

ZHONGGUO HUIZHANYE FAZHAN NIANDU BAOGAO

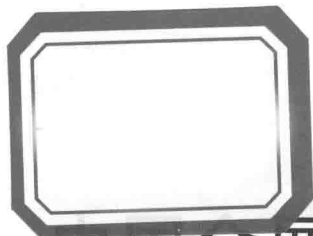
中国会展业 发展年度报告 2010



商 务 部 商 贸 服 务 管 理 司
商 务 部 国 际 贸 易 经 济 合 作 研 究 院 编
全 国 城 市 工 业 品 贸 易 中 心 联 合 会



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS



中国会展业发展年度报告

商 务 部 商 贸 服 务 管 理 司
商 务 部 国 际 贸 易 经 济 合 作 研 究 院 编
全 国 城 市 工 业 品 贸 易 中 心 联 合 会

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国会展业发展年度报告. 2010/商务部商贸服务
管理司, 商务部国际贸易经济合作研究院, 全国城市工业
品贸易中心联合会编. —北京: 中国商务出版社,
2011. 2

ISBN 978-7-5103-0429-3

I. ①中… II. ①商… ②商… ③全… III. ①展览会
—产业—发展—研究报告—中国—2010 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 027189 号

中国会展业发展年度报告 (2010)

ZHONGGUO HUIZHANYE FAZHAN NIANDU BAOGAO (2010)

商务部商贸服务管理司

商务部国际贸易经济合作研究院

全国城市工业品贸易中心联合会 编

出 版: 中国商务出版社

发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司

社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮 编: 100710

电 话: 010—64269744 (编辑室)

010—64283818 (发行部)

010—64263201 (零售、邮购)

网 址: www.cctpress.com

邮 箱: cctp@cctpress.com

照 排: 卓越无限

开 本: 787 毫米×980 毫米 1/16

印 张: 13.875 字 数: 249 千字

版 次: 2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-0429-3

定 价: 50.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64283818

编审委员会

主 任	邸建凯	霍建国				
副主任	王德生	李雨时	覃业竣			
委 员	张 静	储祥银	张 羚	马红定	马开立	
	王志扬	于文玉	陈 彦	杜中塔	张松才	
	王 卓	陈 琳	尹 文			

编撰委员会

主 编	俞 华	赵 闯				
副主编	刘松萍	郭 牧	路红艳	张建春	朱亚萍	
编 委	宋继东	常大磊	张跃西	孙 赫	李 真	
	宋晓燕	殷东方	孙涛涛	张光生	惠 瑶	

内容简介

本报告分为综合篇、会展省市篇、品牌展会篇、会展企业篇、重要事件篇和经典资料篇。综合篇通过深入分析 2009 年中国会展业发展环境变化、发展特点和存在的主要问题，对会展业发展趋势进行了预测，并提出了促进会展业发展的政策建议。会展省市篇分别对北京市、上海市、浙江省等 11 个省市会展业发展情况进行了较为全面的介绍。品牌展会篇对中国进出口商品交易会等十大展会发展情况进行了典型分析。会展企业篇主要介绍了重点会展企业发展特点及经验。重要事件篇和经典资料篇列举了 2009 年会展行业重大事件和出台的政策法规文件。

本书可供会展主管部门官员、商务人士、会展行业组织工作人员、会展企业经营管理者和从业人员、旅游工作者、新闻工作者和相关研究人员参考。

前 言

近年来,随着国家经济持续快速发展和国际交往日益频繁,中国会展业发展迅速,以年均近20%的速度递增,行业经济和社会效益逐年攀升,已成为国民经济的“助推器”和“新增长点”。

商务部作为全国会展业主管部门,经国家统计局批准,商务部建立商贸服务行业统计报表制度,商务部商贸服务管理司和全国城市工业品贸易中心具体组织实施全国会展业统计工作。在2009年全国会展业统计结果的基础上,商贸服务管理司、商务部国际贸易经济合作研究院和全国城市工业品贸易中心联合会联合发布《中国会展业发展年度报告(2010)》,全面分析我国会展业总体发展情况,客观反映2009年我国会展行业发展变化特点和走势,探讨会展业更好更快发展的路径。

本报告分为综合篇、会展省市篇、品牌展会篇、会展企业篇、重要事件篇和经典资料篇。综合篇详尽介绍了2009年中国会展业发展概况和特点、对中国会展业发展中存在的问题进行了较为深刻的分析,提出了促进中国会展业发展的政策措施。会展省市篇分别介绍了北京市、上海市、浙江省、江苏省、深圳市、南京市、成都市、郑州市、宁波市、青岛市、长沙市11个省市会展业发展现状、特点、存在问题和发展思路。品牌展会篇重点对中国进出口商品交易会等十个重点品牌展会的历史沿革、发展特点及经验进行相关介绍。会展企业篇分别介绍了国药励展公司等重点会展企业发展的特点和典型经验。重要事件篇主要从行业要闻、政策法规、教育培训、业内活动、资格认证、行业组织六个方面对中国会展业发展的业内重要活动简要介绍。经典资料篇介绍国家部委出台的会展业政策法规及各地方政府出台有关会展业政策法规文件。

本报告写作框架由商务部国际贸易经济合作研究院服务产业研究部副主任俞华博士设计,赵闯、常大磊负责联络收集典型会展城市、会展企业发展资料。全书写作分工为:综合篇,俞华、刘松萍、宋继东;会展省市篇,郭牧、张建春;品牌展会篇,朱亚萍、孙涛涛;会展企业篇,刘松萍、张跃西;事件篇和资料篇,宋继东、孙赫、李真、宋晓燕、殷东方、张光生、惠瑶。最后由俞华、刘松萍、路红艳统稿编定。

本报告在编写过程中得到了商务部商贸服务管理司综合处张静调研员等领导的大力帮助和悉心指导,商务部商贸服务管理司邸建凯司长、王德生副司长,商务部国际贸易经济合作研究院霍建国院长、李雨时副院长和全国城市工业品贸易中心联合会覃业俊会长亲自审阅把关;在报告组稿过程中,北京、上海、浙江、江苏、深圳、南京、成都、郑州、宁波、青岛、长沙等省市会展主管部门、会展行业协会以及重点会展企业积极提供了丰富资料,并提出了宝贵的建议。在此,我们表示诚挚的谢意!对于书中存在的不足之处,敬请读者不吝指正!

编者

2010年12月

目 录

第一部分 综 合 篇

2009 年中国会展业发展概况和特点	(3)
中国会展业发展存在问题与原因	(17)
2010 年中国会展业发展趋势	(20)
促进中国会展业发展政策建议	(26)

第二部分 会展省市篇

北京市会展业发展概况	(33)
上海市会展业发展概况	(41)
浙江省会展业发展概况	(45)
江苏省会展业发展概况	(58)
深圳市会展业发展概况	(70)
南京会展业发展概况	(76)
成都会展业发展概况	(84)
郑州市会展业发展概况	(88)
宁波市会展业发展概况	(94)
青岛市会展业发展概况	(99)
长沙市会展业发展概况	(107)

第三部分 品牌展会篇

中国进出口商品交易会发展概况	(119)
中国国际体育用品博览会发展概况	(122)
中国塑料交易会发展概况	(124)
广州博览会发展概况	(129)

广州电子游戏国际产业展发展概况	(132)
成都国际汽车展览会发展概况	(134)
成都国际家具工业展览会发展概况	(136)
中国(昆明)东盟赏石石材博览会暨珠宝文化节发展概况	(138)
中国云南普洱茶国际博览交易会发展概况	(140)
全国农机产品订货交易会暨中国国际农业机械展发展概况	(142)

第四部分 会展企业篇

国药励展公司发展概况	(147)
西安曲江国际会展(集团)有限公司发展概况	(149)
国家会议中心发展概况	(153)
成都会展旅游集团发展概况	(156)
成都新东方展览有限公司发展概况	(158)
昆明国际会展中心有限公司发展概况	(160)

第五部分 重要事件篇

行业要闻	(165)
政策法规	(169)
国际合作	(172)
业内活动	(174)
教育培训	(176)
资格认证	(178)
行业组织	(179)

第六部分 经典资料篇

2009 年国家部委出台的会展业政策法规文件	(183)
2009 年地方出台的会展业政策法规文件	(186)

第一部分

综 合 篇

2009 年中国会展业发展概况和特点

一、中国会展业发展宏观经济环境

(一) 国际经济环境

2009 年,在各国政府经济刺激政策作用下,世界经济经历了从深度衰退到艰难复苏的过程。主要表现在:一是全球经济经历艰难的“V”形恢复增长。2008 年 9 月份爆发的全球性金融危机,在 2009 年上半年进一步加剧,从最初主要集中于金融业逐步向各国实体经济渗透,全球经济陷入低迷。而 2009 年下半年,在各国政府出台的经济刺激措施作用下,世界经济从急跌到企稳回升,开始由衰退走向复苏。但 2009 年全球经济仍呈现负增长。据国际货币基金组织(IMF)估计,按购买力平价加权计算,2009 年全球 GDP 下降 0.8%。二是虽然 2009 年全球贸易额下降 14.4%,但具体来看,第一季度下降 10.6%,第二季度略微增长,第三季度增长 3.5%,也就是说 2009 年第三季度全球贸易也出现了 V 形增长。三是世界经济开始进入“低碳”时代。2009 年,在经济严重衰退和环境日益恶化双重压力下,许多国家把开发新能源、发展低碳经济作为应对危机、重新振兴经济的战略取向,低碳概念变得日趋成熟,全球经济开始向低碳经济转型。

作为经济发展的“风向标”和重要的经贸投资与合作平台,会展业自身的发展与现实经济息息相关。2009 年上半年,全球经济和贸易的萎缩,使整个会展市场受到明显冲击。数据显示,2009 年以来我国各专业展会缩水程度达到 10%,纺织业展会缩水程度甚至高达 30%~50%,展会整体取消,缩小规模,降低展位价格的例子屡见不鲜。比如 2009 年 4 月的第 105 届春季广交会,客商和成交额出现了 5 年来的首次下滑,达 16.9%,到会客商下降约 5%。但与此同时,低碳经济的兴起,也催生了许多以绿色、低碳以及新能源等为主题的展览会,使会展业继续成为引领世界经济发展的重要引擎。

(二) 国内经济环境

2009 年,扩大内需、稳定外需成为我国应对国际金融危机、保持国民经济平稳较快增长的重要抓手,一系列经济刺激政策和促进消费政策密集出台,

为会展业的发展带来了新的机遇。

1. 扩大消费政策瞄准会展经济

为应对国际金融危机,我国经济发展战略开始由以“外需为主”向以“内需为主”转变,扩大消费成为2009年经济工作的核心任务。2008年年底,国务院出台了《关于搞活流通扩大消费的意见》(以下简称《意见》)(国办发〔2008〕134号),《意见》把会展消费作为扩大消费的一项重要抓手,明确指出:“大力促进节假日和会展消费。利用节假日闲暇时间多、喜庆气氛浓、群众购买欲望强的特点,积极开展各类营销活动,扩大市场销售。2009年元旦、春节期间,在全国大中城市组织零售和服务企业开展“佳节购物季”活动。整合社会资源,因地制宜开展形式多样、内容丰富的消费促进活动。促进会展业发展,带动相关的住宿、餐饮、交通、通信等消费。”为此,商务部出台了《关于抓好2009年商贸会展促进消费有关工作的意见》,明确要求“多渠道搭建会展平台,促进重点领域消费:引导支持品牌展会,带动相关行业消费;丰富节庆展销活动,扩大商品消费;开展特色餐饮等活动,促进服务消费”。“强化会展功能,增强促消费效应:密切供需,强化促进效应;完善服务,强化消费带动效应;创新手段,强化消费扩展效应;规范秩序,优化会展消费环境;转变职能,做好会展引导与服务工作”。这些政策措施的出台,使各地更加重视会展业的发展,会展业成为促进消费、拉动内需的重要渠道。

2009年5月,商务部办公厅下发《关于印发“扩大消费、创新生活”促消费系列活动方案的通知》(商运字〔2009〕43号),定于2009年5月1日至11月30日在全国范围内举办“扩大消费、创新生活”为主题的促消费系列活动,要求各地商务部门紧紧围绕搞活流通扩大消费的工作重点,围绕社会消费时尚和热点,组织企业开展灵活多样的主题性促销活动。其中包括会展促消费的重点要求:提升假日消费,利用节假日大力开展购物节、旅游节、文化节、嘉年华等活动;扩大会展消费,引导支持重点展会,促进品牌和老字号产品走向全国。

2009年7月30~31日,商务部商贸会展促进消费工作座谈会在北京召开,商务部商贸服务管理司领导出席会议并做出重要指示,全国城贸联组织的全国40多家内贸领域主办和引导支持会展主办单位负责人参加会议。会议通报了商务部有关内贸领域主办和引导支持会展的资金补助政策、标准及要求;研究了会展业发展情况,听取了各主办单位在为拉动内需、扩大消费、服务中小企业所做工作的汇报,以及政策建议;布置了下半年促进会展业发

展的有关工作。

由于国家扩大消费的促进会展政策,港澳台的相关机构开始看好内需市场的潜力,纷纷到内地办展。为了打开内销市场,一些外贸型中小企业也对参加各类国内专业展热情高涨。2009年下半年特别是10月份以后举办的大型展会,无论是参展规模,到会客商还是成交额都呈现出了触底反弹的现象,我国会展业在经历了上半年的低迷后,开始逆势上扬。

2009年,由于搞好会展等一系列促消费政策措施得以积极贯彻,国内市场持续旺盛,政策措施成效显著,消费对经济增长的拉动作用明显增强,消费增速和对经济增长贡献度达历史新高。全年消费对经济增长的贡献率达到50%以上,比2008年提高6个百分点左右。

2. “调结构”目标推动会展业发展

受全球金融危机的影响,“调结构”成为2009年经济工作的重心。“调结构”的一个重要内容是调整产业结构。由于长期以来我国经济增长过于依赖工业,服务业发展滞后。近年来,我国服务业在国民经济中的比重一直在40%左右徘徊,而世界服务业比重平均约为60%,发达国家服务业比重超过70%,我国服务业比重明显偏低。而且,在服务业中,传统服务业产值比重明显偏高(住宿餐饮业、批发零售业、维修业、运输业等产值比重占整个服务业的2/3),而新兴服务业如金融业、保险业、会展业、信息咨询业等比重偏低。2009年,在“调结构”的目标推动下,会展业作为产业关联度高、带动系数大的新兴服务业,由于在调整产业结构方面具有突出作用,受到了各地政府的高度重视,成为推动产业结构调整、转变经济发展方式的重要途径。

二、中国会展行业发展现状特点

(一) 行业规模持续扩大,行业影响逐步增强

据商务部对2009年会展服务业典型企业调查统计(简称典调)结果和本报告课题组对样本城市的会展报告进行综合分析,2009年我国会展业继续保持增长的发展态势,实现会展面积和会展收入“双增长”。从会展业多项指标的规模总量看,我国会展规模已经是世界第一,从总体上看,我国会展业已走过了数量扩张的阶段,展览场馆、办展主体、参展企业、相关服务行业已颇具规模,全国会展企业数25万个,会展业从业人员数为703万人,全国会展活动(含会议、展览会、节庆)项目总量为35万个以上,展览会项目总量4500个,展览会总展览面积4615万平方米,全国会展业收入1817亿元,

我国已经成为世界第一会展大国,但还不是世界会展强国。

1. 展览会

2009年,我国展览业规模进一步增大,影响力逐步增强,全国展览会项目数量、总展览面积和大型品牌会展数量较之上年有所提升。全国展览会项目总量4500个,展览会展出总面积为4615万平方米。全国展览面积3万平方米以上的展会项目数为254个。上海市全年举办各类展览会526个,总展出面积723万平方米,比上年增长了2.3%;浙江省举办展览项目共605个,展会总面积520万平方米,折合标摊57.7万个,同比增长13%。其中国际展览62个,同比增长29.2%,1万平方米以上的展览为136个,增长33.3%;深圳市共举办展会81个,展览总面积193.8万平方米,比上年增长5.3%;宁波市举办展览会178个,展览总面积达180万平方米,增长29%;成都市举办专业展览80多个,展览总面积超过170万平方米;长沙市共举办各类会展活动项目505个,比2008年增长10.7%;南京市展览活动总面积超过160万平方米,同比增长37%。

2. 展览馆

2009年,全国各地建设展览馆热情依然不减:上海新建或在建的有世博会中国馆和主题馆可用面积约10万平方米,新国际博览中心目前正在扩建两个馆,约可增加2.3万平方米;深圳华南城展览中心室内展览面积6万平方米,建成投入使用;义乌新国际博览中心、绍兴轻纺城国际会展中心、杭州海外海国际会展中心、广州国际采购中心、南京国际博览中心竣工并投入使用。杭州国际博览中心在萧山市开工建设。海口国际会展中心、石家庄国际会展中心、虎门国际会展中心正在建造中。2009年,国内几个城市的超级大型展馆建设项目正式启动:5月,重庆启动西部国际会展中心项目,西部国际会展中心定址渝北悦来,总体城市设计范围12.4平方公里,其中会展核心区用地约3.5平方公里,场馆建设用地1.3平方公里。其中单层室内展馆建筑面积30万平方米、室外展场20万平方米,五星级酒店总体规模2000床至2500床,并充分考虑涉及会展功能相应配套设施,该项目建成后 will 超过西部地区城市的场馆设施。7月,武汉国际博览中心破土动工,总投资20亿元,建筑总面积46万平方米,建成后将成为中部地区最大的会展中心。

从地域分布看,展馆的分布与地方经济发展和产业状况相对应,大型展馆主要集中在经济发达的东部沿海地区,如长三角地区、珠三角地区、京津唐地区。截至2009年年底,华东地区六省一市共有80个展馆,室内展览面

积3万平方米以上的展馆29个,1万~3万平方米的展馆29个,1万平方米以下的展馆22个。浙江省已有展馆23个,总建筑面积65.95万平方米,其中杭州、宁波、义乌等地经济位居浙江省前列,其会展业也比较发达,这三个城市的展馆面积就占浙江全省展馆总面积的76.57%,浙江省内其他地市展馆面积总和仅占全省展馆总面积的23.43%。

3. 会议节庆活动

“大会展”概念(会展包括展览会、会议、节庆活动)得到各级政府的认同,一些城市开始重视会议、节庆活动与展览会的同步发展。2009年,全国会展活动(含会议、节庆)项目总量为35万个。其中上海市经外事部门审批和备案的国际会议(论坛)有200多个,会议活动在专业化、国际化方面也有了新的发展;浙江省50人以上规模的专业会议达2万余个,其中国际会议527个,同比增长17.1%,参会总人数突破100万人,全年共举办节庆活动269个,其中万人以上节庆活动达79个;杭州市提出打造“国际会议目的地”和“中国节庆之都”,全面加速杭州会议、节庆产业的发展;成都市举办各类展会节庆活动320多个(同比增长23.04%),大型论坛会议100多个,节庆活动120多个;南京市将节庆和农产品展销会结合,提档升级、扩大影响,如:建邺区的葡萄节、江宁区的汤山温泉节、高淳县的螃蟹节、溧水县的草莓采摘节;宁波市举办会议(论坛)105个(同比增长36%),举办节庆活动84个,增长33%。

(二) 行业结构趋于优化,市场主体多元发展

1. 会展市场主体结构

虽然目前我国会展业还需要政府主导推进,但办展主体正在发生变化,政府主要是作为公益型、导向性和需要鼓励培育之类展览会的主办机构,专业展览、消费展览和部分综合展览的主办主体更多的则是行业协会、商会和组展企业。其中民营企业在我国会展业发展中的作用日益显著。以广州为例,广州锦汉展览有限公司、广州博亚展览发展有限公司、广州佛兴展览服务有限公司、广州光亚展览贸易有限公司、广州益武国际展览有限公司成为颇具竞争力的民营企业。在2009年广州市展览面积达3万平方米以上的24个展览中,民营企业主办或参与主办的展览有12个,占50%。另外,外资会展进入我国的步伐进一步加快,世界主要会展企业已悉数出现在我国会展市场,组办展览的主体呈多元化结构。如2009年汉诺威展览会(中国)有限公司在我

国举办的展会有 12 个, 举办地点包括上海、成都、广州, 举办时间有 2 月、3 月、6 月、9 月、10 月、11 月, 展览题裁内容包括林木、木工机械、生物技术、汽车、信息及通信技术、机械和电气传动、物流技术与运输系统、电力电工、工业自动化、数据机床与金属加工、国际广告、地面材料及铺装技术、旅游等。

2. 展馆资本结构

国内场馆投资方式主要三种。一是由政府财政直接投资建设展览场馆, 如深圳会展中心、安徽国际会展中心、宁波会展中心、大连会展中心等, 目前我国展馆投资主要是这种方式。二是由中外合资投资建设展览场馆, 如上海新博览中心, 由德国汉诺威、杜塞尔多夫、慕尼黑三家展览公司与上海浦东开发区合资建成。三是由国有企业或民营企业直接投资建设展览场馆, 如西安会展中心、广州世贸展览中心、广州中洲展览中心。据 2009 年全国会展典型企业统计对 32 个典型展馆调查结果, 可以得出我国不同所有制展馆的可供展览面积之比, 将其近似地视同为全国展馆资本构成, 由此得出全国展馆资本构成如下:

表 1 2009 年全国展馆资本构成

企业类型	展馆面积 (平方米)	占比 (%)
国有企业	2 199 749.49	39.1
股份合作企业	33 742	0.6
有限责任公司	2 813 761	50.0
股份有限公司	465 000	8.2
外商投资企业	120 000	2.1

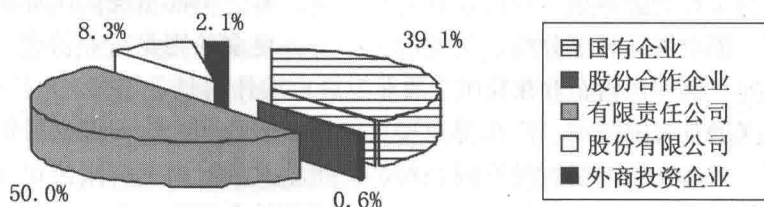


图 1 全国展馆资本构成图