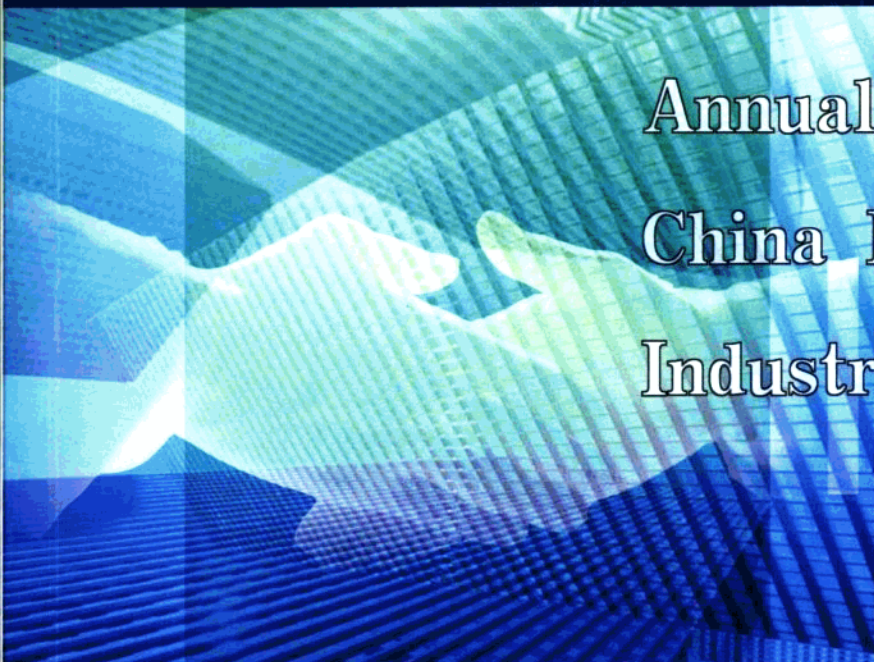


中国会展经济发展报告

2005



Annual Report of
China Exhibition
Industry

中国国际贸易促进委员会

China Council for the Promotion of International Trade

中国经济出版社

China Economic Publishing House

前 言

伴随着新年的钟声，中国展览业走过了不平凡的2005年。为了让关心展览业的各位同仁更加系统地了解中国展览业在政策监管、对外开放、市场特征等方面出现的新态势和新特点，我们在《中国会展经济发展报告（2004）》的基础上，组织编写了《中国会展经济发展报告（2005）》。

与《中国会展经济发展报告（2004）》相比，2005年的报告有三个鲜明特点：

1. 报告强调“年度”特征。报告反映的新特点、新问题、新趋向都是以2005年会展业发生的事件为基础的，报告中关于展览业市场特征分析的原始资料同样来源于2005年的调研数据。而2004年的报告，很多部分以建国以来会展业的“存量”为基础，将许多2004年以前的事情纳入了分析框架。

2. 报告强调“专而深”，研究的领域仅仅限定在中国的展览业，研究对象涉及到参展商以及专业观众对展览会满意程度等深层次的具体问题。而2004年的报告，在研究范围上，既包含展览业，也包括会议产业；在研究深度上主要涉及一些浅层次的面上问题。

3. 研究方法强调“国际化”。尤其在展览会市场调查的选项设计方面，充分借鉴了德国AUMA、FKM以及美国CEIR等机构的研究方法，尽量做到与国际接轨。这样做一方面是为了借鉴国外相对成熟的研究方法，另一方面便于研究结果的国际比较。

当然，由于研究时间以及研究经费等问题的制约，尽管课题组为报告的如期完成付出了很大心血，但是仍然存在不少不尽人意的地方，需要在以后的年报研究和编写中加以改进。例如，由于缺乏宏观的“普查数据”，从而导致报告对中国展览业总体发展态势的量化分析明显不足；又如，在对展览市场的研究中，样本仅仅在京沪穗三地选区，如果调查的城市数量和样本数量再多一些，最终成果的代表性就会更加客观一些。

总之，在展览业的官方统计几乎属于空白的情况下编写《中国会展经济

发展报告》，课题组成员已经深刻体味到其中的困难和艰辛。虽然我们已经付出了最大努力来完成这项工作，但最终成果仍然难以达到最初的预期水平。我们将虚心接受来自各界的批评，并真诚希望业界同仁为以后年度报告的编写献计献策，为推动我国展览业的健康可持续发展贡献力量！

《中国会展经济发展报告（2005）》课题组

2005年12月

《中国会展经济发展报告（2005）》课题组

顾问：

高燕	中国国际贸易促进委员会	副会长
杜江	北京第二外国语学院	校长
赵会田	中国国际贸易促进委员会展览部	部长
孙钢	中国国际贸易促进委员会展览部	副部长
徐晨滨	中国国际贸易促进委员会展览部	副部长

课题负责人：

刘大可	北京第二外国语学院会展研究中心主任
沙克仲	中国贸促会展览管理办公室市场处处长

参与调研人员：

安艳艳 陈刚 高媛 侯雅婷 刘大可 刘松萍 刘薇 刘莹莹 王家宝
王起静 王倩 王月 王真 吴广 肖辉飞 赵建星 周广乐

报告执笔人：

第一部分：刘大可 陈刚 王起静

第二部分：刘大可

第三部分：王真 刘大可

第四部分：刘大可 刘莹莹

报告翻译人：

黄晓波 王真 戚臣刚 章书靖 纪华菁 王建军 马宁 朱莹敏

报告审稿人：

王瑞 沙克仲

目 录

前言	1
----	---

第一章 2005 年中国展览业回顾与展望

第一部分 2005 年中国展览业发展中出现的新特点	8
第二部分 2005 年中国展览业发展中存在的主要问题	15
第三部分 2006 年中国展览业前景展望与发展建议	9

第二章 中国展览业市场研究报告

第一部分 对研究报告的简要说明	24
第二部分 参展商基本状况调查报告	27
第三部分 展览会满意度调查报告	30
第四部分 专业观众基本状况调查报告	35
第五部分 展览会营销途径调查报告	42

第三章 京沪穗展览业发展对比研究报告

第一部分 京、沪、穗三地展览场馆建设概貌	46
第二部分 京、沪、穗三地展览会项目量化分析	50
第三部分 京、沪、穗展览会行业类型比较分析	54
第四部分 京、沪、穗展览业管理现状及发展建议	60

第四章 2005 年中国展览业重要事件概览

第一部分	行业要闻	66
第二部分	政策法规	70
第三部分	场馆建设	74
第四部分	国际合作	76
第五部分	业内活动	78
第六部分	教育培训	80
第七部分	展会认证	83
第八部分	行业组织	85
附件一：中国国际贸易促进委员会简介		88
附件二：北京第二外国语学院会展研究中心简介		90

第一章

2005年中国展览业

回顾

与

展望

伴随着全球经济一体化进程的发展,作为信息交流和专业化贸易平台的会展业近年来同样引起了全球经贸人士的瞩目。2005年7月,联合国国际经济和社会分类专家小组已经明确将会展业认定为一种独特的重要产业,这不仅是对全球会展业发展现状的肯定,更为会展业的未来发展带来了信心。

中国是当今世界经济最活跃的地区之一,作为国民经济有机组成部分的会展业近年来的发展同样吸引了全球的目光。最新资料显示,中国目前已有大中型展览场馆150多座,室内展览面积超过了300万平方米,每年举办的各类展览会3000多个,正在迈入世界会展大国的行列。

2005年已经在展览界人士的忙忙碌碌中划上了句号,新年的钟声已经敲响,每个人的案头又翻开了2006年崭新的一页。虽然我们主张展览界同仁用乐观和轻松的心情走好新的一年,但回过头来思考一下2005年的“功过是非”和“经验教训”,对我们走好2006年同样是不可或缺的环节。以下部分将以展览业中发生的重大事件为线索,简要分析2005年展览业发展中呈现的新特点以及存在的主要问题,并在此基础上对2006年展览业的发展提出有针对性的政策建议。

第一部分 2005 年中国展览业发展中出现的新特点

从总体来看, 2005 年是中国展览业得到政府前所未有的关注的一年, 是行业协会蓬勃发展的一年, 是行业法制化和规范化不断完善的一年, 是国际化进程飞速发展的一年, 是产业化进程不断加快的一年, 也是教育培训事业不断发展的一年。具体说, 可以概括为如下八个特点:

一、会展业受到中央政府前所未有的重视

2005 年中共中央、国务院以及国家发改委、商务部等部委对会展业的发展都给予了极大关注, 在中国会展业发展史上前所未有。具体表现在四个方面:

(一) 国务院副总理吴仪亲自出席 2005 年 1 月 11 日由中国贸促会联合三家最具权威性的国际展览机构共同举办的首届“中国会展经济国际合作论坛”并作主旨演讲, 明确提出了中国展览业“法制化、市场化、产业化、国际化”的发展目标, 指出从政府、中介组织和企业三个层面努力的工作要求。她还为由中国商务部等机构于 2005 年 11 月 28 日主办的第二届“中国会展经济论坛”发来贺辞。由此可以看出, 国家对会展业的重视;

(二) 国家发展和改革委员会副主任李盛霖在 2005 年 1 月 11 日举办的首届“中国会展经济国际合作论坛”上表示, 国家发展与改革委员会将从四个方面推进会展业的发展。一是继续加强会展基础设施的建设; 二是充分发挥市场机制的作用, 加快培育一批有品牌效应的展会和一批有专业水准、有竞争力的会展公司; 三是优化会展业的外部环境, 打击各种欺诈、欺骗行为, 规范会展业的市场秩序; 四是加快培养会展项目策划、展馆管理、设计布展、配

套服务等各环节所需的专业人才。

(三) 2005年6月,中央办公厅和国务院办公厅组织了由中央办公厅、国务院办公厅、国家商务部、国家工商总局和中国贸促会等部门参加的展览业调研督查组对中国会展行业进行了大规模调研。国家对某个行业的发展进行如此规格的调研并不多见。

(四) 国家商务部部长薄熙来在2005年11月28日举办的第二届“中国会展经济论坛”上表示,中国政府十分重视会展经济的发展,为了促进中国会展业的发展,提高其国际竞争能力,商务部将继续加强对会展业的宏观管理和业务指导,重点做好以下几项工作:以科学发展观为指导,加强规划,合理布局;培育品牌展会,做大做强中国会展企业;保护知识产权,维护会展业的市场秩序;加强国际合作,提高会展业的国际化水平。

二、与会展业有关的法律法规不断完善

首先,从政府层面看,2005年7月份,商务部会同国家知识产权局、国家商标局、国家版权局共同起草了《展会知识产权保护管理办法(草案)》。该办法目前正在商务部网站上公开征集公众意见,有望2005年底正式颁布。据有关人士介绍,《展会知识产权保护办法》草案主要包括以下五个方面的内容:一是明确展会管理部门以及展会主办方对侵权展品的管理职责;二是知识产权投诉机构的设立;三是规定展会期间知识产权投诉的程序;四是根据专利、商标和版权保护的不同特点,规定相应的保护措施;五是严格法律责任,增加对侵权人的处罚和震慑。

其次,从中介机构看,中国贸促会本着“依法行政、公开透明、建立综合执法体制和管理运行机制、规范出国办展审批管理行为,创新管理方式,提高管理的能力和水平”的原则,2005年重新制订了《出国举办经济贸易展览会审批管理办法》,并对出国办展的市场准入、项目审批程序、对出国办展活动的监督管理手段和方式等问题广泛征求了各界意见,拟于年内颁布实施。业内人士分析,此办法的发布,预示着长期处于半政府行为的出国展将逐步走向市场化。

最后,涉及会展业的各种地方性法规也陆续出台。据不完全统计,2005年上海、广东、河南、四川等近10个省市颁布了与会展活动相关的新政策。例如,《上海市展览业管理办法》(简称《办法》)于2005年5月1日正式实施,《办法》的内容主要体现在健全展览业管理体制、规范招展与办展行为、加强行政监管与协调等方面,在营造公开、公平、公正的市场氛围以及鼓励有序竞争、规范办展等方面形成重要突破,在国内具有典范意义;又如,2005年5月19日,深圳市贸易工业局向深圳会展中心下发了《关于实行品牌展会排期保护的通知》,对深圳市去年展览面积在2万平方米以上的品牌展会给予保护,使深圳走在了我国有关会展品牌保护法规建设方面的先行者行列。

法律法规是市场经济条件下政府营造公平竞争市场环境、规范市场秩序和实施行业管理的有效手段。2005年中央和各级政府相继出台的一系列规范会展业市场的法律法规,进一步优化了我国会展业市场的法制环境,对推动中国会展业健康有序的发展发挥了积极作用。

三、会展行业协会组织发展迅速

行业协会作为非营利性社团组织,是市场经济体系的重要组成部分。它对整个会展市场的规范和有序发展起着政府所不能替代的作用。会展行业协会的主要职能是根据国家法律和协会内部规章,制约和协调会员个体行为,为企业提供信息、研究和培训等方面的服务,充分发挥政府和企业之间的桥梁作用,以促进产业的整体健康发展。2005年,全国性和地方性会展行业协会迅速崛起,对进一步推动会展业的发展发挥了积极作用。

一方面,从全国层面看,酝酿已久的“中国会展经济研究会”已由国家民政部正式批准成立;除此之外,与会展业务有关的其他全国性协会、学会等也分别设立了与会展有关的分支机构。例如,2005年,经国务院国资委和国家民政部批准,中国展览馆协会设立了展览组织专业委员会、展览工程专业委员会和展览理论研究专业委员会;2005年4月12日中华全国工商业联合会批准筹建会展业商会;2005年5月中国国际贸易学会经商务部人教司批准成立了会议与展览专业委员会。

另一方面，地方性会展协会组织也不断发展，并成为规范地方会展业发展的重要力量。例如，2005年1月，安徽省会议展览协会经安徽省政府批准挂牌成立，该协会的成立标志着安徽省会展业进入了全新的发展阶段，对规范省内会展市场，加强行业的自律团结，提高市场竞争力，具有重要的现实意义。又如，2005年8月，广东会议展览业协会成立了展览装饰分会，这不仅标志着广东展览装饰业终于拥有了自己的权威行业组织，更重要的还预示着展览装饰行业将纳入协调行业规范管理，促进行业走上健康和谐发展的轨道。

四、会展业区域合作初露端倪

从2005年的发展态势看，会展业的区域合作已经初露端倪。2005年5月，江苏、浙江、上海和南京、杭州、宁波（两省四市）国际贸易促进委员会发起成立了长三角贸促机构联席会议，并在上海举行了主题为“充分发挥区域资源优势，共创长三角概念展览品牌”的第一次会议。针对长三角各地展览活跃、国际影响力却甚微的现状，“两省四市”国际贸易促进委员会准备借此成立长三角贸促机构联席会议的契机，利用市场机制推进区域经济的协调发展，真正实现优势互补、共同繁荣，以“长三角”为名，做出展览业中的国际品牌。同月，首届东北中心城市会展联盟在吉林市召开了第二次工作会议。长春、大连、哈尔滨、吉林、沈阳等五城市会展会议管理机构负责人及相关工作人员出席。会上，与会人员交流了上半年各地会展业发展情况，各城市代表汇报了第一次工作会议确定的九项工作落实情况，并对诸项工作展开细致的研究和讨论。对下届联盟年会的举办及筹备工作，与会人员也交换了看法和意见。除此之外，2005年7月，广东省商业联合会会展协作专业委员会也在东莞举行了成立大会，其目标是整合和共享资源，共同做大广东的会展经济。这个具有联盟性质的机构吸引了珠江三角洲40多家大小展览公司。

五、会展业国际化进程进一步加快

伴随着中国政府近年来出台的一系列促进展览业对外开放的政策措施的贯彻落实,2005年中国展览业的国际化程度进一步提高,国际展览巨头通过合作办展、设立合资公司等形式,大举进军中国会展业。

一方面,英国、美国、德国、意大利、日本等国际展览巨头与国内展览企业联合办展蔚然成风。例如,2005年7月,中美两国携手打造的消费电子博览会——2005中国国际消费电子博览会(SINOCES)在青岛成功举办;2005年8月,中国五金制品协会与德国科隆国际展览有限公司签订自2006年开始,长期在中国联合主办“中国国际五金展”(CIHS)协议。它标志着双方“让行业走向世界,把世界拉近中国”的高水平、国际化会展平台搭建成功。

另一方面,合资合作会展公司不断成立。2005年2月锦江国际(集团)公司与世界排名第二的旅游集团——日本株式会社JTB签约合资成立会展公司,此举标志着中国和日本两个大型旅游“航母”将携手开拓上海乃至中国的会展市场。2005年8月励展博览集团出资取得中国医药集团下属公司国药展览有限责任公司50%的股份,成立了国药励展展览有限责任公司。2005年10月广州光亚展览贸易有限公司与德国展览巨头法兰克福展览公司正式成立合作公司,这不仅是法兰克福公司第一次在国内与民营展览公司合作,同时也是广州第一家由中外合作创办的展览公司。

六、展览业内活动异常活跃

伴随着会展行业影响力的扩大,2005年以促进同业交流与提高为目的业界活动异常活跃,全国举办了大大小小的10余次业内会议与论坛。这些活动,对促进国内不同地区、不同企业以及中外会展业专业人士的交流与合作,发挥了积极作用。这些活动中,影响力比较大的主要有两个:

第一,2005年1月11日—13日在北京举办的首届中国会展经济国际合作论坛。该论坛由中国国际贸易促进委员会(CCPIT)、全球展览业协会(UFI)、国际展览管理协会(IAEM)和独立组展商协会(SISO)联合主办。论坛以“开放·合作·共赢”为主题,围绕会展经济的热点展开研讨,共同探讨

中外展览的发展和合作之路，扩大中国会展业的对外开放和招商引资，实现中国会展业与国际会展业的战略性合作。这也是全球会展业的精英聚会，来自包括我国各地会展业代表在内的德国、法国、意大利、美国、日本、瑞典等17个国家和地区的600多位中外会展业精英参加了论坛会议和相关活动。吴仪副总理、全国人大副委员长成思危、国家发改委副主任李盛霖、商务部副部长于广洲、贸促会万季飞会长、高燕副会长等到会参加了论坛相关活动并发言。

第二，由中国商务部、北京市人民政府和经济日报社联合主办的第二届中国会展经济论坛于11月28日—29日在北京国际会议中心举行。国务院副总理吴仪为论坛发来贺辞，商务部部长薄熙来、中国国际贸易促进委员会副会长张伟、博鳌亚洲论坛秘书长龙永图、商务部副部长姜增伟到会并发言。来自国内外展览业界人士约700人出席了论坛。本届论坛以“政策·体制·秩序”为主题，深入探讨了中外会展业的管理体制、政府规范会展业的措施以及会展业和节庆活动的产业化、国际化、标准化、人才教育和法规建设等有关问题。

七、展览中心建设持续升温

虽然2004年已有专家提出中国会展中心总量过剩的观点，并建议对会展中心的建设加以限制，但是2005年的事实表明，中国会展中心的建设依旧热度不减。北京、深圳、重庆、苏州、郑州、珠海等城市或者有新的展馆竣工验收，或者有新的项目获准筹建。例如，2005年获准建设的北京新国展中心预计年底开工，新国展总建筑面积将达到65万平方米。目前要实施的一期工程建设规模为35.5万平方米，展厅使用面积10万平方米，一期工程的投资预算为29亿人民币，新国展中心建成后将成为亚洲最大的会展中心；河南省最大的专业展览场馆——郑州国际会展中心2005年也在紧张建设，并于10月完成一期工程。郑州会展中心占地68.6万平方米，总投资近20亿元，由条块造型的展览中心和伞状的会议中心组成。会议中心部分建筑面积6.08万平方米，由容纳5000人的多功能厅、1200人的国际报告厅、两个400人的会

议厅,以及十几个中小型会议室组成。除此之外还有一个令人瞩目的项目是,2005年10月份,美国拉斯维加斯金沙集团在美国旧金山同珠海市政府签订合作意向,将把横琴岛一处废弃采石场开发成一座集国际休闲旅游、高级酒店及附属别墅和配套康乐设施为一体的会展中心,项目投资高达10亿美元,先期投资3亿美元。

毋庸置疑,会展中心是会展产业发展的前提和基础,是各类展览活动的载体。凡是世界会展经济发达的国家,会展中心设施的完备程度、现代化水平和服务质量都处于较高水平,会展中心的规模也都较大。但是,中国会展中心建设出现的这种蓬勃发展态势,究竟是福是祸,的确是一个值得深思的问题。

八、会展教育培训事业蓬勃发展

为满足中国会展业快速发展对专业人才提出的迫切需求,近年来会展教育和培训事业的发展同样出现了前所未有的发展态势。2005年,会展教育和培训不但持续升温,而且出现了一些新特点:

第一,高校中专业性的会展教学和研究机构继续增长。2005年8月,由上海华东师范大学与上海市会展协会联合共建“上海会展学院”诞生;2005年11月北京第二外国语学院为进一步整合校内外会展研究力量,在最早成立的会展管理系的基础上又批准设立了会展研究中心。

第二,会展企业加入到会展教育和培训的行列。2005年9月1日,中国国际展览中心集团公司正式成立了中展管理学院,并举行了开学典礼。该学院是中国国际展览中心集团公司进行集团内部培训的专门机构,他的成立为中展集团全体员工提供了一个学习探索、总结经验、分析案例和充分交流的平台。

第三,职业资格培训市场中外并行,本土职业资格认证迈出新的步伐。2005年,中国贸促会与美国国际展览管理协会合作推出的“CEM”培训继续保持良好的发展势头;中国本土的职业资格认证工作有了新的发展,深圳、上海、厦门等地已经开始了中国“会展策划师”资格认证工作。

第二部分 2005 年中国展览业发展中存在的主要问题

2004 年，我国会展业在取得快速发展的同时也走过了艰难的一年。在法律、法规、政策、人才、教育、信息、技术、设施、设备、投融资、教育等方面都取得了一定的进步，但同时也暴露出许多问题。其中，人才、教育、信息、技术、设施、设备、投融资等方面的问题依然存在，并成为制约中国会展业发展的重要因素。这些问题主要表现在：

一、管理体制尚未理顺，政策供给明显不足

在我国计划经济体制下，我国会展业长期实行审批制管理。但是，随着社会主义市场经济体制的逐步完善，近年来会展业的审批制正在逐渐向登记制或备案制过渡。2002 年 11 月，商务部对外展率先实现了登记制，2003 年 2 月国务院又发布了“国务院关于取消第二批行政审批项目和改革一批行政审批项目管理方式的决定”，决定取消境内举办对外经济技术展览主办单位资格的审批，2004 年 7 月 1 日，《中华人民共和国行政许可法》颁布实施，进一步为会展业审批制的终结奠定了法律基础。但时至今日，部分展览会的审批制依旧延续，登记制或备案制尚未完全建立。另一方面，虽然会展业政策法规供给不足的现状已经引起商务部等政府部门的重视，《展会知识产权保护办法》的涉及会展业的法律法规已经提上议事日程，但是全国会展业的产业规划、产业政策等诸多方面的宏观管理措施仍旧供给不足。

二、展会规模普遍偏小，规模收益难以体现

展览会具有很强的规模经济效应，展览会的平均成本会随着参展商数量

的增多和参展面积的扩大而迅速下降。因此,展览项目要想获得理想的收益,就要尽可能地扩大展会规模,实现规模经济。资料显示,在会展业发达国家,尤其是在具有“展览王国”之称的德国,每年举办的近140个顶级国际和国内展览会中,平均每个展览会展出面积超过5万平方米,一些知名展览会的展出面积动辄十几万、几十万平方米,较好地实现了规模经济。但是,目前我国境内举办的专业展览会的规模大都在2万平方米以下,规模超过10万平方米的展览会屈指可数。尤其是民营展览企业所举办的会展活动,更是普遍存在着规模小、重复多、水平低以及从业人员素质差等状况。从会展业整体状况来看,中国展览会的平均产值为280万元人民币,而德国展览会的平均产值为1000万欧元,差距之大由此可见一斑。虽然这种“小、散、差”的状况,近年来一直是人们关注的问题之一,但是2005年这种状况并没有得到根本改观。

三、骗展行为愈演愈烈,行业诚信受到挑战

展览会交易的“远期性”和展览会作为服务产品的“即时消费性”,决定了展览行业与其他行业相比具有更明显的“信息不对称性”,从而决定了会展业是一个最容易出现“欺骗”的行业。到因特网上轻松一搜,就会发现2005年形形色色的骗展事件不堪入目、不胜枚举。从业已发生的事件看,这些企业的欺骗手段主要包括:(1)假国际展,只是组织几家合资企业参展,便打出国际旗号;(2)假出国展,企业到了国外才发现,展览公司承诺的展位大多子虚乌有;(3)编造主办单位,展览公司请不到“某某协会”来主办展会,就写上仅有一字之差的“某某学会”,其实根本就没有这个单位;(4)虚假承诺,等到展会开幕,参展企业才发现规模远远达不到展览公司招展时的承诺,展览场地也被临时更换,变成一个不专业办展的地方;(5)拼凑企业,招展是“某某专业展”,来的都是不相关的企业,整个展会就是拼凑出来的“大杂烩”。骗展事件正考验着会展业的诚信问题,如何树立品牌、如何取得第三方信誉印证、如何获取信誉担保、如何取得参展商的信任等,已经成为展览企业经营中的重要环节。