

2-2-19

秀清同志
不登(要情)

大正同志：会展业发展思路

危峰，请在研究第三产发

贵州省人民政府发展研究中心文件 黔府发

研字第...
秀清

省发研[2002]22号

签发：殷福保



关于呈报《贵州会展业发展思路 及对策研究》的报告

秀清
18/5
秀清
同知

省政府：

根据省政府领导指示，由我中心牵头，会同省计委、省经贸委、省科技厅、省贸易合作厅、省招商局、省企业调查队等部门，组织有关人员成立课题组，对我省商业办展的思路和推动我省展览业起步的问题进行专题调研，形成了阶段性成果《贵州会展业发展思路及对策研究》，现呈上，供省政府决策参考。

秀清
28/5

654
2002年5月10日

903
2 5 18.

贵州省政府办公厅收文
阅 第158号 10 份
收到 2002年4月10日
分发 2002年4月10日

课题研究报告

2002年3月28日

贵州会展业发展思路及对策研究

一、国内外会展业发展概况

作为会展经济主体的会展业是以会议和展览为核心，集商务活动、信息交流、观光旅游、文化娱乐于一体的综合性新兴服务产业，具有综合性强、社会及经济效益显著、无污染、可开拓性大、与其它产业关联性强、投入产出比高等特点，已成为当代国际经济技术交流与合作的重要途径。20世纪90年代以来，国内外会展业发展速度明显加快，许多发达国家将其列为新的经济增长点加以重视与扶持。国内许多城市也纷纷兴建现代化大型展馆，一些地方政府将会展业作为推动地区经济发展的动力，举办各种展览会，打开与外地市场沟通和对外贸易交往的窗口，促进经济和贸易的发展，着力培育“会展经济”，将会展业纳入重点扶持的都市型产业和新的经济增长点。

(一) 国际会展业发展概况

国外会展业发展的历史悠久，长达 150 多年，且规模大，品牌多，档次高，不少国家的会展业已成为国民经济的重要产业，形成了强大的竞争实力。全世界每年不少于 150 万个大型会展(其中包括 7 万多个国际会议)大多集中在发达国家，会展业为这些国家带来了可观的经济效益。

处于会展经济强国之首的德国，拥有 21 个博览会场地，展馆总面积 230 万平方米，拥有 2/3 以上的世界展览品牌，每年举办国际性、专业性贸易展览会 130 多个，吸引 1000 多万国内外参展者，带来 450 亿马克的收入，是名副其实的“世界会展王国”，在世界会展业中举足轻重。法国拥有 160 万平方米的展馆总面积，每年举办 1400 多个展览会和 100 个博览会，展会营业额达 85 亿法郎，展商的交易额高达 1500 亿法郎，间接消费也在 250 亿法郎左右。被誉为“国际会议之都”的巴黎有 55.4 万平方米的展馆总面积，每年要承办 300 多个大型国际会议。意大利也是欧洲办展最多的国家之一，著名的米兰国际展览中心有 65 万平方米，是世界上三大展场之一。美国一年举办的 200 多个商业展会也为其带来超过 38 亿美元的经济收益。另外，英国、巴西、阿根廷、澳大利亚等国家，每年举办的展览约在 300~500 个之间，经营收入 5~8 亿美元。

在亚洲，会展业发展也十分迅速，并形成了较大的规模。日本的东京国际展览中心每年举办 110 多个展览活动，观众达 1100 万人次；新加坡 2000 年被评为世界第五大会展城市，以每年举办 3200 多个展览会和会议等大型活动，连续 17 年成为“亚洲首选”会展举办地”城市。

中国香港被誉为“国际会展之都”，会展业长盛不衰，每年大型展览和大型会议超过 500 个，连续多年被英国《会议及奖励旅游》杂志评为“全球最佳会议中心”。香港每年超过 1000 万的游客中，有 30% 是参加贸易展览和会议的。

(二) 国内会展业发展状况

改革开放 20 多年，中国经济建设、社会发展取得巨大成就。展览业取得了长足发展。进入 20 世纪 90 年代，特别是“九五”以来，我国展览业的发展速度和水平提高之快是世界上任何一个国家所不及的。从展览的环境、设施、种类、规模、水平、作用等方面看，我国已成为亚洲的展览大国，引起了国际展览业界的关注。展览业在国内已经逐步发展形成一个新兴的行业，成为带动我国经济发展的新的增长点。据有关统计显示，1997 年，全国举办展览会总数为 1063 个，1999 年为 1326 个(其中，国际展占 48%)，2000 年为 1684 个。以北京、上海、广州等城市为中心的全国性会展网络已初步形成，并创出了“北京国际科技周”、“广交会”、“高交会”、“航空展”、“世博会”、“昆交会”、“北京国际车展”、“大连服装节”、“青岛啤酒节”、“厦门投资贸易洽谈会”等知名会展品牌。同时，展览会走向定期化，1998 年全国定期展已达 176 个。

近年来，由于我国会展业自身的快速发展和效应的示范作用，各地政府十分重视会展业的发展，纷纷投巨资建设现代化的展馆设施，已陆续建成了厦门、南京、长春、长沙、西安、青岛、合肥、沈阳、烟台、成都、武汉及上海浦东新国际博览中心等会展场馆。目前，北京、广州、上海、天津、深圳、宁波等地正在兴建规模在 10 万至 40

万平方米的大型现代化会展中心。

广东、上海和北京已逐渐发展成为我国会展业的三大中心。进入 90 年代，广东会展的数量、规模均以每年 20% 以上的速度增长，全省会展企业已达 2000 多家，近百万平方米的展馆总面积每年举办会展近千个，总成交额 3000 多亿元，成为我国最大的会展基地之一。

“广交会”从 1957 年到 2001 年已成功举办 90 届，累计成交额 3100 多亿美元。深圳的“高交会”到 2001 年才连续举办三届，第三届的成交额已突破 100 亿美元。2000 年，上海展馆总面积已达 15 万平方米，全年举办会展 260 多个，成交额近 800 亿元。北京在“九五”期间举办展览 1251 个，占全国大型展览会总数的 50% 左右，其中国际性来华展 812 个；同期全市举办各类国内外会议 1746 个。专家分析认为，北京将成为 21 世纪亚洲会展业最活跃、最具开发潜力的城市。

(三) 会展业的作用及发展趋势

1. 会展业的功能和作用。会展业既是国际经贸、科技及文化的桥梁，又是宣传的窗口，在流通和信息领域充当着重要角色，被誉为国民经济的“推进器”。它在进出口贸易、技术引进、带动相关产业发展、中外合作和吸引外资、提高国家和城市的国际知名度等方面都有较强的促进作用，其功能和作用是多方面的。一是可产生直接的经济效益。会展业得以迅速发展的重要原因它是可以产生直接的经济效益。例如 2000 年春季举办的“北京第六届国际汽车展”，共有 40 万观众前往观展，门票等相关收入相当可观。这种直接的经济效益所产生的吸引力使得会展业迅速发展。二是具有较强的产业带动作用。会

展业涉及服务、交通、旅游、广告、装饰、边检、海关以及餐饮、通信和住宿等诸多部门，不仅可以培育新兴产业群，而且可以直接或间接带动一系列相关产业的发展。有关资料显示，国际上展览业的产业带动系数大约为 1：9，即展览场馆的收入如果是 1，相关的社会收入为 9。如此高的产业关联度使得会展业成为带动城市和区域经济发展的新增长点，自然得到各方面的重视和青睐。会展业的带动作用明显反映在对城市基础设施和其他相关硬件设施建设的拉动方面。1999 年我国在昆明主办的世界园艺博览会，投入 216 亿元建设场馆和相关设施，使昆明的城市建设上了一个新的台阶。会展业还能带动“第三产业消费链”。1999 年上海举办的为期 3 天的“财富论坛”使上海各酒店的收入达数百万美元；每年两届的“广交会”期间，广州市酒店客商入住率达 90% 以上。会展业还可增加大量的就业机会。据测算，每增加 1000 平方米的展览面积，就可创造近百个就业机会。1996 年在德国汉诺威举办的世界博览会，创造了 10 万个就业机会，获得了 145 亿马克的利润及 45 亿马克的税收；在香港，一年的会展活动可提供 9000 多个就业机会。对于人口众多的中国而言，会展业的发展无疑为增加就业提供了一条有效的渠道。三是传播信息和知识的作用。会展业能促进各类参展参会主体之间的沟通与交流，并在交流中传播信息和知识。即使是在信息技术和手段迅速发展的今天，会议和展览的便捷性、集中性、直观性和快速性，使其在信息和知识的传播方面仍起着不可替代的作用。

会展业的功能和作用综合性、全方位的，其综合带动效应十分显著，因而，世界各国对国际会议和展览举办权的竞争也日趋激烈，

很多国家还形成了相应的会议产业链，建有相应的会议旅行社、专业会展组织和服务机构，形成了合理分工的社会化经营和服务体系，并投入巨资兴建规模在 20~50 万平方米的大型现代化会展中心，积极发展会展经济。

2. 会展业的发展趋势。一是会展市场竞争将日趋激烈和国际化。随着会展业的加速发展，办展城市增多，会展市场的竞争将不断加剧。同时，随着我国加入 WTO，对外开放度不断提高，国外会展公司不断进入，会展业竞争范围必将不断扩大，并日趋激烈和国际化。二是中国会展业将会进一步加快发展。最近十年来，我国会展业快速发展，已成为亚洲会展大国。但是，中国的会展业仍处于起步阶段，会展业有巨大的发展空间。今后，中国会展业将逐渐扩大规模、注重品牌、突出特色，加快发展。三是政府办展将逐渐减少，行业协会、专业会展公司将成为主角。目前，不少会展都是各级政府主办或牵头办。政府重视会展是好事，但会展业是一种市场行为，政府办展往往是发红头文件，依靠行政命令促销，长此下去，会展业没有竞争，没有活力，政府又会因各方面条件限制而无力支撑会展业的进一步发展。因此，随着会展业发展的规范化，政府将逐渐退出会展市场，而主要由会展公司或协会、商会等搭台主办，众多的参展企业唱戏，政府只是改善环境、出台有关政策和提供有关服务。四是运行商业化。会展业的发展，将按照市场经济运行规则，由企业根据市场需求，培育会议和展览项目，逐步确立自己的会展品牌，通过商业运作获取经济效益，同时拉动整体经济的发展。五是项目、服务专业化。随着会展业的发展，展览服务和展览项目将逐步走向专业化。为此，会展公

司将强化对服务岗位工作人员的服务意识、专业技能的培训；加强专业协作，进行必要的业务流程重组，确保各服务环节的衔接与配合；采用计算机网络技术等高新技术为工具，改善服务方式，提高服务能力。六是经营管理模式国际化。会展业的国际化，必然要求按照国际上通行的规则来建立会展业经营管理模式，充分利用国内和国际市场的资源，加强国际交流与合作，带动和促进会展业的发展。为此，各地区、各个会展城市将尽力吸引国际、国内知名的展览公司到本地区设立分公司；引进和移植在国内外有影响力的会议和展览到本地区举办；通过加强与国内外会展业的合作，逐步建立适合国际市场运作的经营管理体系。

总之，会展业具有多方面的功能和作用，是一个具有很大发展潜力的新兴产业。将会展业作为贵州经济新兴产业加以培育和发展，依托优势资源和优势产业打造品牌，使其成为我省经济新的增长点，是市场经济发展的必然。

二、贵州会展业发展现状及条件分析

(一) 贵州会展业发展现状

近年来，贵州会展业发展较快，据省工商局统计，自1999年以来，全省已举办各类展览622个；会展企业从2000年的4家，发展到10家(省内注册5家，省外驻贵州分公司5家)。各地、州、市、县(区)政府每年都采取不同形式办节、办展或参展，促进了我省会展业的发展。我省会展业的发展，主要具有以下特点：

1. 有一定规模的展馆，但设施不健全。全省较大的展览场馆有3

企业进入省内会展市场滞后。

5. 招商引资效果明显。1998 年以来, 通过办会展, 我省先后举办了一系列面向全国的大型招商引资及经贸洽谈活动, “98 西南六省区市七方第十四次经济协调会暨贵州招商引资、资产重组会”、“99 优势产业投资贸易洽谈会”、“98 贵州六盘水投资贸易洽谈产权交易和商品展销会”、“99 贵州民营企业投资贸易洽谈会”、“2000 年全国乡镇企业东西部合作经贸洽谈会”、“2001 年中国贵阳首届国际围棋文化节暨经贸洽谈会”以及“贵州兴义马岭河峡谷漂流节”、“中国第六届国际风筝会”、“凯里芦笙服饰节”、“梵净山国际旅游节”、“遵义名酒节”等一些具有地方特色的传统盛会, 签订一大批招商引资项目, 引进了国内外资金、技术和先进管理经验, 促进了我省经济的发展。此外, 贵州新冠会展贸易有限公司举办的“2001 贵州省首届建设工业产品展览会”、长沙丰联展览策划有限公司驻贵州分公司举办的“西电东送配套设备展览会”和“中国西南汽车工业博览会”也收到明显效果。以上这些会展, 共有全国包括贵州省在内的 30 多个省、市、区(包括台湾省)和国外的 600 余家企业近 2 万人参展, 其中, 国外企业参展的有世界 500 强的 ABB、西门子、阿莱斯通公司、德国大众和日本丰田公司等; 观览人数总计约 10 万人; 协议合同签约金额达 409 亿多元, 部分协议已开始实施; 商品现场销售、签订销售合同金额 8.2 亿多元。其中, 农业部和省政府共同举办的“全国乡镇企业东西部合作经贸洽谈会”, 共签约项目 636 个, 招商引资签约总投资 333.4 亿元; 现场销售和合同销售达 3.2 亿元, 全国 30 多个省、区、市组团 4700 多人参加洽谈会。目

前，累计引进到位资金 47.5 亿元，建设完工投产的 204 个项目引进资金就达到 20.65 亿元，占投资额的 98%。

6. 政府组织出外参展较多。近年来，我省连续组团参加了一系列由国家有关部委主办，我省协助主办，以及省际之间区域合作的一些大型经贸洽谈活动，如“中国(厦门)投资贸易洽谈会”、“中国东西部合作与投资贸易洽谈会”、“深圳高新技术成果交易会”及六省区第七方经济协调会，还组团参加一些国外、境外举办的国际性经贸洽谈会活动，据不完全统计，2001 年达到 11 次。政府组织企业出外参展不仅取得了较好的经济效益，而且学到了不少外省区市发展会展业的经验。

(二) 发展贵州会展业的条件分析

1. 改革开放以来，贵州经济快速发展，经济实力不断增强。绿色食品、生物制药等后续产业也正在逐步发展壮大。“九五”时期贵州中成药产量从 0.77 万吨发展到 1.1 万吨；医药制造业工业总产值从 10.8 亿元增长到 31.3 亿元，平均每年增长速度为 23.8%。西部大开发以生态建设为核心的退耕还林还草促进了贵州中药材种植。贵州省“十五”期间把发展绿色食品、无公害食品、有机食品作为加快农业结构调整的重要措施，为贵州特色会展业的发展奠定了一定的物质基础。

2. 区位优势，交通相对便利。贵州位于西南地区东部，处于西南和华南两大区域的结合部，是大西南南下出海的重要通道。贵州已初步形成了以贵阳为中心的“十字”型交通骨干网架。湛江至重庆、上海至瑞丽两大国道公路主干线；连接东部沿海和西南地区的国道公路

321、320、210 线、湘黔、贵昆、川黔、黔桂四大铁路干线都交汇于贵阳。北部和南部诸江河分别经四川、重庆流入长江或经广西、广东流入珠江，分别可达东部和南部沿海地区。1997 年建成通航的 4D 级贵阳龙洞堡机场，设计年吞吐量 500 万人次，现已开辟了直达全国 30 多个城市和香港、泰国的航线。优越的区位和不断改善的交通为发展会展业提供了条件。

3. 已具备发展会展业的一定规模的展馆和服务设施。目前，贵阳市有省展览馆、省乡镇企业贸易城和省博物馆等三处可供展览用的场馆，总面积 3.8 万平方米；截止 2001 年底，全省已有二星级以上宾馆、酒店 80 家、客房 6000 多间，日接待能力达 12000 多人；其中贵阳市有星级宾馆 42 家、客房 4000 多间，日接待能力约 10000 人左右。贵阳市两城区拥有大巴、中巴、的士车辆在不影响本地人流运输的情况下，有对外接待 3~4 万人的能力；邮政、电信的业务量足以满足外来客人的需求；餐饮、娱乐等也具备了一定接待能力。

4. 已积累了一些发展会展业的经验。1999 年以来，贵州已举办各式展览 622 次和外出参加一系列展会，为贵州展览业的发展积累了宝贵的经验。

5. 旅游资源丰富、气候宜人。千姿百态的自然风光与古朴浓郁的民族风情等自然、人文资源，形成了贵州独特的旅游资源优势。贵州现已探明具有开发利用价值的旅游景区(点)达 1000 多处。还有众多的少数民族节日、古朴的民族歌舞、独特的民族服饰、多姿多彩的民族建筑，此外，贵州年均气温 16℃左右，冬无严寒、夏无酷暑。丰富多彩的旅游资源和宜人的气候，可提供参展、参会者舒适的自然环

境和丰富独特的休闲享受。

6. 有较好的外部条件和政策支持。我国加入 WTO, 将进一步扩大对外开放, 使我省自办会展引进国外有实力的办展企业和参展企业的机率增多。国家实施西部大开发战略, 国家政策向西部倾斜, 为贵州争取国家有关部委支持办展提供了条件, 给贵州会展业的发展也带来了难得的机遇。

贵州发展会展业虽有一些有利条件, 但也存在较多不利因素。一是场馆不足、设施不完善, 贵阳市目前可供展览的场所仅 3 处, 总展览面积不足 4 万平方米, 且设施陈旧、场馆结构也不合理; 没有专门的会议中心, 虽有一些星级宾馆, 但配置不完善, 会议室规模普遍偏小, 甚至连同传设备都没有; 受场馆条件限制, 贵州目前只能承办小型会展。二是缺乏统一管理机构, 存在多头管理, 职责不明的现象。三是会展业运行主体实力不强和缺乏专业人才, 目前贵州尽管已有 10 家会展公司, 但规模都很小, 高素质的会展专门人才奇缺。四是我国加入 WTO 虽给贵州会展业发展带来了机遇, 同时也给贵州会展业发展提出了新的挑战, 面对更加开放的市场, 贵州会展业市场的建立和培育, 将不得不面对来自国外、省外同行业强有力的竞争。五是缺乏会展业发展的整体规划, 没有会展品牌、会展配套服务能力弱等因素亦制约着贵州会展业的发展。

三、发展贵州会展业的基本思路

根据国际、国内会展业发展的趋势, 结合我省会展业发展的现状与条件, 贵州应抢抓我国入世及国家实施西部大开发给会展业发展带

来的机遇，尽快组建会展管理机构，努力改善会展基础设施，大力扶持会展业运行主体，把会展业作为重要产业加以培养，力争会展业有一个较快的发展。

我省会展业尚处起步阶段，从发展的眼光看，目前还存在着场馆不足、接待能力有限、会展业主体实力较弱、缺乏举办大型会展经验等方面的问题。因此，发展贵州会展业，近期应以举办中小型会展为主，推动会展业快速起步。同时，应抓紧会展业软硬件设施的建设，为尽快实现向举办大中型会展为主的过渡创造条件。

当前，国内城市与城市，会展企业与会展企业之间，争夺会展项目的竞争日趋激烈。因此，发展贵州会展业，从一开始就要注意培养和打造自己的会展品牌。要结合我省的优势产业和优势产品，办出贵州会展的特色。

(一)把发展会展业与发展地方经济结合起来

发展贵州会展业，应该与发展两烟一酒、能源、原材料、航天航空、电子信息、绿色产业、生物制药、食品加工、环保、旅游等地方优势产业结合起来，促进贵州优势产业的开发与发展。要利用会展业造就新的企业群体，促进会展业与主导产业的融合，架起贵州与省外、国外、境外进行经济合作和交流的桥梁；努力形成会展业与开发地方优势产业的互动机制与体系，使会展业与贵州优势产业并驾齐驱，良好的互动效应，促进会展业与地方经济的快速发展。

(二)把办展、办会、办节结合起来

贵州少数民族众多，民族风情各异，民族节庆丰富多彩，这是我省发展会展业的一大特色资源。近年来，贵州各地各具特色的办展、

办会、办节活动，对宣传贵州、提高贵州知名度、推动地方经济发展起到了积极作用。如贵阳市的“中国白云国际风筝节”、遵义市的“酒文化节”、安顺市的“屯堡文化节”、铜仁地区的“梵净山旅游节”、毕节地区的“杜鹃花节”、黔东南州的“苗族芦笙节”，黔南州的“斗牛节”，黔西南州的“贵州兴义马岭河峡谷国际漂流节”等等。发展贵州会展业，应该充分发挥民族节庆多的优势，把办展、办会、办节结合起来，进一步扩大贵州知名度，促进地方经济发展。

(三) 把发展会展业与发展旅游业及其他相关产业结合起来

会展业与旅游业关系密切，往往形成一种互相促进、加快发展的格局。发展会展业带来的人流、物流、信息流，将极大地推动贵州旅游等多项产业的发展。应充分利用会展业带动相关产业的作用，促进会展与旅游、会展与经贸、会展与文化的融合。尤其是旅游业，更应与会展业相互结合，抓住时机，大力发展，力争早日成为贵州真正的支柱产业。

(四) 着力打造贵州会展品牌

当前，会展项目的品牌化、会展运作的国际化、会展科技的现代化已成为国际会展业发展的主流。发展贵州会展业，必须强化竞争意识，根据自身优势，整合会展资源，面向国际，明确目标，努力打造有贵州特色的会展品牌。根据贵州产业发展的特点，我们认为，当前可以作為贵州会展业发展的突破口和主要载体，并极有可能发展成为贵州会展品牌的，一是“中草药展览”，二是“绿色产品展览”，三是“工艺美术展览”。

贵州有丰富的生物资源、非耕地资源及劳动力资源，有生产绿色

产品的良好自然环境。早在 1996 年，省委、省政府就作出了《关于大力发展绿色产业的决定》，提出在抓好粮、油、烟、猪生产的同时，开发贵州生物资源；生产天然、优质、安全的绿色产品。建设草食牲畜、中草药、保健食品饮料、轻化工原料、干鲜果品、木本油料等 6 大生产基地，培育发展山羊、肉牛、银杏、猕猴桃、魔芋、刺梨、杜仲、油桐、茶叶、桑蚕、竹、核桃、板栗、香料等主导产品及其相关的精深加工产业，形成具有贵州特色的绿色产业。几年来，贵州绿色产业开发已经取得很大成效，除开发建设了一批生产基地外，还成功开发出一批有地方特色、有一定规模、上档次、效益高、市场前景好的加工产品。以猕猴桃为原料的果汁、果酒系列，银杏天宝、银杏花蜜醇酒、银杏钙 D 胶囊及银杏刺梨胶囊等银杏系列，血脂平胶囊、SOD 口服液及爱福宁口服液等保健品系列，核桃乳饮料系列，魔芋产品系列，辣椒产品系列等都已畅销国内外市场。众多的绿色产业基地和丰富的绿色产品奠定了贵州举办“绿色产品展览”的良好基础。

贵州中草药资源优势突出。据全国中药资源普查统计，贵州中药资源品种数为 4290 种，药材总蕴藏量为 6500 万吨，其中植物药材 3924 种，蕴藏量为 195 万吨；在全国收购的中药材品种中，贵州有 250 种，常用中药材有 1200 种；在全国重点普查的 363 个中药品种中，贵州有 326 个。这一优势为贵州医药行业发展“特色药业”奠定了良好的基础。近年来，贵州立足本省资源优势，努力挖掘中药材资源和民族医药瑰宝，内引外联，扩大招商引资，使医药工业从小到大，迅速发展起来，医药工业产值由 1990 年的 2963 万元增加到

2000年的31.32亿元，10年时间翻了近6番。“十五”期间，贵州将进一步发挥资源优势 and “贵州神奇”、“贵州信邦”等重点企业对制药行业的名牌带动作用，积极推进制药企业重组，加快新药的研制和开发，按照国家颁布的质量标准，完成骨干制药企业、药品流通企业和中药材生产基地的改造。预计到2005年全省医药工业总产值可达80亿元以上，医药产品出口创汇达5000万美元以上，初步成为我国药业大省之一。因此，争取国家有关部门的支持，在贵州举办“中草药展览”，并将其办成固定的、具有贵州特色的品牌展，是完全有可能的。

贵州酿酒历史悠久，以茅台酒为代表的贵州酿酒工业，早已成为贵州重要的支柱产业之一。“八五”、“九五”时期，贵州先后对26家省管重点酒厂实施技术改造，改善了酿酒工业的生产技术条件，扩大了酒类产品生产规模，增强了酿酒企业的市场竞争能力和出口创汇能力，一批名优酒企业迅速崛起。2000年，全省饮料酒产量达17.7万吨。贵州已成为名酒之多、国酒的产地、名优酒的摇篮。

“十五”时期，贵州将实施名牌带动战略，进一步加快茅台集团技术改造项目的实施，扩大生产规模，完善市场营销网络，积极拓展国酒茅台在国内外的市场地位，同时，通过资产重组、合资合作等方式，推动产品的开发和技术创新，形成大批量的茅台品牌系列产品，重振贵州酒业雄风。因此，把“酒类产品展览”作为贵州会展的品牌，加以重点培育是有一定基础的。

打造贵州会展品牌，除选准会展项目自己办展外，应创造良好的办展环境，出台优惠政策，吸引国内外的会展权威机构和著名展览公