
湖南展览业发展策略

李沛，黄芳，黄忠荣

(湖南省贸促会，中国湖南长沙410016)

【摘要】湖南展览业近年来发展迅速，引起业界关注。文章通过对2007年湖南展览业发展的情况、特点、存在的主要问题及发展因素进行全面概括和分析，认为湖南应尽快成立省会展办，以加强对全省展览业的管理、规范、指导和协调，在长株潭中心地带新建大型国际化展馆，加大对展览业的投入，打造展览品牌和专业性展览公司等。

【关键词】湖南；展览业；发展策略

【中图分类号】F063.1 **【文献标识码】**A

2007年湖南省展览业持续、健康发展。据不完全统计，全省出展摊位1 950个，展出面积超过4万m²；来展数305个，展出面积超过130万m²，展览业总体保持增长态势。大型展会活动不断增多，经济带动效应不断增强；展览发展环境进一步完善，一些政策措施正在出台；会展培训和会展教育开始启动；全省展览业发展呈现新形势、新特点。

1 2007年湖南展览业发展的主要特点

1.1 政府越来越重视会展业，各级政府视其为经济发展的新的增长点

一是有关加快发展会展业政策和措施的不断出台。湖南省第九次党代会提出，要着力发展现代金融、物流、商务、会展等生产性服务业，要以生产性服务业的发展推动新型工业化道路。2007年4月26日，省委、省政府出台了《中共湖南省委湖南省人民政府关于促进生产性服务业加快发展的指导意见》，对加快发展会展业提出具体意见；二是省市各级政府意识到要把加快发展会展业作为发展经济、推动新型工业化的重要措施之一，要把会展业作为一个新的经济增长点来抓，并把会展工作列入重要的工作日程。三是对政府主导型的展会给予一定的政策和财政支持。

1.2 出国展览保持稳步增长，新兴市场不断开拓

2007年全省出展摊位共计1 950个，同比增长10.25%，展出面积超过4万m²，参展企业200多家，新兴市场的开拓促进了出国展览较快发展。企业赴越南、泰国、菲律宾、沙特、迪拜、南非、乌干达、巴拿马等新兴市场国家和地区参展摊位687个，占全年出展摊位总数的35.23%。

1.3 来展发展迅速，展览区域发展不平衡

2007年湖南来展发展迅猛，取得了长足进展。据统计，全省境内展览项目数达到305个，其中国际性展览约占10%，国内展览约占90%。

收稿时间：2007 - 12 - 22；修回时间：2008 - 08 - 09

但省内展览业发展很不平衡，2007 年展览主要分布在长沙、株洲、湘潭、常德、岳阳、郴州等经济发达地区，其中省会城市长沙的展会数达221 个，约占全省展览会总数的80%。

1.4 大型重点、热点展会不断增多，引起业界关注

与往年相比，2007 年全省的大型重点、热点展会活动好戏连台，特别是有中央部委参与主办、协办和支持的展会活动在不断增多，受到展览业界的广泛关注。如国际茶叶大会暨展览会、泛珠三角区域论坛暨经贸合作洽谈会、中国商标节、中国湖南第九届（国际）农博会、2007 第三届中国（长沙）国际汽车博览会、2007 中国湖南旅游节暨中国（湖南）红色旅游文化节等。本地举办的一些展会活动，如2007 年长沙房地产展示交易会、第九届中国（浏阳）国际花炮节、2007 中国张家界旅游文化节等规模越来越大，效果越来越好。重点出国展会以2007 越南胡志明市国际贸易展、香港中小企业国际市场推广日、香港全球资源展等重大展会活动为载体，全面带动整个展览工作，打造了展会品牌。

1.5 展会综合效益明显，经济带动效应增强

随着全省展览业的快速发展，大型展会的不断增多，会展经济对全省经济的拉动作用不断增强，综合效益日趋明显。展览业的发展，带动了交通运输、商贸、酒店、餐饮、文化娱乐、旅游等相关产业的快速发展。据初步统计，2007 年长沙市会展直接收入6.1 亿元，带动交通运输、餐饮住宿、娱乐休闲、旅游等相关产业收入54 亿元；会展活动签订的合同或者意向金额达1 300 亿，拉动消费230 亿元以上。从全省范围看，会展经济直接收入达10.7 亿元，带动相关产业收入近100 亿元。

1.6 省内大中型民营企业成为展览会的主力军

近年来，省内大型民营企业参加国外展览会和国内展览会十分活跃，正日益成为展览会的主力军。湖南机械装备业发达，一批大中型工程机械和机械装备企业，如三一重工、中联重科、山河智能、远大空调、金岭机床等在2007 年国内外重要专业展会上频频登台亮相，展现风采。仅三一重工，全年就参加在北京、广州、太原、德国、俄罗斯、中东阿联酋迪拜、印度、越南等多个国内外专业展会，参加德国Bauma 展展出面积达4 500m²。

1.7 境内外展览合作与交流进一步加强

2007 年湖南省对外展览合作与交流取得新进展。仅省贸促会就接待了马来西亚博览公司总裁曾乐生先生一行、英国励展公司中国区总裁兰德隆先生一行、台北世界贸易中心厦门办事处、香港贸易发展局、澳门贸易投资促进局、澳门会展业协会等的来访，并就展览合作与交流进行了深入探讨。同时省贸促会还派员出席 2007 年 1 月在上海举行的第三届中国会展经济国际合作论坛以及 9 月在山西太原举行的中部城市贸促联盟暨展览论坛等活动。

2 湖南展览业发展存在的主要问题

2.1 展览业内管理协调问题

一直以来，湖南展览业内管理协调问题没有得到解决，特别是在全省层面上，目前还没有一个对展览业进行管理、规范、指导、协调的机构。省会议展览业协会和长沙市会展办虽在各自层面发挥一定作用，但还远远不够。省内其他市州城市大多没有成立展览管理机构或展览协会，对展会的管理协调无从谈起。

基于此，湖南展览业内重复办展、恶性竞争的情况时有发生。如2007 年仅在长沙，3 月份就有2 个家居装饰方面的展览会，4 月和5 月各有1 个汽车展，农业、食品和日用消费品的几个展会，办展间隔也比较近，而且这一类展会在其他省内城市也有

时同时举办。重复办展、恶性竞争的后果是展商分流、规模小、效果差，不利于展览资源的整合，不利于品牌展览的脱颖而出。

2.2 展馆问题

展馆问题也制约着湖南展览业的发展，湖南的展馆面临着“两难”处境。一方面，展馆面积不足，目前省内最大的几家展览场馆均集中在长沙，省内其他地区基本上无正式的展馆，其中湖南省国际会展中心室内展出面积最大，为5 万m²，是当时在建的国内较大的展馆之一，但随着展览业的发展，展馆面积不足问题日益凸现，加之展馆周边配套设施不健全，10万m² 以上的展会，湖南基本上无法承办。

另一方面，湖南的展馆平常使用率又不高，全年平均不到 20%，在全国处于中下水平。展馆及其有效利用问题已成为影响湖南会展业做大做强的一個瓶颈因素。

表 1 湖南主要展馆及展览面积 (m²)
Tab.1 The main exhibition hall and
exhibition area of Hunan (m²)

序号	地点	场馆名称	室内面积	场馆总面积
1	长沙	湖南省展览馆	10 000	16 000
2	长沙	湖南国际会展中心	50 000	100 000
3	长沙	长沙红星国际会展中心	32 000	48 000
4	长沙	长沙国际会议展览中心	37 000	40 000

资料来源：长沙会展网 (www.cshzw.com) 及电话咨询。

2.3 品牌展会培育问题

品牌展会缺乏是湖南展览业面临的一个关键问题。湖南展览会的规模小，档次低，服务差，专业化、国际化水平不高。在全国有一定影响力的自办展和品牌展不多，一般展会的规模在100- 200 个摊位左右，有的专业展览会规模更小，只有几十个摊位，而且档次不高。

中国湖南（国际）农博会是湖南自己培育的一个展会，1999 年开始举办，去年为第九届，在全国已有一定影响，但离“法制化、市场化、专业化、国际化”的要求还有很大的差距。目前，全省还没有一个被国际展览业协会 (UFI) 认可的展会，也没有一个国外知名展览公司在湖南境内主办或参与主办展览。

2.4 展览业投入问题

省政府对展览业投入不足，主要表现在：一方面资金不足。尽管省政府从2001 年起每年拨付100 万元的湖南国际展览补贴资金对重点展览项目给予财政支持，2008 年起增加至200 万元，但与展览业发达的省份和地区相比，仍略显不足。如深圳市从2007 年起对会展业的资助由原来的500 万元增加至2 000 万元。另一方面，政府对展馆等基础设施的投入不足。此外民间资本和外资也还很有限。

2.5 专业性展览公司成长问题

湖南本土的专业性展览公司不多，主要有湖南省展览馆、湖南国际会展中心、长沙兰德展览公司等几十家，但多规模不大，一般为几人到十几人，注册资金一般不超过100 万元，每年的展览项目不超过5 个。湖南国际会展中心目前是目前全省最大的展览公司，每年自办和承办的展会为20 个到30 个左右。另有一些省外的展览公司，主要为广东和湖北的民营展览公司，已在长沙设立分公司，这些展览公司规模也偏小，每年的展览项目3- 6 个。

如何使湖南本土的专业性展览公司和办展机构尽快地成长起来，扩大规模，增强实力，提高核心竞争力，有待我们认真思考和研究。

表 2 湖南省部分展览公司基本情况(2007 年)
Tab.2 Hunan's part of the basic information Show (2007)

序列	展览公司	注册资金(万)	从业人数	2007 年展览项目数	2007 年营业额(万)
1	湖南省展览馆	1 800	70	24	380
2	湖南国际会展中心	9 600	34	30	2000
3	长沙兰德展览公司	50	40	2	300
4	长沙好博展览策划服务有限公司	50	25	3	230

资料来源：根据各展览公司提供的数据整理所得。

2.6 专业性展览人才缺乏问题

展览业要发展，关键是人才，目前湖南展览业内人士大多没有受过专业的展览培训，人才缺乏已成为制约湖南展览业又好又快发展的一个突出问题。湖南在引进和培养专业性展览人才方面存在的问题有：①引进人才力度不大。对引进优秀展会人才重视不够，说的多，做的少；②培训力度也不大。到高校和专业贸易机构和协会接受展览专业培训的人很少，参加过美国CEM（注册展览经理）培训、“会展业职业经理人”或“会展策划师”资格培训的人很少；③培训和培养会展人才的机构不多。目前省内高校中，只有湖南商学院开设了会展专业，贸促会、会展行业协会和商务机构力度不大。

3 2008 年湖南展览业发展因素分析

3.1 湖南展览业发展的有利因素

3.1.1 宏观发展环境。①世界经济和中国经济继续保持增长态势：世界银行日前发布《2008 世界经济展望报告》称，预计2008 年全球国内生产总值（GDP）增速为3.3%，中国10.8%；②国际展览业发展战略调整：越来越多的欧美展览公司调整发展战略，把目光投向亚洲地区，投向中国。湖南作为中国中部展览业迅速发展的省份，将面临更多的发展机遇；③2008北京奥运会和2010 年上海世博会的举办为湖南提供机遇；④湖南与中国中部省份和泛珠三角区域地区在展览业的联系、交流与合作将日益增多。

3.1.2 经济增长速度加快。展览业与经济发展密不可分。一个国家和一个地区的经济发展水平、经济规模和增长速度将直接制约展览业的发展，是影响展览业发展的一个关键因素。

湖南经济发展相对缓慢，直接制约了展览业的发展。但近年来，随着富民强省战略的提出、中部崛起战略的实施以及新型工业化进程的推进，湖南经济呈现新的增长势头。2007 年，全省生产总值突破9 000 亿元，达到9 145 亿元，增长14.4%，为党的十一届三中全会以来的最高增幅。按常住人口计算，全省人均生产总值14 405 元，比2000 年增长109%，翻了一番，湖南展览业面临新的发展机遇。

3.1.3 对外贸易水平不断提高。近年来，湖南对外开放力度进一步加大，湖南外贸近年来每年上一个新台阶(表3)，为发展湖南展览业创造了有利条件。2007 年全省进出口总额96.9 亿美元，增长31.8%。全省实际利用外资32.71 亿美元，增长26.1%。世界500 强已有42 家在湘投资设立企业。

尽管湖南的对外开放程度无法与北京、上海、广东、江苏、江浙、山东等外贸依存度高的地区相比，但湖南这种生机勃勃、积极向上的对外开放态势将吸引全球的目光，世界将逐步把注意力投向中国中部省份湖南，投向湖南展览业。

表 3 湖南省对外贸易情况统计表(2004—2007)
Tab.3 Hunan Province's foreign trade
situation tables (2004—2007)

年份	进出口额 / 亿美元	增长率 /%	外贸依存度 /%
2004	54.38		
2005	60.05	10.4	7.6
2006	73.53	22.4	7.66
2007	96.9	31.8	7.95

资料来源:根据《湖南统计年鉴》整理。

3.1.4 文化、旅游产业飞速发展。湖南颇具特色的传统优势产业，尤其是文化、旅游等服务业为湖南展览业的持续、健康发展创造了非常有利的条件。目前，湖南文化产业初步形成了四大基本特点：产业规模、市场主体、文化品牌、人才队伍。特别是“电视湘军”、“出版湘军”、“动漫湘军”等一系列湘字号文化品牌逐步形成，“湖南文化现象”在国内引起高度关注。

湖南文化产业的迅速发展，极大地促进了湖南会展业的发展，促进了文化传媒业与会展业的紧密结合和嫁接。湖南广电属下的湖南国际会展中心，湖南卫视属下的快乐购，潇湘晨报，长沙晚报，湖南卫视，湖南经视等媒体多次参与大型展会的主办和承办。如潇湘晨报参与承办的中国（长沙）国际汽车博览会，是中国汽车工业协会在中部地区打造的第一个国际A 级车展，自2005 年起每年举办一届，目前已与我国北京车展、上海车展、广州车展以及成都车展形成东西南北中遥相呼应的汽车会展格局。近年来，湖南旅游业健康快速发展，全省各种旅游展会（节）、生态文化节活动搞得有声有色，有力地促进了湖南展览业的发展。

3.1.5 长株潭“两型社会”建设的机遇。日前，长株潭城市群获批全国资源节约型和环境友好型社会建设综合配套改革试验区。省委书记、省人大主任张春贤在专题会议上强调，长株潭“两型社会”建设是国家重大的战略布局和战略举措，是中央着眼形成东中西相互联动、相互促进、共同发展新格局作出的重大战略安排。这也是深入贯彻落实科学发展观，实施中部崛起

战略，大力推进新型工业化、新型城市化，完善改革布局、推动改革开放向内陆和纵深发展的重大举措。这为实现富民强省、形成湖南长远竞争能力、培育核心经济增长极、加快改革开放提供了重大机遇。它可以让国内外更多的人来聚焦湖南、投资湖南，为今后发展增强后劲打下基础。“两型社会”的建设也必将给湖南展览业的发展带来前所未有的机遇，开创湖南展览业的新局面。

3.2 湖南展览业发展的不利因素

湖南展览业发展也面临一些不利因素，主要有美国经济衰退、金融市场动荡、国内展览市场日趋激烈以及湖南展览业本身存在的重复办展、品牌展会缺乏、专业展览人才缺乏等一系列问题。

4 湖南展览业发展的近期策略

4.1 加强展览业内管理协调

4.1.1 制定展览业可持续发展规划。省委省政府应尽快成立并明确省会展办作为主管部门，在省委省政府的正确领导下，根据湖南的经济发展情况、产业优势和本省国际展览业的发展状况，制定出湖南省具有前瞻性、可行性和指导性的国际展览业近期、中期和远期可持续发展规划，以减少湖南省国际展览业在其发展过程中的盲目性、无序性和随机性（表4）。

表4 湖南省展览业发展规划 (建议)
Tab.4 Hunan's exhibition industry
development plan (proposed)

	十一五 (2008—2010)	十二五 (2010—2015)	十三五 (2015—2020)
全省展览会总数 / 个	300	400	600
专业国际展会数 / 个	20	30	40
参展规模在 1 000 家企业 以上的展览会数 / 个	5- 6	8- 10	10- 15
国外参展商比例 /%	15	20	22
国外专业观众比例 /%	3	8	0
国内品牌展会数 / 个	2- 5	6- 8	8- 10
国际品牌展会数 / 个	1	2- 3	3- 4
培育大型展览公司数 / 家	2- 3	4- 5	6- 8 (跨国 展览公司 1- 2 家)

4.1.2 成立省会展管理办公室，加大宏观调控力度。为进一步管理、规范、指导和协调全省展览工作和展览市场，应尽快成立省会展管理办公室。省会展办的管理要借鉴国内外的一些经验。大连是全国最早成立会展管理办公室的城市之一，在展览业管理协调、整顿重复办展、恶性竞争等方面出台了一些具体措施，如凡是在3 个月内与已连续举办3 届以上的重复项目，或

者前期宣传与内容严重不符，参展商和观众投诉较多，以及已连续举办3届、规模维持在3 000m²以下且无发展希望的项目，不但不支持，而且还要从展馆安排、资金等方面进行限制。

德国贸易展览协会（AUMA），对展览会的管理也制订了各种措施。如对展览名称给予类似商标的保护，以制止展览会重复撞车，保护名牌展览，增强市场的透明度。其章程中明确指出，AUMA将在展览会的类别、展出地点、日期、展期、周期等方面进行协调，以保护参展商、组织者、参观者的利益。AUMA对使用“国际”称呼的展览会将从参展商的组成、观众的组成和展品三方面制定规定；对严重不符AUMA规定的国际展览会将要求关闭停办，对违反不正当竞争法的行为将提交中央政府的反不正当竞争法庭处理。

目前，造成湖南展览市场上重复办展、恶性竞争的主要原因是无法可依，无规可循。今后会展办作为政府会展管理的部门，其工作重点应是宏观调控湖南会展业市场，加强调查研究、政策指导和管理协调，制定展览管理的指导性政策和相应的法律、法规，建立展览申报和备案制度，为会展业发展创造良好的环境。同时应与省统计局一起尽快出台会展统计制度，组织相关部门全面收集相关数据，并以此作为评估、取舍、扶持全省各类展会、树立展会品牌的重要依据，从而指导湖南会展的有序竞争和可持续发展。

4.1.3 充分发挥省会议展览业协会作用。湖南省贸促会作为湖南省会议展览业协会的牵头组织单位，要加强与国内外有关机构的沟通与合作，学习和借鉴国外经验加强展览培训力度，提高展览协调水平，充分发挥省会展业协会作用，切实保证会展业协会发挥其规范协调展览市场方面的作用。

4.2 加强展馆基础设施建设

4.2.1 抓住“两型”社会建设机遇，在长株潭中心地带新建一座现代化的国际会展中心。要抓住长株潭“两型”社会试验区建设的大好机遇，大力发展湖南展览业，加大展览基础设施投入和建设，建议在长株潭中心地带，按国际标准建造一座现代化的国际会展中心，占地40万m²左右，其中室内展览面积10万m²左右。该大型国际化展馆集各种展览要素为一体，必须和交通枢纽结为一体，地铁公交在展馆地下交汇，人、车、物立交分流，配备立体车库，且展馆与国际会议中心、商务信息、酒店、餐饮和大型购物中心相匹配，为湖南打造中国中部会展之都创造有利条件。

4.2.2 提高现有展览场馆的服务标准和水平。展览馆的位置、面积大小等基本条件是非常重要的，但完善的配套服务和先进的管理更重要。湖南省内展馆的管理方应进一步加强管理，加大专业人员的培训，提高其素质和服务质量。要在服务标准、服务体系、展览项目开发等狠下功夫。同时还要完善展馆的配套设施。

4.3 积极培育品牌展会

展览市场的竞争实质上是品牌的竞争。湖南省展览业要做大做强，精心培植品牌专业展是唯一出路。要培育打造一、两个在国内外有知名度、有影响力的品牌展会。

4.3.1 进一步加强纵向和横向的合作。要加强与中央部委的密切合作，整合系统资源，让更多的资源向湖南倾斜，让更多得到国家部委支持的展会项目落户湖南。省直以及各市州展览主管部门和行业主管部门要加强联系、交流与合作。

4.3.2 进一步加强与境内外展览机构和公司的合作。湖南会展管理部门应通过信息交流和考察互访等形式，加强与境内外展览机构和公司的沟通协调，认真探讨合作模式，嫁接、移植一些国内外品牌展会到湖南来办展或湖南展览公司走出去办展。

4.3.3 注重学习借鉴，高端策划，自主创新，创办湖南自办展品牌。今后，会展管理部门要注重项目，特别是自办展项目

的策划，策划一定要立足高端，切合实际，具有可操作性，既要能得到合作方的认可，又要能得到政府的支持，这样才有可能把项目做精、做大、做强，做出品牌。要抓住长株潭“两型社会”建设的大好机遇，动员各方力量大胆在湖南长株潭地区申办一次世界性的品牌会展活动，通过世界性的活动，打造世界性大型综合活动事件，有利于促进湖南经济全面发展，聚集国际国内生产要素，整合资源，提升城市发展的承载能力，促进长株潭城市群的发展和凝聚，促进湖南加速成为一个国际经济、金融、贸易及交通中心，扩大同世界各国和地区的经济技术交流与合作。届时长株潭将跻身成为中国乃至亚洲又一个旅游和国际会议展览中心。

4.3.4 品牌展会的培育需要中小企业的大力参与，要为中小企业参展创造有利条件。打造品牌展会，必须提高企业特别是中小企业的参展意识。要加大对参展中小企业的培训和财政扶持力度，通过资金倾斜正确引导企业参展；各行业主管部门要根据各中小企业的实际情况，在资金、项目、研发、政策等方面提供服务支持，加强参展后续跟踪，提高服务质量，使参展成为企业的一种自觉行为。

4.4 加大对展览业的投入

4.4.1 加大财政投入。湖南省展览业的发展需要政府进一步加大投入力度，提高重视程度，一方面可借鉴德国展览业的做法，政府控股展览公司，或政府不直接参与展览业，仅通过政策、资金来扶持、培植品牌展览公司，以真正实现展览业的市场运作和良性循环；另一方面应将展览投入列入政府年度财政预算，设立展览专项资金或展览基金，由省会展办管理，出台细化展览补贴资金办法，向重点展会倾斜，着力培植品牌展会。

4.4.2 吸引和鼓励外资和民营企业投资展览业。要出台具体优惠政策和措施，吸引和鼓励外资和民营企业投资展览业。要主动加强与境外一些展览公司的联系与合作，邀请他们来湖南考察展览市场和投资环境，推介合资合作项目。政府在展览项目方面应有所为有所不为，主动减少政府参与展览项目的力度，为外资和民营展览公司提供有利的发展环境，促进会展业的市场运作方式的健康发展。

4.5 培育打造专业性展览公司

纵观国内外知名展览公司的发展历程，有两个重要特点：一是展览企业越来越专业化、集团化和国际化，二是国际展览业界的展览项目和展览企业的收购兼并活动日益增多，展览企业跨国经营已成趋势。

目前湖南的展览企业规模都很小，培育打造专业性展览公司要根据自己的实际情况，既要借鉴国外展览公司的一些发展模式，又要量力而行，脚踏实地，不能好高骛远。要重点培养扶植3-5家省内展览公司，使之壮大，逐渐成为湖南省展览业发展的中坚力量。同时，展览企业也要努力打造自身：要有长远规划，有发展战略，要按照强强联合的原则和现代企业制度经营模式组建展览公司，增强展览企业实力，不断提高企业的核心竞争力。当展览企业规模发展到一定阶段时，可考虑通过兼并、收购这种方式实现资本扩张，组建企业集团，并积极实施国际化战略，整合全球资源，实现跨国经营。

4.6 加强展览人才培养和培训

4.6.1 加大专业展览人才的引进力度。省委省政府要加大对专业展览人才的引进力度，要与引进其他专业技术人才一样对待，在工作、生活、待遇等方面给予特别关照。

4.6.2 加大专业展览人才的培养和培训力度。湖南省要加强展览专业人才的培养和培训，特别是要造就一批既懂经营又会管理，既熟悉国际展览，又精通跨国经营的国际性展览人才。一是展览主管部门和行业协会加强业内展览人才培训。要经常举办培训班、研讨会和讲座，要积极鼓励业内人士参加诸如美国CEM培训、会展业职业经理人资格培训以及会展策划师资格培训等。

二是加大高校在会展教育与培训方面的交流与合作力度。三是加强与国内外展览机构在展览培训方面的交流与合作。

参考文献:

[1] 陈先进. 借鉴国际经验, 发展我国展览事业[J]. 展览通讯 (季刊), 2000, (3): 15 - 22.

[2] 梁文. 人才问题是制约会展业发展的瓶颈[J]. 中外会展, 2003, (2): 9 - 10.

[3] 湖南年鉴[M]. 湖南年鉴社, 2007.

[4] 中国展览年鉴[M]. 同心出版社, 2007.