

 第十二届湖南省优秀社科学术著作

会展经济与管理

邹树梁 著

The Economy and Management
of Convention and Exhibition



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

第十二届湖南省优秀社科学术著作

会展经济与管理

邹树梁 著

南华大学学术出版基金资助



 **中国经济出版社**
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

会展经济与管理/邹树梁著. -北京: 中国经济出版社, 2008.7

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8394 - 6

I. 会… II. 邹… III. 展览会 - 服务经济学 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 193055 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 牛慧珍 (电话: 010 - 68355210 E-mail: niuhuizhen@yahoo.com.cn)

责任印制: 石星岳

封面设计: 任燕飞

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京金华印刷有限公司

开 本: 170mm × 240mm

印张: 19.5 字数: 330 千字

版 次: 2008 年 7 月第 1 版

印次: 2008 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8394 - 6/F · 7386

定价: 48.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

序

会展产业是以会议或展览为核心,集商务活动、信息交流、观光旅游、文化娱乐于一体的能带来直接或间接经济效益和社会效益的综合性服务产业。会展产业不仅具有商品展示、交易和经济技术合作等功能,而且具备信息咨询、投资融资和商务服务等配套功能,是第三产业发展成熟而出现的一种新型经济形态,已经成为许多发达国家新的经济增长点。

改革开放为中国会展业的发展注入了生机和活力。会展产业在贸易往来、技术交流、信息沟通、经济合作诸方面发挥着日益重要的作用,在我国经济舞台上扮演着越来越重要的角色。目前,我国会展经济正面临新的发展机遇和希望。一方面,中国经济发展步入新的阶段,高新技术的进步、信息产业的发展 and 国内外贸易的扩大,都会有力支撑会展业的发展。另一方面,中国对外开放的步伐正进一步加快,服务贸易壁垒将逐步被解除,会展经济将会以更快的速度与国际接轨。

因此,我国会展业的当务之急是与国际惯例接轨,导入自由竞争、优胜劣汰的市场机制,淡化行政干预,建立公平、公开、公正的展览环境和竞争秩序。特别要借鉴外国先进经验,优化配置展览资源,走国际化、专业化、大型化、品牌化、信息化之路。唯有如此,中国会展产业才能赢得生存和发展的空间。

作为一种经济现象和经济发展的新增长点,2007年,会展产业成为我国“十一五”规划重点支持发展的行业之一。因此,分析和研究会展经济现象的内在运行规律,探讨会展产业的宏观与微观管理模式,将有利于实现和推动我国会展产业又好又快地发展。

本书主要由导论篇、经济篇和管理篇组成。在导论篇中,概述了会展、会展产业以及会展经济的起源、概念和特点,分析了世界会展的形成和发展趋势。在经济篇中,从会展产品、会展市场和会展供求均衡等角度对会展经

济进行了微观分析，并从经济效益、社会效益和综合效益的角度提供了相应的评价方法和途径。在管理篇中，不仅从政府行为、行业协会和企业管理的角度分析了会展管理需要关注的问题，而且依据会展项目举办程序，从展前、展中和展后的角度进行了相应的组织管理分析。

该书的出版得到了湖南省哲学社会科学规划办的湖南省优秀社科学术著作出版资助和南华大学科技处的大力支持。在本书编著过程中参考了大量中外文献，在此向这些文献的作者表示诚挚的谢意。南华大学核能经济与管理研究中心的王铁骊、刘文君、陈甲华、刘兵、孙美兰等教师提出了许多宝贵意见，王超、王丽琼、杨卫忠、陈文魁、王曦、吕玉航、华颖、陈观锐、何雄伟、揭俊峰等研究生同学为本书的编著做了资料收集和整理工作，在此也一并表示感谢。

作 者
2008 年 1 月

目 录

第一篇 会展导论篇

第一章 会展概述	3
第一节 会展的起源与形成	3
第二节 会展的分类与特点	10
第三节 会展的本质及功能	19
第二章 会展产业	25
第一节 会展产业的定义与特点	25
第二节 会展产业的形成	28
第三节 会展产业的发展现状	41
第四节 会展产业的发展趋势	50

第二篇 会展经济篇

第三章 会展经济概述	61
第一节 会展经济的形成	61
第二节 会展经济的特点和作用	62
第三节 会展经济的理论基础	67
第四章 会展市场分析	71
第一节 会展产品	71
第二节 会展市场	76
第三节 会展供求分析	83

第五章 会展经济的关联效应	94
第一节 会展经济与国民经济发展	94
第二节 会展经济与产业结构调整	101
第三节 会展经济与区域经济一体化	110
第四节 会展经济与城市经济发展	116
第六章 会展效益评价	124
第一节 会展效益评价概述	124
第二节 会展经济效益评价	130
第三节 会展社会效益评价	156
第四节 会展产业综合效益评价	162

第三篇 会展管理篇

第七章 会展管理概述	175
第一节 会展的宏观管理	175
第二节 会展的行业管理	183
第三节 会展的微观管理	191
第八章 会展展前管理	207
第一节 会展项目市场调研	207
第二节 会展项目选择	211
第三节 会展项目经理选择	218
第四节 会展项目规划	222
第九章 会展展中管理	226
第一节 制定预算	226
第二节 进度安排	232
第三节 资源配置	243
第四节 项目控制	251

第十章 会展展后管理	257
第一节 会展项目审计	257
第二节 会展项目评价	261
第十一章 我国会展产业的发展对策分析	265
第一节 提升我国会展产业的品牌化	265
第二节 推进我国会展产业国际化	268
第三节 打造我国会展产业的核心竞争力	275
案例:第六届中国花卉博览会策划方案	280
参考文献	300

第一篇 会展导论篇



第一章 会展概述

会展可谓是一个让交通、旅游、商业、餐饮等多方面受益的产业。国际上有 1:9 的说法,即与办展会相关的社会收入是其场馆收入的 9 倍。它不但能带动房地产业、宾馆业、餐饮业、交通业、商业、旅游业等相关产业蓬勃发展,还是城市经济的一个重要支柱。有“展览之都”美名的我国香港地区,每年超过 1000 万名的游客中,约有 30% 的人是参加各种贸易展览或会议的,有 2 万多家企业每年参展,每年有约 20 万个来自世界各地的买家签下订单。国际上一个城市能不能跻身于国际大都市行列,一个重要标志是看其召开国际会议的数量和规模。目前,在国际会议中的份额中,欧美国家已从 80% 下降到 60%。作为继旅游、房地产之后又一个崛起的“无烟产业”、“朝阳产业”,会展产业比旅游和房地产更具魅力。

第一节 会展的起源与形成

会展活动的产生与发展并不是一个偶然与孤立的现象,它既有漫长岁月,也有悠久的中外历史演化过程。会展是随着社会生产力的发展而形成并发展起来的。从形式上看,会展最早萌芽于原始社会时期的物物交换。后来随着社会经济的发展和分工的不断扩大,产品越来越丰富,偶然性的交换逐渐发展成为有固定时间和固定地点的交换,于是传统形式的会展——集市就产生了。17—19 世纪,在工业革命的推动下,欧洲首先出现了工业展览会。此后,各种形式的博览会、展览会在世界范围内蓬勃发展起来,并随着信息技术、网络技术的飞速发展不断创新,对整个人类社会的政治、经济、文化等各个领域的发展都产生了积极的影响。

一、会展的萌芽——物物交换

在原始社会,由于自然资源分布不均以及各原始共同体之间生产技术存在着很大的差别,使得原始共同体之间的交换成为必然。尤其是在原始社会末期,人类社会大分工的发展和扩大,形成了专门从事农业生产的部落、专门从事手工生产的部落和专门从事畜牧业生产的部落,这些部落之间为获得自身没有的物品,在部落之间的边界上,便开始了经常性、习惯性的物物交换。如在《易·系辞下》中有“神农日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所”的记载。但是,这种交换的地点不固定,也不是定期的,规模很小。

尽管原始社会的物物交换没有固定的地点和固定的时间,只是偶然的、临时性交易,但它已经具备了会展的基本特征:陈列和展示,即“摆”和“看”。同时,社会大分工的发展,畜牧业、农业和手工业的分离,尤其是青铜工具和铁制工具的使用,促进了商品生产和交换的发展,为大规模的物质文化交流活动提供了可能,从而为传统形式的会展——集市的产生打下了基础。

二、会展的传统形式——集市

随着社会分工的扩大和经济的发展,交换变得越来越频繁,交换的规模和范围也在不断扩大,原始交换市场的地点和时间便慢慢固定下来,形成了集市。集市的特点是地点固定,每隔一定时间举行一次。在欧美,展览界普遍认为展览会起源于集市。由于我国和欧洲国家的集市在时间和形式上有一定差异,因此分别进行讨论。

1. 欧洲的古集市

在欧洲,“集市”一词源于拉丁语中的 *feria*,是宗教节日(holiday)的意思。这表明那时往往选择某一个宗教节日组织集市。在德语中,“集市”取自拉丁语中的“集会”一词,意思是群众聚集在一起进行某种活动。

欧洲集市形成于9世纪,11至12世纪达到鼎盛时期。欧洲集市的规模比较集中,举办周期比较长,功能齐全,具有零售、批发、国际贸易、文化娱乐等功能。

欧洲的集市最早出现在希腊。希腊最初的集市是交换、买卖奴隶的集市。

到了古奥林匹克时期（公元前 700 至 800 年），希腊有了常规的集市，与奥林匹克运动会同时举行。希腊早期的集市大都是一年一次，甚至两年一次。到中世纪，欧洲一些国家都有官府控制、规模很大的集市。一些集市能吸引欧洲各个角落的商人，同时有货币兑换、仲裁等功能。如法国北部的香宾集市是中世纪欧洲最为著名的国际性集市。香宾集市处在诸河流系统的汇合处，又处在由北到南和由东到西的商路汇集点上，交通十分便利。香宾集市实际上是一系列集市的总称，共有 50 多个市场，其中巴耳、拉尼、普罗文斯和持啦每年各有两个集市。当时香宾集市已经有了一定的组织方式和严格的预定时间，每次集市大约延续六周，每次集市开市之前，商人被给予八天的准备时间，让其租定摊位，打开箱笼，陈列商品。集市按十天为一期，依次为“布集市”，皮革、生皮和毛皮的集市，杂货集市和马匹及其他兽类的集市。在这里，汇集了来自意大利、佛兰德、英格兰、德意志、法国等地区的商人，东方的香料和奢侈品、佛兰德的呢绒、法国的葡萄酒和家畜、德国的金属制品、英国的羊毛和铅、锡等都在集市上出售。到第六个星期，换货币者开始营业，兑换各国货币，发放贷款，征收借款。第 42 天后商人们的经济协议和合同由当局秘书人员起草报告，并由政府行政人员盖章生效。

在欧洲的其他地方也有不少著名的集市，如英国的曼彻斯特、圣巴索罗妙、斯土布里奇；意大利的比萨、威尼斯、米兰；德国的莱比锡、科隆、汉堡、马德堡等。许多现代闻名的欧洲大型综合性博览会都是在这个时期建立的。德国莱比锡博览会号称最古老的博览会，始建于 1165 年，于 1890 年由传统的集市转变为样品博览会。德国法兰克福博览会是在 1240 年经王室授权后开始举办的。

到了 14 世纪以后，随着城市商业和运输业的发展，行商逐渐减少，大部分商人开始集中精力固定在一个地方经营，欧洲集市的作用逐渐变小，开始被挤向边远地区。在这个时期，批发商的兴起和工业的迅速发展改变了传统集市的经营方式。生产者为了寻求大批销售货物的机会，使于批发商选择搞定产品，纷纷采用提供样品和图样的方式进行贸易。这样，传统的集市逐渐发展成样品博览会和展览会。

2. 我国古代的集市

我国集市历史悠久，在古代，集市是市、集、庙会等多种市场形式的统称。在我国，集市形成于殷、周（公元前 11 世纪）之际，在唐宋时期得到

了蓬勃发展。集市在不同的时期和地区,有许多种形式和名称,如市、草市、墟市、场等。集市的参加者主要是农民、手工业者,他们之间的买卖活动是生产者向消费者直接出售,是生产者之间的产品流通。几千年来,集市一直是我国商品流通的重要途径。

在古代城邑里,集市一般称为“市”。如《太平御览》中记载:“三辅黄图曰:元始四年(公元四年),起明堂、辟雍,长安城南、北为会市,但列槐树百行为队,无墙屋。诸生朔望(夏历每月初一与十五)会此市。各持其郡所出货物及经书、传记、至磐、器物,相与买卖,雍容揖让,或言论槐下。”城邑里的集市随着货币和商人的介入,逐渐发展成商业区,具备了商业性质,如市中先后出现零售性质的肆和批发性质的邸店。因此,城邑里的集市逐渐发展成现代的商业。

在古代农村,集市一般称为草市、村市等。草市产生于东晋,发展于唐,到北宋年间,草市遍布各地城郊。在北宋苏轼有“春江围草市”,南宋陆游有“草市寒沽酒”的诗句。

除了城乡各有特色的集市外,还有一种城乡并存的定期集市——庙会。在我国,庙会的历史悠久,在唐朝已流行,宋朝继之,明、清盛行。最初,在宗教节日,寺庙及祭祖场所因有许多人求神拜佛,一些小生产者、商贩便借此机会兜售香火、供品等产品。后来,逐渐百货云集,成为比一般集市规模更大、货物更多的大型集市。由于这样的集市是因宗教事件并在宗教场所产生、发展起来的,因此一般称为庙会,也称庙市。如《妙香室丛话》记载:“京师隆福寺,每月九日,百货云集,谓之庙会。”在庙会上,除了产品交换之外,还有宗教活动和文娱活动。北宋时期,庙会非常繁荣,据《东京梦华录》卷三记载:“相国寺每月五次开放,万姓交易。大三门上皆是飞禽猫犬之类,珍合奇兽,无所不有。第三门皆动用什物……殿后资圣门前,皆书籍、玩好、图画及香药之类。”特别是明清时期,京城、中小城市、乡村都有庙市。庙会作为商品交换形式,对促进商品流通、沟通城乡联系、具有重要的历史作用。

我国历史上与其他国家或民族开展贸易而设的市场称为互市,也称通关市、榷场。据“兮甲盘”铭文记载,西周与南淮夷做买卖而设互市。古代的互市大都在官府的控制之下,并有专职官员——市监。互市中以马市(官府用金、银、帛、茶、盐等物与边境外的民族如突厥、回、满、蒙等换马的集)最为有名。在清朝之前,互市主要设在陆地边境。清朝时还开辟了沿海

的互市。

在我国，古代的集和庙会基本上是自然产生、自然发展的。但是有组织的展览形式也出现过。《旧唐书》卷一百五“韦坚传”就有记载：在唐代天宝初年（公元782年），陕郡太守、水陆转运使韦坚开槽渠引渭水至长安，在官苑墙外造广运潭，广集各地酒舟所载的地方特产供皇帝观览。就形式和规模而言，广运潭展示已相当于现代的博览会。同时，也出现过专业性的展览形式，如唐代曾收集各地收割用的农具，陈列于殿堂，以供宫廷王公大臣等参观，倡导农具革新。元代纺织专家黄道婆死后，人们为纪念她，将其生前所用之纺车、织机汇集在一起，立庙展览。

3. 近代的会展形式——展览活动

（1）欧洲的近代展览活动

18世纪60年代工业革命的爆发，推动了欧洲经济的迅速发展，同时也引起了展览业的一系列变革。工业革命带来的影响使展贸业从货物交易变为了样品交易。行业自由化、工业化技术的发展及交通手段的改善使商人们无需在特定的时间、地点提供产品，而只需带样品来参展，拿着订单回去，并通过工业化的生产及时交易。于是展贸会的功能开始有所调整，由于国家间的贸易自由化，使展贸会丧失了它的特权，并逐步有了一种“展览”功能。

1798年，在内务部长德纳夫沙托（De Neufehateau）的提议下，法国举办了世界上第一个由政府组织的工业产品大众展（Exposition Publique des Produits de l'Industrie）。尽管在此之前欧洲也出现过一些工业展览会，但规模普遍较小且未连续举办，因而西方学者倾向于把这次展览作为近代工业展览会的开端。此后的近50年时间里，许多国家都模仿法国举办过工业展览会，然而由于当时保护主义盛行，这些工业展基本没有外国参展商。

1851年，英国在伦敦举办了“万国工业大展览会”（the Great Exhibition of the Industries of All Nations）。该展览会在海德公园的水晶宫举行，展出面积达到10万平方米，参展商有1.7万多家，其中约50%来自国外，观众人数超过600万人次。这是第一个真正具有国际规模的展览会，其目的是通过展览活动促进国家间的贸易与合作，以实现全球资源和市场的共享。这次展览会便是后来世界博览会的前身，因而西方展览界把其看做是第一个世界博览会。世界博览会成为展览活动的一种高潮形式，伦敦、巴黎、维也纳、芝加哥、圣路易斯和圣佛兰西斯科等城市因为博览会的举行，大大改变了城市的

面貌。从1798年“法国工业产品大众展”算起，近代会展产业已经有了200多年的历史。

(2) 我国的近代展览活动

在近代，我国的社会经济发展明显落后于西方，反映在展览业上就是集市作为主导展览形式一直持续到19世纪末。我国的近代展览活动包括20世纪初举办的几次展览会和博览会，以及抗战时期的展览会。1905年，清朝政府在北京设立了劝工陈列所，北洋军阀农商部下属的劝业委员会也于1915年设立了商品陈列所，两者的目的都是为了鼓励生产和展示国产商品。1935年11月至次年3月，我国艺术国际展览会在伦敦举行，这是我国第一次出国办展。本次展览会展出展品3000余件，观众达42万人次，在英国甚至整个欧洲引起了巨大轰动。在博览会方面，我国近代史上曾举办过武汉劝业会（1909年）、南洋劝业会（1910年）、西湖博览会（1929年）等几次具有一定规模的博览会，目的大都是为了促进工商业的发展。另外，抗战时期国共两党政府分别举办了一些展览活动，规模较大的如迁川工厂出品展览会（1942年）、四川省物产竞赛展览会（1943年）、重庆工矿产品展览会（1944年）等。上述这些展览会对近代我国的经济发展起了一定的推动作用，但在流通领域的作用远没有发挥出来。

三、会展的形成

1. 会展的概念

在本书中，“会展”是会议、展览、展销等集体性活动的简称，是指在一定地域空间，由多个人集聚在一起形成的，定期或不定期的，制度或非制度的集体性和平活动。它包括各种类型的大型会议、展览展销活动、体育竞技运动、集中性商品交易活动等，例如各种展览会、博览会、体育运动会、大型国际会展、交易会等。

“会”具有多重意义。①合、聚合、会合，《书·禹贡》：“会于渭汭”；②会见、会客，谢惠连《雪赋》：“怨年岁之易暮，伤后会之无因”；③时机、际会，《后汉书·周章传论》：“将从反常之事，必将非常之会”；④为一定目的而成立的团体、组织；⑤集会；⑥恰好。同样，“展”也具有多重意义：①开；②放宽；③施行；④陈列、展览，《仪礼·聘礼》：“有司展群币以告”；⑤确实。同时，“展”还有“博”的意义。“博”有如下意义：①大，

《淮南子·汜论训》：“岂必褰衣博带”；②广、通，《荀子·劝学》：“吾尝践而望矣，不如登高计博见也”及《后汉书·章帝纪》：“博贯六艺”；③众多、丰富；④换取，《家书·索虏传》：“若厌其区宇者，可来乎城居，我往扬州住，且可博于土地”及注：“伧人谓换易为博”。

2. 会展活动的形式

交易会、博览会、展销会及各种大型体育运动会是会展活动的基本形式。

交易会是指进行商品交易的大型活动，规模有大有小，既可以是定期的，又可以是不定期的。

展览会是指用固定或巡回方式，公开展出各种产品、手工业制品、艺术作品、图书、图片，以及各种重要实物、标本、模型物，供参观、欣赏的各种临时性组织。也指专为展览用的固定建筑物、展览馆等。

展销是商品销售的一种形式，适用于花色品种多、时尚性强、挑选性大的工业品，对增强市场观念、沟通经济信息、加强横向联系和扩大商品流通具有积极意义。在评比中选购，在选购中评比，看样洽谈，自由交易。分经常性、一次性，可批发、可零售。成交既可是现货，又可是期货，还可以边展边销。

博览会是会展活动的最为重要的形式，特别是大型国际性博览会，影响大，意义深远。目前，最知名、影响力最大的博览会是世界博览会（International Exhibition or Exposition），旧译为万国赛会或万国博览会，发源于维多利亚女王时代的英国，距今有百多年的历史。如第一节所提到的英国的“万国工业品大展览会”。此次史无前例的盛会，不仅留下了一座由 6000 根铁梁、30 万块玻璃建造成的巍峨珞琅的“水晶宫”，体现了当时科技的最高成就，而且标志着人类发明了一种国际重大规模文明交流的新形式。至 1975 年，各国相继举办过 80 余次各类“世博会”，几乎“无国不会，无年不会”，“赛会成了实力竞争上的重要机会”。1999 年 5 月 1 日，在我国昆明举办的世界园艺博览会是最新的一次世博会。

此外，各类体育运动会也是会展活动的重要内容。特别是以国际奥林匹克运动会、世界足球杯运动会及各大洲运动会、国内运动会、体育联赛等形式形成的跨国性、大规模体育活动不仅提高了人类体能素质，更为重要的是增进了各国之间的文化交流和经济发展。目前，在很多国家和地区，体育成为重要的产业和投资内容。