

21

世纪高职高专精品教材 · 会展专业

会展概论

张晓娟 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21 世纪高职高专精品教材 · 会展专业

184900
G245
1

会展概论

张晓娟 主编

FE 东北财经大学出版社
Donghai University of Finance & Economics Press

大连

© 张晓娟 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

会展概论 / 张晓娟主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2008. 11
(21 世纪高职高专精品教材·会展专业)
ISBN 978 - 7 - 81122 - 506 - 8

I. 会… II. 张… III. 展览会 - 概论 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 168138 号

东北财经大学出版社出版
(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)
总编室: (0411) 84710523
营销部: (0411) 84710711
网 址: <http://www.dufep.cn>
读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

沈阳新华印刷厂印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 352 千字

印张: 17 1/4

2008 年 11 月第 1 版

2008 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑: 张晓丹 张爱华

责任校对: 贺 鑫

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 506 - 8

定价: 28.00 元

会展经济

2007年10月

青岛国际会展研究中心、青岛金诺会展有限公司

前 言

近年来,我国会展业的迅速发展吸引了全球的目光,据2006年中国会展经济发展报告资料显示,截至2006年底我国每年举办的各类展会多达4000个,正在迈入世界会展大国的行列。我国的会展业在法律、法规建设,会展业的区域间合作交流,会展业的国际化进程,会展协会组织的发展和会展教育等方面都取得了令人瞩目的巨大成就。但会展教育,虽然取得了很大成绩,仍面临很多问题,其中关键的问题就是师资和高质量会展教材的缺乏。在这种既是机遇又是挑战的时代背景下,我们组织编写了这本《会展概论》。

根据近五年对《会展概论》的教学工作,在编写本书的时候,我们主要考虑把会展涉及的大致几个方面及其所包含的内容在书中介绍清楚,点面结合,尽量在覆盖面广的基础上突出重点。本书是这样安排章节的:第一部分主要内容简要介绍会展这一概念中所涉及的MICEE及会展业的历史和发展趋势,包含了第1、2章;第二部分内容分别对MICEE展开讲述,也就是展开讲述会议、展览、奖励旅游、节事大型活动等,包含了第3、4、5、6、7章,其中重点是会议和展览;第三部分内容主要对会展活动中不可或缺的一个主体即会展场馆的运作和经营管理的介绍,包含了第8章;第四部分内容是会展经济,也就是会展可能带动的各方面的经济和社会收益,包括对旅游、物流、通信、广告等各个方面的联动效应及会展产业链的阐述等,包含了第9章;第五部分内容是会展整体运作的宏观管理和微观管理的内容,另外还有一些知名的展会和展会组织的介绍,包含了第10章。

本书参加编写人员的主要分工如下:张晓娟编写了第1、2、5、6、8章,王萍编写了第3、4章,陈萍编写了第7、9章,陈萍、张晓娟编写了第10章。全书由张晓娟负责统稿、定稿。

本书在编写过程中,参考并引用了国内外有关的研究成果和文献,其中大部分已经在本书的参考文献中列出,但由于篇幅所限,难免会有遗漏,在此向这些文献的作者致以诚挚的谢意。另外本书的编写得到了青岛国际会展中心及青岛金诺会展有限公司等业界专家的帮助和支持,在此一并表示感谢!特别是东北财经大学出版社的张晓丹编辑为此书的出版付出了大量的心血,进行了卓有成效的组织协调和指导工作,使得本书能以最短的时间与读者见面。再次向所有曾经帮助过本书编写和

2 会展概论

出版的专家、学者和业界人士表示最诚挚的感谢!

张晓娟

2008年10月

于青岛酒店管理职业技术学院

前 言

博览会是由主办、承办单位、参展商、观众、媒体、赞助商、政府、行业协会等共同参与的综合性、专业性、国际性的展示交流盛会。随着世界经济、科技、文化、教育的飞速发展，博览会已成为展示一个国家、一个地区、一个行业、一个企业实力的重要平台。本书以全面、系统的视角，对博览会的概念、分类、功能、组织、运作、营销、评估等方面进行了深入的分析和探讨。本书可作为会展专业及相关专业的教材，也可供会展行业的从业人员参考。

《会展概论》系《会展概论》系列教材之一，由张晓娟主编。

本书共分十章。第一章为绪论，主要介绍会展业的定义、分类、功能及在我国的发展现状。第二章为会展概述，主要介绍会展的概念、特征、分类、功能、作用及发展历程。第三章为会展业的发展现状，主要介绍我国会展业的发展现状、存在的问题及对策。第四章为会展业的营销，主要介绍会展营销的概念、特点、原则、策略及实施。第五章为会展业的组织，主要介绍会展组织的概念、类型、结构、功能及运作。第六章为会展业的运作，主要介绍会展运作的概念、特点、原则、策略及实施。第七章为会展业的评估，主要介绍会展评估的概念、特点、原则、策略及实施。第八章为会展业的发展趋势，主要介绍会展业的发展前景及面临的挑战。第九章为会展业的法律法规，主要介绍我国会展业的法律法规。第十章为会展业的国际交流与合作，主要介绍我国会展业在国际上的交流与合作。

本书在编写过程中，参考了国内外大量的文献资料，得到了青岛酒店管理职业技术学院领导和同仁的大力支持。在此，谨向有关单位和人士致以衷心的感谢。

本书在编写过程中，得到了青岛酒店管理职业技术学院领导和同仁的大力支持。在此，谨向有关单位和人士致以衷心的感谢。本书在编写过程中，得到了青岛酒店管理职业技术学院领导和同仁的大力支持。在此，谨向有关单位和人士致以衷心的感谢。

目 录

第1章 绪论 ⇨1

学习目标 /1

- 1.1 会展的基本概念 /2
- 1.2 会议的基本内容 /6
- 1.3 展览的基本内容 /10
- 1.4 会展旅游的基本内容 /19

●知识掌握 /19

●知识应用 /20

第2章 会展活动的历史、现状与发展 ⇨22

学习目标 /22

- 2.1 会展活动的历史 /22
- 2.2 会展业发展现状与格局 /26
- 2.3 会展业的未来发展趋势 /35

●知识掌握 /37

●知识应用 /38

第3章 会议策划 ⇨40

学习目标 /40

- 3.1 会议的策划 /41
- 3.2 会议市场 /44
- 3.3 会议预算 /58

●知识掌握 /63

●知识应用 /63

第4章 会议管理 ⇨65

学习目标 /65

- 4.1 会议前期准备 /67
- 4.2 会议现场管理 /78
- 4.3 会议期间服务 /86
- 4.4 会议的评估和总结 /91

39 附录A

007 附录B

008 附录C

009 附录D

010 附录E

011 附录F

012 附录G

013 附录H

014 附录I

015 附录J

016 附录K

017 附录L

018 附录M

019 附录N

020 附录O

021 附录P

022 附录Q

023 附录R

024 附录S

025 附录T

026 附录U

027 附录V

028 附录W

029 附录X

030 附录Y

031 附录Z

032 附录AA

033 附录AB

034 附录AC

035 附录AD

036 附录AE

037 附录AF

038 附录AG

039 附录AH

040 附录AI

041 附录AJ

042 附录AK

043 附录AL

2 会展概论

●知识掌握 /96

●知识应用 /96

第5章 展会立项策划 ⇨98

学习目标 /98

5.1 展会可行性分析 /101

5.2 展会立项策划和报批 /107

●知识掌握 /116

●知识应用 /116

第6章 展会管理实务 ⇨119

学习目标 /119

6.1 展前阶段 /122

6.2 展中阶段 /132

6.3 展后阶段 /143

●知识掌握 /146

●知识应用 /147

第7章 会展旅游 ⇨148

学习目标 /148

7.1 会展与旅游的关系 /149

7.2 奖励旅游 /152

7.3 展览旅游 /158

7.4 节事活动 /165

●知识掌握 /176

●知识应用 /176

第8章 会展场馆管理与服务 ⇨179

学习目标 /179

8.1 会展场馆的含义、历史使命和经营目标 /181

8.2 会展场馆服务的内容 /187

8.3 会展场馆出租管理 /194

8.4 会展场馆管理经验介绍 /203

●知识掌握 /209

●知识应用 /209

第9章 会展经济 ⇨213

学习目标 /213

9.1 会展经济概述 /214

9.2 会展与区域经济 /217

9.3 会展经济的运营管理模式 /220

●知识掌握 /223

表 目

1.1	会展概论	1.1
1.2	学习目标	1.1
2.1	会展概述	2.1
2.2	国内会展的发展	2.1
2.3	国际会展的发展	2.1
2.4	会展业的地位与作用	2.1
2.5	会展业的发展前景	2.1
2.6	会展业的发展策略	2.1
2.7	会展业的发展模式	2.1
2.8	会展业的发展环境	2.1
2.9	会展业的发展机遇	2.1
2.10	会展业的发展挑战	2.1
2.11	会展业的发展对策	2.1
2.12	会展业的发展建议	2.1
2.13	会展业的发展展望	2.1
2.14	会展业的发展意义	2.1
2.15	会展业的发展价值	2.1
2.16	会展业的发展影响	2.1
2.17	会展业的发展作用	2.1
2.18	会展业的发展地位	2.1
2.19	会展业的发展使命	2.1
2.20	会展业的发展责任	2.1
2.21	会展业的发展义务	2.1
2.22	会展业的发展权利	2.1
2.23	会展业的发展利益	2.1
2.24	会展业的发展原则	2.1
2.25	会展业的发展方针	2.1
2.26	会展业的发展政策	2.1
2.27	会展业的发展法规	2.1
2.28	会展业的发展标准	2.1
2.29	会展业的发展规范	2.1
2.30	会展业的发展守则	2.1
2.31	会展业的发展公约	2.1
2.32	会展业的发展宣言	2.1
2.33	会展业的发展誓词	2.1
2.34	会展业的发展座右铭	2.1
2.35	会展业的发展格言	2.1
2.36	会展业的发展警句	2.1
2.37	会展业的发展名言	2.1
2.38	会展业的发展谚语	2.1
2.39	会展业的发展歇后语	2.1
2.40	会展业的发展对联	2.1
2.41	会展业的发展谜语	2.1
2.42	会展业的发展笑话	2.1
2.43	会展业的发展故事	2.1
2.44	会展业的发展传说	2.1
2.45	会展业的发展典故	2.1
2.46	会展业的发展趣闻	2.1
2.47	会展业的发展轶事	2.1
2.48	会展业的发展佳话	2.1
2.49	会展业的发展传说	2.1
2.50	会展业的发展典故	2.1
2.51	会展业的发展趣闻	2.1
2.52	会展业的发展轶事	2.1
2.53	会展业的发展佳话	2.1
2.54	会展业的发展传说	2.1
2.55	会展业的发展典故	2.1
2.56	会展业的发展趣闻	2.1
2.57	会展业的发展轶事	2.1
2.58	会展业的发展佳话	2.1
2.59	会展业的发展传说	2.1
2.60	会展业的发展典故	2.1
2.61	会展业的发展趣闻	2.1
2.62	会展业的发展轶事	2.1
2.63	会展业的发展佳话	2.1
2.64	会展业的发展传说	2.1
2.65	会展业的发展典故	2.1
2.66	会展业的发展趣闻	2.1
2.67	会展业的发展轶事	2.1
2.68	会展业的发展佳话	2.1
2.69	会展业的发展传说	2.1
2.70	会展业的发展典故	2.1
2.71	会展业的发展趣闻	2.1
2.72	会展业的发展轶事	2.1
2.73	会展业的发展佳话	2.1
2.74	会展业的发展传说	2.1
2.75	会展业的发展典故	2.1
2.76	会展业的发展趣闻	2.1
2.77	会展业的发展轶事	2.1
2.78	会展业的发展佳话	2.1
2.79	会展业的发展传说	2.1
2.80	会展业的发展典故	2.1
2.81	会展业的发展趣闻	2.1
2.82	会展业的发展轶事	2.1
2.83	会展业的发展佳话	2.1
2.84	会展业的发展传说	2.1
2.85	会展业的发展典故	2.1
2.86	会展业的发展趣闻	2.1
2.87	会展业的发展轶事	2.1
2.88	会展业的发展佳话	2.1
2.89	会展业的发展传说	2.1
2.90	会展业的发展典故	2.1
2.91	会展业的发展趣闻	2.1
2.92	会展业的发展轶事	2.1
2.93	会展业的发展佳话	2.1
2.94	会展业的发展传说	2.1
2.95	会展业的发展典故	2.1
2.96	会展业的发展趣闻	2.1
2.97	会展业的发展轶事	2.1
2.98	会展业的发展佳话	2.1
2.99	会展业的发展传说	2.1
2.100	会展业的发展典故	2.1

●知识应用	/223
第10章 会展管理	⇨225
学习目标	/225
10.1 会展宏观管理	/226
10.2 会展微观管理	/241
10.3 国内知名展会与节事活动	/254
●知识掌握	/265
●知识应用	/265
主要参考文献	⇨267

... 170 ... 100% ... 100% ...

第 1 章

会展业概论

绪论

... 会展业 ... 行业 ... 行业 ...

学习目标

在学习完本章之后，你应该能够：了解会展的基本概念、特征和功能；明确会展业的内涵；熟知会议、展览、会展旅游的基本内容；掌握会议、展览、会展旅游的基本概念和分类。

【引例】

联合国认可会展业为独特经济行为

联合国国际经济和社会分类专家小组于 2005 年 7 月 27 日在法国巴黎宣布：在他们“所有经济行为的国际标准产业分类”中，会议和展览行业属于独特的一部分（国际标准产业分类，第四次临时修改草案）。

全球展览业协会（UFI）秘书长文森特·杰拉德（Vincent Gerard）对联合国的这一决定表示欢迎。他说：“很高兴会展业被认定为一个重要产业。我们想要强调的是，同旅游业一样，会展业对本地经济以及民族经济具有重要的影响。”UFI 坚信通过各种会展加强与全球经济紧密联系的国家，其经济往往会在相当一段时期内增长较快。这清楚地表明会展业是一种促进商业发展的重要工具。

UFI 已经做好了准备，与其他伙伴组织合作，研究会展业进一步发展的具体方法和步骤，以展示会展业对全球经济的影响并大力支持旅游业的发展。实际上，UFI 正在参加国际标准化组织工作小组在新加坡首次召开的会展有关标准定义会议。

UFI 已经将向国际标准化组织工作小组提交其行业定义并请其予以考虑。作为会展业的全球化组织并且代表了会展组织者、场地管理以及服务供应商，UFI 的标准正在为全球会展业的领先者们所使用。

UFI 是会展业的世界性组织，策划、服务以及代表世界范围内的商品交易会 and 博览会。在 UFI 拥有 293 个成员组织，其中包括世界领先的会展组织者、展览会场地经营者和 42 家全国性与国际性的专业协会。UFI 代表着五大洲 72 个国家和 162

个城市,全球超过4500个展览会的管理与运作都要归功于UFI成员的努力。

资料来源 http://www.cce365.com/kenews_detail.asp?id=184。

这一引例表明:会展业被认定为一个重要产业,会展业的发展前景无限。

● 1.1 会展的基本概念

会展活动在国外已经有了几百年的历史,在工业革命早期,英国、法国、德国等欧洲发达国家的会展活动已经初具规模;第二次世界大战后,随着德国、英国、美国和日本等国家经济的崛起和不断壮大,这些地区的会展经济得到了快速的发展,而中国随着市场经济体制的完善和经济实力的增强,特别是20世纪90年代以来,会展活动有了长足的进步。因此会展业不但日益成为全球信息交流、技术进步和商品交易的重要载体,而且成为一个重要的新型服务产业。

会展学科的研究也是一门崭新的学科,多数理论来自于国外的研究,还有一些结合国情的研究,这样就造成了关于会展活动最基础的理论即会展的基本概念也有些争议,因此我们在本章中对业内比较有代表性的概念进行了介绍,并给出一个相对比较严谨并且符合行业特点的结论。

1.1.1 会展的定义

1) 国际的三大流派

会展的定义,根据不同国家的分类大体有欧派、美派和综合派几类。

(1) 欧派。一般将会展称之为C&E (convention & exposition) 或者M&E (meeting & exposition),即会议和展览统称为会展。这是一个比较狭义的概念。

(2) 美派。北美的会展理论主要集中在美国,他们将会展概括为MICE, M代表公司会议(meeting), I代表奖励旅游(incentive tourism), C代表协会和社团组织的会议(convention), E代表展览会(exhibition or exposition)。他们认为会展就是公司会议、奖励旅游、协会和社团组织的会议以及展览会四部分的总称,简称MICE。奖励旅游放入到会展概念中原因主要有二:一是便于归口管理和便于经济统计;二是奖励旅游作为公司的一种激励管理手段往往与公司会议一同举办。

(3) 综合派。随着经济全球化和贸易自由化的发展,综合派又对会展的概念进行了补充,将MICE引申为MICEE,多了一个E——代表节事活动(event)。由于目前节事活动逐步在会展活动中日益凸显其重要性,而且其在会展活动中的地位和作用还会进一步发展和扩大,所以目前这一观点已为国际公认,成为国际统计标准口径和专业会展行业协会划分标准。

2) 国内学者的不同概念比较

(1) 会展分为狭义会展和广义会展,狭义的会展就是会议和展览,广义的会展就是前面所介绍综合派观点的MICEE,或者广义的会展外延则包括各种类型的大型会议、博览会、体育竞技活动以及节日庆典等。

(2) 是否将奖励旅游列入会展活动中,有些学者提出不把奖励旅游列入会展

概念,这可能跟中国目前的统计体系还不能将奖励旅游从旅游业中分离出来有一定关系。

(3) 综合以上观点,有关学者提出,随着中国市场经济体制的日益完善和经济全球化趋势的逐步形成,中国企业对员工实施奖励旅游的激励会越来越多,奖励旅游活动列入会展活动中应该只是一个时间问题,因此应该纳入会展的概念。

1.1.3 会展的概念

由上面的介绍和分析,我们概括出如下的会展含义:

会展就是在某一预定的时空内举行的公司会议、奖励旅游、协会和社团组织的会议、展览会(包括交易会、博览会等)以及各种节事活动(包括各种大型活动如奥运会、节庆活动等)的总称,简称 MICEE。

1.1.2 会展的特征

1) 会展是一种经济性活动

会展是一种经济性活动,原因有二:一是能够给主办单位或承办企业带来场馆展位租赁、门票、客房、餐饮等服务性收入,产生直接效益;二是能够带动会展旅游、餐饮、酒店、购物、广告、咨询、物流、通信、印刷、文化消费等相关产业,产生间接效益。

2) 会展是一种产业化活动

会展属于第三产业,会展产业的形成具备四大特征:

(1) 会展活动达到一定的规模,包括会展企业的大量出现,会展行业的产值在国民经济中占据一定比例。

(2) 要形成自己的行业组织,如支持行业发展的会展行业协会的建立。

(3) 会展专业人才培养机制的确立。

(4) 会展就业新领域的开辟。

3) 会展是一种借助于社会化服务的活动

会展是一种借助于社会化服务的活动,主要有三种形式:一是会展企业作为主办者自行策划并组织会展;二是会展企业受主办者的委托,全面承办会展,为主办者提供全方位的社会化服务;三是会展企业向主办者提供某一方面的会展服务。

4) 会展是以会议和展览为基本形式,同时具有综合性特点的活动

会展是以会议和展览为基本形式,同时具有综合性特点的活动,原因有三个:一是会议和展览相互交融和渗透,会中有展、展中有会;二是会展活动与其他活动的交融和渗透,如会展中穿插文艺表演及评奖活动等;三是会展活动与节庆纪念活动的交融和渗透,如文化节、海洋节、啤酒节等。

1.1.3 会展业的内涵

会展业是一个综合性和关联性非常强的行业,它是由一系列相关产业、行业和企业组成,许多国家和地区都把会展业作为区域经济发展的一项支柱产业或者重点产业。会展业不仅能带动其他相关产业的发展,缓解城市就业压力,而且还能提高城市美誉度,提升城市的国际形象,因此在我国会展业受到了许多城市的青睐。

一 在目前我国统计工作执行的《国民经济行业分类和代码》(GB/T4754—2002)中这样界定会展业:会展业指会议与展览服务,隶属于租赁和商务服务业,代码是7491(租赁和商务服务业是7,商务服务业是74,其他商务服务业是749,会议和展览服务业是7491)。

国际上通行的做法是将会展业划分为服务贸易。根据《服务贸易总协定》(GATS)的主要条款和内容,在国际服务贸易的12个部门分类中,会展业属于职业服务范畴。会展业的核心是提供以下6个方面的服务和产品:①筹划并举办各种规模、各种性质、各种目的和各种层次的国际和国内会议。②筹划并举办各种规模、各种性质、各种目的和各种形式的国际和国内的展销会、展览会、交易会 and 博览会。③筹划并安排各种规模、各种目的和各种层次的奖励会议和奖励旅游活动。④筹划并举办各种规模、各种性质、各种目的和各种形式的节事活动。⑤提供上述各项会议、展览、奖励旅游和节事活动所需要的各种场馆和设施及其配套的内在服务,如会务、货运、仓储、报关、检疫、保险、法律、金融、通讯、信息、展台设计和搭建、翻译等。⑥安排和提供上述各项会议、展览、奖励旅游和节事活动的参与者所需的并能令人满意的外在服务,如住宿、餐饮、交通、游览、娱乐、购物等各种生活接待服务。会展业的内涵模型如图1-1所示。

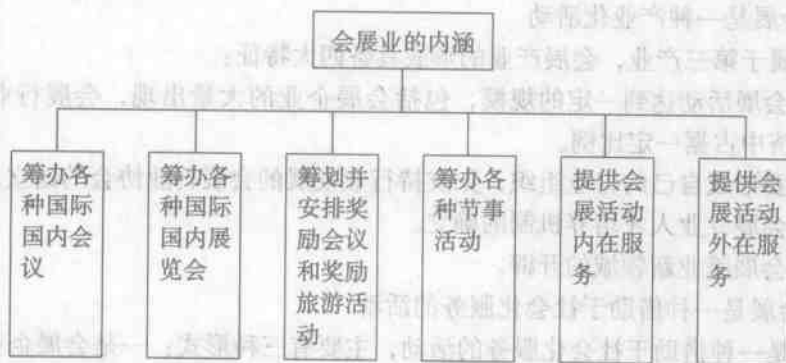


图 1-1 会展业的内涵模型

资料来源:施昌奎:《会展经济》,北京,中国经济出版社,2006。

由此,我们可以定义会展业的含义,所谓会展业就是指利用各种会议、展览、奖励旅游和节事活动资源,并为相关活动提供策划、设计和组织,以及提供场地、配套设施及其他各项服务的经营单位和机构的集合。会展业虽然属于第三产业范畴,但却有着特殊性,因为其直接为第一和第二产业服务,因此我们说会展产业是一个边缘产业,产业的关联度较高,乘数效应较大。

1.1.4 会展的功能

1) 带来巨大的经济效益

会展活动可为举办地带来巨大的经济效益,会展业是高收入、高盈利的行业。据相关资料显示,国际上展览业的产业带动系数大约为1:9,即展览场馆的收入如

果是1,那么相关的社会收入则为9。我国的会展经济虽然起步较晚,但也表现出强大的经济带动效应。

2) 促进城市就业

据测算,每增加1000平方米的展览面积,就可以创造近百个就业机会。1996年在德国汉诺威举办的世界博览会,创造了近10万个就业机会,获得了约145亿德国马克的利润和45亿德国马克的税收。对于中国,会展经济的迅速发展也为增加就业提供了一条非常有效的渠道。

3) 促进经济贸易合作

会展活动通常都能为参展的供需双方提供相互认识、洽谈和交易的机会,大大提高了政治、经济、文化、技术和贸易的交流和合作。在大多数交易会、贸易洽谈会上都能达成购销意向和签署一定金额的购销合同。在大型的展览会上,累积达成100亿美元以上的购销合同、投资意向、技术转让和合作意向是司空见惯的,譬如中国的广交会,每年在展会期间签署的购销合同、投资意向、技术转让和合作意向的金额累积都要超过100亿美元。

4) 加快城市基础设施建设

会展经济的产业带动作用明显反映在对城市基础建设和其他建设的拉动方面。会展经济的发展需要很多条件,其中会展经济硬环境的建设更是必不可少,如建设方便、快捷的交通设施、高档的酒店和餐饮服务设施、大型的会议展览中心等,这些都是会展经济对城市建设的优化作用。1996年在汉诺威举办的世界博览会,德国政府拨款70亿德国马克进行基础设施建设,大大改善了该城市的基础设施环境;1999年在我国昆明举办的世界园艺博览会,相关的投资总计超过了216亿元,使昆明的城市建设至少加快了10年。

5) 促进信息传播

会展活动的开展能够在较短的时间内汇集大量的人流、物流、信息流和资金流,这些汇集的必然结果就是信息的流动和扩散。会展经济的信息传播功能十分强大,譬如大型的专业展览会基本上能够包含了该专业内所有的商务信息,包括该专业内最新的产品和成果、最新的技术、最大的厂商、最著名的品牌等一系列的商务信息,这些信息都能在展览会上获取到。

6) 提高城市的美誉度和知名度

国际上有许多以会展经济著称的城市,如德国的汉诺威、慕尼黑、莱比锡都是世界上知名的会展之都,举办展览在为这些城市带来可观经济效益的同时,也大大提高了它们在国际上的知名度。我国的香港也因其每年都举办若干的大型会议和展览而在国际上享有盛名,我国的上海也因1999年的财富论坛和APEC会议的举办而开始了进一步向国际展览名城前进的脚步,其知名度也随之大大提高。

总之,会展经济的功能和作用是综合性、全方位的,无论在国外还是国内,会展业都是发展前景十分广阔的朝阳产业,其带来的对相关产业和行业的资源整合效应以及区域经济资源的整合效应是非常巨大的,因此,会展经济的良性发展正在成

为国民经济的新的增长点。

【知识链接 1—1】

会展是什么

- 市长说：会展是一项提升城市两个文明建设、利国利民的德政工程。
- 学者说：会展是智者的峰会，是传播新思想、新观念的论坛。
- 模特说：会展梳妆台，企业争先来，靓女靠打扮，产品靠会展。
- 预言家说：会展是充满活力，前途无量的朝阳产业。
- 哲学家说：会展是企业经营理念的展示，是步入市场经济后理性成熟的表现。
- 建筑家说：会展场馆规模宏大、气派，是城市标志性建筑。
- 数学家说：会展的布展是排列与组合、平面与立体、黄金分割与数模运筹的应用。
- 美术家说：会展是生活中又一道五彩斑斓、丰富靓丽的色彩。
- IT 总裁说：会展是各种信息交流、碰撞、传递与嬗变的信息加工器。
- 组展商说：会展是特殊的服务行业，核心本质是服务，“好儿郎最会伺候人”。
- 搭建商说：会展是“奢华”，一掷千金三五天，是最短命的装饰工程。
- 参展商说：会展是最经济、最实惠、最有效的立体营销广告。
- 老百姓说：会展是购买物美价廉，货真价实物品的好去处。
- 展览公司说：会展是“展示别人即展示自己”。
- 气象学家说：会展是经济发展、产品走势的风向标、晴雨表。
- 环保专家说：会展是“不冒烟的工厂”，是无污染的绿色产业。
- 化学专家说：会展过热，市场化和反应后，一部分生成的是“泡沫”。
- 经济学家说：会展是经济发展的又一个新的增长点。
- 展台设计者说：会展是受参展商资金和观念限制的艺术创作。
- 软件小摊贩说：会展是视窗，打开之后，不乏也有各类盗版存在。
- 投机招展商说：展不在好，能办则赢；展不在精，能捞则灵。
- 武侠小说爱好者说：会展人像“葵花宝典”，有些最终成了碎片，随风而散。
- 资料来源 刘松萍、郭牧、毛大奔：《参展商实务》，北京，机械工业出版社，2005。

● 1.2 会议的基本内容

1.2.1 会议的定义

会议活动源远流长，可以追溯到人类活动的早期阶段。早在荷马时代，古希腊人就建立了“议事会”和“人民大会”制度，当时的氏族在举行“人民大会”时，所有人都站在周围，有秩序地参加讨论，这种会议形式被称之为“围立”。孙中山在《民权初步》中谈到：凡研究事理而为之解决，一人谓之独思，二人谓之对话，三人以上而循有一定规则者，则谓之会议。当今世界，几乎每时每刻都在进行着各种各样的会议活动，会议活动已经深深根植在人类社会活动的各个领域，成

为人类社会活动不可或缺的一种交往方式。

一般的会议活动，都具有以下一些共同的特征：

1) 会议是一种围绕特定目的而开展的活动
会议的目的体现了会议组织者的愿望，反映了全体会议成员的共同期盼，是会议活动最基本的驱动力。会议目的的正确与否，决定了会议的方向和实际作用，制约着会议的各项组织活动。

2) 会议是一种高度组织化的活动
会议活动的组织性主要体现在会展的主办者要明确，进行会议策划，涉及建立会议的管理服务体系、订立会议规则和会务的工作程序等方面，会议活动只有具备高度的组织性，才能使会议的各项内容程序化，才能使会议进行得有条不紊，达到会议举办的目的。

3) 会议是一种以口头交流为主要方式的活动
各项会议活动中的报告、发言、讲话、辩论等口头交流方式，是会议成员传递信息、交流思想、阐述立场的主要手段，也是会议的主要方式。当然会议活动也可以辅以书面和声像交流的方式，但口头交流仍旧是会议活动的主要方式。

4) 会议是一种群体性的活动
会议来源于为了集体商议、共同解决问题之社会需要，可以说自会议产生的第一天就是一种群体性的活动，一般来说，至少要三人，当然在某些横向性会议（与会者之间具有相同的身份和平等的权利的会议）中也有例外。

将上述四个特征综合起来，我们对会议活动的含义作如下的概括：会议活动是一种围绕特定目的而开展的、组织有序地、以口头交流为主要方式的群体性活动。

1.2.2 会议的功能

1) 发扬民主
通过会议活动来发扬民主，是现代会议的一项重要作用。现代会议作为一种形式或者载体，在现代民主（包括政治民主、社会民主和管理民主等）进程中发挥着巨大作用。

(1) 会议活动起着上下沟通的作用，便于管理者直接了解下情和民意，有利于把会议中所提出的意见和建议，经集合、整理形成更趋完善的方案，使其做出的决策更加符合实际和人民愿望。

(2) 会议活动确保现代民主制度中的集体领导原则得以实现。集体领导是现代社会中一种重要的领导体制和原则。国际上各种“董事会”、“理事会”、“委员会”等机构，普遍实行集体领导原则。会议活动通过集体讨论、投票表决，根据少数服从多数的民主原则等做出决定。因此会议活动是确保集体领导原则得以实现的一个重要手段。

(3) 会议活动使人民群众的民主权利成为现实。我国的人民代表大会制度，使人民群众能够通过自己选举的代表，以人民代表大会的形式参与国家的管理，享有高度民主权利。

2) 科学决策

现代决策越来越依赖于集体的智慧,从统计学角度讲,在决策者素质一定的条件下,集体决策的失误要比个人决策的失误少。现代决策活动的方式很多,但会议活动是其最主要的形式,科学的决策必须依靠围绕决策活动的各种会议活动才能实现。

3) 联络感情

会议活动是一种互动性的交往方式,在交流思想、互通情况的同时,也有助于感情上的沟通。有些会议如联谊会、茶话会、团拜会等就是以联络感情作为会议活动的主要目的。这些会议对内增强组织的凝聚力,对外树立了良好的公关形象。

4) 沟通信息

人们参加会议,从某种程度上说就是传递和获取信息,这可以说是会议的一个基本作用。作为信息传递的渠道,会议活动能够减少信息中转环节,增多信息传递渠道,降低信息收集成本,降低信息传递误差,发挥信息的最大化效用。

5) 促进合作与发展

当今社会的发展是一个充满着复杂矛盾的历史进程,不同国家、地区、民族、企业、利益集团之间的利益争夺,资源分配的竞争,乃至国家主权之争都是不可避免的。会议活动可以为冲突和矛盾的协调解决提供条件。通过会议活动,形成一系列的惯例和规则,约束和规范各方的行为,有利于协调、减缓各类冲突和矛盾,促进各方发展。大型会议特别是国际性会议的举办,有利于增进政府、企业、团体间的合作。

1.2.3 会议的分类

1) 按会议的性质分

(1) 法定性会议,指根据有关法律、法规必须举行的会议,以及特定组织为履行法定职责而举行的会议,如各级人民代表大会、股东大会、学会会议等。

(2) 非法定性会议,指法律和法规允许的,法定性会议以外的会议,如新闻发布会、经贸洽谈会等。

2) 按会议的组织形式分

(1) 年会 (convention),指同一公司、社团、财团、政党等立法、社会、经济团体所举办的资讯及政策商讨会议,目的在于使与会者建立共识并形成决策。年会议题可以涉及政治、贸易、科学和技术等领域。

(2) 代表会议 (congress),指某些专业、文化、宗教等群体召开的、派正式代表参加的定期会议。

(3) 论坛 (forum),指为了对共同有兴趣的某一或某些主题进行公开讨论而举办的研讨会。与会者的身份均要事先被认可,论坛的特点是对主题进行反复深入的讨论,一般由小组组长主持。

(4) 专题学术讨论会 (symposium),与论坛相类似,通常是某一领域的专家集会,就某一特定主题请专家发表观点,共同就问题加以讨论并做出建议。专题讨

论会一般参与人数较多，会期在2~3天。

(5) 讨论会 (workshop)，指由几个人进行密集讨论的会议，一般要求各小组参加集体会议，就专项问题进行讨论，旨在交流知识技能以及对问题的见解。讨论会的特点是面对面的活动，使所有与会者充分参与进来。

(6) 座谈 (panel discussion)，指由一位主持人来主持，有一小群专家为座谈小组成员，针对专门课题提出其观点后再进行讨论。

3) 按会议的功能和任务分

(1) 工作性会议，指组织为研究和布置工作而召开的会议，如经济工作会议、教育工作会议、文件传达会等。

(2) 决策性会议，指机构组织领导人员对工作中的重要问题进行集体讨论做出决策的会议，如政府和部门的办公会议、企业的董事会等。

(3) 学术性会议，指为研讨、传播学术问题而召开的会议，如“孔子教育思想学术研讨会”、“素质教育专业研讨会”、各种学会会议等。

(4) 显示性会议，指以宣传教育和表彰事物为主要目的的会议，如为重大成就举行的庆祝会、为表彰先进举行的表彰会等。

(5) 典礼仪式性会议，指郑重举行的、具有模式化程序的会议，如各种活动开闭幕式、剪彩仪式等。

(6) 会商性会议，指以协调商议事项为内容的会议，有时由某一单位牵头，为解决某一问题把有关方面召集在一起，商讨解决问题的方法，如防汛抗灾会议等。

(7) 进修培训类会议，指为进修知识、培训业务而举办的会议，如专业知识讲座等。

(8) 调查听证性会议，指目的在于了解情况、听取意见、获得证据的会议，如春运火车票价格听证会等。

4) 按会议的发起和组织者分

(1) 协会会议，指由各类行业组织和各专业技术人员组成的会议，既有全国性协会，也有国际性协会。

(2) 公司会议，既有同类型及行业相关的公司在一起举办的会议，也有公司本身的内部会议。

(3) 非营利性机构会议，包括各类政府机构会议、工会组织和政治团体会议以及宗教组织会议等。

5) 按会议的规模分

(1) 特大型会议，指会议规模万人以上的集会。

(2) 大型会议，指会议规模在千人至数千人的会议。

(3) 中型会议，指会议规模在百人至数百人的会议。

(4) 小型会议，指会议规模在百人以下的会议。