



中国旅游业普通高等教育应用型规划教材



会展概论

主 编 胡锡茹 谢洪忠

中国旅游出版社



中国旅游业普通高等教育应用型规划教材

会展概论

主 编 胡锡茹 谢洪忠

副主编 朱 韬 李雪松 李 岚 班先海

中国旅游出版社

项目策划: 段向民

责任编辑: 王 颖

责任印制: 谢 雨

封面设计: 何 杰

图书在版编目(CIP)数据

会展概论 / 胡锡茹, 谢洪忠主编. — 北京: 中国

旅游出版社, 2018.7

中国旅游业普通高等教育应用型规划教材

ISBN 978-7-5032-6024-7

I. ①会… II. ①胡… ②谢… III. ①展览会—高等学校—教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 102731 号

书 名: 会展概论

作 者: 胡锡茹 谢洪忠主编

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编: 100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cmta.gov.cn

营销中心电话: 010-85166503

排 版: 北京旅教文化传播有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京工商事务印刷有限公司

版 次: 2018年7月第1版 2018年7月第1次印刷

开 本: 787毫米×1092毫米 1/16

印 张: 12

字 数: 279千

定 价: 39.80元

I S B N 978-7-5032-6024-7

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与营销中心联系调换

前言

近些年,中国的会展业发展迅速,举办了一些影响深远、规模较大的品牌展会,如夏季奥林匹克运动会、上海世界博览会(EXPO 2010)、APEC会议、G20峰会、中国进出口商品交易会(简称广交会)、昆明中国国际旅游交易会、昆明中国-南亚博览会等。场馆面积也居世界前列,展会无论规模、层次还是服务的业态、办展效果较之从前都有很大的进步,专业化、国际化水平大幅提高。会展在树立国家和区域的良好形象、促进新经济发展、增强参展企业知名度和竞争力等方面发挥了重要的作用。但也存在某些展会中会展企业盲目竞争、会展场馆无序建设、会展服务水平不高、会展品牌不多、会展经营的机制和体制有问题等现象。鉴于此,会展业的相关理论与实践仍需进一步梳理和系统总结,特别是结合会展业的实践经验,听取行业意见,编写一本能指导会展业经营管理、系统介绍国内外相关经验、让学生了解行业前沿动态、熟悉业务流程、掌握必要的知识和技能的书就显得十分必要。

本书的编写有自身的特色,安排了知识链接、导入案例、学习目标等小栏目,在每章后配有复习思考题和案例分析等内容。

本书是集体创作的成果。具体执笔的有:谢洪忠教授、班先海讲师、洪彦(第二章、第三章、第八章)、胡锡茹副教授(第一章、第九章)、李雪松副教授(第七章)、朱韬讲师(第四章、第六章)、李岚讲师(第五章)。谢洪忠教授、胡锡茹副教授负责本书框架与大纲设计、统改稿工作。

在编写的过程中,编者参阅了大量的相关文献,引用了大量成果,具体文献已在本书中加以注明,如因疏漏没有载明者,敬请谅解。在此,向长期为会展经济管理贡献智慧的专家学者们,致以崇高的敬意和真诚的谢意!

本书的完成要特别感谢长期合作单位的参与和建议,使本书的编写更符合现代会展业的发展实际,更具实用性,对实践的指导和人才培养也更具有针对性。

本书的出版还得到了中国旅游出版社段向民主任和其他编辑的关心,正是他们辛勤的付出,认真的审稿和校对,才使本书尽早出版,在此一并致谢!

由于编者水平有限,书中疏漏和不妥之处难免,敬请广大读者批评指正。

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 会展的起源	5
第二节 会展的概念和类型	10
第三节 会展的内涵和外延	17
第四节 国内外会展业的发展	21
第二章 会展产业分析	27
第一节 会展产业的形成与发展	28
第二节 会展产业属性	32
第三节 会展供给侧	35
第四节 会展需求侧	37
第五节 会展市场	39
第六节 会展产品	40
第三章 会议业	44
第一节 概述	45
第二节 会议策划	48
第三节 会议运营与管理	50
第四章 展览业	57
第一节 展览概述	59
第二节 展览策划	62
第三节 展览的运营与管理	67
第五章 节事活动	77
第一节 节事活动概述	78
第二节 节事活动策划	89



第三节 节事活动运营与管理·····	95
第六章 奖励旅游·····	100
第一节 概述·····	101
第二节 奖励旅游活动策划·····	112
第三节 奖励旅游活动运营与管理·····	116
第七章 会展管理·····	123
第一节 政府在会展业发展中的管理模式·····	124
第二节 行业管理及其模式·····	131
第三节 国际会展组织的影响和作用·····	137
第八章 会展与其他要素融合创新发展·····	145
第一节 会展与旅游融合发展·····	146
第二节 会展与城市融合发展·····	149
第三节 会展与互联网融合发展·····	153
第四节 会展产业与其他相关产业融合发展·····	159
第九章 会展促进政策·····	164
第一节 会展业发达国家——德国·····	165
第二节 我国各地出台促进会展业发展的政策·····	168
第三节 城市促进会展发展的相关政策案例·····	174
参考文献·····	185

第一章

绪论



【本章导读】

本章阐述了会展的起源，明确了会展的相关概念，划分了会展的类型，简要论述了会展的内涵、外延以及国内外会展业的发展。使学生对会展有一个初步的认识，为后续章节的学习奠定基础。



【学习目标】

- 1) 掌握会展的起源，会展的概念和类型，会展的内涵和外延，国内外会展业的发展的内容。
- 2) 了解世界及我国会展发展的历史过程和现状的知识。
- 3) 了解世界及我国不同时期会展发展的特点和规律的能力。应知应会部分中外著名会展活动。



【导入案例】

您平时在哪里买东西？您知道您所购买的物品的来源渠道有哪些？请问您是否到过广州，参观游览过位于广州琶洲会展中心的中国著名的“中国进出口商品交易会”吗？有何生活体验和专业知识的增长？

中国进出口商品交易会（简称广交会）

中国进出口商品交易会（The China Import and Export Fair）即广州交易会，简称广交会，英文名为 Canton Fair。创办于 1957 年春季，每年春秋两季在广州举办，春季开展时间



为4月15日~5月5日,秋季开展时间为10月15日~11月4日。距2017年已有60年历史,是中国目前历史最长、规模最大、层次最高、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会。自2007年4月第101届起,广交会由中国出口商品交易会更名为中国进出口商品交易会,由单一出口平台变为进出口双向交易平台。

中国进出口商品交易会由48个交易团组成,更有数千家资信良好、实力雄厚的生产企业、外贸公司、科研院所、外商投资/独资企业和私营企业等参展。

中国进出口商品交易会贸易方式灵活多样,除传统的看样成交,还举办了网上交易会(Virtual Expo, Online Exhibition)。广交会以出口贸易为主,以进口生意为辅,并开展了多种形式的经济技术合作与交流,以及商检、保险、运输、咨询和广告等业务活动。来自世界各地的客商云集广州,既互通商情,又增进友谊。

广交会展馆坐落于广州琶洲岛,总建筑面积为110万平方米,其中室内展厅总面积为33.8万平方米,室外展场面积为4.36万平方米。2014年6月19日,琶洲国际会展中心四期扩建规划通过。四期建设后,展览面积达50万平方米,超过德国汉诺威的47万平方米;整个琶洲地区会展面积达66万平方米,规模世界第一。展馆创下两项世界第一:一是单体展馆面积最大达39.5万平方米;二是钢横架跨度世界最长:每个展厅的顶部由六个长达126.6米的大跨度预应力张弦梁钢管桁架支撑着,是世界上跨度最大的钢横架。美丽的琶洲展馆广场面积超过2.2万平方米,以展示、展览、表演和大型集会为主要使用功能。绿化率高达48.7%,整体设计与自然和谐融洽。

主办单位:中华人民共和国商务部、广东省人民政府

承办单位:中国对外贸易中心

组织机构:“中国进出口商品交易会领导委员会”由中华人民共和国商务部、广州市人民政府领导,各交易团团长、各展馆馆长、有关部门领导共同组成。

进出口商会/协会:中国五矿化工进出口商会、中国轻工工艺品进出口商会、中国机电产品进出口商会、中国纺织品进出口商会、中国医药保健品进出口商会、中国食品土畜进出口商会、中国外商投资企业协会。

交易团:北京市商务委员会、安徽省商务厅、长春市商务局、大连市对外贸易经济合作局、成都市商务委员会、福建省商务厅、广东省商务厅、甘肃省商务厅、广西壮族自治区商务厅、广州市商务委员会、哈尔滨市商务局、贵州省商务厅、海南省商务厅、河北省商务厅、杭州市商务委员会、河南省商务厅、湖北省商务厅、黑龙江省商务厅、湖南省商务厅、江苏省商务厅、吉林省商务厅、济南市商务局、江西省商务厅、南京商务局、辽宁省对外贸易经济合作厅、内蒙古自治区商务厅、宁波市商务委员会、宁夏回族自治区商务厅、青海省商务厅、山西省商务厅、山东省商务厅、陕西省商务厅、汕头市商务局、深圳市经济贸易和信息化委员会、上海市商务委员会、沈阳市对外贸易经济合作局、天津商务委员会、四川省商务厅、西藏自治区商务厅、武汉市商务局、西安市商务局、厦门市商务局、云南省商务厅、新疆生产建设兵团商务局、珠海市商务局、新疆维吾尔自治区商务厅、浙江省商务厅、重庆市对外贸易经济委员会。

参展范围:

广交会分三期举行,每期有不同的参展范围。

第一期：大型机械及设备、小型机械、摩托车、自行车、汽车配件、工具、化工产品、五金、车辆（户外）、工程机械（户外）、家用电器、电子电气产品、电子消费品、计算机及通信产品、卫浴设备、照明产品、建筑及装饰材料、进口展区。

第二期：餐厨用具、家居装饰品、日用陶瓷、工艺陶瓷、玻璃工艺品、园林产品、家具、编织及藤铁工艺品、铁石制品（户外）、家居用品、个人护理用具、礼品及赠品、浴室用品、钟表眼镜、玩具、节日用品、土特产品（109届新编入）。

第三期：男女装、童装、裘革皮羽绒及制品、内衣、运动服及休闲服、服装饰物及配件、家用纺织品、地毯及挂毯、纺织原料面料、食品、医药及保健品、医疗器械、耗材、数料、办公文具、体育及旅游休闲用品、鞋、箱包。

交通：

一、到香港市区和国际机场的交通途径

1. 飞机

广州新白云机场——香港机场，约 50 分钟

2. 火车

广九直通车：广州东站——红磡，约 1 小时 40 分钟

广深列车：广州站、东站——深圳罗湖、九龙，1 小时 30 分钟

3. 巴士

广州——香港国际机场，乘车时间约 4 小时

广州——香港市区，乘车 3 小时 30 分钟

4. 船

番禺莲花山港——香港市区（中港城）

中山港——香港市区及国际机场

顺德港——香港市区

虎门港——香港国际机场

蛇口港——香港市区及国际机场

广州有接驳巴士到各港口

二、到广州会展中心的交通途径

广州琶洲会展中心地址：广州市新港东路 382 号

1. 公交

公交站名：广交会展馆站

途经公交线路：229 路、239 路、262 路、304 路、582 路、763 路、B7 快线、大学城 3 线、高峰快线 59、高峰快线 77、华南新城楼巴 5、旅游公交 3 线、夜 101 路、夜 66 路、夜 70 路（提示：夜路公交，普遍晚上 10 点过后才有）

公交站名：琶洲站

途经公交线路：229 路、239 路、262 路、304 路、461 班车、461 路、582 路、763 路、B7 快线、大学城 3 线、地铁 8 号线、高峰快线 59、高峰快线 77、旅游公交 3 线、夜 101 路、夜 66 路、夜 70 路（提示：夜路公交，普遍晚上 10 点过后才有）

广交会展馆—环市中路：途经阅江东路、琶洲大桥、科韵路、中山大道、天河路、

环市路

广交会展馆—流花路：途经新港东路、阅江西路、猎德大桥、花城大道、金穗路、广州大道、东风路、解放北路、流花路

2. 地铁

八号线新港东站 A 出口或 B 出口最近。该站首班车：往凤凰新村 6:03，往万胜围 6:25；尾班车：往凤凰新村 22:58，往万胜围次日 0:00。

八号线琶洲站 A 出口出来最近。该站首班车：往凤凰新村 6:02，往万胜围 6:26；尾班车：往凤凰新村 22:56，往万胜围次日 0:02。

3. 机场快线

广交会展馆——白云国际机场专线

乘车地点：琶洲展馆 A 馆展场中路一车道。运行时间：12:00~18:00。班次间隔时间：约 30 分钟一班，最快高峰时期 5 分钟一班

第 118 届~121 届有关数据简介：

第 118 届

2015 年 10 月 15 日，第 118 届中国进出口商品交易会在广州举办：作为我国最大贸易促进平台的广交会积极贯彻实施国家“一带一路”倡议，在复杂严峻的外贸形势下，采取多项措施，推动“一带一路”沿线国家踊跃参会，支持国内企业向“一带一路”沿线开拓商机，取得了明显成效。

广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵认为，尽管外贸形势较为严峻，但“一带一路”倡议的深入推进对广交会的成功举办起到了促进作用。在招展方面，本届广交会重点加强了对“一带一路”沿线国家和地区的招展工作，沿线企业参展踊跃，共有 28 个沿线国家的 353 家企业参展，占进口展区总企业数的 58.44%；展位数共 622 个，占进口展区总展位数的 62.32%。以前的供应商 80% 来自欧洲，20% 在中国；现在只有 40% 在欧洲，60% 来自中国，而且中国的供应商数量有增加的趋势。

第 119 届

2016 年 4 月 15 日上午，第 119 届中国进出口商品交易会开幕新闻发布会在广交会展馆举行。第 119 届广交会境外采购商报到 185 596 人，来自 210 个国家和地区，比 2015 年春交会（同比，下同）增长 0.43%。各大洲采购商报到人数按比例从高到低依次为：亚洲 106 462 人，增长 1.32%，占 57.36%；欧洲 31 118 人，增长 2.42%，占 16.77%；美洲 27 370 人，减少 0.10%，占 14.75%；非洲 14 544 人，减少 5.98%，占 7.84%；大洋洲 6 102 人，减少 5.80%，占 3.29%。

“一带一路”沿线国家采购商报到 81 601 人，占报到总人数的 43.97%，增长 0.80%。

从本届广交会现场反馈看，供采双方均表达了较高的满意度，98% 的参展企业表示已与具有合作意向的中国采购商建立了有效联系。日本的消毒除菌水专利技术、韩国的多级过滤系统的空气净化产品、爱沙尼亚 Saku 啤酒深得国内知名企业和平台青睐，供采双方已达成合作意向。

第120届

第120届广交会于2016年10月15日正式拉开帷幕。

第120届广交会展览规模保持稳定,仍然分三期举办,展览总面积为118万平方米,展位总数60250个,境内外参展企业24553家。第一期是10月15~19日,主要展出机电、五金和建材等产品。第二期是10月23~27日,主要展出日用消费品和礼品。第三期是10月31日~11月4日,主要展出纺织服装、箱包、文体、食品、医疗用品以及医药保健品等产品。本届广交会出口展区展位总数59252个,参展企业23938家,按16大类商品设置50个展区;品牌展位11925个,占20%,一般性展位47327个,占80%;第一期参展企业8548家,第二期参展企业7151家,第三期参展企业8239家。

第121届

2017年广交会(第121届)春交会于4月15日~5月5日在广州举办。出口展区:第一期(2017年4月15~19日)电子及家电、照明、车辆及配件、机械、五金工具、建材、化工产品、能源。第二期(2017年4月23~27日)日用消费品、礼品、家居装饰品。第三期(2017年5月1~5日)纺织服装、鞋、办公、箱包及休闲用品、食品、医药及医疗保健。进口展区:第一期(2017年4月15~19日)电子及家电、建材及五金、机械设备。第三期(2017年5月1~5日)食品及饮料、家居用品、面料及家纺。

第一节 会展的起源

像广交会这样的展览会已经在我国的经济发展中起着重要的作用,人民的日常生活中也离不开各种各样的会议与展览。远古时代,人类最原始的贸易形式是物物交换,这种物与物的交换在地点上是不固定的。随着时间的推移,人们的习惯形成,就慢慢固定下来,从而形成了固定地点的集市。这种集市交易的形式就是会展业、会展经济的早期雏形。公元前800~700年古奥林匹克时期希腊就有了常规的集市,伴随着奥运会的举行,这些集市风光无限。古罗马时期集市渐渐固定下来,称之为“周市”(Weekly Marketplace)。按照交易内容的不同,又分为鱼市、米市、油市等。直至19世纪末20世纪初,会展才作为一种业态真正出现。其标志是1928年11月22日,由31个国家和地区在法国巴黎签署了《1928年国际展览会巴黎公约》,会展业以及会展经济由此得以发展。

一、世界会展发展可以分为三个时期

(一) 萌芽期(原始社会末期—1640年)

1. 集聚性活动

会议的萌芽:古代祭祀、仪事、公仪。展览的萌芽:贸易集市。

原始社会后期,新石器时代,人类社会完成了第一次大分工,分工促进了生产发展,

出现了剩余产品,从而导致了物物交换成为可能。商品经济,在社会分工和私有制的基础上不断发展起来,作为一种商品交易的场所和手段,也得到了迅速的发展。

2. 典型集市

12~13 世纪著名的法国香槟集市。由法兰西的香槟伯爵建立,在 4 个城市轮流举行成为法、德、意、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,是古代会展活动较完善的形式。有组织严密和活动众多等特点。

本阶段发展特点是从交易向展示性功能过渡。

(二) 发展期 (1640—1945 年)

工业革命使英国成为“世界工厂”,为向世界展示其强大国力,1851 年 5 月,英国召开了“万国工业博览会”。万国工业博览会是 1851 年英国维多利亚时期的一次真正意义上第一次世界性的博览会,时间从 1851 年 5 月 1 日~1851 年 10 月 15 日,吸引了 6 039 195 名参观者。因此,它普遍被认为是维多利亚中时期的象征,并确立了大英帝国世界工厂的主导地位。博览会组织者包括阿尔伯特亲王以及亨利·库尔等人,展地为现在的水晶宫,是维多利亚时代最重要的里程碑。这标志着人类发现了一种国际大规模的文明交流的新形式。

世界上第一个样品展会是 1890 年在德国莱比锡举办的“莱比锡样品展览会”。打破了传统展会展示、宣传的单一功能,是现代贸易展览会的标志。

1900 年,法国巴黎世界博览会参观者达 4 000 万人,多于历届博览会。在这次被称为“世纪之最”的博览会上展示了西方社会整个 19 世纪的技术成就,同时介绍了移动人行道和地下地道。但最受欢迎的展品来自英法殖民地,异域风情的小玩意儿盖过了工业文明的风头。在 1900 年埃菲尔铁塔广场前大厅里,放映了人类历史上第一部环幕影片——《跨越欧亚两洲的氢气球旅行》。在环形银幕上,依次出现了巴黎、伦敦、布鲁塞尔、巴塞罗那等地的城市风景。人们可以想象,当世界上电影刚诞生四五年之后,就出现了这种新形式的环幕电影的惊人创举。1931 年国际展览局成立,决定世博会的举办国。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,综合性的贸易展览会和博览会迅速发展成为主导形式。

本阶段发展特点是从展示性到展示、交易并重。

(三) 成熟期 (1945 年至今)

第二次世界大战结束后,国际分工深化。米兰博览会是非营利综合组织,面对西欧、南欧市场,其中家具展是世界三大家具展之首。莱比锡博览会是东欧、东西德交易的主枢纽,主要展品有汽车、图书。巴黎博览会、米兰博览会、莱比锡博览会是被誉为连接各国贸易的三大桥梁。

随着社会演变和科技的进步,会展业作为一种经济存在形式,其内容、功能、办展方式等各方面都在不断调整 and 变化。欧洲是世界会展业的发源地,经过一百多年的积累,欧洲的会展经济整体实力较强,德国、意大利、法国和英国都是世界级会展业大国。其中,德国是第一号世界会展强国,其专业性、国际性的展览会数量多、规模大。亚洲会

展业的规模和水平仅次于欧美。东亚的日本、中国，东南亚的新加坡，西亚的阿联酋，凭借广阔的市场、巨大的经济发展潜力、发达的基础设施、较高服务业发展水平、较高国际开放度或地理区位优势，逐渐成为亚洲展览大国。

近年来，全球会展业处于平稳发展阶段，根据《进出口经理人》杂志每年对世界商展 100 大排行榜的统计，100 大商展的最低进入门槛和平均面积均保持平稳增长。近三年，世界 100 大商展的最低进入门槛从 2011 年的 10.5 万 m^2 提升到 2014 年的 11.6 万 m^2 ，增长了 1.1 万 m^2 ；100 大世界商展的平均面积也从 2011 年的 18.1 万 m^2 上升到 2014 年的 19.5 万 m^2 。

二、我国会展业发展历程

中国古代集市主要包括市、集、庙会。集市：在固定的地点定期或临时集中做买卖的市场。集市是由农民（包括牧民、渔民等）以及其他小生产者，为交换产品而自然形成的市场。集市有多种称法：比如集、墟、场等。在中国古代常被称作草市。在中国北方一般称作集；在两广、福建等地称作墟；在川黔等地称作场；在江西称作圩。还有其他一些地方称谓，一般统称作集市。集市可以认为是展览会的传统形式。集市在周朝就有记载。在中国农村，集市仍然普遍存在，集市是农村商品交换的主要方式之一，在农村的经济生活中起着重要作用。在集市上买卖的主要商品是农副产品、日用品、土特产品等。庙会：在寺庙或祭祀场所内或附近做买卖的场所称作庙会。在祭祀日或规定的时间举办，庙会也是传统的展览形式。因为村落不大可能有较大规模的寺庙，所以庙会主要出现在城镇。庙会在唐代已很流行。庙会的内容比集市要丰富：除商品交流外，还有宗教、文化、娱乐活动。庙会也称作庙市、香会。广义庙会还包括灯市、灯会、花会等。在中国庙会仍然普遍存在，是城镇物资交流、文化娱乐的重要场所，也是促进地方旅游及经济发展的方式之一。

新中国成立后我国会展活动的发展历程。

（一）初步兴起阶段（1951—1978 年）

1951 年，中国首次参加“莱比锡春季博览会”，标志着新中国会展业发展的开端。1953 年，中国贸促会接待了“德意志民主共和国工业展览会”，这是新中国成立后，接待的第一个来华展览会。自此开始，中国会展业进入起步期。

这一时期出国展和来华展都取得了长足的发展。1951—1978 年，中国贸促会共组织了 400 余个出国展，以宣传新中国的建设成就为目的；1953—1978 年，我国共接待 112 个来华展，目的是为了促进中国同世界各国之间的友谊。

总的来说，起步阶段展览会数量少，专业化程度和组织水平不高，大部分还不具备现代贸易展览会特征，把展览作为产业发展的意识还没有形成。

（二）迅速发展阶段（1978—2000 年）

1978—2000 年，伴随着中国经济体制改革逐步深入，对外开放的不断扩大，中国展览业迎来了蓬勃发展时期。

1978年,中国贸促会在北京,成功举办了“十二国农业机械展览会”,这是新中国成立后,我国首次举办的国际博览会。随后,上海、珠海和大连等城市先后涌现出了一批,在亚洲乃至世界上知名的专业展览会:如中国国际纺织机械博览会、国际机床展览会、北京国际汽车展览会、珠海航空博览会、大连时装博览会等。

出国展也经历了重大变革,其标志性事件是:中国贸促会于1986年组团参加瑞士的“巴塞尔样品博览会”。展览的贸易性、专业性得到大大加强,在中国出国展发展史上具有里程碑意义,标志着中国展览业开始与现代国际展览业的接轨。

中国初步形成了自主办展、来华展、出国展并驾齐驱的局面。形成了政府及相关部门、协会、商会;国有展览公司、合资展览公司、民营展览公司等多主体办展的格局。会展业走向专业化、市场化。2001年,德国三大会展巨头,与上海浦东土地发展(控股)公司,共同投资兴建了上海新国际博览中心,标志着国际会展巨头大举进入中国市场的序幕正式拉开。

(三) 产业提升阶段(2000年至今)

到2005年,中国展览业实现了质、量的飞跃,国际展览范围:涵盖机械、通信、电子、石化、钟表首饰、仪器、服装、建材和银行等各个行业。展会的主办单位:形成了政府、各协(商)会;外贸公司、中外合资展览公司、国营和民营展览公司以及外资展览公司等多层次和多渠道办展新格局;会展业市场化的程度显著提高,一些境外展览公司作为协办、主办单位开始介入内地展览会。

该时期被称为中国展览业的“产业提升阶段”。主要特征是:外资大量介入展览市场;品牌展会不断涌现;办展主体多样化;面向市场化、国际化阶段。2005年1月,UFI、美国国际展览管理协会(IAEM)和独立组展商协会(SISO)共同主办了“首届中国会展经济国际合作论坛”,在国内外会展界引起了巨大反响。国家随即出台了一系列鼓励政策推动会展业发展,包括2007年的《国务院关于加强发展服务业的若干意见》、2009年的《文化产业振兴规划》、2011年的《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》等。国务院公布2015年的《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》,第一次从国家层面明确提出:“要全面深化展览业的管理体制改革,加快展览业的发展。”

随着我国市场化进程的加快,会展行业已经从由政府主导格局转向市场化。组展主体上会展行业已形成多元组展模式,由政府主导办展,转变为政府(包括政府及部门、政府临时机构、贸促会等半官方贸易促进机构)、行业协会、国有企事业单位、外资企业、民营企业五大办展主体。参展行业也由传统行业逐渐向战略新兴行业转化。信息产业、制造业、文化产业、服务业等行业的展览会数量增多,体现初步转型升级的态势。会展城市逐渐由上海、北京、广州等一线城市向二三线城市转移。东北、中西部会展经济带逐渐形成,会展经济呈现出全面开花的局面。

国际化方面,我国的会展项目以及会展机构得到UFI、国际大会和会议协会(ICC)、FKM等协会的认证也越来越多。国际上著名会展公司来我国办展,一些国际性品牌会展被移植到我国市场。中外企业联合办展的模式越来越多,中外合资会展企业

数量也不断增多。



【知识链接】

世界博览会

世界博览会分为两种形式：一种是综合性世博会，另一种是专业性世博会。世博会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。参展者向世界各国展示本国当代的文化、科技和产业从正面影响各种生活范畴的成果。

最早的现代博览会是由英国举办的：世界工业，1851年万国工业博览会成了全世界第一场世界博览会。在英国首都伦敦的海德公园举行，展期是1851年5月1日~10月15日，主要内容是世界文化与工业科技，其定名中的“Great”在英文有伟大的、很棒的、壮观的意思。第二次世界大战后，世界人民在满目疮痍的废墟上重建家园，并在恢复生产，复苏经济的基础上，于1958年在比利时首都布鲁塞尔举行战后第一个世界博览会，主题“科学、文明和人性”。为了体现科学的这个主题思想，布鲁塞尔世博会建造了一座原子能结构的球型展馆，代表着人类进入了科技进步的新世纪的象征，它独特新颖的造型，虽然时隔半个多世纪之久，但仍然历历在目。博览会的辉煌和丰富，几乎使以往的所有世博会都黯然失色。

1962年，美国西雅图举办了一次规模不大的专业性的博览会——“太空时代的人类”。博览会展出全新的先进科技、自动售货机和单钢轨铁路，获得了巨大的成功。

1964年，为了纪念纽约建城300周年，纽约又一次举办了世界博览会，主题格调高雅——“通过理解走向和平”。然而这次世博会浓重的商业气氛使观众驻足不前，失去了纪念活动的意义。

1970年，日本大阪首次举办了世界博览会，日本人称之为“万国博览会”，体现“人类的进步与和谐”，向观众展示了继东京奥运会之后，日本在各方面的发展和成就，得益于这次博览会，日本在以后10年的经济发展中，一直保持强劲的势头。

1985年，日本再次举办世界博览会，会址是在新城筑波市，一座距东京50多公里的全新科学文化城。博览会的主题是：“居住与环境人类的家居科技”。

1988年是英国人在澳大利亚建立居住点200周年，为铭记这一日子，澳大利亚在东部黄金海岸城市布里斯班举办了世界博览会。这次博览会的主题“科技时代的休闲生活”。体现了人类在当今科学技术极其发达的时代中休闲和娱乐。各国都围绕这个主题大做文章，以体育、文娱、旅游、休闲、烹调 and 园艺等各种内容来体现人类生活的丰富多彩。

1990年，日本大阪举办了A1类专业性的国际花绿博览会，主题是：“人类与自然。”展出以世界园艺为内容，作为庆祝大阪“新的开端”100周年的纪念活动。这次展览会共有82个国家参加，55个国际组织与日本各省市和大企业都单独设了展馆或展台。首次在亚洲实现了大型国际园艺博览会，取得了巨大的成功。

1992年是哥伦布发现美洲500周年,为此,西班牙政府在塞维利亚举办了世博会,把博览会的主题命名为:“发现的时代”。世博会占地面积478万平方米,有100多个国家参加。观众达6000多万人次,中国馆展出四大发明及长征系列火箭等,被评为“五星级展馆”。

1993年韩国大田博览会,这是世界上第一次由发展中国家举办的世界博览会。主题为:“新的起飞之路”。中国馆展示了航天科技、三峡工程等,共接待观众350万人次,为各展馆之最,被评为五大最佳展馆之一。

1998年在葡萄牙里斯本世界博览会。1998年是联合国批准的国际海洋年,博览会的主题为:“海洋——未来的财富”。

1999年在中国昆明举办的世界博览会以“人与自然——迈向21世纪”为主题。整个世博园区结合世博会主题和园艺博览会特点,以中国古典园林艺术设计布局,自然、弯曲的路径体现了追随自然、顺应自然的设计理念。昆明世博会场馆建设总体规划主要包括中国馆、人与自然馆、大温室、科技馆和国际馆五大室内展馆;竹园、蔬菜瓜果园、药草园、盆景园和树木园五个专题展园及国内、国际、企业三大室外展区。

2000年,德国汉诺威世博会主题是:“人类、自然、科技”,参展国家和组织共计172个,为往届世博会参展国家、地区和组织最多的一届。

2005年,日本爱知世博会,主题是:“爱·地球博”,是最近的一次注册类世博会,中国馆接待观众570万人次,为接待观众最多的展馆。

2008年,西班牙萨拉戈萨世博会,水塔是2008年萨拉戈萨世博会的标志性建筑,也是萨拉戈萨城市最高的建筑。水塔是世博园中三大主题展馆之一,展览“水——生命之源”主题的场所,为此也称为水塔馆。

2010年,中国上海世界博览会,主题是:“城市,让生活更美好”,是第41届世界博览会。于2010年5月1日~10月31日,在中国上海市举行。此次世博会也是中国举办的首届世界博览会。总投资达450亿元人民币,创造了世界博览会史上最大规模纪录。同时7308万的参观人数也创下了历届世博之最。

2015年意大利米兰世界博览会,第42届世界博览会,于2015年5月1日~10月31日期间在意大利米兰市举行。本届世界博览会由米兰市政府、伦巴第大区府、米兰博览会基金会以及米兰工商会等单位协办。米兰市申办2015年世博会的主题是“滋养地球,生命之源”,这是世博会史上首次以食物为主题,展出来自不同国家的美食,并谋求2050年为全球多达90亿人口解决食物需要。

第二节 会展的概念和类型

一、会展的概念

会展有狭义和广义之分。

狭义:会议和展览。

广义：包括会议、展览、奖励旅游和节事活动等的统称。

国际上通常表述为：MICE

M (Meeting)：会议主要指公司会议。

I (Incentive Tour)：奖励旅游专指以激励、奖励特定对象为目的而进行的旅游活动。

C (Convention)：大型会议主要指协会、社团组织的会议。

E (Exhibition)、E (Events)：展览会、节事活动。

会展是会议、展销、节事活动、奖励旅游等集体性活动的简称，是指在特定的时间和空间，由许多人聚集在一起形成的定期或不定期、制度或非制度的、展示、贸易或信息交流的群众性社会活动。会展带有广泛的外延性。

随着社会的演变和科技的进步，会展业作为一种经济存在形式，其存在的形式、内容、功能和办展方式等各方面都在不断进行调整和变化。特别是被称为永不落幕的会展——网上会展的出现使会展业发生了深刻的变化并有取代实物展览的趋势。

二、会展的分类

(一) 根据地理范围大小，将会展分为国际、全国、地区、本地四个层次

本地会展的规模相对较小，目的是吸引附近的参观者，如各城市举办的房展会等；地区性会展是全国性会展的一部分，由几个省市合作举办，如“昆交会”；国际性会展的参展商和观众往往来自许多国家，如中国出口商品交易会（广交会），还有由德国汉诺威展览公司在上海光大展览中心举办的“首届亚洲信息技术展览会（CeBIT Asia）”等。随着经济全球一体化的发展以及我国加入 WTO 后，在我国举办的国际性展览将越来越多。

(二) 根据会展市场覆盖的范围或产品的性质划分

1. 从性质上分

(1) 贸易展览

贸易展览是指为制造业、商业等行业举办的展览，展览目的是交流信息、洽谈贸易。

(2) 消费展览

消费展览基本上都展出消费品，其目的主要是直接销售。

展览性质由展览组织者来决定，可以通过参观者的成分也能反映出来：对工商业开放的展览是贸易展览，对公众开放的展览是消费展览。

2. 从内容上分

(1) 综合展览

综合展览是指包括全行业或数个行业的展览会，如工业展、轻工业展。

(2) 专业展览

专业展览是指展示某一行业甚至某一项产品的展览会，如钟表展、房交会。专业展览的突出特征是常同时举办讨论会、报告会，用以介绍新产品、新技术等。