

图书基本信息

书名：<<集群化视角下的中国会展业资源整合>>

13位ISBN编号：9787564208028

10位ISBN编号：7564208023

出版时间：2010-7

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：王永刚

页数：193

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>

前言

会展业作为现代服务业的一个重要组成部分，在促进商品流通、技术交流、信息沟通以及经贸合作等方面具有重要作用。

会展经济已经成为一种多要素、多产业融合，跨部门、跨地区扩张的新型经济形态。

随着经济全球化进程的深入，资本、技术、人力资源等一揽子要素组合能够在全球范围内进行流动和配置，使得以要素流动为主要经营目的的会展企业经济活动的地域空间迅速扩大，形成全球性的会展产业。

中国会展业虽然起步较晚，但是发展快速，在短短的20年间已经形成了完整的产业体系，具备了较高的市场化水平。

尤其重要的是，大力发展会展业已经成为了社会各界的共识。

第十届全国人大第四次会议通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》，以专篇规划服务业发展，其中在“拓展生产性服务业”一章，将“会展业”列入了“规范发展商务服务业”一节，提出了“合理规划展馆布局，发展会展业”。

这是国家首次将会展业发展纳入到“五年规划”之中，此举反映了改革开放以来中国会展业已经发展成为一个重要的新兴产业，同时也表明中国会展业在新形势下亟待规范发展。

<<集群化视角下的中国会展业资源整合>>

内容概要

本书将以集群理论为基础，尝试研究有别于传统制造业集群的生产性服务业集群的相关理论，尤其是发掘出生产性服务业集群的资源整合机理，最终将上述成果运用于会展业，构建“会展业集群资源整合机制”；依据“集群合作关系既不同于纯粹的公平市场交易，也不同于企业内部化交易，而是介于两者之间的一种中间组织形式”这一判断，区分出会展业集群内在的资本属性、知识属性和社会属性，并分别针对集群中的初级资源、中级资源和高级资源，构建相应的“价格整合机制”、“知识整合机制”与“信任整合机制”。

这既克服了以往仅从单一视角分析集群资源整合能力的缺陷，又能够增强会展业集群资源整合机制在不同范围、不同阶段的适用性。

作者简介

王永刚 1998年至2005年，就读于上海财经大学投资经济专业，获经济学学士、经济学硕士学位；2005年至2007年，师从何建民教授，在上海财经大学攻读旅游管理专业，获管理学博士学位；2008年至今，任教于复旦大学旅游学系，研究范围包括会展经济、区域旅游一体化以及老年旅游市场开发等。

先后主持上海市哲学社会科学规划课题《长三角旅游一体化进程中跨行政区利益冲突及博弈机制研究》，参加国家社科基金项目《外资进入中国旅游业的现状、趋向与对策研究》、《旅游业可持续发展问题研究》等，并入选2009年度上海市“晨光计划”。

书籍目录

前言第一章 导论 第一节 问题的提出及研究的意义 第二节 会展业资源整合的相关文献述评 第三节 研究的基本思路与方法 第四节 本书的亮点第二章 生产性服务业集群的资源整合研究 第一节 生产性服务业集群的理论溯源 第二节 生产性服务业集群的概念体系 第三节 生产性服务业集群的资源整合机理 本章小结第三章 会展业集群化发展的理论与实践 第一节 会展业集群化发展的基本概念 第二节 中国会展业集群化发展的必然性 第三节 中国会展业集群化发展的趋势 本章小结第四章 会展业集群的资源整合机制研究 第一节 会展业集群资源整合机制的概念模型 第二节 会展业集群资源的价格整合机制 第三节 会展业集群资源的知识整合机制 第四节 会展业集群资源的信任整合机制 第五节 会展业集群资源整合的政府支持体系 本章小结第五章 上海会展业集群资源整合的实证研究 第一节 上海会展业集群化发展的概况 第二节 上海会展业集群资源整合的结构方程模型研究 第三节 推动上海会展业集群资源整合的步骤与对策 本章小结第六章 结论与展望附录参考文献后记

章节摘录

从不动产属性来看，会展场馆变更用途或出售转让较为困难，因而沉淀了大量经济资源；从公共品属性来看，场馆建设往往与政府公共项目投资有关，既加剧了地方政府的财政压力，又难以发挥社会效益。

我国会展业资源配置不合理的另一个集中表现，就是重复办展的现象严重，这也是一种资源浪费。根据相关统计，2006年中国全年举办的各类展会数量达到3800个，其中主题雷同或类似的展会大量出现，严重扰乱了市场秩序，直接导致了我国会展市场难以涌现出知名品牌展会的尴尬局面。以汽车展为例，目前全国每年举办的各类汽车业展览多达200余个，但是能够跻身全球顶级车展行列者尚属空白。

针对上述局面，在会展业内，无论是理论研究者还是实务工作者，甚至是政府的政策制定者，都形成了一个共识，即中国会展业单纯依靠资源投入推动的增长方式已经走到了尽头，这种粗放型增长方式是中国会展业发展不规范的根源，也是制约产业升级的“瓶颈”。

为了打破这一“瓶颈”，中国会展业必须实现资源整合，向注重内涵质量的集约型增长方式转变。

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>