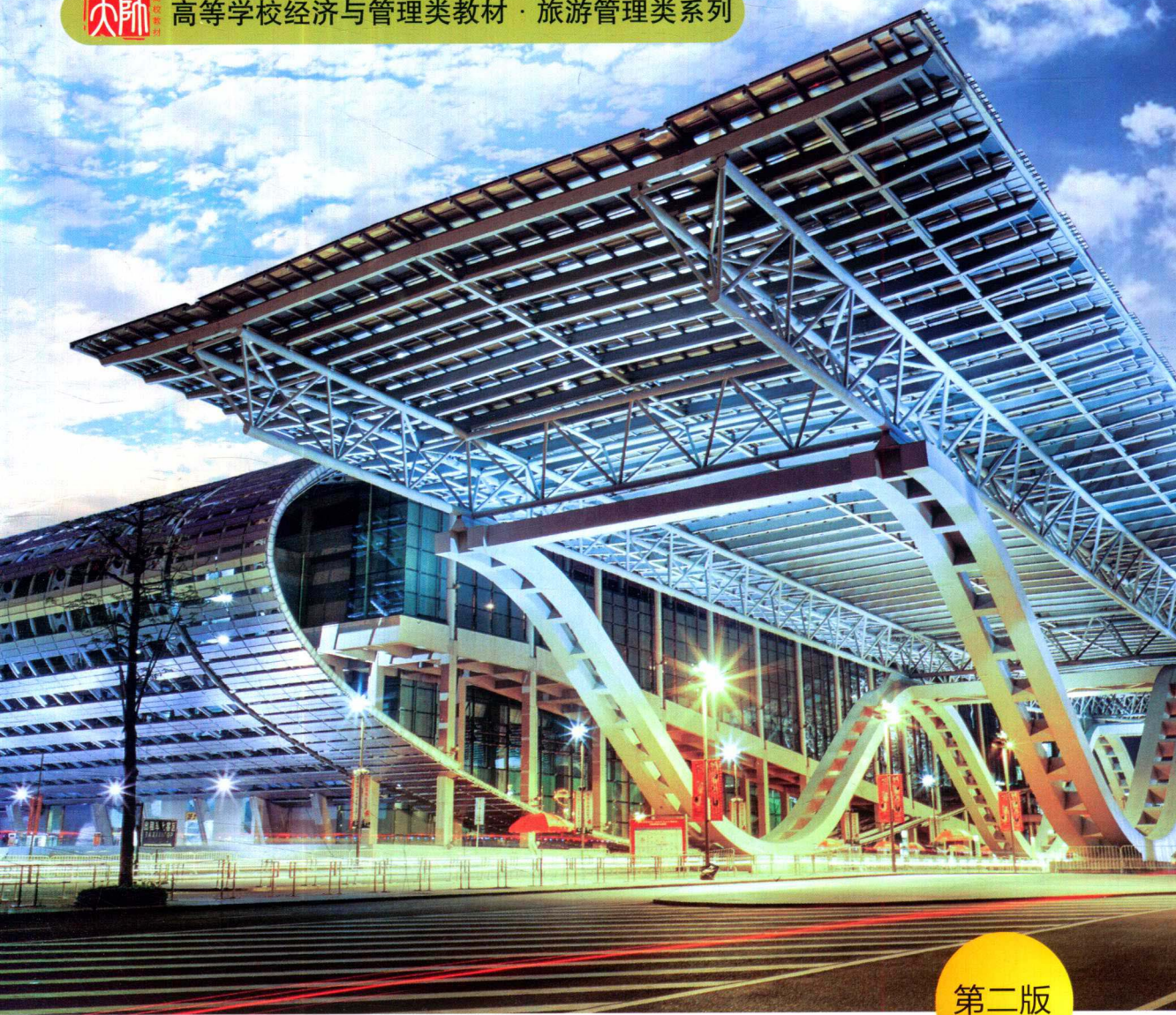


大师大

高等学校经济与管理类教材·旅游管理类系列



第二版

# 会展管理概论

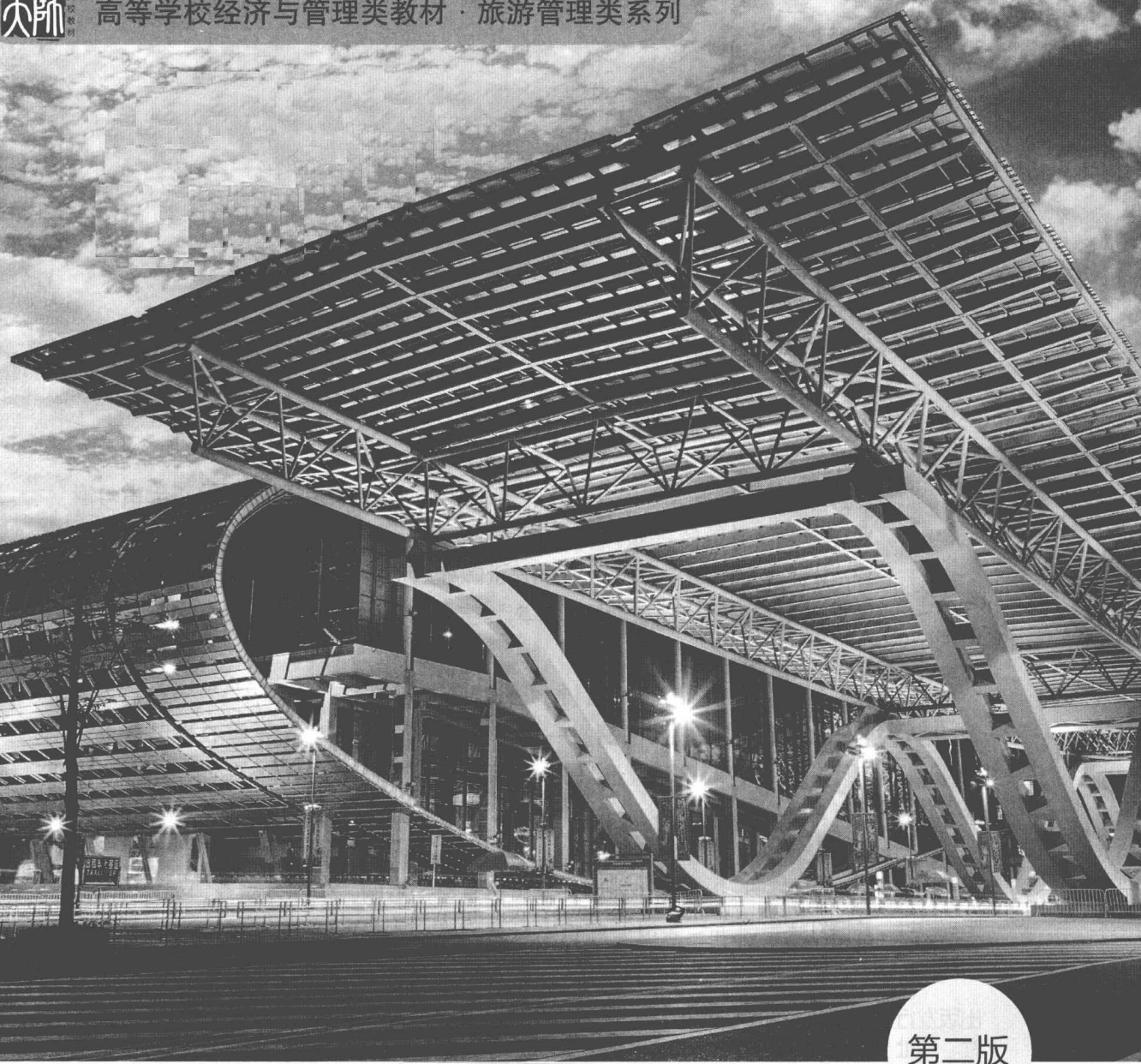
主 编◎胡 平



华东师范大学出版社




高等学校经济与管理类教材·旅游管理类系列



第二版

# 会展管理概论

主 编◎胡 平

 华东师范大学出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

会展管理概论 / 胡平主编. -2版. —上海: 华东师范大学出版社, 2015.6  
ISBN 978-7-5675-3719-4

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

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第134448号

## 会展管理概论 ( 第二版 )

主 编 胡 平  
项目编辑 孙小帆  
审读编辑 冯 奕  
责任校对 赖芳斌  
版式设计 卢晓红  
封面设计 俞 越

出版发行 华东师范大学出版社  
社 址 上海市中山北路3663号 邮编 200062  
网 址 www.ecnupress.com.cn  
电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105  
客服电话 021-62865537 门市 (邮购) 电话 021-62869887  
地 址 上海市中山北路3663号华东师范大学校内先锋路口  
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com/>

印 刷 者 浙江省临安市曙光印务有限公司  
开 本 787×1092 16开  
印 张 14.25  
字 数 283千字  
版 次 2017年6月第2版  
印 次 2017年6月第1次  
书 号 ISBN 978-7-5675-3719-4/F·329  
定 价 33.00元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话021-62865537联系)

《会展管理概论》出版至今已经8年了,承蒙读者和朋友们厚爱,深表感谢!由于近年来我国会展产业的迅速发展,产业中新情况新问题不断出现,理论认识也应该不断扩大和提高;同时,由于会展专业目录调整和会展职业教育的大改革大发展,要求教材内容和形式也应该有相应的调整 and 变化,以更好地适应教学需要。因此,我们决定对该书进行修订。本次修订基于以下三个方面:

一是在教材结构不作大的改变的前提下进行修订,篇幅不超过第一版。所以总的修订量不超过全书字数的50%,这一做法的目的是保持教材的稳定性和本书的基本特点,同时也便于使用者,特别是教师备课可以有一个延续性。

二是对部分章节内容作了些调整。主要是把第八章“会展信息管理”更名为“会展信息技术管理”,阐述了信息技术在会展业中的应用。

三是更新资料,补充知识点。本次修订尽可能使用近三年的资料,有的是2014年的资料。

本次修订仍然由胡平统一负责,各章节编写分工如下:第一章、第二章、第三章、第四章、第六章、第七章、第九章由胡平、丁南编写;第五章、第八章由夏晗、倪学慧编写;第十章由李晨霞、倪学慧编写。

尽管本次修订力图在形式和内容两方面都有所创新,但是限于作者能力和水平,疏漏之处敬请批评指正!

胡 平

2015年2月于上海金沙嘉年华

会展业是一个新兴产业。世界上著名的城市,如巴黎、纽约、香港、新加坡都是会展业发达的城市。中国大陆会展业发展方兴未艾,而上海会展业在国内处于领先地位,特别是随着上海2010世博会的申办成功和筹办工作的进行,会展业发展更是如虎添翼。

基于上海会展行业协会以及高校会展专业教育的需要,我们组织编写了本书。这是一本面向会展业界人员和有志于从事会展业的学员的教材。教材体现出操作性和系统性的特点。本书既可作为高等院校会展及相关专业的教材,也可以供社会相关人员阅读。

本书从会展业的实践和管理学基础理论着手,重点介绍会展业的资源整合管理,体系完整,重点突出,便于指导实践。本书分成十章:第一章主要介绍会展业的有关概念;第二章主要介绍会展业的发展过程和现状特点;第三章主要介绍会展业的运作机制;第四章主要介绍管理学的基础理论,形成对会展管理的认识框架;第五章是营销管理;第六章到第十章分别从人力、财力、信息、安全和场馆等资源角度加以介绍,充分阐释会展管理从某种意义上讲就是整合资源的工作。

各章节编写分工如下:第一章、第二章、第三章、第四章、第六章、第七章、第九章由胡平编写;第五章、第八章由夏晗编写;第十章由李晨霞编写,最后全书由胡平统稿定稿。

限于作者能力和认识思考水平,疏漏之处敬请批评指正!

胡 平

2006年10月于金沙嘉年华

第一章 会展与会展业	1
第一节 会展的界定	3
第二节 会展业的界定	9
复习思考题	15
第二章 会展业发展过程和现状特点	17
第一节 国际会展业发展的历史过程和现状特点	19
第二节 我国会展业发展的历史过程和现状特点	32
复习思考题	39
第三章 会展业运行机制和管理模式	41
第一节 会展业的市场运作机制	43
第二节 会展业管理模式	48
复习思考题	57
第四章 会展管理的理论基础	59
第一节 管理学的基本理论	61
第二节 会展管理观念	68
复习思考题	75
第五章 会展营销管理	77
第一节 市场营销的基本理论	79
第二节 会展营销概述	90
第三节 会展营销要素组合	94
复习思考题	98
第六章 会展人力资源管理	101
第一节 会展组织设计	103
第二节 会展人力资源的计划	108
第三节 会展人力资源的招聘	113
第四节 会展人力资源的培训	118

第五节 会展人力资源的考核	123
第六节 会展人力资源的激励	127
复习思考题	132
第七章 会展财务管理	133
第一节 会展企业财务管理概述	135
第二节 会展企业预算管理	137
第三节 会展企业成本管理	140
第四节 会展企业财务报表分析	142
复习思考题	145
第八章 会展信息技术管理	147
第一节 信息技术与会展业	149
第二节 会展客户关系管理	154
第三节 网上会展	164
复习思考题	173
第九章 会展安全和危机管理	175
第一节 会展安全管理	177
第二节 会展现场危机管理	186
复习思考题	198
第十章 会展场馆和设施设备管理	199
第一节 会展场馆概述	201
第二节 展览中心管理	203
第三节 会议中心管理	211
复习思考题	218
参考文献	219

本章主要探讨以下问题：

- 会展的概念和类型
- 会展业的概念和产业构成
- 会展业的特征和作用
- 会议业和展览业的差异



近年来,随着一系列大型国际会展活动的成功申办和举办,中国会展市场获得了各方的认可,影响力不断增强。中国会展产业规模也在迅速发展,据商务部会展业典型企业调查统计,2013年,全国共举办各类展览7319场,同比增长1.8%,展览面积9391万平方米,同比增长4.5%;而且据测算,会展经济直接产值已经达到3870亿元人民币,较2012年增长10.6%,约占全国国内生产总值的0.68%,占全国第三产业增加值1.5%,会展行业带动就业人数达到2700万人次。国际会议组织——“国际大会和会议协会”(ICCA)<sup>①</sup>表示看好中国国际会议市场的巨大潜力,愿意协助中国开拓这一市场,使中国成为世界上新的会议大国。会议展览不仅成为炙手可热的商业市场,而且成为提升我国国际形象和国际影响力的重要渠道。

## 第一节 会展的界定

### 一、会展的概念

会展,顾名思义,包括“会”和“展”。所谓“会”,就是“聚合”之意,在英文中表示“会”的词语有:gathering(集会),meeting(大会、会议、集会),convention(代表大会、年会),conference(大会、会议),congress(定期会议),assembly(全体会议、正式会议),seminar(研讨会),forum(论坛)。<sup>②</sup>所谓“展”,就是“陈列”之意,在英文中表示“展”的词语有:exhibition(展览),exposition(展览会、博览会),fair(展销会),show(展览展示)。将会展放在一起进行研究,倒是中国的独创,而且也有一定的道理。

说它独创,是因为在国外这两个问题大多是分开进行研究的,研究人群也不相同,例如在美国,会议产业的领导者是会议产业理事会(CIC, Convention Industry Council的简称),出现了会议专业组织机构(PCO, Professional Congress Organizer, 欧洲使用较多),一些团体还进行会议专业人员认证,如CIC的会议专业证书(CMP, Certified Meeting Professional)和MPI(Meeting Professional International)的会议管理证书(CMM, Certified Meeting Manager)就是两例。乔治华盛顿大学从1978年开始就开设了“会议策划”的课程,专门研究会议。而美国展览业研究中心(CEIR, Center for Exhibition Industry Research)原为贸易展示局,更是致力于对展览这种市场营销工具的研究,把展览作为非常重要的营销工具。国际展览管理协会(IAEM, International Association for Exhibition Management)推出注册会展经理(CEM, Certified Exposition Manager)培训。

但是随着会展业的迅速发展,会展融合发展趋势日趋明显,展中有会,会中有展。

① IC CA是International Congress and Convention Association的简称,总部设在阿姆斯特丹,成立于1963年,是世界上最具权威性的会议业协会组织,成员遍及欧、美、亚77个国家和地区。协会根据成员不同的业务范围分为九类,包括会议旅游及目的地管理公司(旅行社)、航空公司、专业会议组织者、会议观光局、会议饭店、会展中心、会议设施的技术支持机构等。

② 比较这三个词的含义:meeting主要指聚会,人们聚集在一起,目的是为了共享信息及讨论和解决组织上和经营上的问题,常常是一种小型的活动,可以是公司会议、研讨会、座谈会或培训会;convention主要是年会,人们为了某个共同目标或是为了交换一组人所共同感兴趣的思想、看法和信息而举行的大型集会;conference即会议,一般指在租用场所举办的聚会,会期至少6小时,出席人数至少8人,具有固定的日程或程序。

因此,会展在相互渗透的基础上,又吸收了一些相关的新专业知识,如奖励旅游、节庆活动等,渐渐融合成一门新兴的边缘学科。

由于会展理论研究尚处在初级阶段,国内外关于会展的定义也有很多表述,代表性的定义有:

会展是聚会、奖励旅游、年会和展览活动的总称。英文简称为“MICE”,四个字母分别是meeting、incentive、conference、exhibition四个英文单词的第一个字母大写的组合。<sup>①</sup>这四个单词的含义分别是:① meeting,许多人聚集到某地进行交流、协商或举行某一特殊活动的总称,在时间上可以自由地临时组织,也可以有一定的固定模式,如年会、委员会议等。② incentive,作为对表现优秀的员工的奖励之一而组织他们进行的一次旅游或聚会活动。③ conference,以讨论、求实、解决问题或协商为目的的参与性集会。与定期大会(congress)相比,其规模通常较小,性质限定更加明确——为了便于信息交流。conference在举办频率上没有特殊规定,尽管其本身不受时间限制,但通常都是在某一特定时期内举行,且目标明确。④ exhibition,陈列展示产品和服务的各种活动。这一定义界定了会展涵盖的范围,比较全面,但也使得会展概念过于宽泛,难以抓住重心。

桑德拉·莫罗提出,会展是由个人或公司组织的一个暂时性的、时限灵活的市场环境,在这里购销双方为当时或将来某个时间买卖所展出的商品或服务而进行直接交流。<sup>②</sup>这一定义主要界定的是展览,不够全面。

勒克赫斯特认为,会展并不仅仅是在某个时间和地点将人们感兴趣的物品聚集起来,会展是人类的行为,是人类的事业,有些会展甚至是人类因特定的原因并为获得特定的结果而进行的非常伟大和勇敢的行为。会展是人类交往的一种方式,促销商与参展商作为会展一方与会展另一方观展者进行交流沟通,其结果则通过人类进一步思想和活动来体现。<sup>③</sup>这一定义主要是从人类学方面加以界定的,过于晦涩。

保健云提出,会展是会议、展览、展销等集体性活动的简称,是指在一定地域空间,由多个人集聚在一起形成的,定期或不定期的,制度或非制度性的集体性和平活动。<sup>④</sup>这一定义从会展的特点着手加以介绍,比较全面准确,但比较注重实体空间,忽视虚拟空间。

会展的定义还有很多表述,这也符合新兴产业发展的一般特点。由于界定的角度不同,界定的结果自然就有差异。

综合各种观点,可将会展定义为:特定空间的集体性物质或精神的交流或交易活动。“特定空间”是指活动必须要有一定的目的地或场地,这一目的地或场地可以是有形的、实体的,也可以是无形的、虚拟的;“集体性”是指活动要有一定的规模,有一定的影响力;“物质或精神”是指活动的承载物可以是物质形态,如展品,也可以是精神形态,如会议主题;“交流或交易”是指活动目的可以是交流,也可以是交易。从这

① 资料来源: <http://www.icca.nl>。

② [美]桑德拉·莫罗.会展艺术——展会管理实务[M].上海:上海远东出版社,2005:11.

③ Kenneth W. Luckhurst. The Story of Exhibitions[M]. London: The Studio Publications, 1951:9.

④ 保健云.会展经济[M].成都:西南财经大学出版社,2000:2.

一概念出发,广义的会展概念就由这四个方面的特征加以贯穿起来。符合这些特征的相关活动包括:大型会议、奖励旅游活动、交易会、展览会、博览会、展销会、体育运动会、各类节事活动和文艺演出等。

## 二、会展的类型

尽管会展的概念很宽泛,但是现阶段研究的重点还是在会议和展览两个方面。因此关于会展的类型,主要分成两大类:一是会议,一是展览。

### (一) 会议的类型

会议类型很多,不同的划分标准就有不同的划分结果,常见的划分标准有以下五种类型。

#### 1. 根据会议举办主体划分

(1) 协会会议。协会是会议的最主要客源。地方性协会、全国性协会乃至世界性协会每年都要举办各种会议。

(2) 公司会议。它是同行业、同类型及相关行业的公司在一起举办的会议。一般包括以下几种:销售会议、推销商会议、技术会议、管理者会议、培训会议、代理商会议、股东会议等。

(3) 其他组织会议。这类主要包括政府会议、工会组织和政治团体会议、宗教组织会议等。

#### 2. 根据会议活动内容划分

(1) 商务型会议。主要是为了公司的业务或管理需要而召开的会议,一般层次较高,需求较高,消费标准也较高,会期较短。

(2) 度假型会议。指以度假休闲为主的会议。

(3) 文化交流会议。指以文化学习交流为主的会议。

(4) 专业学术会议。指某一领域有一定专业技术的专家参加的会议。

(5) 政治性会议。指国际政治组织、国家或地方为某一政治议题召开的会议,有大会和分组讨论等形式。

(6) 培训会议。指对某类专业人员进行有关业务知识方面的技能训练或理论培训的会议,可采用讲座、讨论、演讲等形式。

#### 3. 根据会议功能和任务划分

(1) 决策性会议。指组织中决策人员对工作中的重大问题集体讨论作出决策的会议,如政府部门的办公会议、经济组织的董事会。

(2) 工作性会议。指组织中为研究布置工作而召开的会议,如全国经济工作会议。

(3) 学术性会议。指研讨传播学术问题而召开的会议,如孔子教育思想学术研讨会。

(4) 商贸性会议。指以商务经贸活动为目的的会议,如经贸洽谈会。

(5) 彰显性会议。指为宣传教育、沟通信息而召开的会议,如表彰会、通气会。

#### 4. 根据会议性质划分

(1) 法定性会议和非法定性会议。法定性会议是根据有关法律法规规定必须举行

的具有法律效力的会议,以及特定组织为履行法定职责而举行的会议,如各级人代会、公司的股东大会、协会的会员代表大会;非法定性会议是指法律法规允许的法定性会议以外的会议,如学术研究会、经贸洽谈会。

(2) 正式会议和非正式会议。一般在国际会议中,各方为解决共同关心的实质性问题,并形成具有约束力的共同文件,依据事先约定的有关规则和程序而进行的会议就是正式会议;而以协商、交际、宣传为目的,不形成正式决议或无确定的议事规则的会议就是非正式会议。

#### 5. 根据会议与会者来源划分

(1) 国际性会议。指会议代表来自不同的国家或地区的会议。

(2) 全国性会议。指会议代表来自全国各地或各条战线的会议。

(3) 地方性会议。指会议代表来自一个国家的某一个或某些地区的会议。

(4) 单位性会议。指会议代表属于一个特定组织的会议。

国际性会议因其复杂性程度高、商业价值大而受重视程度最高。许多国际会议研究机构都对国际会议的概念进行了规定,如ICCA就规定国际会议要符合以下三个条件<sup>①</sup>:①人数不少于50人;②至少在3个国家轮流举办;③定期性会议。而UIA<sup>②</sup>则规定<sup>③</sup>:①人数不少于300人;②至少在5个国家轮流举办;③至少3天会期;④与会外国人士不少于40%。足见国际会议受重视程度。

## (二) 展览的类型

从不同的角度划分,展览的类型也不一样。

### 1. 根据性质划分

展览可分为贸易展(trade fair)和消费展(exhibition)两种。贸易性质的展览是为制造业、商业等行业举办的展览,展览的主要目的是交流信息、洽谈贸易;消费性质的展览展出的基本上都是消费品,目的主要是直接销售。展览的性质由展览组织者决定,可以通过参观者的成分反映出来:对工商业开放的展览是贸易性质的展览,对公众开放的展览是消费性质的展览。具有贸易和消费两种性质的展览被称作综合性展览。

### 2. 根据内容划分

展览可分为综合展览(multi-branch trade fair/exhibition)和专业展览(specialized trade fair/exhibition)两类。综合展览是指涵盖全行业或数个行业的展览会,也被称作横向型展览会,比如工业展、轻工业展;专业展览是指展示某一行业甚至某一项产品的展览会,比如钟表展。专业展览会的突出特征之一是常常同时举办讨论会、报告会,用以介绍新产品、新技术等。

① Included in the association database are meetings that are organised on a regular basis, attract at least 50 participants and rotate between 3 different countries.

② UIA是Union of International Associations(国际协会联盟)的简称,是一家国际性的行业协会,已经收集了40多年的会议及会展统计数据。这些数据是会展业最权威的资源。

③ minimum number of participants: 300, minimum number of foreigners: 40%, minimum number of nationalities: 5, minimum duration: 3 days.

## 国际展览业常见行业分类

- ⊙ 广告、市场营销、电影、摄影、媒体
- ⊙ 农业
- ⊙ 工业、工业制造
- ⊙ 综合博览会、消费品博览会
- ⊙ 娱乐业、游乐场、音乐、消费电子产品、多媒体
- ⊙ 畜牧业、家禽饲养
- ⊙ 时装、成衣、布料、衣饰
- ⊙ 礼品、纪念品
- ⊙ 化妆品、美发、香水
- ⊙ 自动化、机器人、制造技术、设计、工业设计
- ⊙ 汽车、汽车零件、汽车服务、加油站、摩托车、自行车
- ⊙ 能源、电力
- ⊙ 银行、金融、保险
- ⊙ 通信、电子商务、互联网、信息技术
- ⊙ 房地产、建筑、建筑机械、建筑管理、市政工程
- ⊙ 计算机、图像、电子学
- ⊙ 生物科技、医药、药物
- ⊙ 图书、图书贸易、图书馆设备、出版贸易、报纸印刷
- ⊙ 玻璃、建材、建筑陶瓷、墙纸
- ⊙ 特许经营商业
- ⊙ 化学、石油化学
- ⊙ 国防、防务
- ⊙ 教育、培训、职业塑造、管理科学、人力资源
- ⊙ 环境保护
- ⊙ 会展业展览
- ⊙ 食品加工、食品、饮料、保健、罐装食品
- ⊙ 林业、木业加工、家具、家具制造
- ⊙ 婚礼、殡仪、殡葬馆
- ⊙ 五金、建材
- ⊙ 保健、医疗、医院、牙科、齿学
- ⊙ 饭店、酒店、餐馆
- ⊙ 狩猎、钓鱼、射箭、体育、高尔夫
- ⊙ 内部装饰、厨房、卫生间
- ⊙ 发明创造、革新
- ⊙ 旅游、休闲、度假
- ⊙ 表面处理
- ⊙ 金属加工
- ⊙ 采矿、矿物
- ⊙ 纺织工业、纺织品、纤维、家用纺织品

- ⊙ 玩具
  - ⊙ 交通运输、仓储、物流、管道运输
  - ⊙ 水、灌溉、污水
  - ⊙ 制鞋、帽子、编制类、皮革、皮革工业
  - ⊙ 办公用品、办公科技、文具
  - ⊙ 光学
  - ⊙ 包装
  - ⊙ 塑料、橡胶
  - ⊙ 红酒、葡萄酒、酿酒
  - ⊙ 交通、轮船运输、物流、造船业、港口设备
  - ⊙ 珠宝、黄金饰品、银器
  - ⊙ 其他
- (资料来源: 德国会展网)

### 3. 根据规模划分

展览可分为国际、国家、地区、地方展,以及单个公司的独家展。这里的规模是指展出者和参观者所代表的区域规模,而不是展览场地的规模。不同规模的展览有不同的特色和优势。国际展览由于其影响力大,商业价值高、覆盖面广,受到主办者的格外重视。

## 阅读资料 1-2

### UFI<sup>①</sup> 拟定的有关国际性交易会/展览会的标准

要被确认为一个国际性交易会/展览会,外国参展商数量必须至少占到总参展商人数的20%,或者外国观众数量至少占到总观众人数的4%,或者外国参展商租用的净场地面积至少占总的租赁场地净面积的20%。

非国际性交易会/展览会则可以分为全国性(即观众来自多个地区)或区域性(即观众来自某一特定省份或县市)两类。

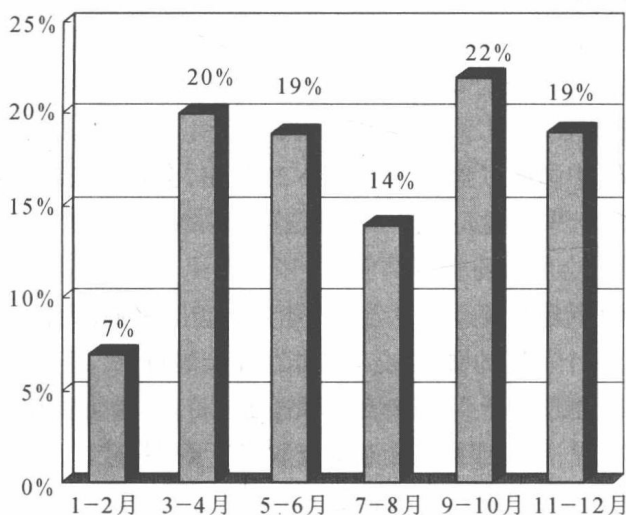
(资料来源: <http://www.ufinet.org>)

### 4. 根据时间划分

展览可分为定期展和不定期展。定期展一般是指有固定举办周期的展览,有一年四次、一年两次、一年一次、两年一次等不同种类。在英国,一年一次的展览会占展览会总数的3/4。不定期展则是指没有固定周期的展览。不定期展览按照时间长短,分成长期展和短期展。长期展可以是三个月、半年,而短期展一般不超过一个月。在发达国家,专业展览会一般是四天。

① UFI是Union of International Fairs(国际展览会联盟)的简称,是一个非政治性、非营利性的组织,总部设在巴黎,其会员来自67个国家,在展览认证方面有很高的权威性。

图 1-1

2011年上海  
展览月分布

资料来源：根据《上海会展业发展报告2012》整理。

展览日期受财务预算、订货以及节假日的影响，有旺季、淡季之分。根据英国展览业协会的调查，3—6月及9—10月是举办展览会的旺季，12月至来年1月以及7—8月为举办展览会的淡季。上海展览业也有类似的分布规律，见图1-1。

#### 5. 根据场地位置划分

展览根据场地位置可分为室内展和室外展。室内展多用于展示常规展品，如纺织展、电子展等；室外展多用于展示超大、超重等非常规展品，如航空展、矿山设备展等。在多个地方轮流举办的展览会被称作巡回展。比较特殊的是流动展，即利用飞机、轮船、火车、汽车作为展场的展览会。

## 第二节 会展业的界定

### 一、会展业的概念

目前对会展业的内涵还没有较为统一和权威的界定，在此对各种界定作一个系统的整理，以全面了解会展业的概念。比较有代表性的概念有以下几种：

《国民经济行业分类与代码》(GB/T 4754—2011)对会展业的界定是：会展业隶属于商务服务业，指会议及展览服务，即为商品流通、促销、展示、经贸洽谈、民间交流、企业沟通、国际往来而举办的展览和会议等活动，代码是7292(商务服务业是72，其他商务服务业是729，会议和展览服务业是7292)。<sup>①</sup>

范能船、朱海森在其《城市旅游学》中提出，会展产业是指由会展经济运动而引起的相互联系、相互作用、相互影响同类企业的综合。<sup>②</sup>另外，刘大可在其主编的《中国会展业：理论 现状与政策》一书中对会展业也作了类似的定义。

① 《国民经济行业分类与代码》(GB/T 4754—2011)。

② 范能船，朱海森. 城市旅游学[M]. 上海：百家出版社，2002：237.

冯晓丽、覃家君在其论文《我国会展业发展中存在的问题及对策探讨》中认为,会展业简单来说,就是指通过兴建场馆、举办展览、召开会议为商务洽谈和商品交易等提供服务的一种活动。其服务对象主要是企业、经纪人、商贸团体等。它是一种涵盖内容很广的综合性服务活动。<sup>①</sup>

倪鹏飞主编的《中国城市竞争力报告 No.2》提出,会展业是通过举办各种形式的会展和展览展销,能够带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象和经济行为,也被称为会展产业和会展市场。<sup>②</sup>

应丽君在其《21世纪会展经济与会展产业》中提出一种较为新颖的看法,她认为会展业与会展产业是两个不同的概念,会展业指的是会展行业,即直接为会展市场经济活动提供产品和服务的部门及行业的总称,是属于第三产业,由会展专业举办组织、会展场馆、会展设计搭建工程、会展服务四大基本行业部门要素构成。而会展产业则是指为会展业直接提供服务和支持的部门以及行业的总称。会展产业包括的部门和行业涉及第一产业、第二产业和第三产业的众多部门和行业,而会展产业本身属于第三产业范畴。<sup>③</sup>

程红等人在其《会展经济:现代城市“新的经济增长点”》一书中指出,会展业是会议业和展览业的总称,是指围绕会议、展览的组办,会展的组织者、展览场馆的拥有者、展览设计搭建单位开展的一系列经济活动。<sup>④</sup>

凌敏在《试论我国会展业的现状及发展对策》中提出,所谓会展业是指通过举办各种形式的展览和会议能带来直接或间接的经济效益和社会效益的行业,在国际上被称为 MICE。并提出会展业是一种龙头行业,能带动相关行业,如旅游、运输、饮食、住宿、通信、装潢、娱乐、购物等行业的发展。<sup>⑤</sup>

中国会展服务网的一篇标题为《会展业的界定》的文章指出,所谓会展业,是指现代城市以必要的会展企业和会展场馆为核心,以完善的基础设施和配套服务为支撑,通过举办各种形式的会议或展览活动,吸引大批与会人员、参展商、贸易商及一般公众前来进行经贸洽谈、文化交流或旅游观光,以此带动城市相关产业发展的一种综合性产业。

通过对上述界定的比较和分析,可以得出界定会展业包括以下几个要点:第一,会展业是一种产业。目前会展业已经出现了一批同类相关企业集合,所以应该充分肯定会展业就是会展产业。第二,会展业以会议、展览为主要运作和表现形式。虽然广义的会展活动包括会议、展览、大型国际体育活动、大型纪念或庆祝活动,但会议和展览还是主要的活动形式。第三,会展业既能带来经济效益,又能带来社会效益。第四,会展业属于第三产业,是一种新型服务经济。第五,会展业是一种综合性经济,涵盖的相关行业非常广泛。

目前,对于会展业的产业构成还没有较为系统和全面的论述,只不过是有一些论著或文章中有一些涉及,具体如下:

① 冯晓丽,覃家君.我国会展业发展中存在的问题及对策探讨[J].科技进步与对策.2000(9): 161,162.

② 倪鹏飞.中国城市竞争力报告No.2[M].北京:社会科学文献出版社,2004: 305.

③ 应丽君.21世纪中国会展经济与会展产业[M].重庆:重庆大学出版社,2003: 48.

④ 程红,熊梦,刘扬,路红艳.会展经济:现代城市“新的经济增长点”[M].北京:经济日报出版社,2003: 7.

⑤ 凌敏.试论我国会展业的现状及发展对策[J].龙岩师专学报,2004(4): 11—13.