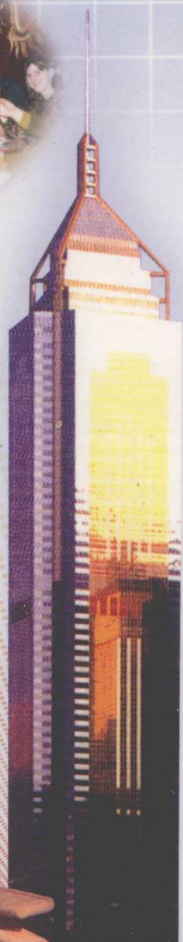


展览会内涵与运筹

刘竹林 著

ZHANLANHUI NEI HAN YU YUN CHOU

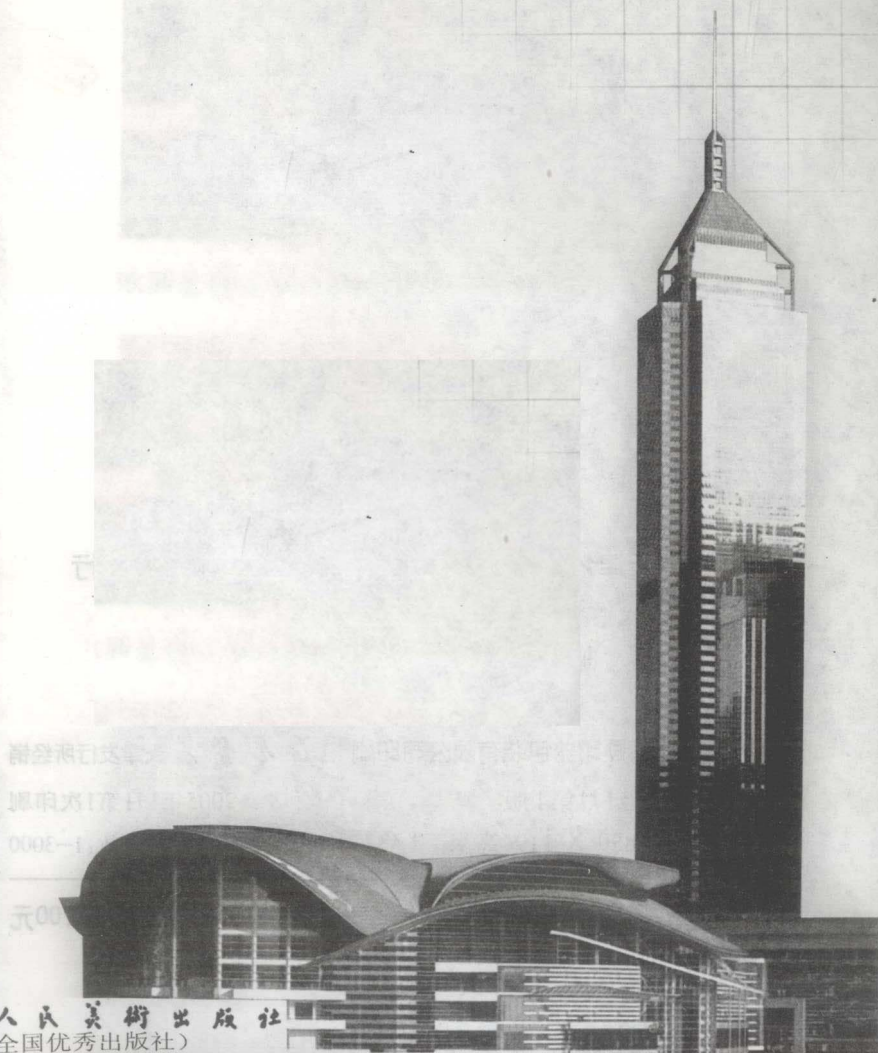


天津 人民美术出版社
(全国优秀出版社)

展览会内涵与运筹

——展览会常识及应用文写作

刘竹林 著



图书在版编目 (C I P) 数据

展览会内涵与运筹: 展览会常识及应用文写作 / 刘竹林著. —天津: 天津人民美术出版社, 2005.1

ISBN 7-5305-2809-2

I. 展... II. 刘... III. 展览会—基本知识
IV. G245

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第140449号

天津人民美术出版社 出版发行

天津市和平区马场道150号

邮编: 300050 电话: (022) 23283867

出版人: 刘建平

河北海顺印业包装有限公司印刷 新华书店天津发行所经销

2005年1月第1版

2005年1月第1次印刷

开本: 889 X 1194毫米 1/32 印张: 6.5 印数: 1-3000

版权所有, 侵权必究

定价: 22.00元

序 言

中国经济的持续快速增长和贸易规模的不断扩大,为会展业创造了广阔的发展空间。自 20 世纪 90 年代以来,我国的会展业以年平均 20% 的速度递增,逐步发展形成一个相对独立的新兴行业,并已成为国民经济新的增长点。

会展经济的作用已被各级领导和社会各界所认识、重视。许多省市都把会展经济纳入了地方经济的发展规划。如北京市市政府已将创建亚太地区会展中心作为今后的奋斗目标。上海市立志要成为长江三角洲会展经济的中心城市。大连市刻意将展览会作为城市的名片之一。还有广州出口商品交易会、深圳高交会、厦门投洽会、昆明国际文化旅游节、南宁中国—东盟博览会、青岛啤酒节、杭州西湖博览会、沈阳工交会等等,都得到了地方政府的积极支持和重点扶持,并正在为振兴当地经济、扩大招商引资、增强地区知名度做着特殊的贡献。

自从我国实行改革开放政策以来,特别是 1992 年全国经济转为市场经济体制之后,会展业在全国范围内迅猛发展、不断壮大,成绩骄人,这是众所周知的事实。但是,我们必须清醒地看到,和西方发达国家相比,我国的会展业还处在“初级阶段”,仍属于“幼稚工业”。怎样提升我国会展业的国际竞争能力,在理论和实践相结合上保证我国会展事业持续、稳步向前发展,是摆在我们面前的重要任务。

多少年来,许多热衷于会展事业的业内人士、专家学者,积极

建言献策、发表文章、阐述自己的观点和看法,以期对我国会展事业的进步有所裨益。国家有关部门和教育机构创办刊物、组织学术研讨、专题论坛、开设培训班、专业课程,探索符合中国国情的会展理论和发展战略,在交流信息、共享资源、人才培养等诸多方面做了大量工作。这对促进我国会展业的健康发展提供了良好的人文环境和社会保障。

天津市是我国会展业发展比较早、比较快的城市之一,举办过许多高水平的展览会,积累了丰富的办展经验。我在中展集团主持工作期间,曾多次与天津贸促会合作,效果很好。近期,天津贸促会刘竹林同志送来一篇书稿,阅后觉得基础不错,很有参考价值。随即认真推敲,做了一些记录,对其中的部分内容提出了修改意见。并多次约其当面交谈,讲述了自己的观点和思考。现在该书出版在即,我谈点个人的看法。

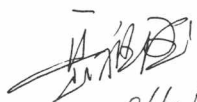
一、作者结合个人经验和体会,通过详实的资料、形象的描述,对展览会的起源过程、发展历史、性质和分类、作用和功能、组成要素、运筹规律等分别进行了简要的介绍和理论探讨。语言生动,通俗易懂,信息量全面,可读性强。有些观点和提法很有实践基础,颇有独到之处。适合于关心展览事业的人士、初学者及从事展览会实际工作的人员阅读、参考。

目前,我国大约有 300 万展览会从业人员,再加上热心展览事业的人士,这是一个不小的读者群。在他们之中,多数人的兴趣不是研究展览业的学术理论问题,而是希望系统地了解一下展览会的发展历史、现实状况及相关的学问与知识,以增长见闻或者学以致用。此书在该领域做了有益的尝试,能够满足这部分人群的愿望和需求。可作为展览知识的普及读物推荐给广大读者。

二、作者以国内展览会和国外来华展览会应用文为切入点,由一般到特殊,由特殊到普遍,认真演绎了自己对展览会实务工作的理解和感悟。理论联系实际,具有第一线的工作特色,很有实用意义。尤其是应用文范例,均来自作者的实际工作经验,经受过实践的考验和洗礼,朴实无华,真切具体。这对基层展览会策划者、组织

者、工作者有着实际参考和借鉴价值。

中国会展业在学术理论研究、知识传播方面有了明显进步。据悉,除了国务院发展研究中心市场经济研究所以及北京大学、湖北大学、重庆工学院等 20 多个大专院校涉足此领域之外,去年,上海外贸学院也招收了会展专业本科生。这是一个令人高兴的信息。我认为,中国会展业的持续发展,需要全社会的关心和重视。衷心希望有更多的单位及个人加入到会展理论与实务的研究和传播行列中来,立论建言、承前启后,为我国社会主义建设做点实事。


04.6.4.

岳祖德简介

1935 年出生于江苏省宜兴县,1957 年毕业于北京中央美术学院。

曾在中国国际贸易促进委员会出展部任设计处处长、高级工艺美术师、副部长等职务。其间赴 40 多个国家和地区举办展览会。1976 年以后,在香港华润公司下属广告公司、香港展览中心负责展览工作。1988 年担任中展公司总经理(正局级),1993 年被评为对社会科学事业做出突出贡献并享受政府特殊津贴的专家。1997 年到 1999 年担任昆明世界园艺博览会顾问。除此之外,还担任中国展示设计协会副会长、新中国国际展览中心项目专家委员会专家,《中外展览》杂志国信展览商情、《中国会展》杂志的顾问等职。在 40 余年的展览生涯中,对中国展览界有关理论和热点问题进行过深入研究和探讨,并在全国各种报纸杂志及会议上发表过许多文章和讲话,被业内人士公认为中国展览界的资深老前辈。

开 篇 语

一个国家和地区展览业的兴旺与发展,是其市场经济繁荣、商品生产发达的标志和体现。随着我国加入世界贸易组织,中国经济将全方位、多层次融入全球经济主流。被誉为国民经济发展“晴雨表”和“推进器”的展览会必将进一步发挥其独特的作用,为振兴中华经济而贡献力量。

当今中国,每年都有上千个展览会在神州大地举行。数量之多,内容之丰富已为世界所关注。多彩的展览活动不仅促进了展览会所涉及行业的技术引进、贸易发展、国际合作,同时,对相关的交通、运输、货代、仓储、贸易、金融、广告、印刷、通讯、信息、旅游、餐饮、宾馆等诸多行业起到了推动作用,进而对所在城市的基础建设、劳动就业、地区经济发展产生积极影响。专家预测,展览业在中国有着广阔的发展前途和较强的生命力。它是我国 21 世纪的朝阳产业。

我国的展览历史虽然可以追溯久远,但作为一个产业走进市场经济运作道路才刚刚十余年的时间,所以应该说,在中国的经济领域中,展览业还是一门新兴产业,仍处在幼稚阶段。故此,不成熟或不尽人意之处在所难免。比如宏观调控不够,缺少全国性行业组织和自律机制;多头办展、重复办展、无序竞争现象严重,分散展览资源;国际化程度不高,管理技术落后;市场意识薄弱,高素质人才匮乏;策划、运作、文档不规范,影响展览会质量和产业经济效益等等。业内人士普遍认为:中国的展览业虽然有了一个好的开端,已呈现出方兴未艾的势头,但是要确保其旺盛、健康的发展态势,

还必须加强基础建设,规范市场管理,在提高展览从业人员素质等方面下一番功夫,以期适应入世后的新形势,全面与国际展览市场接轨。

为了促进我国展览事业的持续发展,能在打造中国展览基础的工程中添砖加瓦,尽个人一点绵薄之力,笔者根据20多年从事展览会的工作经验和积累,总结编写了有关展览会基本常识和国内及国外来华展览会应用文写作的初稿,并用了很长的时间与多位展览专家进行交流、探讨、研究、学习,努力使其更臻完善。其中包括与香港建和国际有限公司总经理潘志宏先生交换看法,从而丰富、充实了书中的观点和内容。特别是得到了我国展览界资深老前辈岳祖德先生的亲自审稿和指点,真是受益匪浅。遵其谆谆教诲,又参考有关资料,反复推敲、斟酌原稿,再三锤炼、多次删改,有的部分甚至重写,最后方敢脱手、定稿。说心里话,直到现在,我还觉得有些章节不够练达,未必悟透前辈的真传,仍然是怀着一种忐忑不安的心情将此书奉献给读者,只希望自己的一孔之见能对我国展览界的工作人员以及社会上的仁人志士有点启发和参考作用。倘若真能如此,不胜欣慰。

本书共分两大部分。第一部分,展览会常识。这是本人在研究、分析所能接触到的资料、信息、文章的基础上,结合实际工作感受,从若干不同角度进行的专题描写和论述。内容包括:(1)展览会的起源和发展。(2)展览会的性质与分类。(3)展览会的功能和作用。(4)展览会的组成要素。(5)展览会的运筹程序。当然,我很清楚,这些粗浅的见解只能包含展览会的部分内涵,不能说是全部。称其为入门学习知识勉强可以承受。第二部分,展览会应用文写作。每种应用文开篇的背景介绍和写作要点等,是本人多年来的工作领悟,有感而发,并加以综合提炼,现身说法,内容力求结合实际,注重实用性。其后所举的范例,均是我在运作筹备展览会的实践中用过的应用文章。虽然对其中内容又重新作了整理和修改,力求更加完整,但是,难免补一漏十,仍摆脱不尽地方色彩和局限性,能否承担起范文的重任,心中无数,真有些诚惶诚恐。总之,由于个人水平有

限, 接触范围较小, 本书内容一定有不少缺点和错误, 恳请展览界同仁和广大读者朋友不吝赐教, 提出宝贵的批评意见。

本书在写作过程中曾得到徐明、孔祥民、王建东、张兵、孙敏等同志的帮助和激励, 在此一并表示感谢!

目 录

序言	1
开篇语	1
第一章 展览会常识	1
第一节 展览会的起源与发展	1
第二节 展览会的性质与分类	15
第三节 展览会的功能和作用	21
第四节 展览会的组成要素	33
第五节 展览会运筹程序	50
第二章 展览会应用文写作	55
第一节 概述	55
第二节 征询函	58
第三节 策划意向书(方案)	63
第四节 建议书(报告)	71
第五节 协议书(合同)	78

第六节	邀请函(招展资料)·····	89
第七节	书信与函电·····	105
第八节	展览会(现场)实施方案·····	108
第九节	新闻发布稿与新闻通稿·····	112
第十节	开幕式报告与方案·····	117
第十一节	展览会各类请柬·····	122
第十二节	开幕式讲话、酒会致辞·····	130
第十三节	会刊前言(发刊辞)·····	144
第十四节	展览会工作总结·····	146
第十五节	其他·····	152
附 1	历届世博会一览表·····	155
附 2	国际展览会公约·····	159
附 3	国际博览会联盟章程·····	169
附 4	国内展览法规·····	180

第一章 展览会常识

第一节 展览会的起源与发展

一、展览会起源于古代庙会和集市

展览会、展示会、博览会、交易会等习惯统称为展览会，英文常用 exhibition、fair、show、display 等单词，最早起源于封建社会的宗教庙会和集市。这是西方学者经过研究得出的结论。许多专家认为，展览与贸易同样古老和悠久，几乎与人类文明同时产生。当人类社会还处在以物易物的初级交换时期，庙会和集市就已具备了“摆”、“看”、“交流”等展览会的基本特征，被称作展览会的原始形式。

依附于宗教迷信活动的古代庙会，一开始只是一种祭祀仪式，或者是传经布道、供神求愿的寺庙庆典活动。这些活动一般要在寺院、庙宇的殿堂及大院内或门外空地上举行，形式神秘死板、庄严肃穆，多数由祭司主持，只让部分僧侣和信徒参加。内容除了焚香、燃灯、供奉、跪拜、祈祷、诵经之外，有时还伴有歌舞和威严的锣鼓及唢呐之声，响彻云霄，声震周围。故此引来了好奇者及围观者的窥视和议论，进而一传十、十传百，逐步召来了社会各界人群的光顾。一时间，附近村庄的社火队、民间艺人成帮结伙前来助兴表演，粉墨登场；农夫、牧民携带农副产品，赶着牲畜借机交换、互通有无；作坊老板、手工业者、小商小贩争抢地盘、划地叫卖、出售商品和手工艺；江湖游医、郎中、方士、算命先生也不甘落后，匆匆赶来，招摇过市，奔波谋生；还有乞丐、小偷、扒手也闻风而动，穿梭人群之中，浑水摸鱼，以求一逞……久而久之，原本是从从事宗教活动的场所，结果演变

成为一种内容纷繁、人员复杂，三教九流混迹、商贸与娱乐结合在一起的乡镇大庙会。这种古代宗教庙会就是展览会的雏形。

庙会有着浓厚的农业社会特点。古朴、简陋、粗犷、松散，没有组织机构去要求，没有范围、规模来约束，一切顺其自然，自然产生、自然发展。

随着社会的进步，到了封建社会的后期，生产力不断地发展，农副产品逐渐丰富起来，社会上出现了较多的剩余产品和手工业产品。农民、手工业者、作坊老板就把宗教庙会当成了推销产品的重要渠道和市场，使得庙会上的贸易交流活动规模越来越大，人员越来越多，后来者居上，喧宾夺主，竟成为庙会的主流活动，而开始在寺院中举行的祭祀仪式反倒成了陪衬。这时期的庙会实际上已成为一种农副产品、用品的交流大集市。不过，庙会的名称仍然保留着，时间和地点逐渐固定下来。

从原始庙会上的借机产品交换，发展到定时间、定地点、有目的的集市贸易交流，是展览形式演变过程中的一个飞跃。集市，学术界称其为展览会的初级阶段。

有研究表明，许多国家和地方对庙会以及集市的称呼并不统一、规范。如在中国，东西南北中，不同地区有着不同的叫法，像集、墟、场、庙会等，实际上是指同一种、同一类市场形式。

总之，在商业还没有出现或者商业还不发达的农耕社会中，庙会和集市是人类最古老的展览行业，是农村产品交换的主要手段，是当时经济流通的重要途径。

二、欧洲是展览会的发祥地

欧洲是资本主义的发源地，这是人所共知的。同时也是近代展览会的发祥地。

随着欧洲资本主义经济的兴起及国与国之间对外贸易的不断发展壮大，传统的农业形态的庙会和集市开始落伍，不能满足新兴资产阶级推销商品的要求，不能适应社会经济流通发展的需要。一些正规、宏大的，宽敞、明亮的室外及室内国际性贸易市场开始在欧洲出现。据记载，公元 973 年，法国巴黎最早成为各

国商贸人士的汇聚地。德国的法兰克福、莱比锡，意大利的米兰、都灵，奥地利的维也纳也紧随其后，相继成为欧洲较早的国际贸易市场。

17世纪到19世纪，在工业革命的推动下，欧洲首先出现了工业展览会。这种展览活动有了明显的工业社会特征，有着严密的组织体系和很强的展示宣传功能。

1789年，在瑞士的日内瓦举行了工业展览会。1790年在德国汉堡、1791年在匈牙利布拉格也分别举办过工业展览会，但规模都比较小，参展商家不太踊跃，也未能定期连续举办。

1798年，在法国政府内务部长德纳夫沙托提议下，法国举办了工业产品大众展，并连续举办了十一届，实属当时工业展的出类拔萃者。到了1849年，该展览会的参展厂家由开始第一届的110家，增长到4532家。所以欧洲研究人员认为，法国工业展览会是大工业展的开端。不过因其没有国外参展者，故此未能发展成为国际性活动。

世界上公认的第一个正规的国际性博览会，应该是1851年在英国伦敦举行的水晶宫博览会，又叫“万国工业大展览会”(The Great Exhibition of the Industries of All Nations)。当时的资本主义制造业已经有了飞速发展，商品市场竞争日益激烈。英国政府为了扩大国际影响，推动对外贸易增长，开拓本国产品销售市场，不惜工本，打破先例，专门为此次工业产品博览会兴建了一座室内展览馆，这在当时国际范围内是绝无仅有的。单说这个宏大的建筑物本身，就是一个奇迹。英国的能工巧匠一改以石头建筑材料为美的传统习惯，大胆采用了当时很少有的钢架结构和玻璃墙体风格，动用全国工业、建筑业的先进技术，在伦敦海德公园内把展馆建造得通体透明，巍巍壮观，所以人们称其为“水晶宫”。该建筑不仅外表新颖别致，而且内部光线充足。一时间被传为美谈。这无疑为博览会做了一定的前期舆论宣传工作。还在水晶宫建造之中，英国维多利亚女王就通过政府外交途径向世界各国政府发出信函，邀请届时派团参加博览会。各国政界、贸易

界、制造工业界人士反映热烈，积极响应。于是，源源不断的回函、展品开始从全球各地涌向伦敦。据事后统计，共有 10 个工业发达国家参加了这次博览会。展品之丰富，品种之繁多，大大出乎组织者预料。仅用于摆放展品的桌子，连接起来就有 13 公里之长，展品盛况可略见一斑。博览会期间，慕名而来的观众更是始料不及，许多观众像过节一样从四面八方蜂拥而至。虽然当时的交通不太发达，没有方便的航空客运和便捷的高速公路，但参观者不辞辛苦，先从欧洲乘火车到法国，从法国转轮船渡英吉利海峡至英国，然后再换火车抵达目的地伦敦。车船颠簸，兴致不减。博览会共举行 161 天，吸引了 630 多万人次。水晶宫博览会不但使英国名声大震，同时也使“博览会”这个名称蜚声海内外、深入人心。这种大型的、室内的、由各国工商界参加的博览会开始被世界认可、重视，并被誉为“经济、科技与文化界的奥林匹克盛会”。

显赫一时的水晶宫展览馆后来不幸毁于战火。但是，水晶宫博览会却作为国际展览历史上光辉一页彪炳史册。从此，世界博览会作为经济流通领域的重要媒介正式登上了国际舞台。许多国家纷纷模仿，一些有影响的展览盛会相继在各国出现。世界博览会、国际展览会作为一种独立的行业就像雨后春笋般地发展起来。

三、展览会首先在欧、美兴盛一时，然后遍及全球

在伦敦水晶宫博览会结束两年之后，1853 年，美国在纽约举办了由 23 个国家参加的世界博览会。该博览会也学习英国建造了一个钢架结构的玻璃展馆，但规模仅为伦敦的三分之一，博览会展品丰富，为欧洲机械设备进入美国奠定了好的基础。

1855 年，法国也不甘落后，建造了比英国水晶宫更大的“工业宫”，并隆重举办了万国博览会。拿破仑主持了开幕式，并邀请英国维多利亚女王参观博览会。这是英国王室自亨利一世以来 400 年间第一次访问法国。自此开始了英法之间的往返旅游事业。

1856年，法国又举办了商业大教堂博览会，规模盛大，展品多而广泛，厂商云集，为巴黎城带来了另一个荣耀。

1876年，为了纪念美国独立100周年，美国在费城举办了世界博览会，主办者独出心裁，专门在博览会会址上建造起一个火车站，同时还配套修建了四通八达的有轨电车线路，从而使博览会期间观众出行方便，交通顺畅。

法国人颇具浪漫情怀和创新精神，1889年，在法国大革命100周年之际，他们精心策划、筹备了一届更为独具特色的世博会。该博览会不仅展出了当时新近发明的蒸汽机、发电机、人造纤维等一系列先进设备和技术，而且还请著名建筑大师在巴黎市中心设计建造了高大雄伟的埃菲尔铁塔。该铁塔无论在造型、施工、用料上都堪称空前绝后，至今为人津津乐道，传为美谈并成为巴黎乃至法国的标志性建筑。

1890年，德国莱比锡博览会开创了看样订货之先河。以展示为手段，交换为目的，看样定购，展后交货，引发了另一种展览形式。为解决参展商家产品不能全部到会找到了一条新的销售途径。

1900年，在新旧世纪之交，法国巴黎举办了名为“世纪总结”的博览会。该届博览会集中展示了19世纪全球的经济、文化、科学技术的成就，介绍了地铁等先进技术，轰动一时，观众人数大大超过以往历届博览会。

1933年，美国政府为了庆祝芝加哥设市100周年，筹备组织了主题为“百年的进步”的博览会。这是历史上第一次使用主题的博览会。以往世博会没有明确的主题，内容分散，重点不突出，自此以后，每届世博会必须事先确定主题，然后围绕主题，筹备运作。该届博览会还开创了企业设立展馆的先例。除政府建立国家展馆之外，允许通用、福特、克莱斯勒汽车公司设馆参展。这也成为以后组织世博会的惯例。

1947年，德国汉诺威出口商品展览会吸引了52个国家的数万名客商参加，产品交易额达3150万美元，这在当时足以使世

界震惊，不仅使汉诺威名扬天下，更为德国的经济腾飞打下了基础。

1958年，比利时在布鲁塞尔举办了主题为“科学、文明和人性”的世博会。为了体现这个主题，博览会当局建造了一座放大两千亿倍的铁原子晶体结构球形展馆，象征着人类进入了科技昌明的新时代。至今，该展馆仍是布鲁塞尔市的代表性建筑。

澳大利亚于1988年举办了著名的布里斯班世博会，以此庆祝建国200周年。主题为“科技时代的休闲生活”。展品多是文娱、体育、旅游、传统文化用品和设备，以及环境保护、美化生活的科学技术成果。中国展馆被评为五星级展馆。

在亚洲最早举办世界博览会的国家是日本。1970年，大阪举办了主题为“人类的进步与和谐”的博览会。这是日本继东京奥运会之后又一个大型国际活动，有力地刺激了国内经济发展，在以后的十年之中，日本经济一直得益于这次博览会，保持了强劲的增长势头。

1993年，韩国大田举办了第一次在发展中国家举行的世界博览会。主题为“新的起飞之路”。我国组团参加了此次博览会，并被选为最佳外国馆，为博览会增添了光彩。韩国政府异常重视该博览会，投入了大量的人力和物力，不仅组织工作出色，而且经济效果明显，对韩国经济确实起到了“新的起飞”的推动作用。

非洲、拉丁美洲虽然没有顶级世界博览会，但其它贸易性展览会也有一定的发展。尤其是南美的巴西、非洲的南非和埃及等国，综合和专业贸易展览会水平很高。展览会的净展出面积相当可观，已成为国际展览大家庭中不可缺少的一员。

四、中国展览会的历史渊源悠久，解放后开始发展，90年代形成产业

谈起中国展览会的历史渊源，大致与世界上相仿。早在我国唐朝，庙会和集市就非常流行，可谓是历史悠久。发展到宋朝，已经相当繁荣。我国宋代画家张择端的传世名画《清明上河图》