



黄玉妹◎著

A STUDY ON
MODERN CONVENTION
AND
EXHIBITION INDUSTRY
FUNCTION SYSTEM

现代会展业 功能系统研究



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

黄玉妹◎著



现代会展业 功能系统研究

A STUDY ON MODERN CONVENTION AND
EXHIBITION INDUSTRY FUNCTION SYSTEM



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

现代会展业功能系统研究/黄玉妹著. —北京: 社会科学文献出版社, 2015. 12

ISBN 978 - 7 - 5097 - 8587 - 4

I. ①现… II. ①黄… III. ①展览会 - 产业发展 - 研究 - 中国
IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 304287 号

现代会展业功能系统研究

著 者 / 黄玉妹

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 曹长香

责任编辑 / 曹长香

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社(010)59367156

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 19.5 字 数: 289 千字

版 次 / 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 8587 - 4

定 价 / 68.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

序

改革开放以来,随着中国经济的腾飞和经济总量不断扩大,会展经济也经历了从小到大、从弱到强的过程,并逐渐成长为中国现代服务业的重要组成部分。20世纪90年代以来,中国会展经济曾经历了一个高速发展的过程,以年均20%以上的速度递增,创造了一个行业的神话,并迅速成为现代服务经济的领军行业。特别是2008年北京奥运会和2010年上海世博会的举办,标志着中国会展经济攀跃到一个新的阶段,发展到一个新的水平。

我国《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》明确指出,要“合理规划展馆布局,发展会展业”。会展业作为国民经济和社会发展的一项重要任务第一次被写进五年规划。《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出,要“营造环境,推动服务业大发展”。2015年3月发布的《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》指出,“我国展览业快速发展,已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台,在我国经济社会发展中的作用日益凸显”。今后要全面贯彻党的十八大和十八届二中至五中全会精神,贯彻落实党中央、国务院各项决策部署,深化改革,开拓创新,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,积极推进展览业市场化进程。“努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展,更好地服务于国民经济和社会发展全局。”会展经济已经成为推动中国经济社会发展的重要力量。

中国较为集中的会展业研究始于20世纪90年代,比较系统地研究会展的著作是中国农业展览组织1990年编写的《展览学概论》,该书对展览的若干基本问题进行了较详细的阐述,为会展理论研究奠定了一定的基础。进入21世纪,国内学术界出现了“会展研究热”,这些会展论著对会展概念、产业发展史、管理学原理、具体实务操作、产业性等方面进行相关阐述。

世界经济和中国经济进入新常态后,中国会展经济也步入了新常态,

会展业的理论研究有了更为宽广的视角。“新常态”最早由美国太平洋投资管理公司首席执行官埃尔·埃里安提出。在西方思想界，“新常态”包含着两层意思：一是经济发展表现为低增长、高失业和高债务“一低两高”的基本特征；二是在宏观政策应对上，长期以来，传统凯恩斯主义与新自由主义都可能无法适用于新的经济现实，需要探讨新的治理良方。

2014年11月9日，国家主席习近平出席亚太经合组织（APEC）工商领导人峰会。他在主旨演讲中对中国经济新常态作了精辟的概括：“中国经济呈现出新常态，有几个主要特点：一是从高速增长转为中高速增长；二是经济结构不断优化升级，第三产业、消费需求逐步成为主体，城乡区域差距逐步缩小，居民收入占比上升，发展成果惠及更广大民众；三是从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。新常态将给中国带来新的发展机遇。”经济学家将这种新常态概括为“中高速、优结构、新动力、多挑战”四大特征。经过20世纪最后十几年和21世纪十多年的发展，中国会展行业也出现了一些新的发展特征和发展趋向，中国会展产业的总体规模、增长方式、区位格局、业态内容、产业链体系、市场化进程、发展条件和竞争模式都发生了重大变化，出现了与世界经济新常态和中国经济新常态相呼应、相一致的中国会展新常态。

应对会展新常态，首先要有一个平常的心态来实事求是地研究和分析会展业的实际功能作用，给会展产业一个恰如其分的定位；跳出会展谋划会展，处理好形式和内容的关系。发挥会展平台的桥梁作用，助推产业发展和产业提升，做大做强会展产业。目前会展业发展方式发生质的飞跃，由数量扩张型向质量提升型发展转变。统计数据表明，近年来我国办展数量总体呈下降趋势，而展出面积仍保持增长态势，但增长速度回落到一位数。早期两位数甚至20%的年增长速度发生了变化。会展业发展速度成倍于国民经济增长速度一个时期内很难再次出现，会展业增长与国民经济增长基本同步似乎成为一个时期内的新常态。

从不同时期相关论著情况来看，国内对会展经济的研究正逐步往深层次拓展。早期的研究以介绍会展业、介绍发达国家经验类的文章以及中国快速发展会展经济的相关对策措施为主。随着会展经济的深入发展，会展

业的研究视角呈现多样化和多学科交叉融合的态势，如会展产业链研究、城市会展产业竞争力评价、会展产业市场预测，等等。

读者们正在阅读的这本《现代会展业功能系统研究》正是会展经济研究不断深化的产物。作者在吸收前人研究成果的基础上，从会展业的功能系统视角入手，探讨中国现代会展业的发展奥秘，视角新颖、结构清晰、论证严谨、行文规范。具体有以下三个方面特点。

(1) 从经济意义和政治意义相结合来研究现代会展业的功能。现代会展业除了拥有产业联动、经济辐射、营销等功能外，同时还宣扬一定的政治观点。将经济意义和政治意义结合起来研究，使得现代会展业的功能研究更加全面和系统。

(2) 在现代会展业的营销功能中，将企业营销、城市营销和国家营销结合起来分析。本论著通过探讨会展业与城市的良性互动来分析会展业的城市营销功能，如城市给予会展业支撑、会展业给城市带来相关效应等。通过对会展业与国家品牌宣传及会展业的国家营销有利于企业营销的研究，来分析会展业的国家营销功能。

(3) 从宏观、中观和微观层面梳理中国现代会展业形成的条件。外部因素包括宏观、中观层面的条件，内部因素即指微观层面的条件，这是创新之处。宏观层面包括经济条件、政治条件与法律条件、社会文化条件、科技条件和国际经济条件，中观层面包括城市经济基础、城市区位条件、城市生态环境、城市政策环境和治安环境，微观层面则从展馆设施和人才等方面进行分析。目前所查阅的材料中尚未见到采用此种方法研究现代会展业形成条件的。

最后，希望这本论著能为会展从业人员、专业学生的学习带来帮助和启发，为中国会展经济的理论研究增加新的研究视角和研究资料。

陈 征

中国资本论研究会原副会长

福建师范大学原校长、教授、博士生导师

2015年11月15日

前 言

现代会展业是市场经济发展的产物，是社会性的集体活动，是集经济、政治于一身的服务型产业。在全球气候变暖的趋势下，以低能耗、低污染为基础的低碳经济已成为全球热点。有学者甚至指出，第四次产业革命必将是新能源引领的能源革命，即低碳经济的革命。现代会展业素有朝阳产业、绿色产业、无烟产业等美称，实质上它就是一种低碳产业。在全球发展低碳经济的大背景下，研究现代会展业的功能，具有十分重要的意义和作用。

从经济学的角度看，会展是一种商品，是一种交换经济，是一种流通经济。现代会展业不仅能带来经济效应，还会带来较为广泛的社会效应。会展业作为第三产业中的服务业，在流通过程中发挥着巨大的作用。会展业能够在短时间内聚集大量的资本、技术、信息，为促进交换的快速有效进行提供了商务平台，为会展举办地的城市带来人流、物流、资金流、技术流和信息流等，极大地促进当地经济的发展，提升了会展活动举办地的知名度、美誉度。

现代会展业带来直接的经济效应。从国际上来说，会展经济的利润高于一般贸易的利润，其收益和投资比率大约为 20%。现代会展业是“引爆行业”，它可以带动诸如建筑、交通、通信、运输、广告、旅游、宾馆、餐饮、城市建设等系列产业的发展。现代会展业的社会效益高。会展的举办能够提升举办城市的功能和形象，拉动城市基础设施建设，促进城市功能的充分发挥。基础设施的建设还能够改善城市的投资环境，会展的举办使其迅速与国际接轨，有利于外界人士了解该城市，吸引投资。

中国现代会展业作为新兴产业，发展非常迅速，成为促进经济进步的新引擎。现代会展业具有强大的联动功能，会展业在发展过程中形成了自

身的产业链和产业带,并通过会展业的产业联动功能、经济辐射功能、营销功能等,推动会展城市集群的出现,形成会展经济圈,拉动区域经济一体化。此外,现代会展业还具有政治功能、文化功能,未来将朝着生态化、高科技和信息化、品牌化和国际化等方向发展,发展的空间大、潜力足。

本论著主要运用唯物辩证法、文献分析法、历史分析法、比较分析法、定性与定量分析相结合、规范分析与实证分析相结合的研究方法,试图对现代会展业的功能进行较为系统的研究,论著主体部分包括八章的内容。

绪论:主要分析论著研究的意义,同时对论题的理论基础、研究现状、研究方法、研究思路及理论创新与不足进行分析。

第一章:现代会展业的形成与发展。主要分析现代会展业的研究对象、中国现代会展业的形成条件和中国现代会展业的发展变迁。现代会展业已成为全球瞩目的服务型产业,要研究中国现代会展业的服务内容及价值链,必先了解现代会展业的内涵、研究对象及形成与发展历程,对现代会展业的轮廓有个清晰的认识。研究现代会展业的形成条件,包括国外会展业的形成与发展、中国现代会展业形成的外部因素和内部条件。中国现代会展业的发展变迁,主要分为旧中国的展览活动(1851年~1949年9月)、新中国的展览活动(1949年10月至今)。其中1949年10月~1977年是中国会展业起步期,当时会展业计划经济特征明显,还不能称作现代会展业;1978~1999年是发展期,会展业走向市场化,并基本具备了现代会展业的特征;2000~2005年是飞跃期,现代会展业体现出程度较高的专业化;2005年至今为现代会展业的突破期。

第二章:中外现代会展业的比较研究。在本章中,研究了中外现代会展业的特点及规律,阐述了中国现代会展业的现状和特点,分析中国现代会展业的不足之处,通过学习发达国家现代会展业的先进之处,获得借鉴和启示。现代会展业为社会带来巨大的经济效益和社会效益,随着经济的进步和科技的日新月异,能够促进相关产业联动发展的会展业,成为全球经济新的增长点。发达国家凭借在交通、通信、科技和服务业方面的优势,在全球会展经济发展过程中占据主导地位。研究国外现代会展业的格局、

特点和规律,学习它们的先进经验和理念,对推动中国会展业的发展具有十分重要的意义。

第三章:现代会展业的产业联动功能。本章探讨会展业与相关产业的关联效应,会展业促进产业结构优化的途径、原则和作用。会展业是高收入、高赢利的行业,利润率可达20%~25%。其属于第三产业中的服务业范畴,产出的是一种无形的服务商品。前几年,中国现代会展业始终保持着20%的高速增长,这个新兴产业受到中国各级政府的高度重视。2014年,中国会展业步入会展经济新常态,会展业发展速度有一定回落,从数量扩张型向质量提升型转变。会展业的发展已经引起它自身产业内部各部门、其他产业和部门以至于周围地区在经济和社会方面的一系列变化,即会展业的关联效应,并推动当地经济趋向广泛的产业结构调整 and 升级。本章重点分析会展业对推动城市基础设施建设的效应,对拉动参展企业发展的功能,对刺激旅游、餐饮、酒店业的效应,对促进广告设计的效应,对带动交通运输、通信、保险业的效应。

第四章:现代会展业的经济辐射功能。本章剖析了现代会展业的特色会展经济圈和区域经济一体化,阐述了区域经济一体化的含义、特性,及现代会展业在推动区域经济一体化中的功能。现代会展业通过集聚、扩散、协调、创新等功能,为会展举办地带来源源不断的物流、人流、资金流、信息流和商流,产生了巨大的经济辐射力。目前中国已形成了珠三角、长三角、环渤海湾、东北亚、中西北和南亚六大会展经济圈。会展经济圈的形 成,推动了当地城市圈会展业的梯度发展,生产要素在集聚于龙头城市的同时,也对周边城市产生扩散效应。围绕中心城市的城市圈实现产业互补,共享会展经济带来的信息资源和发展机会,推动区域经济的发展。

第五章:现代会展业的营销功能。营销功能是现代会展业的重要功能之一,营销功能既包括企业营销,也涵盖城市的营销和国家的营销。企业营销中既有会展主办单位的营销,也有参展企业的营销;而知名度高、经济效益好的会展活动如节庆等,与一座城市甚至一个国家的知名度紧密相连。例如,广西民歌节、青岛啤酒节、大连服装节,让南宁市、青岛市和

大连市声名远播,提升了城市魅力和知名度。本章分析了会展商品的双重含义和会展营销的双重概念,研究会展业在企业营销、城市营销和国家营销中的作用,探讨会展业与城市的良性互动,以及国家营销对于企业营销的有利作用。

第六章:现代会展业的政治功能。通过对现代会展业的政治功能类型、政治功能发展阶段及会展业中政府与市场关系的理论思考,来研究现代会展业的政治功能。本论著认为,政府的政治功能在经济性会展中应当弱化,应充当辅助角色,为现代会展业的顺利发展提供良好的软硬件。现代会展业的政治功能类型可分为单纯的非经济类会展、文化公益性会展、政府参与的经济性会展三种。在中国现行的政治体制和经济体制下,政府在会展业中仍然占有主导地位,这主要表现在政府对展览会持有项目审批权,以及政府在许多大型会展中扮演着主办者的角色。会展业的发展不但书写着中国经济的发展史,也如实地记录着会展业政治功能的变迁。从1949年10月新中国成立至今,会展业经历了三个阶段,分别是政治功能强势主导阶段、政治功能弱化发展阶段以及政治功能多元化引导阶段。

本章还对政府在会展运作中的角色扮演、政府介入办展应体现出实效性等方面进行论述,对政府与会展业的关系进行理论思考。政府应以宏观调控方式加强引导,完善产业链和打造展览业服务体系。在中国现代会展业新常态下,政府应以创新思维驱动展览经济发展,政府应借鉴而不照搬国外经验。

第七章:现代会展业的发展趋势。现代会展业呈现六大发展趋势:低碳化和生态化、信息化、规范化和市场化、品牌化、联盟化与国际化及会展业与旅游业相融合的趋势。

低碳化和生态化包括:现代会展场馆设计、建造生态化,现代会展业推行绿色管理和绿色营销理念,现代会展业提倡绿色消费意识。生态化会展追求经济效益、社会效益和环境效益的统一,是现代会展业可持续发展的有效途径,既能满足当代人的需要,又不损害后代子孙的利益。而现代会展业的绿色营销,也为参展企业的营销活动打开广阔的市场。

会展业信息化趋势主要研究以下几方面内容：虚拟展会发展的必要性，虚拟展会所具备的优势，虚拟展会的效益；现代会展业掌握国内外前沿会展信息；现代化展馆建设的高科技化、信息化；现代化会展业管理和服务的信息化。

市场化、产业化和会展业自身的改革开放是中国会展业未来的发展目标。政府应注重角色定位，让企业唱主角，使会展业的发展逐步走上可持续发展和市场化的轨道。在这个发展大局中，政府的助力必不可少，但政府无法代替市场。

现代会展业的品牌化趋势，是会展业市场化、专业化发展到一定阶段的要求和产物。如今的经济是全球化的经济，品牌化是会展企业的必然选择。会展企业要准确把握市场动态，提高企业的核心竞争力；依靠权威协会的支持，制定长远规划，将会展业做“精”做“强”。

会展联盟化与国际化合作趋势：与其群雄纷争，不如强强联合、合作经营；与其四面出击，不如集中资源，发展自己的核心优势项目。会展联盟体现了中国现代会展业的跨区域发展趋势，在世界经济一体化的格局中要主动寻求国际空间的会展合作机会。只有通过实实在在的展览项目拓展中外合作，才能提高办展质量、水平和效益。

会展业与旅游业融合发展：大都市的政治、文化、经济及商业中心特点，让当前的“旅游城市化”成为旅游活动的一个板块。而快速发展的会展业，为旅游业的集成化提供了可能，也为旅游业的发展提供了更为广阔的空间。这两者的相辅相成及互补性，以及会展旅游趋势的经营与管理理念、会展旅游新兴业态的崛起和推广，都值得当前业界探讨。

第八章：结论。现代会展业作为无烟产业、朝阳产业，因拥有 1:9 的超强产业联动效应而受到各国欢迎，素有“城市面包”和“经济引擎”的美誉。随着现代会展业的兴起，中国有会展业优势的各地方政府纷纷将会展业设定为支柱产业。在低碳经济时代，现代会展业对城市经济、政治和文化领域发挥着较大影响，具有突出的功能效应。

目 录



绪 论	001
第一章 现代会展业的形成与发展	020
第一节 现代会展业的研究对象	020
第二节 中国现代会展业的形成条件	032
第三节 中国现代会展业的发展变迁	050
第二章 中外现代会展业的比较研究	059
第一节 国外现代会展业的特点及规律	059
第二节 中国现代会展业的现状及不足	076
第三节 发达国家现代会展业的借鉴与启示	092
第三章 现代会展业的产业联动功能	113
第一节 现代会展业与相关产业的关联效应	113
第二节 现代会展业促进产业结构优化的途径	122
第三节 现代会展业促进产业结构优化的原则	135
第四节 现代会展业促进产业结构优化的作用	139

第四章 现代会展业的经济辐射功能	144
第一节 会展业与区域增长极理论	144
第二节 特色会展经济圈的形成	146
第三节 现代会展业与区域经济一体化	170
第五章 现代会展业的营销功能	181
第一节 现代会展业的企业营销功能	181
第二节 现代会展业的城市营销功能	191
第三节 现代会展业的国家营销功能	203
第六章 现代会展业的政治功能	215
第一节 现代会展业的政治功能类型	216
第二节 会展业政治功能变迁与政府服务意识的演化	217
第三节 会展业中政府与市场关系的理论思考	234
第七章 现代会展业的发展趋势	245
第一节 现代会展业的低碳化、生态化发展趋势	246
第二节 现代会展业的“互联网+”发展趋势	254
第三节 现代会展业的运作方式更加规范化、市场化	262
第四节 现代会展业的品牌化发展趋势	267
第五节 现代会展业的联盟化及国际化发展趋势	271
第六节 现代会展业与旅游业相融合的发展趋势	280
第八章 结论	285
参考文献	287
后 记	298

绪 论

一 研究意义

中国展览业快速发展,已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台,在中国经济社会发展中的作用日益凸显。2015年3月,《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》(国发〔2015〕15号文件)明确指出,到2020年,中国要基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。要实现这个目标,就必须坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向,倡导低碳、环保、绿色理念,培育壮大市场主体,加快展览业转型升级,努力推动中国从展览业大国向展览业强国发展,更好地服务于国民经济和社会发展全局。

2010年1月15日,时任国家主席胡锦涛考察上海世博园建设时就强调,“要积极贯彻科技世博和低碳世博理念,加强科技创新成果在世博园区的示范应用,实现园区低碳排放和生态和谐”^①,提出会展业要走低碳经济之路。现代会展业是市场经济发展的产物,是社会性的集体活动,是集经济、政治、科技、商业于一身的服务型产业。作为经济助推器的会展业素有朝阳产业、绿色产业、无烟产业等美称,它实质上就是一种低碳经济、低碳产业。在全球发展低碳经济的大背景下,研究现代会展业的功能,具有十分重要的理论意义和现实意义。

事实上,中国政府一直致力于发展现代会展业。中国政府在2006年

^① 《胡锦涛考察上海世博会筹办工作并发表重要讲话》,2010年1月15日, http://www.gov.cn/lhdh/2010-01/15/content_1512027.htm。

“十一五”规划中首次对会展业的发展作了较为详细的规划^①，这说明会展业在国民经济中的地位获得正式认可。制定“十一五”规划时，31个省、自治区、直辖市中有27个将会展经济（或会展业）列入了本地区的发展规划，这个比例高达87%。而《北京市国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》提出，要将北京打造成全国“文化会展中心”和“国际会展之都”。北京市旅游发展委员会和北京市发展和改革委员会联合制定的《北京市“十二五”时期会展业发展规划》则明确指出，力争将北京会展业发展成为推动首都战略性新兴产业快速增长的重要支撑，实现北京建设中国特色世界城市目标的重要抓手。北京市要紧密围绕建设“中国特色世界城市”“亚洲会展之都”战略目标，以市场化、效益化、专业化、国际化和产业化发展为本，以市区（县）统筹、产业集聚、功能强化、优势互补、错位发展为主线，通过加大政府支持力度、创新体制机制、优化发展环境与空间，构建会展组织者、目的地接待者分工协作的会展服务体系，创新发展融会议、展览、节庆和奖励旅游等于一体的大会展产业（MICE）^②。《上海会展业发展“十二五”规划》要求进一步提高上海市会展业的国际化、专业化、市场化水平，提升上海会展业的核心竞争力。同时，依托浦东的花木会展区、世博园会展区和浦西已有的“一带四点”会展区及将要建设的虹桥国家会展中心，加快形成“东西联动、错位竞争、优势互补”的会展业发展新格局，推动上海会展业实现跨越式发展^③。特别是在北京2008年奥运会以及上海2010年世博会、广州2010年亚运会举办后，中国会展业更是迎来难得的发展机遇。

因此，研究现代会展业的功能及其低碳内涵，十分有意义。

第一，中国现代会展业作为新兴产业，发展非常迅速，成为促进经济进

① 过聚荣主编《2006～2007：中国会展经济发展报告》，社会科学文献出版社，2007，第34页。

② 《北京市“十二五”时期会展业发展规划》，<http://zhengwu.beijing.gov.cn/ghxx/sewgh/t1210510.htm>。

③ 《上海会展业发展“十二五”规划》，<http://www.wenkudaquan.com/txt-wkc05ec964f5335a8102d2207601-11-28.html>。

步的新引擎。中国会展业在“十五”计划和“十一五”规划期间（2001～2010年）分别取得超过14%和16%的增幅。中国会展经济研究会发布的数据显示，2014年全国举办各类展览超过8009场，展览面积超过10276.511万平方米，首次过亿。按照同口径计算，分别增长8.6%和8.7%。相较于前两年，中国展览业显现企稳回升的态势。据统计，2014年中国全年会展经济产值为4190亿元人民币，约占GDP总值的0.66%，比2013年增长了8.3%。其中作为展览会功能集中标志的经贸类展览会共举办2423场，同比增长4.2%^①。2014年，中国GDP同比增长7.3%。

中国经济进入了新常态，2015年中国GDP增速为6.9%。数据显示，2011～2014年，国内生产总值年均增长8.0%，由高速增长转为中高速增长^②。2014年世界经济复苏的步伐缓慢，国际市场需求不振，国内经济下行压力较大。中国的对外贸易进出口仅比2013年增长了2.3%，受汇率波动的影响，如果按美元计价增长了3.4%^③。会展业以其超常的关联影响和经济带动能力，成为经济发展的新引擎和当前经济发展领域中引人注目的焦点。

第二，现代会展业不仅能带来经济效应，还会带来广泛的社会效应。

一是现代会展业带来直接经济效应。从国际上来说，会展经济的利润高于一般贸易的利润，其收益和投资比例大约为20%。据全球最大的专业会议组织——国际大会及会议协会（ICCA）统计，全世界每年举行的参加国超过4个、与会外宾超过50人的各种国际会议在40万个以上，大型展览有4000多个，每年创造的市场价值达2800亿美元^④。

二是现代会展业的产业带动能力强。现代会展业是“引爆行业”，它可以带动诸如建筑、交通、通信、运输、广告、旅游、宾馆、餐饮、城市建

① 中国会展经济研究会：《2014年度中国展览统计分析报告》。

② 《中国经济发展进入新常态 GDP呈现四大特点》，2015年10月19日，<http://finance.jrj.com.cn/2015/10/19082519942988.shtml>。

③ 《2014年中国进出口增长率远未达标》，2015年1月14日，<http://finance.chinatradenews.com.cn/html/news/2015/0114/67419.html>。

④ 魏爱苗：《会展业——德国服务行业的一朵奇葩》，《经济日报》2009年1月15日，第16版。

设等系列产业的发展。

专家估计,发达国家和地区会展业的产业带动系数为1:9,即展览场馆收入若为1元,则其带动的相关行业收入为9元。英国会展业调查报告显示,会展业为英国创造了13.7万个工作机会,占英国就业人口的0.5%。英国每年通过各类会展吸引1700万国内外观众参展,产值近100亿英镑,每年税收收入就10多亿英镑,并为酒店、餐馆、娱乐、交通等行业带来了近20亿英镑的收入^①。新加坡南洋理工大学经过研究测算发现,新加坡会展经济带动系数为1:12。20世纪70年代,资源匮乏的新加坡敢为天下先,率先在亚洲区域发展会展经济,连续多次摘取“国际最佳会议国家”及“国际最佳会议城市”的头衔。

三是现代会展业的社会效益高。会展的举办,能够提升举办城市的功能和形象,扩大举办城市的知名度和影响力。会展业的发展能够拉动城市基础设施建设,促进城市功能的充分发挥。基础设施建设还能够改善城市的投资环境,会展的举办使其迅速与国际接轨,有利于外界人士了解该城市,吸引投资。

第三,现代会展业具有强大的联动功能,会展业发展过程中形成了自身的产业链和产业带。

会展业的经济辐射功能促成产业集群和城市集群的出现,促进区域经济一体化。中国现代会展业在快速发展中出现了一些知名会展城市,如北京、上海、广州和大连,并且以这些会展名城为中心,形成了六大会展经济圈:珠江三角洲会展经济圈是以广州为中心城市,以广州—东莞—深圳为中轴线的中心地区,包括佛山、中山、江门、惠州等;长三角会展经济圈以上海为龙头,以沿江、沿海为两翼向外拓展,包括江苏、浙江、上海地区的16座城市,如上海、南京、杭州、苏州、扬州、南通、宁波、温州、义乌等;环渤海湾会展经济圈以北京为龙头、天津为边翼;东北亚会展经济圈以大连为中心,以边境贸易为支撑;以及发展速度快、后劲足的中西部会展经济圈和南亚会展经济圈。

^① 王涛:《英国会展业拉动经济贡献大》,《经济日报》2009年5月6日,第16版。