

学术
文库

会展英语翻译技巧 与教学实践研究

李燕华◎著



世界图书出版公司

会展英语翻译技巧 与教学实践研究

李燕华◎著

 世界图书出版公司
西安 北京 上海 广州

图书在版编目 (CIP) 数据

会展英语翻译技巧与教学实践研究 / 李燕华著. —
西安: 世界图书出版西安有限公司, 2018.3 (2018. 12 重印)
(学术文库)
ISBN 978-7-5192-4462-0

I. ①会… II. ①李… III. ①展览会—英语—翻译—
教学研究 IV. ① G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 043324 号

-
- 书 名 会展英语翻译技巧与教学实践研究
Huizhan Yingyu Fanyi Jiqiao yu Jiaoxue Shijian Yanjiu
- 著 者 李燕华
- 责任编辑 郭 茹
- 装帧设计 河北腾博广告有限公司
- 出版发行 世界图书出版西安有限公司
- 地 址 西安市北大街 85 号
- 邮 编 710003
- 电 话 029 — 87214941 87233647 (市场营销部)
029 — 87234767 (总编室)
- 网 址 <http://www.wpcxa.com>
- 邮 箱 xast@wpcxa.com
- 经 销 全国各地新华书店
- 印 刷 北京虎彩文化传播有限公司
- 开 本 787mm×1092mm 1/16
- 印 张 11.25
- 字 数 200 千
- 版 次 2018 年 3 月第 1 版 2018 年 12 月第 2 次印刷
- 国际书号 ISBN 978-7-5192-4462-0
- 定 价 45.00 元
-



版权所有 翻印必究

(如有印装错误, 请与出版社联系)

前 言

会展是具有开放性和公众参与性的大型经济、文化交流活动。从宏观层面上而言,随着近年来我国会展业的迅猛发展,全国的会展业取得了明显成就,在各大城市举办的会展的数量和规模都不断扩大,凸显国际化特色浓厚、主题鲜明、品牌效应的特色,对相关产业都产生相应的带动作用,进而对社会经济的整体发展起到了积极的促进作用。从微观层面上而言,会展作为一种商务推介利器所起到的作用为其他手段无法比拟。因为会展可以为观众和消费者搭建一个进行面对面直接交流的平台,以满足消费者“眼见为实”的心理诉求,并且可以通过展示展览很好地向观众推介自身产品、形象和特色等。

随着会展行业的发展,以及这一行业国际化的加强,会展的翻译也越来越受到业内人士甚至普通大众的关注。很多会展行业的行家认为:会展翻译的优劣直接影响到本次活动的国际影响力甚至成败。在会展行业内容翻译的过程中,有许多需要注意的地方,既有一般中英文翻译的特点,同时也具有许多带有行业特征方面的翻译特点。

本书在对会展和会展翻译进行概述的基础上,就会展英语的教学实践进行了分析;之后对会展翻译的文本功能、特点以及翻译的理论和方法进行了介绍,并就会展词汇、名称、文案、企业简介等方面进行翻译实践;最后对会展推广和服务类信息方面的资料进行整体翻译,凸显其中的翻译技巧。

本书共五章约 20 万字,在撰写的过程中,笔者倾注了大量的心血,但由于时间、水平有限,书中疏漏之处还请广大专家、读者批评指正。

山西国际商务职业学院

李燕华

2017 年 5 月

目 录

第一章 会展和会展翻译	1
第一节 中国会展业现状及发展趋势	1
第二节 中国会展翻译研究的社会背景和发展状况	21
第三节 会展翻译的相关内容	23
第二章 会展英语教学实践	28
第一节 任务型合作学习模式在会展英语教学实践中的应用	29
第二节 “工学结合”在会展英语教学实践中的应用	44
第三节 ESP 教学在会展英语教学实践中的应用	53
第四节 其他教学方法在会展英语教学实践中的应用	59
第三章 会展英语翻译文本的功能、特点和翻译方法	73
第一节 翻译文本的功能	73
第二节 翻译文本的语体特点	85
第三节 会展英语的翻译理论和方法	105
第四章 会展英语的翻译实践	134
第一节 会展词汇翻译	134
第二节 会展名称方面的翻译	135
第三节 会展企业简介和展会介绍翻译	140
第四节 会展文案翻译	144

第五章 会展英语资料翻译.....	152
第一节 会展推广的翻译	152
第二节 会展服务类信息的翻译	163
参考文献	174

第一章 会展和会展翻译

第一节 中国会展业现状及发展趋势

一、会展及会展产业的定义

(一) 会展

会展是指特定空间的集体性的物质文化的交流交易活动，是会议、展览、展销等集体活动的统称。具体地说，会展活动是指政府、企业和其他组织在一定的地域空间，通过实物或图片举办定期或不定期的集体性的集会、展览，向社会公开传达各种信息，传播新思想、新知识、新文化，进行参展商与观众的双向交流，实现交易与投资，达到扩大影响、推介品牌、树立形象、寻求合作、拓展市场等目的的物质文化交流活动。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。

因此，国际上一般把会展定义为（M: Meetings 公司业务会议；I: Incentive Tour 奖励旅游；C: Conventions 协会或社团组织会议；E: Events 节事活动或 Exhibition 展览会）。

会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等是会展活动的基本形式，世界博览会为最典型的会展活动。

狭义上来说，会展仅仅指会议和展览会等展会。

1. 会议的分类

(1) 按照举办单位划分

一般认为,按照举办单位性质划分不同,可将会议分为三大类,分别为公司类会议、协会类会议和其他组织会议。

①公司类会议

公司类会议规模大小不一,小到几个人,大到上千人。公司管理者强调的是信息传递,而信息传递的最基本方式便是会议。因此公司类会议的数量极其庞大。有关机构在做会议数量统计时,很难准确统计公司类会议的数量,因为很多公司并不愿意对外宣传内部会议。如果将公司类会议比作冰山,那么它们被纳入统计资料的仅是冰山一角。

②协会类会议

协会类会议在会议市场中同样占有相当重要的位置。协会因人数和性质而互不相同,它们的规模从小型地区性组织、省市级协会到全国性协会乃至国际性协会不等。协会大致可以划分为行业协会、专业和科学协会、教育协会和技术协会等类型。

③其他组织会议

这类会议的典型代表是政府机构会议,许多人在电视上看到过政治性会议。电视镜头中显现的虽然是主会场,但是不难想象背后对小型会议室、套房和宴会等设施的需求。

(2) 按会议规模划分

根据会议的规模即参加会议的人数的多少,可将会议分为小型会议、中型会议、大型会议及特大型会议。

①小型会议:出席的人数少则几人,多则几十人,但是不超过100人;

②中型会议:出席人数在100~1000人之间;

③大型会议:出席人数在1000~10000人之间;

④特大型会议:人数在10000人以上,例如节日聚会、庆祝大会等。

(3) 按照会议的性质和内容划分

①年会(Convention)

年会是就某一特定主题展开讨论的聚会,议题涉及政治、经济、科学、教育、技术等领域。年会通常包括一次全体会议和几个小组会议。

年会可以单独召开，也可以附带展示会，多数年会是周期性的，最常见的周期是一年一次。

②专业会议 (Conference)

专业会议的议题通常是具体问题并就其展开讨论，可以召开分组小会，也可以召开大会。就与会者人数而言，专业会议的规模可大可小。

③代表会议 (Congress)

这个词最常在欧洲和国际活动中使用。它常指在本质上类同专业会议这样会议的事件和活动。只有在美国，这个词用来指立法机构。代表大会的出席人数差别很大。

④论坛 (Forum)

论坛的特点是反复深入地讨论，一般由小组组长或演讲者来主持。它可以有许多的听众参与，并可由专门小组成员与听众就问题的各方面发表意见和看法，两个或更多的讲演者可能持相反的立场，对听众发表讲演而不是互相讲给对方听。主持入主持讨论会并总结双方观点，允许听众提问，所以饭店必须对这种论坛会议提供多个话筒。

⑤座谈会、专题讨论会 (Symposium)

这种座谈会和专题讨论会除了更加正式外，与论坛那样的会议是一样的。不管个人还是专门小组参加，方法就是进行一种陈述讲演，有一些预定好的听众参加，但是一般要少一些论坛会议所拥有的那种平等交换意见的气氛和特征。

⑥讲座 (Lecture)

讲座要更正式一些，更有组织一些，常有一位专家进行个别讲演，讲座后观众可以提问。讲座规模大小都有。

⑦研讨会、专家讨论会、讨论会 (Seminar)

这种讨论会形式通常有许多参与的活动，出席者有许多平等交换意见和分享知识和经验的机会，一般由讨论主持人主持。这种形式明显地在相对范围内进行，当这样的会议规模变大时，它就变成了论坛 forum 或 symposium 这样的讨论会或专题讨论会了。

⑧专题讨论会 (Workshop)

专题讨论会 (workshop) 的形式仅指处理专门问题或特殊分配任务

的一般性小组会议, 不管 workshop 这个词是否被采用, workshop 这种形式都是经常被培训负责人所采用来进行技术培训的, 参加这实际上能互相学习, 同时分享新的知识、技能和对问题的看法。很明显它是以面对面商讨和参与性强为其特征的。

⑨专门小组就某一问题公开进行的讨论会 (Panel)

这种就某一问题公开进行的讨论会需要两位或者更多的提供观点或某一领域专门知识的讲演者, 并和专门小组成员或听众一起公开进行讨论。这种研讨会总是由主持人掌握, 可以是大型会议的一部分。

⑩培训性会议 (Training Sessions)

一般至少要用一天的时间, 多则几周。这类培训会议需要特定场所, 培训内容高度集中, 由某个领域的专业培训人员教授。

⑪奖励会议 (Incentive Meetings)

公司为了对员工、分销商或客户的出色工作表现进行表彰奖励。

(4) 按照会议活动特征划分

①商务型会议 (Business Meeting)

一些公司、企业因其业务和管理工作需要要在饭店召开的商务会议。出席这类会议的人员素质比较高, 一般是企业的管理人员和专业技术人员, 他们对饭店设施、环境和服务都有较高的要求, 且消费标准高。召开商务会议一般选择与公司形象大体一致或更高层次的饭店, 如大型企业或跨国公司一般都选择当地最高星级的饭店。商务型会议在饭店召开常与宴会相结合, 会期短, 会议效率高。

②度假型会议 (Holiday Meeting)

公司等组织利用周末或假期组织员工边度假休闲, 边参加会议。这样既能增强员工之间的了解, 以及企业自身的凝聚力, 又能解决企业所面临的问题。度假型会议一般选择在风景名胜地区的饭店举行。这类会议通常会安排足够的时间让员工观光、休闲和娱乐。

③展销会议 (Show Meeting)

参加商品交易会、展销会、展览会的各类与会者入住饭店, 同时, 还会在饭店举办一些招待会、报告会、谈判会和签字仪式等活动, 有时晚间还会有娱乐消费。另外, 一些大型企业或公司还可能单独在饭店举

办展销会，整个展销活动全部在饭店举行。文化交流会议，各种民间和政府组织组成的跨区域性的文化学习交流的活动，常以考察、交流等形式出现。

④专业学术会议 (Academic Meeting)

这类会议是某一领域具有一定专业技术的专家学者参加的会议。如专题研究会、学术报告会、专家评审会等。

⑤政治性会议 (Political Meeting)

国际政治组织、国家和地方政府为某一政治议题召开的各种会议。会议可根据其内容采用大会和分组讨论等形式。

⑥培训会议 (Training Meeting)

用一个会期对某类专业人员进行的有关业务知识方面的技能训练或新观念、新知识方面的理论培训。培训会议形式可采用讲座、讨论、演示等形式。

2. 展览会类别

在实际应用中，展览会名称相当繁多。英语国家中，有 exhibition, general exhibition, industrial exhibition, agricultural exhibition, consumer exhibition, international exhibition, regional exhibition, local exhibition, private exhibition, major exhibition, minor exhibition, solo exhibition, exposition, show, trade show, moveable show, road show, boat show, plane show, catalogue show, fair, multi-trade fair, display 等。

在中文里，展览会名称有博览会、展览会、展览、展销会、看样订货会、展览交流会、交易会、贸易洽谈会、展示会、展评会、样品陈列、庙会、集市、墟、场等。另外，还有一些展览会使用非专业名词。比如：日（澳大利亚全国农业日 Australian National Field Days）、周（柏林国际绿色周 Berlin International Green Week）、市场（亚特兰大国际地毯市场 International Carpet and Rug Market）、中心（汉诺威办公室、信息、电信世界中心 World Center for Office-Information-Telecommunication）等，加上这些非专业的名称，展览会名称更多。

展览会名称虽然繁多，但其基本词是有限的，比如英文里的 fair、exhibition、exposition (Expo) 和 show，即中文里的交易会、展览会、

博览会或会展。其他名称都是这些基本词派生出来的。本书所介绍的会展重点是展览 (Exhibition)、博览会 (Expo) 或交易会 (Fair)。

一般认为, 博览会是高档次的, 对社会、文化以及经济的发展能产生影响并能起促进作用的展览会。但是在实际生活中, “博览会” 有被滥用的现象。不时可以在街上看到由商店举办的 “某某博览会”。

3. 世界博览会

世界博览会 (World Exposition, 简称 World Expo, 或称为 Universal Expo, International Exposition, Expo 是 Exposition 的缩写; 也称 World Fair 或 World's Fair) 是一项由主办国政府组织或政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性博览活动。就其在经济与文化方面的影响来说, 是仅次于奥林匹克运动会 (Olympic Games) 和世界杯 (The World Cup) 的世界第三大盛况。它已经历了百余年的历史, 最初以美术品和传统工艺品 (arts and crafts) 的展示为主, 后来逐渐变为荟萃科学技术与产业技术的展览会, 成为培育产业人才不可多得的场所。世界展览会的会场不单是展示技术和商品, 而且伴以异彩纷呈的表演, 富有魅力的壮观景色, 设置成日常生活中无法体验的、充满节日气氛的空间, 成为普通市民娱乐和消费的理想场所。

世界博览会有综合性博览会和专业性博览会两类或注册类世博会和认可类世博会。按国际展览组织的规定, 专业性博览会分为 A1、A2、B1、B2 四个级别。A1 级是专业性博览会的最高级别。上海世博会就是注册类的世博会, 它是层次最高的、规模最大的世博会, 所以规模是区别之一。注册类的世博会一般要有 100 个以上的国家参与, 展出的时间是 6 个月。上海世博会的展出时间是 184 天左右, 参展的内容更综合性一点。而认可类的世博会参加的国家和国际组织相对比较少, 一般 25 个以上就可以了, 而且展出的时间比较短。2008 年的西班牙萨拉戈萨世博会就是一个认可类的世博会, 它举办的时间是 3 个月, 参与的国家相对较少。参观人次大概是 700 万到 800 万人次之间。

第三类就是世界园艺博览会, 主要是由世界园艺组织举办的, 当然只是认可里面的 A1 类, A2 类它就不认可。昆明世博会就是世界园艺博览会中间的 A 类, 也属于国际展览局认可的展览。2006 年沈阳园艺博览

会就是属于 A2 类到 B1 类的博览会，所以不属于国际展览局认可的，但是它是国际园艺组织认可的展览。所以，昆明的世界园艺博览会与上海世博会的区别就在于此，上海世博会是一个综合性的注册类世博会，规模应该大得多。

4. 国际及国内重要会展管理组织

(1) 国际展览局 BIE

负责协调管理世界博览会的国际组织是国际展览局。它的法文是 the Bureau International des Expositions (英文: International Exhibitions Bureau), 英文简称为 BIE。国际展览局成立于 1928 年, 总部设在法国巴黎, 其章程为《国际展览公约》(Convention On International Exhibitions)。该公约由 31 个国家和政府代表于 1928 年在巴黎签署, 分别于 1948 年、1966 年及 1972 年做过修正。

国际展览局属政府间国际组织, 其作用包括组织考察申办国的申办工作; 协调展览会的日期; 保证展览会的质量等。它的存在对规范、管理和协调世博会的举办起到了很好的效果。国际展览局的收入, 主要来自申办展览会的注册费和举办期间门票收入的一定比例。

国际展览局每年由在职主席主持召开两次全体成员国代表大会, 会议由成员国代表和国际组织的观察员参加出席。会议由代表们评审新项目(世博会)的申请, 评估那些申办国申办世博会的报告。大会也听取分管各方面工作的四个委员会的工作报告。国际展览局(BIE)的宗旨是通过协调和举办世界博览会, 促进世界各国经济、文化和科学技术的交流和发展。国际展览局的常务办事机构为秘书处, 秘书长为该处的最高领导。

(2) 国际展览联盟 UFI

国际展览联盟(原为法文 Union des Foires Internationales, 后改为英文 Union of International Fairs, 简称 UFI), 于 1925 年在意大利米兰成立, 并将总部设在法国巴黎。在 2003 年 10 月 20 日开罗的第 70 届会员大会上, 该组织决定更名为全球展览业协会(The Global Association of the Exhibition Industry), 仍简称 UFI。国际展览联盟是迄今为止世界展览业最重要的国际性组织。对国际性展会进行权威认证是国际展览联

盟的核心任务。经 UFI 认可的是高品质贸易展览会的标志。

截止到 2004 年 8 月, 国际展览联盟所拥有的 256 个正式会员来自世界 72 个国家的 155 个城市, 获得国际展览联盟认可的国际性展览会或贸易博览会共有 629 个。此外, 国际展览联盟还拥有 40 个协作会员, 以各国的全国性会展行业协会为主。如德国的 AUMA 和 FKM、美国的 IAEM、中国的展览馆协会和深圳市会展业协会等。

(3) 国际大会及会议协会 ICCA

国际大会及会议协会 (The International Congress and Convention Association) 创建于 1963 年, 总部位于荷兰首都阿姆斯特丹, 是全球国际会议最主要的机构组织之一, 是会议业最为全球化的组织。目前在全球 80 多个国家 (地区) 拥有 700 多个机构和企业成员。目前, 我国有 14 家单位加入 ICCA, 其首要目标是通过实际操作方法的评估以促使旅游业大量地融入日益增长的国际会议市场, 同时为他们对相关市场的经营管理交流实际的信息。作为会议产业的领导组织, ICCA 为所有会员提供最优质的组织服务, 为所有会员间的信息交流提供便利, 为所有会员最大限度地发展提供商业机会, 并根据客户的期望值提高和促进专业水准。

(4) 国际专业会议组织者协会 IAPCO

国际专业会议组织者协会 (The International Association of Professional Congress Organisers) 成立于 1968 年, 其前身是英国专业会议组织者协会 (The Association of British Professional Congress Organizers, ABPCO)。这是一个由专业的国际国内会议、特殊活动组织者及管理者组成的非营利性组织, 服务于全球的专业会议组织者, 其总部设在英国伦敦。目前拥有 29 个国家的 80 名成员。

(5) 国际奖励旅游协会组织 SITE

国际奖励旅游协会组织 (Society of Incentive and Travel Executives, SITE) 成立于 1973 年, 是目前国际上奖励旅游行业最知名的一个国际性的非营利性的专业协会, 主要向会员提供奖励旅游方面的信息服务和教育性研讨会。目前该组织有 2100 多个会员, 分属 35 个地区的 87 个国家, 总部设在美国芝加哥。国际奖励旅游协会组织的会员的专业涉

及航空、游轮、目的地管理公司 (DMC)、顾问、酒店和度假地、奖励旅游公司、旅游局、会议中心、旅游批发商、研究机构、旅游景点、餐馆, 供应商等。

(6) 国际会议中心协会 AIPC

国际会议中心协会 (Association International des Palais de Congress, AIPC) 于 1958 年成立于罗马, 为非营利组织, 目前有来自世界 49 个国家和地区的 160 个国际会议中心会员。中国北京国际会议中心、中国香港会议和展览中心、中国台湾地区台北国际会议中心都是其会员。

AIPC 的宗旨是: 为结合全世界会议中心资源, 通过会员间的交流, 交换有关会议管理、会议技术、会议沟通以及会议新需求等信息, 向会员提供有关会议管理和顾问服务; 通过会员间的交流, 提升有关会议硬件管理与营运、财务运作、组织与员工发展、行销与客户管理和环保诉求等相关议题的水准。协会在行业术语的释义方面, 统计数据方面以及国际会议等其他方面起着非常重要的作用。AIPC 每年都要在世界上不同地方举行年会和委员大会, 来自全球各地的人士互相讨论行业议题并交换意见。

(7) 中国国际贸易促进委员会 CCPIT

中国国际贸易促进委员会 (China Council for the Promotion of International Trade) 简称中国贸促会, 是由中国经济贸易界有代表性的人士、企业和团体组成的全国民间对外经贸组织, 成立于 1952 年 5 月。中国贸促会的宗旨是: 遵循中华人民共和国的法律和政府的政策, 开展促进对外贸易、利用外资、引进外国先进技术及各种形式的中外经济技术合作等活动, 促进中国同世界各国、各地区之间的贸易和经济关系的发展, 增进中国同世界各国人民以及经贸界之间的了解与友谊。

经中国政府批准, 中国贸促会 1988 年 6 月组建了中国国际商会 (China Chamber of International Commerce, CCOIC)。目前, 中国贸促会、中国国际商会已同世界上 200 多个国家和地区的工商企业界建立了广泛的经贸联系, 与 300 多个对口组织签订了合作协议, 并同一些国家的商会建立了联合商会; 同时, 中国贸促会还在 16 个国家和地区设有驻外代表处。在国内, 中国贸促会、中国国际商会在各省、自治区、直

辖市建立了 50 个地方分会、600 多个支会和县级国际商会，还在机械、电子、轻工、纺织、农业、汽车、石化、商业、冶金、航空、航天、化工、建材、通讯产业、供销合作、建设、粮食、矿业、煤炭、物流等部门建立了 20 个行业分会，并对中国对外服务工作行业协会予以指导，全国会员企业近 7 万家。

中国贸促会、中国国际商会及其所属业务部门已经加入了许多国际组织，其中包括世界知识产权组织、国际保护工业产权协会、国际许可证贸易工作者协会、国际海事委员会、国际博览会联盟、国际商事仲裁机构联合会、太平洋盆地经济理事会、国际商会等。

（8）中国旅游协会 CTA

中国旅游协会（China Tourism Association, CTA）是由中国旅游行业的有关社团组织和企事业单位在平等自愿基础上组成的全国综合性旅游行业协会，具有独立的社团法人资格。它是 1986 年 1 月 30 日经国务院批准正式宣布成立的第一个旅游全行业组织，1999 年 3 月 24 日经民政部核准重新登记。协会接受国家旅游局的领导、民政部的业务指导和监督管理。

（9）中国展览馆协会 CAEC

中国展览馆协会（China Association for Exhibition Centers）简称中国展协，于 1984 年 6 月在国家民政部登记注册成立，是我国目前唯一的全国性展览行业组织，为国家一级社团，也是国际展览业协会（UFI）的国家级会员。业务主管单位是国务院国有资产监督管理委员会。中国展览馆协会（简称：中国展协）于 1984 年 6 月在国家民政部登记注册成立，是我国目前唯一的全国性展览行业组织，为国家一级社团，也是国际展览业协会（UFI）的国家级会员。业务主管单位是国务院国有资产监督管理委员会。中国展协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且具有法人资格的企事业单位自愿参加组成。目前会员单位已近 300 家，分布在 29 个省、70 多个城市，其中以区域性展览协会、各行业协会名义加入的团体又包含了各自的几十家乃至上千家会员，会员单位业务范围涵盖了整个会展产业链。

(10) 上海市会展行业协会 HKECIA

上海市会展行业协会 (Shanghai Convention & Exhibition Industries Association, SCEIA) 于 2002 年 4 月成立, 由上海市从事会议、展览及相关业务的企事业单位自愿组成的跨部门、跨所有制、非营利性的行业性社会团体法人, 是具有广泛代表性的新型行业协会。协会由会员单位组成, 截至 2008 年 4 月, 协会已有会员 457 家, 会员成分已呈多元结构, 基本涵盖了会展主体业务以及与之相关的业务领域。

(11) 广州市会展业行业协会 GZCEIA

广州市会展业行业协会是由广州地区从事会议、展览及相关的企事业单位发起, 自愿组成具有法人资格的行业性、非营利性社会团体。该行业协会在广州市登记, 接受广州市协作办公室的业务指导和广州市民间组织管理局的监督管理。

该行业协会的宗旨是: 遵守中华人民共和国的宪法、法律、法规和国家政策, 遵守社会道德风尚。在广州市会展业管理领导小组的指导下, 协助政府从事行业管理, 建立行业自律机制, 规范行业市场秩序, 优化行业市场环境, 培育国际会展品牌, 保护会员合法权益, 提高行业整体素质, 组织行业国际交流和合作, 促进广州市会展业行业的健康发展。

(12) 香港展览会议业协会 HKECIA

香港展览会议业协会 (Hong Kong Exhibition & Convention Industry Association, HKECIA) 前身为香港展览业协会, 于 1990 年 5 月由当时 10 家主要展览会主办机构创立。作为行业的喉舌, 与政府及法定机构协商, 促进会员的商业利益。从 1990 年 5 月开始, 每隔两年, 一个由 15 人组成的新执委会便由普通会员于周年大会中选出。此外本会还成立了数个事务委员会, 专门负责一些特别专案及活动, 如教育及培训、环境保护、策略推广及会员事务和组织海外访问团及周年晚会。

(二) 会展业与会展产业

会展业是会议业和展览业的总称, 会展业是集商务活动、会议展示、观光旅游、对外宣传“四位一体”的新兴产业。国际上将公司业务会议、奖励旅游、协会、团体组织会议和展览这四个部分统称为会展