

上海市教育委员会人文社会科学研究重点项目

中国会展业 前沿问题研究



YZLI0890114108

蓝 星 等著

中国会展业



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

上海市教育委员会人文
社会科学研究重点项目

中国会展业前沿问题研究

蓝 星 等著



YZLI0890114108

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书从当前中国会展业的实际出发,结合上海会展业发展的特殊地位,选取中国会展业最具紧迫性的九个现实问题:城市会展经济发展战略研究,中国展览会价格双轨制的行业分析和解决策略,加强我国会展业的法制化研究,我国会展业知识产权保护研究,我国展览企业发展战略研究,中国会展业人才开发战略研究,推进我国会展旅游的策略研究,长三角区域会展业协作发展研究,我国超大型展览会发展趋势研究等,以专题研究的形式,从理论上进行研究和分析,从实践上提出解决问题的思路,试图对中国会展业的总体发展和战略决策提供切实可行的对策建议。

本书适合作为中国会展业专业学者及会展企业领导的参考读物,也可作为高等院校会展专业师生的教辅读物。

图书在版编目(CIP)数据

中国会展业前沿问题研究/蓝星等著. —上海:上海
交通大学出版社,2011

上海市教育委员会人文社会科学研究重点项目

ISBN 978-7-313-06959-7

I. 中... II. 蓝... III. 展览会—产业—发
展—研究—中国 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 225304 号

中国会展业前沿问题研究

蓝 星 等著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

上海颀辉印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×960mm 1/16 印张:8.25 字数:151 千字

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-06959-7/G 定价:58.00 元

版权所有 侵权必究

上海市教育委员会
人文社会科学研究重点项目

《中国会展业前沿问题研究》

项目负责人 蓝 星
项 目 编 号 05ZS60
单 位 上海对外贸易学院

项目组成员

组 长

蓝 星 副教授 上海对外贸易学院

成 员

姚昆遗	教授	上海对外贸易学院
詹朋朋	法学博士	上海雷曼律师事务所
胡 斌	经济学博士	上海交通大学
刘少湃	旅管硕士	上海对外贸易学院

前言

随着我国国民经济进一步深化改革、扩大开放以及经济结构战略性调整 and 产业结构进一步优化改造,作为现代服务业的新兴产业的会展业,因其较高的区域社会经济效益,正越来越受到从中央到各级地方政府的关注,成为国民经济一个新的增长点。国家在《国民经济和社会发展的第十一个五年规划纲要》中第一次把“加快发展服务业”作为重点阐述,明确提出要“合理规范展馆布局,发展会展业”;国务院在《关于鼓励发展服务业的若干意见》里也把会展业作为服务业的重要方面。中央政府对会展业越来越重视,同时也提出了加强管理,建立健全的相应政策法规的要求。越来越多的地方政府也看好会展业对地方经济和产业经济以及服务业的影响力,把会展作为城市的名片,积极发展会展业,逐渐形成以北京、上海、广州、大连、成都、西安、昆明等城市为中心的五大会展经济产业带。根据中国贸促会的研究显示,未来 5~15 年内,中国会展业年均增长率将保持在 15%~20% 左右。到 2010 年,我国会展业总收入将超过 200 亿元;2020 年,我国会展业总收入将超过 1 000 亿元。

然而会展业在快速增长的同时,也暴露出一个不成熟产业的所有问题,特别在管理体制、法制建设、产业布局、市场秩序、人才培养等方面,问题表现更为突出,严重影响中国会展业的健康发展。中国会展业约 140 亿元的年直接收入,相当于德国会展业收入的约四分之一,在全国 GDP 总量中所占份额还不到 0.1%(0.07%),远远低于西方会展业发达国家。中国会展业要保持良性、快速发展的趋势,更快地融入国际市场,缩短和国际会展业发达国家的差距,必须正视自己发展道路上的问题,从理论和实践两方面切实加以研究和解决。

本书从当前中国会展业的实际出发,结合上海会展业发展的特殊地位,选取中国会展业最具紧迫性的八个现实问题,以专题研究的形式,从理论上进行研究和分析,从实践上提出解决问题的思路,试图对中国会展业的总体发展和战略决策提供切实可行的对策建议。这些报告既独立成篇,又围绕中国会展业的前沿问题、热点问题,互为呼应,多角度为中国会展业发展提思路、出对策,形成一个完整的、有机的整体。

本书以《城市会展经济发展战略研究》开篇,对于会展经济如何作用于城市的现代化发展作了宏观阐述,提出了城市会展业发展的动力系统的概念,揭示了这一新兴产业对城市发展所产生的多方面综合效应。

第二篇《中国展览会价格双轨制的行业分析和解决策略》抓住影响会展业发展的核心问题——管理体制,深入到对行业内的现实难点问题进行研究。展览会的价格双轨制是伴随了中国会展业二十多年发展历程的特殊现象,目前我国其他的服务行业中内外有别的价格现象早已消失,但会展业的双重价格依然大行其道。这种经济行为在 WTO 贸易规则的大背景下已经越来越不符合我国的市场经济发展规律。对此,本课题就这一国内会展业的特殊现象、价格并轨难点进行了分析和阐述,并提出了过渡期切合实际的解决策略。

由于中国会展业是新兴的行业,因此一直以来呈粗放型发展,其发展过程中出现的种种不合理不规则的现象比比皆是,诸如仿冒办展、骗展、恶性竞争、行政干预、无法可依,等等。我国加入 WTO 之后,对会展业的法制化问题呼声渐高。本课题第三篇《加强我国会展业的法制化研究》从宏观的角度着重对如何加强我国会展法制化建设提出了对策建议。与此课题领域相关的是目前会展业中知识产权保护热点问题,对此问题,本课题第四篇《我国会展业知识产权保护研究》进一步开展了专题研究,并针对不同的知识产权侵权现象提出了新颖的见解和对策。

会展企业是整个会展行业的基础部分,会展业的发展壮大依赖于会展企业自身素质的提高。我国的会展企业经过二十多年的市场锻炼,已进入旺盛的“青年期”,然而,由于经验不足、实力不强,还是难以应对会展业迅猛的发展态势,加上国际跨国会展巨头的涌入,国内会展企业面临严峻的挑战局面。如何向更高层次发展,实现专业化、正规化和国际化是国内会展企业必须面对的难题。本课题第五篇以《我国展览企业发展战略研究》对会展企业的战略发展进行了研究并提出了发展思路。

第六篇《中国会展业人才开发战略研究》,就关系到我国会展业长期发展的人才开发问题发表了最新的见解。文章对人才开发的重要性、会展人才的概念范围、素质构成和层次结构等进行了辨析,在此基础上,参照和借鉴国外会展人才培养的模式,较系统地构建了我国会展人才的发展战略。

第七篇《推进我国会展旅游的策略研究》。会展业与旅游业是密切相关的两个行业。但是,两者是从属关系还是互为产业的产业?如何看待和把握两者之间的产业联系?社会和相关行业对这些概念至今还存在着模糊的认识。如果对此认识不清,势将难以对这两个关系密切的产业提出明确的优势互补、共同促进的发展方向。本课题在现有的理论基础上进一步提出这两个产业的区别和关联,并就产业的良性互动发展提出了建设性意见。

第八篇《长三角区域会展业协作发展研究》在会展经济对城市发展所起的作用力的基础上,引申出了会展经济具有显著的区域经济的特征。上海作为长三角地区的龙头城市,其会展经济的发展对该地区的会展业乃至综合经济能力的提升具

有不可估量的作用。报告提出了长三角区域政府间、行业组织间以及企业间进行协作发展的建议。

本研究报告的最后一章《我国超大型展览会发展趋势研究》以国内外典型的大型品牌展为对象,着重研究随着展览会的质量和规模不断提高,大型展览会形成的内在因素和规律,通过分析和对比,发现其未来走向和趋势,为我国会展业的战略发展提供思考途径。

作者

2010年12月

目 录

1 城市会展经济发展战略研究	1
1.1 会展经济研究综述	1
1.2 国内会展业发展现状	4
1.3 城市会展业发展的动力系统	6
1.4 会展经济对城市发展的作用	17
1.5 我国城市会展经济未来发展的区域格局	23
2 中国展览会价格双轨制的行业分析和解决策略	25
2.1 中国展览会价格双轨制的现状分析	26
2.2 入世后中国展览会价格双轨制的解决策略	29
3 加强我国会展业的法制化研究	35
3.1 WTO 对我国会展业法制化提出了紧迫要求	36
3.2 我国会展业的法制现状	40
3.3 加强我国会展业法制化建设的对策建议	44
4 我国会展业知识产权保护研究	50
4.1 会展的知识产权保护必须引起重视	51
4.2 会展自身的知识产权保护	52
4.3 会展举办过程中的知识产权问题与对策	59
5 我国展览企业发展战略研究	66
5.1 我国展览公司发展战略	66
5.2 我国展览场馆发展战略	70
6 中国会展业人才开发战略研究	73
6.1 会展人才开发的背景和意义	74
6.2 会展人才的概念、属性、素质构成与层次结构	75
6.3 中外会展人才开发的比较	79

6.4 会展人才开发战略的构建	84
7 推进我国会展旅游的策略研究	89
7.1 会展与旅游的相互关系	89
7.2 会展旅游产业特点和类型	90
7.3 实现会展与旅游的良性互动	92
8 长三角区域会展业协作发展研究	96
8.1 长三角会展业概念辨析	96
8.2 长三角区域会展业协作的动因分析	97
8.3 长三角区域会展业协作的 SWOT 分析	100
8.4 长三角区域会展业协作的策略	109
9 我国超大型展览会发展趋势研究	114
9.1 国内外超大型展览会现状	114
9.2 超大型展览会形成的关键因素分析	115
9.3 超大型展览会的发展趋势	117

1 城市会展经济发展战略研究

会展业,通过举办各种形式的会议、展览、展销和活动等,获取直接的经济效益。但也因为其与多个相关产业都有密切的关系,能够给地方、省市乃至整个城市带来巨大的经济收益和社会效益而备受关注。会展业正作为一个新兴的产业在我国迅速发展着,越来越多的地方、城市将其视作支柱产业来重点发展。会展业在中国的快速成长令人可喜,其对经济的推动作用,对文化的引领作用及对地区的宣传作用是有目共睹的。然而,毕竟会展业在中国的发展还刚刚处于起步阶段,伴随行业的不成熟而来的是盲目发展、恶性竞争等阻碍发展的不良因素。那么,结合目前中国会展业发展的现状,了解会展业对城市经济的作用,对于正确把握我国会展业发展方向、促进会展业的可持续发展,具有重要意义。

1.1 会展经济研究综述

伴随着中国会展业的迅猛发展,近年来,对会展业的研究呈明显的上升趋势,对会展业的经济作用尤其关注。学者们分别对会展经济的概念进行界定,对会展业的经济拉动作用进行探索,从会展经济发展模式的视角加以透视。这些不同角度的研究有力地推动了我国会展业的发展,进一步使其发挥巨大的经济作用。通过对这类研究的综述,不仅可以观察我国对会展经济研究的现状、特点、进展和学术动态,而且可以通过与国外会展经济研究的比较,从中把握到今后需要进一步重视的理论和实践问题,对一些研究中存在的不足或偏向,亦可起到供读者借鉴的作用。

本篇的数据基础主要来自通过中国学术期刊全文数据库、中国优秀博士学位论文全文数据库、中国重要会议论文集全文数据库,以“会展经济”、“会展业经济”、“城市会展”、“城市会展业”、“城市会展经济”为题名,进行搜索而查询到的262篇论文。这些论文主要集中在社会科学、政策报告、旅游学、经济学与管理学、普通高校学报等五大类学术报刊中。从论文发表的时间上来看,2000年以后发表的数量为248篇,占总数的95%,说明了近年来学者们对会展业经济作用的研究日趋增多。从论文研究的内容看,主要集中在会展经济的概念界定,会展业的经济学分析,会展经济的发展现状分析以及城市会展经济的发展对策研究,国内外会展经济比较研究五个方面。

1.1.1 会展经济的概念界定

文献综述发现,国内已有不少学者对会展业的经济作用做了深入的研究,数量呈上升趋势。而在研究会展业的经济作用及相关问题时,经常使用“会展经济”、“会展业经济”、“会展业的经济作用”等概念。众多学者着重对会展经济的概念进行形象的定义。陶莉将会展经济定义为市场经济条件下的产物。许炳旋称,会展经济不仅可以培育新的产业群,而且可以带动服务、交通、旅游、信息、商贸、餐饮等相关行业的发展,其对主办城市的经济拉动作用是巨大的,成为地方经济的“助推器”。王方华则认为,会展经济是一个国家或地区服务业发展日趋成熟和完善后出现的一个综合性更大、关联性更强、收益率更高的经济形态。张纯记写道,会展经济是指通过举办各种形式的会议和展览,能够带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象与经济行为。

综上所述,学术界对会展经济的一些基本概念的定义,还存在着一些差异,尚未形成统一的概念。总体上来观察,这些概念互有重复,又略有不同。但它们都涉及了会展业对经济的拉动作用,以及会展经济对于一个地区甚至国家的意义。因此,这里使用“会展经济”这一概念来统称上述各种术语。

1.1.2 会展经济的作用分析研究

会展活动是文化现象和经济活动的双重载体,众多的学者通过对某一具体会展活动的专题性研究,如2002年世界杯、青岛啤酒节、爱知世博会等,来揭示会展经济的作用。

Barney, Wenn 和 Martyn 认为,会展活动是一次对全球观众宣传本地产品的机会,对出口产业和新的投资具有杠杆作用,能够推动主办国旅游业的发展。Chalip, Grenn 和 Hill 则认为,大型体育赛事的经济价值在于募集资金。通过此类会展活动能够获得大众在经济上的支持,从而为目前或者将来该地区会展活动的举办和设施建设储备资金。Ritchie 和 Adair 表示,越来越多的公众认为,结合大型体育赛事而组织的旅游不仅是一次休闲经历也是一项重要的经济活动。LA Sports 和 Entertainment Commission 声称,对于一个城市来说,平均组织一场大型体育赛事的经济效益为32.2百万美元左右。而 Canadian Sport Tourism Alliance 宣称,在加拿大,每年超过20亿的经济所得来自以观看体育赛事为主的旅游产业。陶莉曾做过研究,随着我国经济的高速发展,我国城市会展经济以平均20%的速度递增,行业经济规模逐渐扩大,业已成为国民经济闪亮的增长点。《中国会展经济发展报告》指出,2002年北京市召开会议和举办展览809个,会展产业创造增加值72亿元,同比增长20%,占全市国内生产总值的比重为2.3%。用数字证明了

会展业推动了国内生产总值的增加。

1.1.3 会展经济的影响规律研究

由于会展活动巨大的经济作用和对相关产业的拉动力,孙明贵等相关研究人员对会展经济的影响规律进行了总结:

一是距离递减规律。会展经济的影响范围符合距离递减规律,即随着距举办地距离的增加,其影响力逐渐变小。

二是规模递减规律。会展活动的档次、规模对会展经济的影响力有决定性作用,国际性会展活动的经济影响力明显大于地区性节事活动的影响力。

三是生命周期规律。会展活动对于举办方和举办地的直接经济影响,随会展活动的生命周期不同而不同。处于成长期的会展活动,需要的投入更多一些;成熟期的会展活动经济产出远远大于经济投入,对于举办地和举办方的直接经济影响自然大一些;随着衰退期的到来,经济产出与经济投入的差额越来越小。

1.1.4 城市会展经济的发展对策研究

学者们在关注会展经济的同时,也提出了可能推动会展经济发展的对策。主要集中在以下几个方面:

一是加快会展经济的市场化进程。张纯记提出,政府部门应逐步退出对展览活动的直接参与,改为运用经济、法律手段进行宏观指导和监督管理,在创造硬件设施、提供便利的城市配套服务等方面做更多的工作。政府应根据全国展览业发展规划布局,完善产业政策,引导会展业健康发展;借鉴发达国家支持展览业的惯例,为我国展览业提供必要的财政和税收政策支持。

二是规范会展经济的发展方法。会展经济的规范需要依靠行业协会的努力来推进。张子正提出了行业协会的作用:行业协会作为政府与企业的“桥梁”,在行业发展中发挥着不可替代的作用,会展业协会是会展业发展到一定阶段的产物。在市场社会化程度还不充分条件下,一种经济形式的社会活动,当它偏离经济轨道时,就需要进行政策协调,会展业作为新兴的经济形式,在其发展过程中必然会遇见有悖于市场经济规律的“活动断层”,这就需要有有一个行业的权威组织来进行规范,而这个组织是一个政府能充分授权的行业机构。

三是挖掘会展经济的发展道路。会展活动要成长,会展经济要发展离不开品牌化和特色的吸引力。作为会展活动内涵之一的节庆活动对特色的要求就更高。唐婧以衡山寿文化节为例,做了分析。从第一届建立的破两个世界吉尼斯纪录中华万寿大鼎,到第六届主题为:“构筑和谐社会,提倡科学养生”的国际长寿养生文化演示论坛,全面阐述了由于地域文化的挖掘和品牌节庆的建立,铸就了衡山寿文

化节为地方财政带来亿元收入的辉煌。

四是加强推动会展经济的人才培养。各行各业的发展都离不开人才。陶莉十分重视会展人才的培养并提倡,各地方要充分利用本地丰富的高校教育资源,加强对会展工作人员的在职培训和对高素质专业策划、管理人才的培养,塑造一支熟悉展览业务,有管理经验的专业队伍。

1.1.5 国内外会展经济研究比较

国内外学者都或多或少地看到了会展业巨大的经济效益。总体上来说,不论国内还是国外的学者都将会展经济作为研究会展业时不可忽视的部分,将其作为发展会展业的原因以及目标之一来表述。然而,国内与国外在研究会展经济时的侧重点却有所不同。

一是研究范围不同。国外通常是从广义的会展业入手,对会展经济进行研究。研究范围包括会议、展览、展销、大型活动、体育赛事等。而国内的研究则较多聚焦在会议和展览上。

二是研究方法不同。国外都是获取一个具体实例的详细数据,从微观层面上进行分析,以个体见整体。国内的学者着眼整个地区或国家会展业的发展,从宏观层面上研究会展经济。

在会展经济的研究和会展经济的发展齐头并进的情形下,不难发现,国内外对于会展业与城市经济的相互关系的研究还不够,会展经济较少被放置在整个城市的背景下进行研究。会展业如何利用城市经济从而带动城市经济的发展以及会展业对于城市经济的拉动程度都有待进一步深入研究。

1.2 国内会展业发展现状

在中国经济快速发展的大环境下,依靠地方政府的支持,企业的积极进入,国内会展业正迅速发展着。目前的发展现状,既有令人欣喜的优点,亦有亟待走出的误区,可谓喜忧参半。继续保持这些优点,解决存在的问题,是会展业推动城市经济的前提。

1.2.1 会展业发展潜力巨大

1) 发展速度快

北京奥运会、上海世博会、加入 WTO 及特奥会的举办,不仅显示了中国综合国力的提高,也使会展业获得了快速的发展。展览活动空前活跃,在全球展览业中异军突起。会展业的发展主要体现在会展个数的增加和场馆建设的热潮。目前,

我国每年展览活动有 3 000 个左右。2009 年,较有规模的展览场馆达 230 个,专业展览场馆面积约 500 多万平方米。

2) 办展水平不断提高

我国会展业在展览活动和场馆的数量上快速发展,在办展水平和办展质量上也不断提高。目前,已经培育了一些规模大、知名度高的展览会。2009 上海国际汽车展共吸引了来自 25 个国家和地区的 1 500 余家参展商,展出规模超过 17 万平方米,创下历届之最。主办方在扩大规模的同时还注重提高车展的品质,凸显展会专业化、国际化、品牌化的程度,提高服务质量与管理水平,将“汽车大展”打造为“汽车强展”,成为国际 A 级车展的新的办展理念。此届上海车展吸引了全球各大汽车公司的广泛关注和积极参与,成为跨国汽车巨头竞争中国市场的重要舞台。此外,中国国际高新技术成果交易会(简称“高交会”)、北京“科博会”等展会都上了一个新的台阶,取得了长足的进展。

3) 经济效益显著

会展业促进了经济贸易合作,减少了交易成本,带来了显著的经济效益。全国展览收入增幅明显,从 2001 年到 2002 年,全国展览收入的增长率达到了 20.67%。2003 年,我国展览业直接产值约 80 亿元人民币。2004 年,全国展览收入更是突破了 100 亿元大关。显著的经济效益吸引了更多企业加入。

1.2.2 行业发展存在误区

1) 无序性和盲目性

我国会展业起步较晚,与会展业发达国家相比,还很不成熟。就目前而言,主要表现为发展的无序性和盲目性。各地均把发展会展业作为拉动经济增长的“法宝”。有些地方政府,不结合当地的实际状况,不考虑实际的需要,一味求大,盲目兴建大型的会展场馆。其结果是,展馆建成后空置率很高,收不抵支,资源浪费;另一方面,会展市场很不完善,市场秩序比较混乱。各地、各部门、各企业之间存在低水平上的无序竞争,小规模、低层次、重复办展屡见不鲜。缺乏行业规范和制度约束,行业自律机制和协调功能不完善。

2) 市场化程度较低

我国会展业的发展中,国有部门仍占据主导地位,市场化程度还比较低。政府对会展活动的具体运作干预太多,许多大型会议或展览都由政府主办。然而在制定规则和对市场参与者的监督等重要问题上却没有发挥应有的作用。

此外,长期实行市场准入的政策,使我国会展业的市场开放度不高,严重制约了民营经济在会展业中的发展,也限制了外资的进入,不利于形成优胜劣汰的市场竞争格局,使会展市场难以走向成熟。真正实现“政府主导、市场运作”的优良机制

尚待时日。

3) 品牌化意识薄弱

由于我国会展业处于起步阶段,受到策划能力、招展能力、组展能力等的限制,组展公司多追求综合化,强调小而全,希望以此吸引更多层次、更多类型的参展商。结果反而造成展览会专业性不强、特色不鲜明、规模普遍偏小、吸引力不强。正是这个原因,导致我国目前缺乏具有国际影响的会展品牌,在国际会展市场竞争中处于不利的地位。令人欣慰的是,国内已初步涌现出一些具有知名品牌的会展活动,如广交会、住交会、汽车展等,吸引了世界的目光。但与德国、意大利等国家的国际性会展公司或展览会相比,无论在品牌的知名度上,还是在品牌的无形价值或扩张程度上,都还存在着较大的差距。这些误区都会阻碍会展业的进一步发展。只有走出这些误区,配合已有的优势,方能使会展业获得长足的进步,从而为城市经济的发展起到作用。

而产生这些问题的重要原因就是忽略了对城市整体会展业发展动力系统的建设,从而不能明确城市会展业发展的定位,建立有效的管理和制定相应的发展对策,所以,我们认为研究城市会展业经济的发展,就是要从城市发展的综合需要出发,致力于创造一个城市会展业可持续发展的动力系统。

1.3 城市会展业发展的动力系统

会展业的发展应作为城市社会经济发展的一个重要部分,会展业的发展是以城市经济、文化等综合因素的发展为基础和前提的,因此,我们认为研究城市会展业发展就应从城市发展的综合需要出发,了解有哪些因素在推动城市会展业的发展,它们各起什么作用,这些动力要素以何种组织关联构成一个动力系统等,以此来建立城市会展业可持续发展的动力系统,以更好地指导城市会展业的定位、开发和建设,促进城市会展业的持续、健康、稳定的发展。

1.3.1 城市会展业发展动力系统及其作用

系统是指由若干相互联系、相互作用的要素构成的具有特定功能的有机整体,其中,要素之间相互作用的内在方式形成了系统的结构,各要素为了某个特定目的而有机组织起来的过程形成了系统的功能,因而系统也是结构与功能的统一体。由于会展业是一项综合性产业以及影响会展业发展因素的复杂性和关联性,本篇设定推动城市会展业发展的动力是一个系统,即会展业发展动力系统。它使所有推动城市会展业发展因素得以统一,并按照各自的关联性构成一个个子系统。由于子系统间存在的相互作用,从而构成了一个互动的动力系统结构。因而,本篇所

提出的城市会展业发展动力系统主要是从城市会展市场需求、供给出发,考虑城市会展大环境的营造和管理以及营销策划等多个因素,并结合城市会展业现状而得出的。我们认为,城市会展业发展动力系统是一个由会展市场需求牵动和会展市场供给所构成的,并由中介引导和发展条件所辅助的互动型动力系统,而它主要包括五个子系统,即会展市场需求系统、会展市场供给系统、会展市场吸引系统、会展支持系统和会展中介系统。

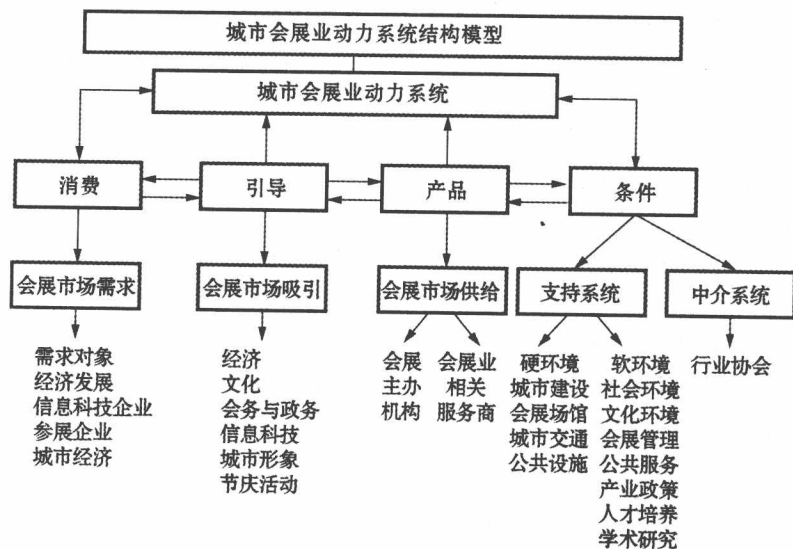


图 1-1 城市会展业发展动力系统

城市会展业发展动力系统对城市会展业的发展起着重要的作用。首先,建立城市会展业动力系统明确影响城市会展业持续发展的相关要素,进而研究如何将这些要素有机结合起来,推动城市会展业的高效运作;其次,城市会展业动力系统综合了所有促进城市会展业发展的有利因素,而会展业的发展离不开相关因素的支撑,所以当这些有利的因素聚集并构成系统时,那么就能产生的巨大推动作用,同时,根据对这些有利因素的分析,城市间可以扬长避短,充分发挥自己的优势,从而明确城市未来会展业发展的方向,并进行准确的定位;再次,建立城市会展业动力系统,能有效地提出相应措施来提升系统的功能,通过推动会展业的发展来带动城市经济和社会的繁荣,实现会展业与城市的共同发展。

1.3.2 城市会展业发展动力系统分析

城市会展业的发展动力系统是一个由会展市场需求牵动和会展市场供给所构成的,并由中介引导和相关发展条件所辅助的互动型动力系统。主要包括五个子

系统,即会展市场需求系统、会展市场供给系统、会展市场吸引系统、会展支持系统和会展中介系统。会展需求系统与供给系统作为一对矛盾,它们直接推动了城市会展业的发展,而会展市场吸引系统在与具体会展活动相结合时,它也就转化成为一股推动城市会展业发展的重要力量,至于中介和支持系统则是城市会展业发展动力的补充,它们为城市会展业的发展创造了条件。

1) 城市会展市场的需求系统

城市是各种供给功能最齐全的区域,但不同的城市由于发展历史和区域特征的差异,形成了不同的城市经济结构、产业基础、不同的城市人文风格、不同的规模和供给差异,等等。除了人们为了谋生而对城市产生的需要之外,城市起源于流通而引起的各种社会要素聚集在物质、文化、人口的大流通中发展,使人们对城市形成了各种需求,推动了市场来满足这些需要。

(1) 全球经济发展一体化的趋势刺激了我国城市会展市场的需求。会展市场是市场经济条件下的产物,是一种新型的市场经济形态,特别是世界经济一体化的趋势和中国市场的巨大潜力为会展业的迅速发展提供了广阔空间。进入 20 世纪 90 年代以来,世界范围内科技革命的高潮更加迅猛,产品更新换代速度加快,高新技术的开发与交流以及商品贸易活动的迅速拓展,为世界各国经济发展提供了巨大的机遇和挑战。同时,经济全球化、一体化的趋势越来越明显,拓展更大的市场空间、向他国经济的更多渗透已经成为许多国家和企业发展的重要目标之一。为此,各国企业都在探索开拓市场,扩大出口贸易,输出技术和管理的新形式和新机遇。在这种背景下,集商品的展示、交易和促进经济合作为一体的各种会议、展览便迅速发展起来,实际上充当了扩大贸易、拓展市场的宣传者、探路者和先行者的角色。而中国被认为是目前乃至今后世界最具经济发展潜力的区域之一。市场化进程不断加快,市场容量迅速扩大,客观上形成了极具吸引力的大市场。特别是随着中国加入 WTO,中国市场将进一步对外开放。这些因素都在吸引着各国的企业通过适当途径来宣传、展示自己的产品,开发、拓展中国这个大市场,并谋求与中国在更多领域的经济技术合作,这是中国城市会展经济发展迅速的重要原因之一。

(2) 经济的崛起和新技术的应用,为会展市场的发展提供了重要机遇。以现代生物技术和信息技术为主要特征的新经济崛起,互联网技术的发展及其在各个领域的广泛应用,电子商务的出现和快速发展给世界各国的经济注入了鲜活的内容,对传统经济产生了巨大的影响,展示了新经济发展的良好前景和广阔空间。而对新经济的介绍、应用环境的分析和相关技术的研讨、展示和培训,也成为会展经济的重要内容。

(3) 新型综合市场的出现为会展市场迅速发展提供了重要的载体。当前,世界上一些发达国家和一些新兴的发展中国家的商品市场体系正发生着深刻的变