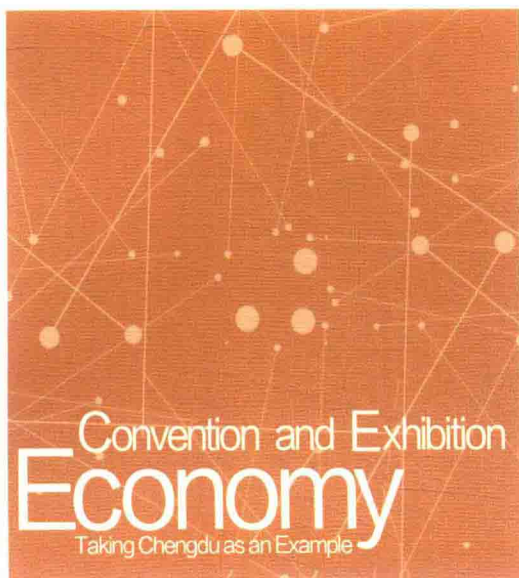




会展经济论

——以成都为例

成都市博览局(市贸促会)课题组 著



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

四川省社会科学院重大项目

会展经济论

——以成都为例

成都市博览局(市贸促会)课题组 著

课题组

组 长: 母 涛

副组长: 王 欣 诸 丹

成 员: 黄 鹂 袁 力



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

会展经济论——以成都为例 / 成都市博览局 (市贸促会) 课题组著.
北京: 中国发展出版社, 2015. 12

ISBN 978-7-5177-0454-6

I. ①会… II. ①成… III. ①展览会—服务经济学—研究—成都市
IV. ①G245②F063.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第003848号

书 名: 会展经济论——以成都为例

著作责任者: 成都市博览局 (市贸促会) 课题组

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街16号8层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-5177-0454-6

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 三河市东方印刷有限公司

开 本: 720mm × 960mm 1/16

印 张: 19.75

字 数: 288千字

版 次: 2015 年 12 月第 1 版

印 次: 2015 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 55.00元

联系电话: (010) 68990646 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网络订购: <http://zgfcbs.tmall.com>

网购电话: (010) 68990639 88333349

本社网址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: cheerfulreading@sina.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

国之根本，在乎经世济民。在我国经济社会进入新常态的重要历史时期，涌现出了许多具有特殊发展潜力、处于活跃地位的经济类别，会展业就是其中的典型代表。从全球经济态势看，中国会展业紧跟世界先进水平，正由会展大国向会展强国迈进；从国内会展业现状看，四川省则以成都为引领，积极推进会展经济发展，地区会展业在国内处于领先地位，上升空间巨大。

另一方面，综观社会科学研究现状，国内还比较缺乏深入系统研究会展经济的专题成果，尤其是缺乏区域性会展经济研究项目。这对于中国会展经济研究学界而言，应该是一种遗憾，抑或是一种期待。学术专著《会展经济论——以成都为例》的出版发行，把期待变为了现实。它将填补会展经济理论空白，指导会展经济工作实践，令人为之振奋！

通览全书，我认为：该书内容详实，富集众多理论亮点，涵盖基本经济理论、会展经济发展概况、市场主体行为、产业发展实际，并从制度经济学角度探讨了我国会展产业的未来。不仅系统研究了我国会展经济的相关理论，而且重点结合成都会展产业发展的实践，客观分析了会展经济的发展态势，针对实际问题提出了一系列合理化对策，彰显了较为突出的学术价值。

总体而言，该书具有三大特点。其一，前沿性。该书囊括了会展经济理论与实践研究的最新前沿动态。其二，系统性。该书一方面就国内外会展经济的发展历史、现状与趋势进行了全面梳理，另一方面多维度地分析了我国会展经济中企业、产业、城市效应以及制度的作用。其三，可借鉴性。该书以成都作为会展经

济实践的案例加以深入剖析，理论系统、资料详实、内容丰富、层次分明，对其他城市发展会展经济具有借鉴的作用。

可以说，《会展经济论——以成都为例》凝聚了成都市博览局（成都市贸促会）许多重要的工作经验，也体现了成都会展经济理论工作者和实践工作者较高的研究水平，是我国会展经济理论与实践集成的宝贵成果，值得业界人士学习。本书适用于会展业主管部门、会展企事业单位、会展类高校及科研单位进行决策参考和理论借鉴。

正如该书所提到的那样：当前，我们要更加关注和重视新常态所带来经济发展的新趋势，为国家会展经济振兴谋篇布局。这是我们会展人的时代责任！愿这本《会展经济论——以成都为例》学术专著能为会展产业进步以及会展经济理论研究的宏伟事业描绘新的美景！

中国会展经济研究会会长 袁再青

2015年9月于北京

前 言	1
第一章 会展经济概论	3
第一节 会展的相关概念界定	5
一、会展	5
二、会展产业	11
三、会展经济	20
第二节 理论基础	22
一、产业组织理论	22
二、产业关联理论	27
三、企业行为理论	29
四、平台经济理论	33
五、循环经济理论	36
六、制度创新理论	40
第二章 会展经济发展纵览	45
第一节 国际会展经济发展脉络	47
一、国际会展经济的起源	47
二、国际会展经济的概况	51
三、国际会展经济的发展趋势	52

第二节	我国会展经济发展历程.....	55
一、	我国会展经济的萌芽与形成时期.....	55
二、	我国会展经济的初步发展时期.....	56
三、	新常态下我国会展经济的发展趋势.....	57
第三节	成都会展经济发展历程.....	63
一、	成都会展经济的产生.....	63
二、	成都会展经济的现状.....	64
三、	成都会展经济的展望.....	71
第四节	未来会展经济发展的总体趋势.....	75
一、	专业化趋势.....	75
二、	信息化趋势.....	77
三、	品牌化趋势.....	86
四、	国际化趋势.....	95
五、	生态化趋势.....	101
第三章	会展经济的市场主体.....	107
第一节	会展企业的分工.....	109
一、	企业分工与效率提升.....	109
二、	会展企业分工的层次.....	112
三、	会展企业专业化过程.....	116
第二节	会展企业的协作.....	119
一、	会展企业协作平台的构建.....	120
二、	会展企业协作的创新发展.....	123
三、	会展企业协作的绩效提升.....	125
第三节	会展企业的竞争.....	127
一、	会展企业的竞争战略.....	127
二、	会展企业的竞争策略.....	130
三、	会展企业的竞争优势.....	132

四、会展企业的竞争力评价	135
第四节 会展企业的机制创新	137
一、会展企业的领导决策机制	137
二、会展企业的资本运作机制	139
三、会展企业的管理运行机制	141
第四章 会展经济的产业发展	147
第一节 会展产业组织的 SCP 分析	149
一、会展产业市场结构	149
二、会展产业市场行为	152
三、会展产业市场绩效	154
第二节 会展产业的品牌化市场战略	155
一、会展品牌化市场战略的重要性与内涵	155
二、成都会展产业品牌化市场战略的路径	159
第三节 会展经济的产业关联	163
一、会展产业关联的基础	164
二、会展产业关联的方式	166
三、会展产业关联的效应	168
第四节 会展经济的产业升级	172
一、会展产业技术进步	173
二、会展产业效率提升	173
三、会展新业态下的产业升级	174
四、会展产业优化布局	177
第五章 会展经济的城市效应	189
第一节 完善城市功能	191
一、生产与服务功能	191

二、管理与协调功能	193
三、集散与创新功能	195
第二节 助推城市建设	197
一、促进城市规划完善	197
二、加快城市人口聚集	200
三、提高城市管理水平	202
第三节 促进城市经济	204
一、增强城市经济实力	204
二、优化城市产业结构	206
三、扩大城市经济贸易	209
第四节 树立城市形象	211
一、扩大城市影响力	211
二、强化城市聚集力	213
三、提高城市自律力	215
第六章 会展经济的制度安排	219
第一节 会展经济制度创新的依据	221
一、会展经济制度创新的理论基础	221
二、市场与政府关系	223
三、我国会展经济制度面临的主要问题	225
第二节 政府会展促进机制	227
一、政府促进机制的形成	227
二、政府促进机制的作用	229
三、成都市政府促进会展产业发展的措施	231
第三节 行业协会中介机制	234
一、行业协会中介机制的内容	234
二、行业协会中介机制的功能	235

三、国外会展行业协会运作模式	237
四、我国会展行业协会发展措施	238
第四节 激励与约束机制	239
一、约束与激励的主客体	240
二、激励约束机制的方式	241
三、激励约束机制的作用	243
第五节 成都会展经济发展的制度安排	244
一、成都会展经济制度创新的条件	244
二、成都会展经济制度创新的措施	246
 第七章 会展经济的成都实践	 253
第一节 成都发展会展经济的条件与模式	255
一、成都发展会展经济的条件	255
二、成都发展会展经济的 SWOT 分析	262
三、成都发展会展经济的模式选择	264
第二节 成都会展经济的功能定位	268
一、助推产业	269
二、服务民生	272
三、扩大开放	274
四、营销城市	276
第三节 成都会展经济的政府作用	278
一、完善会展公共服务	280
二、加大招展引会力度	282
三、培育会展特色品牌	284
四、规范会展产业秩序	285
第四节 成都会展经济的主体培育	286
一、做大会展规模	287
二、做强会展企业	288

三、营造公平环境.....	289
第五节 成都会展经济的发展方式	290
一、构建会展开放合作平台	290
二、加强国际经贸交流合作.....	292
三、完善会展基础设施.....	293
四、培养引进会展专业人才	295
参考文献.....	297

当前,我国经济已步入“新常态”,创新驱动、深化改革是国家发展的基本战略。会展业作为发展潜力巨大的新兴产业,对于国家经济的促进作用日益明显。尤其是对于城市经济转型发展而言,其拉动效应突出,不仅能够汇聚巨大的信息流、技术流、贸易流、文化流、人才流和资金流,而且能够充分展示城市形象,提高城市知名度,增加就业机会,进而成为城市重要的产业和新的经济增长点。

成都作为国务院确定的西南地区科技、商贸、金融中心和交通、通信枢纽,被联合国教科文组织和世界旅游组织授予“世界美食之都”和“中国最佳旅游城市”称号,是全国统筹城乡综合配套改革试验区和首批中国历史文化名城。2014年全市地区生产总值首次突破万亿元大关,达到10056.6亿元,经济总量继续排在全国副省级城市前列。毋庸置疑,会展经济在成都城市发展中发挥了重要的作用。为了全面总结会展业的实践经验,系统梳理会展经济理论体系,为我国会展业持续健康发展提供有益参考,成都市博览局(市贸促会)牵头组成课题组,开展会展经济专题研究,历时一年时间精心编撰形成《会展经济论——以成都为例》成果。本书从会展经济基本理论入手,以国际、国内会展发展为主线,以成都实践为范例,重点研究城市会展经济的理论与实践。

全书共分七章,主要内容有:第一章会展经济概论;第二章会展经济发展纵览;第三章会展经济的市场主体;第四章会展经济的产业发展;第五章会展经济的城市效应;第六章会展经济的制度安排;第七章会展经济的成都实践。有关章

节配有详细的实践案例分析。

本书是成都市博览局（市贸促会）确定的重大研究课题，由成都市博览局（市贸促会）、成都会展经济发展研究院、四川大学、成都大学等单位相关人员组成课题组，课题组长：成都市博览局（市贸促会）母涛博士，副组长：成都市博览局（市贸促会）王欣、成都大学诸丹教授，成员：四川大学黄鹂教授、成都大学袁力副教授等。具体分工如下：成都市博览局（市贸促会）母涛博士负责全书总体框架策划设计、主要原理提炼、重要观点提出、组织协调和主持讨论，并对全书进行终审；成都市博览局（市贸促会）王欣同志负责成都实践案例提炼和梳理；母涛博士、诸丹教授撰写第一章；袁力副教授撰写第二章；黄鹂教授撰写第三章；诸丹教授、黄鹂教授撰写第四章；成都大学贾岷江教授撰写第五章；四川大学罗明志博士撰写第六章；成都市博览局（市贸促会）王欣、成都大学王雪婷博士、成都大学甘霞博士撰写第七章。本书统稿工作由诸丹教授、袁力副教授和王雪婷博士完成。成都市博览局（市贸促会）周葵同志、俞建同志，四川大学王星、谢攀、赖言宁、黄倩莉等参与相关编撰工作。

本书作为四川省社会科学院重大项目，在编撰期间，得到了中国会展经济研究会、中国发展出版社等单位的大力支持和指导。对此，课题组深表感谢！

由于时间仓促，且能力所限，难免有疏漏或不妥之处，敬请各位读者批评、指正。我们希望本书的出版能进一步充实成都乃至全国的会展经济发展理论，为新常态下会展经济持续健康发展提供可资借鉴的理论支持和实践指导。

成都市博览局（市贸促会）

《会展经济论——以成都为例》课题组

2015年9月于成都

第一章

会展经济概论

会展活动古已有之。在古代，会展被称为集市，是现代会展经济的前身。随着社会政治经济的发展，尤其在工业革命的推动下，会展在内容、形式、功能及办展办会方式等多方面都获得了突飞猛进的发展，会展对整个社会的经济、政治、文化等各个领域的发展也都起到了积极的作用。会展引起各国重视并作为一种专门的经济活动也已有100多年的历史，在研究会展经济之前，我们首先需要界定会展经济的相关概念，厘清会展、会展产业以及会展经济的涵义与特征等，并对有利于指导会展经济发展的理论进行简要梳理。

第一节 会展的相关概念界定

一、会展

1. 会展的定义

关于会展的概念,国内外学者一直存在着争议,对会展含义及范围的界定各不相同,并未形成一个统一的意见。部分学者从会展活动的外延视角出发,将其定义为包括展览、大型活动、会议、节庆活动以及其他如个人演唱会等不具规则性的特殊活动^①;部分学者从会展所具有的功能服务作用视角出发,将其定义为在一定地域空间内,由许多人聚集在一起定期和不定期的、制度和非制度的、传递与交流信息的社会活动,它包括了各种类型的会议、展览展销活动、社会竞技活动、大规模商品交易活动等,其中会议和展览是会展的重要组成部分^②。还有一些学者强调会展活动所具有的交易平台作用,从而将会展定义为特殊空间的集体性的物质文化交流交易活动^③。

杨勇在总结以往学者的研究成果后,指出会展主要为了实现某种目的的集中在一起,参与者通过物品或图片的展示,集中向观众传达各种信息,进行参展商之间、观众之间及参展商与观众之间的双向交流,以达到扩大影响、树立形象、

① 刘大可、王起静:《会展经济学》[M],中国商务出版社2004年版,第3~8页。

② 镇剑虹、吴信菊:《会展策划与实务》[M],上海交通大学出版社2005年版,第3页。

③ 许传宏:《会展策划》[M],复旦大学出版社2005年版,第3页。

实现交易、投资或传授知识、教育观众等目的。同时，他还扩展了会展的外延，认为会展不仅包括各种类型的会议、展览展销活动、体育竞技活动、集中性的商品交易会，还包括世界贸易组织会议、广交会、世博会、奥运会、高新技术博览会等活动^①。

本书赞同并采用了杨勇对会展概念的界定，认为会展是指围绕特定主题，众人在特定时空的集聚交流活动。其概念内涵是指在一定地域空间，许多人聚集在一起的、定期或不定期传递或交流信息的群众性社会活动，其概念的外延包括了各种形式的博览会、展览展销活动、大型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动等。

2. 会展的分类

根据会展的内容，即会展的性质、特征、所属行业等，以及会展的形式，即会展规模、时间、地点等，可将会展活动大致分为五类形式。

根据会展内容，可将会展分为综合性会展和专业性会展。综合性会展是指包括全行业或多个行业的会展活动，也被称为横向型会展，比如西部博览会、世界华商大会等。专业性会展是指展示某一行业甚至是某一项产品的会展，如春季全国糖酒会、中国（成都）国际西部五金展等。专业会展还存在一个突出的特征，即在举办展览的同时，常常开展形式多样的讨论会、报告会等，用以介绍推广前沿技术或新产品等。目前，国内外大型品牌会展活动都存在着专业化的趋势，即依托某一行业或产品开展深入的、点对点的交流活动。

根据会展的性质，可将会展分为贸易和消费两种性质的会展。贸易性质的会展是为企业提供信息交流与洽谈贸易的会展，主要包括制造业、商业等行业举办的会展。消费性质的会展则基本上都是展出直接面向公众的消费品，其主要目的是为了直接销售展出的商品。会展的性质可以通过参与者的成分反映出来，即：若会展针对企业开放则是贸易性质的会展，针对公众开放则是消费性质的会展。而既具有贸易性质又具有消费性质的会展则被称为综合性会展。

根据会展举办的时间，可将会展划分为定期或不定期会展、长期或短期会

^① 杨勇：《现代会展经济学》[M]，清华大学出版社、北京交通大学出版社2009年版，第4页。