

会展大咖说

庆百年华诞 话中国会展



■ 储祥银

中国会展经济研究会常务副会长;对外经济贸易大学中国国际品牌战略研究中心主任、教授、博士生导师;中国贸促会专家委员;北京市人民政府专家咨询委员会委员。

值此庆祝中国共产党成立百年华诞之际,回顾中国会展业的发展,特别是中国共产党领导下的会展发展历程,以史为鉴,激励我辈会展人坚定信心,不忘初心,奋进努力,创新发展。

一、当代中国展览的发源

有学者研究认为,当代中国展览的起源可以追溯到清末经济新政时期的商品赛会。上海地方志研究披露,1898年张之洞任湖广总督期间,下令开设“汉口商务公所”,陈列各种土特产品和工业制品。1905年清廷商部颁布《出洋赛会通行简章》,至1910年,全国已建类似机构20余家。据《中国档案报》署名文章披露,1910年南京“南洋劝业会”参展物品达100万件,历时6个月,吸引了30万海内外观众,总成交额数千万元。上海地方志办公室2018年“苏州河畔近百年前的博览盛会”文章详细介绍了1921年11月1日上海总商会商品陈列所大楼落成和首届展览会举办盛况:500多位中外嘉宾出席开幕式,会期一个月,到会参观者超过6万人次。此后,上海总商会还于1922年举办了蚕茧丝绸博览会,1923年举办了化学工业博览会,1928年举办了夏秋用品博览会等专题展。1929年,西湖博览会开启了中国大型博览活动的新纪元。

二、战争年代中国共产党领导下的展览活动

中国共产党成立以后,还在战争年代就十分重视会展活动的作用。在土地革命战争时期的中央苏区、抗日战争时期的陕甘宁边区和根据地、解放战争时期的解放区,中国共产党就曾举办多种类型的展览活动,利用展览宣传发动群众,组织物资交流,促进经济发展,支援前线胜利。

据岭南师范学院夏松涛研究,土地革命战争期间,1931年和1932年,在中

央苏区福建汀州举办过两次金塔银塔展览会等。抗日战争时期,在陕甘宁边区延安举办了工人制造品竞赛展览会、农产竞赛展览会、工业展览会、农工业展览会、全国报刊杂志展览会、边区生产展览会、卫生展览会、边区建设展览会等。解放战争时期,在解放区举办了脱字棉展览会(邢台)、农具展览(哈尔滨)、工业品大展览(临清)、农业品展览会(邢台)、北平工业品展览会、“公、私营工业及手工业产品展览会(张家口)”、大连工业展览会,等等。

三、新中国建立至改革开放期间的中国会展

新中国成立至1978年改革开放,是中国社会主义政治、经济制度确立、经济体系建设取得巨大成就的重要时期。新中国的展览伴随着不同时期社会主义革命和建设的深入不断成长发育起来,为新中国经济发展、物资流通和对外交往作出了自己的贡献。

早在新中国建国初期,中央政府就于1950年5月在北京中南海举办了农业机械展。该展历时40天,展品为国内生产的新式农具和苏联制造的农业机械。这是新中国第一个专业展,也是中国近代史以来的首个专业展。新中国党政高层官员和民主党派领导人,共有1000余人参观展览。

从新中国建国初期开始,为促进流通,扩大生产,人民政府在各地举办了各类物资交易会。物资交流、交易会成为计划经济时代物资划拨、供应和流通的重要渠道和载体,一些大会一直延续下来,发展成为现在重要的展会。

新中国从一开始就十分重视展览的国际交往功能,积极创造条件组织和参与各类国际展会。国际展览在宣传新中国建设成就,突破帝国主义封锁禁运,扩大对外经济技术合作方面发挥了十分重要的作用。早在上世纪五六十年代,中

国先后组团赴欧洲、南亚、西亚、中东等地区的许多国家,如印度、巴基斯坦、蒙古、保加利亚、叙利亚、波兰、法国、英国、马来西亚、瑞士、奥地利、南斯拉夫、匈牙利等国参展,并在蒙古、苏联、日本、埃及、越南、柬埔寨等国举办中国商品展。与此同时,苏联、波兰、捷克斯洛伐克、日本、印度、罗马尼亚、匈牙利等很多国家也相继来华办展。在外国来华举办的展览中,包括以探矿、电讯、原子能技术、仪表、电工器材、纺织机械、玻璃纤维为主题的专业展。其中,1955年10月在日本东京举办的中国商品展和1956年10月在北京举办的日本商品展,是新中国首次与西方国家相互举办的大型经贸展。

为发展新中国的展览业,同时也为了加强同当时苏联为首的社会主义阵营合作,中共中央在1952年2月决定,在北京、上海建设苏联展览馆。北京苏联展览馆于1954年9月竣工。1958年,经国务院总理周恩来提议,更名为“北京展览馆”。广州、上海、武汉的展览馆相继于1955年、1956年建成投入使用。北京、上海、广州、武汉苏联展览馆的建设首开新中国专业展馆建设之先河,在改革开放前相当一段时期内成为新中国展览活动举办的主要专业场所。

改革开放前,新中国展览界最为重大的事件是创办“中国出口商品交易会”。1955年8月,当时的外贸部向国务院请示举办“中国出口商品展览会”,并就展会名称、主办单位、展览内容、客商邀请、贸易方式、组织领导以及经费安排提出具体意见。1956年11月,“中国出口商品展览会”在广州试办成功。1957年4月25日至5月25日,首届中国出口商品交易会在广州中苏友好大厦举办。经周恩来总理提议,简称“广交会”。首届广交会展展面积9600平方米,外贸部直属外贸公司组成13个交易团以及吉林、辽宁、贵州、湖南、浙江、江苏、广西、广东等省区的27家企业参展,分设工业品、纺织品、食品、手工艺品、土特产品五个展馆,展出商品1.09万种。来自19个国家或地区的境外客商共1223人到会洽谈贸易。其中,港澳客商1021人,占83.48%。出口成交额1754万美元,多为现货贸易。在交易额中,农副产品与手工艺品占63.91%,出口港澳占64.33%。创办广交会的初衷在于打破西方阵营的经济封锁(制裁),借助毗邻港澳的地理条件,通过“转口贸易”扩大中国商品出口,尤其是恢复传统商品(如茶叶、瓷器、丝绸及手制品)的出口市场,为国内经济

建设换取外汇并稳定就业。广交会一年两届。自创办以来一直延续至今,从未间断。

这一期间,新中国还逐步建立起外贸部、贸促会协同协调的国际展览运作、管理体制和机制,为改革开放后展览产业化发展孕育了人才,积累了经验。

四、改革开放后的中国会展产业

党的十一届三中全会标志着中国历史进入社会主义现代化建设的新时期,标志着中国改革开放的开始。会展,特别是国际会展是改革开放的标志、缩影和窗口,既是改革开放的产物,构成改革开放的重要内容,还是促进改革开放的重要平台和抓手。中国会展行业改革开放与国家改革开放同步性特征非常突出。就在十一届三中全会召开前夕,1978年10月20日至11月30日,中国贸促会在北京农业展览馆举办了北京外国农业机械展览会,释放出中国对外开放的信号。展会参展商322家,来自12个国家。室内外展览面积3万平方米,展出农机设备700多台(套),举办技术交流活动205场,30多万专业观众到现场参观。时任国务院副总理余秋里出席开幕式并剪彩。

1979年7月,中共中央国务院同意在广东省深圳、珠海、汕头和福建厦门试办出口特区,1980年5月改称为经济特区。1984年国务院确定首批14个沿海开放城市,全国对外开放、招商引资的热潮兴起。此后,各级政府纷纷通过各种出口交易会(广交会以外的小交会)、经贸洽谈会、投资洽谈会等会展活动招商引资。其中比较重要的有:1987年开创的河北省利用外资引进技术暨出口商品贸易洽谈会(后为中国·廊坊国际经济贸易洽谈会)、中国东北地区暨内蒙古出口商品交易会(后为中国大连出口商品交易会),1988年闽南三角洲外商投资贸易洽谈会(后为中国国际投资贸易洽谈会)、1990年中国哈尔滨国际投资贸易洽谈会(后发展为中国俄罗斯博览会)、1991年华东进出口商品交易会、1992年乌鲁木齐对外经济贸易洽谈会(后发展为中国亚欧博览会)、中国昆明出口商品交易会(现与中国南亚博览会合并)、中国天津投资贸易洽谈会等。

改革开放以后中国会展业的发展大体可以分为:

起步阶段(1978年-1989年)。随着改革开放序幕的拉开,专门从事展览业

务主办、承办的企业或机构出现,一些香港、新加坡会展服务企业进入中国大陆,展览市场化运作开始显现。

成长阶段(1990年-2000年)。1989年后,一些国际展览活动、展会交往一度受到限制,一些已经进入的外国展览企业退出中国大陆市场。1992年邓小平南巡讲话后,中国展览迅速恢复,并进入稳步成长阶段。这一阶段,开始出现多种经济成分的展览企业,一些城市开始建设专业化展览场馆设施,展览行业由点到面逐步推开,由沿海到内地逐步延展。

全面发展阶段(2001年-2010年)。2001年中国成功加入世界贸易组织,中国会展作为一种业态正式纳入国民经济统计体系。2008年北京奥运会和2010年上海世博会的成功举办,对中国展览业的发展起到了重要的推动作用。这一期间,展览策划运营、场馆设施租赁、会展专业服务产业链服务体系基本形成,会展业发展得到社会各界的普遍关注,不少地方政府将会展业发展纳入当地经济社会发展体系,加以全面规划与促进,会展市场进一步开放。

转型升级阶段(2011年以后)。经过30多年的发展,中国展览业逐步壮大,展览数量、展览场馆设施建设都名列世界前茅。2012年,八项规定出台以后,中央办公厅、国务院办公厅多次对会展业进行清理规范。2015年,国务院发布了《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》,明确了中国展览业市场化、专业化、国际化、品牌化发展方向,全面规划了中国展览业发展的指导思想、管理原则和发展路径。中国展览业进入转型升级、提质增效发展新阶段。

2021年是“国民经济和社会发展第十四个五年规划”实施的起步年。“十四五”期间,两个百年奋斗目标交汇、两个百年未遇变局凸显,国际局势复杂多变,中国发展面临新的机遇和挑战。新的历史时期,高质量发展、双循环新发展格局、更高水平开放对中国会展业提出了更高要求,带来了新的发展机遇,中国会展业要进一步增强使命感,提高站位,找准定位,充分建设会展功能和资源整合优势,努力为双循环新发展格局、经济社会高质量发展和人民美好生活需求满足,为第二个百年战略目标实现作出更大的贡献。

文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开通白名单。