

現代展覽 與陳列



丁允朋 著

江蘇美術出版社

第一编 展览概说

第一章 世界从封闭走向开放 ——展览的历史性地位

“1851年的博览会，给英国岛国的闭塞性敲起了丧钟。”

——恩格斯

人们爱用“震动世界”这个字眼，但是真正震动世界的事件并非经常发生的。而在1851年的英国首次举办的国际博览会，则是一个真正震动世界、余波至今的历史性盛会！

英国是第一次产业革命的先驱。机器的使用，引起了手工业工场向工厂制的转变，形成了机器制造、煤炭、冶金、交通运输等新兴工业部门。英国为了显示其产业革命所取得的巨大成就，于1851年5月，在伦敦海德公园举办了首届国际博览会。博览会是由一座铁框架和玻璃建成的“水晶宫”，通体透明，空间开阔，象征着工业革命的成果。共展出精品一万四千件。有英国的机床、机车、冶金、轻纺及细瓷产品。特别使与会者惊慕不已的，是当时产业革命的主要标志——先进的转锭精纺机、蒸气机。另外还有俄国乌拉尔山的白金、皮毛、地毯，法国的家具、化妆品等，也吸引了大批观众。5月1日开幕那天，盛况空前，维多利亚女王和其丈夫阿尔伯特公爵亲自出席。欧洲各国和美国、加拿大、印度、中国等国家的企业家、工程师纷纷与会。至10月15日闭幕的160余天里，先后接待了观众600多万，这在130多年前，真可谓是一次史无前例的历史性盛会了。

首届博览会被人誉为工业革命的镜子。透过这面镜子，使全世界都看到了产业革命给人类生产与生活带来的巨大深刻的变化，从而使世界各国受到了震动。

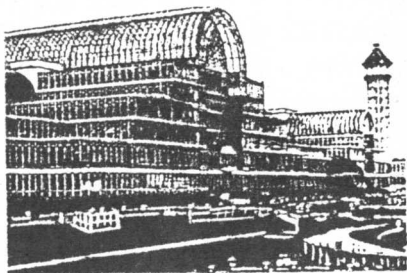
革命导师恩格斯曾对这届博览会作了这样的评价：“1851年的博览会，给英国岛国的闭塞性敲起了丧钟。”继此之后，在各工业国家兴起的规模宏大的、形

式多样的国际性博览会，不仅有力地打破了岛国的闭塞性，也迅速有力地冲破大陆所有工业国家的闭塞性，同时，使那些落后的封闭的国家地域，也借此透进了一线产业革命的信息之光。

首届国际博览会是第一次产业革命的产儿，反过来，它对第一次产业革命的进程，在更大的范围内发挥了巨大的推进作用和深远影响。到19世纪下半叶，美、法、德、俄、日等国，即相继完成了第一次产业革命。与此同时，一个相对开放性的、自由贸易的世界市场也在逐步形成之中。

国际博览会在一开始，即已显示出它那新产业革命加速器的作用，在这一百多年间的人类社会发展过程中，伴随三次革命，历届国际博览会留下了深刻的历史足迹，走过了辉煌的历程，我们从中将可清晰地看到，产业革命的里程是同历届重大博览会的历程同步的！

人类社会的发展，从旧石器时代到新石器时代，从青铜器时代到铁器时代，其间的进程是以“千年”为计算单位的。自从18世纪60年代至19世纪60年代的第一次产业革命以来，社会进步的周期便大大缩短了。如生产设备的更新期，从三十年→二十年→十年→五年，新技术转化为生产力的时间，亦从数十年缩短为现今的几年时间。人类社会历经始于18世纪70年代的第一次产业革命，始于19世纪40年代的第二次工业革命，始于20世纪初，以电力、化学制品和汽车的发展为标志的第三次工业革命。现在，一场新的世界工业革命正在西方国家兴起，世界上出现了谈论新的技术革命的热潮。这一次是第四次。其特征是电脑、遗传工程、光导纤维、激光、海洋开发等新技术的广泛应用。新技术运用



●1851年5月英国伦敦第一次世界博览会

(上)“水晶宫”展览远眺

(右)展馆内景

于生产，运用于社会，将会带来社会生产力的新飞跃，社会生活的新变化。

盛况空前的第一届博览会，将同人类社会发展史上的第一次产业革命一起被载入史册。从1851年—1985年间的21次宏大的世界博览会，犹如巨大无比的多角度的折光镜，反映了四次产业革命的进程和雄姿。在一届届的博览会上，最新科技成果的纷纷登场，参展者的国际化，展览内容的专门化，展览的定期性和永久化倾向，使博览会犹如一个永动的加速器和传动装置，加速科技与新产品的推广、竞争、更新。年年不同，届届各异，博览会的历史纪录，活现出科技与生产各个领域之进步和发展的历史阶梯。如果说当初万博只是单纯地展出物品，那么以后，则逐步变成为领导世界技术革新的场所，而且主题也在变化，从盲目相信科学技术，经过反省阶段，开始走向了如何使科学技术同人类社会和谐的时代。

从19世纪到20世纪，万国博览会领导着世界的技术革新。而从下述十届博览会的演进，即可见一斑。



●1876年菲拉德尔菲独立
100年博览(美国)

为纪念美国独立100周年，在独立宣言发表地举办这次博览会上，理化学和教育受到重视，特别是当时贝尔的电话机，韦斯的空气制动机及双重电信、打字机、缝纫机等发明，不断地博得声望。另外，自从宣传冰淇淋苏打以后，在美国很为流行，万博会也成了流行物的发源地。

●巴黎1900年巴黎万国博览会

19世纪最后的万国博览会，展览物不分国别而是分种类展示。最受人欢迎的是空中游览车和放大60倍的大望远镜幻想之馆等等，另外，X线，无线电信，录音的唱片，有声电话等也展示了出来。



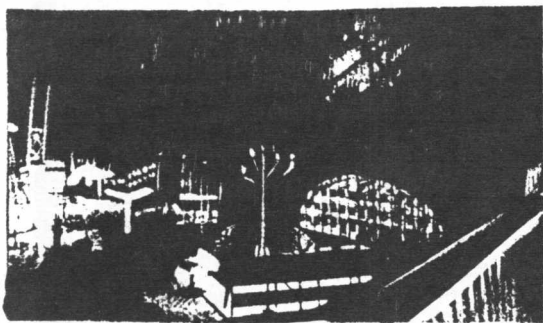
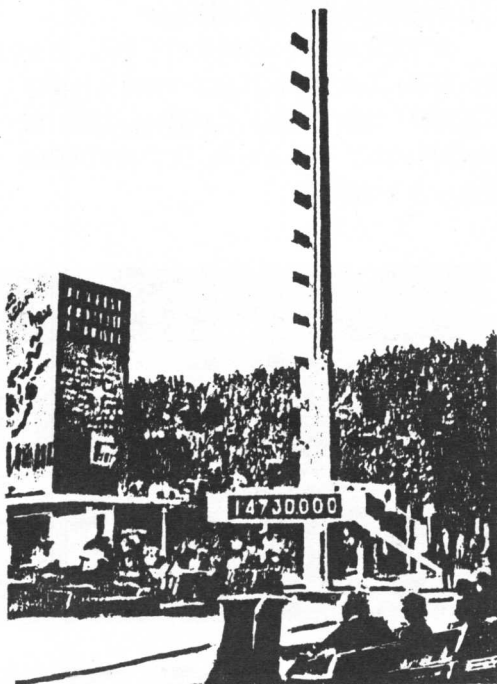
●1889年巴黎万国博览会

为纪念法国革命100年举办的博览会。最引人注目的是高300米的埃菲尔铁塔，以后它成了巴黎的名胜。在万博会上，展示了一百马力的煤气发动机，磁石发电机，电气电动机等，电灯也首次采用。1500瓦的弧光灯及1万瓦的白炽灯使法国革命100周年纪念掀起了高潮。另外，由照明而产生的有颜色的喷水也非常受人欢迎。



●1937年巴黎艺术和技术博览

毕加索的“格尔尼卡”的发表，成为话题，毕加索在西班牙馆画成的壁画，对纳粹分子在格尔尼卡街上残无人道的轰炸进行抗议，“技术要实际地得到应用”，正如此所说的那样万博会上发表了“原子连锁解说运动构造”理论，在交通工具上，从这届万博会开始增加了汽车和飞机。



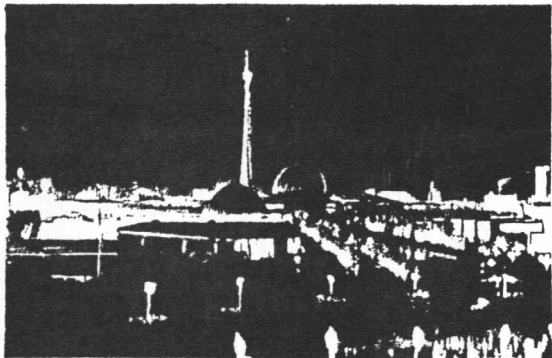
●1939年纽约世界博览会

为纪念首任总统华盛顿就任150周年办的。会期348天，是至今时间最长的博览会。会场的前庭竖立着作为象征物的230米长的三角形纪念碑和直径60米

的球体，展览馆大多是一层楼设有窗户的建筑。这样，可以利用它展示壁画，同时类似的建筑物都成为博览会的主流，录音机、电视机、能保存5000年的时代资料储放器等，都成为话题，这个时期塑料和尼龙得到大批生产，尼龙袜也非常流行。

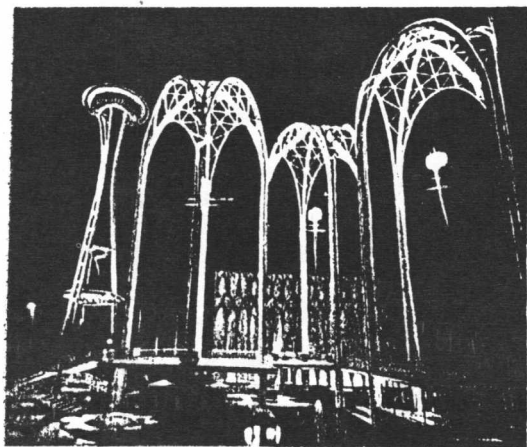
●1958年布鲁塞尔万国博览会

为纪念比利时统一50周年而举办的，过去的博览会无条件的推崇技术的进步、发展。这次第一次提出了应如何使科学与人类共存这样一个主题。它的象征是把阿尔法铁的结晶放大2000亿倍形成的原子模型，高110米，9个铅球组合而成的纪念碑，中心有电梯，花23秒就可到顶上。另外，苏联的第3号人造卫星也成为当时的话题。



●1962年西雅图21世纪大博览会

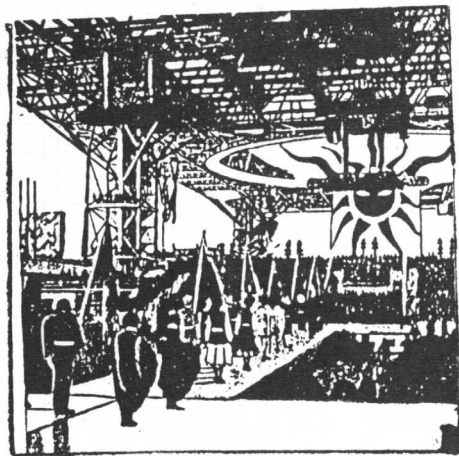
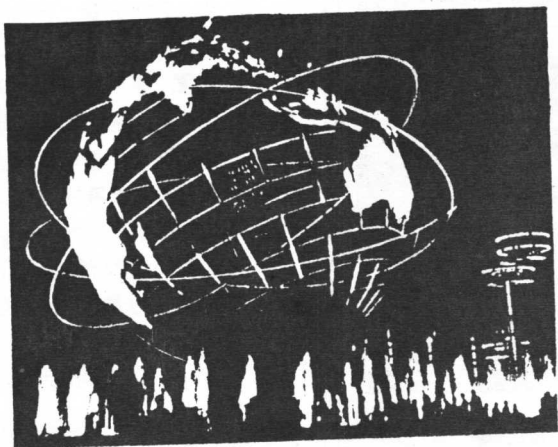
“宇宙之针”这个象征着宇宙时代的建筑物，成为话题，高180米的空中展望台是一所促使人联想起UFO的空中餐厅。另外，计算机根据住宿设施，天气图等的数据，预测入场者人数，其结果得出的数字基本上与实际数字相近。这次博览会可以说是揭开了计算机时代的博览会。



●1964年纽约世界博览会

美国把从荷兰得到的土地命名为纽约，为纪念命名300周年举办的博览会，

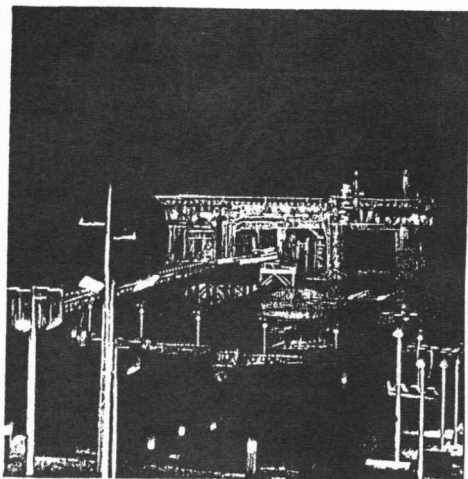
它的象征物是直径为42.6m的巨大的地球仪，它表现了从9600公里的高度看到地球的大小。初次公布于众的核融合实验成为话题。



●日本对世界向21世纪
的提案 • 1970年

日本万国博览会

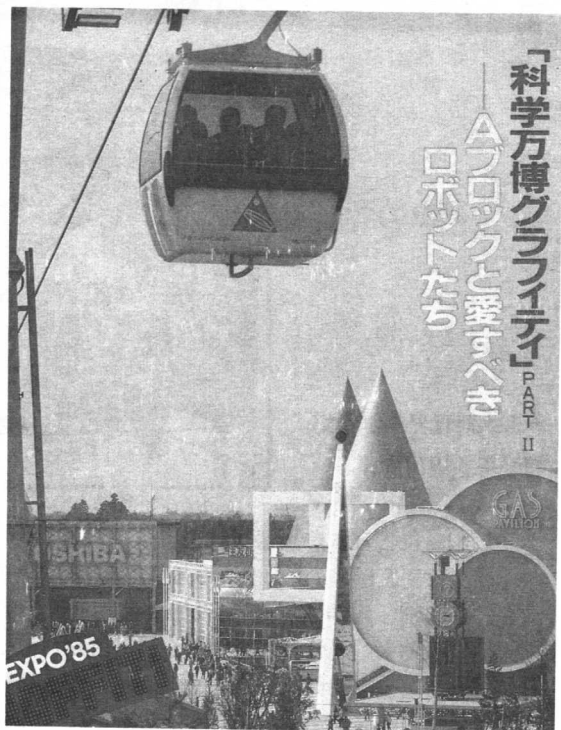
在亚洲包括日本，按照国际博览会条约进行的第1种一般博览会，以樱花的形状为象征性标志，中央的圆形是日本，5个花瓣意味着5个大陆(亚洲、欧洲、北美、南美洲、大洋洲)，倡议世界人类的和平。单轨火车在会场内运行，引起人们极大的兴趣。计算机操纵着交通的管理，整个会场内拥有一个巨大的冷却机等等，这是一次聚集日本最尖端技术，令人畅想未来城市的博览会。在博览会上展示的阿波罗宇宙船采集的“月亮之石”，非常热门。



●1975年冲绳国际海洋博览会
这是第一次以海洋为主题的世界特别博览会，会场分鱼、民族历史、科学技术、船等四个展示区，按着大同的主题，来考虑变幻莫测的大海，展示了美丽的大海，保护自然，开发资源等等充满希望的大海的未来景象。它的象征物是世界上首次海上实验城市“水中警察”。另外，在海底作业的“西特比西计划”也在实施中，颇受瞩目。

●1985年筑波国际科技博览会

这次“科学万博”的主题，是“人类、居住、环境与科学技术”。参加者有美、英、中、苏等46个国家，世界经济合作和发展组织(OECD)等国际组织37个，及日本28家民间企业。会场占地面积100公顷。它超越了国家和民族、政治和思想，及风俗习惯等方面的界限，显示了以科学发展为目标的国际性合作日益加强的意向，故被誉为“人类的盛典”。



宇宙开发技术，与人造卫星衔接的会场通信网络、智能型机器人，以及电子图像等，是最引人瞩目的。

世界博览会上是没有直接交易洽谈的，但是在它的影响下，以交易为目的的各种展览会，却风靡世界各国。

1983年，世界上所举办的比较主要的博览会有500多个，1987年，世界上则有600多个大型的博览会。

世界博览会传播科学技术的信息，推进世界各国间的了解与合作，有力地推动了社会生产的发展，而交易型的博览会、展览会，传播商品信息，密切了世界各国间的经贸关系，扩展了世界市场，世界博览会与交易型博览会、展览会，如同两个车轮，带动着世界科技与贸易的谐调前进，亦如翼船的双翼，推动了人类生产文明与生活文明的进步。

世界性的博览会与展览会，是最不带歧见，最不带敌意的人类最广泛的友谊盛会，也是最有建设性、普遍互利、人类共同受益的活动形式，即使在战火燃遍全球的第一次、第二次世界大战期间，人类亦未忘记用这种活动方式，寻求共同的利益，谋求合作、进步与友谊！

如果说“联大”是正义与邪恶，光明与黑暗较量的舆论阵地，那么，世界性的博览会则以它的广度、深度与频度，踏踏实实地在实践着人间的和平、理解、合作与进步！

恩格斯是站在历史与全球的高度去评价1851年的博览会的。站在这样的高度，纵观博览会的百年史，及其当今方兴未艾的发展势态，可以断言，随着人类和平运动的发展，第四次产业革命浪潮的到来，世界经济的相互依赖与国际市场的扩大，以及发展中国家的开放与开发，世界性的博览会展览会，将会以更新的面貌，在更高的水平上向前迈进，因而可以说，1851年的博览会，既是给英国岛国的闭塞性敲起了丧钟，更是给一个更开放的、谋求和平进步的、国际交往与合作日益密切的世界敲响了充满希望的晨钟。

第二章 展览功用

■微观：展览给参展者带来些什么——

透明、活跃的目标市场、高效、节省的销售工程活动

展览会的基本单位是摊位，或称展览小间与销售小间。在国外的展览会中，几乎全部或绝大部分是分散出租给一家家厂商的。要想租到某些国际展览的摊位，有的甚至要提前一、二年进行预定。这些组成展览的组织细胞——厂商，为什么如此踊跃地参加展览？无疑是求利的驱力与有利的吸力相结合的结果。

翻开现代国际贸易学，商业经营管理学，或销售学，在谈到市场调研、产品开发和促销，以及市场竞销的途径和手段时，无不谈到有效地利用展销活动——参加博览会，展览会，交易会，或自办展销会等，以及获取产品情报、市场情报和借机介绍自己，推销产品，拓展市场。实践证明了这种理论的正确性。

[美]小H. 鲁塞尔在其所著《销售工程》一书中，对此曾以周密的调查资料，有力地说明交易展览给展览者带来的利益。

在美国用于一次典型的销售洽谈费用，超过100美元，且在不断增长之中。在达成一项购买决策以前，买卖双方之间平均要重谈五次，为此卖方需付出500美元，连同买方所花费用超过1000美元。即：

$$500 \times 5 \times 2 = 5000 \text{ (美元)}$$

如何提高工作的效率、质量，而又可能降低这项费用呢？调查表示，交易展览是最理想的方式之一，理由有五：

- 有购买计划者居多，“逛大街、逛商店”式的为少。怀有专门购买计划参加交易会人员的百分比为31—76%，平均为56%，调查表明，交易展览可把现实需要的购买者与销售者集合起来，以交换信息和洽谈贸易。

- 有购买决定权者为众，单纯“探探路”、“跑跑腿”者极少。在交易会上有最后决定权去购买、或推荐采购产品者占50—95%，平均为82%，由于买卖双方只局限于直接参与决策人员之间进行，所以双方的时间都大大节省。

- 直接对话、看样成交，提高了工作效率，由于展览会为完成与购买决策有联系的许多工作提供了紧凑和有效的环境：产品实样，产品样本与说明书，

产品工程专家与销售专家，使对产品的了解和贸易洽谈变成面对面的现场交流，加快了购买决策和成交进程，双方时间为之大大缩短，花费时间约为2.7—12.4小时，平均为8.0小时。

- 使邀请一个客户的费用从500美元降至60.44美元。把一个客户邀请到展览会场所花费直接费用为37.37美元，加上有关费用，如展览广告、旅行费用、生活费用和工资等，使人均费用增至60.44美元，亦仅为通常贸易所花费用的1/8。

- 提供大量的新接触、新信息、新机会：了解与交换有关产品和应用的信息，市场销售与消费需求的信息，国际上有关研究、生产、销售之最新态势等。这对日后的新产品开发、老产品的改进均有极大的价值。而广泛的新接触，亦为日后的销售“播种”，很多人将会变成长期、固定的贸易伙伴。

上述的调查资料来自美国的展览市场，在我国情况是否如此呢？广州交易会的贸易实绩，大概是能作出肯定性回答的。中国出口商品交易会，系我国各对外贸易公司联合举办的唯一大型的综合性贸易例会，展销总面积十二万五千平方米，设有一千六百多间业务洽谈室、会议室、办公室。是我国同世界各国进行出口贸易、经济技术合作、引进技术、利用外资、合作经营和对外开展国际航运、保险、商检、广告、商情调研和咨询业务活动的重要场所。以1986年的第五十九届交易会为例，共展出各类产品五万种，接待来自一百多个国家地区的客商二万五千多人，成交额三十一亿美元。由于交易会坚持“展谈结合，看样成交”的原则。辅之以常办各种“新产品介绍会”、“品尝会”、“时装表演会”等，使之已成为我国举足轻重的对外贸易场所，从1957年的第一届到1986年的五十九届，交易会累积成交额为六百四十四亿美元，占我国同期现汇累积出口成交总额的25%左右。1988年春交会——六十三届广交会上，成交额突破50亿美元，足见贸易的活跃，为了表彰它在发展国际贸易和合作方面作出的贡献，1984年4月19日，国际墨丘利金奖代表团授予中国出口商品交易会“国际墨丘利金奖”，事实说明，如果春秋两届交易会不能为参展者——各进出口公司与出口企业带来1/4的年销售额，如果不能为众多的国外客商提供绝好的同中国进行贸易与合作的机会，大概不会有交易会蒸蒸日上的今天。

■中观：展览给当地城区带来些什么？—— 城区开发的机遇走向世界的起点

举办展览会、特别是举办国际博览会，对展览的城市或社会来说，花费十分巨大，以日本举办的三次国际博览会为例：

• 1970年大阪的日本国际博览会
会场费用878亿日元(建设费524亿+运营费354亿)
有关事业费: 6241亿日元

总计: 7119亿日元
• 1975年那霸的冲绳海洋博览会
会场费用: 461亿日元(建设费319亿+运营费142亿)
有关事业费: 1808亿日元

总计: 2269亿日元
• 1985年筑波国际科学技术博览会
会场费用931亿日元(建设费490.5亿)
有关事业费: 5705亿日元

总 计: 6636亿日元
另加:
参加国展出费用100亿日元
日本民间企业展出费用700亿日元

小计: 800亿日元
共计 $6636 + 800 = 7436$ 亿日元
花费如此巨款举办国际博览会, 在经济上有何收益?
入场券收入和会场内事业收入931亿日元
赛马、赛车等方面赞助费190亿日元
银行等 资助80亿日元

总计 1200亿日元

从上看, 支出7436亿日元, 收入1200亿日元, 收支相差6236亿日元。破费如此巨大, 不足部分尽由国库补助, 日本国为何又会接二连三地在国内举办国际博览会呢? 难道是为了摆阔气、图虚名吗? 当然不是“欲想取之, 必先予之”这句话大概也适用于此处的。科学博览会结束后, 日本政府将100公顷的会场地区陆续开发建成工业区, 同紧邻的筑波科学城连为一体, 建成了从科学研究到工业生产的一贯生产体制。科学城的研究成果得以立即投入实用, 成为日本新产品的工业区, 从而使筑波成为世界闻名的高度技术城市。

由于此次博览会的举办，对筑波当地县市带来的好处也是巨大的、长久的和多方面的。如，1987年变成的工业区，地方每年可从中获取税收20亿日元；科学博览会留下的公园、道路，建成工厂区工作的职工住宅。有待成为人口达10万（1985年为35000人）的住宅城市；对整个茨城县来说，博览会亦为县财政提供了很大收益，特别是通过这次名扬全球的万博展，这个“科学县”更名闻全世界。

不仅日本，在美国亦不乏其例，美国的田纳西州诺克斯维尔市，投资兴建世界博览会，并拨巨款大做广告，其终极目的，亦在借机吸引国内外广大观众游客的到来，刺激当地的“博览旅游”，并由此引发当地的各项投资、建设和服务业的振兴，振兴当地经济。事实证明，大凡举办大型展览的区域，可以从中获得如下几方面的效益。

- 促进旅游、饭店、购物中心的建设
- 促进交通、航空、通讯设施的建设
- 吸引投资，振兴经济，增加就业和税收
- 打破封闭状态，为地区走向世界提供良好机会
- 刺激地区旅游的发展
- 上述效益非一次性的展览收入，而可对地区性的全面发展将能长期发挥巨大的作用。

以上列举的系国际性的博览会，而下面看到的例子，则是定期举行的固定性展览陈列，同样可为地方的全面腾飞发挥有力的作用。以西德慕尼黑为例，这座以丰富多采的全面活动而著称的城市，是世界上最重要的博览中心之一。

“慕尼黑为全世界开拓市场”是慕尼黑国际博览会公司的响亮口号。这里连续不断举办的博览会、展览会和各种会议，是国际间进行销售和信息交流的场所。在伊萨河畔有基础巩固、条件优良的消费类商品贸易市场和投资类商品贸易市场。此外，还有手工艺品和时装、体育和文娱用品的贸易市场，形成了一个“购物天堂”。

国外博览会和各种会议本身，即构成了一个为数可观的“旅游团”：参加会议的：25000人，大约有20000家参展厂家（30%），每年在新闻中心登记的记者人数超过10000人。更重要的是，富于吸引力的博览会和购物中心，大约每年吸引有160万参观者和各方面的专家从世界各地前来慕尼黑。其中有大约20%来自国外的参观者。慕尼黑市每年接待外国旅游者约190万人次，也就是说，17%的外国旅游者参观慕尼黑博览会。这样高的比例，反映了博览会对国外旅游者的吸引力之大。

我国的出口商品交易会，三十几年来给广州市本身的市政建设、通讯设施、

旅游饭店和地区开放的经济振兴，亦起到了十分明显的促进作用。

■宏观：展览与社会—— 文化、教育、宣传、公益和旅游

一. 传播社会文明，社会智能投资的重要方式——陈列馆种种。

“法国博物馆免费参观耐人寻味”。这是一篇真实报道的标题，记述了发生在法国西部城市南特近郊法国著名科幻作家儒勒·凡尔纳的博物馆的真实故事，一天的上午，只有两人参观，门票收入不到三十法郎。原来法国的许多博物馆，都以学启民智，熏陶后代为宗旨，宁愿“赔钱”，而坚持开放，每逢节假日参观者最多的时候，它们反而一律免费开放。

另据《法国通讯》报道，法国共有展览馆2000多座。其中有些为国家直接掌管，有些则是属于市镇、村镇政府，另外还有些是私立展览馆。展览馆大致分为以下几类：

《美术展览馆》——展出绘画、雕刻、雕塑品；

《装饰艺术展览馆》——展出有实用价值的艺术品，如家具、服装、金银制品、陶瓷、壁毯、镶嵌制品等；

博览会《历史展览馆》——有关省份城市、家庭、人物有联系的各种历史人物资料；

博览会《民间传统艺术展览馆》（亦曾称之为《民俗展览馆》）主要收藏家具、服装以及一个地区、村落的住宅模型与照片。

《技术展览馆》——主要在废置的工厂、车间、矿井或其他劳动场所，展览过去使用的机器和加工、生产的产品。还展出涉及地区工人、劳动者各类活动的资料；

除上述几大类展览馆外，法国还拥有：

乐器展览馆	玩具展览馆	航海展览馆	航空展览馆
纺织展览馆	铁路展览馆	……	

在经济发达国家，面对新的世界技术革命的今天，由于名目繁多的展览陈列对于传播社会文明和普及科学知识的良好作用，同在法国一样，受到普遍的、越来越多的重视。在我国最大的城市上海，仅有10座博物馆，而美国纽约则有200多座，日本东京有113座，奥地利维也纳也有博物馆100多座，在那里，作为全社会的“立体百科全书”的各种展览馆、陈列馆、纪念馆等，有国家政府兴办的，有各类社团和专门机构兴办的，还有大量的企业兴办的专门陈列馆，分布于各地，形成了一个巨大的网络，成为社会文明的重要组成部分。这些展

示陈列，远非传统观念中的“文物资料收藏中心”，而已成为全社会的文化教育中心，成为现代社会文化生活的一部分。亦非传统观念中的展示，尽是“远离时代的过去世界”，特别是那些科技博物馆，越来越接近现代生活，越来越接近当代的科技世界，现代科技博览馆主要展出的，就是反映现代科技原理及其应用的展品，普及对现在与未来社会发展具有重要意义的最新科技知识。最新最尖端的科技成果都进入了科技展览馆。如核电站、阿波罗宇宙飞船等，都以巨大的实验模型向观众提供直观学习的机会。而且在展示方法上，以“参加型”取代以往的“静陈列”，展品多被设计成可动手操作或自动演示的模型，有趣地展示深奥的科学原理。如在日本东芝科学馆参观，观众可坐上磁浮桥。亲身体会靠磁悬浮空中飘浮的奇妙感觉，借此学习电磁知识。由于现代科技馆能给人以最新的科技知识，所以观众甚多，巴黎国家科技馆，每年接待观众达300万人次。

由于展览是有公开性、公众性、实证性和形象性，极易为广大社会公众认识、理解和产生共鸣，有很大的劝服作用。所以，利用展览会宣传政策，普及知识，扬善抑恶，推广经验，均有很好的说理和感染鼓舞的作用，在伦敦警厅的中央，有一个世界最大的罪证展览馆，已有100余年的历史，展品都是从一些有代表性的案例中精选出来的，同时还展示了犯罪手段的发展及破案手段的进步。它不仅对外公开开放，而且每年接待5000名警察、律师、法医等专门从事打击罪犯工作的参观者，无疑，这类展览的社会功能是多方面的，而且是颇为有效的。我国各地举办的法治展览、劣质产品展览、计划生育展览、爱鸟展览和戒烟展览等都是很受群众欢迎、公众颇受教育的。

二. 增设别具特色的展览、陈列——拓展旅游，弘扬文化

大凡旅游者，出外不离住、食、行、游、购五字。而广大的旅游者，一般在住、食、行方面，只求方便实惠，而对游与购，特别是游字，则是十分注重。人们企望旅游给身心带来娱乐康健，更追求开阔眼界，增长知识。不少国家精明的旅游的策划者，正是针对旅游者的上述心理，巧妙地利用本国、本地区别具特色的展览、陈列，给旅游者提供一饱眼福、增加见闻和购物的方便，吸引了大批国内外游客，并以此闻名于世。

其做法，大致可分三大类：

大型国际博览会和购物中心

联合民族节日举办地方工艺品展览会

各种各样的展览会

(一) 大型国际展览馆和购物中心

这一类型，大多在经济发达的西方国家，如西德、美国、法国等。

以西德慕尼黑为例:

慕尼黑这座以丰富多采的全面活动而著称的城市,以博展和购物中心吸引世界游客的到来,刺激其当地的“博览旅游”,并由此引发当地的各项投资、建设和服务业的振兴。1982年我国也应邀参加了这届为时半年、盛况无比的世界博览会。仅此一举,该市不仅获取巨额经济收益,振兴了当地经济,同时从此扬名于世,成了又一个为世人瞩目的游览胜地。

(二) 配合民族节日, 举办地方工艺品展览会

发展中国家,为了将别具地方特色的“民俗旅游”,搞得更加有声有色和卓有成效,一般均在民族节日里,在举行富有民族民俗风采的歌舞节目演出活动外,往往同时举办地方工艺品展览会,以吸引旅游者购取。如摩洛哥在一些沙漠绿洲的村镇里举办联欢节、民间歌舞、蜜蜂节、杏花节,手工艺展览会等。

再如突尼斯,七、八月份还在各旅游区举办各式各样的文艺节目,外国美术展览,图片展览,工艺品展览。这不仅丰富了游客旅游生活的内容,也使他们了解了当地的风土人情和文化艺术,购取工艺特产收藏和使用。

号称“野生动物王国”的肯尼亚,则把经常组织兰花展览,作为招徕游客的重要方式。发展区境内种植着许多绚丽、郁香的兰花,每当兰花盛开之时,当地报纸、电视台连续刊映兰花展览会的广告,国际机场的出口处张贴着展销兰花的海报,这种兰花的国际盛会吸引了上万的爱花人前来观赏。

(三) 各种各样的博物馆

怀有强烈好奇心和求知欲的游人,每到一国一地,不仅想了解现实,亦对遥远的历史遗迹,各类稀世珍宝一览为快。成功地利用博物馆发展旅游业的国家地区,可以举出不少,东方、西方都有。

遐邇闻名的金子博物馆,每年即为秘鲁招来数以万计的海外游人。到秘鲁首都——利马,不去参观金子博物馆,就好比到了北京不去游览长城一样,会深感遗憾。馆内陈列着上万件展品,分为文明古国秘鲁历代的瑰宝和外国的赠品两部分。金冠、金耳环、金镯子,图案精美的服饰,乃至陶器、兵器和色彩绚丽的手工艺品,美不胜收。据秘鲁十三个博物馆的统计,1979年接待国内参观者63059人,外国参观者48614人。约有60%以上的外国来访者参观了利马的金子博物馆。

仅有两百多年建国史的美国,亦不乏类似的国际闻名的旅游胜地。“大型博物馆”——占地173亩,拥有保存完好的800多座古代建筑的威廉斯堡:住宅、店铺、教堂、街道、花园……都是18世纪英国小镇的模式。穿着中世纪服饰的男男女女在街道上、饭馆中、作坊里进进出出,殷勤招待来自世界和美国本土的大量游客。游客如有雅兴,还可花上8美元进入主要街道两旁的建筑物,观