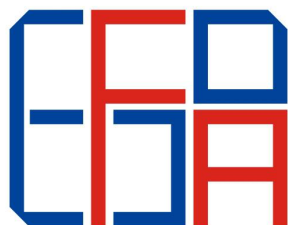




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

十二月刊 2015 年 12 月 31 日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

- *北辰会展集团正式成立 打造中国会展“航母”
- *未来五年，中国会展业依然“跑马圈地”？
- *储祥银：对产业的推动作用是会展发展的原动力

免责声明：以下信息主要来源于网络，仅供学习之用，如侵犯您的权利，请与协会秘书处联系（18813225006），秘书处将及时删除，谢谢！

本期目录

【协会动态】.....	3
【展会前瞻】.....	4
【会展交流】	5
我国会展业的立法现状和问题.....	5
【会展资讯】	8
张凡：从展览业看供给侧改革.....	8
北辰会展集团正式成立 打造中国会展“航母”	10
袁再青：转型升级成会展业第一发展动力.....	13
陈泽炎：会展业在“十三五”期间应多维创新.....	15
亚洲博闻和阿里联手.....	18
姜淮：未来五年，中国会展业依然“跑马圈地”？	20
“互联网+”时代场馆运营走到新路口.....	23
储祥银：对产业的推动作用会展发展的原动力.....	25

协会动态

1. 12月3日，协会秘书处工作会议在东圃商业中心A座405召开，秘书处相关人员出席会议，重点商讨年会事宜。
2. 12月12日，“一会两地，联动双赢”会展新模式研讨会在珠海国际会展中心隆重举行，广东会展组展企业协会作为本次活动的协办单位，刘松萍会长携协会代表出席论坛。
3. 12月15日，协会发起单位召开发起人工作会议，相关人员出席，进一步落实协会年会事宜。
4. 12月16日至18日在山东省潍坊市召开，广东会展组展企业协会作为年会协办单位，刘松萍会长携旗下会员单位赴潍坊共襄盛举。米奥兰特国际会展、尚格会展、青岛海名国际会展有限公司、广东现代会展管理有限公司、北京辉煌魅力国际商务会展有限公司、珠海国际会展中心、广东智展展览有限公司、广州跨采商务服务有限公司、怡佳会展集团、广州西玛展览有限公司等十余家企业参加本次大会。
5. 12月22日，刘松萍会长携旗下会员企业参加中南经贸交流座谈会。与南非星河商贸中心董事长吴少康、东莞商品南非展销中心方总共同探讨中非经贸往来的一系列问题，并提出建设性意见。出席此次会议的会员企业有：广东世博展览有限公司、广东鸿威国际会展企业集团、佛山市浩瀚商务资讯有限公司、广州正和会展服务有限公司等企业。
6. 12月23日，协会秘书处工作会议在广州国际采购中心713召开，秘书处相关人员出席会议，与年会承办方对接年会前期工作。

广州保利世贸博览馆

展 会 前 瞻

第七届广东折扣商品展销会

开展时间：2015.12.25-2016.1.6

主/承办单位：广东省商业联合会、广东博浩展览发展有限公司

萤火虫动漫游戏嘉年华

开展时间：2016.1.1-1.3

主/承办单位：广州市萤火虫文化传播有限公司

首届全球新能源汽车大会（广州）交易展览会

开展时间：2016.1.15-17

主/承办单位：全球新能源汽车大会官方机构、第一电动网、南方都市报、广州市新能源汽车服务业协会

2016 澳门-广州缤纷产品展

开展时间：2016.1.15-17

主/承办单位：广州市商务委员会、澳门贸易投资促进局

第四届广州年货购物节

开展时间：2016.1.22-2.2

主/承办单位：广东省商业联合会、广东博浩展览发展有限公司

深圳会展中心

2016“快乐新年”深圳购物节

开展时间：2015.12.26-2016.1.4

主/承办单位：东方龙展览

第七届深圳迎春年货博览会

开展时间：2016.1.23-2016.2.3

主/承办单位：华巨臣展览

中山博览中心

2016 年第二届中山年货博览会

开展时间：2016.1.29-2016.2.2

主/承办单位：中山市亚联展览有限公司

会 展 交 流

我国会展业的立法现状和问题

——专访北京联合大学副教授 张万春

在法治社会中，一个行业不仅需要法律意识，还应该构建成熟的法制体系。

会展业当然也不例外，也曾有专家呼吁中国的会展业发展最要紧的第一步是法制建设。12月9日，北京联合大学张万春副教授做客由中国经济网和会展人微广播共同的打造的“会展涛客”，剖析我国会展业立法的现状和问题。

《会展法》在国家各级法律法规中的身影

张万春表示，我国没有会展的专门法，但是有一些涉及到会展的法律，第一，从国家《宪法》角度来讲，《宪法》作为国家最高法律，不可能对会展这么一个小众的事务提得那么详细。但《宪法》中谈到群众性的文化活动，体育活动等，实际跟会展是沾边的，因为会涉及到我们很多的赛事，节庆，从这个角度来讲，能够在《宪法》这个最高层级的法律里面找到一些《会展法》的影子。《消费者权益保护法》，知识产权领域的《专利法》、《商标法》和《著作权法》，《诉讼法》，这些法律从不同的角度和不同的领域对会展的争议、争端的解决都起到很重要的支撑，但是它不是专门的会展法律。

在宪法和法律下面，国务院发布的法律文件即行政法规。在会展当中有国务院专门发布的行政法规，比如说《大型群众性活动安全许可条例》、《演出管理条例》，这些都是国务院发布的，国务院发布的行政法规有一个特点，一定是以条例、规定和办法来结尾，如果不是以条例规定或者办法来结尾的不是行政法规，比如《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》文最后是《若干意见》、《意见》、《函件》、《通知》，这些都不属于行政法规，是属于第三级别的。

第四级别在国务院的行政法规下面是地方性法规和部门规章，部门规章是各个部委所发布的规范性的法律文件，也就是所谓各个部委所发布的会展法，我们常见的比如说四部委发布的，《展会知识产权保护办法》就属于部门规章，在地方上有地方性法规和地方规章，往往我们所说的地方上的省级、市级，往往是这两级人大、人大常委会和政府所发布的一些法律文件，比如说《西安市促进会展业发展条例》、《上海市会展业管理办法》。还有一个地方政府规章，地方性法规是由地方人大或者说常委会通过的，但地方政府规章是由地方的政府来通过，比如说《厦门市展览业管理暂行办法》、《上海市展览业管理暂行办法》、《大连市展览业管理暂行办法》、《南京市展览业管理暂行办法》。

我国会展业立法的现状

张万春认为目前我国会展相关法律法规并不少，《消费者权益保护法》、《专利法》、《商标法》，可能跟会展有关，但不是会展的专门法律，同这个意义角度上来讲，可能会感觉会展法少。但是如果看到部委规章或者是部门规章，以及地方规章的时候就会发现很多部门规

章，对外经贸部，商务部，工商总局、知识产权局、海关总署，包括台办，都有涉及到会展的一些规章，地方上也非常非常多，刚才提到的上海、广州、北京、大连、青岛、西安都有地方规章。

欧美会展业发达国家专门性法律也少，甚至没有。很多情况下，一种来自法律的契约精神更为重要，因为没有人敢违法它。张万春表示，契约精神实际上就是一个《合同法》，所以它是《会展法》吗？它应当跟《会展法》相关。国外的法律其实很多就是这样，没有针对会展的专门法律，但是有一些其他的普通法律在约束着他，使他不敢违反合同、不敢违反契约，他遵守诚信、信守承诺，正是这样一些制度建设，支撑了法律。在这样一些情况下，实际国外即使没有那么多的会展的立法，但仍然显得法治上比较健全，这就是长期的确立了法律至上的观念和因此而形成的制度，使得大家不敢、不愿，不能随便违反这个法律。

我国会展法立法中的问题

张万春认为，国家会展立法主要存在三个问题：

第一，立法层级比较低。我们没有一个专门叫《会展法》，或者叫《展览法》，或者叫《会议促进法》的这样一种法律。实际真正关于会展的专门立法我们最高层级，就是国务院的行政法规没有全国人民代表大会和全国人大常委会制定的法律，所以将来随着我国会展产业、会展业的发展发达，希望有一天能有一部专门的会展法律。

第二，立法法律的内容存在错误。比如说在地方性法规和规章当中，比如《上海市展览业管理办法》，《南宁市会展业管理办法》等，都有一个对主办单位的界定，比如说《上海市展览业管理办法》是这么界定的，“本《办法》所称的主办单位，是指负责制定展览实施方案和计划，对招展办展活动进行统筹组织和安排，并对招展办展活动承担主要责任的单位”。南宁市也是这样的，《南宁市展览业管理办法》是2008年通过的，所界定的主办单位也说是“负责制定会展实施方案和计划，对于会展活动进行统筹、组织和安排，并对会展活动承担主要责任的单位”。在这里面对主办单位的界定是不恰当的，或者说主办单位不是承担主要责任的单位，承担主要责任的单位这样一种立法就比较荒谬。

张万春认为首先从立法技术上来讲，一般在法律当中很少会规定主要责任或次要责任，因为主要责任必然有次要责任，如果主办单位承担主要责任谁承担次要责任？难道让主办单位承担主要责任，或承担单位和其他的组织单位承担次要责任，这样主办方或者是主办单位就逃脱法律责任了。

第二方面，地方性法规和规章与国家的法律相抵触。《消费者权益保护法》里面曾经谈到过，“消费者在展销会租赁柜台、购买商品，或者是接受服务，合法权益受到损害可以向销售者或者服务者要求”，展销会的举办者应不应当承担向消费者赔偿的责任呢？当然有这样一个责任。张万春表示，在这种情况下，这种责任是什么样的责任？肯定是全部的责任，而不是一个主要的责任。如果消费者在展销会上买了这种商品，或者接受了服务，找不到展商，在这种情况下找展会的举办方当然可以，我觉得应该是没有问题的。所以《消费者

权益保护法》里面也说得非常清楚，显然在这里面应当跟参展商承担一个连带责任。当然，如果说不是主办方的问题，他可以在承担全部责任以后，再向参展商进行追偿，这是可以的。

但是从《消费者权益保护法》里面就看得非常清楚，我们说展会的主办方或者是主办者，对会展活动当然是承担不是主责任，我认为是应当承担全部责任。主要责任的一个说法，我觉得是错误的，或者是没有上位法的支撑，也没有其他法律的支撑，很难站得住脚。而很多地方法规和规章，实际在界定主办单位的时候都采取了这样一种写法，或者都采取了这样一种界定或者定义，它是存在错误的。

第三，规章过多、过乱。张万春称，在写《会展法》时参考了很多书籍，花了很长时间来梳理，刚刚梳理出个头绪。目前有太多部门规章，再加上有已经过时的和不断修订、不断废弃就更乱了。所以，会展立法，目前还有点乱。如果相关部门领导和专家有机会介入立法，请一定代表会展人的声音。希望有一天能看到《展览法》或《会议促进法》之类的高级别法律，也希望大家抛弃门户之见，共同创造会展行业法规的一片天。

信息来源：中国经济网

会展资讯**张凡：从展览业看供给侧改革**

“供给侧改革”，是刚刚结束的中央经济工作会议使用的一个新词。会议明确：“明年及今后一个时期，要在适度扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革，实施相互配合的五大政策支柱。实行宏观政策要稳、产业政策要准、微观政策要活、改革政策要实、社会政策要托底的总体思路，保持经济运行在合理区间。”

在这段文字中，“供给侧”特别抢眼，专业范十足。

所谓“供给侧改革”，就是从供给、生产端入手，而不是从需求方面着力，通过调整经济结构，优化要素配置，促进经济增长的质量和数量。

展览业和“供给侧改革”有没有关系呢？

从供应的角度，我们可以做点分析：

先看展馆的供应能力

新世纪以来，中国展馆建设的投入持续扩大，且建筑设计标准越来越高，单体展馆的建设规模越来越大。目前，全国展馆可供展览的总面积已超过美国，雄据世界第一。近五年来，展览面积超 10 万平方米的单体展馆已比比皆是；展览面积奔 40 万平方米，赶超德国汉诺威，争当“巨无霸”，也已非上海国展中心一枝独秀（其实，汉诺威展馆面积并非一次性投入形成的）！

大兴土木之下，展馆空置率日益严重。以展览业最发达的上海为例，据悉，2015 年全市经贸展会展览总面积达 1,500 万平方米，实际使用约 8,250 万平方米（约占全国经贸展会展览总面积的 1/6）。如只计算国家会展中心、新国际、世博展馆、上海展览馆、跨采中心、光大、世贸商城等 7 个展馆可供展览的面积，上海可供展览的面积高达 27,375 万平方米。2015 年上海的展馆综合利用率仅为 30.14%。然各馆利用率差异较大，新国际利用率高达 50%以上，国家会展中心约在 10%左右。许多二线城市 10 万平方米展览面积的展馆，利用率连 5%都达不到。由于不少展馆属于商业投资，在经营压力之下，巡回展成为新建展馆的贵客，多种经营成为增收减亏的招数。

再看展会的供应能力

全国经贸展会的数量，依中国会展经济研究会的统计，2014 年全国 418 个城市共举办 8,009 个展会，展览总面积达 10,277 万平方米，平均每个城市 19 个展会，展览面积 24 万平方米。但上海、广州、北京三市共举办 1,592 个展会，展览面积 2,746 万平方米，分别占全国的 19%和 26%。因此，从全国范围看，展会与展馆需求存在结构性失衡是不言而喻的。既然展馆供应过量，能否通过增加展会供应来平衡需求呢？

答案很不乐观。

一方面，中国展览业高速增长的时代已告结束。近三年来，无论是展会数量，还是展览面积，增速已回落至 5% 以下。而且，主题同质化的展会竞争日益激烈。在上海，因国家会展中心投用，超大型的家具展、美容展隔江的同期竞争近乎惨烈。

另一方面，按国际展览业的发展规律，中国展览业增长瓶颈的到来已为期不远。与展览业头号强国相较，中国展会的数量虽低于美国（每年 1 万个以上），但展览总面积已与美国相当。中国 2014 年的 GDP 约为美国的 60%，但展览业的发展规模与美国相距不大。因此，中国展会的供应能力与过大的展馆供应能力难以匹配。

以上分析，并不新奇。但以“供给侧改革”观之，认识的深度就不一样了。一言以蔽之，中国展览业的发展不是靠增加展馆供应就可以简单实现的。更何况展会供应的能力已进入减速增长阶段。

展览业的“供给侧改革”，可否按中央经济工作会议的五大药方，通过“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”进行结构调整呢，在下说不好，敬请业内同仁指教。

信息来源：中国会展

北辰会展集团正式成立 打造中国会展“航母”

北辰集团成立于 1990 年 8 月 8 日，前身是第十一届亚运会运动员村服务中心，是以房地产开发、会展及配套物业经营为主营业务的北京市属大型国有独资公司。

北辰会展是北辰集团的重要子品牌，拥有 25 年的会展业接待服务和运营经验，素有“首都会展第一名片”的美誉，在中国会展业界拥有较大的影响力。旗下的北京国际会议中心于 1990 年开业，是中国第一个专业的国际会议中心，20 年后（即 2009 年）开业的国家会议中心更是成为奥运场馆赛后利用的成功典范和会展并举、效益良好的大型场馆样本。

25 年来，北辰会展圆满完成了万余个会议和千余个展览的接待服务，包括第十一届亚运会、第四次世界妇女大会、2008 北京奥运会、三届京交会、世界高铁大会、2014APEC 领导人会议周、北京进口汽车展、阿赫玛亚洲展、国际口腔设备展等众多国际国内重大会展活动，高水准的接待服务赢得了各界的高度评价。目前，在北京召开的国际性、有影响的超大型会议中，有三分之二以上落户北辰会展。其中，每年在国家会议中心举办的展览数量约占北京市展览总数的近 30%。北辰会展为提升首都乃至中国的国际地位，促进国际交流和合作，服务首都经济做出了应有的贡献。

业务创新走向全国

在做好原有会展服务的基础上，北辰会展集团将在新业务上不断发力，立足首都，布局全国，走向世界。

2013 年，北辰会展首次派出管理团队到珠海国际会展中心，走出了会展场馆输出管理的第一步。经过两年多的发展，目前受托管理的会展项目已有六个，分别位于珠海、杭州、南昌、银川、连云港和北京雁栖湖，加上自持的北京国际会议中心和国家会议中心，北辰会展集团管理的会展场馆总面积近 150 万平方米，已经成为中国委托管理项目数量最多的场馆管理公司。专业的场馆管理水平也为北辰会展赢得了认可。2015 中国--阿拉伯国家博览会在银川宁夏国际会堂成功举行，凝结着北辰会展管理团队的心血和智慧。近日，珠海市会议展览局致信北辰会展，高度评价了北辰会展高水平的管理输出服务，有力推动了珠海作为国际会展目的地的建设。

北辰酒店管理公司 2014 年 5 月开始运营，不断完善运营理念，积极进行市场开发，已成功签约西藏、山东等地的酒店项目，自有品牌酒店正逐渐被市场所接受，步入稳健发展轨道。

在会展行业标准的制定方面，北辰会展更是走在全国前列、行业之先，由国家会议中心牵头研制的《会议分类和术语》是中国会议业的第一个国家标准。2013 年 8 月 27 日，商务部公布了国家会议中心参与起草的《会议中心服务运营规范》、《展览场馆服务运营规范》、《展览服务（布展工程）单位经营服务规范》、《专业性展览会登记的划分及评定》4 项部

颁标准。这些标准得到了行业的普遍认可。

北辰会展的会展项目主办、承办业务同样开展得有声有色。主办两届北京国际食品及农产品检测技术展览会、北京国际康复论坛和第三届京交会的“会展业市场化的互联网思维”论坛等；主办、承办两届中国高端学术会议论坛；承办了中国女企业家协会优秀产品展、第六十四届国际宇航大会、两届全球移动互联网大会，等等。值得一提的是，北辰会展正将主承办业务不断延展，另一个大型博览会项目即将落子华东。

打造中国最具影响力的会展集团

凭借深厚的积累和专业的运营，北辰集团将涉及会展业的资产和业务重新组合，同时新设立了多家专注于创新业务的公司，共同组成了北辰会展集团这艘会展航母。北辰会展集团的使命是整合北辰集团内外部相关资源，发展北辰会展产业，成为中国最具影响力的会展集团和中国最大的会展场馆运营商。

北辰会展集团通过创新、协调、开拓，将走出一条“低成本扩张、轻资产运营、新经济支撑、高端服务业发展”的道路，发展的是以利用北辰会展的核心优势，运用新技术、打造新业务，引领会展业务的拓展和升级，形成新的利润增长点和战略支撑，力争使新业务在两到三年内初见成效。

北辰会展集团的业务是“6+4+N”，除了继续运营管理自持的6个会议中心和酒店外，将在4大新业务发力。

一，品牌经营扩张业务，涵盖会展场馆管理输出业务和酒店品牌输出业务。会展场馆管理输出业务，目标是做中国最大的场馆管理运营商，主要任务是加快管理输出，进行项目的开发和运营，承接专项业务的顾问咨询，并以输出会展场馆经营作为平台与当地政府和企业合作，共同开发所在城市和区域的会展产业。酒店品牌输出业务，目标是要做成全国具有较强发展潜力的酒店品牌企业，主要任务是培育建设自主酒店品牌，加快实施品牌输出。

二，会展项目的主办和承办业务，目标是打造成具有先进组会办展理念、管理经验和专业技术的知名会展企业。

三，会展信息化业务，目标是要培育和打造成具有国内领先地位的会展信息化企业，利用互联网、物联网、大数据等新兴技术与传统会展业相融合，创造新的商业模式，打造新的业态产品。

四，会展业的研究咨询和教育培训业务（即“北辰会展研究院”），目标是成为中国会展业的政府智库、业界智囊和国内最权威的会展业研究咨询、教育培训机构。

N是指将来，北辰会展集团还将开展新的业务。

新时期 新使命

随着中国经济结构转型升级的加快，作为生产性服务业重要力量的会展业将持续增长，市场前景广阔。

2015年，国务院相继发布了《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》、《国务

院服务贸易发展部际联席会议制度》等推动我国会展业专业化、国际化、品牌化的改革发展新措施。十八届五中全会在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中，更把包括会展业在内的服务贸易作为发展重点，提出了建设“贸易强国”的战略目标，这为会展业赋予了新的使命。

同时，北京作为全国政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心的城市战略定位和建设国际一流的和谐宜居之都的战略目标，京津冀协调发展、“一带一路”建设等都为正在健康发展的会展业带来了发展机遇，也提出了新的要求。《北京市委关于制定北京市国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中，明确提出要“加快发展生产性服务业，巩固扩大金融、科技、信息、商务服务优势，积极发展现代物流业，发展壮大会展经济”，“服务高端国际交流平台，培育重大国际会议和国际影响力强的文化、科技、体育等活动品牌，积极吸引国内外会展落户。”

综合看，会展业处于可以大有作为的重要战略机遇期。创新是引领发展的第一动力，北辰会展集团将以此为抓手，整合相关资源，争取用两到三年时间紧紧抓住高端服务业、互联网+等机会，不懈努力，开拓创新，发展成为中国最具影响力的会展企业，推动中国会展业全面发展，在国际舞台发声。

信息来源：新浪网

袁再青：转型升级成会展业第一发展动力

如果说“十二五”时期中国会展业的基本特点是“发展+转型”，即在数量和规模快速增长中转型开始起步，那么“十三五”时期，我国会展业的基本特点将是“转型促发展”。转型升级将成为新时期中国会展业发展的第一动力。这是中国会展经济研究会会长袁再青12月17日在山东潍坊举行的2015中国会展业年会暨潍坊经济合作论坛上表达的观点。袁再青认为，在新常态下，中国会展业数量规模的增长速度与空间可能是有限的，但转型升级所带来的发展机遇将是难以估量的。

在回顾2015年工作时，袁再青总结了今年中国会展业的六大特点。

国家相关机构针对会展业发布了几个重要文件，内容包括促进展览业的改革发展、党政机关办展的严格规定、商务部牵头的联席会议机制等。这是对行业发展的顶层设计。袁再青预计，明年各有关部门、各地方将出台贯彻落实的具体措施。各层级的会展业“十三五”规划也将陆续出台。这将对行业发展产生重大而深远的影响。

二、以上海国家会展中心为标志的几个大型场馆启用，带动了一批大型会展项目。与此相伴的是，一些知名国有和民营会展企业跨区域发展步伐加快。袁再青预计，中国会展业集约化发展今后将好戏连台。

三、以世界互联网大会为象征，高科技开始与会展业深度融合，为行业发展注入了新的强大动力。今后，“互联网+”的国家战略将成为我国会展业实现弯道超车的现实路径。

四、今年以“一带一路”为主题的展会项目新品迭出，为中国会展业的国际化发展打开了巨大的增长空间。

五、今年又有一些会展公司成功上市，资本与会展的融合取得了突破性进展。袁再青预计我国资本市场的改革与会展市场的改革将双重发力，出现叠加效应，必将加速行业由大变强的进程。

六、县域会展经济风生水起。预计“十三五”期间，随着新型城镇化建设和扶贫攻坚措施的落地，县域会展经济的能量将令人瞩目。

商务部服贸司副司长万连坡在年会上介绍了中国会展业的发展情况。他谈道，中国会展业呈现出规模快速扩大，国际化水平不断提高，国际地位不断提高等特点。2014年，中国展览总面积首次突破了1亿平方米，展会面积同比增长超过9%。据测算，2014年中国展览业直接经济产值达4183.5亿元，经营单位达3.49万家企业，直接从业人员达87.6万人，带动就业2905万人。截至2014年底，中国认证展会75个，比2013年增加9个。2014年全球室内展览面积达20万平方米的展会共有17个，其中4个在中国。同时，中国出境办展实力增强。据中国贸促会统计，2014年中国出境办展涉及65个国家共达1147个，同比增长4%。

本届年会由中国会展经济研究会主办。据悉中国会展业年会自2010年以来已经成功举办

办五届，分别在北京、广州、济南、昆山、池州召开，已成为国内会展业回顾当年工作，展望未来形势的主要活动。

本届年会，得到了潍坊市政府及潍坊市会展办的大力支持。潍坊市作为会展业发展基础较好的城市，自 1984 年成功举办第一届国际风筝会以来，形成了鲁台经贸洽谈会、中国（寿光）国际蔬菜博览会、中国（青州）花卉博览交易会、中国（昌乐）宝石节等体现地方特色的会展品牌活动，在国内会展业界赢得了较好声誉，推动了当地经济的发展，增强了城市活力和综合竞争力。本届年会提供了深入了解潍坊，谋求业界合作的良好机遇。

信息来源：国际商报

陈泽炎：会展业在“十三五”期间应多维创新

临近岁末，站在十三五规划又一个新的五年起点上，我们应该有特别的回顾和展望。尤其是今年，会展业在国家层面得到了空前的重视。中国会展经研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎深度分析和展望了会展业在“十三五”时期创新发展之道。

明确展览业发展目标是前提

陈泽炎表示，按照十八届五中全会中建议里提到的，创新发展包括了理论创新、制度创新、科技创新、文化创新和各方面的创新，因此我们这个题目就涉及到了会展业“十三五”和创新发展三大方面的问题。在今年国务院 15 号文件（以下简称 15 号文件）中，对展览业提出了 2020 年发展目标。2020 年是“十三五”规划的最后一年，所以国务院 15 号文件提出的 2020 年目标，也就相当于展览业的“十三五”的发展目标。

对 15 号文件中所提出了三条对于 2020 年展览业发展目标，陈泽炎认为，达到以下三条就可以算作实现了 2020 年的展览业发展目标。三条目标分别为：一是发展环境日益优化，文件提出“完善法规政策，理顺管理体制，下放行政审批权限，逐步消除影响市场公平竞争和行业健康发展的体制机制障碍，形成平等参与、竞争有序的市场环境。二是对于市场化水平显著提升，具体解释是理清政府和市场的关系，规范和减少政府办展，鼓励各种所有制企业，根据市场需求举办展会，市场化、专业化展会数量显著增长，展馆投资建设。三是对于国际程度不断提高，遵循国际通行的展览业市场规则，发挥我国产业基础好、市场供需大等比优势，逐步提升国际招商招展的规模和水平，加快走出去步伐，大幅提升境外组展办展能力。

陈泽炎介绍，国务院 15 号文件中，有五部分内容是有关推动创新发展，分别是加快信息化进程，提升组织化水平，健全展览产业链，完善展馆运营机制，深化国际交流合作。

展览业应拥抱“互联网+”“大数据”

陈泽炎表示，国务院 15 号文件共 22 条，其中第八条讲的是加快信息化进程，要求引导企业运用现代信息技术，开展服务创新，管理创新、市场创新和商业模式创新，发展新兴展览业态，举办网络虚拟展览会，形成线上线下有机融合的新模式，推动云计算、大数据、物联网、移动互联等在展览业的应用。

陈泽炎特别提到了资深会展人马勇教授的六种会展业利用“互联网+”的创新模式。分别是思维跨界盈利模式，要素优先盈利模式，平台再造盈利模式，价值延伸盈利模式，多线程的盈利模式，产业生态园的盈利模式。“这些盈利模式都有很多是属于概念性的，或者是超前思维性质，但是它的核心就是借助互联网思维，利用会展活动收集信息，收集这些信息用这些资源取得风投的资源，风投的支持，通过其他的金融运作获得发展。”陈泽炎介绍说。

鼓励展览企业参与资本运作

国务院 15 号文件第九条提升组织化水平，鼓励多种所有制企业公平参与竞争，引导大型骨干企业通过收购、兼并、控股、参股等形式组建国际展览集团，加强政策引导扶植，打造具有先进办展理念、管理经验和专业技能的龙头展览企业。

陈泽炎表示，一些典型的企业值得关注。包括中国对外贸易中心集团在上海和东浩兰生集团合资组建的国家会展中心。最近值得关注是北辰集团发展会展板块，成立会展产业集团。民营企业可以关注已经在新三板上市的企业，如振威展览集团以及米奥兰特国际展览集团等。

场馆管理输出与参与办展

陈泽炎提到，15 号文件的第十一条是完善场馆管理运营机制，要求兼顾公益性和市场性原则等。这方面的例子典型的进行品牌输出、管理输出的例子就是国家会议中心，他们先后进行品牌输出管理，管理了雁栖湖国际会展中心、珠海国际会展中心、南昌绿地会展中心，还有银川国际会堂。此外，我们还注意到一些对展览场馆进行了认证，这个认证包括质量、环境、安全和职业健康。

另外在国务院 15 号文件中提到，要推动馆展互动，馆展互动有一些比较好的案例，就是展馆参与办展，在空档的时候参与办展，或者说为了自己的盈利，提升应用率办展，我们注意到成都世界城新会展中心参与了多个办展项目，不但在成都办汽车展，而且在武汉参与办汽车展，参与了糖酒会、家具展、家博会等等一些项目，非常值得关注。

深化多维国际交流

陈泽炎认为，国际会展业是新蓝海，欧美国家会展市场还有蓝海发展的新空间，第二是中国仍是外资会展公司所看中的最大蓝海。第三是外资会展公司进入中国蓝海与中国会展业，第四是“一带一路”应是中国会展业的蓝海方向。我们贯彻深化国际交流合作还有很多值得探讨的题目，这些方面在创新发展过程中“十三五”时期还是一个大课题。

促进展览业平台化发展

陈泽炎表示，15 号文件提出“我国展览业快速发展，已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台”，依靠平台经济学的理论，可以把会展业的一些基础理论把它在这个基础上进行统筹。他个人观点，平台是一种条件和环境，说它是条件和环境，就相当于事务发展中的一个外因，内因和外因的关系，内因是决定性的，但是在没有外因的情况下内因也不能很好的发挥作用，这是平台式条件是环境。另外平台又是作为媒介和中介，作为媒介和中介就能够起到一个促进、沟通的作用，所以会展业就起到了一个沟通、促进、桥梁的作用。会展业是生产性的服务业，同时服务业本身也创造价值，正是因为这样的观点，会展业是平台，这个理论值得进一步挖掘，平台是条件、是环境，平台为媒介、为中介，平台是有价值、有利益的。

会展业未来发展要强调结合中国特色

陈泽炎表示，会展业创新要时刻关注中国特色，陈泽炎提出在会展业当中中国特色有五个方面：一是中国会展业是注重会展业于经济、社会、政治、文化方面的关联。二是政府会展占一定的比例并发挥着重要作用。三是计划经济向市场经济的转型的经济社会背景，四是城市发展会展业的意愿非常强烈，会展地产项目多。五是会展教育规模大，反映出会展看好的一个社会心态。总而言之，关于中国特色还有很多方面，这些方面都是在我们创新发展中非常值得关注的。

信息来源：中国经济网

亚洲博闻和阿里联手

今天，阿里巴巴 B2B 事业群（包括 Alibaba.com 以及 1688.com），携手亚洲最大的展会主办单位博闻公司，宣布签署战略合作协议，未来双方将集中各自优势，打通线上线下展会模式并做更多创新尝试，最终加速全球中小企业做好跨境业务。

亚洲博闻（UBM）是全球顶尖的展会公司之一，同时在中国市场也是最大的商营展会主办商，举办各个行业的商贸展会和会议，旗下还有专业杂志及垂直网站，产业共涵盖 16 个市场领域。

而阿里巴巴 B2B 事业群包含的阿里巴巴国际交易市场（www.alibaba.com）是电商领域最为领先的跨境批发贸易平台，亚洲博闻和阿里巴巴国际交易市场的合作打通了全球买卖家的线下和线上合作领域。

阿里巴巴 B2B 事业群和博闻公司将通过整合双方的资源优势、技术和客户关系，探索连接线上和线下的商贸机会。

据了解，双方的合作第一阶段会主要围绕三个方面展开：

首先，阿里巴巴通过外贸综合服务为跨境交易的客户积累了真实的出口数据，已经建立起一套完整的跨境贸易的信用体系，这套体系可以输出给亚洲博闻的线下展会，使得展会的功能得以延展到交易领域。相当于原来只是一个双方见面接洽的平台，现在可以通过阿里巴巴的线上服务来实现线上交易。

与此同时，双方在联合打造一个展会 APP，通过阿里巴巴平台多年做买卖交易匹配的一套底层数据和技术体系，帮助参展的买卖家实现高效匹配。买家去参观展会再也不用在几千个展台博运气，而是通过 APP 输入自己的需求找到更精准符合需求的卖家，同时还能获得这个卖家在展会中的具体位置，事半功倍地达成交易意向，提升买卖双方参展的效能。

而亚洲博闻作为一个全球顶级的展会公司，在全球多个行业的市场体系和商圈中都有深远的影响，对于海外各行业的行业信息、最新的商机都能准确快速把握，这些对于全球的供应商（生产厂家）来说，都是极为重要的海外商机信息。阿里巴巴通过与亚洲博闻的合作，将把更多的中小企业带到海外参展，更重要的是会把更多的海外商机传递给平台上的全球供应商，让他们能够更加准确把握所处行业的商机和市场变化，帮助他们更精准地切准海外市场的脉搏，从而获得更多订单。

亚洲博闻的总裁兼首席执行官 Jime Essink 表示：“贸易展会行业面临的一大挑战，是如何于整年都能保持卖家和买家的持续交流。而单纯的线上贸易则缺少了贸易双方的当面对流，贸易关系也难以进一步深化。而通过双方在 B2B 领域各自的影响力，阿里巴巴和亚洲博闻的合作将可以改变线上和线下贸易的格局，为客户提供更高效的贸易回报。”

阿里巴巴 B2B 事业群战略投资、业务拓展及商业分析的负责人董铮则表示：“这次合

作将为全球的贸易伙伴带来更多的商业价值和机遇。阿里巴巴的线上贸易资源和技术与亚洲博闻的线下展会交流是优势互补。双方的合作不仅令贸易更符合成本效益，而且为全球的买家和卖家建立起更深的信任，有助全球商贸的发展。”

信息来源：e 媒体

姜淮：未来五年，中国会展业依然“跑马圈地”？

近闻 11 月 30 日，东亚海洋合作平台永久性会址暨中铁青岛世界博览城项目在青岛市西海岸新区奠基。该项目由中国中铁投资兴建，总投资 500 亿元，是山东最大、世界一流的综合性会展项目，将成为青岛市和西海岸新区城市建设的新名片、高端服务业发展的新引擎、国际交流合作的新空间。

中铁青岛世界博览城项目将规划建设海上丝路国际展览中心、海上丝路国际会议中心等八大中心。核心建筑部分计划 2018 年初投入使用，其中展览中心占地 500 亩，室内展馆面积 20 万平米，可提供 6300 个国际标准展位，会展中心投入使用后，将重点承揽、举办国内外大型展览和高端会议活动。

11 月 12 日，由佛山市顺德区人民政府主办，中德工业服务区管委会承办的顺德北部片区项目对接大会暨项目奠基暨动工仪式在广东（潭洲）国际会展中心隆重召开，拟引入投资超 1000 亿元。从 6 月初国际会展中心项目首次抛出，到 10 月底建筑方案设计征询公众意见，在北部片区一体化战略的带动下，会展业正演绎新一轮的顺德速度。广东（潭洲）国际会展中心计划将于年底动工，明年投入使用，未来将作为亚太地区制造业展览标杆平台。该会展中心定位为高标准、专业化、现代化、国际化的展览场馆，将建设成为顺德区乃至佛山市的地标性建筑，规划占地面积 220 亩，展馆面积约为 10 万平方米，能满足各类专业性大型展会的需求。周边规划有广佛地铁南延线、佛山地铁三号线、广佛环线、广佛江珠城际轻轨、广佛肇城际轻轨及各大公交线路，1 小时内可达广州白云机场，30 分钟可达广州南站。从交通枢纽中心出发，可在 1 小时内到达珠三角任何一个城市。

11 月 9 日，深圳经贸信息委召开会议，向媒体发布消息：深圳将在宝安空港新城开建 50 万平米的国际会展中心，建成后的深圳国际会展中心将超过德国的汉诺威展览中心成为全球最大的会展中心。30 万平米的一期工程计划于 2016 年开工建设，预计 2018 年能够投入使用。

让我们将镜头回放到 2014 年的秋天，以上海虹桥国家会展中心和珠海国际会展中心投入使用为标志，无论国家层面还是地方层面，在强大的城市投资冲动下，纷纷高扬规模化的大旗，谱写着中国会展经济的新乐章。

犹记得五年前参与广东省十二·五会展规划时自己提出的观点，即如何做好十二·五，需要对十·五以来中国会展业的本质特点作出定论，然后对未来五年作出预判，基本立论为：跑马圈地。五年来，无论项目规模的发展，外资并购的扩张还是场馆的扩建兴建，尤其是大虹桥项目的启用，为这一预判做了典型的注解，值此十二五收官之年，地方大型项目的纷纷启动，无不是很好的诠释。明年将进入十三·五开局之年，不知该如何对未来五年作出根本性的预判？笔者试图想通过有关经济理论假设作出一些思考，与业界人士共同探讨。

接触过有关西方经济学理论的人士都知道，西方宏观经济学一个重要的流派称为理性预期学派。基本观点是：人们在经济活动中，根据过去价格变化的资料，在进入市场之前就对价格做出预期，这样，他们的决策是有根据的。市场会发生一些偶然情况，成为干扰因素，但可以事先计算它的概率分布，因此可以选出最小风险的方案，以预防不利后果的侵害。同时，由于政府对经济信息的反应不如公众那样灵活及时，所以政府的决策不可能像个人决策那样灵活，因此政府的任何一项稳定经济的措施，都会被公众的合理预期所抵消，成为无效措施，迫使政府放弃实行。因此，理性预期学派认为，国家干预经济的任何措施都是无效的。要保持经济稳定，就应该听任市场经济的自动调节，反对任何形式的国家干预，所以，一般认为理性预期学派是更彻底的经济自由主义。

由此可以简单理解为，这一理论假设是由已知推导未知，趋利避害，实现自身利益最大化，同时弱化了政府的宏观调控。

“理论是灰色的，生命之树常青”。预期假设是在一定的框架内设定，如果游戏的一方不在既定的框架内，则失去了现实的指导意义。如同我们十多年来一直争议的现状问题之一：业界呼吁对区域场馆的建设做出合理的规划，国家层面亦需做出相应的规范。

这就带来两个不确定的因素，一是场馆的建设与会展产业发展不是单纯的会展行业问题，会展综合体的建设更多是城市经济综合开发问题，如同一些清醒的城市管理者所说，城市要发展，需要找出新的亮点（契机、增长极等等概念，不一而足），开发区的概念过时了，产业园区的概念方兴正艾，最为符合时尚潮流和战略转型的概念难道不是无污染、增加现代服务业比值、推动产业创新发展、朝阳性的会展经济吗？更为现实地例证是，君不见，一些城市无人问津的地块，因规划和发展会展综合体在很短的时期内，地价及其附属建筑物（如写字楼、酒店商铺等）翻倍甚至上百倍的增值？这已不是狭隘的会展经济概念。每每看到一些业界专家呼吁加强场馆建设的规划或规范，内心很觉不忍，“格局”不同嘛！商业地产、旅游地产、老年地产都转型升级到会展地产的境界啦。

二是关于市场化的界定范围。从“国八条”到去年初商务部的“六项规定”，乃至今年3月29日出台的国发15号文，政府针对推动会展业市场化的落脚点集中在政府办展方面。毫无疑问，中国会展业的市场化首先拿政府展开刀抓住了事物矛盾发展的本质，对于场馆的建设和经营，目前还不在于制度的框架之内，更因会展业对国民经济和社会发展以及国际竞争的利好，制度化成为场馆的扩张提供了依据。因而无论国家层面还是地方政府层面也都有了立项的依据。但是，“做大做强中国会展业”与超大规模场馆建设是否是必然的关系？理性预期的假设似乎在中国场馆建设经营的领域失灵了。

三是中国特色的会展产业模式与会展资本扩张、项目并购及场馆扩建的关系。可以肯定地说，中国的政府展及其相应场馆建设就是中国会展的最大特色和主体，任何刻意全盘否定政府展的观点都有失偏颇。欧美会展和中国会展相应于制度的不同，其发展路径存在根本的差异。从打开国门做生意，到开放经济特区和边贸，发展到阶段性的战略举措，无不通过政

府展的正面导向来贯穿实施。在公共的需求层面上，我们是否需要单一或孤立地用西方的会展标准进行尺量。甚至是否可以这样认为，西方的会展业就是市场化的代名词？市场经济时代，一切以效用最大化来进行衡量，而这种效用的体现，或许并不仅仅限于企业或行业。实现这种效用的方式和载体则可更多借鉴市场化的手段，如政府采购，中介组织，等等。

同时，我们需要警醒的是，多年来国际展览资本的进驻，希望我们更加开放市场，打着市场化的旗号，大肆廉价收购一些地方政府展，如近年来所谓的“一元钱买展会”。一方面政府在出售项目之后，在满足自身公共需求上的投入并不见得减少多少（活动组织、公共宣传、政务接待等），另一方面，地方投入巨资培育的展览题材，在乱花渐欲迷人眼的市场化概念下，匆忙找下家；在制度作出政府办展的约束后，地方政府办展变得非常谨慎，同时又不愿失去展会正面导向和形象“增值”的好处，于是通过以活动为名，嫁接商展，装点门面；更有一些民营机构和社团机构，包括展览服务公司、文化传播公司和地方行业商协会等，撬动政府举办展览、会议或活动，以承办者的身份享有政策性的财政全额资助。

更进一步地延伸，由于中国展馆的发展路径，决定了以战略导向为需求的政府展，其相对应的展馆同样有其发展的规律性，数说中国展馆的发展，这种规律特点或可归纳为以展兴馆（如广交会馆，高交会馆），以馆促展（不胜枚举），以展扩馆（如南宁、新疆新馆）等等几种模式。似乎我们不在建馆、扩馆，就在规划建馆、扩馆的路上。

因而，在未来可预见的五年中，以项目并购、题材创新、办展主体、互联网融合、展馆建设等领域为代表的中国会展产业，或将仍然体现为多元化、多层面、多形式的“有边界的圈地”之中，这一预判无关乎积极或消极。就像笔者在收官之际需要着重强调的一样，本文所用“跑马圈地”一词，不带有任何价值判断的色彩，只是一种产业存在现象的表述。

信息来源：中国会展微信（cce2001）

“互联网+”时代场馆运营走到新路口

2015 年的场馆运营，已经进入了新的竞争层面。

据有关统计数据显示，2015 年，我国 145 个主要城市新建成与正式投入使用的展览馆总面积达到 107 万平方米。这令原本已充满“杀气”的场馆间竞争，更多了些“硝烟”的味道。

根据统计，未来还将有一大批展览场馆投入建设或建成投入使用。预计 2016 年后将陆续有展览面积总计超过 120 万平方米的展览馆投入建设或列入规划。

这意味着，今后的场馆间的竞争将更加惨烈。

竞争已无法避免

近年来，各地尤其重视土地开发和城市建设。以“新区建设”为例，目前，我国已批复 14 个新区投入建设，而这 14 个新区的成立报告里都含有会展项目。也就是说，会展已经成了城市发展的一个缩影。

针对这一现状，国家会议中心副总经理付睿认为，场馆过剩与否跟目前会展行业所处的发展息息相关。

上海对外经贸大学会展与旅游学院副教授蓝星则认为，展馆过剩这个问题在很多二三线城市是比较明显的，在这些城市大部分的展馆利用率只有 5% 以下，甚至有些只有 2%，而正常的展馆利用率应该在 30% 左右。

蓝星指出，当前很多二三线城市盲目上马，新建成众多展览场馆，空置的场馆造成会展业被动发展的态势，这恰恰是本末倒置的行为。会展业的发展需要有市场基础，一个城市具备办一个展览的能力之后，若缺少展馆，经过调研符合会展市场需求后，再建场馆才符合正常的供求关系。如果在供需关系倒置这样一个意识和理念下建造场馆，必然会导致场馆过剩的现象。

借“互联网+”运营场馆

在业界看来，随着“互联网+”战略的推进，每一个传统行业都将被改写，会展业也不例外。近段时间以来，“互联网+会展”成为会展业关注度极高的热点话题。

成都世纪新城国际会展中心总经理左霖认为，将“互联网+”模式运用到会展运营这个层面是大势所趋。如一些大型的会展中心可以建立官方的微信、微博平台，投入足够的人力去做营销推广，将展会的时间、内容等具体信息放到这些平台上进行宣传，让更多目标客户能够更简单、直接的去了解需要的信息。

此外，还可以在网络平台上对展会周边的餐饮、酒店、旅游、娱乐等信息进行推送，让与会者在熟知展会情况的同时，对场馆周边的吃、住、行、娱乐等方面也有足够的了解，这就是所谓的“会展综合体”，也是在互联网时代，市场竞争新模式下会展行业发展的必然方向。

上海跨国采购会展中心常务副总经理方佩瑛表示，今后的场馆的发展趋势，将会向会展

综合体方向去发展。

管理输出被认可

近年来，随着场馆管理输出模式的尝试，部分城市从市场的角度考虑，愿意与有经验的场馆运营方合作。

“国家会议中心在运营珠海国际会展中心期间，利用和澳门相邻的地域优势，突出区域特色，尝试一会两地的新模式取得不错的效果。”珠海国际会展中心副总经理周蓉介绍说，目前，珠海会展中心的餐饮和会议接待能力，为各种规模、档次的会展活动提供了有力的支撑。

但有业内人士认为，各地产业发展存在差异，而会展活动又要基于产业发展，因此管理输出并不是一件简单易行的事，需要双方在大局上保持一致。

也有持不同意见的业内人士表示，场馆管理输出赢在品牌和时机，最重要的还是品牌是否被业内所认同。同时，当地政府的配合也很重要。当地政府引进场馆管理方，一方面看中的是其知名度，即品牌；另一个方面是希望通过管理输出方可以为当地带来会展项目。但目前，个别会展中心的业主方并不能够完全按照市场规律来做，这将导致合作不顺畅。

因此，做好管理输出：一靠品牌，二有资源，三就是当地政府的配合，三者缺一不可。

事实上，会展是一个综合性的产业，展馆的发展需要依靠市场基础及供需关系来决定。在互联网时代，运用科学的管理输出方式去发展“会展综合体”，才是明智之举。

信息来源：中国贸易报

储祥银：对产业的推动作用会展发展的原动力

由中国新闻网、中经产业景气指数研究中心、中国会展经济研究会、亚太会奖与活动协会主办，上海联展软件技术有限公司、上海朱家角古镇旅游发展有限公司承办的“中国产业会展高峰对话·2015”21日在上海朱家角召开。中国会展经济研究会常务副会长储祥银以“产业会展与会展产业”做主旨演讲，储祥银表示，会展产业是形式、表象、载体、平台，而产业是会展的内容，是本质，是它的服务对象，是它最终体现功能的载体。一个是表象一个是本质，一个是平台一个是内容。

由中国新闻网、中经产业景气指数研究中心、中国会展经济研究会、亚太会奖与活动协会主办，上海联展软件技术有限公司、上海朱家角古镇旅游发展有限公司承办的“中国产业会展高峰对话·2015”于12月21日在上海朱家角召开。图为中国会展经济研究会常务副会长储祥银。(中国经济网汪葳/摄)

储祥银首先介绍了自己对会展产业和产业会展的理解，储祥银将其分为会展功能作用的研究、会展产业和产业会展的关系以及产业会展的经济功效三个方面。

储祥银表示，会展是现代事业体系平台和对外开放体系的平台，是两个平台。储祥银强调要加强会展对产业结构改造、产业升级方面作用。

在谈到会展产业和产业会展的关系时，储祥银认为过去的研究强调了会展对地方促进作用，强调会展对城市经济拉动作用，为非资产拉动撒票子。过去在谈到会展专业化时会强调会展活动组织的专业化，而没有重视会展内容的专业化。过去的研究更多的是从需求的这一端出发，现在要从供给这端出发，要考虑会展对产业的推动。储祥银认为，会展对产业推动促进作用应该是会展发展原动力，这个功能的作用远比城市拉动的作用更加重要。

储祥银表示会展作为桥梁，连接着生产和市场；作为平台，既是城市经济的组成部分更是产业经济的组成部分。会展除了对城市经济拉动作用，更加重要是对会展所在产业的促进和推动作用。会展最基本的功能是信息的传递，将产品、技术的信息传递给消费者，将市场需求信息传递给生产者。

在谈到会展产业与产业会展时储祥银介绍，会展产业主要有五大产业链，储祥银主要研究的是会展活动策划、营运和会展服务提供形成的产业链。产业会展则是分散在各行各业的会展活动的总汇，各行各业都会有会展。储祥银认为从根本上看，会展产业是形式、表象、载体、平台，而产业是会展的内容，是本质，是它的服务对象，是它最终体现功能的载体。所以说一个是表象一个是本质，一个是平台一个是内容。

储祥银表示，产业会展是会展产业的基础和主导性构成，没有产业会展支撑，是没有现代化会展经济的；反过来，通过会展产业专业化的运作，可以提高产业会展的运行效率，更好发挥产业会展对经济转型、产品升级和产业优化促进作用。

储祥银还强调，以前总是强调市场扩大，营造一个市场的作用，但是现在应该更加强调的是通过展览会促进生产要素的跨国转移、优势要素重新组合和配置产生更高的生产效率，这才是展会发挥作用更大的地方。

最后，储祥银还介绍了北京展会经济的情况，“北京展会经济的有四个方面：第一引进新技术、第二加快产业化进程、第三是促进产业集聚，扩大积聚效应、第四提升产业影响、提升产业升级。储祥银还以世界草莓大会为例，介绍草莓节是如何通过会展活动丰富了会展活动内容、创造了农业会展新形式、探索了会展农业新途径、促进了草莓产业发展。

信息来源：中经网会展



广东会展组展企业协会

广东会展组展企业协会

www.gdfoa.com

gfoa29@163.com

主 送：协会专家顾问 广东省商务厅 广东省贸促会 广州市商务委员会 深圳市经信委
省各有关部门 省各研究机构 各会员企业
签 发：会长 刘松萍

热线电话：020-8904 8057/188 1322 5006

地 址：广东省广州市海珠区中洲中心南塔 A 座 29 楼

电子邮箱：gfoa29@163.com 网址：www.gdfoa.com