



中国进出口商品交易会
CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR
Since 1957

CFTC
中国对外贸易中心(集团)
CHINA FOREIGN TRADE CENTER (GROUP)

现代会展培训指定教材

大型专业展览策划与组织

总顾问 王志平 主编 王彦华 本册编著 华谦生



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS



中国进出口商品交易会
CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR
Since 1957

CFTC

中国对外贸易中心(集团)
CHINA FOREIGN TRADE CENTRE (GROUP)

现代会展培训指定教材

大型专业展览策划与组织

总顾问 王志平 主编 王彦华 本册编著 华谦生



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

大型专业展览策划与组织/王彦华主编. —北京:
中国商务出版社, 2015. 5
现代会展培训指定教材
ISBN 978-7-5103-1275-5

I. ①大… II. ①王… III. ①展览会-策划-技术
培训-教材 ②展览会-组织管理-技术培训-教材 IV.
①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 097820 号

现代会展培训指定教材 大型专业展览策划与组织

DAXING ZHUANYE ZHANLAN CEHUA YU ZUZHI

总 顾 问 王 志 平

主 编 王 彦 华

本册编著 华 谦 生

出 版: 中国商务出版社
发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司
社 址: 北京市东城区安外大街东后巷 28 号
邮 编: 100710
电 话: 010-64245686 64515140 (编辑二室)
010-64266119 (发行部)
010-64263201 (零售、邮购)
网 址: <http://www.cctpress.com>
网 店: <http://cctpress.taobao.com>
邮 箱: cctp@cctpress.com
照 排: 北京科事洁技术开发有限责任公司
印 刷: 北京密兴印刷有限公司
开 本: 787 毫米×980 毫米 1/16
印 张: 15.25 字 数: 230 千字
版 次: 2015 年 5 月第 1 版 - 2015 年 5 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978-7-5103-1275-5
定 价: 38.00 元

版权专有 侵权必究 盗版侵权举报电话: 010-64245984

如所购图书发现有印、装质量问题, 请及时与本社出版部联系。电话: 010-64248236

序

中国加入世贸组织以来的十多年间，会展业作为联系生产与消费的中介，在中国也得到了迅猛发展，已经成为现代服务业的一个重要分支并呈现出一系列新特征：

一是境内展会数量和规模快速增长。据商务部统计，2013年全国共举办各类展览7 319场，同比2008年的4 490场增长63%；2013年展览面积9 391万平方米，同比2008年的4 517万平方米增长108%。展览范围涵盖机械、化工、印刷、家电、家具、服装、通信、生物医药、汽车、珠宝、建材、美容、文化等各个行业。

二是出国展览市场稳定发展。2013年全国102家组展单位共赴75个国家实施经贸展览会计划1 492项，比2009年的1 183项增长26%，其中参加国际博览会1 422项，占实施总量的95.3%，单独举办展览会70项，占实施总量的4.7%。2013年出展项目净展出面积64.7万平方米，比2009年42.64万平方米增长51%。

三是展馆规模全球领先，布局更加科学。截至2012年年底，全国拥有5 000平方米以上会展场馆316个，可供展览面积1 237万平方米。2013年，全国在建会展场馆13个，面积154.49万平方米。预计全部建成后，全国会展场馆总数将达329个，可供展览面积达到1 391.49万平方米。随着展馆设施不断完善，全国已经形成长三角、珠三角、环渤海三个会展经济带。

四是办展主体呈多元化发展。在办展主体方面，我国形成了政府、商（协）会、事业单位、国有企业、民营展览公司、中外合资展览公司以及外资展览公司等多层次、多渠道办展的新格局。全国5 000平方米以上展会中，

各类企业和行业协会举办展会约占全国展会总量的77%（其中，企业办展占57%，行业协会办展20%），已成为行业主流，为各行业企业提供了产品展示、信息交流、贸易合作的平台，对扩消费、促流通、推动对外经贸发展发挥了积极作用。

五是社会经济效益日益明显。会展业是连接生产与消费的桥梁和纽带，各类展会汇聚人流、物流、资金流、技术流，有效拉动餐饮、住宿、交通、零售、旅游等众多服务业增长，促进城市完善基础设施和配套服务，对于转变经济发展方式、增加服务业在国际经济中的比重、推动经济社会全面协调持续发展具有重要意义。会展业带动就业效果显著，2013年我国会展行业带动就业人数达2777万人次，综合拉动效益日益凸显。

目前，在产值、展馆数量、展馆面积、展会数量、展会面积、世界商展百强等六项主要指标上，中国在展馆面积和展会面积两项指标上居世界第一，其他指标也位居前列，中国已是名副其实的展览大国。同时，中国也是国际展览机构普遍关注及重点发展的市场，并成为其业务增长的主要来源国。随着中国经济持续稳定健康发展，对外开放进一步扩大，全球制造中心地位的形成，居民消费结构不断升级，形成了巨大的现实和潜在的市场，这些都将为会展业的发展提供广阔的发展空间。当然，从国际比较观察，我国会展业目前尚处在“大而不强，多而不精”的阶段，与欧美会展强国相比，我国会展业仍存在发展模式不清、产业规划滞后、资源相对分散、发展方式过于粗放等问题，中国会展业的可持续发展还面临着不少问题与挑战。

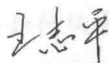
商务部是中国会展业的行业主管部门，始终重视、支持这一行业的健康发展和国际竞争力的增强。中国对外贸易中心作为国家商务部的直属单位，在承办广交会的发展过程中，积累了丰富的办展经验，培养了一支专业素质较高的会展人才队伍。随着上海国家会展中心项目的建设完成，外贸中心已经成为名副其实的航母级会展企业集团，成为中国会展行业应对国际竞争的主要依靠力量和迎接国际会展中心向中国转移的重要载体。为适应会展业发展趋势与规律的这些新变化，外贸中心加大了在干部培训培养、企业大学建设、宏观经济政策研究、会展业发展规律研究等方面的投入。他们围绕国内外会展业发展面临的热点、难点问题，理论联系实际，深入调查研究，完成

了许多行业影响大、参考价值高的课题。历时两年、由多位同志利用业余时间编写的广交会现代会展培训指定教材（共七册）就是上述投入的重要成果之一。这套丛书有以下三个方面的突出特点：

1. 视角宽广、重点突出。丛书从政府与企业、从国际到国内，全方位论述了会展业发展面临的主要问题，提出了许多针对性强、可操作的建议措施，对政府制定政策有较高参考价值；涵盖了从策划、招商、招展到现场管理等会展业涉及的各个重要环节，对企业制定发展战略有较强指导意义。

2. 案例丰富、图文并茂。丛书的主要编著者都是有着多年实战经验的负责同志，丛书中许多展览项目的案例就是这些同志的亲身经历和切身体会，特别是《中国第一展——广交会文库》收录的所有文章，都是每位作者国内外调研的精品之作，首次结集出版。

3. 方法科学、结构严谨。丛书共七册，第一部分是导论，是全套丛书的基础和总纲。第二部分是现代展会核心业务读本，按照展会的主要内容分为组织策划、招商推介、现场服务、展示工程、专业展览五个分册，是展会业务链的全景展示。第三部分是《中国第一展——广交会文库》，是从近几年来外贸中心完成的几百份研究报告中精选而来并按不同专题归类整理的，是独具特色的知识库，具有较高的教学与科研价值。



2015年3月

前言

专业展览会是现代展览业的重要组成部分。目前,世界展览业中绝大部分是专业展览会,中国展览业构成中,专业展览会也占有相当比例且日益增加。但对于专业展览会如何策划、组织和筹备,如何进行招展和观众邀请,如何进行管理和服务等,我国尚缺乏结合实践经验的专门理论总结和系统研究。

基于此,本书从“市场化的办展机构根据市场需求而举办市场化的专业展”的角度出发,结合有着举办大型现代专业展丰富经验的中国对外贸易广州展览总公司的办展实践,对举办现代市场化的专业展的基本规律进行经验总结和理论提升。

本书共六章,第一章对专业展的一些基本理论问题进行概述;第二章介绍如何策划一个市场化的专业展;第三章论述专业展如何才能进行有效的招展和观众邀请;第四章讲解如何在专业展期间组织举办会议和论坛等活动;第五章介绍如何为专业展提供良好的展务和服务;第六章讲解如何从全局的角度对专业展的筹备进行系统和全面的进度管理。

全书基本按照举办一个市场化的专业展的筹备先后顺序来写,脉络清晰,论述和解读依次展开。本书适合于会展业各级管理人员,也可以作为会展业的培训教材,还可以作为高等院校会展专业的教材使用。

受学识与能力所限,本书中所表述的观点与见解,不当之处恐在所难免,望读者不吝赐教。

华谦生

2015年3月于广州

目 录

第一章 专业展览会概述	1
第一节 世界专业展览会概况	1
第二节 中国专业展览会概况	8
第三节 影响专业展览发展的因素	16
第四节 影响专业展览会生命力的因素	26
第二章 展会策划	32
第一节 策划展会的基本内容	32
第二节 规划专业展览会的发展战略	48
第三节 分析专业展览会立项的可行性	55
第四节 创立专业展览会的品牌形象	65
第三章 展会营销	76
第一节 整体营销	76
第二节 招展	82
第三节 招商	94
第四节 网络营销	102
第五节 展会客户关系管理	111
第四章 会议与活动	118
第一节 展会期间的会议和活动策划	118
第二节 会议的一般流程	123
第三节 各种会议	133

第四节	各种活动	141
第五章	展务与服务	146
第一节	基本内容	146
第二节	服务商种类及其管理	156
第三节	重要资料编写与发放	167
第四节	展会开幕	172
第五节	展会现场工作	179
第六节	安全管理	184
第六章	进度管理	197
第一节	展会整体进度管理	197
第二节	招展进度管理	204
第三节	招商进度管理	211
第四节	宣传推广进度管理	217
第五节	展会服务及筹展撤展进度管理	221
参考文献	228

第一章 专业展览会概述

展览业被誉为“经济的晴雨表”。专业展览会构成世界展览业的主体，世界上绝大部分展会都是专业展览会。专业展览会是展览会展览题材所在产业的交易、展示、发布、信息的多功能平台。专业展览会的发展受多种因素的影响和制约。

第一节 世界专业展览会概况

展览业在世界的发展迄今已经有 150 多年的历史。如今，不论是从展览会数量还是从展览会总面积上看，专业展览会都是世界展览业的主体。在世界展览业市场中，欧洲是展览业最为发达和成熟的地区，美国的展览业独具特色，中国的展览业发展迅猛。

一、专业展览会的概念和特点

专业展览会和综合性展览会是相对的，它是指展品范围只包含某一个产业或以某一个产业为核心而延伸至产业链上下领域的展览会。所谓产业，一般是指在国民经济统计类别中所进行的行业分类的各单项。专业展览会的展览时间一般是 3 到 4 天，也有稍长一些的，但很少有超过 7 天的。

专业展览会除具有展览会所共有的特征，如聚集性、时间性、开放平台、中介地位等以外，还具有以下独有的特点：

（一）展品范围只专注在一个产业里

专业展览的展品范围往往比较“专业”，多局限在某一个产业里，只接受该产业里的产品在自己的平台上进行展示和发布及成交。如果该产业的延伸性较强，专业展览会的展品范围也可能延伸到整个产业链并涉及其上下游关联领域。当不是该产业或者产业链的产品出现在某个专业展览会时，该专业

展览会往往会被业界认为是“不专业”。因此，专业展览会一般不接受非展览题材所在产业的产品来展出。

（二）展会功能以微观为主

从总体上看，展览会的功能可以分为宏观功能和微观功能两种。展览会的宏观功能，是指举办展览会带动经济发展和社会文化科技进步的功能，是从行业和社会等宏观角度出发希望展览会能带来的效益。展览会的微观功能，是指举办展会能给展会举办单位以及参展商和观众所带来的效益，如给参展商和观众带来的贸易成交、新品展示、发布和信息等功能。特别是对专业卖家尤为重要。与综合性的展览会不同，专业展览会往往更多地着眼于展览会微观功能的实现。对于展览会的宏观功能，往往是专业展览会实现了微观功能后的边际溢出效益的叠加。

（三）注重合作和共赢

和大型综合类展会注重政府或机构之间的关系不同，专业展览会往往非常注重展会与参展商和观众之间的合作和共赢。只有实现展会与参展商和观众之间的合作与共赢，专业展览会才能取得发展。追求合作和共赢是专业展览会能得以不断发展的动力。专业展览会与参展商和观众之间的合作和共赢主要体现在三个方面：一是追求展会与参展商及观众之间的合作与共赢，这是展会能得以保持可持续发展的基础和保障；二是追求办展单位之间的合作与共赢，这是在“竞合”的大环境下，办展单位之间能保持长期合作的基础，也是展会能快速发展的保障；三是追求微观层面和宏观层面的共赢，主要是展会带动经济及相关产业发展与展会自身发展之间的共赢，以及展会自身发展与借助展会来实现一些其他社会、科技和外交等方面目标之间的共赢。这一点在大型专业展览会表现得尤其明显。

二、专业展览会的发展历程

展览活动的形成是人类社会生产力发展到一定阶段的产物。一般认为，现代展览业是从古代的集市和庙会等形式发展起来的。作为现代展览业发展的起点，1851年5月在英国伦敦首次举办的“万国工业博览会”是一个里程碑式的事件，它被公认为现代展览业的正式开端。

（一）1851年以前的展览业

在1851年5月英国伦敦“万国工业博览会”之前，展览业主要是以集市和庙会等形式出现的，在后期，才开始有一些政府或机构组织举办的展览会。集市和庙会是展会最初发展的雏形。从历史发展来看，中国的庙会和欧洲的集市都具有十分悠久的历史，是现代展览业的源头。

我国早在西周（公元前1100—公元前771）时期即有陕西岐山风雏山村的宗庙会，一年一次，会期3天；元朝（1271—1368）时，元大都的集市多达30多个；明朝（1368—1644）时，北京的城隍庙、隆福寺、护国寺、白云观等地是定期庙会的场所，明代与北方游牧民族进行交易的由国家控制的马市即茶马市也非常有名；清代（1644—1911）时，北京的白塔寺、隆福寺和护国寺是著名的三大庙会所在地。清代在传统集市的基础上，又逐步发展出了具有全国规模的一些专业集市，如无锡、芜湖的米市，河北安国的药市。河北安国的药市最为典型，它作为专业的药材集市，一年春秋两次，安国药市已初步具备近代专业展览会的形式和内容了。

欧洲集市源于古希腊，古奥林匹克时期希腊就有了常规的集市，与奥林匹克运动会同时举行；古罗马时期，出现了每周举行一次的集市贸易。到了中世纪，贸易集市已经盛行于一些人口集中、商业较为发达的欧洲城市了。欧洲公认最早的国际性集市，是公元629年法国巴黎近郊圣丹尼斯举办的交易会。到12~13世纪时，法国北部的香槟集市是最著名的国际性集市。14世纪以后，工业的迅速发展、商业的兴盛和批发商的兴起改变了传统集市的经营方式，集市渐渐地演变为样品博览会。

人类跨入资本主义时代以后（1640年前后），商品经济逐渐上升为占统治地位的经济形式，早期原始展览会的形式也开始发生根本性的变化。如1667年，法国举办了第一个艺术展览会，与以往的传统集市相比，这是一个纯展示性质的展览会，不以商品交换为目的。这个展览会，使展览会的展出目标开始超越了商品交换和贸易成交的目的，展览会的展出目的开始多样化。

18世纪末，在工业革命的推动下，世界经济进入了更加快速的发展期，各种新产品、新技术层出不穷，展览会开始出现了很强的展示性和宣传性，并开始出现有着严密的组织体系的展览会。如1798年法国举办的“共和国工

业产品展”，这是世界上第一个由政府组织的国家工业展览会。第一届法国工业展览会有 110 家厂商参展，时间为 3 天，展出了法国当时最新的工业产品。以往展览会基本都是地方或地区规模，而法国的国家工业展览会将展览会的规模扩大到国家层面，这有利于展示和了解国家工业的整体水平，显示成就，促进发展。此后，许多国家模仿法国举办国家工业展览会。不过，由于当时贸易保护主义盛行，各国为发展自身工业，视他国为竞争和威胁，因此，当时的国家工业展览会基本没有外国参展者。

（二）万国工业博览会

1851 年 5 月，当时号称为“日不落帝国”的英国在伦敦举办了“万国工业博览会”，这是世界上第一次举办的有多个国家参加的国际规模的展览会，它被普遍认为是现代展览业的开端。博览会展出面积约 10 万平方米，展出产品约 10 万件，分原料、机器、产品和工艺等展区，有 17 000 名参展者。其中，约 50% 是英国的参展者，50% 来自世界其他 40 多个国家，展览时间为 141 天，参观者达 6 039 145 人次。“万国工业博览会”后来逐步发展成为现在的世界博览会。

1851 年英国伦敦举办“万国工业博览会”的主要目的，是向世界各国商贸人员、社会名流和旅游观光者等各类到博览会参观的观众展示和宣传工业革命带来的新科技成果和新的生活理念。这次博览会是世界展览业发展历史上的里程碑，它不仅规模空前，而且打破了以往国家工业展览会仅仅以促进本国经济发展为目的、视其他国家为威胁的思维，强调通过国家间的合作和贸易来促进各国社会和经济共同发展的理念，博览会的举办对扩大当时的国际贸易起了积极的推动作用，也促进了当时世界科技文化的交流和发展。

在博览会举办期间，还进行了展品评比和工艺展示等活动，博览会取得了极大的成功，产生了深远的社会和经济影响，并奠定了日后世界博览会的基本模式。在这次博览会举办以后，世界各国竞相争办世界博览会，而不同时期举办的世界博览会都不同程度地留下了社会、文化、科技、建筑等方面的时代印记。由这次博览会发展起来的世界博览会，对人类社会、经济、科技和文化的发展起着重要的引导和推动作用。

（三）1851 年以后的展览业

不论是早期的集市和庙会，还是后来发展起来的工业博览会，都不具备

现代展览会的现代商业需求。对于早期的集市和庙会来说,其有目的的组织形式薄弱,虽然重视商品成交,但展示和宣传功能缺乏,无法满足大批量交易的需要;对于早期的工业博览会,其过于强调展示与宣传功能,对商品贸易成交的功能又比较缺乏,也无法满足大批量交易的需要。

于是,1894年德国在莱比锡举办了第一届国际工业样品博览会。这个博览会兼具了集市的市場性和工业展览会的展示性,即以展示为手段,以交易为目的。这次博览会被认为是现代贸易展览会的最初形式,现代展览业由此走上了规范化和市場化的轨道。这种新型的展览形式非常符合经济和市場的需要,它不仅逐渐成为以后展览业的主要形式,也促使展览业在西欧迅速发展起来。到1928年11月,来自31个国家的政府代表在法国巴黎签订了《国际展览公约》,1931年,正式成立了公约的执行机构——国际展览局(简称BIE)。

在我国,走向现代展览业也是一个逐步的过程。1905年,清政府工商部在北京前门设“京师劝工陈列所”,展示各地工业品,并附设劝业商场销售商品,这是中国现代展览会的雏形。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,掀开了中国近代展览业的第一页。大会分设各省、纺织、茶叶、工艺、武备等馆,会期3个月,除两江以外,东北、直隶、湖北、陕西、湖南、四川、河南、山东、云贵、安徽、江西都纷纷参展,东南亚的一些国家也前来参展,展览期间观众达20多万人。南洋劝业会是中国历史上具现代展览概念的第一个商业博览会。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”。1929年,浙江杭州举办了西湖博览会。

第二次世界大战以后,世界各国在都致力于经济建设和科技教育事业的发展,社会劳动分工越来越细,产品更新速度也越来越快,现代展览会开始向专业化方向发展。到20世纪60年代,专业性展览会已成为展览业的主导形式。

20世纪70年代以后,随着国际分工体系的日益深化,经济全球化日趋明显,展览业在全球范围内更加蓬勃地发展起来,逐渐发展成为国际性、全球化的产业。20世纪90年代后,信息技术的发展又推动着世界展览业朝着信息化和高科技化方向发展。如今,展览业已经成为一个在全球国民经济中

占有相当比重，并对各国经济发展产生重要影响的重要的经济部门。

在我国，1949年中华人民共和国成立至20世纪80年代初期，展览会主要是由政府主导举办。从80年代后期开始，中国的展览业逐步向市场化方向发展。在经过近30年的迅猛发展以后，展览业已发展成为我国国民经济中重要的新兴产业。

三、世界专业展览会简介

世界展览业的大致分布为：欧洲的展览业是世界最为发达的地区，德国、意大利、法国、英国是欧洲主要的展览强国；美国是世界的展览大国，是北美地区的主要展览强国；亚洲的展览业主要在中国、日本、新加坡和阿联酋；非洲主要集中在南非和埃及；南美洲主要集中在巴西（见表1—1）。

表 1—1 世界主要展览馆室内展览面积一览表（2013年）

Exhibition Centres Worldwide 2013

Exhibition capacities
gross in sq. m.

Location	Hall
Hannover Exhibition grounds	460,437
Frankfurt/Main Exhibition grounds	355,535
Fiera Milano	345,000
China Import & Export Fair Complex Guangzhou	340,000
Cologne Exhibition grounds	284,000
Duesseldorf Exhibition grounds	262,704
Paris-Nord Villepinte	242,582
McCormick Place Chicago	241,549
Fira Barcelona Gran Via	240,000
Feria Valencia	230,837
Paris Porte de Versailles	227,380
Crocus Expo IEC Moskau	226,399
Chongqing International Expo Centre	204,000
The NEC Birmingham	201,634
BolognaFiere	200,000
IFEMA Feria de Madrid	200,000
SNIEC Shanghai	200,000
Orange County Convention Center Orlando	190,875
Las Vegas Convention Center	184,456
Munich Exhibition grounds	180,000
Nuremberg Exhibition grounds	160,000
Berlin ExpoCenter City	155,000
VeronaFiere	151,536
Wuhan International Expo Center	150,000
Messe Basel	141,000
IMPACT Muang Thong Thani Bangkok	140,000

Status: 1.1.2013

资料来源：AUMA, The German trade fair industry: facts, functions, outlook (2013)。

（一）欧洲的展览业

德国是当今世界头号展览强国。每年，德国举办150场左右的国际专业

展览会,世界10大知名展览公司有6家是德国的展览举办机构,世界最大的5个展览中心有3个在德国。德国有23个大型展览中心,超过10万平方米的有8个,总室内展览面积超过240万平方米。全世界最知名的大型国际专业展览会有2/3是在德国举办的。德国主要的展览城市有汉诺威、法兰克福、慕尼黑、科隆、杜塞尔多夫、柏林等。德国举办的专业展览会国际性强、规模大、管理科学。

意大利每年举办约1200场展览会,其中约200场具有一定的影响力。意大利的展览业主要集中在米兰、博洛尼亚、热那亚、维罗纳和罗马等城市,其中,米兰是意大利最重要的展览中心城市。

法国每年举办约1400场展览会,其中约120场具有较强的国际影响力。法国拥有160万平方米室内展览面积的展览馆,其中巴黎拥有55.4万平方米。法国的展览场地所有者一般不举办展览会。法国的展览会主要集中在巴黎、里昂、波尔多和里尔。

(二) 北美洲的展览业

美国是世界最大的经济体,也是世界展览强国。美国每年举办展览会数量多达数千个,但展览会的国际化程度较欧洲低,许多展览会是面向美国国内市场,是美国的“州际贸易展览会”。美国的展览场地所有者一般不举办展览会。美国的展览中心城市主要有:奥兰多、纽约、拉斯维加斯、芝加哥、亚特兰大、达拉斯、休斯顿、波士顿、洛杉矶等。

(三) 亚洲的展览业

新加坡是亚洲重要的展览中心,其展览始于20世纪70年代。目前,每年举办的各种展览和会议等大型活动达3200多场。多年来,新加坡一直被国际协会联合会(UIA)列为主要会展举办城市之一,全球展览业协会(UFI)在亚洲认证的展览会中有1/3都在新加坡举办。新加坡主要有两大展览馆,一是新加坡博览中心,拥有10万平方米室内展览面积和1.2万平方米的室外展览场地;另一个是新加坡国际展览与会议中心(新达城),室内展览面积为2.5万平方米。

香港是亚洲另一个展览中心,拥有香港会议展览中心和亚洲国际博览馆两大展览馆。2012年,香港举办145场展览会。香港贸易发展局、环球资源、亚洲博闻、香港建发、励展博览5家展览机构主办或合办的展览会从数

量上占到香港举办展览会总数的70%，从面积上占80%左右。

日本是亚洲经济最发达的国家，其展览业也十分发达。日本每年大约举办展览会600场。日本共有各种会展设施291个，总展览面积106.4万平方米。主要分布在以东京为中心的关东区（35.4%），名古屋、静冈周围的中部地区（21.8%）和大阪、神户为中心的近畿地区（17%）。这三大地区的展览设施的展览面积占日本全国的74%。

阿联酋是西亚的展览中心。阿联酋有三大展览馆：阿布扎比国家展览中心、迪拜世界贸易中心和沙迦展览中心。阿联酋乃至海湾地区60%以上的国际性展会都集中在这三个展览馆举办。

中国是亚洲最大的展览市场，有关情况将在下一节专门介绍。

（四）非洲的展览业

非洲的展览业主要集中在南非和埃及。南非凭借其雄厚的经济实力及对周边国家的辐射能力，其展览业在整个南部非洲地区处于遥遥领先的地位。南非每年举办展览会约300场。南非的展览业主要集中在开普敦和约翰内斯堡两个城市。

在北部非洲，埃及凭借其连接亚非欧和沟通中东、北非市场的极有利地理位置，展览业发展迅速。埃及每年举办的大型展览会在30场左右。埃及的大型展览会一般都集中在开罗举办。开罗大型展览馆有两个，一个是开罗展览馆，拥有室内外展览面积近12万平方米；另一个是开罗国际会议展览中心，拥有室内展览面积2万平方米。

（五）拉丁美洲的展览业

拉丁美洲的展览业主要集中在巴西、阿根廷和墨西哥三个国家。其中，巴西位居第一，每年举办展览会约500场；阿根廷紧随其后，每年举办展览会300多场；墨西哥位列第三位，每年举办展览会近300场。除这三个国家外，其他拉美国家的会展经济规模很小，展览业很多尚处于起步阶段。

第二节 中国专业展览会概况

展览业是我国新兴的产业，也是我国发展最快的产业之一。经过多年的快速发展，展览业已经由小到大，发展成为我国服务业一个重要的组成部分。