和国商务部网站, <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/i/dxfw/jlyd/200610/20061003394187.html>。