

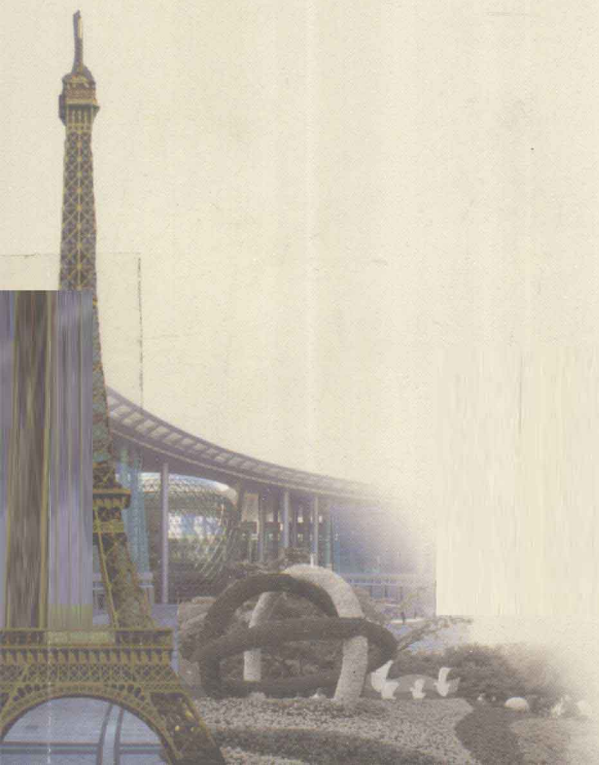
上海旅游会展教育高地建设系列教材

金 辉◎主编

# 会展概论

(第二版)

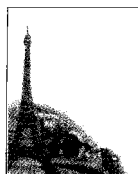
Introduction to the  
MICE Industry



上海人民出版社

• 上海旅游会展教育高地建设系列教材

金 辉◎主编



# 会展概论

(第二版)

上海人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

会展概论/金辉主编. —2版. —上海:上海人民出版社, 2011

上海旅游会展教育高地建设系列教材. 会展经济与管理  
ISBN 978-7-208-10159-3

I. ①会… II. ①金… III. ①展览会-概论-高等学校-教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 163038 号

责任编辑 顾兆敏 金绮寅  
封面装帧 陈楠

## 会展概论

(第二版)

金辉 主编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

常熟市新骅印刷厂印刷

开本 787×1092 1/16 印张 26.25 插页 3 字数 445,000

2011 年 9 月第 2 版 2011 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—4,250

ISBN 978-7-208-10159-3/F·2052

定价 40.00 元

## 《会展经济与管理》系列教材编辑委员会

顾问：Larry Yu, Tyra Hilliard, Zhen Gu

主任：杨卫武

副主任：高峻、朱承强

编委会委员：（以姓氏笔画为序）

朱承强、杨卫武、杨荫稚、张文建、郑旭华、  
郑建瑜、金辉、高峻、梁保尔

## 总 序

随着会展业在我国的迅猛发展,上海师范大学旅游学院经国家教育部批准于2004年在全国首先正式设立了“会展经济与管理”本科专业。2005年,上海市教委又把建设上海旅游会展教育高地的建设任务交给了我们学院。为了不辜负培养会展人才、发展会展事业的历史使命和国家教育部和上海市教委对我们学院的信任,我们在了解国际会展院校课程体系和国内行业对会展人才素质和知识结构需求的基础上,决定开发一套会展经济与管理系列教材,以满足“会展经济与管理专业”学科建设和会展人才培养的需要,对上海市乃至对全国的会展教育事业和会展业的发展作出我们的贡献。

这套系列教材全部出版后将涵盖会展业的全部产业架构(会议、展览、奖励旅游和节事活动),涉及策划与管理、营销与服务、财务与融资、设计与搭建、文案与法规、宣传与公关、企业参展和出国办展、信息化管理和市场调研与预测等会展业全部产业架构经营管理的业务层面。为了保证这套系列教材具有前瞻性、系统性、科学性和应用性的特点,我们将在这套教材的编写过程中坚持面向国际、依托行业的原则,整合资源,鼓励参编教师和富有会展实践经验的企业家和专业人士共同合作,力争开发出理念前沿、信息丰富、知识全面、操作性大、专业化强的会展经济与管理系列教材。并希望这套教材不仅能作为高校会展教材,也可作为会展业从业人员工作和进修的参考丛书。

由于经验不足,这套教材不可避免地会有遗憾之处,为此,我们热忱地欢迎有识之士提出宝贵的建议,帮助我们不断地健全和完善这套系列教材,为中国的会展教育和会展事业作出更大的贡献。

杨卫武

上海师范大学旅游学院

《会展经济与管理》系列教材编委会主任

## 内 容 提 要

本书内容包括会展业概述、会展与旅游、会议业、展览业、奖励旅游、节事活动、会展经济、发达国家的会展业、会展业的主要国际组织和 21 世纪会展业等,系统地论述了会展业的基本理论和时代理念、提供了会展业发展的最新信息、介绍了会展业各细分市场的发展概况、揭示了发达国家会展业的成功经验、探索了我国会展业的市场化发展,并预测了会展业的发展趋势,本书经过再版修改,基本更新了初版提供的信息和资料,使本书继续保持了观念新、信息新、思路新、经验新,具有较强的专业性、系统性、时代性、实用性和前瞻性的特点。既可用于高等院校会展管理专业、旅游管理专业及其他相关专业的教学,也可作为会展业及相关行业管理和从业人员工作及获取会展行业资格认证学习的参考书籍,还可在政府主管部门、行业协会、专业组织和高等院校进行会展研究时作参考之用。

## 第二版前言

在世纪之初编写本书时,我们尽力使本书做到观念新、信息新、思路新、经验新,并具有较强的专业性、系统性、时代性、实用性和前瞻性等特点,所以自2004年出版后,本书受到了广大读者的青睐和喜爱。不少院校和培训机构纷纷选取本书作为专业或培训教材,也有不少会展研究机构和人士以本书为会展研究参考,引用其观点、资料和信息,将其作为参考文献。虽然上海人民出版社连续印刷三次,但都很快售罄,为此,我们愿借此机会,对广大读者给予的鼓励和支持,表示我们由衷的谢意。

时间飞驰,本书初版至今一晃已快七年,过去的七年,世界风云变幻,国际会展业在动荡中求发展,在改革中求效益,无论是产业规模、会展效益、发展理念和经营模式,还是会展企业、会展市场、会展场馆和国际专业组织都发生了很大的变化。如今,全世界会议业和展览业每年的产值已达11600亿美元,其中4000亿美元来自于会议,7600亿美元来自于展览(Department of Investment Service, Taiwan, 2008)。国际会展业产值的飞跃增长充分显示了国际会展业在世界经济发展中的地位和贡献。过去的七年,也是我国经济持续稳定发展的七年,我国会展业在过去的七年中,尤其在“十一五”发展时期,更是发生了巨大的变化。全国会展项目从2006年的4050个增至2010年的5040个,增长24%;会展面积也从2006年4100万平方米增长到2010年5050万平方米,增长23%(陈燕,2011)。我国获得国际展览业协会认证的展会也从2003年的30个(包括港澳地区认证展会)发展到2010年的83个(内地和港澳地区的78个和台湾地区的5个)(UFI, 2010)。同国际会展业一样,我国会展业无论在会展规模、产业效益、区域分布还是在发展理念、经营模式和发展方式上也都取得了令世人惊叹的显著变化。

面对国内外会展业日新月异的发展和变化,如果本书还停留在传播世纪之交或世纪之初的会展理念和信息的话,内容就变得过时和落伍了,也必然丧失此书的特点和长处,为此,在上海人民出版社的鼓励下,本书作者本着十年磨一剑的精神和对读者认真负责的态度,广泛查阅了国内外近期的相关书籍、报刊、杂志和网络,结合长期从事会展教育和研究的思考和积累,在基本保持本书初版框架结构的基础上,对其初版内容作了认真修正和大量更新,使本书得以再版发行并重新与读者见面。对于本书再版发行之前的市场上一度供应断档而给相关院校和读者带来的不便,也愿借此机会表示歉意。

本书再版,修正了初版“在国际上,会展业同旅游业和房地产业一起并称为21世纪‘三大无烟产业’”的认识误区,用事实阐述了“会展产业非无烟”的观点和绿色会展的发展理念,以及低碳化发展的必然趋势。在每一章的论述中,都用尽力获取的最新信息和数据替代原来陈旧的信息和数据,比如在第二章中,我们介绍了国际会议观光局协会(IACVB)改名为国际目的地营销协会(DMAI)的变化以及该组织的最新状况,并用我国对商务旅游者和女性商务游客需求的最新调查反馈更新了原来提供的信息。在第三章中增加了联合国对会议的定义和统计标准、荷兰旅游会议局的国际会议统计标准和国际专业会议组织者协会(IAPCO)提供的选择会议饭店的标准,还按照国际协会联盟(UIA)和国际会议协会(ICC)公布的最新国际会议统计标准,更新了他们原来的国际会议统计标准。在第四章中,不仅对各节内容作了更新充实,而且补充了会展法规、展位设计原则与处理关系及对展馆建设和利用问题的阐述。在第八章中,不仅用最新的信息和数据全面更新了会展发达地区 and 国家的会展业概述,而且将原来一起介绍美国和加拿大会展业概述改为分别介绍。在第九章中基本按会展主要国际组织的变化和各组织公布的最新资料全面更新了原有的介绍。为便于会展专业人士和会展专业教师、学生教育及研究人员的工作、教学和研究的查询,原来在第四章中介绍的会展法规和第九章中介绍的国际展览业协会(UFI)我国成员和该协会认证的我国展会中英文名录经补充更新后,转移到附录中,同时还在附录中增加了国际会展业主要网站。因篇幅的原因,请原谅我们不能逐章介绍每一章增加和更新的内容,总之,本书再版是以与时俱进的崭新内容支持的。希望本书作为高等院校会展管理专业的教材,继续受到会展院校教师和学生的喜爱,也希望此书能继续对政府会展管理部门、会展行业协会和专业组织及会展企业的管理和工作人员,还有我国

高等院校会展专业的教学科研人员有所参考、借鉴和帮助。

考虑到初版参编人员工作、学习和科研的繁忙,本书再版的修正和更新全部由初版主编金辉独立完成。

衷心感谢上海师范大学旅游学院(上海旅游高等专科学校)领导对会展教材的编者所给予的一贯鼓励和支持。衷心感谢上海人民出版社的大力支持和相关工作人员的辛勤劳动,尤其是顾兆敏编审的宽容和鼓励。本书再版仍难免有错和不如人意之处,希望专家和广大读者继续提出宝贵的建议和意见,以便不断修正、更新和完善。

作 者

2011年5月

# 前言

改革开放以来,我国会展业进入了一个飞跃发展的时代。我国已成功地举办了亚运会、世妇会、PATA年会、万国邮联大会、昆明世界园艺博览会、上海“财富”论坛、APEC会议和亚洲银行理事会年会等大型活动,目前全国约147座会展中心共有展览面积100多万平方米,2003年全国展会总数已近2000个,每年全国有600万以上人员参观各种展会。2001年中国会展业直接收入就已近40亿元人民币,间接收益也达360亿元人民币,通过展览实现外贸出口成交额达340多亿美元,内贸交易额也达120多亿元人民币。会展经济已成为中国经济新亮点,并继续飞快地增长。还有我们成功取得的2004年世界遗产大会、2006年世界休闲大会,2007年世界特奥会、2008年奥运会和2010年世博会等大型国际活动更给我国会展业的发展创造了机遇。正如国际会议协会(ICC A)主席所说:“中国有可能成为21世纪国际会展旅游的首要目的地。”

虽然我国会展业取得了令人惊喜的成就,但在国际会展业中仍十分落后,按照1997—2000年国际会议协会(ICC A)4年的综合评比,中国排在第34位。2000年ICC A统计的国际会议数量城市排行榜上,北京第27位,上海第86位。美国展览业产值占国民经济总产值1%,而我国展览业产值却只占国民生产总值的0.004%。尽管上海几乎每天都在办展,但鲜有称得上品牌展的展会。如果不包括香港取得的UFI认证展会,我国得到国际展览联盟(UFI)认证的展会就只有13个,与新加坡19个认证相比。差距之大,令人十分震惊。形成这种局面的原因除了基础差,起步晚,还有一个十分重要的因素,就是缺乏高素质的会展专业人才和先进的会展管理手段。我国会展行业再三呼吁:“会展业发展的瓶颈是人才!加快培养会展人才迫在眉睫!”

国际会展教育于1978年在美国内华达大学饭店管理学院开设了第一门会议管理课程后,如今仅在美国就已发展到有150多所四年制的大学开设了

会展专业或课程。从全世界范围来说,会展教育也早就随着会展业在全球的快速发展而被英国、加拿大、澳大利亚、韩国、日本、中国香港和澳门等许多国家和地区的旅游院校所重视并开拓。在会展发达国家,会展教育课程已形成了完整体系,原因之一是会展教材全而且更新速度快。国际旅游院校的专家、学者和教授们有强烈的市场意识、深知教育不但必须适应市场变化,而且更应有一定的前瞻性和指导性。他们在了解会展市场发展趋势的前提下,调查研究结合亲身经验,在出版社支持下,写作出版了建立完整会展教育课程体系所需要的一系列会展教材和参考书籍。

相比之下,我国会展教育滞后于会展行业的发展,而会展教材又滞后于会展教育的发展。为了改变这一被动落后的局面,并对我国会展教育做出自己的贡献,我们在多年学习了解和研究国内外会展业发展状况的基础上,吸取国外会展教材的先进理念和最新信息,编写了此书,试图阐述会展业的基本理论和时代理念、提供会展业发展的最新信息、介绍会展业各细分市场与主要国际会展组织、揭示发达国家会展业的成功经验、探索我国会展业的市场化发展与会展人才培养问题,并预测会展业的发展趋势。同时我们也尽力使此书做到观念新、信息新、思路新、经验新;并有较强的专业性、系统性、时代性、实用性和前瞻性。希望此书能作为高等院校会展管理的专业教材,并亦能对政府会展管理部门和会展企业及相关产业的管理和工作人员、还有对我国高等院校会展专业的教学科研人员能有所参考,借鉴和帮助。

本书由上海师范大学旅游学院金辉副教授担任主编,负责编写大纲、撰写第一、二、三、四、五章、第七章第三节、第十章第三节及全书的统稿和修改工作;上海师范大学旅游学院教师李伟清撰写第七章第一、二节;卢晓撰写第六章;吴旭云撰写第八、九章;李菊霞撰写第十章第一、二节。

我们衷心地感谢上海人民出版社的大力支持和相关人员的辛勤劳动。本书难免有错误和不足之处,望专家和广大读者提出宝贵的建议和意见,以便不断修正和完善。

作者

2004年2月

---

# 目 录

---

|                  |     |
|------------------|-----|
| 第二版前言            | 1   |
| 前言               | 1   |
| <br>             |     |
| 第一章 绪论           | 1   |
| 第一节 会展业的兴起       | 1   |
| 第二节 会展业的内涵和活动形式  | 7   |
| 第三节 会展业的发展条件     | 9   |
| 第四节 会展业的特点和作用    | 12  |
| 思考题              | 22  |
| <br>             |     |
| 第二章 会展业与旅游业      | 24  |
| 第一节 会展业与旅游业的关系   | 24  |
| 第二节 会展业与旅游业的结合   | 27  |
| 第三节 会展旅游         | 34  |
| 第四节 会展旅游者的特点和需求  | 36  |
| 思考题              | 58  |
| <br>             |     |
| 第三章 会议业          | 60  |
| 第一节 会议业概述        | 60  |
| 第二节 会议种类和各类会议特点  | 68  |
| 第三节 会议举办机构       | 99  |
| 第四节 会议策划组织者的主要责任 | 108 |
| 思考题              | 114 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| <b>第四章 展览业</b> .....             | 116 |
| 第一节 展览业概述.....                   | 116 |
| 第二节 展览会的主办与承办机构.....             | 135 |
| 第三节 展览会的开发与经营.....               | 141 |
| 第四节 我国展览业发展目前存在的问题.....          | 148 |
| 思考题.....                         | 159 |
| <b>第五章 奖励旅游</b> .....            | 160 |
| 第一节 奖励旅游的起源和发展.....              | 160 |
| 第二节 奖励旅游的策划.....                 | 167 |
| 第三节 奖励旅游经营机构及成功因素.....           | 179 |
| 思考题.....                         | 185 |
| <b>第六章 节事活动</b> .....            | 186 |
| 第一节 节事活动概述.....                  | 186 |
| 第二节 节事活动主题和节事活动策划原则.....         | 199 |
| 第三节 节事活动的发展.....                 | 205 |
| 思考题.....                         | 220 |
| <b>第七章 会展经济</b> .....            | 221 |
| 第一节 会展经济效益.....                  | 221 |
| 第二节 乘数理论在会展经济中的运用.....           | 226 |
| 第三节 会展经济发展战略.....                | 231 |
| 思考题.....                         | 240 |
| <b>第八章 发达地区 and 国家的会展业</b> ..... | 241 |
| 第一节 发达地区和国家会展业概述.....            | 241 |
| 第二节 发达地区和国家会展业的管理体制.....         | 271 |
| 第三节 发达地区和国家会展业的发展经验.....         | 277 |
| 思考题.....                         | 281 |
| <b>第九章 会展业主要国际组织</b> .....       | 283 |
| 第一节 主要国际会议组织.....                | 283 |

|                                                             |            |
|-------------------------------------------------------------|------------|
| 第二节 主要国际展览组织·····                                           | 294        |
| 第三节 其他主要国际会展组织·····                                         | 303        |
| 思考题·····                                                    | 308        |
| <b>第十章 会展业发展趋势与人才培养·····</b>                                | <b>309</b> |
| 第一节 世界会展业发展趋势·····                                          | 309        |
| 第二节 我国会展业发展趋势·····                                          | 325        |
| 第三节 会展业人才培养·····                                            | 333        |
| 思考题·····                                                    | 344        |
| <b>附录·····</b>                                              | <b>345</b> |
| 一、国际展览会公约·····                                              | 345        |
| 二、我国政府部门制定的重要会展法规目录(1975年11月—<br>2009年1月)·····              | 355        |
| 三、国际展览业协会(UFI)2010年公布的我国 UFI 正式成员名录<br>(中英文)·····           | 362        |
| 四、国际展览业协会(UFI)2010年公布的我国 UFI 认证展会及它们<br>的主要组织单位名录(中英文)····· | 366        |
| 五、国际会展业部分重要网站·····                                          | 374        |
| 六、国内外部分重要节庆活动·····                                          | 376        |
| <b>参考文献·····</b>                                            | <b>380</b> |

---

# 第一章

---

## 绪 论

会展从字面上理解是指会议和展览活动。会展活动发展到一定规模形成产业,其涵义已远远超过其字面意义。我们在这里所谈的会展主要是具有最新涵义的会展业。

会展业在企业全球化和经济一体化的进程中,以其对经济和社会的杰出贡献获得了众多美称,受到了各国政府越来越多的重视。会展业也同样地成了我国国民经济的新亮点。越来越多的城市和地区正在努力发展会展业,越来越多的企业和个人也正以极大的热情投入到会展业。

为了使大家以正确的理念指导行动,更好地发展会展业和投入会展业,本书首先从会展业的兴起、会展业的内涵和活动形式、会展业的发展条件及会展业的特点和作用进行介绍和论述。

---

### 第一节 会展业的兴起

---

在我国开放改革不断深入和国民经济持续发展的过程中,一个新的行业——会展业悄然兴起,走进了政府和经济学家们的视野,并受到了新闻媒体和社会的广为关注,但是,如果我们把视野扩大到整个世界,那么就可以发现,会展业的存在已有相当长的历史。据美国出版的《旅行和旅游概况》一书的作者迈克尔·科尔特曼(Michael M. Coltman)所述:“在 14 世纪到 17 世纪的欧洲文艺复兴时期,人们在通往罗马旅途上喜爱的停留之处就是陈列着各种出版物的法兰克福书展,除书市外,还有一个很大的商品博览会,在那里,人们可以收集有关生产和商务的各种信息。”他还指出:“法兰克福书市是吸引旅游者最早的展示会之一,而它至今仍是国际上每年一次的重大活动。”

从欧洲文艺复兴时期的法兰克福书展至今,人类历史已跨越了几个世纪,随

着社会的发展和科技的进步,会展业作为一种经济存在形式,其存在和活动的方式等也都在不断地进行调整和变化。尤其在过去的几十年间,会展业的理念在全球迅速扩展。随着企业全球化和世界经济一体化的发展,会展业早已走上了市场化发展道路,发展势头亦趋迅猛。由于其在世界经济和旅游业发展中的地位亦日趋明显,因而获得了“触摸世界的窗口”、“城市的面包和奶酪”和“旅游业皇冠上的宝石”等美称,并正被越来越多的国家重视和开发。今天,它正以其无与伦比的功能,不可替代的作用及崭新的形象,迅速成长为第三产业中一个举足轻重的行业。

国际展览业协会(The Global Association of the Exhibition Industry—UFI)已指出,会议业和展览业每年的产值达到了 11600 亿美元,其中 4000 亿美元来自于会议,7600 亿美元来自于展览(Department of Investment Service, Taiwan, 2008)。会展业的这些活动对世界经济的发展做出了巨大的贡献。国际展览业协会(UFI)的研究显示,截至 2006 年,全世界共有 1062 个室内展览面积不小于 5000 平方米的展览场地,室内展览总面积达 2760 万平方米(UFI, 2007)。这说明了展览业过去发展的成绩和规模与今后发展的潜力和前景。

但是从全球来看,由于世界各大洲经济实力、经济总体规模和发展水平不一,会展业的发展呈现出很不平衡的状况。

欧洲是世界会展业的发源地,经过数世纪的积累和发展,欧洲会展业整体实力强,规模最大。德国、意大利、法国、英国都已经成为世界级的会展业大国。欧洲拥有的展览场地数量就要占世界总量的 44%,拥有的室内展览面积占世界总量的 52%。世界上大型的展览场地大多数都集中在欧洲(见表 1-1)。其次是北美和亚洲(UFI, 2007)。

表 1-1 2006 年全球展览场地和室内展览面积(平方米)

| 洲名 \ 展览场地室内面积 | 5000—19999 | 20000—49000 | 50000—99000 | 100000 以上 |
|---------------|------------|-------------|-------------|-----------|
| 非 洲           | 14         | 9           | 2           |           |
| 亚 洲           | 53         | 49          | 18          | 6         |
| 中南美洲          | 22         | 12          | 4           |           |
| 欧 洲           | 286        | 109         | 35          | 35        |
| 中 东           | 22         | 12          | 4           | 1         |
| 北美洲           | 270        | 64          | 20          | 5         |
| 大洋洲           | 10         | 6           |             |           |
| 总 数           | 677        | 256         | 81          | 47        |
| 比 例           | 64%        | 24%         | 8%          | 4%        |

资料来源:国际展览业协会(UFI)(2007)

此外,约占世界总量的 60% 以上的专业展览会都在欧洲举办。它们在展出规模、参展商数量、国外参展比例、观众参观人数、专业观众比例和质量、贸易效果及相关服务质量等方面,均居世界领先地位。还有绝大多数世界性大型和行业顶级展览会也都在这个地区举办。在国际上影响较大的专业性国际贸易展览会中,有三分之二都在世界第一号会展强国德国举办。国际展览业协会(UFI)于 2007 年 10 月发布的《世界展览场地统计图表及未来发展趋势》的资料显示,全球有 47 个达到和超过 10 万平方米的展览场地,其中 35 个在欧洲。而德国就占了 9 个名额。世界最大的 5 个展览中心有 4 个在德国(见表 1-2)。

表 1-2 2006 年欧洲 10 万平方米以上的展览场馆

| 排名 | 展 览 场 馆          | 城 市   | 国 家 | 室内展览面积(平方米) |
|----|------------------|-------|-----|-------------|
| 1  | 汉诺威展览中心          | 汉 诺 威 | 德 国 | 495265      |
| 2  | 米兰(罗佩罗)展览中心      | 米 兰   | 意大利 | 345000      |
| 3  | 法兰克福展览中心         | 法兰克福  | 德 国 | 321750      |
| 4  | 科隆展览中心           | 科 隆   | 德 国 | 284000      |
| 5  | 杜塞尔多夫展览中心        | 杜塞尔多夫 | 德 国 | 251038      |
| 6  | 巴伦西亚展览中心         | 巴伦西亚  | 西班牙 | 230602      |
| 7  | 巴黎展览公司凡尔赛宫展览中心   | 巴 黎   | 法 国 | 226069      |
| 8  | 国家展览中心有限公司(伯明翰)  | 伯 明 翰 | 英 国 | 201634      |
| 9  | 巴黎北维勒班特会展中心      | 巴 黎   | 法 国 | 191000      |
| 10 | 新慕尼黑展览中心         | 慕 尼 黑 | 德 国 | 180000      |
| 11 | 博洛尼亚展览中心         | 博洛尼亚  | 意大利 | 180000      |
| 12 | 巴塞罗那展览公司格兰维亚展览中心 | 巴塞罗那  | 西班牙 | 165000      |
| 13 | 巴塞尔展览中心          | 巴 塞 尔 | 瑞 士 | 162000      |
| 14 | 柏林展览中心           | 柏 林   | 德 国 | 160000      |
| 15 | 纽伦堡展览中心          | 纽 伦 堡 | 德 国 | 160000      |
| 16 | 马德里展览中心/IFEMA    | 马 德 里 | 西班牙 | 150000      |
| 17 | 米兰市展览中心          | 米 兰   | 意大利 | 125000      |
| 18 | 维罗纳展览中心          | 维 罗 纳 | 意大利 | 124112      |
| 19 | 莱万特展览中心          | 巴 里   | 意大利 | 120000      |