

中国会展经济研究会重点课题

“十五”期间(2001-2005)

中国展览业发展报告

主 编 沈丹阳

副主编 陈泽炎 俞 华

经济日报出版社

中国会展经济研究会重点课题

“十五”期间（2001-2005）

中国展览业发展报告

主 编 沈丹阳

副主编 陈泽炎 俞 华

经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

“十五”期间 (2001~2005) 中国展览业发展报告 /
沈丹阳主编. —北京: 经济日报出版社, 2007.3
ISBN 978-7-80180-661-1

I. 十… II. 沈… III. 展览会—经济发展—研究报告—
中国—2001~2005 IV. G245

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第026117号

“十五”期间 (2001-2005) 中国展览业发展报告

编 者	沈丹阳
责任编辑	俞 华 龙 吉
责任校对	齐 力
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市宣武区白纸坊东街2号 (邮政编码: 100054)
电 话	010-63567690 63567691 (编辑部) 63567683 (发行部)
网 址	www.edpbook.com.cn
E-mail	jjrb58@sina.com
经 销	全国新华书店
印 刷	廊坊市蓝菱印刷有限公司
开 本	889*1194mm 16开
印 张	22.25
字 数	650 千字
版 次	2007 年 3 月第一版
印 次	2007 年 3 月第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-80180-661-1
定 价	200.00 元

版权所有 盗印必究 印装有误 负责调换

《“十五”期间(2001-2005)中国展览业发展报告》编委会

主 编 沈丹阳 中国会展经济研究会常务副会长、商务部研究院副院长
副 主 编 陈泽炎 中国会展经济研究会秘书长、教授级高级工程师
执行副主编 俞 华 中国会展经济研究会学术工作部主任、商务部研究院中国会展经济研究中心副研究员

编委会成员:

储祥银 中国会展经济研究会副会长、北京市贸促会副会长、对外经贸大学教授
马 勇 中国会展经济研究会副会长、湖北大学旅游学院院长、教授
单大伟 中国会展经济研究会副会长、优博展览集团董事长
胡幼奕 中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会常务副会长
江 南 中国商务部外贸司贸易促进处副处长
孙翌伦 中国会展经济研究会常务理事、深圳会展行业协会秘书长
薛婷婷 中国会展经济研究会常务理事、中国展览馆协会展览理论专业委员会主任
胡昆萍 中国会展经济研究会理事、国药励展展览有限责任公司副总经理
邓 玲 中国会展经济研究会理事、四川大学西部开发研究院副院长、教授
应丽君 中国会展经济研究会常务理事兼培训专业委员会主任、教授
刘松萍 中国会展经济研究会理事、广州市会展研究所所长、广州大学旅游学院教授
过聚荣 中国会展经济研究会理事、上海交大会展经济研究中心执行主任、副教授
郭 牧 中国会展经济研究会理事、浙江亚太会展研究所所长、研究员
任国岩 中国会展经济研究会理事、宁波万里会展研究所所长
庄 历 中国会展经济研究会理事、沈阳市会展管理办公室主任
门红海 中国会展经济研究会副秘书长
杨 燕 西安外国语大学旅游学院副教授
葛玉广 大连市贸促会秘书长
张振才 合肥市人民政府副秘书长
李 虹 南京市会展管理办公室副主任
马克斌 昆明市人民政府调研员、原昆明市会展办主任
姜 淮 东莞市会展行业协会秘书长
黎正豪 文茵国际会展顾问(北京)有限公司副总经理
焦晨芳 中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会展览一部干部
毛晓红 商务部研究院中国会展经济研究中心研究助理

前言

进入新的世纪后，中国经济在世人的瞩目和惊叹中，继续风驰电掣，飞速发展。刚刚过去不久的中国国民经济与社会发展第十个五年计划期间（即 2001-2005 年间，简称“十五”期间），是中国经济增长最快最好的时期之一，也是中国展览业大发展的时期。

伴随中国经济的快速发展，展览会、博览会、交易会等展览活动在中国不仅仅成为一种能吸引“眼球”和带来巨大促进与拉动效应的经济活动，展览业在一些城市更成为重要的服务产业。国内越来越多的政府部门、企事业单位和商协会积极介入到展览活动中；新建展览场馆大地上如雨后春笋般涌现；许多新注册成立的公司把展览作为本业；境外的许多展览企业也大举进入中国市场；会展城市的竞争趋于白热化。

尽管如此，与世界上展览业发达的国家相比，中国展览业作为一个新兴的产业，总体上仍处于发展初期，这仅仅从我国有关展览的统计制度和统计数据尚未建立即可见一斑。

对中国展览业的现状，近年来各方面做了不少调查分析，有许多有份量的研究成果。但是，总体上看，由于统计数据的欠缺和研究投入的不足，对中国展览业宏观研究分析却非常薄弱，使得各方面对中国展览业的情况莫衷一是，使得企业、政府和学术领域在开展有关展览业的市场调查、政策研究和理论研究等方面都缺乏基础。

为此，中国会展经济研究会成立后，首先把“十五”期间全国展览业的发展情况列为一个重要的研究课题。在研究会和展览业界有关专家的共同努力和支持下，经过大半年的努力，《“十五”期间（2001-2005 年）中国展览业发展报告》（以下简称《报告》），终于和大家见面了。

《报告》共由三大部分内容组成：

第一部分是综合篇，也是全书的总报告，主要介绍“十五”期间中国展览业的发展概况，包括中国展览业的体制与政策、展览组织者、展览项目、展览场馆、展览市场、展览区域与城市，以及展览研究与教育等情况。这部分内容的数据主要来源于商务部商业改革发展司与商务部国际贸易经济合作研究院组织调查并编写的《2001-2003 中国展览业调查报告》，以及中国国际贸易促进委员会近年来组织编写的历年《中国会展经济发展报告》。其中 2004、2005 年的数据系在上述资料来源的基础上，根据 2005 年中央办公厅、国务院办公厅“中国展览业现状调查组”赴全国九个主要省市开展调研以及从部分会展城市所得数据加以测算、推算得出的。

第二部分是城市篇。共介绍北京、上海、广州及深圳、宁波、大连、杭州、昆明、成都、

南京、沈阳、武汉、合肥、成都、西安、东莞等十五个展览城市在“十五”期间的发展情况。虽然这些城市远不是国内展览城市的全部，但三大展览产业带和各大行政区的展览城市群都选有代表城市，读者仍可从管窥中国主要展览城市的概貌。

第三部分是行业篇。这是编写组织难度最大的一部分，一是行业的定性与选择很不容易，二是统计数据与资料非常缺乏。因此，我们只能从影响力相对较大和现有资料相对多一些的展览行业中做出筛选。这是全书最薄弱的一部分，因为行业选择的面仍然偏窄，现有数据的完整性和代表性略显不足。

尽管付出很大的努力，但由于是首次尝试，除上面提到的内容外，《报告》仍然有许多不足。比如，由于2004、2005年未进行全面的统计，全国性的数据仅能根据部分省市的调查进行估算与推算；在展览会相关的概念方面存在不同的理解并因此存在统计口径上的不一致等问题；有些观点难免带有撰稿专家的个人色彩等。因此，《报告》更大程度上还是一个研究性质的报告。编者希望它在对国内相关学术研究、政策研究和业界开展市场调研提供一些参考，并有利于我国会展界开展对外交流的同时，也能起到抛砖引玉的作用，并得到读者的批评指正。

最后，衷心感谢为《报告》撰稿和提供支持的有关方面领导、专家、学者。

沈丹阳

2007年2月16日

目 录

综合篇

一、“十五”期间中国展览业的管理体制与政策.....	1
二、“十五”期间中国展览组织者状况.....	9
三、“十五”期间的中国展览场馆.....	17
四、“十五”期间中国展览项目与市场.....	34
五、“十五”期间的中国展览市场.....	47
六、“十五”期间中国展览经济带的形成与主要展览城市.....	61
七、“十五”期间中国展览业的人才培养与理论研究.....	68
八、“十五”期间中国展览业发展存在的主要问题.....	76

城市篇

一、“十五”期间北京市展览业发展概况.....	83
二、“十五”期间上海展览业发展概况.....	93
三、“十五”期间广州市展览业发展概况.....	114
四、“十五”期间深圳市展览业发展概况.....	131
五、“十五”期间宁波市展览业发展概况.....	136
六、“十五”期间大连市展览业发展概况.....	152
七、“十五”期间杭州市展览业发展概况.....	169
八、“十五”期间沈阳市展览业发展概况.....	181
九、“十五”期间成都市展览业发展概况.....	189

十、“十五”期间南京市展览业发展概况.....	202
十一、“十五”期间昆明市展览业发展概况.....	210
十二、“十五”期间武汉市展览业发展概况.....	219
十三、“十五”期间合肥市展览业发展概况.....	225
十四、“十五”期间西安市展览业发展概况.....	233
十五、“十五”期间东莞市展览业发展概况.....	239

行业篇

一、“十五”期间中国机械行业展览发展概况.....	249
二、“十五”期间中国汽车行业展览发展概况.....	275
三、“十五”期间中国 IT 业展览发展概况.....	284
四、“十五”期间中国建筑材料行业展览发展概况.....	296
五、“十五”期间中国医药医疗保健品行业展览发展概况.....	305
六、“十五”期间中国纺织服装行业展览发展概况.....	315
七、“十五”期间中国房地产行业展览发展概况.....	325
八、“十五”期间中国家具行业展览发展概况.....	331
九、“十五”期间全国性重大商务展览活动情况一览表.....	335

“十五”期间中国展览业发展综合报告

沈丹阳 俞 华

一、“十五”期间中国展览业的管理体制与政策

(一) 展览业管理体制

1、从全国情况看,以多头审批为主要特征的管理体制逐步发生转变

多年来,中国中央政府一直没有设立统一的展览业行政归口管理机构,没有形成一个有机统一的管理体制和管理法规体系,这种状况在“十五”期间尚未发生根本性改变。但是,“十五”期间,中国展览业长期以来实行的以多头审批为特征的逐级分类归口管理和层层上报的管理体制,发生了一些变化。

在2002年以前,国内展览(指非涉外的展览)先后由商业部、内贸部、国内贸易局、国家经贸委归口管理,国际展和涉外经贸展览(境内举办的对外经济技术展览会,境外来华展)分别由外经贸部、科技部、中国贸促会负责审批;2002年以后,除文化和科技类展会外,国内展览基本取消了审批制。2003年,商务部进一步明确国内展览不再实行审批。出国展览方面,自2001年起,经国务院批准,所有出国展一律委托中国贸促会审批并负责协调管理。

2003年商务部成立后,展览业的宏观行政管理实际上已纳入商务部的职能范围,但事实上现在仍有多个部门具有部分审批权和管理权。按现有部门分工,有全国性重大展览活动和国际展、出国展审批权的部门有商务部、中国贸促会、科技部、文化部和中國科协等。从体制上考察,除这些有一定的审批管理权限的行业主管部门外,海关总署、国家工商行政管理总局、公安部等部门实际上也参与了展览业的部分行政管理。

2、就地方来看,不同区域、不同城市的展览管理体制各具自己的特色

(1) 展览业行政管理机构不同

商务部成立标志着中国内外贸管理分割历史的结束和内外贸一体化管理体制的建立,但这只是解决了中央一级内外贸管理分割的问题,“十五”期间地方内外贸行政管理部门大部分还未统一,地方经贸委、外经贸委、商务厅等部门同时存在,因此,作为展览业主体内容的经贸类展览的行政管理,在地方仍归属不同的部门。

“十五”期间,国内一些地方(特别是展览业相对发达的城市)政府纷纷设立了专门负责会展活动的协调或管理机构,如会展办、会展协调办、会展管理办公室、重大活动办公室等。这些专门机构的职能一般是“综合、协调、指导、服务”,主要负责促进会展产业的战略规划、政策制定、重大问题的决策;规范会展业发展的秩序,研究、协调、解决会展业发展过程中出现的问题,也有一些同时负责承办政府主导的重大会展活动。

除此之外，还有一些省市由新成立的商务厅（局）下设的机构如对外贸易发展处、商业发展处、服务贸易处等管理展览业。



商务部薄熙来部长在 2005 中国会展经济论坛发表演讲

（2）地方展览体制改革步伐加快，但改革调整幅度不一

中国在“十五”第一年成为 WTO 成员。为适应加入 WTO 的要求和中国政府行政管理体制改革的需要，各地展览体制进行了一些新的调整，趋势是减少审批，加强宏观管理和协调，发挥行业协会的作用，增强服务功能。一些展览业发达的省市已在这方面取得可喜进展。但大多数省市仍然是多头管理，经贸、外经贸、工商等政府部门和贸促会对展会有相应的管理权。

鉴于展览在地方经济发展和城市建设中的特殊地位和作用，“十五”期间，全国许多地方政府特别是中心城市政府更大程度地介入展览事务，政府主导型展会占了相当大的比重，这一方面推动了“十五”期间我国展览业快速发展，另一方面也在一定程度上制约了中国展览业的市场化步伐，特别是影响了中国民营展览组办商的发展。

3、“十五”期间中国展览管理体制存在的主要不足

随着中国经济体制改革的深化、政府职能的逐步转变和中国展览形势的不断发展，这种管理体制表现出越来越多的缺陷，最主要的有以下两个方面：

（1）展览行业的宏观主管部门不够明确

从中国现行体制情况看，展览业作为一个产业的发展，需要有明确的产业或行业主管部门，并根据产业发展的需要，出台规范发展的法规和促进的政策，统一规划全国展览业的发展。但是，由于中国对服务业的管理仍然没有完全理顺，许多新兴服务业态的归口管理部门一直未能明确。展览业“十五”期间在一些展览发展比较快的城市和省份，已经被作为重要的产业促进发展，其行业主管部门也逐步明确，但从全国范围看，展览业还不是服务业中重要的产业，因此，尽管展览业界和社会上一般认为商务部应是主管部门，但实际上从商务部组建后国务院办公厅下达的“三定方案”看，商务部作为展览业行业主管部门并不很明确。

（2）展览项目“多头”审批带来诸多弊端

“十五”期间，除纯粹的内贸展览外，大部分展览项目仍保持了审批制。其中，由中央部委和省级政府主办的全国性重大展览活动须报国务院审批；涉外经贸展览须报商务部或地方商务部门、外经贸部门审批（视展出面积的大小而定）；科技类展览由科技部和地方各级科技部门审批；文化类展会由文化部和地方文化部门审批。因此，审批仍是“十五”期间中国政府对展览活动实施管理的重要方式。这种管理不是体现为对展览产业的政策支持，而是偏重于政策把关和秩序管理。“十五”期间关于展览业的全国性产业发展政策和配套政策仍然没有出台，这在一定程度上制约了中国展览业的发展。

此外，审批制既容易造成不公平、不公正和“寻租”现象的发生，还容易相应产生倒卖批文、违规操作、展名与展会内容不符等乱象。“多头”审批则造成了“多头”管理和信息阻隔，也是重复办展、交叉办展、资源浪费的一个重要原因。

（3）政府错位造成展览产业化严重滞后

中央一级的错位体现在，一方面过多介入展会审批或直接介入展览的举办，另一方面应有的宏观调控、行业整体规划、法律法规体系建设的职能却没有履行，行业标准和市场准入标准缺失，造成错位与缺位现象同时存在，难以适应展览市场化、产业化、国际化要求。

许多地方政府则只重视和热衷具体的展览活动，却缺乏对本地展览行业的总体规划与发展促进，相关的法规政策不配套。地方展览行业协会或没有建立，或不能发挥积极作用。

（4）“块块分割”使国内展览市场竞争日趋激烈

“十五”期间，全国展览市场的“块块”分割愈益明显。一方面，由于展览产业化、市场化不足，展览组织者主体中政府主导色彩过于浓厚，展览企业主体未能得到更好的发展机会，全国统一的展览市场实际上未能得到培育、发展。另一方面，各省市特别是各中心城市和会展二线城市为促进本地展览业发展出台了许多政策，激励措施五花八门，保护本地品牌展览项目的措施趋于“刚性”和“无理”。因此，中国展览业的“块块”特征非常明显，展览项目在城市之间和不同的政府组织者之间的恶性竞争日趋激烈，成为中国展览市场混乱无序的重要原因之一。在这种体制和趋势下，全国展览市场难于真正体现公开、公正、优胜劣汰的竞争原则，市场化的全国性展会很难培育壮大。

（二）全国性展览业政策

“十五”期间，中国未制定有关展览业的全国性法律或法规，但新修订或出台了一些部门规章或规范性和政策性文件。

由于中国实际上尚未完全将展览业作为一个独立的、重要的产业来看待，相应地，也就没有系统的关于中国展览业的发展政策。但是“十五”期间，国务院取消了对办展单位资格的审批和对在中国境内举办小型展览会的审批，调动了各方面办展的积极性。中国政府还参照国际惯例，对中小企业通过参加展览会开拓国际市场给予必要的支持。这些举措对促进中

国展览业发展发挥了一定作用。

除国务院办公厅外,“十五”期间,中国中央级单位还有许多部委先后出台了若干有关展览管理的文件。原外经贸部、原国家经贸委、原内贸部以及科技部、中国贸促会、国家工商行政管理局、海关总署,以至外交部、国家文物局、公安部等,从本部门职责范围的角度,或以不同部门协调的方式,各自独立或以联合发文的形式出台了十几个有关展览的通知、管理办法等。如原对外经济贸易合作部《对外经济技术展览会分类目录》、《关于出国(境)举办招商和办展等经贸活动的管理办法》、《关于举办来华经济技术展览会审批规定》、《关于在境内举办对外经济展览会管理暂行办法》、《在祖国大陆举办对台湾经济技术展览会暂行管理办法》,原对外贸易经济合作部、海关总署《中华人民共和国海关对进出口展览品监管办法》,商务部、海关总署联合发布的《关于在我国境内举办对外技术展览会有关管理事宜的通知》,商务部、国家知识产权局、商标局和国家版权局联合发布《展会知识产权保护办法》,中国贸促会、商务部《出国举办经济贸易展览会审批管理办法》,中国贸促会等部门联合发布的《关于进一步加强出国举办经济贸易展览会管理工作有关问题的通知》,以及科技部等部门联合发布《国际科学技术会议与展览管理暂行办法》,国家外汇管理局《关于国内单位出国举办或参加展览会(博览会)外汇收支的管理规定》,国家税务局《关于外国企业来华参展后销售展品有关税务处理问题的批复》,文化部《涉外文化艺术表演及展览管理规定》、《文化艺术品出国和来华展览管理细则》等等。

1、分类审批管理政策

“十五”期间国家仍然将展览活动按性质不同分为以下四类实行不同的管理政策:

(1) 涉外经贸展览

随着对外开放及对外经贸的快速发展,涉外经贸展览已成为“十五”期间中国居主导地位的展览会类型。按照原外经贸部的有关规定,举办对外经济技术展览会应有利于促进我国对外经贸事业发展,促进对外经济技术交流与合作,有利于引进先进技术和设备,推动国内生产、工艺、技术进步,加快出口产品升级换代。展出内容应是符合国家产业政策,具有世界先进水平和技术、设备和制成品。

对展览面积在1000平方米以上的对外经济技术展览会,实行分级审批管理政策。其中,以国务院部门或省级人民政府名义主办的国际展览会、博览会等,须报国务院批准。国务院部门所属单位主办的,以及境外机构主办的对外经济技术展览会,报商务部审批。在北京以外地区举办的,主办单位须事先征得举办地外经贸主管部门同意。省级外经贸主管部门主办的和各省(自治区、直辖市)联合主办的对外经济贸易洽谈会和出口商品交易会,由商务部审批。地方其他单位主办的对外经济技术展览会,由所在省、自治区、直辖市外经贸主管部门审批,并报商务部备案。

省级、副省级市人民政府,或省级外经贸主管部门可以主办对外经济贸易洽谈会和出口商品交易会。国务院部门可以部门名义主办与其主管业务有关的国际性展览会。2003年,国

务院取消了在境内举办涉外经济技术展览会的主办单位资格的审批，但举办此类项目仍须报各级商务部门批准。

中国贸促会系统举办的对外经济技术展览会，由中国贸促会审批并报商务部备案。对其中在北京以外地区举办的，主办单位应事先征得举办地外经贸主管部门同意。

对外经济技术展览会凡涉及台湾地区厂商或机构参展的，应报商务部审批，报国务院台湾事务办公室备案。海峡两岸的经济技术展览会，由商务部会同国务院台湾事务办公室审批。

举办面积在 1000 平方米以下的对外经济技术展览会不须报批，但应报有关主管单位备案。

(2) 科技类及文化展会

以科研、技术交流、研讨为内容的展览会，由国家科学技术委员会负责审批。涉外文化艺术类的展会由文化部审批。

(3) 出国展览管理

2004 年 7 月 1 日开始实施的《行政许可法》，取消了组织企业出国举办或参加国际展览会的主办单位资格的审批，但出国办展的项目审批仍由国务院授权中国贸促会归口协调（审批）。

(4) 展销会管理

1998 年国家工商局曾发布《展销会管理办法》并由各级工商管理部门负责登记审批，但“十五”期间此办法各地已基本不再执行。因此，实际上只要不是上述涉外经贸类、科技类、涉外文化艺术类或出国展览活动，办展单位可以不经审批自主办展。

2、协调管理政策

“十五”期间，国务院办公厅颁发了两个有关展览协调管理的行政性文件。

一是《国务院办公厅关于在我国境内举办对外经济技术展览会审批程序有关事项的复函》（国办函[2002]93 号），重申对涉外经贸展览要加强协调管理，严格审批办法，避免重复办展，规范展览行为。主要包括：

(1) 严格控制办展数量，避免重复浪费，鼓励和推动联合办展，鼓励举办专业性展览会。对同类展览，原则上在同一省、自治区、直辖市及副省级市，每年不超过 2 个。

(2) 以国际展为名称的对外经济技术展览会，境外参展商必须占 20% 以上。

(3) 组织招商招展必须以企业自愿为原则，不得通过行政干预招展；有关广告、宣传材料必须真实可靠。

(4) 主办单位应在办展结束后一个月之内，按照对外贸易经济合作部规定的内容和要求，向审批单位提交展览情况的总结报告。

(5) 审批部门要加强对主办单位、承办单位办展活动的管理，维护正常的办展秩序。对国务院部门（含中国贸促会）所属单位在外地主办的展览，由当地外经贸主管部门进行管理。

二是 2004 年国务院令 412 号将“出国举办经济贸易展览会审批”设定为中国贸促会

组织实施的行政许可项目,取消了对出国办展组展单位资格的审定。

3、利用外资政策

2004年,商务部颁布了《外商投资企业在华举办会议展览公司管理暂行规定》,比较系统地制定了展览业利用外资的政策。

(1) 鼓励设立

为鼓励外国公司、企业和其它经济组织在中国境内设立外商投资会议展览公司,举办具有国际规模和影响的对外经济技术展览会和会议。国家鼓励引进国际上先进的组织会议展览和专业交流方面的专有技术设立外商投资会议展览公司,促进我国会展业的发展,创造良好的社会效益和经济效益。外商投资会议展览公司在中国境内的正当经营活动和合法权益受中国法律的保护。

(2) 实行审批管理

国家商务部及其授权商务主管部门是外商投资会议展览公司的审批和管理机关。

经批准设立的外商投资会议展览公司可以按规定经营在中国境内主办、承办各类经济技术展览会和会议。在境外举办会议。允许外国投资者根据本规定,在中国境内以外商独资的形式设立外商投资会议展览公司或与中国的公司、企业或其它经济组织(以下简称中国投资者)按照平等互利的原则在中国境内以合资、合作的形式设立外商投资会议展览公司。

申请设立外商投资会议展览公司的外国投资者应有主办国际博览会、专业展览会或国际会议的经历和业绩。

4、展会知识产权保护政策

针对国内展览市场屡屡发生的侵犯知识产权问题,商务部、国家工商总局、国家版权局、国家知识产权局联合制定出台了《展会知识产权保护办法》,对全国各地举办的各类经济贸易展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动中有关专利、商标、版权的保护作了规定。

该《办法》一是明确展会管理部门以及展会主办方对侵权展品的管理职责;二是规定知识产权投诉机构的设立;三是规定展会期间知识产权投诉的程序;四是根据专利、商标和版权保护的不同特点,规定相应的保护措施;五是严格法律责任,增加对侵权人的处罚和震慑。《办法》规定,凡认定侵犯发明或者实用新型专利权的,将被责令从展会上撤出侵权展品,销毁介绍侵权展品的宣传材料,更换介绍侵权项目的展板。若主办方对展会知识产权保护不力的,展会管理部门将对主办方给予警告,并视情节依法对其再次举办相关展会的申请不予批准。

(三) 地方性展览政策与法规

1. 政策

“十五”期间,全国各地有几十个城市和部分省、直辖市政府先后出台了促进本地展览

业或会展经济发展的政策措施,其中核心的内容是:

(1) 组织保证

由于会展业和会展活动涉及众多政府行政管理和服务部门,需要有效整合会展资源,各地一般采取成立本地“会展发展协调小组”或“会展业领导小组”等非常设机构,建立统一协调管理的机制。

会展城市的会展管理机构一般由主管副市长担任召集人,相关部门负责人为成员,主要职责:全面负责本地会展产业发展的战略规划、政策制定、重大问题的决策;研究、协调、解决会展业发展过程中出现的重点、难点问题,保障会展业的健康发展;审核全市政府投资建设的会展场馆的管理和经营方案;协调大型会展活动等。许多城市都在这一机制下再设立市政府会展工作协调机构(或与市政府大型活动办公室合署办公,或设在商务部门、贸促会或经济协作办公室)。

(2) 合理分工

如上所述,由于展览业涉及多个政府部门,而且地方政府机构设置并不完全上下对口,管理促进体制上还存在很多问题。因此很多地方政府认识到促进本地展览发展的政策中,明确分工是一个重要的内容。

各地的分工情况不一而足,除了政府重大会展活动协调机构外,一般会明确一个政府部门作为行业主管部门,或者是商务部门(如厦门明确是市贸发局、上海明确为外经贸委),或者是贸促会(如南京市)。此外,对其他相关部门也都明确各自职责。以“十五”期间展览管理体制框架构建比较系统、完善的厦门市为例,根据厦门市人民政府2003年出台的《关于促进会展业发展的若干意见》,厦门市贸发局为全市会展业的行业管理部门,主要负责行业规划、行业标准、产业政策和相关法规的制定与实施及业务管理;市工商局作为会展业的行政监控部门,加强会展活动的监管;市政府会展协调办公室作为全市重大会展活动的协调部门,负责协调各有关部门做好各项保障工作,积极组织、参与申办重大会展活动来本市举行;市贸促会重点举办质量高、影响大的国际性展览活动;市会展协会作为全市会展行业的中介组织,发挥政府和企业的桥梁与纽带作用,加强行业的自律和协调,促进会展业规范发展。

(3) 统筹服务

各地普遍认识到形成公平竞争、规范有序的市场是会展业发展的重要条件。因此鼓励大力整合和合理利用会展资源,鼓励和推动联合办展。优先扶持规模、影响较大、定期举办的展会项目,优先扶持具有行业优势和办展经验的单位举办的展会。要求政府各有关部门要不断改善和提高服务质量,对企业举办的各类展会项目的核准和备案,要实行“一站式”服务。

(4) 财税支持

各地对展览业的财税支持内容与方式不尽不同。例如大连市政府从2000年起,每年投入一定资金,运用到整体宣传和邀请接待国内外采购商和贸易商上,用于定型展会向国际化、专业化发展。厦门市设立了市会展业发展专项资金,该资金由市财政专项拨款、国内外企业

业单位和个人赞助(捐赠)、从市国际会展中心经营收入中提取一定比例的资金等多渠道来源组成。专项资金重点用于扶持和奖励在本地举办的、新引进和新创办、符合本市产业发展方向的展会项目,用于支持宣传会展业发展、传播会展信息、培养会展人才、奖励会展先进。郑州、西安设立会展专项经费纳入市财政预算,用于支持申办大型展会,奖励有突出贡献的单位和个人。

许多省市在税收方面也给予了展览业优惠政策。如厦门规定新成立的会展企业,经主管税务机关批准,可享受税收优惠政策;西安市规定凡注册资金在500万元以上的新办展览企业,自开办之日起,2年内免征企业所得税。宁波市要求努力为会展业发展提供优惠的税收政策和注册登记审批方法。要求把会展企业的各项税费和注册登记“门槛”降低到最低水平。

(5) 培育主体

各地政府都认识到必须大力扶持会展企业作为市场主体,促使其尽快上规模、上档次,提高招展组展办展能力。例如宁波市鼓励各部门、各地区、各专业园区、专业市场、企业集团和自然人等各行各业,以各自的产业基础和社会网络优势投资组建会展经营公司和会展服务公司。要求有条件的区县积极扶持或引导组建一至两家专业或兼营会展业务的公司。逐步形成以大型会展企业为龙头,以中小型会展企业为辅助,各类会展专业服务企业、宾馆酒店、旅游服务相配套的会展市场主体体系。

(6) 人才促进

许多省市为解决展览业人才匮乏的问题,实施了积极的人才政策,要求人事、劳动和社会保障等部门要研究和采取有力措施,千方百计引进国内外会展业人才。鼓励各类院校因地制宜开设会展专业课程和会展专业班,培训和培养会展专业人才,为本地会展业发展提供必要的人才保证。如大连市展览工作领导小组组织全市各办展单位进行学习培训;厦门市鼓励会展企业单位引进和培养人才,凡引进大学本科以上学历或中级以上职称的人才,按市委的有关优惠政策执行。

(7) 促进开放

一些城市支持和鼓励国外著名的展览公司在本地投资,设立独资和合资公司。如上海新博览中心即由德国的汉诺威、杜塞尔多夫、慕尼黑三家展览公司与上海浦东开发区合资建成,德方拥有50年的经营管理权。在引进来的同时,一些城市积极促进当地展览企业走出去。如大连市内外展工作并举,从1999年开始对出展工作进行统筹规划。宁波市对出展进行审核,符合规定的出国展览企业其出展有关费用给予凭据报销30~50%的财政补贴。并明确规定积极引导和鼓励国内外会展机构和企业来本市投资创办会展企业或设立分支机构,单独或与本市的会展企业联合举(承)办各种展会活动。

(8) 规范管理

在规范展览市场方面,很多省市相应出台了具体措施。如上海出台了硬性的规定,同类

题材的展览会半年内不能重复。大连市提出了保护名牌展会、扶持专业展会、鼓励境外来展、优先全国展会、促进新型展会、有利贸易成交、注重办展能力、参考申办程序的立项 8 条原则。西安市提出严格控制对展会的检查,禁止对展览企业乱收费、乱罚款、乱摊派。广东省出台《关于加强会展知识产权保护工作的意见》,要求会展举办者在会展期间必须设立知识产权投诉机构,并明确了知识产权权利人对于会展中侵权行为的投诉程序。要建立会展活动申报核准制度和会展主体、会展项目优胜劣汰制度,加强对各类会展活动的监督管理。

2. 法规

目前,全国仅有上海市已经制定了一个地方性法规规范本地展览业的发展。上海市人大常委会于 2005 年 3 月通过并自 2005 年 5 月 1 日起实施《上海市展览业管理办法》,旨在有利于规范展览经营行为,进一步完善上海市展览业发展环境,增强上海城市综合服务功能,推动展览市场健康发展。这也是目前国内唯一的一个展览法规。该《办法》的内容主要包括明确展览业统筹规划协调的管理体制;明确以展览主办单位为主体的责任制度;增强展览信息的透明度;限制政府部门和机构办展;加强对展览活动的市场监管;完善办展活动中有关治安、消防、交通及市容等方面的管理机制;引导行业组织、展览主办单位、场馆等发挥自律作用;建立展览项目审查的协调机制。

二、“十五”期间中国展览组织者状况

展览组织者是展览运作过程的主要参与者,在展览事务中处于主导地位。中国的展览组织者往往包括展览主办者和承办者,按一些地方已经制定的展览法规和一般理解,前者是指负责制定展览的实施方案和计划,对招展办展活动进行统筹、组织和安排,并对招展办展活动承担主要责任的单位;后者是指根据与主办单位的协议,负责布展、展品运输、安全保卫以及其他具体展览事项的单位,二者的法律地位是有区别的。但是,在实际操作中,由于中国目前没有专门的全国性《展览法》对此加以规定,也没有专业展览组织者资格的认定和展览市场的准入条件限制,展览组织者具有复杂的多元化、多样性特征,主办、承办往往责任界线并非特别清楚。

“十五”期间,中国展览组织者结构没有发生根本性的改变。就展览主办机构而言,尽管参与者仍然众多,多元化特征明显,但在主体上还是五大办展主体,即:政府(包括政府及部门、政府临时机构、贸促会等半官方贸易促进机构)、商协会、国有企事业单位、民营企业、外资企业^⑤。从法律意义上来看,主办机构是办展的主体和主要民事责任单位,但中国的展览活动大部分另有承办单位。从承办单位来看,企业承办的比重正呈越来越大的趋势。许多大型活动特别是中央和省级以上政府机构或全国性商协会主办的展览,其承办单位往往是下级政

^⑤ 媒体的办展可归入事业,个人办展可归入企业