

我国发展会展旅游的问题与前瞻

文 / 王昆欣

1841年7月5日,英国人托马斯·库克领导的Thomas Cook & Son Ltd,率领570人组成的团队,乘火车赴距伦敦12英里的拉夫巴罗参加“戒酒大会”。此举标志着世界会展旅游的开始。

从1841年至今,算起来会展旅游已有160余年的发展史了。“会展旅游”是指在会议和展览活动场所之外,提供与旅游业务相关的服务,并从中获取一定效益的经济活动。换言之,会展旅游是由于举办各种类型的会议、博览、展览等活动而产生的一种旅游产品,并且可以带来一定的经济效益。

一、我国会展旅游发展迅猛

据统计,2002年我国展览会总数已达2400多个。以北京为例,北京国际会议中心近几年每年接待的超过千人的国际会议在10个以上,300人以上的国际会议30多个。2002年我国会展总收入已突破70亿元,带动相关产业的经济收入达700亿至1000亿元,比2001年的45亿元总收入提高了近1/3。会展业已经成为我国经济新的增长点。

北京申奥成功和上海申博成功,也证明了中国会展旅游发展的势头。据上海旅委发布的一份专家报告预测,2010年上海世博会期间,中国将直接投入30亿美元,由此带动相关产业的调整。交通、商业、旧城改造等领域的延伸投资,大约是直接投资的10倍。对上海旅游业来说,届时参观人数将超过5000万人次,仅世博会门票、餐饮、旅游纪念品等的直接销售收入,就将达到91.1亿元。

二、我国会展旅游存在的问题

会展旅游仿佛是在一夜之间兴起。会展与旅游结合,也成了许多人的共识。而理论界对这个“新事物”还没有进行系统地认识和研究,处于“自发状态”的中国会展旅游仍在实践中摸索前进。

1、没有形成一个独立产业

会展旅游在我国还不能称为一个独立的产业。我国会展业曾经由一些非市场化的发起单位和部门全部或部分垄断。这些单位和部门,还没有意识到中介公司提供服务的效率会更高。这也造成了中国的会展旅游,目前还处于一个特定的垄断阶段。

2、市场化氛围不够

我国的会展市场目前还是单一的买方市场。德国等会展大国的会展业,之所以能够保持世界领先地位,一个重要原因,就是其会展地本身就是国际大都市,展览对象自然是国际化的。我国的大城市离国际化大都市的标准仍有差距,参观展会的群体几乎都是国内客人。因此,不是针对国内买家的会展,一般不会在我国举办。这也是限制我国发展国际会展的重要原因之一。

会展旅游的发展,不仅仅依赖场馆建设,更依赖于软环境的规范化、国际化,以及从业人员的素质和业务水平。

3、组织管理模式落后

一般来说,专业旅游服务企业具有较



强的组织、管理和服务能力。我国举办的大多数会展都缺少这类企业参与,导致整个会展业组织管理不力,服务水平低劣。这是我国的会展旅游停留在相对封闭、单一、落后层次的重要原因。

4、法律法规不健全

日本为发展会展旅游业,曾出台了《通过促销和举办国际会议等振兴国际旅游法》。我国的旅游行政管理部门,还没有从扩大国际旅游的角度,以法律、法规促进会展旅游的发展。此外,我国有关会展的法律法规也不健全。由于法律不健全,我国审批会展的过程中人为因素过多,手续繁杂,有的审批时间长达一年。这是旅游企业不愿意介入会展旅游重要原因。

三、我国会展旅游发展的前瞻

中国的会展旅游先天不足,却有很强的成长能力,发展很快。全球化趋势形成的良好环境,成为中国会展旅游发展的温床。近年来,国内举办的大型重要国际会议和展览,从数量到规模,在世界上的排位迅速地攀升,预示着中国会展旅游发展的美好前景。

1、会展相关法律将逐步出台

关于征订 《2004年中国 博览会和展览会》 的通知

《2004年中国博览会和展览会》一书将于2003年9月30日出版。

该书为中英文对照，均可按照博览会和展览会举办城市 and 所属行业两种方式进行搜索。2004年度在中国各省、自治区和香港、澳门特别行政区举办的主要经贸博（展）览会、出口商品交易会 and 区域性展览（交易）会有关情况。

欢迎与该书
总代理
中国会展杂志
社联系



联系电话：010-84542259
广告热线：010-64687895
传 真：010-64687982
84488339

5、会展旅游市场分工更加细致

当前的国际会展业已经形成了非常细致的市场分工。ICCA的市场范围包括50人以上的国际会议，而UIA则在300人规模以上。目前，我国的会展公司还处于发展初期，只要有会展就接待服务，没有形成细分化的市场。今后，随着市场的扩大，必将形成专业化分工，形成专门经营展览、会议及其更细分市场的格局。

6、大型旅游企业开拓会展旅游市场

目前我国的大型旅游集团，如上海锦江、中青旅、春秋旅行社等，已经加入国际会展组织，积极开发国际会展旅游市场。但更多的大型旅游集团，如首都旅游集团、陕西旅游集团等，还没有完全介入会展旅游市场，或仅仅从事了DMC的接待服务工作。这些大型旅游集团，已经普遍看好会展旅游市场，有的正在进行市场调研，有的已经参与场馆建设，有的正在申请加入国际会展协会。可以预见，今后几年，我国的大型旅游集团，将以规模大、服务全、无形资产高、资金雄厚等优势，进入国际会展旅游市场。

7、国际会展组织和中介公司将涌入中国会展旅游市场

随着中国加入WTO，国际会展组织和经营会展的大型公司，将大批涌进我国，会展旅游市场将形成更加激烈的竞争局面。由于我国目前的管理体制，还不允许国外公司单独经营会展业务，因此，外国会展公司主要是通过合资的形式进入中国市场。上海国际会展中心就有德国汉诺威展览公司、杜塞尔多夫展览公司、慕尼黑国际展览有限公司加盟。另外，ICCA于去年在上海开办了会展培训班，通过这种方式介入中国会展旅游市场。今后国际会展公司将从会议、展览、组织、接待等方面，全方位进入中国市场。

（作者系浙江旅游职业学院常务副院长）

目前，国家已经开始制订有关会展旅游的法律、法规，今后几年，有关会展业的法律、法规将相继出台。今后会展审批手续将更为简单，并将按照国际惯例过度到登记制。这将促使会展旅游市场更加规范。

2、行业自律协会将不断增加

从1998年6月，北京市贸促会发起组建我国第一家国际会展中介组织——北京国际会议展览业协会起，上海、山东等省市也相继组建了国际会展业协会，制订了国际会展业协会章程。这些行业协会，旨在支持公平、平等的竞争，反对不正当竞争及欺诈行为，改善、优化展览市场环境，更好地协调、管理、规范会展业的市场秩序，作用将会越来越大。

3、大城市将成为会展业中心城市

会展业必须在特定的城市发展。会展业在其发展的过程中，会加速形成更大的规模，却不可能在全国遍地开花。今后北京、上海、广州等重点城市，将成为我国会展业的中心。

4、中介组织大批出现，会展业将成为独立产业

目前我国从事会展的企业数量众多，但还没有形成专业化的会展组织者(PCO)，或者仅仅处于PCO的初级阶段，对会展的组织、接待还不规范。目的地接待公司(DMC)也仅仅是场馆出租等单项服务，没有形成“一条龙”服务的接待体系。随着国际会展的增加，会展业培训体系的建立和国际会展人才的引进，专门从事会展的专业化中介公司将大批出现。此外，我国很多大型会展还垄断在一些非市场化的组织手中。这些组织自行举办国际会展，自行承担接待服务等一系列工作，还没有完全市场化。今后，随着会展中介组织的大量出现，会展业必将成为一个专门的行业，并从部门垄断中独立出来，成为市场经济体系的独立产业。