

<<中国会展经济发展报告>>

图书基本信息

书名：<<中国会展经济发展报告>>

13位ISBN编号：9787509701256

10位ISBN编号：7509701252

出版时间：2008-4

出版时间：社会科学文献出版社

作者：过聚荣 编

页数：387

字数：417000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中国会展经济发展报告>>

### 内容概要

本书由过聚荣博士领衔的团队包括业内专家、理论工作者和教学科研人员对中国会展经济发展问题的最新研究成果。

研究报告通过第一手资料的收集和采用问卷调查等实证研究方法，分析了中国会展经济的发展特征、相关问题以及变化趋势，探索了中国会展经济内在发展的基本规律及其表现方式，并通过与国际会展企业的比较，提出了中国会展经济发展的建议。

## <<中国会展经济发展报告>>

### 书籍目录

总报告 大踏步进入“成长期”的中国会展经济宏观观察 CEPA协议的签订与实施对我国会展业的影响  
中国会展经济区域报告 上海会展经济发展报告 北京会展经济发展报告 长春会展经济发展报告  
中欧会议行业比较与分析 会议与会议业 欧洲会议行业发展简析 中国国际会议行业简析 欧洲与中国会议行业定性分析  
分析结果中外节事活动比较与分析 欧洲节事定量分析 中国节事定量分析 欧洲与中国节事综合分析典型案例研究  
上海旅游节市场认知度调查报告 承办中国国际工业博览会论坛的案例分析 世博会案例分析专家视点 欧洲会展业的发展给中国的启示  
城市大型社会活动志愿服务管理 论旅游业与会展业的边界融合趋势 论贸易展览观众注册管理 2007年中国会展评估工作述评  
绿色会展与会展业的生态化趋势 建立功能完善的“体验平台”——展示空间设计搭建行业中关注问题归类 奖励旅游目的地研究——以邮轮为例大事记后记

## &lt;&lt;中国会展经济发展报告&gt;&gt;

## 章节摘录

总报告 大踏步进入“成长期”的中国会展经济过聚荣 会展经济素以国家经济“晴雨表”和行业风向标著称。

2007年是中国会展经济发展的关键之年，2008年奥运会和2010年世博会日益临近，成为推动和引领中国会展经济发展的两大引擎。

2007年10月召开的党的十七大进一步提出了我国经济发展的新思路，解放思想、深化改革、科学发展的理念深入人心，大力加快服务业发展也成为我国未来经济政策的一个重点，作为服务业的会展经济因而将更好地得益于我国总体经济发展的有力带动。

中国会展业也迎来了它的“成长期”。

回顾2007年，中国会展经济的发展取得了令人骄傲的成绩，但也存在一些不容忽视的问题，与此同时，又表现出一些今后发展的趋势。

—2007年中国会展经济的现状和特点 在1978~2007年的29年改革开放进程中，中国已经逐步成为在世界经济舞台扮演重要影响的角色，这一期间的平均年经济增长率超过9.6%，2007年更是达到11.4%的增长速度，中国经济连续5年实现超过或达到10%的增长率。

中国国家统计局的统计数据显示，2007年全年国内生产总值246619亿元，比上年增长11.4%，加快0.3个百分点，连续5年增速达到或超过10%。

从产业情况看，第一产业增加值28910亿元，增长3.7%，回落1.3个百分点；第二产业增加值121381亿元，增长13.4%，加快0.4个百分点；第三产业增加值96328亿元，增长11.4%，加快0.6个百分点。

对外贸易快速增长，外商直接投资继续增长。

2007年全年进出口总额21738亿美元，比上年增长23.5%，回落0.3个百分点。

其中，出口12180亿美元，增长25.7%，回落1.5个百分点；进口9558亿美元，增长20.8%，加快0.8个百分点。

进出口相抵，贸易顺差2622亿美元，比上年增加847亿美元。

全年实际使用非金融机构外商直接投资748亿美元，比上年增长13.6%。

年末国家外汇储备余额达1.53万亿美元，比上年增长43.3%。

在一系列中国宏观经济指标的解读中，结合世界经济结构变化的特征，以第三产业为代表的服务业在发达国家经济结构中所占的比重日益加大，在这样的经济和社会背景下，2007年的中国会展经济作为服务经济领军行业之一，显现出了以下一些现状和特点。

（一）会展经济整体稳步发展，由外延式增长向内涵式增长演变趋势明显 2007年中国经济的增长为11.4%，是经济增长连续达到或超过10%的第5年。

作为经济贸易的平台，会展经济在这种强劲的经济增长背景下自然也维持了较高的增长率。

以上海市的展览项目数为例，2007年上海举办的各类展览会共515个，比上年的466个增长了10.5%，总展出面积571.9万平方米，比上年的479.5万平方米增长了19.3%。

其中国际展览会项目309个，比上年增长了4.8%，总展出面积474.6万平方米，比上年增长了9.5%。

国内展览会项目206个，比上年增长了20.5%，总展出面积97.3万平方米，比上年增长了116%。

北京、广州等会展中心城市的展览项目也大致保持了与总体经济同步的发展态势。

省会城市的会展经济发展尽管不平衡，但据不完全统计，展览数目平均增长在7%。

综合分析，2007年中国展览项目在2006年4000个的基础上，各地举办规模以上的展会达4400个左右，增长率为10%。

而综合的会展经济收入则在上年的基础上有了长足的发展。

以长春市为例，该市会展业项目总数不仅再次创历史最高水平，而且增幅也是近年来最高的年份之一。

全市共举办各类会展活动达到192项，其中展览78项，节、会、演、赛114项。

实现会展业直接收入9.98亿元，带动其他相关产业收入92.5亿元，分别比上年增长14.1%和17.5%。

会展经济的份额，约占全市国民经济4.7个百分点。

值得指出的是，经过改革开放29年以来的发展，特别是近年来对外资以及民营企业开放会展业的

## &lt;&lt;中国会展经济发展报告&gt;&gt;

“体制放松”增长因素已经基本得到有效释放，展览企业“爆发式”增长的年代已经结束，会议、节庆等新兴会展内容有明显的发展势头，也就是说，中国会展经济正从单纯的数量上的增长转变为数量和质量一起提高。

比如，上海市各类展览会举办数量在2007年的增长为10.5%，而反映展会质量指标之一的总展出面积却比2006年增长了19.3%。

随着各地方政府、行业协会在规范、指导产业发展的力度和广度上的着力，会展相关市场已经逐步从无序走向有序，因此，中国会展经济的发展从外延式扩张逐步向内涵式演变的趋势在2007年更为明显。

（二）会展经济区域合作发展氛围良好，会展经济发展的内涵建设日益受到重视 在中国加入世界贸易组织后，我国的会展经济发展迅猛，在全国范围内逐步形成了以下5大会展经济区域。

珠江三角洲会展经济区域：这个区域以广州为中心，包括广东的深圳、东莞、顺德、珠海、中山；福建的福州、厦门等会展城市以及香港、澳门特别行政区。

长江三角洲会展经济区域：以上海为龙头，带动江苏的南京、苏州、南通；安徽的合肥；浙江的宁波、温州、义乌、杭州等会展城市。

环渤海会展经济区域：以北京为龙头，包括北京、天津；山东的青岛、济南、烟台、潍坊、威海；河北的石家庄、唐山、廊坊等会展城市。

东北会展经济区域：这一区域尚没有形成真正意义上的会展中心城市，其区域包括大连、长春、哈尔滨、沈阳以及吉林等会展城市。

中西部会展经济区域：与东北会展经济区域的情形相类似，区域会展中心城市没有确立，其区域包括重庆；河南的郑州；湖南的长沙；陕西的西安；四川的成都；云南的昆明；青海的西宁；新疆的乌鲁木齐；甘肃的兰州、酒泉；广西的南宁等会展城市。

2007年初，中国5大会展经济区域中处于领先地位的长三角地区正式成立了长三角城市会展联盟。这是继珠三角、东北5市成立联盟以来，中国会展经济区域的再一次“联盟”。

会展经济区域合作发展的氛围得到进一步改善，尽管联盟之间相关的合作还有待细化和深化，实质性的合作还没有实施，但是，三大联盟的成立也从一定意义上说明了，我国会展经济发展的内涵建设获得了认同。

（三）会展场馆建设热度不减，会展场馆总体“失衡”状态有加剧趋势 2007年度，我国场馆建设仍然保持较热态势。

据不完全统计，全国各地正在建设或规划在三年内建成展览场馆的展览面积将达200万平方米。

与2006年相比，全国会展场馆建设有全面升温的趋势，北京、上海、天津、重庆4个直辖市在建和拟建的会展场馆面积超过60万平方米。

而东部地区会展场馆建设一改2006年只是延续以前的“二期工程”的局面，新建和扩建的城市有南京、杭州、合肥、宁波、义乌、温岭等地区，其中，南京、杭州都将结合体育设施，新建约20万平方米的会展中心。

中西部地区场馆继续延续2006年的发展态势，山西太原、陕西西安、内蒙古、甘肃等地区试图通过会展场馆的建设，发展当地的会展经济，其中，太原国际会展中心、西安曲江国际会展中心、甘肃会展中心的总投资均超过10亿元人民币。

我国会展场馆建设总体“失衡”状态有加剧倾向，会展场馆的运行绩效也将呈现两极分化。

上海新国际博览中心等一批少数场馆继续保持供不应求的状态，大多数会展场馆将面临使用率低、闲置率高而经营困难的窘境。

据不完全统计，全国绝大多数展览馆平均使用率只有10%左右。

（四）大会展发展模式得到认同，旅游、会议、展览、节庆和体育赛事融合发展 2007年会展经济的发展中，呈现了一些新的模式。

一是“商贸经济+会展经济”的“市场+会展”模式。

此模式主要针对展览而言，会展主体已经越来越多地意识到，会展经济的发展主要依靠市场而不是其他方面的推动。

该模式表现方式有很多，有的是利用当地已经运营成熟的专业商城，举办相关的行业专业展；有的是

## &lt;&lt;中国会展经济发展报告&gt;&gt;

围绕历史形成的商贸市场，在周边建设展览中心，以贸促展。

总之，让市场与展览形成资源整合、利益互动、优势互补的格局，有利于构建商贸经济与展览经济的利益共同体。

比如浙江义乌小商品市场天下闻名，市场上有5万多个商铺，每天有20多万客流量，构成了庞大的买家群体。

正是由于义乌市场上10余万个总代理、总经销又构成了庞大的卖家群体，使得义乌依托大市场办出了大展会，成为著名的以展览为特色的会展城市。

二是展览与会议互动模式。

会展，其实从字面上来讲，“会”和“展”即“会议”和“展览”。

随着市场化发展的越来越深入，国内会议市场的发展也开始崭露头角。

特别是北京、上海等大城市，由于其得天独厚的优势，使得最近几年北京、上海承办的一些国际和国内的会议越来越多，也展现出业内人士对会议业和展览业的“两手抓”。

这种齐头并进的局面，不能不说是我国会展经济进一步发展的好兆头。

三是综合发展模式。

2007年，节庆、赛事等会展内容得以较快发展，一方面得益于北京奥运会召开前期的预热阶段的带动，更主要的一点是从从事会展经济的主体对会展内涵的进一步理解所致。

因此，以会议、赛事、旅游等为内容的综合会展活动成为一种新的模式。

（五）奥运会的引领作用在进一步深化，“北展南移”商机无限 作为2008年奥运会的举办地，北京已经在奥运经济中占尽会展商机。

虽然国际奥委会规定，在奥运会期间及前后一周，不得在主办城市本地、或其附近、或其他比赛地点举行全国性、国际性重大会议活动；但是，围绕奥运主题，北京仍组织了一大批内容丰富的各类会议和展览，这也是北京奥运经济中会展商机的直接体现。

这些活动包括：奥林匹克文化节、国际奥林匹克文化论坛、奥林匹克教育论坛、奥林匹克艺术论坛、国际奥林匹克博物馆珍品展、国际奥林匹克集邮展、国际奥林匹克收藏展、国际体育艺术展、中国体育文化展、国际奥林匹克书展、中国传统文化展、中外体育绘画展等。

同时，北京还将举办以体现“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”三大理念为主题的北京国际科技产业博览会、北京国际汽车展、中国文化创意产业博览会、北京国际美术双年展等一系列相关文化会展。

而对于不能在北京举办的上百个品牌展会，大部分会选择到其他城市举办，无疑这对其他非奥运城市来说，就是北京奥运带来的商机。

这些地区包括：长江三角洲地区，无论是南京、杭州，还是宁波、苏州、扬州，以致义乌、台州、余姚、昆山，各地都在建造设计新颖、气势恢宏、具有国际一流水平的大型会展场馆，这就是“北展南移”为他们带来的机会。

另外就是以广州为龙头的珠三角地区，也是吸纳这些“南移”展会的地区。

（六）会展经济国际化程度进一步深化，会展业之间的竞争呈综合化特征 2004年初，商务部颁布了《设立外商投资会议展览公司暂行规定》，批准外商可以在中国成立独资的展览公司，并可在中国境内主办、承办各类经济技术展览会和会议。

但2006年以来，很多外资会展企业在华业务重点已经不是设立办事处、子公司或组建合资公司，而是倾向于通过资本运作，收购或者并购国内有一定资质的展览企业或者有一定品牌影响的国内展览项目。

在2007年，这种“中外竞争”已经演变成一种“大鱼吃小鱼”的状况。

此外，外资展览公司之间“强强联合”，也形成了“外外竞争”的一种新形式，国内会展经济的竞争颇为激烈。

2007年，中国会展经济发展的国际化进程进一步加深。

很多企业和会展公司都将眼光投向世界的舞台，积极地“走出国门”，为自己的品牌在国际舞台上打下了一片新的天地。

同时，“如何走出去”的问题已经不仅仅是企业思考的问题，政府也从另一个高度为国内企业走出去提供新的帮助和政策扶持，这是最可喜的地方。

## &lt;&lt;中国会展经济发展报告&gt;&gt;

(七) 会展经济受到更为广泛的关注, 媒体参与度高 值得指出的是, 会展经济在发展之初, 仿佛只与会展公司或者相关企业有关。

但是, 随着会展经济在国内的深入发展, 会展经济的发展已经与普通群众的关系越来越密切。2007年, 很多会展活动的举办者在关注专业观众的同时, 也注重吸引普通百姓参与其中, 如一些婚庆展览和传统赛事、节庆活动等。

另一方面, 整个社会也开始重视会展经济, 中央电视台二套“商务时间—博览会”、上海电视台“第一会展时间”等多家媒体都开通了会展经济的相关专题节目, “阿里巴巴”网站也有迹象表明要进军会展业。

所有这些现象都说明, 传统媒体及其相关第三媒体对会展活动的重视程度已经将会展经济提升到了一个更高的层次, 使全社会对会展经济的发展有着最新最深刻的认识。

二 2007年中国会展经济存在的问题 尽管我们观察到2007年中国会展经济蓬勃发展的现实, 然而, 冷静地分析, 在轰轰烈烈发展的背后还是隐藏着一些隐患。

这其中有体制问题引起的, 也有由于会展经济发展的不平衡导致的。

(一) 会展经济缺乏科学发展观指导 根据课题组对中国大陆31个省、直辖市、自治区“十一五规划”的梳理、统计, 有总数达27个省、直辖市、自治区政府将会展经济(或会展业)列入了本地区的发展规划, 其比例高达87%, 在全国“十一五”规划中也首次提到了会展业, 而2007年有上百个省会和地级城市确立了以发展会展经济为基本目标的设想。

我们的观察分析认为, 虽然各地纷纷把“会展经济”纳入战略规划, 加强会展经济的发展不能不说是一件好事, 但是, 我们也观察到了这样一种带有普遍的现象, 即各地似乎以为建了会展场所就具备了发展会展经济的条件, 就能为一个地区发展相关产业提供增长点了。

兴建场馆的冲动, 导致了场馆数目盲目增长。

就以会展场馆的经营来说, 按照业内通常的评价标准, 一个展馆的利用率达到60%左右时, 才能实现较佳的市场效益。

但现实却是, 全国200多个展览馆共计800多万平方米的使用面积的平均年租用率只在15%左右, 有的场馆一年也举办不了几个像样的或者有点规模的展览会; 除此之外, 各地纷纷将场馆建设得华丽奢侈。

而所有这些现象的背后说明了, 在发展会展经济的热潮下, 应该研究会展经济发展的内在本质规律, 而不是仅仅依靠展馆的外表。

很显然, 会展场馆的建设并非就是会展经济建设的全部, 建造会展场馆相对于发展会展经济要容易得多。

<<中国会展经济发展报告>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>