



中国会展经济研究会

China Convention & Exhibition Society

[首页](#)[本会介绍](#)[本会要闻](#)[行业动态](#)[研究成果](#)[特别奖项](#)[政策法规](#)[会员之家](#)

最新更新

- 政府海外展会资助项目对参展商参
- 德国政府主导型展会概况与比较研
- 我国会展旅游市场的要素及运作模
- 整合会展媒体的力量，促进会展业
- 谈谈中国会议业的发展
- 会展经济与城市品牌联动效应研究
- 基于效益双方视角的展会后续工作
- 城市政府如何扶扶扶优会展企业
- 国际会展中心城市的评价模型：理
- 浅论绿色会展的发展模式和策略

搜索: [站内搜索](#)

热门关注

- “十一五”中国会展业的基本情况
- 浅论绿色会展的发展模式和策略
- 德国政府主导型展会概况与比较研
- 我国会展旅游市场的要素及运作模
- 会展经济与城市品牌联动效应研究
- 国际会展中心城市的评价模型：理
- 基于效益双方视角的展会后续工作
- 谈谈中国会议业的发展
- 整合会展媒体的力量，促进会展业
- 城市政府如何扶扶扶优会展企业

当前位置: [中国会展经济研究会](#) >> [研究成果](#) >> [论文集](#) >> [2011论文集](#) >> [第一章 中国会展宏观政策研究](#) >> [浏览文章](#)

德国政府主导型展会概况与比较研究

来源: 本站原创 作者: 佚名 日期: 2011年05月05日 访问次数:

德国政府主导型展会概况与比较研究

杨斌

【内容摘要】

政府主导型展会长期以来都是我国展览业展会运作的重要模式之一，围绕此种模式优劣势的争论近年来一直没有停止。鉴于德国展览业是介入我国展览业最早和最深的外资展览业，因此了解德国政府介入展会运作的具体模式对于我国政府主导型展会的发展具有一定的借鉴和参考意义，本文尝试以德国政府型展会进行比较研究并提出我国展览业可以借鉴的相关的观点。

【关键词】

德国；政府主导型；展会

政府主导型展会长期以来都是我国展览业展会运作的重要模式之一，围绕此种模式优劣势的争论近年来一直没有停止。作为展览业世界头号强国的德国是否也存在着政府主导型展会的运作模式？对此业内一直没有能够系统的了解，基本停留在德国政府在资金投入和场馆建设上大力支持展览业发展的宏观认识层面，对德国政府在展会具体运作层面的介入模式了解甚少。由于德国在国际展览业处于重要地位，德国展览业也是介入我国展览业最早和最深的外资展览业，了解清楚德国政府介入展会运作的具体模式对于我国政府主导型展会的发展具有一定的借鉴和参考意义。

一. 德中两国政府介入展会运作的背景分析

德国政府如何介入展会的具体运作？与中国政府主导型展会模式相比有哪些异同？回答这个问题必须注意三个背景：德国市场经济的发展程度；德国展览业的发展阶段；德国行政管理体制的模式。

两国所处的市场经济发展程度不同

德国处于完全的市场经济状态，十分强调自由竞争在社会经济政策体制中的作用与地位，同时德国的社会主义市场经济是一种完全法律化的经济体制，市场经营主体的信用体系完善。在这样的背景下，政府作为一种公共社会资源如果直接参与到展会的具体运作层面，一方面会在一定程度上破坏自由竞争的市场规则，另一方面在完全的法制化环境和完备的信用体系的前提下，政府也完全没有必要直接介入展会的具体运作层面。相比之下，我国的市场经济发展程度相对较低，市场经营主体的信用体系的建立还不够完善，政府的公信力优势使其如果介入到展会主办层面会大幅度提高展会的竞争优势，这是我国市场经济发展程度所决定的。在这种背景下，德国展览业并不存在各级政府直接作为主办或者承办单位的展会项目。

两国展览业的发展阶段不同

德国展览业走过了100多年的发展历程，中国从出现真正意义上的专业贸易类展会到现在不过20余年的历史，两国展览业所处的发展阶段完全不同。德国政府在一战和二战后对于本国展览业的恢复和发展都给予了大力的支持和深度的参与。随着战后德国经济的恢复和崛起，德国展览业从上世纪60年代开始一直到上世纪末一直处于高速增长阶段。在德国展览业目前处于高度发达阶段的时候，德国政府如果还去介入展会项目的具体运作层面，其意义和必要性何在？

两国的行政管理体制不同

德国是联邦制国家，由16个联邦州组成，政府实行联邦、州、地方三级行政管理体制，各级政府分别对各自所属区域的议会负责。德国联邦政府并没有被赋予管理展览业的职能，更不允许参与展览业的具体运作。2005年，德国社民党（SPD）当政时期，时任联邦总理施罗德在德国联邦众议院回答基民盟/基社盟（CDU/CSU）议会党团有关德国展览业发展的众多质询问题时，也曾明确表示：德国联邦政府不会参与任何展览场馆和展览项目的具体运作，也不会给予直接的财政支持。在德国联邦政府层面，与展会事务直接相关的只有一个部门，即联邦德国经济技术部展会政策与国外展会参展业务部，其主要任务是负责德国政府世博会的参展事务，同时为德国中小企业在国外的参展提供支持。因此我们所指的德国政府介入展会的具体运作，这里的政府一定是德国的州一级或者市一级政府，不包括联邦政府。相比之下，我国有很多国家部委一级甚至中央政府直接挂名主办的展会项目，这也是由于两国行政管理体制不同而形成的差异。

二. 德国政府主导型展会三种运作模式例证分析

由于德国绝大多数展览公司都是展馆经营型的国有展览公司，即展览公司既是展馆的拥有者和经营者，同时也是众多品牌展会的主办者，而其展览公司所在城市或州的地方政府是该公司最大的股东，因此从这个角度看，德国绝大多数品牌展会的最终拥有者都是德国地方政府，但展览项目的具体运作事务由国有展览公司负责，政府并不直接参与展览项目的具体运作。但从另外的角度看，德国政府是否直接介入了部分展会的具体运作？回答是肯定的。根据介入方式和介入的目的不同大致可以分为以下三种模式，即政府支持型、政府发起型、政府运作型。这三种模式的政府参与程度是逐渐递进的。

政府支持型

政府支持型展会是政府给予了该展会特殊的优惠政策，在人力和财力方面给予特殊的倾斜。此类展会一定是属于当地展览业的旗舰级展会，具有非常强的品牌拉动效应，一定不仅允许专业观众入场，也同样允许普通公众入场，一定能够充分起到城市营销的作用，利用该展会在某个行业或领域为该城市定位。有时，该类展会的所有权不一定属于当地政府。

案例一：纽伦堡玩具展（Spielwarenmesse）：积极实现世界玩具之都的定位

作为全球最大的玩具行业的展览会，纽伦堡国际玩具展迄今已经举办了62届，在“享受，在玩具展会城市”（Enjoy Toy Fair City）的主题下，纽伦堡市为所有玩具博览会的观众提供了从购物到餐饮，从夜生活到文化活动的系列丰富多彩的商业、旅游和文化项目。从展会主办方为为期六天的展会专门制作的厚达56页的活动目录手册就可以感觉到，所提供活动项目的丰富程度。

为了给玩具博览会的观众在展会期间提供周到的城市服务并且营造祥和的气氛，在纽伦堡市政府的统一协调下，来自包括纽伦堡工商业联合会，纽伦堡市酒店业联合会，餐饮业协会及各自的会员单位联合为展会活动进行积极筹备，各界联合开展的城市营销活动充分实现了“享受，在玩具展会城市”（Enjoy Toy Fair City）的主题初衷。

1) 门票在手，增值服务多多

★持有有效的展会门票可以乘坐纽伦堡市区范围内的任意公共交通工具

★持有效展会门票，在展会期间，可以在购物，文化和旅游等各项活动中享受特殊的优惠

★展会期间，在纽伦堡老城区开辟临时的纽伦堡市特产专柜，持有效门票的观众在此处可以以20%的折扣享受纽伦堡当地特产，比如纽伦堡小香肠，啤酒，各类蛋糕和葡萄酒

2) 统一协调，全民参与

在纽伦堡市政府的统一协调下，纽伦堡市各界都在展会的主题下联合起来共同筹备各项活动，不仅是展览公司，甚至酒店经理、出租车司机、媒体记者以至于全市人民积极地参与到玩具博览会的筹备和服务中来。

3) 营造气氛，提升形象

从各项专门为展会开发的促销活动到各类优惠措施，以至到展会举办期间每天晚上的城市焰火无不给人以“享受在玩具展会城市”的切身感受，这些举措无疑在增加展会相关收入的同时进一步增强了纽伦堡国际玩具博览会参与者的忠诚度，在此基础上，提升了纽伦堡国际玩具博览会及举办地——纽伦堡市的形象和知名度。

虽然纽伦堡市政府或者该市所在的拜仁州政府均不对纽伦堡国际玩具展拥有产权，但纽伦堡市政府依然发挥政府的统一协调优势，调动城市各界广泛参与，共同营造气氛，以展会带动旅游，以旅游促进展会发展，实现了城市营销与展会营销的完美融合，将纽伦堡打造成世界的玩具之都。

点评：该展会项目具有政府支持型展会运作模式的所有特征，纽伦堡市政府在该展会中投入的人力和物力支持是其他在纽伦堡举办的展会项目所不能比拟的。

案例二：莱比锡书展（Leipziger Buchmesse）：文化及政治目的并重

莱比锡书展具有悠久的历史。近代国际书展，都是起源于19世纪初叶的德国莱比锡书展。莱比锡从18世纪起就是德国的文化中心，云集了当时德国最著名的出版社，成为最重要的出版基地。战后，德国分裂为二，莱比锡书展在东德时期失去了往日的辉煌，德国统一后，莱比锡图书奋起直追，从单一的书展发展成为集图书业、出版业、图书馆管理和旧书古籍业于一体的国际性书展，成为德国仅次于法兰克福书展的第二大书展。其与法兰克福书展不同的地方在于：专注于“阅读”以及作家与读者之间面对面的交流，与法兰克福书展相比更加强调普通读者的参与。莱比锡书展特别力推东欧作家及中欧及东欧的出版社，无论从数量还是从质量上都给予大力宣传，现已成为东欧国家出版社参展的最佳平台。

两德统一后，莱比锡书展作为作家的展览会，在莱比锡市政府的倡导及大力支持下，在展会期间，特别举办“莱比锡朗读”（Leipzig Reads）文化节。每届文化节期间，都有数千位作家云集莱比锡，数以万计的观众聆听了他们朗读作品。展会期间，莱比锡市政府还参与“新欧洲的莱比锡论坛”的筹办，共同探讨欧盟各国的文化融合。

点评：莱比锡市政府大力支持书展有两个重要的目的，其一是文化目的：利用书展挖掘城市的文化内涵，为城市积极进行高品质的文化定位。其二是政治目的，利用自身地理位置的优势及与东欧国家历史渊源的优势，利用文化纽带，积极将自己塑造成为东西欧交汇的最佳平台。

案例三：CeBIT：政府该出手时就出手

汉诺威国际消费电子、信息及通信博览会（CeBIT）随着互联网及信息技术在上世纪末如火如荼的发展而一路狂飙，一度成为德国展览业旗舰级展会。从2006年开始，该展会开始逐渐萎缩，但仍旧是汉诺威的名片式展会。汉诺威市政府及该市所在的下萨克森州政府对该展会采取了不遗余力的支持态度，除了人力和物力支持外，还直接提供资金支持。

2005年11月，三大行业巨头企业声明退出2006年CeBIT的风波未平的时候，又从CeBIT的主办方——汉诺威展览公司传来另一个消息，2006年的CeBIT展会门票将不再是汉诺威地区公共交通车票，所有展会观众必须自行购买公共交通车票往返汉诺威展览中心。

汉诺威展览公司当时向媒体宣布：鉴于每年其需要向汉诺威地区公共交通公司支付100万欧元从而换取观众可以在CeBIT展会期间免费使用汉诺威地区公共交通服务，该项费用所造成的财政负担过于沉重，所以尽管在公共交通公司今年承诺给予展览公司20%折扣的情况下，汉诺威展览公司仍然决定与该公司解除已经执行7年的合同。从2006年开始，汉诺威展览公司准备不再为CeBIT观众买单。一时间舆论哗然，很多媒体和观众都极力反对该项决定，在CeBIT展会期间，汉诺威市区的公共交通每天将在日常客运量的基础上至少增加运送21万观众和展商往返于展览中心和汉诺威城市各区域，取消门票作为车票的决定将会导致汉诺威的城市交通趋于混乱，也直接影响到观众的参观秩序和参观质量，绝大多数观众不得不在售票窗口或者自动售票机前排起长龙。每年CeBIT期间，汉诺威公共交通公司将会临时开通从汉诺威机场直达展览中心的临时火车，而2006年因为汉诺威展览公司取消了合同，该临时火车也将取消，届时，所有从机场赶来参观展会的观众不得不辗转抵达展会现场。CeBIT作为汉诺威展览公司的拳头展会，同时也成为汉诺威作为世界一流展会城市的象征，汉诺威展览公司此举所造成的负面作用是巨大的，无论是展会的品牌形象还是汉诺威作为世界展览名城形象都将因此受到影响。在这种展会形象危机的关键时刻，政府果断出手，决定由下萨克森州政府、汉诺威市政府和汉诺威展览公司三家共同出资承担该笔费用，其中汉诺威展览公司承担20万欧元，汉诺威市政府承担19万欧元，下萨克森州政府承担剩余的大部分。

点评：德国政府在涉及重量级展会项目运作的关键时候一定会进行干预和影响。

政府发起型

政府发起型展会是指该展会最初的创建是政府意愿或政府行为，主要以促进本地区宏观经济和贸易的全面发展，或者定向提高该地区某些具有优势的特定产业的发展为目的。从目前德国此类展会的分布情况看，综合性展会在政府发起型展会中占一定地位。此类展会中有相当一部分是德国在二战结束后，即上世纪40年代末和50年代初为了加速恢复经济发展而创立的展会项目，此类展会大多以展会主办地的城市名称命名，展会名称中大多不体现行业属性。

案例四：汉诺威工业博览会（Hannover Messe）：德国的“广交会”

作为汉诺威展览公司当家两大展会之一的汉诺威工业博览会（另一大是CeBIT）无疑是汉诺威乃至德国展览业的旗舰展会，该展会在最高峰（1999年）时候，展商数量高达7689家。追溯该展会的历史，从1947年创办至今已举办过64届，该展会的历史只比汉诺威展览公司的历史短两天，第一届展会在1947年8月18日开幕，8月16日，汉诺威展览公司刚刚完成商业注册。当时的德国尚处在盟军分割占领时期，汉诺威属于英国占领区，当时的占领区当局决定通过举办展会来促进德国国内经济的快速恢复。当时还没有专业贸易类展会的概念，综合类展会仍然是展

会模式唯一的选择，因此建立之初的汉诺威工业博览会实际定位为：德国出口商品交易会，这与10年之后于1957在中国广州开始举办的广交会的定位是一致的。事实上，直到1977年，当时的汉诺威工业博览会一直沿用综合类展会的模式，不仅包括工业类产品，也包括消费类轻工产品，包含的产品题材相当广泛。当时的汉诺威工业博览会为德国经济，特别是出口经济的快速发展立下了汗马功劳。从1978年开始，轻工业消费品从当时的汉诺威工业博览会中分离出来，展会定位为工业类产品贸易展，逐步形成了今天的汉诺威工业博览会。

点评：追溯汉诺威工业博览会的发展史实际就是在追溯德国战后出口经济恢复和发展的历史，该展会的创立、举办及发展具有非常明显的政府行为烙印，德国社会及德国政府对汉诺威工业博览会具有非常深厚的历史情感。时至今日，每年四月举办的汉诺威工业博览会开幕式的主席台上一定会有德国联邦总理的席位，这在世界品牌大展云集的德国是少见的。作为德国历史上的“广交会”，汉诺威工业博览会是最具典型性的政府发起型的展会实例。

案例五：萨尔国际博览会（Saarmesse）：德国地区性国内展会中政府发起型模式的典型案例

1950年开始举办的德国萨尔国际博览会虽然到目前为止已经举办了61届，但由于仍然属于主要服务于德国最小的联邦州——萨尔州的德国地区性国内展会，因此，中国国内对这个展会并不熟悉。但该展会可以作为德国地区性国内展会中由德国政府发起的典型案例。

战后，目前德国萨尔地区在当时的主权归属不明确，德国和法国均声称对其拥有主权，当时的自治当局同样为了促进当地经济的恢复发展而发起创建了萨尔博览会，该展会的创立为萨尔地区经济的快速恢复起到了重要的桥梁作用。由于当时萨尔区主权归属待定，法国官方曾经组织大批法国企业参展。1957年，萨尔通过全民公决后正式确立了作为联邦德国一个州的法律地位，因此从1957年开始，该展会流失了大批法国展商。萨尔区逐步纳入了德国的经济体系，当时的萨尔州经济总量和规模均很小，德国联邦政府给予了相当幅度的经济资助，其中包括对萨尔博览会的支持，时任德国外长根舍亲自担任萨尔博览会组委会的名誉主任，亲自参与萨尔博览会的推广和营销，使得萨尔博览会的规模作为区域类综合展会逐步壮大，时至今日，已经发展成为每届展会拥有来自近20个欧洲国家600家展商参展，超过17万观众参观的综合性区域博览会，很好的服务了萨尔区经济的发展。

点评：德国展览业在二战前就具有相当的规模和影响，二战后，德国政府大力运用展会工具促进经济恢复和增加国内产品的出口。因此德国政府在上世纪40年代末和50年代初曾经深度的介入过展览业的恢复和发展，也曾经发起创办了很多今天在不同行业具有世界影响力的品牌展会项目。时至今日，萨尔布吕肯市政府（萨尔博览会的举办城市，同时也是萨尔州州府）仍然作为萨尔博览会的名誉主办单位。即便是名誉主办单位，在德国展览业，这样的模式也是极少见的，由此可见在萨尔博览会这个具体的展会项目上，政府发起和参与的力度。

政府运作型

政府运作型展会首先是政府发起型展会，在此基础上，政府通过组建具有其背景的商业公司间接参与展会的具体运作，此种模式的展会运作可以称为政府运作型展会。该类型展会与政府发起型展会的重要区别是：发起创建展会的地方政府在组建德国展览业常见的当地的展览场馆运营型国有展览公司的同时，也并列组建了一个不具有场馆运营职能的非场馆运营型展览公司，这类公司的法律形式都是有限责任公司，名称有两种较为常见，第一种是“经济旅游和展览有限公司”，第二种是“经济促进有限公司”，其中尤以第二种叫法较为普遍。第一种叫法明确界定了公司的任务是促进本地区经济、旅游和展览业的发展。第二种叫法更为概括和笼统，但其实涵盖了第一种叫法所赋予公司的任务。无论哪种叫法，整体功能定位大致类似于我国香港旅游发展局和香港贸易发展局的联合职能。

此类具有展览业务的非展馆运营型经济促进有限公司与常见的展馆运营型展览公司的共同点是：公司的大股东均为当地政府，政府各部门的高层官员同时是该公司监事会成员。政府运作型展会一般拥有两个主办单位，第一主办单位是经济促进有限公司，第二主办单位是展馆运营型展览公司，实际上是将展览项目的运营和展览场馆的运营分开，但两个公司均受到政府的控制和管理。

需要注意的是，这种将展会运作独立出来单独受政府管理的展会运作模式目前仅限于德国中小展览城市。大型展览城市的地方政府并没有使用这种展会运作模式，依旧是由具有展馆经营型的国有展览公司直接负责展会的具体经营。

案例六：德国国际太阳能展（Intersolar）：政府发起并运作的针对专业市场的展会模式

德国国际太阳能展是1991年由德国弗莱堡市政府控股的弗莱堡经济旅游和展览有限公司发起并主办的针对太阳能及光伏行业的专业贸易类展会，该展会最初的举办地是弗莱堡展览中心。德国弗莱堡是世界闻名的太阳能之城，拥有全欧洲最大的太阳能开发利用研究机构，已经形成了太阳能研究所、太阳能企业、供货商和服务部门一体化的太阳能经济网络。当时弗莱堡政府立足该市所具有的优势行业，开发并直接运作了当时的弗莱堡国际太阳能展。作为新能源行业，太阳能行业在本世纪头十年得到了突飞猛进的发展，极具眼光的弗莱堡市政府早在1991年就瞄准了这个展会题材，使得该展会的规模迅速壮大，成为欧洲乃至世界太阳能行业的头号展会。到了2008年，原来的主办地，弗莱堡展览中心和弗莱堡市，无论在场馆规模还是城市的酒店、餐饮和交通等硬件设施上已经无法满足展会规模快速增长的需要。在这种背景下，展会从弗莱堡转移到慕尼黑举办，慕尼黑展览公司只出租展览场地给展会的主办方：弗莱堡经济旅游和展览有限公司。慕尼黑展览公司本身并不参与任何展会的主办工作。

案例七：德国胡苏姆风能展（HUSUM WindEnergy）：与德国国际太阳能展有异曲同工之妙

德国胡苏姆风能展的发展背景和过程具有几乎与德国国际太阳能展完全相同的模式。由德国胡苏姆市政府控股的胡苏姆经济促进有限公司于1989年在胡苏姆展览中心创建了每两年举办一届的胡苏姆国际风能展。与弗莱堡市具有太阳能产业资源优势相同，胡苏姆在风电领域同样具有完整的产业链。风能作为清洁能源之一，同样在本世纪头十年获得了快速发展。与德国国际太阳能展完全类似，胡苏姆风能展的规模也在近年来得到了迅猛的扩大。2008年，汉堡展览中心同题材展会项目——汉堡国际风能展（Wind Energy）寻求与胡苏姆风能展的合并，经过双方谈判，最终达成合作协议：双方共同主办合并后新的胡苏姆风能展，举办地点仍在胡苏姆展览中心，胡苏姆经济促进有限公司作为第一主办单位，汉堡国际展览公司作为第二主办单位。创造了小型展览公司吞并大中型展览公司同题材展会的新模式。

案例八：不莱梅渔业博览会（fish international）：通过展会做大本地区优势产业的又一例证

不莱梅渔业博览会作为世界上最著名的渔业贸易博览会之一，是由不莱梅经济促进有限公司于1988年在不莱梅展览中心创办，每两年举办一届。作为德国第二大海港，不莱梅市政府充分利用不莱梅国际渔业博览会打造自己在德国和欧洲渔业产业中心的地位。

点评：案例五、案例六和案例七均体现了以下特点：德国地方政府发起并利用自己城市的展览硬件设施，通过自己控制的城市经济促进有限公司直接运作在自己具有优势产业资源的展览题材上的专业展会项目，一方面确立自己该产业在一定区域范围内的中心地位，同时进一步推动本地区该行业产业链的发展。

案例九：巴登地区家居及生活用品展销会（BADEN MESSE）

巴登地区家居及生活用品展销会是每年9月在德国弗莱堡举办的面向普通公众的家居及生活用品展销会，不属于专业贸易类展会，是面向终端消费者的区域性综合展销会，展会于1961年创建，由弗莱堡市政府控股的弗莱堡经济旅游和展览有限公司发起并主办，旨在推动所属行政区域内的贸易发展。每届展会为期9天，有600家展商参展，吸引了来自德国、法国和瑞士的超过8万名观众入场参观。2009年的统计数据显示，有超过83%的到场观众在展会上进行了交易。展会主办方通过地方媒体及时并全面的为该展会进行各类形式的广告投放。

案例十：不莱梅家居消费品展销会（HanseLife）

与案例九所示展览题材完全相同，同样是面向终端消费者的大型家居生活用品展销会，由不莱梅经济促进有限公司于2007年在不莱梅展览中心创建，每年一届，为期9天。2009的统计数据显示，该展会吸引了600家展商参展，近7万名公众参观。

点评：案例九和案例十的定位完全相同，政府背景的展览经营公司不仅要打造具有本地区产业优势的专业贸易展，同时也要通过展会工具促进区域内综合贸易的进行。

三. 德中主导型展会运作对比及借鉴

德中两国政府主导型展会在具体模式上表现出四方面的主要差异：

形式上存在间接与直接的区别

德国政府主导型展会是政府间接动用政府资源为当地展览业及展会项目的发展服务，中国政府主导型展会是政府直接出面，直接动用政府资源，直接涉足展会具体项目的运营。

市场规律是展会运作的底线

无论是否是政府主导，德国展会的运作必须以市场经济规律为底线，德国存在政府介入具体运作的展会运作模式，但不存在中国很多政府主导型展会中运用行政命令摊牌展位，不论盈亏，都有政府兜底以及只算政治账不算经济账的情况。德国政府运作性展会的模式是德国地方政府将展会项目交给由自己控制的经济促进有限公司具体运作，该展会运作方的法律定位是有限责任公司，政府在该公司成立之初进行必要的资本投入后，该公司的运作必须按照市场经济规律去运作，同时承担可能的市场风险，政府不会也不允许反复给该公司进行“输血”。

专业化展会和综合性展会的选择

中国政府主导型展会在展会形式上倾向于更多选择跨行业综合类的展会运作模式，德国在选择专业贸易类展会和综合类展会上较为均衡，并更加注重专业贸易类展会运作模式的运用。

展会运作团队的专业化程度

中国很多政府主导型展会是由政府成立临时机构或组建事业单位作为主办方，展会运作团队的专业化程度无法有效保障，展会的一线操作人员较缺乏专业化背景和操作经验。相比之下，德国在专业团队的市场化选择方面更胜一筹。

综上所述，双方差异较大的地方也正是中国政府主导型展会应该考虑进行借鉴和参考的地方。我们不妨打个形象的比喻，德国政府用无形的手引导和间接参与到德国展览业和展览项目中来，中国政府用有形的手直接参与中国展览业及展览项目的发展。我们最终做到的应该是有形中见无形，至少目前开始考虑给这只有形的手戴上手套，这样，既能确保它实际地参与，又避免他直接的接触，即政府既起到主导的作用，又必须按照市场化的规定去运作，为行业的发展创造一个良好、合理和公平的运行环境。

【参考文献】

- [1] 上海世博会德国展团官网. 2008年5月12日在科隆发布第5号新闻<http://www.expo2010-deutschland.de/zh/informieren/presse/presseinformationen/detailansicht/presstext/18/>
- [2] 德国联邦众议院官网. Antwort der Bundesregierung Drucksache 15/5403<http://dipbt.bundestag.de/doc/btd/15/054/1505403.pdf>
- [3] 纽伦堡玩具博览会官网. <http://www.spielwarenmesse.de>
- [4] 汉诺威通讯及信息技术博览会官网. <http://www.cebit.de>
- [5] 汉诺威工业博览会官网. <http://www.hannovermesse.de>
- [6] 案例数据来源：德国展览业协会（AUMA）官网展会项目数据库.http://www.auma.de/_pages/MessenDeutschland/MessenDeutschland.aspx?sprache=d

【作者简介】

杨斌，优力优国际展览集团有限公司总经理助理，负责欧洲展览项目的执行和本地化合作体系的构建。



【发表评论】 【告诉好友】 【打印此文】 【收藏此文】 【关闭窗口】

上一篇:我国会展旅游市场的要素及运作模式分析

下一篇:政府海外展会资助项目对参展商参展活动和参展成果的影响研究

发表评论

中国会展经济研究会版权所有 2009-2011

电话: 010-64240612 传真: 010-64240611 Email: cces@cces.org.cn

技术支持: 网人 本站ICP备案号: 京ICP备05069392号