

会展学原理

俞华 朱立文 著

社科院



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



会展学原理

俞 华 朱立文 著
梁 文 审



机械工业出版社

本书系统介绍了会展的产生与发展、会展基本概念、会展基本类型、会展运作基本流程、会展基本功能、会展基本特性、会展基本特征、会展管理、会展与城市、会展业未来发展趋势等内容。

本书内容丰富，融会贯通中外会展相关理论，理论与实践紧密结合，前瞻性与现实性相统一，深入浅出，推陈出新。本书既可作为全国普通高校会展专业本科生教材，专科生的教学参考书，也可作为会展在职培训教育的教学参考书，还可以作为各级政府领导、会展管理部门、会展从业人员、各类企业高层管理者和市场营销人员工作参考用书，也适合旅游业、商业、信息业、物流业、广告业、建筑业、传媒业等有关人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

会展学原理/俞华, 朱立文著. —北京: 机械工业出版社, 2005. 9

ISBN 7-111-17338-4

I. 会... II. ①俞... ②朱... III. 展览学—理论
IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 1504 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 曹雅君 版式设计: 霍永明

封面设计: 鞠 杨 责任印制: 陶 湛

北京铭成印刷有限公司印刷

2005 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

1000mm × 1400mm B5 · 8.625 印张 · 289 千字

0001—5000 册

定价: 26.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68326294

封面无防伪标均为盗版

序 一

伴随着中国会展业的快速发展，近二三年中国会展理论界成果迭出，国内众多出版单位着实出版了一大批内容丰富、可读性强、品味高且极具使用价值的会展书籍。2004年的各类理论成果中，学术性强的首推这本《会展学原理》。

本书两位作者是近年活跃在我国会展理论界的新锐人物，两人在开展会展理论研究上共同的特点是，既善于以会展理论指导自己的会展实践，又能在会展实践的基础上升华会展理论，非常注重会展实践与理论的结合与互动。朱立文系会展界资深媒体人士，现任《中国市场·会展财富》杂志社主编，发表会展论著颇丰，还曾成功地发起并组织“2003中国会展业年度评选”活动，不必赘笔介绍。俞华作为会展理论界的后起之秀，2003年连续发表多篇有关会展学的系列论文并在全国会展理论研讨会上作了专题报告，系统地论述了建立会展学的必要性与可能性，在我国会展界产生一定反响，引发了关于会展学科理论体系的讨论与争鸣。

会展学能否作为一个独立的学科以及如何构建其学科体系，是会展理论界目前仍然争议较大的课题。我本人虽然对此没有太深的研究，但窃以为对此展开学术研究不仅必要且非常有意义。《会展学原理》就是探讨这一学术热点的最新专著，其对此问题的探讨是相当系统并独具建树的：

一是具有一定的高度、深度、广度。作者运用相关学科理论，体现了理论高度；运用信息经济学理论解释会展经济现象，运用“场”等情报学前沿理论解释会展现象，体现了研究深度；全书内容涉及会议学、展览学、博物馆学、经济学、信息学、管理学、旅游学、建筑学、物流学、艺术学、环境科学、安全科学、传播学、社会学、文化学、教育学、科技管理学、公共关系学、心理学、政策学、法学、美学等众多学科，体现了研究广度。

二是体现了系统性、前瞻性、实用性。全书运用系统论方法阐述的每一个会展环节都体现了全面系统性。如，会展学科体系构架了十几个会展学分

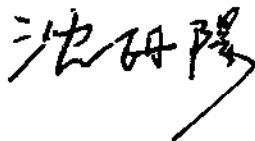
支学科；会展功能部分将经济辐射功能、信息传播功能、人文体验功能、文化教育功能、领导管理功能讲全；会展特性部分将经济、信息、传播、艺术特性讲全；会展特征部分将十大对立统一的共轭特征讲全；会展管理部分涉及宏观、微观管理，这些都体现了系统性。书中对于网上会展的发展趋势、中外现实会展的发展趋势进行科学预测，以及力图开创新学科的大胆探索等，则体现了前瞻性。这本书关于会展运作基本流程、会展管理等论述，具有较强的可操作性，可以用于指导会展实践，也可以为会展教育与培训增加一种可供选择的教材，因此，具有较强的实用性。

三是全书体系新、观点新、资料新。此书不同于近几年出版的其他会展概论性教材或编著，有许多创新性的内容，特别是其整体结构体系是全新的，对于会展基本概念、基本类型、基本功能、基本特性、基本特征等会展基本原理的论述最为系统，其中有关会展基本特性、基本特征等范畴系会展理论的“硬骨头”；全书几乎每一章都融入作者的独立思考和创新意识，如会展学、会展共轭特征、会展信息市场、会展人文体验、网上会展与现实会展辩证关系等，都是作者的创新观点。

从本书的特点看，作者意在打造一本中外会展学开山之作，把会展学开辟为一个新的科学研究领域，因此本书学术价值的重要性不言自明。与此同时，本书还具有相当的应用价值，相信对于会展管理、会展人力资源建设、会展理论研究、企业会展实践，都会具有一定的指导意义，因此，我认为本书是会展理论著作中难得一见的力作，是一本会展工作者值得一读的好书。

是为序。

商务部国际贸易经济合作研究院副院长
兼中国会展经济研究中心主任



2004年12月6日

序 二

经济全球化的根本动力，是科学技术的日新月异和飞速发展。而展览会与博览会为科研成果、技术革新、新发现与新创造在国际生产领域的应用和传播起到不可低估的作用。如 1876 年在美国费城举行的世界博览会上，首次展出了美国人贝尔新发明的电话机，促进了通信工业的迅速发展。在新产品、新技术层出不穷的今天，许多有利于生产发展的产品与技术都是通过展览的宣传和介绍而被社会所接受的。

与此同时，国际展览业作为世界经济的一个组成部分，除每年直接经济效益达到 3 000 多亿美元外，对其他相关行业，如旅游、交通等有着强大的拉动作用，如果展览业本身收益为 1，那么其他相关行业为 9。正是这种对世界经济的强大的推动作用和对相关行业的巨大拉动，国际展览业受到世界各国的高度重视。

自 20 世纪 90 年代以来，我国会展经济发展取得了巨大的成就，会展业每年以 20% 左右的速度增长。我国加入世界贸易组织后，中国与世界各国的经济贸易往来进一步加强，中国会展业快速发展，会展作为国家贸易经济的桥梁和载体，对国民经济发展起着不可替代的促进作用，2003 年中国展览业产值上升到 80 亿人民币，在国民经济中所占比例较 2001 年翻了近一番，中国会展产业形态已经基本形成，已经成为推动经济发展的新的增长点，在国民经济中起到了积极的促进作用。

中国未来会展业的做大做强，有赖于“做活”，即会展业中的用人要活。在会展业中，人力资源是最为宝贵和最为稀缺的资源。展览企业的利润首先源于人的创意，一个成功展览会的基础是一个好的创意。接着，它需要人来组织和调配各种资源，对创意进行实施。在展览行业中，许多人需要既动脑、又动手；既是组织者、又是实施者。在这个行业中，一个优秀的人才常常能为企业带来较为丰厚的利润。但是，这个行业中的人才又是最为稀缺的。即使在欧洲这样展览历史悠久的地区，也没有一所大学能够培养出全而

的展览人才。会展界的人才培养有赖于会展教育的支撑，中国现有 20 多所高校开设会展专业，但缺乏高质量的统一的会展教材，会展教育需要科学的会展理论作基础，因此会展实践正迫切呼唤会展学科学理论，建立会展学理论体系已成为中国会展事业发展的当务之急。

《会展学原理》研究方法新颖，综合运用了多种方法，如辩证法、系统方法、信息方法、协同方法、观察法、社会调查法等。这些方法与数学方法相结合，既定性，又定量。

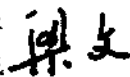
全书观点创新，结构严谨，逻辑严密，推理科学，文字流畅，内容丰富，资料翔实，形式活泼(公式、图、表、案例资料齐备)，深入浅出，自成体系。全书体现了体系新、观点新、资料新等特点。

全书体现了求真务实的科学精神，理论与会展实践紧密结合，针对会展实践中的实际问题总结升华会展理论，书中会展理论具有针对性、实用性；全书融会贯通中国与外国会展理论，既体现了开阔的国际视野，也立足于中国国情，很好地体现了中国特色与国际接轨；全书运用众多相关学科前沿知识，研究成果具有前瞻性；全书的观点既创新，又与以往的展览学、会议学研究成果相衔接，体现了包容性。总而言之，全书很好地体现了前瞻性与现实性相统一，学理性与实用性相统一，系统性与开放性相统一。

本书出版后将作为我国会展理论界一部划时代的专著，对于我国会展人才的培养具有重要作用，也必将对国内外会展事业的可持续发展起到重要的促进作用。

中国展览馆协会理事长

中国国际展览集团总裁



2004 年 12 月 1 日

前 言

会展活动是人类经济文化交流发展到一定阶段的产物。当今世界会展业如火如荼发展,我国会展经济也方兴未艾,随着2008年北京奥运会、2010年上海世界博览会筹备工作的步伐加快,我国会展人力资源建设迫在眉睫,会展教育培训工作迅速升温,越来越多的会展业内人士在呼吁尽快构建会展学科理论体系,这种会展学学科建设意识正逐渐深入展界人心。

从历史条件、理论准备、学科建设队伍看,建立会展学可谓水到渠成。就世界范围看来,会展已有很长历史,特别在一百五十多年现代会展实践活动中,人们积累了丰富的经验,其中有成功的探索,也有失败的教训;从理论准备看,国内外都有一批会展理论家留下了一批宝贵的会展理论财富,一些经典学术专著、优秀的论文,分别从经济学、展示设计学、旅游学、信息学、建筑学、物流学、安全科学、历史学、会议学、展览学等不同学科的视角研究会展,构成会展理论宝库,特别是我国众多学者积极探索会展基本原理,奠定了会展学学科建设的理论基础;从学科建设队伍看,国内外专职的会展研究机构、教育机构如雨后春笋般不断涌现,会展学科建设队伍茁壮成长。

本书致力于开创会展学新学科,综合运用科学学、经济学、信息学、传播学、艺术学、管理学、旅游学、会议学、展览学等众多会展相关学科的知识,系统探讨了会展学的诞生条件、研究对象、研究内容、研究方法、学科性质、学科体系。本书结构共分八章,内容包括会展基本概念、会展产生与发展、会展基本类型、会展运作基本流程、会展基本功能、会展基本特性、会展基本特征、会展管理、会展与城市、会展业的未来发展趋势等。本书作者还经过大量的搜集整理工作,提供如下一些有关附录:世界会展专业组织(机构)英语缩略语、国际展览专业网站集萃、外语展览期刊集萃等,给后续研究者以查询会展研究资料的线索。

作为会展学基本原理书籍,本书理当具有一定理论深度,读者对象以会

展专业本科生为主，也可以用做会展专业专科生以及会展职业培训教学用书。

本书得以付梓，是集体智慧的结晶。第一，本书两位作者通力合作，借鉴了国内外诸多会展同行的会展研究成果。笔者设计全书框架、拟定全书大纲和各章内容要点，并负责撰写第1章的前两节(1.1、1.2)，以及2、3、4、5、8章；朱立文负责撰写第1章的后两节(1.3、1.4)，以及6、7章，并整理提供附录A、B、C、D，最后笔者负责对全书予以总纂、定稿。第二，我们得到了国内外会展权威人士的支持、指导，如前国际展览业协会主席Sandy Angus的指教，国际展览业协会副主席兼亚太区主席陈若薇女士、国家商务部国际贸易经济合作研究院副院长兼中国会展经济研究中心主任沈丹阳博士高屋建瓴的指导；第三，我们得到很多师长的悉心指导。笔者曾为南京大学与中国科学院联合培养博士研究生，研究方向为会展理论，我的博导夏文正研究员、金碧辉研究员、苏新宁教授严格要求我潜心深入进行会展基本原理研究，不时监督本书的写作计划进展情况，金碧辉老师更是耳提面命，给予了大量的教诲、鼓励、鞭策和雪中送炭的资助。衷心感谢我昔日宣城师范学校班主任老师、现国家财政部某司司长丁学东博士对我的方法论指导，衷心感谢中国科学院文献情报中心的主任张晓林教授、徐引箴研究馆员、冷伏海教授、初景利教授、王静珠教授，南京大学信息管理系主任沈固朝教授、单启成教授、刘树民教授、陈雅教授的关心和支持；深深感谢原芜湖市副市长吴克明同志选我为芜湖市会展经济办公室秘书策划部部长，将我领上会展之路；非常感谢芜湖市科技局王兴凤局长、中国贸促会芜湖支会陈宇会长给予了很多有益的会展科研帮助。第四，中国贸促会—上海交大会展经济发展研究中心主任过聚荣对本书提纲曾提出有益的建议；国家商务部中国会展经济研究中心副主任李永江、上海图书馆上海世博信息中心主任黄显功提供会展资料帮助；撰写过程中得到中国科学引文数据库、《会展财富》杂志社的大力支持；第五，中国展览馆协会理事长、中国国际展览集团总裁、北京大学国际关系博士梁文先生在百忙之中，对本书进行主审把关；第六，全国高校会展教育界陈建国、夏学英、党金学、刘宏伟、龚平、了萍萍、甘巧林、刘洋、任志宇、刘松萍、张健康、张旭妍、任国岩、陈献勇、张璟、南中信等众多老师以及广大读者的鼓励支持，是你们给了本书充分的展示空间。

本书完稿之时，笔者心中难免忐忑不安，因本书涉及太多相关学科，把

握平衡并非易事，望本书能起到抛砖引玉的作用，可以有幸得到会展同行的批评指正，引起更多的精英关注会展学，投身会展学科建设的宏伟事业中。由于时间仓促，作者水平有限，书中不当之处在所难免，恳请各位专家、读者不吝批评、指正。

俞 华

2005年7月28日于北京芳城园

目 录

序一 序二 前言

| | |
|---------------------------|----|
| 第1章 绪论 | 1 |
| 1.1 会展学导言 | 1 |
| 1.1.1 会展学诞生的社会背景 | 1 |
| 1.1.2 会展学的研究对象和研究内容 | 7 |
| 1.1.3 会展学的研究方法 | 9 |
| 1.1.4 会展学的学科性质..... | 10 |
| 1.1.5 会展学的学科体系..... | 12 |
| 1.2 会展的基本概念..... | 13 |
| 1.2.1 会展的定义..... | 13 |
| 1.2.2 展览、展览会与博览会的概念..... | 16 |
| 1.2.3 会议的概念..... | 23 |
| 1.3 会展的产生与发展..... | 26 |
| 1.3.1 展览会的产生与发展..... | 26 |
| 1.3.2 会议的产生与发展..... | 38 |
| 1.4 会展基本类型..... | 42 |
| 1.4.1 展览会的分类..... | 42 |
| 1.4.2 会议的分类..... | 53 |
| 第2章 会展运作基本流程 | 57 |
| 2.1 展览会运作基本流程..... | 57 |
| 2.1.1 展前工作..... | 57 |
| 2.1.2 展期工作..... | 61 |

| | |
|--------------------------|------------|
| 2.1.3 展后工作 | 63 |
| 2.2 会议运作基本流程 | 65 |
| 2.2.1 会前工作 | 65 |
| 2.2.2 会中工作 | 70 |
| 2.2.3 会后工作 | 73 |
| 第3章 会展的基本功能 | 75 |
| 3.1 经济辐射功能 | 75 |
| 3.1.1 联系和交易功能 | 75 |
| 3.1.2 整合营销功能 | 77 |
| 3.1.3 调节供需功能 | 78 |
| 3.1.4 技术扩散功能 | 79 |
| 3.1.5 产业联动功能 | 80 |
| 3.1.6 促进经济一体化功能 | 83 |
| 3.2 信息传播功能 | 84 |
| 3.2.1 会展是信息交流传播的媒介和载体 | 84 |
| 3.2.2 会展具有传播功能 | 86 |
| 3.3 人文体验功能 | 90 |
| 3.3.1 人性化的会展城市环境 | 90 |
| 3.3.2 人性化的会展设计 | 92 |
| 3.3.3 人性化的会展活动项目 | 93 |
| 3.3.4 人性化的会展服务 | 94 |
| 3.4 文化教育功能 | 96 |
| 3.4.1 弘扬并创新文化 | 96 |
| 3.4.2 教育宣传作用 | 97 |
| 3.4.3 科研的重要环节 | 100 |
| 3.5 领导管理功能 | 102 |
| 3.5.1 会议是实施领导的重要工具 | 102 |
| 3.5.2 会议是管理的重要手段 | 104 |
| 3.5.3 “无效会议”削弱会议的领导和管理职能 | 107 |
| 第4章 会展的基本特性 | 109 |
| 4.1 会展的经济特性 | 109 |
| 4.1.1 会展——特殊信息市场 | 109 |

| | | |
|------------|------------------------|------------|
| 4.1.2 | 会展的营销特性 | 116 |
| 4.1.3 | 会展中的体验经济 | 117 |
| 4.1.4 | 会展市场构成因素 | 119 |
| 4.1.5 | 会展产业组织分析 | 120 |
| 4.2 | 会展的信息特性 | 130 |
| 4.2.1 | 从信息科学经典理论看会展信息交流 | 130 |
| 4.2.2 | 会展蕴含着丰富的情报源 | 131 |
| 4.2.3 | 会展现场环境是信息交流“场” | 134 |
| 4.2.4 | 电子商务全面介入会展业 | 136 |
| 4.3 | 会展的传播特性 | 138 |
| 4.3.1 | 展览会符合经典的传播“五W”模式 | 138 |
| 4.3.2 | 会展传播的方式 | 141 |
| 4.4 | 会展的艺术特性 | 143 |
| 4.4.1 | 会展的艺术特点 | 143 |
| 4.4.2 | 现代展览会源自艺术展 | 143 |
| 4.4.3 | 现代会展运用艺术手段进行展示 | 144 |
| 第5章 | 会展的基本特征 | 146 |
| 5.1 | 集聚性与辐射性 | 146 |
| 5.2 | 盈利性与公益性 | 148 |
| 5.3 | 高效益性与高风险性 | 150 |
| 5.4 | 竞争性与人文性 | 152 |
| 5.5 | 标准化与特色化 | 153 |
| 5.6 | 传统性与时尚性 | 155 |
| 5.7 | 直观性与虚拟性 | 156 |
| 5.8 | 互动性与内省性 | 157 |
| 5.9 | 艺术性与科学性 | 158 |
| 5.10 | 关联性与独立性 | 161 |
| 第6章 | 会展管理 | 163 |
| 6.1 | 会展宏观管理 | 163 |
| 6.1.1 | 政府主导型会展宏观管理 | 164 |
| 6.1.2 | 非政府主导的会展宏观管理 | 168 |
| 6.2 | 会展微观管理 | 171 |

| | | |
|------------|--------------------|------------|
| 6.2.1 | 会展项目管理 | 171 |
| 6.2.2 | 会展品牌化管理 | 173 |
| 6.2.3 | 会展人力资源管理 | 176 |
| 6.2.4 | 会展财务管理 | 177 |
| 6.2.5 | 会展物流管理 | 179 |
| 6.2.6 | 会展客户服务管理 | 180 |
| 6.2.7 | 会展评估管理 | 182 |
| 第7章 | 会展与城市 | 189 |
| 7.1 | 会展与城市经济社会发展 | 189 |
| 7.1.1 | 会展提高城市知名度 | 189 |
| 7.1.2 | 会展促进城市功能定位和要素的合理流动 | 190 |
| 7.1.3 | 会展促进城市扩大贸易和招商引资 | 191 |
| 7.1.4 | 会展促进城市经济一体化 | 191 |
| 7.1.5 | 会展促进城市基础设施建设 | 191 |
| 7.1.6 | 会展促进城市文明素质的提高 | 192 |
| 7.2 | 城市发展会展业的条件 | 194 |
| 7.2.1 | 城市经济实力条件 | 194 |
| 7.2.2 | 城市的制度和政策条件 | 195 |
| 7.2.3 | 城市区位条件和社会文化条件 | 196 |
| 7.3 | 中国会展城市发展的格局 | 197 |
| 7.3.1 | 环渤海会展经济带 | 198 |
| 7.3.2 | 长三角会展经济带 | 198 |
| 7.3.3 | 珠江三角洲会展经济带 | 199 |
| 7.3.4 | 东北会展经济带 | 200 |
| 7.3.5 | 中西部会展经济带 | 201 |
| 第8章 | 会展业的未来发展趋势 | 202 |
| 8.1 | 网上会展与现实会展的辩证关系 | 202 |
| 8.1.1 | 网上会展与现实会展的差异 | 202 |
| 8.1.2 | 网上会展与现实会展的关系 | 204 |
| 8.2 | 世界会展业现状及未来发展趋势 | 210 |
| 8.2.1 | 世界会展业现状简述 | 211 |
| 8.2.2 | 世界会展业未来发展趋势 | 214 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 8.3 中国会展业的现状和未来 | 217 |
| 8.3.1 中国会展经济现状 | 217 |
| 8.3.2 中国会展业未来走向 | 220 |
| 附录 | 230 |
| 附录 A 世界会展专业组织(机构)英语缩略语 | 230 |
| 附录 B 国际展览专业网站集萃 | 234 |
| 附录 C 外语展览期刊集萃 | 251 |
| 附录 D 历届世界博览会举办情况一览表 | 252 |
| 参考文献 | 255 |
| 后记 | 260 |

第 1 章

绪论



内容提要

会展活动是人类经济文化发展到一定阶段的产物。

会展是指在特定的空间、时间内多人集聚，围绕特定主题进行和平交流活动。狭义的会展即指展览会和会议，广义的会展包括展览会、会议和大型节事活动。展览会的产生与发展可分四个阶段：原始阶段、古代阶段、近代阶段和现代阶段。会议伴随人类的全部生存与发展史。长期以来，会展业中按照会展性质、内容、规模、举办单位、时间、地点等因素来划分会议、展览会类型。

1.1 会展学导言

1.1.1 会展学诞生的社会背景

会展活动是人类经济文化交流发展到一定阶段的产物。当今世界会展业正如火如荼发展，我国会展经济也方兴未艾，随着 2008 北京奥运会、2010 年上海世界博览会筹备工作的步伐加快，我国会展人力资源建设迫在眉睫，会展教育培训工作迅速升温，越来越多的会展业内人士在呼吁尽快构建会展学科理论体系，这种会展学学科建设意识正逐渐深入展界人心。

1. 会展学创建的历史条件

就世界范围看来，会展已有漫长历史，特别在一百五十多年现代会展实践活动中，人们积累了丰富的经验，其中有成功的探索，也有失败的教训，这对任何一个学科来说都是十分宝贵的和不可缺少的，因为它是实践的基础。

(1) 会展沿革。会议是自有人类以来就存在的一种社会现象。考古发现很多原始部落的遗址都有氏族开会议事和进行公共活动的大房子。随着生

产力的发展,人类会议活动的种类日渐增多。即使是当今信息时代,尽管各种信息技术和通信手段被广泛运用,但依然不能完全取代面对面的会议。会议活动,作为人与人之间商讨事宜、交流思想、沟通信息、传播文化的有效手段,伴随着人类的生存和发展。

人类社会展览活动原始阶段萌发于原始社会的祭祀活动,直接以农畜产品、手工业产品作为陈列手段的展览,可称为祭祀品展览,往后有宗教艺术展示,再发展到古代物品交易集市的商品陈列展销。

世界古代展览阶段为公元8~16世纪,展览即古代集市、庙会。欧洲集市的规模比较集中,举办周期长,功能比较齐全:零售、批发、国际贸易、文化娱乐,最著名的有中世纪的法国国际贸易集市——香槟集市,在12~13世纪尤为重要,它由法兰西的香槟伯爵建立,在香槟伯爵所管辖领地内的4个城市轮流举行,成为法、意、德、英等国商贾云集之地。香槟集市的形成和发展,是社会分工和生产力发展的结果,是古代会展活动较为完善的形式。

世界近代展览阶段为17~19世纪,这一时期欧洲展览会出现革命性的变化,出现纯展示性的艺术展、纯宣传性的国家工业展。其中1851年的英国“万国工业博览会”(The Great Exhibition of Industry of All Nations)堪称世界展览会历史上的里程碑。当时,工业革命使英国成为“世界工厂”,为向世界展示“日不落帝国”的强大国力,举办了此次史无前例的盛会,历时5个月,观众600多万人次,这标志着人类发现了一种国际间大规模文明交流的新形式。这种展览会逐渐发展成全面反映人类科技、文化的独特的展览会——世界博览会。历届世博会记录了人类征服自然、提高生产率、改善生活质量的历程,堪称人类历史的里程碑。

世界展览的现代阶段表现为贸易展览会和博览会应运而生,成为产品流通的重要渠道,这一阶段的标志是1894年的德国莱比锡样品博览会。样品博览会以展示作为手段,交换作为目的。样品博览会是现代贸易展览会和博览会的早期形式,两次世界大战期间,综合性质的贸易展览会和博览会迅速发展成为主导形式,第二次世界大战后,贸易展览会和博览会朝专业化方向发展,到20世纪60~80年代,在世界范围内急剧发展,成为一个庞大的行业,并形成完整的体系。

据世界权威国际会议组织——ICCA的统计,每年在世界各地举办的各种国际会议(参加国超过4个,参会外宾超过50人)有40多万个,会议总开