

<<会展>>

图书基本信息

书名：<<会展>>

13位ISBN编号：9787802117853

10位ISBN编号：7802117852

出版时间：2011-12

出版时间：中央编译出版社

作者：涂成林 等著

页数：247

字数：245000

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>

<<会展>>

内容概要

在国际经济舞台上，会展业素有“城市经济的助推器”、“城市的面包”、“走向世界的窗口”等各种说法。

由于会展业具有强大的产业联动、经济辐射、城市营销的功能，而且还具有现代城市发展所追求的绿色、无烟、朝阳的经济形态，因此，国际上各类城市都对会展趋之若鹜，使会展业成为“城市经营者”们的首选政绩。

会展业与城市之间的天然联系，会展业对城市发展的巨大推动作用，需要我们进行认真的研究与探讨。

因此，通过理论分析和实例研究，确立会展业在城市发展中的合理定位和综合效能，对于提高城市经营能力以及城市区域竞争力，无疑是一个既有重要理论意义又有现实意义的重要课题。

一般说来，城市会展经济是以城市会议和展览设施为依托，以城市本身的经济基础、产业结构、消费结构、人文环境等为基础条件，通过专业化的运作主体、市场化的运作方式和现代化的运作手段，以展览和会议作为主要载体，能够为城市和运作主体带来经济、社会效益的经营、管理活动。

会展业因其直接性、自由性、集中性和经济性等特点而具有强大的经济辐射功能、政治传播功能、文化教育功能和营销管理功能。

作为现代城市发展的重要动力之一，城市会展经济不仅能实现城市的人员、资金、技术、物资交流，带动城市经济社会的综合发展，而且能够极大地促进信息的生产和流通，实现对经济社会资源的整合和重组，最终实现城市整体发展的良性循环。

一旦会展业与城市发展之间形成某种良性的互动，就会产生一种集聚效应和辐射效应，从而带动城市的经济发展、城市形象的改善以及市民生活质量的提升。

以此为基础，本书具体探讨了城市会展经济的五大模式，即政府主导型、城市产业推动型、城市文化和旅游环境驱动型、城市产业和市场优势双推动型以及城市综合实力推动型。

我们认为，会展业要实现与城市发展的良性互动，必须具备相应的支撑体系，包括市场支撑体系、组织支撑体系、基础支撑体系、媒介支撑体系。

会展业对现代城市发展的影响集中体现在二者的良性互动，双方互动的模式主要有全面性互动模式、单体化发展模式以及国际化发展模式等。

本书集中研究了会展业与城市发展各个方面的互动效应。

首先是会展业与城市产业发展的互动关系，包括会展业与城市农业的关系。

会展业与城市工业发展的关系，以及会展业与城市第三产业、特别是现代服务产业的互动效应等。

我们认为，会展业作为现代服务业的高级形态。

不仅加快了城市服务业的升级步伐，提高了城市服务业水平标准化以及实现了城市服务业国际化，而且带动了一批新兴的与城市会展相关的现代服务业的形成，与城市服务业发展实现了良性的对接与互动。

而日趋完善的城市服务体系则为会展业提供了优质的办展环境和强大的会展市场，由此提高了城市会展的质量。

本书也探讨了会展业与城市文化的互动关系。

所谓城市文化，指的是城市市民在长期的社会实践和生活中，共同创造的、体现出鲜明的城市特点的文化模式，它是城市生活环境、生活方式和生活习俗的总和。

会展业作为都市文化产业的一部分，对城市文化发展起着重要的作用，它提升了城市文化的亲和力，提高了市民的文化素质，推动了文化产业的发展，也丰富了城市文化。

同时，城市文化的发展也促进了会展业的发展与提升，具体表现在，深厚的城市文化提升着会展的知名度和吸引力，城市文化的发展提升了会展的人文环境。

会展与城市文化的共同促进、共同发展，有效地改善了城市的生活品质和城市的整体形象，提高了主办城市的知名度，强化了城市品牌的塑造。

本书还探讨了会展业与城市经营的互动关系。

一般说来，城市经营是在市场经济条件下，关于城市建设与管理的一种新理念，城市规划、城市营销

<<会展>>

和城市管理都属于城市经营的范畴。

会展业不仅本身就是城市经营的一个组成部分，而且能够极大地提高城市经营的水平和质量。

本书具体探讨了城市规划、城市营销和城市管理与会展业之间存在的千丝万缕的联系。

从城市规划的角度看，需要从城市发展目标来规划会展场馆、酒店、交通等会展基础设施的建设；从城市营销来看，会展业对城市营销具有某种助推器效应、名片效应和品牌效应，我们可以说，会展业是城市营销的利器，会展业也是打造城市品牌的王牌，会展业全面提升了城市的形象；从城市管理来说，会展业的发展往往会对城市管理提出新的更高的要求，而有效的城市管理则可以为会展业的发展提供良好的市场环境，促进会展业的健康有序可持续的发展。

为了进一步说明会展业与城市发展的关系，本书还辟出专门的章节，对会展业与城市发展实现良性互动的国内外实践案例进行了具体的分析和比较，形象地阐明会展业与城市发展之间那种“展不离城、城不离展”的相互关系，即两者互相依赖、相互促进、相辅相成的关系，同时，也借此说明了“会展兴城、会展旺城”的良性互动效应。

作者简介

涂成林，湖南岳阳人，博士，现任广州市社会科学院软科学研究所所长、研究员。

主要研究方向：科技哲学与科技政策研究，马克思历史哲学，城市发展研究等。

主要社会兼职：中国现代外国哲学学会理事，广州股份经济研究会副会长，华南理工大学兼职教授。

自1998年起，先后赴澳大利

书籍目录

内容摘要Abstract第一章 导论 第一节 研究背景和意义 一、研究背景 二、研究意义 第二节 国内外研究概述 一、国外相关文献综述 二、国内相关文献综述 第三节 本书的内容与结构 第四节 研究方法第二章 会展业与城市发展互动效应的基础 第一节 会展经济发展的基本条件 一、城市与会展经济 二、会展业对城市的高度依存关系 三、会展经济对城市发展的功能 第二节 会展经济的模式 一、政府主导型 二、产业推动型 三、人文、旅游环境驱动型 四、产业和市场优势双推动型 五、综合实力推动型 第三节 会展与城市的互动 一、会展与城市的互动关系 二、会展与城市互动发展支撑体系 三、会展与城市互动的模式第三章 会展业与城市经济的发展(上) 第一节 产业的基础理论研究 一、产业布局理论 二、产业结构优化理论 三、产业关联理论 四、产业集群理论 第二节 农业会展与城市经济的发展 一、城市农业展会发展概述 二、会展对城市农业经济的产业拉动效益分析 三、城市农业经济的发展促进会展业的繁荣 第三节 会展与城市工业经济 一、工业与城市经济发展概述 二、会展对城市工业经济的影响与效益分析 三、城市工业推动会展业发展的效益分析第四章 会展业与城市经济的发展(下) 第一节 服务产业的基础理论研究 一、服务产业发展演变过程中的阶段理论 二、结构变动与服务经济理论——配第一克拉克定理 三、产业服务化——新工业主义理论 第二节 会展业与城市服务经济的宏观分析 一、服务业与城市经济概述 二、会展业拉动城市服务业的综合效益分析 三、城市服务业的发展繁荣了会展市场 第三节 会展业与城市微观服务业 一、会展业与城市旅游业的发展 二、会展业与城市餐饮酒店业的发展 三、会展业与城市交通、通讯业 四、会展业与城市零售业 五、会展业与城市物流业 六、会展业与城市保险业第五章 会展与城市文化形象 第一节 城市文化与城市形象概述 一、城市文化的内涵与特征 二、城市形象的内涵与特征 三、城市文化与城市形象 第二节 会展与城市文化 一、会展活动的文化效应 二、文化的会展推动效应 第三节 会展与城市形象 一、会展经济提升城市形象 二、城市形象打造会展品牌第六章 会展与城市经营 第一节 会展与城市规划 一、概述 二、会展与城市规划的关系 三、我国会展规划与城市规划不协调的表现 四、正确处理好城市规划与会展发展的关系 第二节 会展与城市营销 一、概述 二、会展与城市营销的辩证关系 三、我国会展与城市营销不协调的表现 四、促进会展与城市营销的协调发展 第三节 会展与城市管理 一、概述 二、会展与城市管理的关系 三、我国会展发展与城市管理存在的问题 四、促进会展与城市管理协调发展第七章 从国内典型案例看会展与城市的互动效应 第一节 经济类会展与举办城市的互动效应 一、“广交会”与现代城市经济的发展 二、“义博会”与区域经济的发展 二、三、顺德家电展与顺德的产业进步 第二节 旅游、会议型会展与举办城市的互动关系 一、西博会与杭州的城市经营 二、世界同博会与昆明的名片效应 三、亚洲论坛与博鳌的异军突起 四、2010年世博会与上海未来发展 第三节 体育竞技运动会与举办城市的互动效应——2008年北京奥运会与2010年广州亚运会的效益预测 一、2008年奥运会与北京 二、2010年亚运会与广州第八章 从国际典型案例看会展业与城市发展的互动 第一节 西方发达国家会展业发展概述 第二节 经济类会展与城市发展的互动效应 一、工业博览会与汉诺威 二、国际家具展与巴黎 三、亚洲航空航天展与新加坡 第二节 国际性会议与现代城市发展的互动效应 一、日内瓦 二、维也纳 三、巴黎 四、纽约 第三节 体育竞技类活动与城市发展的互动效应 一、2000年悉尼奥运会 二、2002年釜山亚运会 三、2006年德国足球世界杯结语参考文献后记

章节摘录

会展业的发展与城市文化发展也存在着密切的关系，不过会展业与城市文化之间的互动主要是以一种潜移默化的方式进行的。

会展业不仅给城市经济发展带来巨大动力，其影响力还会向纵深发展，对促进城市文化的发展和市民文化素质的提升起到重要的作用，同时，会展业的发展还有助于推动城市文化产业的发展、对丰富城市文化内容起着重要的作用。

反过来，城市文化作为会展业发展的一个重要平台，对会展业的发展也有着十分深远的影响，它有助于提升会展业知名度、为会展业发展提供动力、改善会展业发展软环境等。

从会展业与城市形象和品牌塑造的关系来看，举办会展能吸引大量海内外的客商来到城市参展、购物、旅游观光等，为城市对外交流、展现自我形象提供了大好机会。

具体上讲，会展能推动本地区及其周边地区的发展，促进城市产业结构调整，促进城市基础设施投资，促进政府管理水平的提高，从而大大提升城市的发展形象、环境形象和政府形象。

同时，举办会展必将投放的大量广告宣传，对提高主办城市的知名度和国际影响力也会产生积极作用。

而城市是会展业发展的基础平台，良好的城市形象无疑有利于打造会展业的品牌。

一方面，良好的城市形象能够加强市民的凝聚力，增强公众对政府的信任感，提高市民的参与意识，增强办展的信誉度和展会质量；另一方面，城市形象有利于展现城市的特征，提升会展的知名度，也有利于吸引会展人才。

会展业与城市经营也存在着良性的互动关系。

一般来说，城市经营是一个比较宽泛的概念，包括城市规划与建设、城市营销、城市管理等一系列内容，本书在探讨会展业与城市经营的互动效应时，是从会展与城市规划、会展与城市营销、会展与城市管理三个方面分别展开论述的。

首先看城市规划。

我们认为，城市规划是会展发展的前提和基础，对会展发展和演进起着重要的指导与控制作用。

其一，城市规划是否合理直接影响到会展业的发展前景。

其二，城市规划可以引导与调控会展业更加理性地发展。

其三，没有城市规划，会展的建设就会失去方向和发展的依据。

因此，会展场馆和周边环境规划必须要以城市规划为前提。

而与此同时，会展的发展也给城市规划实施带来新的活力。

会展业在城市规划和城市发展中占据着非常重要的位置，它是城市规划的重点与亮点。

编辑推荐

《会展：现代城市发展的杠杆》试图在总结、梳理前人对会展业与城市发展的相关研究的基础上，从会展业与城市发展双向互动的角度入手，以会展理论、城市经营理论、区域竞争力理论、城市竞争力理论为基础，结合国内外一些知名的案例分析展开综合研究，力图寻找会展业与城市发展的互动机理和发展方略。

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>