



Zhanlanye
Biaozhunhua
Zonglun

展览业 标准化综论

——《经济贸易展览会 术语》

国家标准解读

上海市标准化研究院 编著



YZLI0890119306



 中国标准出版社



Zhanlanye
BiaoZhunhua
Zonglun

展览业 标准化综论

——《经济贸易展览会 术语》

国家标准解读

上海市标准化研究院 编著



中国标准出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

展览业标准化综论:《经济贸易展览会 术语》国家标准解读/上海市标准化研究院编著. —北京:中国标准出版社, 2011

ISBN 978-7-5066-5989-5

I. ①展… II. ①上… III. ①经济-展览会-名词术语-标准化-研究-中国 IV. ①F-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 179777 号

中国标准出版社出版发行
北京复兴门外三里河北街 16 号

邮政编码:100045

网址 www.spc.net.cn

电话:68523946 68517548

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 787×1092 1/16 印张 12.25 字数 279 千字

2011 年 3 月第一版 2011 年 3 月第一次印刷

*

定价 32.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话:(010)68533533

专家委员会名单

王锦珍 陈先进 陈 峰

编委名单

杨洁明 晏绍庆 马 娜

葛玉广 顾君剑 路欢欢

现代服务业是我国近年提出的一个新型产业概念,展览业作为现代服务业的一个典型业态被誉为“第三产业的火车头”,成为国内外普遍关注的朝阳产业。

展览业快速发展的动力来源于整个世界经济的发展。随着经济全球化所带来的资本、信息、资源、人才、技术等生产要素在全球范围内的自由流动与配置,我国政治经济影响力的不断增长和经贸投资环境的日益完善,我国正逐步成为开展多形式、多层次、多领域国际经济技术交流与合作的重要中心,而国际资本运作、品牌并购、人才交流和技术引进的不断加速,从根本上推动了我国展览业量的放大和质的提升。近年来因为对区域经济的巨大推动作用,许多城市更是争相发展会展经济,可以说无论从展馆面积、服务人数还是办展数量等方面来看,我国已经逐渐成长为展览大国。

纵观全国的展览场馆、展览队伍,包括各地的展览题材,都有一个共同的特点,展览场馆几乎都是近20年来陆续兴建的,展览队伍几乎都是近20年来陆续形成的,各地的展览题材几乎都是近20年来陆续完善的。新兴行业有着朝气蓬勃的发展势头,有着勇往直前的创新精神。也正因为此,展览行业也存在着一些亟待改进的地方,比如说没有形成统一的标准体系,缺少规范行业有序发展的游戏规则,这已经成为制约我国展览业发展的瓶颈。

事实上,我们并不缺乏制定实用标准的能力,2008年我国成功举办了北京奥运会和残奥会,中国的组



织技巧、赛事筹办能力和热情好客,都给世界留下了极为深刻的印象,也给中国展览业的快速发展创造了一个更为有利的环境。中国2010年上海世博会也正在顺利举办中。然而,这些举世瞩目的重大活动所沉淀的经验能否得到有效的传承,进而促进整个展览行业规范发展,都将取决于标准的基础作用的发挥,这也是整个展览业面临的重要课题。在世界经济全球化的大背景下,标准已经成为世界语言,成为国家和地区核心竞争力和软实力的重要要素。用标准作为技术手段来引领和提升展览业的规范发展,已成为展览业迫切的任务和共同的心愿。

在此背景下,全国会展业标准化技术委员会在商务部、科技部、文化部、教育部、公安部、中国贸促会等部委及行业组织的大力支持下,经国家标准化委员会批准,于2008年6月5日在北京正式成立。全国会展业标准化技术委员会旨在促进会展术语、条件、环境、等级、评价、分级、管理领域的标准化工作,涉及会展业从策划到搭建到运行实施到后续利用的全部产业链。委员会由国际展览业协会副主席、上海世博会事务协调局副局长陈先进同志担任主任委员,秘书处承担单位为上海市标准化研究院。全国会展业标准化技术委员会的成立,标志着中国会展业进入一个新的发展时期。

2009年,在全国会展业标准化技术委员会的组织和指导下,上海市标准化研究院和上海市国际展览有限公司共同完成了《经济贸易展览会 术语》国家标准制定任务。2010年,上海市标准化研究院又组织标准起草人和展览业业内资深专家完成了《展览业标准化综论》的撰写。我希望并相信此书能对我国关心、支持和参与展览业的政府主管部门、行业组织、展览企业、科研机构等在展览业基础术语的研究和使用方面起到正本清源的作用,愿本书能成为展览业人士的良师益友,也希望广大展览业人士能结合实际工作宣传标准、实施标准,共同推进我国展览业标准化事业的发展。

万季飞

二〇一〇年五月

全国会展业标准化技术委员会成立于2008年,由国家标准化管理委员会批准成立,主要负责会展术语、条件、环境、等级、评价、分级、管理领域的标准化技术归口工作,对口国际标准化组织技术管理局展览术语工作组及国际标准化组织展览术语项目委员会(ISO/TMB/ET,ISO/TC 237)。全国会展业标准化技术委员会成立后,立即着手从系统的角度和整体的层面来构建我国会展业标准体系,2008年完成了全国会展业标准体系建设研究,2009年完成了《经济贸易展览会 术语》国家标准的制定任务,目前正在组织展览统计、展览评估等国家标准的制定。《经济贸易展览会 术语》作为我国展览业第一个国家标准,提出了我国展览业最重要、最基础的术语定义,它的发布和实施将拉开我国会展业标准体系建设的序幕。

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会于2011年01月14日正式发布了GB/T 26165—2010《经济贸易展览会 术语》国家标准,该标准于2011年05月01日开始实施。《经济贸易展览会 术语》国家标准的制定基于对行业性国际组织或发达国家和地区对展览业的管理体制、法规和标准体系的系统分析,特别是对国际标准化组织ISO 25639-1及ISO 25639-2系列展览术语标准、国际展览业协会(UFI)展览计算标准和定义、德国展览会统计资料自愿审核协会(FKM)审核经济贸易展览会数据报告、展览业研究中心(CEIR)年度报告、国际展览统计联盟(CENTREX)展览统计审核规则和中



东欧展览统计等规范性文件的研究,以及对其中概念的对比分析,全面研究了目前国内经济贸易展览会规划管理、组展招展、场馆管理、搭建运输和统计评估等活动中常用的术语,力求标准的制定既符合我国展览业发展的实际情况,又充分考虑行业已经认可和接受的习惯称谓,注重标准的协商一致性和实用性。

《经济贸易展览会 术语》国家标准基本涵盖了经济贸易展览会所涉及的最重要和最基本的术语,共有展览类型、展览场所、展览相关方、展览有关活动、展览有关文件等 61 条术语。该标准是经济贸易展览会标准化活动的基础,标准的研制不仅为展览业乃至会展业标准体系的科学建设奠定了基础,也为整个行业在概念体系协调的基础上实现无缝交流、发展和提高提供基准,是促进我国展览业走向国际的重要技术桥梁。

为了促进展览业界对《经济贸易展览会 术语》国家标准的准确理解和统一认识,全国会展业标准化技术委员会秘书处承担单位上海市标准化研究院组织该标准起草人和展览业的资深专家,共同完成了这部专著《展览业标准化综论》。本书首先对我国展览业及其标准化工作进行了系统回顾和深入分析,旨在使广大读者深入理解展览业、展览业与标准的关系以及标准化对展览业发展的促进作用,重点解读了《经济贸易展览会 术语》国家标准的研制背景、理论基础、研制过程及基本术语,对 GB/T 26165 重要术语的理解难点和疑点进行了诠释,对 GB/T 26165 的宣贯、实施提出了具体的路线图。

本书是《经济贸易展览会 术语》国家标准的主要宣贯教材,也可以作为展览业主管部门、展览行业组织在进行行业管理、开展国际交流、组织展览活动时的重要参考用书。书后的附录提供了我国展览管理相关规范性文件目录和展览产业标准化常用标准目录,这些文件的研读有助于对 GB/T 26165 的准确理解,对提高 GB/T 26165 的有效实施具有重要的参考价值,希望能引起广大读者重视。我们期望《经济贸易展览会 术语》国家标准的实施,在优化我国经济贸易展览会发展的软环境、健全展览管理体制、规范招展与办展等经营行为、促进展览业跨越式发展、增强城市综合服务功能等方面,能够发挥基础规范作用。

本书在阐述观点的同时尽量给出实例,尤其是对某些主要在实际应用中体现的术语的阐述,特别注重提供现有经济贸易展览会中的应

用实例,以便加强理论和实践间的联系,提高本书内容的可操作性。

本书的编撰得到了全国会展业标准化技术委员会、中国标准出版社、中国国际贸易促进会大连市分会等单位的大力支持,上海国际展览有限公司为本书的定稿提供了大量的参考资料和案例,在此一并表示感谢。

本书是针对展览业标准化的入门书,限于作者的水平,书中可能存在一些问题和不足,热忱地欢迎广大读者对本书提出宝贵的意见和建议。

编 者

2010年5月

第一章 我国展览业概况	1
第一节 发展历史	1
一、新中国成立前我国展览业的发展	1
二、新中国成立后我国展览业的发展	2
第二节 宏观环境	8
一、我国展览业发展的政策环境	8
二、我国展览业发展的管理环境	12
三、我国展览业发展的展馆环境	14
四、我国展览业发展存在的问题	21
第三节 产业区域发展	24
一、北方展览经济带	25
二、东部展览经济带	26
三、南部展览经济带	28
四、东北展览经济带	30
五、中西部展览经济带	32
六、港澳台三地展览业现状和比较	34
第四节 中国展览业和世界博览会	38
一、世界博览会	38
二、中国 2010 年上海世博会	40
第五节 中国展览业发展的未来展望	47
一、中国展览业未来发展方向	47
二、以科学发展观指导展览业的发展	49
第二章 国外展览业组织及标准化进展	53
第一节 国际性展览业组织	53
一、国际展览局	53
二、国际标准化组织展览术语项目委员会	56
第二节 欧洲展览业组织	59



一、国际展览业协会	60
二、德国经济展览委员会	64
三、法国企业国际化发展局	67
四、英国的展览业组织	68
五、国际展览统计联盟	70
第三节 其他地区的展览业组织	71
一、美国的展览业组织	71
二、新加坡会议展览协会	72
三、日本展示会协会	73
第三章 展览业的标准化	74
第一节 标准化基本概念	74
一、标准的定义	74
二、标准的分类	74
三、标准化的定义	77
四、标准化的作用	77
第二节 展览业标准化的现状与需求	77
一、我国展览业发展对标准化的需求	77
二、我国展览标准化工作现状	79
三、展览业标准体系的构建	79
第三节 《经济贸易展览会 术语》国家标准编制概况	83
一、标准编制目的	83
二、标准编制原则及过程	83
三、标准主要内容	85
第四节 《经济贸易展览会 术语》国家标准的宣贯与实施	85
一、构建工作体系	85
二、建立展览业标准化的实施机制	87
三、加快展览业标准体系的建设进程	88
四、建立和完善标准的实施监督和评估机制	89
第四章 展览相关术语释义	91
第一节 主承办单位术语释义	91
一、主办单位、承办单位	91
二、协办单位、支持单位	94
第二节 参展商术语释义	95
一、参展商	95
二、境内参展商、境外参展商	99

第三节 观众术语释义	102
一、观众	102
二、专业观众	104
三、境内观众、境外观众	106
第四节 展览服务商术语释义	108
展览服务商、主场服务商	108
第五章 其他主要术语释义	111
第一节 展览类型术语释义	111
一、展览会	111
二、经济贸易展览会	114
三、国际展览会	117
第二节 展览场所术语释义	119
一、展览场所、展览场馆	119
二、年场馆出租率	122
三、展台净面积、展览净面积	125
四、展览总面积	129
五、标准展台、特装展台	131
第三节 展览有关活动术语释义	134
一、招商、招展	134
二、现场服务	140
三、观众登记	142
四、观众统计	143
五、展览统计	145
第四节 展览有关文件术语释义	149
一、展览批文	149
二、展商手册	153
三、参观指南	156
四、会刊	158
五、展会报告	159
附录 1 《经济贸易展览会 术语》国家标准(摘编)	166
附录 2 展览业法规目录	172
附录 3 展览业常用标准目录	178

第一章 我国展览业概况

第一节 发展历史

一、新中国成立前我国展览业的发展

展览起源于农耕时代的集市。中国展览会的历史踪影可以追溯到 2000 多年前的古代集市,中国古代集市又起源于宗教性的集会。当人类社会还处在以物易物的初级交换时期,庙会和集市已具备了“摆”、“看”、“交流”等展览会的基本特征,成为人类最古老的展览行为,并且是产品交换和经济流通的主要途径。早在西周(公元前 1100 年—771 年)即有陕西岐山凤雏山村的庙会,一年一次,会期 3 天。唐代庙会和集市已非常盛行。宋代画家张择瑞的传世名作《清明上河图》,则勾画出一幅宋代集市的繁华景象。元代(公元 1271 年—1368 年),大都(今北京)的集市多达 30 多个,今北京钟鼓楼一带是元大都繁荣的集市所在地。明代(公元 1368 年—1644 年),北京集市依然繁荣,城隍庙、隆福寺、护国寺、白云观等地是定时庙会场所。明代还与北方游牧少数民族进行国家控制的互市,即茶马市。清代(公元 1644 年—1911 年),北京的白塔寺、隆福寺和护国寺是著名的三大庙会。在传统集市的基础上,清代又逐步发展形成了具有全国规模的一些专业集市,如无锡、芜湖的米市,河北安国的药材药市,春秋两次,已初步具备近代专业博览会的形式和内容。从原始庙会上的借机产品交换,发展到定时间、定地点、有目的的集市贸易交流,这是展览形式演变过程中的一个飞跃,是展览会的初级阶段。

清代后期,随着资本主义商品经济的发展,中国早期的博览会开始出现。1905 年,清工商部在北京前门设“京师劝工陈列所”,展示各地工业品,同时附设劝业商场销售商品,成为中国博览会的雏形。1909 年,江苏教育总会在上海召开全省学堂成绩展览会,这是我国首次以展览会命名的展览。1910 年,清政府在南京举办南洋劝业会,分设各省、纺织、茶叶、工艺、武备等馆,会期 3 个月,观众达 20 多万。南洋劝业会是中国历史上具有现代展览概念的第一个商业博览会,掀开了中国近代展览史的第一页。

1912 年,民国(公元 1912 年—1949 年)初期,北京政府改清廷在前门的劝工陈列所为商品陈列所,以后又改为劝业场,致使这一中国最早期的展馆逐步变成商场。1921 年 8 月,上海总商会商品陈列馆建立,每年 6、7 月征集展品,每年秋季举办一次展览会。

1922 年 10 月,上海总商会在上海首次举办了“中国蚕茧丝绸博览会”。1925 年武汉展



览会举办。1928年四川国货展览会举办。1929年西湖博览会举办,成为我国历史上第一次规模最大的展览盛会。1935年西南各省物品展览会举办。1936年浙赣特产联合展览会举办。由于这一阶段先是军阀混战,接着日本入侵,中国经济遭受空前破坏,国内虽也有过一些展览活动,但规模和影响力都有限。

二、新中国成立后我国展览业的发展

中国展览业的历史渊源悠久,但真正开始成长始于1949年中华人民共和国成立以后。随着新中国经济走向繁荣富强的道路,中国展览业开始成长、发展和壮大。

(一) 中国展览业发展的前期(20世纪50年代初至70年代末)

1. 发展概况

新中国成立后的展览业始于20世纪50年代初。为了适应新中国外交、外贸工作的需要,突破西方国家的经济封锁和政治孤立,出国参展和举办展览成为开展对外宣传、促进对外关系发展、走上世界舞台的重要途径。1951年3月,新中国第一次组织中国展览团参加了前德意志民主共和国的莱比锡春季博览会。1951年5月,中国展览团又参加了前捷克斯拉夫克的布拉格国际博览会。新中国首次在国际博览会上出现,引起世界的关注。1952年,以此展览为业务基础,以中国展览团为人员基础,经国务院批准,组建中国国际贸易促进委员会。自此,中国国际贸易促进委员会代表国家参加国际博览会或单独出国举办展览会,以展览会的方式开始了中国与国际间的经贸往来,并同时在全国地方政府的展览工作进行业务指导。

中国国际贸易促进委员会(简称中国贸促会)成立当年,即第一次受命组团参加印度孟买和巴基斯坦卡拉奇的国际工业展览会。中国展览规模5000 m²,在印度展出45天后,转往巴基斯坦展出35天,展示内容丰富,在各国参展人员中留下深刻印象。此次从各机构抽调30人组成的中国展览团成员,即成为中国国际贸易促进委员会出国展览部的最初班底,也是新中国展览业最早的开拓者。

1953年4月,德意志民主共和国工业展览会在北京举办,揭开了国外来华展览的序幕。自此,国外主要为原东欧社会主义国家的来华展览相继在我国举办。北京、上海、武汉相继建成具有俄罗斯建筑风格的展览馆,用以承接国外来华展览。1955年3月,中国贸促会与日本有关团体签订的中日民间贸易协定规定,中日双方在日本的东京、大阪和中国的北京、上海互办“商品展览会”。1956年10月6日至29日,日本商品展览会在座落于北京西直门的“中苏友好大厦(即现北京展览馆)”举办。此次展会规模1.8万 m²,参展商807家。作为新中国成立后最早的来华展之一,日本商品展览会引起轰动,毛泽东主席亲临展会现场参观。至20世纪70年代末,中国国际贸易促进委员会代表中国政府赴国外组织单独展及参加举办国的展会,中国国际贸易促进委员会展览部是中国唯一的出国经贸展览常设专门机构,组织了中国出国展览的几乎所有的展览项目。从1951年至1979年29年间,中国国际贸易促进委员会共赴104个国家举办了313个出国展览项目。在这期间的出国展览的首要目标是促进我国外交关系的发展,基本任务是宣传中国经济建设的成就。同一时期,中国国际贸易促进委员会在中国各地组织举办外国

在中国的展览会,也以宣传展出国的经济建设成就为主。

中国展览业发展的前期,依靠自己的力量和必要的外援,建设了北京农业展览馆、广州出口商品交易会馆,前苏联在北京、上海和武汉建造的“中苏友好大厦”,即现在的北京展览馆、上海展览馆(武汉展览馆已拆除)等。组织出国参展和承接国外来华展览活动中,一批展览专业人才脱颖而出。中国展览业发展的前期实践,已经为中国展览业的发展奠定了场馆、人才、项目等方面的基础。但在计划经济体制下,中国的本土展览和出国展览虽然在国家的对外经贸交往和外交战略中发挥了重要作用,但还未形成一个独立行业的形态,也未能够进行商业化的运作,专业的展览从业人员少之又少。

2. 典型展会

中国展览业发展的前期一个亮点是全国糖酒会和广州交易会的诞生。

(1) 全国糖酒会

1955年,由当时的城市服务部组织的全国供应大会在北京西苑大旅社(即现西苑饭店)召开,这成为全国糖酒会的开端。在完全计划经济时期,最初的糖酒会参与交流的仅仅是酒、奶制品、罐头、糖果、糕点等,交易的目的只是调剂和补充市场供应,开会的方式、内容和组织程序都属于行政调拨的范畴,扮演了一个供应会的角色。直到1964年,糖酒会在上海举办时更名为全国三类商品供应会,并首次设立了糖烟酒商品展厅,开创了糖酒会的新思路。1965年,回到北京召开的全国糖业烟酒供应会,首次采取将两个会分段开的形式,而且一直延续到上世纪70年代初期。1972年成为糖酒会历史上的一个转折点,举办了17年的供应会正式更名为全国糖业烟酒茶果三类商品交流会。自此,该展会脱离了由行政工作会套开的历史,成为真正独立的商品交流会,并从此打破了地区界限和商品交流的封闭形式,为糖酒会进一步发展奠定了基础。1984年,糖酒会改一年一届为每年春秋两届。从这一年开始,烟从糖酒会的交易范围内分离了出来,糖酒会相应更改为全国糖酒三类商品交流会。1990年秋季,糖酒会正式更名为全国糖酒商品交易会。经过一系列改革,糖酒会真正成为全方位、全开放、多成分、多品种参加的经贸活动。

(2) 广州交易会

中国进出口商品交易会又称广交会,创办于1957年春季,春秋两季在广州年年举办,从未间断,构筑“友谊的纽带,贸易的桥梁”,迄今已有50多年历史,成为新中国大型展览会的先驱,中国展览行业的主力军,是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会。1956年6月12日,时任外贸部广州特派员的严亦峻先生经广东省省委书记陶铸同意后,以特派员的身份用电报的形式向外贸部请示,称自举办一些出口物资交流会以来,很多港澳商人一再到内地参观,并达成了买卖交易。他建议,当年9月或10月,在广州举办一场全国性的出口商品展览交流会。电报受到外贸部领导的重视。随后,电报送周恩来总理批阅,得到了周恩来总理的重视和批准。同年9月,国务院批准以中国国际贸易促进委员会名义主办“中国出口商品展览会”,同时通知各部委予以支持。1956年11月至1957年1月,在外贸部和广东省政府的双重领导下,“中国出口商品展览会”在中苏友好大厦举办,从发出申办电报到展览会开幕,仅用了4个多月时间。这是中国出口商品第一次按系统、有组织、大规模地呈现在世人面前。由于办得非常成功,展览会结束后,决定暂不撤除展品,



继续开放参观。这即是广交会的前身,也是广交会的“试验田”、“预备会”。

1957年3月4日,国家外贸部正式下发文件,批准举办广州出口商品交易会。1957年春,首届中国出口商品交易会在广州原中苏友好大厦举办。首届广交会有13个交易团参展,展示商品1万多种,到会有19个国家、地区的1223位采购商,主要来自港澳和新加坡。当年两届出口成交额8700万美元,占当年全国创收现汇总额的20%。1958年广交会会址迁至“中国出口商品陈列馆”,出口成交额首次突破1亿美元,达1.5亿美元。20世纪六七十年代,在三年自然灾害造成出口货源不足、“文革”干扰的情况下,广交会也没有间断。虽然有增减迂回现象,但年成交额仍然突破了50亿美元。1980年广交会开始了对台贸易。1982年4月,第51届广交会的举办时间由30天缩短为20天。1983年春,第53届广交会外商投资企业首次参展。1989年秋季,第66届广交会会期由20天改为15天。1989年一年两届广交会成交总额突破100亿美元。1993年和1994年,广交会对过去根据商品大类划分交易团和安排展位的传统组展方式,做出了两次重大改革,采用了现行的“省市组团,商会组馆,馆团结合,行业布展”的组展方式,贯彻市场多元化、以质取胜、科技兴贸和大经贸发展战略,到会采购商人数和成交额稳步上升。2002年春季第91届广交会做出分期举办的重大改革,将原来12天的展期分成两期各6天,实现了综合性展会和专业性展会的有机结合。2003年秋,第94届广交到会采购商超过15万人,成交额突破200亿美元,创历史新高。2004年秋,广州琶洲展馆一期工程投入使用,一届两馆两期同时举办。第96届广交会继续扩容,跃升为世界单年期展会第二位。自2007年4月第101届广交会起,广交会更名为“中国进出口商品交易会”。2009年106届秋季广交会展览总面积112.5万 m^2 ,总展位数量55927个,出口累计成交304.7亿美元,出口展区参展商数量21934家,进口展区参展商数量386家。2010年4月15日在广州开幕的第107届广交会继续分3期举办,共设标准展位56915个,比上届增加近1000个。展览总面积达到113万 m^2 。截至当年5月4日,共有212个国家和地区的203996名境外采购商到会,比2009年秋交会增加15827人,增长8.4%,比2007年同期下降1.3%。出口成交额为343亿美元,比2009年秋交会增长12.6%,比2008年同期下降10.3%。到会采购商和出口成交呈现恢复性增长,但未达到国际金融危机前水平。

(二) 中国展览业发展的初期(20世纪70年代末至80年代末)

1978年,中国共产党十一届三中全会实现了新中国成立以来历史上具有深远意义的伟大转折,把党和国家的工作重心转移到社会主义现代化建设上来,开启了我国改革开放的历史新时期。中国展览业摒弃展览会与经济建设脱钩、只搞宣传不做贸易的陈规,获得了巨大的发展机遇,由此开始进入一个新的发展时期。

1978年10月,由中国贸促会主办的北京多国农业机械展览会在北京全国农业展览馆举行。时任国务院副总理的余秋里为开幕式剪彩,来自澳大利亚、加拿大、丹麦、法国、日本、荷兰、意大利、联邦德国、瑞典、英国等12个国家的展团参展,展会规模达3万 m^2 ,参展展品725件,观众30多万人次,其中有8万多人次观看农业机械表演,1000多人参加技术座谈会,但中国没有展品参加此次展会。多国农机展是我国的第一个商业性展会,为我国展览业市场化开了先河。

1979年,中国贸促会鉴于北京展馆的局限性,提出了建一个全新的展览中心的建议,得到国家的大力支持。经过2年多的筹备,北京中国国际展览中心于1982年破土动工,1985年竣工,并于当年10月投入使用。邓小平为展馆题写了馆名。从此,彻底改变了中国没有商业展展馆的历史。中国国际展览中心承接的第一个展会是第四届亚太国际贸易博览会,这是我国与联合国亚洲及太平洋经济社会委员会合作举办的第一个国际展。随着北京中国国际展览中心的落成使用,中国展览业逐步开始了商业化的管理。1984年10月,中国贸促会作为当时全国来展和出展的主管单位,在南京举办的第一次全国来展出展工作会议上,对改革开放以来的来展工作做了总结和展望,对广州、上海、天津、北京等地接待外国来展的收费做法,第一次给予肯定。

商业展会的出现催生中国专业组展公司。1984年7月1日,隶属于中国贸促会上海市分会的全资子公司上海市国际展览有限公司成立,成为上海首家专业办展机构。上海市国际展览公司起初主要从事与境外展览公司合作办展业务,从第二年起,公司实施“两条腿走路”战略,一方面与境外公司合作,另一方面独立作战,陆续推出了一系列自主策划、运作的展览会。此后,全国很多城市的政府部门、行业和公司开始组织各种类型的展览会、交易会、招商展示会,本土展览会出现欣欣向荣的局面。

1984年的6月,中国展览馆协会在国家民政部登记注册成立,协会主要由展览主办机构、展览场馆、展览中心、展览工程公司、展览运输公司、展览媒体、高等院校、展览科研机构以及与展览行业相关的具有法人资格的企事业单位自愿参加组成,会员单位业务范围涵盖了整个会展产业链。这是我国最早的全国性展览行业组织,也是国际展览业协会(UFI)的国家级会员。2006年,中国展览馆协会内设组展专业委员会、展览工程专业委员会、展览理论研究委员会。

我国展览展示器材开发、研制和生产的专业化公司随着中国展览业的发展应运而生。1986年,中国常州灵通展览用品有限公司成立,这是我国最早从事展览器材开发、研制和生产的专业公司。

中国展览业在这一时期的主要特点是,展览项目数量少,组织水平和专业化程度还处于初级阶段,把展览作为一个产业来发展的经营意识尚未形成,正处在从成就展向经贸展的转型,展览业开始向商业化方向运作的起步阶段。以场馆、展览会项目、展览服务为主要内容的展览行业初步形成规模。

(三) 中国展览业发展的起飞期(20世纪90年代初开始)

中国展览业的产业化历程起步于20世纪90年代。随着我国建设国际经济、金融、贸易等方面目标的确立,金融、贸易和现代工业的聚集,中国展览业进入了快速发展期。我国一线城市上海、广州、北京等城市的展览业迅速崛起,以年均20%的速度递增。从90年代末开始,全国明确提出将会展经济作为新的经济增长点的城市多达三四十个:环渤海经济圈有北京、天津、大连、廊坊;珠江三角洲则由香港、广州、深圳、东莞、澳门等领衔;长江三角洲除上海外,宁波、杭州、苏州、南京甚至更外圈的合肥,都把会展业做为发展重点;西南地区中最富经济活力的成都、重庆和举办过世界园艺博览会的昆明势头最旺。

2000年以来,中国已从一个新兴展览国家成长为世界展览大国。展览会的数量飞