

HUI ZHAN JING JI
YUNYING GUANLI MOSHI

会展经济

运营 ■ 管理 ■ 模式

施昌奎◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京市社会科学院重点课题

会展经济

运营·管理·模式

施昌奎 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目(CIP)数据

会展经济:运营·管理·模式/施昌奎著. —北京:中国经济出版社,2006.6

ISBN 7-5017-7535-4

I. 会... II. 施... III. 展览会—服务经济学 IV. ①G245②F063.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 037145 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邓媛媛 (电话: 010-89809929 邮箱: editordeng@163.com)

责任印制: 石星岳

封面设计: 红十月工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京地矿印刷厂

开 本: 787×960 毫米 1/16

印张: 33 字数: 450 千字

版 次: 2006 年 6 月第 1 版

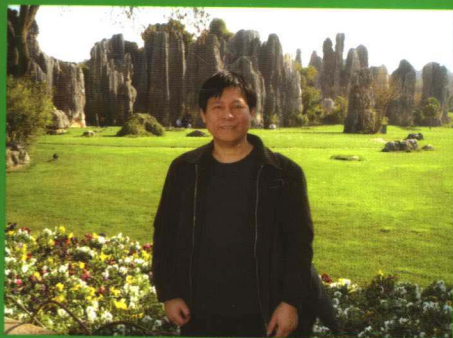
印次: 2006 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5017-7535-4/F·6086

定价: 58.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282



施昌奎

作者简介

1964年生，北京社会科学院管理研究所副研究员，1986年毕业于武汉大学经济系，1989年毕业于中国社会科学院研究生院。主要研究政府行为、资本市场、金融工程、会展经济、企业管理。完成“政府行为研究”、“金融工程研究”、“人力资本定价研究”等多项课题，参与多项政府和企业相关项目的管理咨询活动，熟悉金融、证券和期货投资。出版和翻译了《信息时代》、《价值流管理》、《超文本公司管理》等7部著作。

前言

会展经济是通过举办各种形式的会议、展览和活动，并能够带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象和经济行为。会展经济是市场经济的产物，市场经济越发达，会展经济也越繁荣。在国外，会展经济已有几百年的发展历史，工业革命早期，英国、法国、德国、意大利等欧洲发达国家的会展经济已经初具规模，二战后，随着美国经济的进一步壮大和日本、德国的崛起，这些地区的会展经济得到了快速的发展，并逐步成为世界会展经济的中心。改革开放以来，特别是20世纪90年代以来，随着中国市场经济制度的日益完善和中国经济实力的日益增强，中国的会展经济有了长足的进步，并逐步形成了四大会展经济带：一是以北京为中心，天津、青岛、石家庄、济南为外围的环渤海会展经济带；二是以上海为中心，杭州、苏州、南京为外围的长三角会展经济带；三是以广州为

中心，深圳、珠海、昆明为外国的珠三角会展经济带；四是以大连为龙头，沈阳、长春、哈尔滨为龙身的东北会展经济带。这四大会展经济带的初步形成标志着中国已经成为一个会展经济大国。

国外对会展经济的研究起步较早，在工业革命早期，英国、法国、德国、意大利等欧洲发达国家的学者就非常注重研究会展业，经过众多学者的共同研究，逐步形成了今天的会展业内涵，即：会展业包括会议、展览和活动三部分，是属于三产服务业中的朝阳产业。随后，一些经济学家开始运用经济学方法研究会展业，从此之后，会展经济就成为经济学的一个分支。纵观国外研究成果，我们发现其实践应用性有余，而理论建树不足，国外大多研究成果是关于如何以“最小——最大”的经济学原理办好会议、展览和活动的，很少有关于会展经济运营与管理模式方面的探讨和研究，这是因为他们把市场运作看成是唯一有效的缘故。

中国对会展经济的研究起步较晚，一是研究机构少、研究力量不足。目前会展经济研究机构主要集中在商务部和部分高校中，主要机构有：商务部研究院中国会展经济研究中心、北京国际城市发展研究院会展经济研究所、中国重庆海纳会展研究所（中德合作）、上海交通大学管理学院会展经济研究中心、复旦大学会展与服务经济研究中心、浙江大学城市学院会展研究中心、浙江省东方会展产业研究所等。二是研究水平有限，有分量的研究成果不多。在这些成果中，值得彰显的成果包括：在现状研究方面，中国贸促会于2005年初发表了《2004年中国会展经济年度报告》，从会展产业经济分析、中国展览业发展状况、中国会议产业发展状况、中国会展业区域发展报告（包括北京、上海、广州、港澳台区域报告）、中国

会展业发展制约因素、趋势和建议五个方面对中国会展业进行了描述和分析；在会展经济学科建设方面，刘大可2004年9月出版了《会展经济学》，张健康、任国岩2004年7月出版了《会展概论》，马勇2004年7月出版了《会展管理的理论、方法与案例》，应丽君2003年3月出版了《21世纪中国会展经济与会展产业》等较有影响的专著，为中国会展经济学科建设做出了贡献；在宏观政策与管理方面，中国会展经济研究中心主任沈丹阳博士发表了《关于中国会展业发展的若干宏观问题》、《城市会展：定位、规划与促进》等论文，从宏观政策与管理方面对会展经济进行了探讨；在运营与管理模式方面，沈丹阳博士发表了《政府主导型展会转型中的“三效四化”》，应丽君发表了《政府会展市场化研究》，他们都从市场化和高效化的角度探讨了会展经济运营方式。

北京市对会展经济的研究主要集中在现状和对策方面，2003年北京市统计局首次开展了会展业调查工作，北京市发改委依据统计数据制定了《北京市会展业发展规划（2004~2008年）》，2004年北京市统计局再次开展了会展业的调查，经过两次大规模的调查，北京会展经济“家底”基本摸清。与此同时，北京国际会议展览业协会也对行业行为规范、标准和资质进行了大量的研究，并制订了《北京会展经济鼓励办法》、《会展行业经营规范》、《品牌会展评估标准及评估办法》、《会展主体资质认证标准》等文件。另外，一些专家与学者对北京会展经济也进行了研究，北京社会科学院的学者在《北京会展业存在的问题与对策研究》一文中也提出了“做强做大”北京会展业的具体措施和办法。总体来看，北京对会展经济的研究尽管在全国处于领先地位，但还存在许多不够深入的地方，特别缺乏对会展经济运营与管理模式的深

入研究，理论研究的相对滞后已经影响到北京会展经济的发展，因此，加强对北京会展经济的研究，特别是加强对会展经济运营与管理模式的深入研究已成为当务之急。

我对会展经济的关注是从2002年开始的，当时隐隐觉得北京的产业结构正在发生着根本的变化，“退二进三”已是不可逆转的趋势与潮流，在第三产业中，大力发展现代服务业应该是北京的首选，而会展经济正是现代服务业中的“亮点”，所以从那时起我就开始关注并着手研究北京的会展经济问题。

经过四年认真的学习与思考，历经一年多缜密的调查、研究、分析和撰写，现在终于完成了《会展经济：运营·管理·模式》一书的手稿，在即将出版之前虽然有几分喜悦在心头，但还是感到诚惶诚恐，因为会展经济在中国还是一个较为年轻的产业形态，是一个正在兴起和蓬勃发展的朝阳产业，其中有很多的概念、理念、观点和思想未必已成共识，特别是在理论界，对会展经济概念、理念、观点和思想的认识从来没有统一过，所以，在这样一个众说纷纭的领域做研究是需要勇气和胆量的。由于自己的水平有限，书中难免出现这样或那样的缺陷和纰漏，这也正是作为一个理论工作者所忐忑不安之处。在此恳请读者对本书提出中肯而富有建设性的意见，以便不断修正和完善。

作者

2006年5月

目 录

Contents

第一章 会展经济总论

第一节 会展经济内涵与外延	1
一、会展定义的三大流派	2
二、会展定义的学者争鸣	3
三、会展定义之我见	5
四、会展业的内涵	5
五、会展经济的内涵与外延	8
第二节 会展经济起源与发展	11
一、近代前的会展业起源与发展	11
二、现代会展经济的起源与发展	17
第三节 会展经济特点与作用	28
一、会展经济的特点	28
二、会展经济的功能	36
三、会展经济的作用	43

第四节 文献宝典	50
一、《国际展览会公约》	50
二、1851 年伦敦世界博览会（万国博览会）	62
三、1910 年南洋劝业会	64
四、1929 年西湖博览会	65

第二章 会议经济

第一节 会议的分类	68
一、会议的内涵与外延	69
二、会议的分类	70
第二节 会议流程	79
一、会前准备阶段的管理	80
二、会议实施阶段的管理	87
三、评估总结阶段的管理	89
第三节 会议经济的发展	92
一、会议的产业链	92
二、会议经济的发展环境	98
三、中国会议产业特点	102
四、国际会议市场发展状况	109
五、中国会议经济发展状况	114
第四节 文献宝典	118
一、国际数学家大会	118
二、博鳌亚洲论坛	123
三、APEC 会议	127

第三章 展览经济

第一节 展览业的分类	132
一、展览业的一般分类	133
二、国际组织的分类标准	139
第二节 展览业的流程	143
一、展前策划阶段的管理	143
二、展中实施阶段的管理	146
三、展后总结阶段的管理	155
第三节 展览业的物流管理	159
一、展览物流的概念、构成和特点	159
二、展览物流的运输管理	163
三、展览物流的仓储管理	167
四、展览物流的包装、装卸和搬运管理	169
五、展览物流的信息管理	170
六、展览物流的进出口管理	174
七、展览物流的货运代理	178
第四节 展览业的安全管理	184
一、展览安全内容	184
二、展览安全法规	186
第五节 展览中心的管理	188
一、展览中心特点	188
二、展览中心设施管理	189
三、展览中心的场馆管理	192
四、展览中心的建设	195
五、国内外展览中心的发展状况	199
第五节 资料宝典	204
一、中国主要展览中心地点及规模	204

二、中国主要展览中心简介	205
三、德国汉诺威展览中心	229

第四章 奖励旅游与大型活动经济

第一节 奖励旅游经济	232
一、奖励旅游的起源与发展	232
二、奖励旅游的策划与管理	237
第二节 大型活动经济	246
一、大型活动的界定	246
二、大型活动的分类	247
三、大型活动的特点	249
四、大型活动的意义与作用	252
五、大型活动的策划	255
六、大型活动的安全管理	260
七、国际大型活动发展趋势	263
八、中国大型活动的发展状况和特点	266
第三节 资料宝典	269
一、广交会	269
二、中国北京国际科技产业博览会	277
三、青岛国际啤酒节	285
四、大连国际服装节	299
五、火把节	303
六、泼水节	309
七、开斋节	310
八、藏历新年	312
九、重阳节	314
十、除夕	315
十一、那达慕大会	316

十二、古尔邦节	316
---------------	-----

第五章 会展经济运营与管理模式

第一节 行业组织的一般管理模式	318
一、紧密型（也称公法型）管理模式	319
二、松散型（也称私法型）管理模式	320
三、中间型（也称混合型）管理模式	321
四、干预型（或控制型）管理模式	322
第二节 会展经济的运营与管理模式	323
一、德国和法国的政府干预型模式	324
二、美国和中国香港地区的市场运作模式	327
三、新加坡和日本的政策扶持模式	328
第三节 中国会展经济管理体制	329
一、中国会展经济管理体制的历史沿革	329
二、会展审批制的弊端	331
三、会展管理体制的改革方向	334
四、中国会展经济管理模式的构建	335
第四节 资料宝典	343
一、对外经济贸易合作部《在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法》	343
二、对外经济贸易合作部《关于出国(境)举办招商和办展等经贸活动的管理办法》	349
三、对外经济贸易合作部《关于举办来华经济技术展览会审批规定》	355
四、国家工商行政管理局《商品展销会管理办法》	357
五、国际科学技术会议与展览管理暂行办法实施细则	360

第六章 世界主要会展强国的会展经济发展状况

第一节 世界会展经济的总体状况	367
一、世界会展经济总体发展概况	367
二、世界会展经济地区发展概况	368
三、世界会展经济的发展趋势	371
第二节 世界主要会展强国的会展经济状况	373
一、德国会展经济发展状况	375
二、美国会展经济发展状况	383
三、法国会展经济发展状况	390
四、英国会展经济发展状况	395
五、意大利会展经济发展状况	397
六、荷兰会展经济发展状况	399
七、澳大利亚会展经济发展状况	401
七、新加坡会展经济发展状况	403
第三节 世界主要会展城市的会展经济状况	406
一、汉诺威	406
二、法兰克福	408
三、巴黎	409
四、米兰	410
五、中国香港	412
第四节 主要国际会展组织	415
一、主要国际会议组织	415
二、主要国际展览组织	425
三、会展经济其它国际组织	433

第七章 北京会展经济发展的问题与对策

第一节 北京会展经济发展现状	438
一、北京现有的展馆	439
二、2002 年前的北京会展经济特点	439
三、2004 北京展览业发展概况与特征	444
第二节 北京会展业发展中的问题	448
第三节 北京会展业的发展对策	455
第四节 资料宝典	457
一、上海会展业发展状况	457
二、广州会展业发展状况	474
三、《北京会展业发展规划 2004 - 2008 年》	495
四、《上海市展览业管理办法》(试行)	504
五、《上海市会展业自律公约》(试行)	507

参考文献

致 谢

第一章

会展经济总论

对中国这样一个只有二十多年市场经济经验的后起大国来说，会展经济学算是一门崭新的学科，作为研究的开端，笔者在这一章中将对会展经济的内涵与外延、起源与发展以及特点和作用进行分析和总结，对学术界有争议的概念、观点和方法进行深入的探讨，力求得出一个较为严谨和缜密的结论。

第一节 会展经济内涵与外延

在探讨会展经济内涵与外延之前，首先要弄清楚会展和会展业的内涵与外延，然后再探讨会展经济的内涵与外延。在这一节里，重点探讨不同地域的不同学派以及部分学者的主要观点，通过理论的梳理、总结和分

析，提出适合中国经济发展特点和便于经济统计的会展经济概念和会展经济产业分类模型。

一、会展定义的三大流派

对会展的定义，如果从大类上看，可以分为欧派、美派和综合派。

欧洲是最早进入和完成现代工业革命的地区，因此也是现代会展的发源地，同时也是现代会展最为发达和繁荣的地区，在这一地区，德国、英国、法国和意大利是杰出的代表，这些国家既是传统的会展强国，同时又涌现了一批会展理论大家，他们是会展理论的开山鼻祖。也正是因为欧洲会展的传统与古老，因而也造就了欧洲会展理论的古旧与狭义。欧派一般把会展称之为 C&E (Convention and Exposition) 或者 M&E (Meeting and Exposition)，即，会议和展览统称为会展，这是一个古老而狭义的概念，可以说是从一个更为专业 and 更为纯粹的视角来定义会展的，这既体现了欧洲人严谨和不苟的性格，同时也延续了欧洲人的传统与古旧情怀。

相对于欧洲来说，美洲大陆是一个既年轻又富有朝气与活力的经济“后起之秀”。在这片土地上奇迹每天都在发生。兼容并蓄、海纳百川的包容性与百无禁忌、无惧无谓的创造性的有机结合，使这一片土地充满了朝气与活力，因而诞生了一大批会展理论高手。北美的会展理论大家主要集中在美国，他们把会展概括为 MICE，M 代表公司会议 (meeting)，I 代表奖励旅游 (incentive tour)，C 代表协会与社团组织的会议 (convention)，E 代表展览会 (exhibition or exposition)。他们认为，所谓会展，就是公司会议、奖励旅游、协会与社团组织的会议和展览会四部分的总称，简称 MICE。这个定义体现了美国人的创造性思维，在一般人看来，奖励旅游一般不应该纳入到会展的行列，但美国人却这么做了，这除了美国人的思维与性格使然以外，我想还有另外一个客观原因，那就是便于归口管理和经济统计。另外，作为大公司最具活力的激励手段——奖励旅游，往往也与公司会议一同举办，这也是美国人把奖励旅游也列入会展的一个重要原因。

随着经济全球化和贸易自由化的进一步发展，一个会展理论新流