# 会展业发展及其对税收产生的影响

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-08-04

*第一篇：会展业发展及其对税收产生的影响\*\*区拥有国展中心、国贸中心、农展馆三个大型会展中心。会展经济的蓬勃发展，促进了相关行业的发展，推动了\*\*区税收收入的稳步增长，同时也对税收征管提出了新的课题。一、\*\*区会展业的基本情况及税收变化趋势...*

**第一篇：会展业发展及其对税收产生的影响**

\*\*区拥有国展中心、国贸中心、农展馆三个大型会展中心。会展经济的蓬勃发展，促进了相关行业的发展，推动了\*\*区税收收入的稳步增长，同时也对税收征管提出了新的课题。

一、\*\*区会展业的基本情况及税收变化趋势

近几年，\*\*区会展经济呈加快发展态势，国展、国贸、农展馆举办展览的个数和规模呈逐年递增。三大会展中心2024年共举办展会165次，参观人数达350万人次，取得各项营业收入1.55亿元；2024年共举办展会226次，参观人数达464万人次，取得各项收入2.42亿元；2024年共举办展会217次，参观人数达481万人次，取得各项收入2.31亿元；2024年共举办展会234次，参观人数达502万人次，取得各项收入2.81亿元。

2024年～2024年，三个展馆缴纳各项税收共计2.4亿元。从近几年\*\*区各大型会展中心的税收完成情况来看，2024年完成税收3549万元，2024年完成税收6050万元，2024年完成税收7209万元，2024年完成税收7587万元。4年来税款逐年递增，平均增幅达30，2024年比2024年实现税款翻了一番。2024年在国展中心举办的第九届北京国际汽车展，共有来自110个国家和地区的1500多家参展商参展，取得的展位及门票收入共计1.5亿元，上缴税利近3000万元。

二、目前会展业存在的征管问题

1．会展经济缺乏法律保障，市场较为混乱。目前北京市缺乏有关会展方面的法律法规，缺乏对会展主体的基本规范。出现多头批展，重复办展的现象，没有有效的协调和数量控制，市场秩序较为混乱。仅在\*\*区内注册的大大小小会展中心就达130余家，每年举办各种展览会数百个，给日常的税源管理和税源监控带来困难。

2．纳税主体不稳定，管理难度较大。展销会组织部门较复杂，参展商较多，纳税主体不稳定，组织展销会的既有展馆、中介、商家，也有政府部门。一些主办单位、展馆、参展商常为逃避纳税义务相互推诿，给税收征管工作带来困难。而且，目前尚没有法规政策对此作出明确的界定。

3．部分承办单位和参展商纳税意识淡薄，税务部门对展销会的税收征管力度不大。许多展销会为引来参展商，都自行规定了税费优惠项目。一些展商为了少缴税或不缴税，采取多种方式偷税，造成税款流失。其涉税问题主要体现以下几种：一是组展方出售展位时，没有按规定开具发票和申报缴税；二是在会展现场签订的购销合同没有按规定及时计缴印花税；三是参展人员补助费连同展销会摊位费一并作为交易会费用支出，未代扣代缴个人所得税；四是展会现场发放的赠品实物未按规定缴税；五是擅自压低外出经营活动管理证明单上的金额。此外，由于会展展商多、展期短、临时性强、税源不稳定等客观原因，造成税款征收难度较大，加之主办单位很少与税务部门沟通，又不会主动通报年度参展计划，致使不少税务部门甚至连辖区内到底举办过多少个展销会都不甚了解，更谈不上征税了。

4．存在着重复征税、税负不公平等现象。一是部分展会的组展方要按展位费缴纳5的营业税，而展馆要按承办单位支付的场租缴纳5的营业税，有重复征税的现象。二是建筑业相关室内装修行业营业税税率为3，而为展览进行布置、搭建工作的行业的营业税税率为5，同是装修行业税率却不同。

三、规范完善会展业税收征管的建议

1．尽快制定会展业相关法律法规，完善市场准入制度，统一归口管理。行业法规是约束业内主体经济行为的基本规范。制定和出台北京市会展业地方管理条例，来尽快促成行政审批制向登记制和备案制转变。同时，通过抬高市场门槛、加强年审和统计评估等有效措施，强化办展组织资质审批及动态跟踪管理，实施较为严格的市场准入制度，提高会展主体的整体素质。搞好规划，统一的归口管理，确定日常监管部门，定期与税务机关进行数据交换，为税务部门日常的税源管理、税源监控带来可靠的数据支持。

2．理顺征纳关系，明确责任。在深入调研的基础上，理顺征纳关系，明确纳税主体。

3．强化税收征管力度。在理顺征纳关系明确业务流程的基础上，加强对纳税人的宣传辅导，使企业在参展前了解相关的税收政策。

4．加强政府部门间的联系，实现精细化管理。如制定定期交流机制，地税部门与工商、国税、文化等部门共同携手，定期进行数据交换，互通信息，相互补充，实现信息共享。

**第二篇：宁波会展业发展分析**

宁波会展业发展分析

09旅本酒店会展094150321沈亚芬

摘要:随着经济全球化、区域一体化的不断推进，会展业已成为衡量一个城市国际化程度和经济社会发展水平的重要标志之一，是一个城市活力和发展潜力的体现。我市会展业起步迟，发展快，成效明显，但也存在着不少薄弱环节。为了促进我市会展业更快更好地发展，为全市经济社会发展作出更大的贡献，根据《宁波市服务业发展规划纲要》的总体要求，特制定本规划。本规划期限：2024～2024年,重要目标展望到2024年。本规划是今后一段时期我市会展业发展的指导性文件。

关键词: 会展现状发展优势薄弱环节

一、宁波会展业发展现状

（一）宁波会展业发展历程

1997年以来，我市会展业经过了十年的发展历程，经历了三个发展阶段。

1、工作起步阶段（1997年10月～2024年10月）。1997年10月，我市举办了首届宁波国际服装节，迈出了宁波会展业发展的序幕。1999年，我市又举办了首届浙江投资贸易洽谈会，为我市会展业规模和水平的提升起到了推进作用。1999年10月，市政府正式批准立项建设宁波国际会展中心，表明我市已重视会展硬件建设；2024年10月，我市新上海物业公司与上海国际展览有限公司、上海国际展览中心有限公司合作，成立了宁波国际会展中心管理公司，标志着我市会展业区域合作开始起步。

2、快速发展阶段（2024年11月～2024年）。2024年11月，我市成立了市会展工作领导小组及办公室，加强了对全市会展工作的领导和行政服务。之后，各县（市）、区和市级有关部门也建立了相应的工作机制，从而形成了全市会展工作的组织体系。2024年1月8日，市政府出台了《关于加快宁波市会展业发展的若干意见》，将会展业列为全市支柱产业之一，并提出将宁波建成长江三角洲南翼会展之都的奋斗目标，基本理清了会展业发展思路。2024年2月28日，宁波市会展行业协会成立，标志着我市会展业管理水平的提升。同年，宁波国际会展中心启用，我市会展设施条件达到全国先进水平。这一时期，我市会展活动不断增加。相继引进或举办了中国机械工业展览会、中国国际日用消费品博览会、中国家居博览会、中国制药机械博览会等大型展会；举办了中国开渔节、宁波徐

霞客开游节和中国梁祝婚俗文化节等节庆活动；承办了APEC中小企业服务联盟会议、甬港经济合作论坛等重要会议（论坛）。这些重要会展活动的举办，使我市进入了全国新兴会展名城行列。

3、发展与提高并重阶段（2024年～）。2024年以来，我市进一步加强了会展管理工作。市政府制订了《宁波市展览业管理暂行办法》，以规范全市展览工作；市会展行业协会出台了《宁波市会展评估细则》，明确了会展活动评估的基本标准；市有关部门拟订了《宁波市大型会展活动城区公益广告管理暂行办法》，并已着手研究会展业其他管理办法。与此同时，我市引进或创办了中国（宁波）文具和礼品国际博览会、中国食品博览会、中国电子产品和家用电器国际博览会、中国旅游投资洽谈会等大中型展会，并对部分主题相近的展会进行了整合，促使现有展会向规模型、实效性方向发展。2024年，我市被评为全国优秀会展城市。

（二）宁波会展业发展现实基础

近10年来，我市会展业按照“政府强力推动、市场灵活运作”的发展思路，从无到有、从慢到快、从弱到强，从单一到多元、从不规范到相对规范，不断演进，已形成发展快、辐射广、带动力强的新兴产业，为全市经济社会发展作出了积极贡献。

1、会展活动不断增加，会展名城地位基本确立。10年来，我市会展业快速发展。国家级、国际性大型会展活动纷纷登场。2024年，全市共举办各类会展活动80个。其中，冠名“国际”的展会10个，冠名“中国”的展会活动7个。国际标准摊位1000个以上的展会9个，2024个以上的展会6个。展出面积1万平方米以上的展会12个，其中，2万平方米以上7个，4万平方米以上6个。全市展览面积达453650平方米。目前，宁波已成为国内同类城市中大中型会展活动较多的城市，会展业发展竞争力不断增强，对外影响不断扩大，基本确立了会展名城地位。

2、展馆建设步伐加快，会展条件不断改善。目前，我市已拥有宁波国际会展中心、亚细亚展览馆、宁波新闻文化展览中心、余姚会展中心等大中型展馆，展览总面积已超过6万平方米。其中，宁波国际会展中心占地1460亩，一期工程投资7亿元，建筑面积9万平方米，展览面积5万平方米，配套设施达到国内一流水准。在建的展馆还有宁波国际会展中心扩建工程和慈溪会展中心等，待建的有宁海模具馆等。另外，全市已有星级宾馆和酒店130家，客房12700间（套），床位23000余张。其中五星级酒店3家，四星级8家，三星级30家，一、二星级89家，基本满足了会展活动的需要。

3、管理机制比较健全，会展增促工作不断加强。我市已初步完成会展管理体系建设工作，形成了纵横配套的会展管理机制，较好地发挥了政府、行会和企业的管理职能，成为国内最早构建会展管理体系的城市之一。为加快会展业发展，我市相继出台了一系列会展增促措施。如把会展业列为全市重点扶持发展的产业、对重大会展活动给予财政补贴、开展会展业目标考核工作、开设会展服务网站、加大重点会展活动宣传推介力度、组织“十佳”展会和“十佳”最受会展客商欢迎酒店评选活动等。这些举措都对我市会展业发展起到了促进作用。近年来，我市加强了会展业管理工作，出台了《宁波市展览业管理暂行办法》，制订了《宁波市会展行业协会公约》等。

4、会展队伍不断壮大，专业人才逐步成长。目前，我市在册展览公司33家，从业人员1000余人。经过10年的发展，我市基本形成了一支专业会展人才队伍。与此同时，与我市会展企业配套的广告、礼仪、策划、布展、演出等企业也不断增加，基本形成了全市会展业配套服务体系。

二、宁波发展会展经济优势凸现

随着宁波城市经济的快速发展和企业国际化进程的加快，宁波的会展经济也以产业支撑、贸易推进、城市扶持为依托而得以崛起。总体来说，宁波的会展经济发展有着自身独具的五大优势：

港口优势。宁波的港口资源非常丰富，去年宁波港货物吞吐量达到3.1亿吨，居世界第4、大陆第2位；集装箱吞吐量706万标箱，居世界第13、大陆第4位。在现代会展经济发展中，港口的优势作用已经越来越明显，所以宁波会以港口建设作为优先发展的重点，大力发展以港口为平台、进出口贸易为核心的现代服务业，为会展产业的发展助力。

产业优势。宁波有着厚实的产业基础，它拥有五大临港工业：化工、钢铁、能源、造纸以及修造船工业；此外，宁波还拥有自己的传统优势产业，如纺织服装业、装备制造业、电子信息业、精细化工与生物医药业、文具业等等。雄厚的产业基础为宁波会展业的发展提供了一个颇具优势的撑高平台。宁波是品牌之

都、文具之都、服装名城，结合本地特色经济打造一批具有相当品位和质量的品牌展览会，实现宁波会展业的新跨越。

开放优势。宁波会展经济的发展又受益于城市经济的蓬勃发展。如果开放是船，那么会展业搭乘着这艘快船可以乘风破浪，反过来说会展又是桨，它推动着宁波朝着更加开放繁荣的埠口前行。宁波会展业的未来，必须走国际化之路，融入浩浩荡荡的国际开放潮流。

市场优势。宁波作为典型的外向型港口城市，民营经济的发展蔚为壮观，是其经济的一大特点。长三角是世界制造业中心之一，身居其中的宁波首当其冲，这就能促使其吸引更多的国内外客商，形成强有力的买方市场。买方卖方市场的形成，是构建会展市场的最佳途径。

服务优势。会展业的发展是一个系统工程，它需要举各方之力而为之，需要协调各部门之间的关系，需要与服务企业之间形成良性的联动，需要城市加强会展公共服务工作，包括健全公共政策、加强会展联动、开展评优奖励、完善协调机制、扩大公共宣传、提供保障服务、为会展主体创造平等竞争的良好环境等，用优质服务来培育品牌展会，来吸引大型展会落户，来吸引更多的客商纷至沓来。五方面的优势充分发挥了，宁波的会展业必将会前景灿烂，前程似锦。

三、我市会展业发展中存在的薄弱环节

我市在发展会展产业方面已做了大量工作，取得了一定的成绩，但也存在着不少薄弱环节。

办展企业数量较少，实力较弱。目前，我市多数大型会展活动由政府举办，办展企业数量和实力明显不如同类副省级城市。现有办展企业多为中小企业，难以独立承办大型会展活动。据初步统计，全市30余家展览公司，平均注册资本不足20万元。

公共扶持政策尚未建立。目前，市财政对会展业的扶持资金，仅局限在由政府牵头举办的大型会展活动，大多数由市场运作的会展活动没有享受政府的优惠政策，从而影响了会展业竞争的公平性，不利于全市会展市场的培育。

会展业管理比较薄弱。与国内许多城市相比，我市会展业管理力量明显不足。我市会展办与市大型活动办合署办公，没有内设机构，正式编制只有5人，且承担了繁重的展会、节庆承办任务，难以把较多的精力用于会展公共服务的基

础性工作。行业协会尚没有确立行业权威，难以充分行使行业管理职能。多头办展、重复办展现象仍较突出，不审批、不备案时有发生。

会议产业发展不快。除APEC中小企业服务联盟论坛、甬港经济合作论坛等少数几个国际性会议（论坛）以外，其它活动规模较小，数量不多，影响有限，难以对我市会展业发展起有力推动作用。

部分会展活动实效不够明显。部分会展活动举办单位把大量精力花在领导邀请、开幕式组织、宾客迎送等方面，没有花大力气推动招展、招商等工作，影响了会展活动的实效。

硬件设施不配套。展馆配套设施严重滞后，附近20～30分钟步行圈内，相应的辅助设施没有到位，以致办展期间出现交通难、吃饭难、住宿难、汇兑难等问题。

会展人才短缺。专业人才短缺已成为宁波会展业发展的“瓶颈”之一。在我市现有展览公司中，能独立办展的不到5家，多数企业管理水平低。办展人员缺乏专业知识，真正掌握外语、精通展览设计、熟悉组织策划、了解国际惯例、富有实际操作经验的专业人员十分缺乏。

参考文献：

[1] 毛光烈，充分发挥会展业对扩需求、调结构、保增长的作用——在全市会展工作会议上的讲话，2024年4月27日；

[2] 宁波市政府，《关于进一步推动宁波会展业发展的若干意见》（甬政发

[2024]41号），2024年6月1日；

[3] 张松才，坚持以科学发展观为统领，走宁波会展业的创新之路，宁波通讯，2024年8期

[4] 丁萍萍，浙江发展会展业的比较优势与对策分析，宏观经济研究，2024年9期

[5] 余晨杰，发展特色产业是解决我国会展弊端的新思路——以浙江制造业为例，特区经济，2024年6期。

**第三篇：关于印发《哈尔滨市会展业发展**

哈尔滨市民政局 哈尔滨市老龄（退管）工作委员会办公室 文件哈尔滨市财政局

哈民政发„2024‟1号

关于扩面发放80周岁 以上高龄老人生活津贴的通知

各区民政局、老龄办、财政局：

为了进一步完善社会养老服务保障体系，使老年人共享经济社会发展成果，按照省民政厅、财政厅关于印发《黑龙江省80周岁以上高龄老人生活津贴发放办法》文件要求，根据我市市区实际，现将我市扩面发放高龄老人生活津贴（以下简称“高龄津贴”）事宜通知如下：

一、发放范围

具有我市八区户籍(含农业户口)，且年龄在80至89周岁的低保、低收入困难家庭、低收入家庭中的老年人，以及90至99周岁所有老年人。高龄津贴标准为每人每月100元。我市已执行的80至99周岁无基本养老金的高龄津贴政策继续实施。

二、申请要件

申请人须出具如下材料：

1．填写《哈尔滨市高龄津贴申请审批表》（一式三份）； 2．本人身份证和户口薄（含集体户口）原件及复印件三份； 3．低保、低收入困难家庭、低收入家庭，还需出示原证件及复印件三份；

4．提供本人在哈尔滨银行活期结算存折帐号复印件三份（已有存折或新开立存折均可）；

5．委托亲属或其他人员办理申请手续的，还须提供代办人的身份证明原件及复印件三份；

6．户籍所在地与经常居住地不一致的申请人，需出具经常居住地社区（村）居委会的居住证明。

三、审批程序

（一）个人申请。符合高龄津贴发放条件的人员，应在年满80或90周岁的前2个月内，向其户籍所在地的社区居民委员会（村民委员会）提出申请，并提供相关申请材料。未成立社区居委会（村民委员会）的新建居民小区内的申请人，可以直接向户— 2 — 籍所在地街道办事处或乡（镇）人民政府提出申请。

（二）社区居民委员会（村民委员会）初审。居（村）委会负责核实申请人年龄，享受保障和救助类别，征求群众意见，签署初审核意见，在5个工作日内将符合条件的申请材料上报街道办事处或乡（镇）人民政府。对不符合条件的，将所有证明材料退还申请人并说明理由。

（三）街道办事处或乡（镇）人民政府审核。街道办事处或乡（镇）人民政府负责申请材料的审查，进行核实和信息录入，注明低保、低收入困难家庭、低收入家庭的类别，签署审查意见，填报《哈尔滨市高龄津贴明细汇总表》（报电子版），在7个工作日内上报区民政局和老龄部门审批。对不符合条件的，将所有证明材料退还社区（村）居民委员会并责成其向申请人说明理由。

（四）区民政局、老龄部门审批。区民政局、老龄部门应当在受理申报材料之日起10个工作日内办结审批手续，对符合条件的申请人，要及时纳入高龄津贴发放范围；对不符合条件的，将所有证明材料退还街道办事处或乡（镇）人民政府并出具书面告知书。

《哈尔滨市高龄津贴申请表》审定后，应在区民政或老龄部门、街道办事处或乡（镇）人民政府，以及居（村）委会分别留存备案。

四、发放程序

建立月报制度，各街道办事处或乡（镇）人民政府要在每月

— 3 — 的20日前将本地享受高龄津贴人员的新增、变更、注销等情况报区民政局、老龄办；各区民政局、老龄部门在每月的25日前将本区新增、变更、注销等情况报市民政局、市老龄办及同级财政局；市民政局、市老龄办每月月底前将汇总数据报指定银行和市财政局。

市、区财政局应在每月5日前，根据上个月统计数据将市补贴资金与区补贴资金按比例拨付到指定银行。指定银行在每月10日前将高龄津贴划拨到个人存折。

各区民政局、老龄办每年10月底前列出下本辖区高龄老年人津贴所需资金的预算上报市民政局、市老龄办及同级财政局，做为市、区两级政府安排下发放高龄津贴的财政预算依据。

五、发放时间

符合高龄津贴发放条件的老人经区民政局、区老龄办批准后，2024年7月31日前，已年满80周岁的城乡低保、低收入困难家庭、低收入家庭中的老年人和年满90周岁的城乡所有老年人，自2024年7月起领取高龄津贴；2024年8月1日后，年满80周岁的城乡低保、低收入困难家庭、低收入家庭和年满90周岁的城乡所有老年人，从生日的当月起领取高龄津贴。

六、实行动态管理

各区民政、老龄部门要对享受高龄津贴待遇人员进行不定期抽查；街道办事处或乡（镇）人民政府要每半年进行一次全面核— 4 — 查，核查情况要于每年6月底和12月底书面上报区民政、老龄部门；居（村）委会要每月定期回访，了解老人健康状况及补贴领取情况，填写回访记录。抽查和核查中发现的问题由区民政、老龄部门予以纠正。市民政、老龄部门对高龄津贴资金落实情况进行监督，对全市高龄津贴发放工作进行监督检查。

享受高龄津贴待遇人员户籍跨区（县、市）迁移的，应当在30日内到原户籍所在区民政、老龄部门办理高龄津贴变更手续。户籍迁出当月的高龄津贴由迁出地发放，自迁出的次月由迁入地发放。

享受高龄津贴待遇人员长期到外地居住的，应到户籍所在地居（村）委会备案，并建立联系渠道和联系方式。

享受高龄津贴人员死亡的，其亲属应及时到户籍所在地的居（村）委会办理高龄津贴停发手续。居（村）委会按月逐级汇总上报。区民政、老龄部门应在老年人死亡后的次月起停止发放高龄津贴。

享受高龄津贴人员已死亡，其亲属故意隐瞒信息以骗取高龄津贴的，其骗取的高龄津贴由区民政、老龄部门予以追回，并按有关规定追究相关人员责任。

享受高龄津贴待遇人员离开居住地后没有音讯之日起满3个月的，停止发放津贴。因上述原因停止发放津贴的人员再度出现，可以重新申请高龄津贴，重新申请核准后，从停止发放津贴的次月补发津贴。

七、资金来源

上述所需资金由市、区两级政府按6：4比例承担。哈市所属县（市）高龄津贴发放工作，由当地人民政府负责组织实施。

附件:哈尔滨市高龄津贴审批表

哈尔滨市民政局 哈尔滨市财政局

哈尔滨市老龄（退管）工作委员会办公室

二〇一一年一月七日

主题词：民政 社会福利 高龄津贴△ 通知

哈尔滨市民政局办公室 2024年1月7日印发

共印500份

— 6 —

**第四篇：广州会展业发展现状**

广州会展业发展概况

改革开放以来，我国会展业以年均近20%的速度递增，成为国民经济的助推器。会展业具有中介有效、成本低廉、增加就业、推动经济的特点，是高效益、无污染而且对相关产业带动力极强的产业。据权威资料表明，国际会展业对相关产业如交通、商业、餐饮、旅游等具有积极的带动效应。展会在产品销售中也承担极为重要的角色，贸易展会成交额仅次于直销。根据美国展览业研究中心（CEIR）的统计，3/4的买家在贸易展会上找到新的供应商，超过1/4的买家在展会上购买产品。因此，世界一些著名“展览城”，如汉诺威、法兰克福、科隆、芝加哥、纽约、巴黎及新加坡、香港等都将会展业作为支柱产业加以扶持。中国加入WTO后，国内会展业的高速发展、国际会展中心向中国转移，为广州迎来了会展业千载难逢的发展机遇，但也带来更大的挑战。

广州毗邻香港和澳门，位于中国经济发展最快、最具经济活力的珠三角经济圈腹地，是华南地区人流、物流、资金流、信息流量最大的集散地区和区域中心城市。广州是我国历史最悠久的对外通商口性岸，对外贸易自秦汉时迄今两千余年一直繁荣兴旺，在我国经济发展中一直扮演着重要的贸易口岸角色。改革开放后，广州为全国最大的内贸及分销中心，商品覆盖全国和东南亚，欧美等地区。早在20 世纪90 年代初，广州曾把国际化大都市作为城市的战略定位，是符合世界经济国际化发展趋势的。进入新世纪，更加务实地从实际出发，定位为区域中心城市。广州的国际化方向是历史以及未来发展的使然。因此，广州计划3--5年，成为亚洲会展中心城市；未来10--20 年，成为世界会展中心城市。作为“中国第一展”举办地，广州在中国会展城市中享有独特的历史地位。然而，珠江三角洲乃至全国会展形式风云变幻，广州如果不能了解自身特点，提高核心竞争力，推进国际化进程的话，必然会丧失已有的优势，甚至连作为中国会展“第三城”都不保。

一、广州会展业已取得了前所未有的成就

广交会的诞生，使广州成为当代国内会展业开始最早的城市，改革开放进一步促进了广州会展业的迅速发展，善于吸纳外来文化，敢于实践创新的广州人已经在会展业方面先行一步，取得了前所未有的成就。

（一）拥有两大展馆群体

广州的会展场馆形成了以流花地区中国出口商品交易展览中心、锦汉展览中心和琶洲国际会议展览中心两大会展场馆群体为主的展馆格局（见表1）。尤其是广州国际会展中心建筑面积达70 万平方米，有亚洲第一展馆之称的新馆建成，使广州展览场地供应量大幅增加，为广州竞争“国际会展都市”提供了硬件保证，也更加确立了广州会展中心城市的地位。

（二）涌现出一批品牌展会

珠江三角洲会展经济带是目前中国会展经济带最为繁荣的地区。广州是中国第一展“广交会”的所在地，历经几十年，每届成交额都达到150 亿美元，客商十几万，国际化影响极大（表2）。同时，还培育了一批像留交会、美容展、家具展、建材展、医疗器械等品牌展会。

据广州市统计局统计结果显示2024 年在广州市举办的名展、大展数量均呈现增长态势，展览规模明显扩大：（1）春秋两届交易会展览面积61 万平方米，比上年增长10.41%；（2）春夏两届中国广州国际家具博览会37 万平方米，比上年增长31.49%；（3）春秋两届广州国际美容美发化妆用品进出口博览会14.61 万平方米，比上年增长17.54%；（4）第五届中国（广州）国际汽车展览会10.00 万平方米，比上年增长13.64%；（5）2024 年广州酒店用品展览会8.5 万平方米，比上年增长41.67%；（6）第十二届广州国际照明+建筑电器展览会8.36 万平方米，比上年增长4.50%；（7）第九届中国（广州）国际建筑装饰博览会13.50 万平方米；（8）第四届中国国际中小企业展览会12.00 万平方米；（9）2024 年广州博览会6 万平方米。

其中一些品牌展会是广州积极引进国内外大型展览如汉诺威博览会、科隆“国际食品市场”（ANUGA）、柏林“绿色周”（农业与食品业）、国际旅游交易会等来广州举办或合办； 也有一些是由一批实力较强并在业内有一定知名度的民营展览公司所办。据悉，广州民营展览公司举办的品牌展览正在形成规模化，成为一股促进广州会展业品牌化不可忽视的力量。

（三）会展产业化基本成型

会展业的乘数效应，以其创造的高额经济价值，广泛的就业机会和对社会综合经济指数增长的拉动作用，形成了会展经济。会展产业化的主要标志在于专业化和市场化、规模化和国际化运作。现今广州会展业的规模、种类、从业人数、对相关行业影响的深度和广度、促进经济繁荣的作用是数年前无法想象的，在经营管理体制、市场运作机制和行业协调方面也进行了非常有益的尝试。主要表现在两个方面：

（1）政府角色逐渐改变。会展市场化的关键点就是把握好政府的角色定位。广州市政府通过大力培育专业化、公司化会展主体，特别是民营经济主体，彻底改变政府包办的做法，基本退出主办者的角色。广州会展业发展规划已列入广州市服务业发展“十一”规划，成立市会展业管理领导小组，制定、出台了相关法规，正式启动了广州市会展“一站式”审核管理服务中心。总之，在发展会展经济中，广州市政府已经逐渐将重心转移到规划、调整、服务和行使经济管理的职能上。（2）市场机制逐渐形成。市场是在竞争和遵守共同的“游戏规则” 的平衡中获得健康良性发展。广州市会展业一直就直面国际经济的风云变化，因此发展相对比较成熟。由市协作办、市公商局、市外经贸联合颁布施行了《关于加强广州市会展业管理的意见》，明确规定会展业的市场准入条件，会展的审核要求和展览市场的管理等； 成立了会展业行业自律组织广州市会展业行业协会，制定实施了《广州市会展业行业规范》和《广州市会展业行业协会自律公约》，完善了行业规范和自律机制；制定颁布了“广州展示工程企业资质等级评定标准及细则（试行）”，并在协会内开展了展示工程企业资质等级评定工作；落实会展知识产权保护工作。

二、广州会展业发展面临严峻挑战

加入WTO后，广州展览业面临的挑战十分严峻，主要体现在以下几个方面：

（一）来自亚洲其它经济区域的竞争。展览业属服务贸易的范畴，建立和完善相应的服务体系是成功进行市场运作的基本保证。目前，亚太地区竞争最激烈的要数中国大陆、香港地区和新加坡，形成了三大区域性的展览模式。新加坡在展览硬件和软件以及政府扶持等方面做得较为完善；香港地区也成功地操作了许多以贸易出口为主的品牌展览会，其优势是借助于完善的服务设施；而中国大陆有着广阔的市场空间，其发展空间应优于新加坡和香港地区。另外，日本的东京和韩国的汉城以及中东的迪拜也力争在亚太地区区域展览中心市场上分一杯羹。

（二）来自国内其它省市的竞争。会展业正成为中国大地上一轮活力四射的朝阳。展览公司把它当作是一块能快速产生效益的试验田，地方政府也将其视作提高本地知名度的一块招牌，于是乎在中国造就了一轮轰轰烈烈的展会热潮。目前，北京、上海的展览业发展很快，态势良好，广州与这两个城市的差距在拉大。中国展览业经过20年的发展已出现了一批与国际接轨的名牌展览会，有的跻身世界名展，但主要集中在北京和上海，如北京举办的国际机床展、通讯展、纺机展、汽车展以及上海的工博会、华交会、模具展、包装展、家具展等影响相当大，其中有些展会已成为国际博览会联盟成员。广州因“广交会”而得到会展业发展先机，广博会、美博会、留交会、建材展、灯饰展等也较为成功，但潜力尚未充分挖掘。据展览王国德国透露的信息，近年来越来越多的德国展览公司到外国举办展览会，在亚洲的首选地是香港、上海、北京及新加坡。

（三）来自珠三角周边城市的竞争。目前，广州周边不少城市也围绕会展这个新兴产业谋篇布局，各出奇谋。一些有远见的政府领导人都在着力引导这一新兴产业的发展，甚至要将会展中心建成本城市最具标志性的建筑物，“以展兴市”的字眼频频出现在这些城市的政府工作报告中。广东省内除广州底气十足瞄准亚洲会展中心的地位以外，深圳、珠海、东莞、中山、顺德等都为发展会展业不遗余力。拥有“航展”的珠海有意将会展业和旅游业同时以支柱产业来发展；东莞通过虎门服装节、IT展、家具展等在广东会展业占稳了一席之地，自己也多了“时装之都”、“家具之都”、“电子之都”的桂冠。

三、广州会展业的不足

广州会展业历史悠久，比较有影响的可追溯到1957 年春的广交会，在经过近半个世纪的发展，特别是近20 年的发展使广州会展业有了一定的基础。近几年平均以20％左右的速度递增，其发展势头迅猛。然而在快速发展的背后，我们是否思考过到底是什么动力在支撑着广州会展业的发展，现存的一些问题中又是什么制约着广州会展业的发展？ 这些问题不仅关乎行业的发展，更加关系着广州市的城市发展规划的实现。几年前就有人根据广州、上海和北京2024、2024 和2024 年主要展会信息，认为广州会展业除开两届的广交会，在展会密度、展会行业和展会级别上与北京、上海的会展业都存在着差距（表2）。也有专家预言未来中国展览城市的基本格局可能是“国际展览名城”不超过2 个，“中国展览名城”在10个之内，区域性展览城市10 个左右，显然已经把广州排除在“国际展览名城”之外。

现在的会展界全国会展城市谁居第一位，一般会首推上海或北京，这两家谁也不服谁，各有各的优势，难以定论，但基本上不会有人提到广州。这是为什么？ 因为目前除了广交会，除了展览面积比较大，广州会展业的总体规模和水平与这两个城市相比确实已经有了一定的差距。广交会是国际级展会，从诞生开始就垄断着整个国家外贸权，对我国政治经济的影响举足轻重。它举全国之力，汇集全国最优秀资源，创造出了“中国第一展”的盛名。到如今，广交会展览面积已从首届的9 600平方米，发展为60 万平方米，净展面积28.2 万平方米，展位31 408 个。鉴于广交会在中国会展业发展史上占据着重要的地位和对广州经济的贡献，以至于人们形成一种逻辑，那就是广交会绝对是引领我国会展业发展的最佳典范。然而，广交会长期一枝独秀，成为独霸一方的超级会展航母，这种现状对于一个行业的发展却是极为不利的。

由于目前的局面仍是广交会独领风骚，其他的展会与之相比，差距太大，根本不能形成气候，因此普遍都是规模较小。市场经济就是竞争经济，缺乏竞争的广州会展业市场是不健康的，也不能形成产业集聚效应。广交会可以说是历史的产物，承载着政治功能。创始于计划经济时代的“中国第一展”，长期受制于旧体制的条条框框，比如说政府越位、错位、缺位。甚至于目前的广州大型品牌展览会基本上还是由政府主办。缺乏市场化运作机制，其经济效益是可想而知的。一度存在的“老大思想”，缺少国际品牌和国际化水平较底等等反映了广交会已经成为广州会展业发展的制肘，所以有些仁者已经提出这样的看法：广州会展业能否从广交会的大文化中走出来是广州会展业能否走上国际化的重要因素。

广州会展业面临的问题：一是展览业管理不规范，尚无具有绝对权威的展览管理部门，展览审批部门重复，往往干涉多指导少；二是重复办展导致展商分流、规模小、效果差。计划经济遗留的部门分割，各自为政导致不同地方和部门在利驱动下盲目办展、无序竞争，造成展会内容重复，办展规模和效益都适得其反。三是展览基础设施仍不适应发展要求；四是长期欠缺专业性；五是没有一个展览管理协会，业界缺乏协调和自律。

三、发展广州会展业的对策

在当今经济全球化时代，会展市场的竞争必将呈现白热化。世界展览经济市场的竞争，已经充分体现了国际市场竞争是通过资本实力和品牌优势实现的。广州会展业如何最大限度地提高市场竞争力，加速国际化进程步伐，将广州构建成国际会展中心城市呢？解决问题的最好办法就是找出问题的根源，也就是症结所在。广州会展业界的有些人已经思考广州会展业现存的一些问题。由上述可知，制约广州会展业发展的根本因素就是广交会的问题。发展广州会展业就必须直面广交会，超脱于广交会影响之外。

（1）既要重视广交会，办好广交会，营造良好的行业环境，也要借助广交会的品牌效应和影响力，开拓广州会展业国内外市场。明确目标，制定措施，迎接挑战。我国目前除香港之外，在内地尚未形成有国际竞争力的展览中心城市，北京、上海等城市的展览经济虽说已初具规模，但离建成国际展览中心还有较大差距。

进入新世纪，广州市人民政府决心要用6年时间把10平方公里的琶洲小岛建成亚洲地区有一定影响的国际博览城。博览城的核心工程，广州国际会议展览中心已投入使用，建筑面积达50万平方米，目前是全亚洲最大、设施最完善最现代化的展馆。这使我们看到中国展览业本已倾斜的天平又在向广州招手，广州又回到了与京沪展览业竞争的同一起跑线上。我们有理由相信，广州是展览的沃土，广州有条件扶持和发展会展业。建议市政府抓住机遇，引导广州会展业健康稳步发展。

（2）发展民营会展企业，着力打造广交会外的品牌，最好培育一批能够与广交会竞争，甚至超越广交会的真正属于广州的专业展会。广州会展业的内涵肯定不是仅仅指称广交会。相反，广州会展业的真正发展一定体现在广州拥有一批品牌展会和许许多多的大型展览公司。百花齐放才是春，广州会展业的繁荣也就是众多会展公司争雄的时代。明确会展业发展目标。把无污染、高效益的“绿色产业”展览业作为服务贸易领域内的一个重要方面，制订将广州建成亚洲会展中心的战略目标，并将会展业作为支柱产业加以扶持。

（3）务必要打破传统的计划经济时代的思想痼疾，大胆创新，背离广交会的常规做法，弱化、淡化广交会的政治功能，坚持市场经济，大力扶持新兴的展会，同时按照市场经济的“游戏规则”引进资本，通过联合、联盟、兼并等手段，做大做强一些有发展前景的会展集团公司。

（4）明确广州展览业的政府管理职能部门。目前广州展览业管理不规范，主要体现在审批多头。例如来华国际展由地方外经贸主管部门审批，超过1000平方米以上的报外经贸部审批或备案；贸促会系统的国际展办展由国家贸促会审批并报外经贸部备案；非国际展则向地方工商行政管理部门登记。使审批不但跨部门或系统，还分中央、省及地方，易造成混乱。多层次，多渠道办展，“展”出多门。根据现行展览管理办法，国务院各部委及其所属的工贸公司、外贸公司、协会、商会、中国贸促会及其行业分会和地方分会、地方政府或省市级外贸主管部门等都能举办境内国际展览会，举办不带“国际”头衔的展览会凡注册展览企业在得到工商行政管理部门批准就可办理。由于办展单位过滥，又缺乏沟通和协调，无序竞争助长了低水平重复办展，其直接后果是展商分流、规模小、效益差，参展商不知所措，外商更是难以决策。

（5）重视会展人才培养体系的建设，尤其是培养高素质、有全球视野的战略性人才。会展行业的竞争其实就是人才的竞争。与上海、北京的会展教育市场相比，广州的会展教育没有得到应有的重视，这已经成为中国会展城市谁主沉浮的决定性因素。

（6）培养国有主渠道专业的展览办展机构。广州的会展主力军除了国有展览企业，主要是社会力量办展，较难形成规模，从业人员素质也较低；而政府各部门参与的展览，如广州博览会、广州美食节、广州服装节等也因部门分割，缺乏沟通而难以较快形成规模和提升档次。因此，广州的办展机构特别是国有办展机构应该聚合，一个拳头对外才有影响力。国内一些城市的办展经验，如深圳高交会、北京高科技周、广州留交会、广州汽车展、上海工博会及华交会等，皆因政府积极介入很快发展成名牌展览会。也可参照上海的做法，通过资源整合，成立主渠道专业展览机构。

（7）加强对会展行业的调研和立法。目前政府对会展业认识还需进一步加强，会展是何种行业，会带来何种收益，带动那些产业等，应有专职部门深入调查研究，并尽快立法加以规范。这一点，上海已走在前面。据了解，国内展览业的第一个地方法规———上海展览法规已进入起草阶段，主要是理顺行政主管部门和海关、商检、工商、税务等部门之间的法律关系，克服多头管理的弊病，以及展览公司办展的资质要求和法律程序。为了维护市场正常秩序，广州也应通过地方立法来规范展览市场，保障广州展览业的健康发展。（8）尽快成立展览协会，加强行业自律。广州展览界呼吁成立展览协会已多年。由于没有自己的组织，业界办展观念落后，同题材展览“重复建设”严重，众多公司蜂拥入市，良莠不齐在所难免，常有“办一场坏一场，坏一场就换个公司名”的现象。同时，展览界的要求也应有个合法渠道反映。因此，希望政府尽快明确广州展览业主管部门，并在主管部门指导下成立展览协会。

四、结语

经过一段发展历程，随着各地会展业的觉醒和快速发展，广交会的风骚已远不如以前了。然而，到目前为止广州上下一片仍旧沉湎于广州作为广交会的举办地而沾沾自喜。殊不知，广州虽然占据着广交会的绝对优势，却没有走出一条自己的路，难怪广州会展业已然表现出不敌北京、上海等中国会展城市，甚至在专业展会上也不如一些区域会展的发展势头。广州会展业路迢迢，惟有百展竞放时

会展管理作业

（广州会展业发展概况）

学院：旅游学院

班级：09酒店经营与管理 学号：20091101171 姓名：石慧

**第五篇：中国会展业发展分析**

中国会展业发展分析

——文献综述

姓名： 孔美冬 班级： 会展11-3 学号： 201105005928

摘要：自上世纪90年代，中国的展览业就在全球展览业中异军突起，形成了一个新兴的展览业市场。从展览的项目数、规模、总体水平和影响看，中国已成为亚洲的展览大国，并正逐步成为亚洲地区的区域性“展览中心”。我国现在已经拥有一批具有国际水平的现代化展览场馆，形成了若干具有一定实力的展览集团公司，也培训了一批水平高、影响比较大的名牌展览会。日益繁荣的展览活动不仅对引导有关产业发展，提升制造业水平，促进生产要素流动、优化资源配置发挥了重要作用，而且有力地推动、配合了中国企业发挥比较优势、走向国际市场、参与国际商品供应链，实现了良好的经济效益和良好的社会效益。但会展业在蓬勃发展的同时也存在许多问题,如市场化不高、专业人才缺乏、组织与管理落后等，这需要我们正确对待，促进会展业快速、健康的发展。

关键词：中国会展业 发展现状 存在问题 对策 发展展望

一、中国当前的会展业

会展业发展现状：1.中国是世界最大、最具潜力的消费市场。入世后国内市场的对外开放进一步扩大，国际市场也将对我们更加开放，两个市场的开放必将促使中国的内需外贸和经济活动更趋活跃。入世后，中外展览组织者之间的竞争、国内各展览组织者之间的竞争、展览场馆相互之间的竞争、中国各展览城市之间及世界其他国家相同展览会之间的竞争会愈演愈烈。

2.中国展馆设施水平快步提高。基础场馆条件的好坏对会展业的发展影响很大。会展业已经形成一个行业，入世后中国市场经济的进一步成熟，展览市场本身的发展和需求，中外价格并轨肯定是一种必然的趋势。

中国会展业发展特点：1.展览项目持续增长，数量扩张明显。中国会展业“起步晚，发展快”。我国1997年的展出项目数首次突破1000个，到2024年突破2024个，2024年就超过3000个，2024年估计约为3800个。就展览项目的国际比较而言，我国已居亚洲第一，世界第二。但是，我国的展览项目绝大多数是中小项目，规模大的项目和品牌项目屈指可数。尽管这些展览的总展出面积也是一个巨大的数字，但就展览收入而言，我国还不是一个展览强国。

2.展馆建设方兴未艾，成为城市必要设施。近年来中国会展业快速发展的另一个显著现象是，在发展城市会展经济热潮带动下，各地大建展览场馆的势头一浪高过一浪。展览场馆的总面积也在全世界中居前列，但出租率比展览发达国家而言要低得多。

3.展览主办多元发展，政府主导色彩浓烈。我国的展览活动大多由政府或半官方机构主导。就展览主办机构而言，尽管目前参与者众多，多元化特征明显但大体上有五大办展主体，即政府(包括政府及部门、政府临时机构、贸促会等半官方贸易促进机构)、商协会、国有企事业、民营企业、外资企业。

4.展览地区集中程度高，经济发达地区领先。中国的会展业实际上主要集中在少数几个省市，而且集中程度相当高。就城市而言，公认的三大展览城市是北京、上海、广州，这反映了我国会展业主要集中在制造业和经济发达省份的现状特点。5.展览直接收入增长缓慢，主要靠社会效益驱动。相对于展览项目数的地位，我国的展览直接收入比很多国家都少得多。展览经济总量比美国、德国、日本、英国、法国、澳大利亚等许多国家都小。展览收入占GDP比重在发达国家一般在0.1%～0.2%之间，而我国目前这一比重还不足0.08%。

6、知识产权保护力度加大。当前一些展会上涉嫌侵犯知识产权的纠纷与投诉不断出现，严重破坏了展览会的正常交易秩序和健康发展。2024年发布了《展会知识产权保护办法》。商务部、海关总署、工商总局、版权局、知识产权局、贸促会联合在全国范围内开展了“蓝天会展行动”。第八届中国国际高新技术成果交易会将知识产权保护作为大会主题之一，颁发“自主知识产权产品”标志证书，并授予牌匾。这表明知识产权保护成为我国会展业发展的趋势和必然要求。

二、中国会展业存在的问题：

1、我国会展业的市场化程度还很低，行业内计划经济体制的惯性妨碍会展业市场体系的形成。会展业的资源配置、地域布局背后隐藏着对政府、行业部门依赖度相当高，行政条块对会展市场的分割，造成行业内市场竞争不充分，影响行业资源的优化配置。

2、我国会展业相对低下的市场开放度，阻碍了行业内资本市场的形成，由于我国会展业向外资和民营资本的开放不够充分，业内原有经营者又受到行业、地区门户的束缚，行业内部资本流动和外部资本流入受阻，使行业发展缺乏后劲。

3、当前我国会展业的发展只能是一种粗放型的量的扩张，多数展会缺乏明确定位，组织管理模式落后。同国际知名展览相比，我国展览缺乏明确定位，让参展厂商“食之无味，弃之可惜”。有的是缺少定位盲目上，有的是根据领导的好恶，人走节亡，亟待实现向注重内在质量的集约型发展方式转变。近几年来，在我国举办的大大小小的展览会上规模、上档次的展览会所占比例非常小，以办展量为背景，具有国际影响、形成品牌的展览会是凤毛麟角，而且主题重复的现象十分严重，展览水平不高具有普遍性。组织管理模式落后，服务水平低，也是制约我国展览使之停留在相对封闭、单

一、服务水平低下层次上的重要原因。

4、会展业还未形成专业化分工协作的格局。我国会展业的发展还很不平衡，会展场馆落成后，展览组织、展台设计与搭建、物流、信息咨询等方面的服务能力发展相对滞后，软件与硬件发展的不配套造成会展设施闲置。会展场馆供不应求，硬件设施成为行业进一步发展的瓶颈。同一批人员既是展览组织者，又是展览管理者，也是展览项目的实施者，从展品征集到展品运输、展品布置直至为参展者提供吃住行服务等均由同一批人承担，影响了社会化分工带来的高效率的发挥。展览提供辅助服务的行业如展览信息、展览咨询、施工、评估、道具、设计装潢等行业也有待进一步发展。

5、会展主办主体复杂，缺乏资质条件的约束，展览业务人员的素质偏低，专业会展人才十分缺乏。会议展览的主办主体有各级政府及有关部门，有各类协会、学会，有各种群团组织，有咨询公司和展览公司，有各种媒体，也有各类企业。主办主体的多元化是市场经济条件下会展业发展的趋势，会展专业人才严重缺乏也成为制约会展业发展的重要因素。

三、我国如何发展会展业：

1.落实科学的发展观，引领会展业的健康发展

2.发挥政府对会展业发展的引导和培育作用，建立公平的市场竞争环境。

第一，建议政府部门能通过法律、行政规章和政策等手段对我国会展业进行宏观规范，同时减少对会展活动的直接参与和管理，使会展业的各个主体能在公开、透明的环境下竞争。第二，共同研究制定会展产业政策。

第三，研究制定有利于我国会展业发展的税收政策，使会展中心场馆、会展业和相关服务业能有积极性办好会展活动。

3．在继续扩大规模的基础上实施品牌战略

会展业从某种程度上说是一种“规模经济”，同时，也是一种“品牌经济”，根据城市的资源禀赋条件，选择能发挥城市资源优势的重点，加速培育一批有品牌效应的展会和一批有专业水准和竞争实力的会展公司。就展览项目而言，会展企业应该集中优势资源，努力提高展会组织、策划、服务的水准和经营管理水平，不断进行展会活动的创新，争创名优品牌，提升我国会展的国际市场竞争力和影响力。4.加快筹建全国性会展协会，促进我国会展产业化。

5.有意识有目的推进会展产业的专业化分工与合作。这其中包括会展产业链上的分工专业化、会展活动服务专业化、业化。6.重视现代信息技术的应用关注互联网的发展给会展带来的契机。

四、中国会展业发展展望：

会展业是我国今后十年最具发展潜力的十大行业之一：首先，我国社会主义市场经济体制的进一步完善将有利于全国市场体系的形成，这将为我国会展业持续发展和实现质的飞跃，提供更加有利的体制环境和体制保障。

其次，我国经济总量的持续增长、产业结构的调整和第三产业的全面发展为我国会展业的发展提供强有力的产业背景支持和基础设施支撑。金融、物流、旅等服务业的发展和城市交通、通信等基础设施的改善，将为会展业提供更好的配套设施和服务。

再次，世界经济全球化和区域化发展，我国的全方位对外开放，将带动我国会展业向更高的层次发展。[参考文献] [1]敖汉华.我国会展经济发展中的政府定位[J].江西金融职工大学学报.2024(1).[2]张纯记.中国会展经济的发展现状、问题与对策[J].北京市经济管理干部学院学报，2024(6).[3]陈小民;我国会展经济的发展现状、问题及对策[J];市场论坛;2024年08期.

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！