

全国高职高专



会展策划与管理
专业系列教材

教育部高等学校工商管理教学指导委员会旅游会展专业组 推荐教材

会展典型案例精析

总主编 马 勇 主 编 马克斌

Huizhan Dianxing Anli Jingxi



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

全国高职高专



会展策划与管理
专业系列教材

教育部高等学校工商管理教学指导委员会旅游会展专业组 推荐教材

会展典型案例精析

主 编 马克斌

副主编 曹鹏志

重庆大学出版社

内容提要

本书以“会、展、节、演、赛”的大会展概念为线索,选取了古今中外的若干典型案例展开叙述和分析,力图使本书具有较强的包容性、广泛性;以其特殊的社会性、文化性、经济性视角对各类会展活动进行审视,力图为读者展现一个广阔的会展世界,旨在帮助提高读者的学习效率;立足中国会展业的实际,努力将会展经济的实践与理论融为一体,突出实用性、应用性,避免从理论到理论的概念重复。

本书不仅可以作为高职高专会展策划与管理专业和旅游管理类专业的学生教材,还可以作为会展、节庆、文化传播、演艺等行业相关人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

会展典型案例精析/马克斌主编. —重庆:重庆大学出版社,2007.9

(全国高职高专会展策划与管理专业系列教材)

ISBN 978-7-5624-4195-3

I. 会… II. 马… III. 展览会—案例—分析—高等学校: 技术学校—教材 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 111904 号

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材

会展典型案例精析

主 编 马克斌

副主编 曹鹏志

责任编辑:江欣蔚 版式设计:江欣蔚

责任校对:邹 忌 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆现代彩色书报印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:18.25 字数:317千

2007年9月第1版 2007年9月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4195-3 定价:26.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

总 主 编:马 勇

副总主编:田 里 高 峻 罗兹柏
谢 苏 张鸽盛

委 员:(以姓氏笔画为序)

马克斌	王礼铤	王 芬
王培英	王 斌	王 瑜
韦晓军	石 强	许传宏
许康平	刘 青	刘晓明
吴亚生	吴 虹	苏大中
陆英美	汪琳姝	张金祥
张树坤	张显春	张跃西
张 策	邱艳庭	杨 智
杨朝晖	林大飞	郑国火
郑建瑜	周国忠	赵军红
胡 强	钱为群	夏桂年
梁 赫	符 蕾	谢晋洋
虞彩玲	谭红翔	颜 逊

总序

进入 21 世纪以来,随着中国社会经济的飞速发展,综合国力的不断增强,国际贸易发展的风驰电掣,会展经济随之迅速成为中国经济的新亮点,在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色,正逐渐步入产业升级的关键历史时期。这一历史时期,会展业能够快速发展的关键是需要大量的优秀专业人才做支撑。据上海世博局预测,到 2010 年,上海世博会对会展人才的需求将达 10 万人。为了适应国内对会展人才需求的日益增长,我国各类高校纷纷开办了会展专业。据不完全统计,截止到 2007 年 4 月,在全国范围内(包含港澳台)开设会展专业和专业方向的学校(包括本科、高职高专院校)有 80 多所,开设会展方面课程的学校已经达到 100 余所,这在一定程度上缓解了我国会展人才紧缺的现状。但是由于我国会展教育起步时间较晚,在课程体系设计、教材建设和师资队伍建设和等方面缺乏经验,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往落后于市场的需求。尤其是目前国内会展教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的现状非常明显,很大程度上制约了我国会展教育和会展业的发展。因此,推出一套权威科学、系统完善、切合实用的全国会展专业系列教材势在必行。

中国的会展教育开办还不到 10 年时间,但我国的会展教育经过分化发展,已经形成了学科体系的基本雏形。如今,会展专业已经形成中等职业教育、高职高专、普通本科和研究生教育这样完整的教育层次体系,这展示了会展教育发展的历程和成果,



同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题。其中最重要的一点,就是如何在不同教育层次和不同的教育类型上对会展教育目标和教育模式进行准确定位。为此,重庆大学出版社策划组织国内众多知名高等旅游院校的著名会展专家、教授、学科带头人和一线骨干教师参与编写了这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,以适应中国会展业人才培养的需要。本套教材的编写出版旨在进一步完善全国会展专业的高等教育体系,总结中国会展产业发展的理论成果和实践经验,推进中国会展专业的理论发展和学科建设,并希望有助于提高中国现代会展从业人员的专业素养和理论功底。

本套教材定位于会展产业发展人才需求数量最多最广的高职高专教育层次,是在对会展职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面的把握和对会展职业教育与普通本科教育的区别理解以及对发达国家会展职业教育的借鉴基础上编写而成的。另外,重庆大学出版社推出的这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,其意义将不仅仅局限在高职高专教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对高职高专会展策划与管理专业的健康发展产生积极的推动作用。

在编写这套教材的过程中,我们力求系统、完整、准确地介绍会展策划与管理专业的基本理论和知识,围绕培养目标,通过理论与实际相结合,构建会展应用型高职高专系列教材特色。本套教材的内容,有知识新、结构新、重应用等特点。教材内容的要求可以概括为:“精、新、广、用”。“精”是指在融会贯通教学内容的基础上,挑选出最基本的内容、方法及典型应用;“新”指尽可能地将当前国内外会展产业发展的前沿理论和热点、焦点问题收纳进来以适应会展业的发展需要;“广”是指在保持基本内容的基础上,处理好与相邻及交叉学科的关系;“用”是指注重理论与实际融会贯通,突出职业教育实用型人才的培养定位。

本套教材的编写出版是在教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游会展专业组的大力支持和具体指导下,由中国会展教育的开创者和著名学者、国内会展旅游教育界为数仅有的国家级教学成果奖获得者和国家级精品课程负责人,教育部高等学校工商管理类学科专业教指委旅游会展专业组负责人、中国会展经济研究会副会长和教育部高等学校高职高专旅游管理类专业教指委委员、湖北大学马勇教授担任总主编。参与这套教材编写的作者主要来自于湖北大学、云南大学、上海师范大学、上海工程技术大学、昆明学院、厦门国际会展职业学院、浙江旅游职业技术学院、深圳职业技术学院、重庆师范大学、武汉职业技术学院、湖北经济学院、湖北职业技术学院、上海第二工业大学、上海新侨职业技术学院、上海工艺美术学院、福建商业高等专科学校、桂林旅游

高等专科学校、南宁职业技术学院、广西国际商务职业技术学院、金华职业技术学院、江西旅游商贸职业学院、北京城市学院、昆明冶金高等专科学校、山东淄博职业技术学院、沈阳职业技术学院等全国 40 多所知名高校。在教材的编写过程中,重庆大学出版社还邀请了全国会展教育界、政府管理界、企业界的知名教授、专家学者和企业高管进行了严格的审定,借此机会再次对支持和参与本套教材编、审工作的专家、学者和业界朋友表示衷心的感谢。

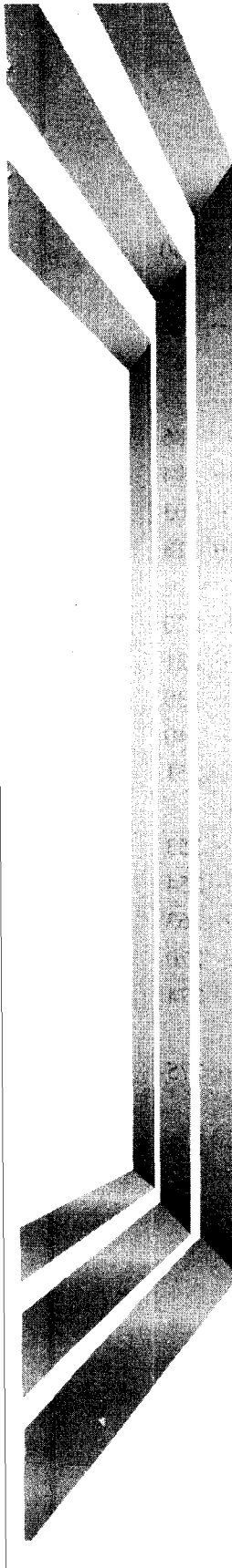
本套教材第一批将于 2007 年 7 月后陆续出版发行 21 本,其中包括《会展概论》、《会展实务》、《会展场馆经营与管理》、《会展心理》、《会展项目组织与策划》、《会展旅游》、《大型活动策划与管理》、《展览服务与管理》、《会展典型案例精析》等。这套书中,部分被列选为国资委职业技能鉴定和推广中心全国“会展管理师”培训与认证的唯一指定教材。本套教材的作者队伍学历层次高,绝大部分具有博士和硕士学位以及教授、副教授职称,涉及的领域多,包括了经济学、管理学、工程学等多方面的专家,参与编写的业界人士,不仅长期工作在会展领域的最前线,而且是业界精英。另外,作为国内高校第一套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,教材内容和教材体系是动态开放的,随着会展业的发展,以确保教材的先进性和科学性,在 2~3 年后将对第一批部分教材进行修订再版,同时正计划开发第二批系列教材,也欢迎您的积极参与!

尽管作者和编委会本着认真负责的态度,尽到了最大努力来编写出版本套教材,但是由于会展业涉及面广,加之编写时间紧等多方面原因,本套系列教材的不足和错漏之处在所难免。因此,恳请广大读者和专家批评指正,以便我们不断完善。最后,我们期待这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材能够得到广大师生的欢迎和使用,能够在会展教育方面,特别是在高职高专教育层次的人才培养上起到积极的促进作用,共同为我国会展业的发展做出贡献。

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材

编委会

2007 年 5 月

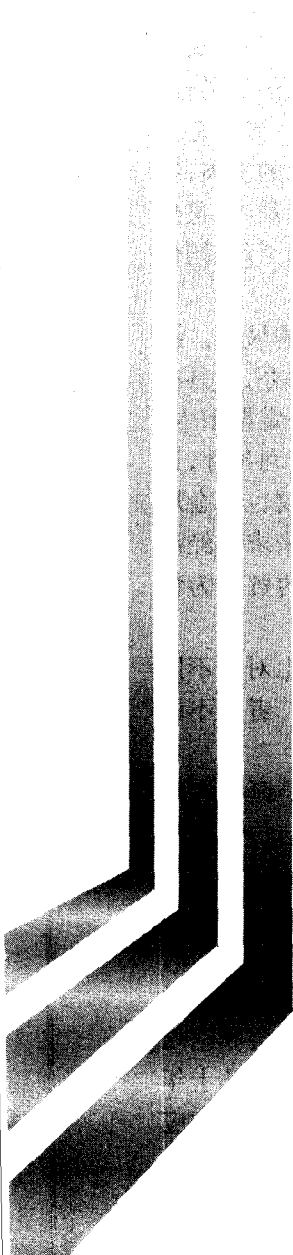


目 录 CONTENTS

第1章 会展的传统观念与新的探索	1
1.1 中国会展经济的历史渊源	3
1.2 西方会展模式的利弊分析	5
1.3 与时俱进的特色变异和创新发展	6
思考题	12
第2章 会议案例精析	13
2.1 达沃斯论坛	14
2.2 海南博鳌论坛	21
2.3 2005年GMS会议	31
2.4 中非合作论坛	42
思考题	53
第3章 展览案例精析	55
3.1 伦敦万国工业品博览会	56
3.2 '99昆明世界园艺博览会	63
3.3 2005日本爱知世界博览会	73
3.4 中国进出口商品交易会(广交会)100届	86
3.5 一个人的消博会	99
3.6 杭州世界休闲博览会	107
3.7 义乌小商品博览会	119
3.8 平遥国际摄影大展	129
思考题	137



第4章 节庆案例精析	139
4.1 与火共舞——中国石林火把节	140
4.2 青岛国际啤酒节	149
4.3 巴西狂欢节	158
4.4 南宁国际民歌节	167
4.5 金鸡百花电影节	177
4.6 中国广告节	186
4.7 中国宁波国际服装节	194
4.8 上海国际艺术节	203
思考题	218
第5章 演艺案例精析	220
5.1 《云南映象》掀起的云南影响	221
5.2 画卷中的演艺——印象·刘三姐	230
5.3 世博吉鑫宴舞	240
思考题	251
第6章 赛事案例精析	253
6.1 中国昆明东川泥石流汽车拉力赛	254
6.2 CCTV 青年歌手大奖赛	263
6.3 国际大专辩论赛	270
思考题	274
参考文献	275
后 记	277



第1章

会展的传统观念与新的探索

【本章导读】

在国内通常的专著中,“会展”一词几乎成为通用的固定术语。纵观世界会展经济在全球的起源和发展,“会展”这一术语,其实在与时俱进地发生变异。按照操办模式的先后顺序进行剖析,德国着力的是展会,而美国则是会展。中国会展的范畴不仅包括论坛、展览的常项,同时也不同程度地包容节庆、演艺、赛事等项目。会展模式在中国已经发生一定变异。

对于世界各国都知晓的会展来说,根据自身历史的延续和经济发展的实力,以及受文化因素的影响,在具体操作时大多会有与时俱进的特色变异和创新发展,对中国来说尤其如此。

【关键词汇】

展会 会展 与时俱进 大会展概念



纵观世界会展经济在全球的起源和发展情况,人们通常判定,欧洲是世界会展业的发源地,具有十分悠久的历史。有关发源地的记载说:早在公元710年,法国北部的圣丹尼省就举办了一个大型的展览会,参展商多达700余家。到公元11世纪,德国的法兰克福已成为一个重要的城市,它于1240年获得当时皇室的批准,每年在法兰克福举办一届秋季国际博览会。事实上,欧洲的展览会是从中世纪的“周市”发展而来的。所谓“周市”(Weekly Market Place),是指每周举办一次的集市贸易,如古罗马的鱼市、米市、油市等,都是专门以买卖双方的交易活动作为办展的宗旨,因而欧洲的展览会一直具有很强的贸易性。到15世纪,莱比锡和许多其他欧洲国家的城市都相继成为著名的世界展览大城市。因此,欧洲是国际会展最早源起的发达地区。经过几个世纪的发展,特别是近百年来,的积累、开拓和创业,欧洲会展经济终究形成规模拓展最大、整体实力最强、专业化操作娴熟、国际化程度很高、交易功能显著等特点。行业同仁甚至坦言,整个欧洲占据了全世界会展市场的半壁江山。

中国自改革开放以来,会展如同耀眼的阳光,普照于祖国渴求的城乡。我国会展行业的多数同仁认为,所谓会展,指的是由一个或若干单位举办,让具有相应资格的经营者积极参加,用展销现货的方式,在固定的场所和一定期限内,以现货或订货的方式销售商品的集中交易活动。同时,提供一切便利条件,让广大消费者前来参观或购买。当然,除了展览以外,包含其中的会议也是会展的组成成分。所谓会展经济,是指通过举办会议、商品展览等活动来求得经济发展的一种经济形式。这就是说,会展始终以物流的纵向和横向的贸易为特点,以此产生巨额的利润,促进地方经济的发展和繁荣。

会展模式在中国已经发生一定变异。实际上,会展形式在国际上对于不同国家来说,也发生过较大的变化。尤其是德国和美国的会展模式,二者的不同变异显得特别突出。

考察世界会展行业的发展史,具有现代意义的贸易展览会最早诞生在德国,一般认为,德国是世界贸易展览会的发源地。现代贸易展览会与传统集市式展览会之间的一个重要差别是,现代贸易展览会是在展出样品的同时,双方进行商贸洽谈,然后签订贸易合同,最后大多在展览会后落实商品买卖的交易承诺,由此开创了现代贸易展览会之先河。德国展览业从12世纪开始到现在,已经有几百年的发展史。考察其演变史,是先有展览,然后再召开研讨会或举行论坛,对相关的各种问题进行必要的论辩。这就是说,会展的研讨会和论坛是由展览延伸出来的。而美国则相反,投入现代贸易展览业项目,只有几十年的时间,而对有关经济发展的系列问题,早就不定期地召开研讨会,并举行相应



的名家论坛,经过一段时间的思维论辩以后,然后开始着力商品展销活动,大力推崇现代贸易展览业。由此可见,按照操办模式的先后顺序进行剖析,德国着力的是展会,而美国开展的是会展。

关于展览馆的组建,德国与美国也有较大的不同点。在德国,由于疆土和人口的原因,国内市场并不大,商品经济的发展,在很大程度上依赖出口。因此,德国的很多展会都被企业当做市场营销的主要手段,展览公司大都由州政府直接拥有,而大展览公司都组建自己的展览场馆。但是,美国与德国相比则不一样,由于国内的需求旺盛,商品的销售市场很大,所以,美国目前的展会大多只在国内举办。然而,美国的展览公司一般不拥有展览场馆,却都拥有宣传媒体。这是因为,美国的展览公司多数隶属于出版集团,而这些集团都拥有很多专业媒体和消费媒体,这对展览业的发展具有非同寻常的意义。由此可见,德国与美国在会展方面的差异,究其原因,确实在于其国家和历史的不同背景,以及经济发展的不同之处决定的,但是就两国当下的自身发展而言,都堪称世界会展业的领军者。

由上可知,在当今世界,如果从不同国家的历史传统、经济总量和贸易趋向的角度来考察,世界各国的会展运作不太相同。然而,对于世界各国都知晓的会展来说,根据自身历史的延续和经济发展的实力,以及受文化因素的影响,在具体操作时大多会有与时俱进的特色变异和创新发展。对于中国来说,尤其如此。中国会展的范畴不仅包括会议、展览的常项,同时也在不同程度包容节庆、演艺、赛事等项目。

1.1 中国会展经济的历史渊源

从西方古代会展经济的概念来看,中国历史上有没有展览式的商贸活动呢?答案是肯定的。在中国乡村各地,尤其是城镇,都定期举办一些集市,俗称“赶集”,这种集市和西方古代展览截然不同吗?并不如此!

首先,西方古代会展经济与中国古代集市经济都有相似的目的,这就是为了展示和交易商品。我国宋代画家张择端所画的《清明上河图》,是众所周知的世界名画,全卷长 527.8 厘米,高 25 厘米,所描绘的正是城市贸易经济的发展和城乡民众的日常生活。全卷以全景式的构图,展现北宋都城汴梁的汴河沿岸,特别是市区东角门里的经济风貌。开卷为城市郊区农村风光和农贸情景;中段刻画了以虹桥为中心的两岸车船运输和商业贸易活动;后段描绘了街道纵

横的城门外,车水马龙和店铺繁华开张的热闹场景。连同他的另一幅名为《清明易简图》,对后人产生极其深远的影响。元代的苏舜作因而作赋,其中盛赞商品展销和贸易的盛况:“百家技艺向春售,千里农商暄日昼,卷舒熟视若有声,静听只如空宇宙,村墟都市遥相通,壁瓦朱甍一望中。”由此可见,中国古代的农商,所经营的不同商铺,连接起来长达“千里”,拥有技艺的商家达百家,在春意盎然的日子,甚至日夜均可买卖。张择端所画的农商场景,正如苏舜作所作赋的当日描写。不仅如此,张择端所画的两幅绘画,都以清明为标题的组成语词,由此可见,中国古代商品展销与清明节日的欢度相融合。如果从世界史的宏观角度鸟瞰,中国也可以看作是世界会展模式的发源地之一,具有非常悠久的历史,而中国当今会展所形成的独创模式,则是古为今用、洋为中用的必然趋势。

其次,中国古今的集市,大都有一定的管理部门。过去,我们的“赶集”是由当地政府派出一定的官员进行管理的。如果有欺行霸市的行为,官府会予以制止并加以一定的处罚,对集市上某些商品的基本价格,也会委派专人进行登记和调查。如果物价过高,政府会通过官方定价销售或无偿发放的方式对物价予以控制,历朝历代的统治者都把这一行为作为关心民情、稳定民心的重要举措。现代的展览会,一般都有专门的组织机构,大多有主办方和承办方,对活动的组织和管理多数由主承办承担起来,其他一些涉及国家法定的内容,则由相关的政府部门进行专门的管理。一个展览会的好坏,往往关乎展览会自身的生存和发展,因此,展览会的发起和组织者都相当重视。从这一意义上来说,中国古代的集市也是一种特殊形式的展览会,如果说没有任何的市场管理,这也未必正确。欣赏《清明上河图》,仍然可见四人抬着的官轿在街上行走,还有骑着高头大马的官吏在游览,前呼后拥,在人群中穿行。如果真的出现商贸纠纷,他们很可能进行一定程度的调解,如果人命关天,进官府审判则是必然的,从某种意义上说,对集市会有一定的管理效能。当然,有没有一个自发成立的民间组织或官府机构,还需要进行一定的历史考证。

再次,中国古今的集市本身,涉及的内容相当丰富。在集市举办的同时,很多文艺活动也在其中举办。政府通过集市向民众发布有关施政命令,让民众知晓国家的政策和法规。前面说过,中国古代开展商贸交易的“百家”,所研发出来的“技艺”,向来愿意“向春售”。当代的展览会,往往是某个行业标准的推广机会,各大行业和龙头企业都纷纷利用展览会,向民众和同行推行自己的行业标准和高新技术产品,在一定程度上,国家和主办方通过对参展和观展企业和人员的控制,也在倡导相关的商业标准和模式,总而言之,展览会和集会的意义都

已经超过了本身举办的初衷,在一定程度上是行业的风向标和看不见的管理手段。

为此,中国的会展业,就其产生和发展的源泉来看,其生命力不在于是否采用西方化的运作形式,而在于商品经济社会赋予它的经济功能和社会作用有没有相似的方面。因此专家大胆地提出:能不能换一种方式来看待会展经济,而不用老跟着西方走?

1.2 西方会展模式的利弊分析

在市场营销中,中国亦步亦趋地采取相似于西方会展的方式,也不失为一种应急的战略,但其中存在的利弊是不言而喻的。在此,科学分析一下如果采用西方的会展模式,对中国有哪些利弊,这是很有必要的。

1.2.1 有利的一面

改革开放以来,随着中国经济的快速增长,引发了新一轮城市发展的热潮,伴随着城市经济的快速发展,作为现代服务业之一的会展经济,成为城市经济发展的助推器和经济增长的亮点,其所产生的效益及强大的经济带动作用,正被越来越多的城市党委、政府所认识。

首先,今天的世界号称是一个“地球村”,全球化的趋势越来越明显,各行各业都在寻求趋同,都在寻求全球范围内的合作和对话,以此谋求更大的利益。国际合作和分工已在国别内细化,大而全、细而周的分工在一国甚至一洲内已不常见。在这样的环境下,中国的会展经济采用西方的概念似乎也是合乎逻辑的,至少在短期内,我们可以方便地融入国际会展市场进行交流与合作。

其次,我们的经济正全面同国际化对接。所谓国际化,在今天的世界形势下,主要也就是以欧美为首的西方化。如果采用西方化的会展经济模式,其他国家可以更加便捷地与西方发达国家在会展中进行对接,可以更加迅速地学习别人的经验并直接加以运用,可以降低自身发展过程中的试验性成本,在短时间内到达别人走了几十年才能走到的驿站。

再次,西方化的会展模式更加注重效率和公平,这有利于中国会展市场尽快摆脱目前有些展会高成本、低效率的运作方式,追求更高的经济效率。从而通过市场竞争,改变目前有些地区的会展,由于过多受到政府有关部门的主导

和干涉,所导致的市场不充分竞争的问题。这非常有利于在市场经济的条件下,中国会展经济的市场尽快达到公平竞争水平。

1.2.2 有弊的一面

任何的产业发展都必须有长远的战略指导思想,会展经济也不外如此。这就是说,会展经济不能仅仅着眼于当前,必须通盘考虑未来的发展趋势及其与时俱进的自身特点,没有特点的产业是没有发展潜力和优势的。

总结中国自改革开放以来走过的道路,我们在发展经济的路子上交了不少沉重的学费。西方化的模式导致了我国大量资源的浪费,在国际分工中,只能处于较低的层次,高投入、低产出的产业结构比比皆是。先污染后治理的环境代价,让我们的子孙后代要为此付出沉重的代价,中国的经济总量在全世界具有相当的地位,但至今世界前 500 强企业中中国企业没有几个。

中国的会展经济难道还要走纺织、汽车等产业的老路,总是跟随西方发达国家的陈旧做法,重复着别人逐渐舍弃的技术? 一个国家的经济发展,必须和该国的具体国情和文化结合起来,尤其是会展经济这样凝聚了更多人气的经济产业,在某种程度上说,会展作为一种活动,首先必须取得人们的认可和文化归属的认同。

中国文化讲究“和为贵”,中央提出构建和谐社会的要求,也正是基于中国文化的深谋远虑。中国的会展,要想在当今世界获得更高的地位和更大的生存空间,没有创新是不行的。

从当前和长远的利益考虑,中国的会展经济从概念上必须有所创新,这样才能在国际竞争中逐渐形成自身的特点和影响力,占据更大的市场份额,最后和西方发达国家一起比肩天下。

1.3 与时俱进的特色变异和创新发展的

通过上面的分析,结合中国的具体国情,走中国化的会展经济之路,是我们的必然选择。

1.3.1 适合中国发展的大会展概念

1) 国内传统会展的不足

从2004年由中国国际贸易促进委员会首次编写《中国会展经济发展报告》以来,年度性的各种会展业界的论坛和大会,都对中国会展经济做出一定的概述和评价。但其论述的主要内容仅为展览与会议两个方面,这是长年来通用的一个会展经济概念,这样的运作存在某些局限和不足:

①会展经济经过多年的发展,已经证明自身是一个容纳性极强的产业,与之相关的各种产业常常直接或间接地与传统会展活动——展览和会议发生关联,与之同时进行的各种演出、比赛、节庆活动层出不穷。如果将会展业仅仅界定在会议和展览的范围之内,必然导致与日益多样化的会展的延伸活动脱节。

②从会展业的从业者的实际角度出发,单纯的展览和会议已经很难满足现代人对于会展活动本身提出的需求。会展作为信息和商品交流、汇聚的大舞台,其演绎性和观赏性正日渐加强。这是因为,很多会展活动的实际参与者,大多来源于当地的非专业观众。为了吸引此类人群的参与,加大人气指数和会展的知名度,进行相关的演艺和开展竞赛活动,已经成为会展活动的必需项目。

③地方政府从发展当地经济的角度出发,将节庆、演艺、比赛等难以保持自身赢利的产业,同具有强大综合产业凝聚力的会展产业进行统一规划和发展,是一种明智和自然的选择,这也需要我们重新审视关于会展经济的定义。

2) 中国化的大会展

关于大会展概念,由昆明市政府首先提出来。2002年,在全国中心城市中,昆明市政府第一个提出了“节、会、展、演、赛”的大会展概念,作为会展的从业企业和国内会展的同行,对昆明的这一创新举措给予了积极的评价和赞誉,不少城市在制订会展经济发展的文件时,都参考或采用了这一概念。其实,关于大会展概念,在中国城市的会展业界是经常如此操办的。例如平遥国际摄影大展,就非常符合中国大会展如此操办的原本特色。平遥于1997年被联合国教科文组织列入世界文化遗产。借助世界文化遗产的品牌效应,依托平遥古城的独特魅力,平遥自2001年起每年都举办国际摄影大展,于是,有着2700年历史的平遥由此发生了质的变化,完成了从一个“文化古城”到“国际名片”的嬗变。正因为如此,平遥的国际摄影大展,开始同欢快而兴盛的节庆吻合起来。在2005年,平遥古城国际摄影大展又荣膺国际节庆协会颁发的“中国最具国际影

响力十大节庆活动”称号;在杭州举办的第二届中国节庆产业年会上,又被评为“2006 年度中国十大赛事博览节庆”和“2006 年度中国最具潜力节庆”。由此可见,平遥的会展,甚至同节庆、赛事等项目都有机的统一起来。

中国上海国际艺术节虽然以“节”命名,通常来说属于节庆项目,其实是将“节、会、展、演、赛”和谐结合起来的典范。

首先,该节以舞台艺术演出为主,参演的剧(节)目为国外优秀剧(节)目,国内有较高艺术质量和较强民族特色的剧(节)目。在演出舞台上,可以将古典与现代、东方与西方的优秀剧(节)目,完美和谐地交融起来。拿第8届中国上海国际艺术节来说,总共参演节目达73台左右,另外还有10余台祝贺剧(节)目。由此可见,上海国际艺术节已经成为国内外前来参演的艺术盛会,可以说是中国最大的演出活动之一。

其次,大兴各项展览。例如第七届中国上海国际艺术节首次开办了“感受云南”的演展系列活动,除了演出大型花灯歌舞《云岭华灯》、滇剧《童心劫》等,还举办了国画展、版画展、油画展、摄影展和手工艺品展等大型系列展览,都引起了欣赏者的浓厚兴趣。这种“节中节”活动,丰富了上海国际艺术节的节日内容,极大焕发了人们探索艺术和愉快欣赏的情趣。

再次,举办学术论坛。为了将中国的艺术节办得更为出色,使上海真正成为世界一流的国际文化城市,艺术节的组织者积极举办学术论坛,热情邀请国内外专家登上论坛,畅所欲言,将自己的满腹经纶倾诉出来。一方面,国内节庆和演艺界的同仁,能够及时向国际间的各文化机构、节庆组织取经;另一方面,这些国外机构也可以借此机会了解中国节庆和文化市场,积极展开筹备工作,尽快迈入上海而开展国际间的文化艺术合作。

最后,开展一定的选拔赛。中国上海国际艺术节所推举的演艺剧目,必须“经典一流”,伴随一个“高”字,即高雅、高尚、高贵。要达到“三高”,中国上海国际艺术节在举办前夕,尽量挑选世界上拔尖剧团和剧目来参加演出;只批准国内外的名家、名团、名作、名剧、名流来沪演出,以此突显国际名家经典、世界一流演艺,使艺术节期间的演出,成为全年的一个制高点。因此在选拔过程中,国内外的演艺剧目,带有某种程度的竞赛意味。当然,在有些节庆活动中,直接带有名副其实的比赛项目。比如中国石林国际火把节,除了摔跤比赛以外,还有最为刺激的斗牛比赛。

综上观之,当下世界如此举办的“壮举”,的确把“节、会、展、演、赛”融和起来。有些尚未如此操办的行业人士深感困难,面对那么浩瀚的活动项目,能得心应手地操办吗?其实,只要切实贯穿“和谐”原则,定能像行家里手那样顺势操办。