



海南大学科研启动基金资助项目
(项目编号: KYQD1305)

中国会奖旅游发展研究

——理论与实践的新探索



ZHONGGUO HUIJIANG LVYOU FAZHAN YANJIU

耿松涛 著

南开大学出版社

海南大学科研启动基金资助项目
(项目编号: KYQD1305)

中国会奖旅游发展研究

——理论与实践的新探索

耿松涛 著



南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

中国会奖旅游发展研究：理论与实践的新探索 / 耿松涛著. —天津：南开大学出版社，2013.9

ISBN 978-7-310-04245-6

I. ①中… II. ①耿… III. ①旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 154969 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人：孙克强

地址：天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码：300071

营销部电话：(022)23508339 23500755

营销部传真：(022)23508542 邮购部电话：(022)23502200

*

唐山天意印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

210×148 毫米 32 开本 8.25 印张 4 插页 235 千字

定价：25.00 元

如遇图书印装质量问题，请与本社营销部联系调换，电话：(022)23507125

序 言

数月之前，耿松涛博士就将其新著《中国会展旅游发展研究——理论与实践的新探索》一书的书稿发给我，希望我能写几句话。盛情之下，深感却之不恭，所以，就在自己对会展与奖励旅游的国内外状况均不甚了解的背景下，认真地学习了耿博士的著作，方才对相关情况有了大致的理解。但因为专业所限，这种理解必然是肤浅的，忝为作序，却不敢妄加评论。

去年，教育部在调整专业目录的时候，将旅游管理类下面所设置的专业分为旅游管理、酒店管理和会展经济与管理三个。这次调整为旅游管理类大学专业教育带来了新的契机，是一次很大的进步。这当中，会展经济与管理专业登堂入室成为一个正式的目录内专业，也给多年来努力兴办本专业的各家院校提供了一个更有空间的舞台。应该说，多年来相关院校在这个专业的兴办过程中，走的是筚路蓝缕的探索之路，成就的是拓荒、建设之功，这些努力都在成全着这个知识领域的理论积累和学科建设，对未来中国会展经济与管理专业的大学本科教育具有重要的意义。耿松涛博士的新著，正是这种努力的一个新尝试，相信会对这个知识领域的科学探索有一些新的启发。

我本人对开办会展经济与管理专业一直持有比较谨慎的态度。2002年在美国留学访问期间，曾专门对西方的会展管理专业的教育资源和现状做过一些了解，最终决定暂时不在东北财经大学开设会展管理专业，因为就当时的情况看，就连西方国家，其相关知识领域的探索也是比较肤浅的，尤其从大学教育的课程组合状况来看，更是如此。如今，10年过去了，在这个领域当有更加丰富的知识积累了吧。

耿松涛博士的这部著作有一个特点，就是把会议旅游和奖励旅游相提并论、予以综合，并以此取代传统上的 MICE 概念。作为外行，

我个人对他的这一努力还难有判断，但作为一种探索，可能会具有一定的启发意义。他在全书中所采用的综合方法也使他得以将探讨的触角深入到方方面面的领域，同时，也或多或少限制了他探索的深度。因此，我感觉本书更具有视野的价值，可能会给人以推门开窗的展开感。

我与耿松涛博士有一年的同事经历。在这期间，他的勤奋和拼搏的态度给我留下了很深的印象。去年他选择从大连这苦寒之地移居艳阳高照的南国海口，遂使我们成了劳燕之交。相信他在新的岗位上会不断进取，终有所成。

是为序。

谢彦君

2013年5月19日于东北财经大学灵水湖畔

前 言

自 2002 年我国正式提出会奖业概念至今,十年间取得了长足的发展,已经大踏步迈上了世界会奖大国的旅程。尤其是 2010 年上海举办了世博会,更让我们迎来了前所未有的“大会展时代”。会奖旅游作为旅游细分市场中的高端市场,被视为旅游行业中最具价值的市场,为旅游业的发展开辟了新的道路,让旅游业在社会经济发展过程中体现了应有的价值,目前已成为国民经济发展的新亮点,也反映出国家、地区乃至全球科学技术和经济的发展活跃程度。我国会奖活动的需求强劲,已成为世界第三大出境旅游市场。一方面,越来越多的国家开始重视对中国出境会奖市场的营销,加大对中国的宣传预算,如新加坡、澳大利亚、英国、韩国、瑞士、南非等国,十年间采取了多种营销手段,出台了多项吸引政策。另一方面,本土会奖旅游业发展迅猛,呈现出以下几个特点:第一,会奖旅游消费水平高,价格敏感度低。参与者多为各行业精英,对服务规格要求高,同时由于是量身定制的服务,对于客户方专业的采购决策人员而言,最关注的是达成的效果和服务的品质。第二,停留时间长。参与者一般在参加会议、展会等商务活动后,在目的地城市或者周边进行观光游览等活动,因而在单一目的地的停留时间相对较长。第三,会奖团队的规模远远超过其他旅游形式,上万人的大规模活动屡见不鲜。第四,会奖旅游不仅在食住行等方面为目的地城市带来良好的账面收益,同时在参与者的购买能力、传播能力、教育等方面也带来更多难以量化的收益。

虽然我国会奖旅游取得了突飞猛进的发展,但在实践发展过程中还存在一些问题,例如会奖业缺乏专门的管理机构与行业管理方法,缺少国家级的推动会奖旅游发展的机构,集团服务体系不完善,服务集群不配套,出境组团社的资质申请复杂等等。同时会奖旅游的理论

研究相对缺乏,会奖旅游的实践稍显落后,理论与实践的不足是研究过程中面临的最大难题。本书以会奖旅游作为研究对象,依据我国的实际情况,对我国会奖旅游的理论基础、发展模式、成长机制、旅游效应、竞争力评价、产品研究、营销战略进行了深层次分析,并提出了会奖旅游业保障体系,为会奖旅游的发展提供理论基础,以期提高会奖业在我国经济发展过程中的综合作用,提升我国旅游业的竞争力。

在本书的写作过程中,采用了文献引证法、案例研究法、实证研究法、系统分析法等研究方法。第一,本书通过查阅、搜集、整理国内外相关的会奖旅游文献、论文和著作等,采用科学的技术方法对会奖旅游的内涵、特点、国内外研究进展等进行深入研究,使之成为本书所需的理论依据和支持。第二,本书采用案例研究法分析国内外会奖旅游的发展模式,选取德国、美国、新加坡、中国香港、中国澳门等国家和地区作为案例,分析各自特别的发展模式,例如德国具有投资力度大,高度专业化,注重宣传,服务水平领先,设立全国性的行业协会等特点,这些特点均可为我国会奖旅游的发展模式提供参考,为其提供深层次的研究领域等。第三,本书采取实证分析法,从宏观、中观、微观角度分析会奖旅游的影响因素及动力机制,发现宏观因素中政治、社会、环境等,中观因素中城市的交通状况、经济建设、生态等,微观因素中的服务接待能力、基础设施、专业从业人员等影响效应大。另外,借鉴上述的影响因素,本书重点从推动型和支持型两个角度构建了会奖旅游的动力模型。认为会奖旅游为我国的发展带来了经济效益、社会效益以及负面效应。在经济效益方面,会奖旅游活动能为地区提供较为可观的直接经济效应,同时产生联动经济效益。在社会效益方面,会奖旅游活动能改善城市生态环境、带动城市人员就业等。同时,本书采用实证研究方法,以全国三十个省市为研究对象,选取评价指标与评价方法,构建了会奖旅游竞争力的评价模型,从研究结果中重点分析了珠三角、长三角、环渤海、东北、中西部五大会奖旅游地的发展现状、特点等。第四,本书采用系统的分析方法,综合分析会奖旅游的产品开发、营销战略、保障体系等。本书提出了会奖旅游产品策略需要符合会奖旅游者的多元化需求,结合当地的文

化特色，注重产品的结构，会奖旅游产品要体现综合效益等观点；在会奖旅游规划方面提出了构建会奖旅游体验主题区、节庆主题区、活动产品链等建议，以及延伸会奖旅游举办地区，实现区域整合，拓展会奖旅游产业链条，促进行业的繁荣发展等建议；从城市形象、市场定位、产品定位等方面进行品牌战略定位，提出了整合营销、关系营销、媒体营销、网络营销、绿色营销等方案，指出需要为会奖旅游提供经济环境、市场环境、基础设施、品牌营销、人才保障等，以期对我国会奖旅游健康可持续发展贡献绵薄之力。

耿松涛

2013年5月

目 录

序 言	1
前 言	1
第一章 导言	1
第一节 研究背景与问题的提出	1
第二节 研究目的与意义	4
第三节 研究内容与方法	6
第二章 会奖旅游相关理论回顾和述评	11
第一节 会奖旅游的相关概念	11
第二节 会奖旅游的特征	14
第三节 会奖业与旅游业的关系	23
第四节 会奖旅游的研究述评	31
第三章 会奖旅游发展模式比较	49
第一节 德国会奖旅游发展模式	49
第二节 美国会奖旅游发展模式	55
第三节 新加坡会奖旅游发展模式	58
第四节 中国香港特区会奖旅游发展模式	61
第五节 中国澳门特区会奖旅游发展模式	65
第六节 海外会奖旅游经验对我国的启示	70
第四章 会奖旅游发展影响因素及动力机制	79
第一节 影响因素分析	79
第二节 动力机制	93
第五章 会奖旅游的效应分析	109
第一节 经济效应	109
第二节 社会效应	114

第三节 负面效应·····	123
第六章 会奖旅游竞争力评价体系研究·····	126
第一节 会奖旅游竞争力评价理论基础·····	126
第二节 会奖旅游竞争力评价模型指标体系与方法选择·····	134
第三节 实证研究：中国省域会奖旅游业竞争力评估·····	143
第七章 会奖旅游的产品开发研究·····	159
第一节 会奖旅游产品类型·····	159
第二节 构建会奖旅游产品开发体系·····	161
第三节 会奖旅游产品的构筑策略·····	181
第八章 会奖旅游品牌营销战略·····	187
第一节 基础理论·····	187
第二节 会奖旅游的品牌战略构建·····	189
第九章 会奖旅游发展的保障体系·····	209
第一节 经济保障·····	209
第二节 市场环境·····	214
第三节 基础设施建设·····	222
第四节 品牌营销·····	227
第五节 人才培养·····	230
第十章 结论与展望·····	234
第一节 研究结论·····	234
第二节 研究展望·····	238
参考文献·····	240
后 记·····	252

第一章 导言

第一节 研究背景与问题的提出

一、选题背景

（一）政策对会奖旅游的支持

随着人类生存环境的不断恶化，可持续发展逐渐成为社会发展的重要议题，而作为无烟工业的旅游业，成为社会生活不可缺少的重要活动。国务院颁发的《关于加快发展旅游业的意见》为旅游业的发展提供了良好的发展机遇，文中指出我国需要将旅游业培育成国民经济发展的重要支柱产业，也要求我们采取切实有效的措施，加快转变旅游业发展方式，积极优化旅游产品结构，培育和刺激新兴的旅游消费产品，推动旅游业又好又快发展，为人民群众提供更加满意的现代服务产品。

在世界经济一体化的商务活动日趋频繁的今天，尤其是随着信息传递技术的飞速发展，会奖旅游（MICE）产业被认为是继金融、贸易之后，最有发展前景的产业之一^[1]。会奖旅游业作为一种高附加值、新型、绿色环保的旅游活动，因其产业联动复杂，行业辐射广，具备强大的城市品牌形象营销能力而备受社会各行业关注^[2]，成为现代旅游企业重点培育的分支行业。

（二）会议旅游效益明显

在 2012 年的世界旅游组织亚太会奖旅游交流论坛上已达成了共识：在全球经济低迷的大背景下，普通的观光旅游已经日益显现出增长疲软的态势，而会奖旅游（MICE）以规模大、时间长、档次高和利

润丰厚等突出优势,表现出了强劲的发展势头和深厚的发展潜力,被认为是高端旅游市场中含金量最高和发展潜力较强的行业之一。全球每年大约有 350 万人参与会奖旅游活动,对全球经济的贡献每年大约在 2800 亿美元,约占全球旅游业总产值的 5%,且每年以 8%~10% 的速度高速增长,大大高于全球旅游业的增长速度和全球 GDP 的平均增长水平,是现代服务业中极具经济效益、社会效益叠加的产业^[3]。

据世界旅游业理事会(World Travel & Tourism Council, WTTC)预测,2004 年到 2014 年,商务会奖旅游对各国经济发展将体现出越来越重要的作用。欧盟国家商务会奖市场总量将从 2320 亿美元上升到 2902 亿美元,全世界市场总量将从 5954 亿美元上升到 8953 亿美元,上升的幅度分别为 25.10%和 50.40%。与发达国家相比,中国的商务会奖旅游虽然落后了近一个世纪,但随着全球经济一体化的发展和中国经济的崛起,中国与世界的经济交流也日益频繁,国际间商务、会议、奖励和专项旅游活动越来越多,我国商务会奖旅游进入了快速发展的轨道。

(三) 中美两大国家的会奖旅游发展前景广阔

据国际商业信息系统估计,2012 年美国会奖旅游业收入约为 1300 亿美元,保持两位数的速度增长,增长率高,在各产业与 GDP 的比值中,会奖旅游业的排名靠前。其中,会议旅游是美国旅游业中发展最快的行业,每年举办将近 30 万场会议活动,为美国的经济发展提供了 100 万左右的就业机会。

我国会奖旅游的发展空间更为巨大,国际会议协会(ICCAs)主席曾经指出,中国有可能成为 21 世纪国际会议旅游的首要目的地,无疑为中国发展会奖旅游产业提供了有利契机^[4]。2012 年我国会奖旅游以 15%~20% 的速度增长,会奖旅游人数占全国总游客的比重达到 40% 左右,同时会奖旅游成为入境旅游的重要组成部分。依据统计机构的数据而知,2012 年我国的商务旅行人数平均增长将达 6%左右,将于 2015 年赶超美国成为最大的商务旅游市场。

“十一五”期间,借助北京奥运会、上海世博会及广州亚运会,我国会奖旅游跃上新台阶,会奖旅游业及相关行业的从业人员素质大幅

提升、数量成倍增长,整体产业规模不断发展壮大,并且分别形成了以广州为中心、以上海为中心、以北京为中心的会奖旅游经济圈^[5],同时北京、上海、广州等城市也明确将会奖旅游纳入重点扶持的都市型产业和新的经济增长点,举办了一大批大型的国际会议活动,如北京奥运会、上海世博会及 APEC 会议、广州亚运会等^[6]。

二、问题的提出

目前,会奖旅游业逐渐发展成为旅游市场新的行业,许多国家与城市将其视为本国的经济增长点,开始重视会奖旅游的发展,掀起了新一轮的会奖旅游发展热潮。相比较之下,我国的理论界对于会奖旅游的内涵、会奖旅游国家的发展模式、会奖旅游的定位、会奖旅游的成长动力机制、会奖旅游的经济社会效应以及持续发展过程中的问题等研究相对滞后,在理论体系上缺少一定的系统性、权威性,阻碍了会奖旅游的健康、可持续发展,对我国各省市的会奖旅游无法起到指导作用。我国会奖旅游发展时间短,会奖旅游面临什么类型的问题,如何提高我国整体的会奖旅游的发展水平等,成为我国会奖旅游在发展中需要解决的重要课题。如何利用现代化的管理手段提高会奖旅游的管理水平,值得深入研究与探讨^[7]。本书以理论与实践相结合的双向角度探索会奖旅游的发展。首先厘清会奖旅游的理论基础,对国内外会奖旅游的相关概念、理论依据进行详细梳理;然后研究国内外会奖旅游业的发展现状。会奖旅游在我国只有不到十年的时间,学术界对其研究少之甚少,因而更加需要借鉴国外的会奖旅游发展模式,分析其发展策略,找出对我国会奖旅游有利的方面,促进我国会奖旅游的发展。

在深入研究发展模式之后,也有必要确定会奖旅游的影响因素,掌握会奖旅游的成长机制,这对于改善我国会奖旅游产业的现状有重要意义,也有助于找到合理的解决方案,有针对性地促进会奖旅游发展。会奖旅游能够在短时间内聚集大量的资金、技术、信息,缩短优化资源配置过程,为城市的发展带来现金流、物流、技术流、信息流等,带动整个地区的经济、社会发展,提升会奖旅游举办地的知名度

与美誉度，因而有必要深入分析会奖旅游的经济、社会、区域等方面的效益，如会奖旅游与经济、社会之间的互动关系。

伴随着会奖业的持续发展及旅游业市场持续走高，会奖旅游业已经成为推动国内外城市经济发展的重要组成部分，也逐渐成为国内外学者的研究热点。伴随着上述研究问题，本书将需要解决的问题进行了整理：第一，会奖旅游业的整体发展模式如何？第二，什么因素影响着我国的会奖旅游？我国会奖旅游业成长模式如何？第三，会奖旅游带来的经济效益、社会效益为多少？第四，我国会奖旅游的五大竞赛带竞争力水平如何？第五，我国会奖旅游业的保障机制如何？本书将会在后续的研究中对上述问题进行系统分析。

第二节 研究目的与意义

一、研究目的

有“旅游皇冠上的宝石”之称的会奖旅游在国际上的发展历史悠久，已逐渐步入了商业化的阶段，其中以欧美的会奖业最为发达。会奖业也将成为我国重要旅游产业板块，与国外相比目前处于发展阶段，与我国在国际上的经济地位不相称，因而我国的会奖业亟待开发。我国巨大的市场潜力及高额回报吸引着许多国家和地区政府以及社会组织等加入到会奖旅游竞争中。例如，越来越多的企业通过会奖旅游增强企业的亲和力和凝聚力，激发企业员工的工作热情，以轻松旅游换来团结向心力，帮助企业提高生产效率。

与我国的会奖旅游市场亟待开发的现象相对应，会奖旅游的理论研究也处于初级阶段，如将会奖旅游与会奖业混为一谈等，对会奖旅游的各个方面没有形成统一的认识。本书围绕中国会奖旅游业的前沿、热点问题，依据我国会奖旅游的实际情况，选取会奖旅游业最具研究性的七个问题，包括会奖旅游的国内外研究现状，提出符合我国实际的发展模式，探讨我国会奖旅游的影响因素及成长机制，定量研究会

奖旅游的经济、社会效益,科学评价会奖旅游的整体竞争力水平,提出合理的营销方案,提出符合市场要求的产品和服务等,多角度地为我国会奖旅游业的发展提出思路与对策,形成完整的有机整体,以期对会奖旅游的研究理论进行一定的补充和完善。

二、研究意义

2012年我国旅游业保持平稳较快增长的发展格局,处于重要战略机遇时期,已发展成为会奖旅游的客源大国,出境旅游人数达到7700万人次,同比增长12%;旅游外汇收入500亿美元,同比增长6%;同时会奖旅游的游客在旅游人数中占较大的比例,旅游人数持续增长。我国会奖旅游不断承接一些国际化的会议、展览旅游活动,吸引了大批海外的企业、协会组织参与到整个行业中,但我国会奖旅游的总体质量与国外发达国家相比稍显逊色。同时国外与我国存在文化、宗教、生活习惯等方面的差异,对我国的会奖旅游的宣传存在不客观的推广现象,对我国来说,成为国际知名的会奖旅游目的地的道路不会一帆风顺。

本书通过研究国内外会奖旅游的发展历程,对其影响因素、综合竞争力、产品、营销、保障等方面进行研究,期望借鉴国外的会奖旅游发展的成功模式,为我国各省市的会奖旅游发展及各部门实际工作提出理论参考,从而推动会奖旅游的整体质量提升。

(一) 理论意义

本书对会奖旅游的理论基础及国内外的研究现状进行梳理,从宏观上为我国会奖旅游的发展提供一定的理论支撑。

首先,探讨会奖旅游的概念界定、功能、发展特点等,明确会奖旅游及发展过程中其他的理论,理顺会奖业、旅游业、会奖旅游的关系,从而开发出适合我国发展的会奖旅游模式,探讨会奖旅游的影响因素、成长机制,阐明深层次发展的产品体系及保障机制,并从消费者角度及信息化角度综合评价会奖旅游城市群的竞争力水平。

其次,分析我国各省(市)及重点城市会奖旅游的发展问题,以及未来会奖旅游的发展策略,从微观上指导各城市依据自身特点开展

不同类型的会奖旅游,有利于纠正个别城市盲目跟从的模式,实现会奖旅游的可持续发展,整体提升综合竞争力。

最后,本书在竞争力评价的研究中构建了综合指标评价体系。本书通过多角度选取指标,选取主观权重的方法进行竞争力评价,同时在指标选取的过程中参考了一些消费者对会奖旅游的需求因素。

(二) 现实意义

随着会奖旅游的逐渐兴起,各地区对会奖旅游的发展提供了相适应的发展建议,本书运用案例对比法、定量研究法,为我国会奖旅游制定深层次的发展目标,阐述具有前瞻性、可操作性、与之相适应的产品体系、营销方案、保障机制等,以期能够为我国会奖旅游的发展提供可参考的建议。

第一,本书通过对比研究,梳理了会奖旅游的影响因素,可明确会奖旅游发展过程中的影响因素及因素与因素之间的相互作用,有助于学者深入分析会议、展览旅游等发展模式。

第二,本书构建了科学的会奖旅游竞争力的评价指标与评价方法体系,掌握了竞争力方向,有利于各地区合理、有序利用各产业的优势,从而为各产业提供最佳的会议、展览、奖励等会奖旅游活动实践指导方法。

第三,本书从政府、旅行社、饭店、公司的角度进行深度产品开发,拓展了会奖旅游产品的思维角度,同时在营销方式上构建了品牌发展战略,实施了四步策略,包括确定品牌目标、品牌定位、开发品牌产品及品牌推广等,为相关的旅游单位提供更为明确的发展方向。

第三节 研究内容与方法

一、研究内容

会奖旅游对城市发展具有较大的推动作用,需要我们更多地去研究与探讨。我国会奖旅游的实践水平稍显落后,理论研究也相对缺乏,

理论与实践的不足成为研究过程中的较大难题^[8]。本书从旅游理论与旅游实践的新角度出发,对我国会奖旅游的理论基础、发展模式、动力机制、社会效应、综合竞争力评价、产品研究、营销战略进行细致分析,并提出了保障体系,以期提高会奖旅游业在我国经济发展过程中的综合作用,提升我国旅游业的竞争力。全书共分为十部分:

第一章导言部分。对本书的选题背景、研究的问题、研究目的、研究意义、研究思路、研究方法等进行详细介绍。

第二章会奖旅游的理论基础。全面、系统地梳理了会奖旅游的相关概念、特点以及理论基础,并梳理了会奖旅游的总体特征以及会议、展览、节事、会奖旅游各自的特点,找出会奖业与旅游业的相关性与差异性,从而能正确地处理会奖业与旅游业的关系,树立旅游服务于会奖,会奖借助旅游,旅游企业与会奖公司携手合作的观念。最后对国内外的会议、展览、节事、奖励旅游的研究现状进行系统梳理。研究发现,国外的会议、展览旅游理论和实践发展较为成熟,我国需要在定量分析的基础上拓宽理论的研究领域与角度,采用定量与定性相结合的综合方法,弥补单一方法在剖析案例中的不足,创建适合我国会奖旅游发展的理论体系。

第三章中外会奖旅游发展模式研究。本书选取了国内外知名的会奖旅游地,如德国、美国、新加坡、中国香港、中国澳门,将其会奖旅游发展模式进行了详细分析对比,如德国投资力度大,高度专业化,注重宣传,服务水平领先,设立全国性的行业协会等,上述这些特点均可为我国会奖旅游的发展模式提供参考,为其提供深层次的研究领域。

第四章会奖旅游的影响因素及动力机制。会奖旅游作为非常复杂的系统,涉及的内容多种多样,如政治、经济、技术、社会、文化等多种要素相互制约。本书依据国内外会奖旅游相关文献及全国各地实际开展的会奖旅游现状,从宏观、中观、微观层面进行影响因素的分析,主要从国家所处的政治、社会、环境等外在宏观角度,城市的交通状况、经济建设、生态环境等中观角度,会奖自身的服务接待能力、基础设施、专业从业人员等微观层面进行分析。在动力机制方面,本