

[美] 桑德拉·L·莫罗 著 武邦涛 等译

展会管理实务

AN
INTRODUCTION TO
STUDY OF
EXPOSITION
MANAGEMENT

THE ART OF SHOW
会展艺术

上海遠東出版社



[美] 桑德拉·L·莫罗 著 武邦涛 等译

展会管理实务

AN
INTRODUCTION TO
STUDY OF
EXPOSITION
MANAGEMENT

 上海遠東出版社

图书在版编目(CIP)数据

展会管理实务：会展艺术/(美)莫罗著；武邦涛等
译. —2 版. —上海：上海远东出版社，2008
ISBN 978 - 7 - 80706 - 832 - 7

I. 展… II. ①莫…②武… III. 展览会—管理
IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 134084 号

The Art of Show by International Association for Exhibition Management (IAEM)
Copyright © 2002 IAEM
Simplified Chinese Translation copyright © 2005 by Shanghai Far East Publishers
Published by arrangement with IAEM, USA
ALL RIGHTS RESERVED

图字：09 - 2004 - 447 号

责任编辑：潘龙杰
封面设计：李 廉
版式设计：李如琬

展会管理实务 会展艺术

著者：[美]桑德拉·L. 莫罗
译者：武邦涛 等
出版：上海世纪出版股份有限公司远东出版社
地址：中国上海市仙霞路 357 号
邮编：200336
网址：www.ydbook.com
发行：新华书店上海发行所 上海远东出版社

印刷：上海望新印刷厂
装订：上海望新印刷厂
版次：2008 年 9 月第 2 版
印次：2008 年 9 月第 1 次印刷
开本：787×1092 1/16
字数：660 千字
印张：33.5 插页 1

ISBN 978 - 7 - 80706 - 832 - 7/F · 346

定价：78.00 元

版权所有 盗版必究(举报电话：62347733)
如发生质量问题，读者可向工厂调换。
零售、邮购电话：021 - 62347733 - 8555

前言

会展行业能够源源不断地吸引人才加入的唯一方法,就是确保从业人员可以利用适当的工具从事他们的工作。成功的关键在于知识,而知识又源于教育。谁能够比会展行业的业内人士更有资格为会展行业搭建一个教育平台呢?这就是编撰本教材的原因。1992年芝加哥的一个风暴天气里,一群会展专家围坐在会议桌旁为有志于从事会展业的人士拟定了所需的基本教育框架。此后,进一步起草了一份关于会展行业的大学教科书大纲,内容不仅包括美国会展业的经历,还包括如何计划和举办会展。几年以后,那个冬日形成于罗斯门特会议中心的构想成为现实——这份成果正在您的手中。

会展行业专家们编撰了这本书,该书更是由主导行业协会及其基金会出版,真可谓珠联璧合。是国际会展管理协会(IAEM)及其教育基金会完成了使理想变为现实的任务。在基金会各位理事特别是执行理事注册协会主管人(CAE)达纳·墨菲-洛夫(Dana Murphy-Love)的有力领导和睿智指引下,《会展艺术》一书现已印行第二版。这本书以行业研究为背景,受到行业支持,是世界各地开设会展与展事管理专业的大专、本科院校普遍使用的标准教材。

IAEM教育基金会将继续通过为本书及其他课程提供支持来满足会展行业的教育发展需要,从而确保任何希冀获得会展业知识的人都拥有一个丰富、多样的图书馆可供采择。

埃里克·乌德勒尔(Eric Udler),注册会展经理人
2001年IAEM基金会会长
FSI 总裁

IAEM 基金会项目及基金

会展业调研中心(CEIR)——国际会展管理协会(IAEM)基金会向其提供了超过 190 000 美元的资助,资助项目如“会展业促销活动”;最新调研报告有:《完成一项销售需要多少成本》;《参展商指南》;《一类会展和二类会展权限研究的个别更新资料》;《整合营销研究》。

奖学金——自 1997 年以来已经颁发了 14 项现金奖学金。这些奖学金为学生提供在会展行业实习的机会,主要是介绍学生在 IAEM 年会工作。IAEM 基金会利用奖学金项目促进会展行业永续发展(金额总计 38 000 美元)。

学生与教员——IAEM 基金会为参加 IAEM 年中会议与年度大会的所有学生与教员支付登记费(自 1999 年以来累计为 15 000 美元)。

分会项目——IAEM 基金会通过其地方分会制订并资助了 19 个教育项目(金额总计 128 000 美元)。

IAEM 教育——IAEM 基金会在过去三年里向 IAEM 提供资金超过 160 000 美元,资助在 IAEM 年度大会与年中会议上的发言人和进一步提升的教育规划。

阶梯项目和 PET 模块——IAEM 基金会改写/修订了所有的“注册会展经理(CEM)”研究资料。这些研究资料是新的注册会展经理人认证项目中采用的《知识产业实体》的基础材料(资助金额总计 36 000 美元)。

劳资关系 CD——在 AVW 的专业帮助下,基金会向劳资关系教育光盘项目提供资助,旨在为行业提供关于劳资关系方面的教育(资助金额总计 1 000 美元)。

在线教育——基金会在 2002 年 2 月引入了它的第一个在线教育项目“观展者促销”,此为基金会发起的第一次在线教育活动。此后在 2002 年又增加了三个项目。这些有教师辅导的课程将进一步符合注册会展经理人认证的要求(资助金额总计 196 000 美元)。

酒店合同书——基金会印制了《酒店合同书:与酒店谈判指南,2000 年 12 月》。该书旨在为会展空间问题展开的与酒店谈判及合同中的复杂事宜提供指导(金额总计 14 000 美元)。

CEM 项目——基金会是注册会展经理人认证项目的管理者和发起人(启动资金为 25 000 美元)。

再版序言

会展是一种全球营销媒介。全世界的公司都在通过向其特定细分市场展示产品与服务等方式展开品牌关注与市场争夺的竞争。买卖双方由来已久的直接接触方式使会展有别于其他市场营销方式。展销会作为现代会展的先驱早在圣经和古希腊文学作品中就有记载。从展销会演变到会展是一段引人入胜的历程。随着每一次新的社会或经济跃迁,买卖双方直接接触都会向前迈进一步;这种交互的、三维的、快节奏的市场便凝练定义为“会展”。

技术是影响现代会展变迁的最新因素。技术进步,尤其是互联网的发展,将会展迅猛推进到 21 世纪。这种推进显示了会展令人难以置信的适应力。会展业不仅能够经受住技术的冲击,而且能将虚拟世界与现实基础结合成为一个整体。这就是会展所具有的持久的、吸引人的本质。

会展很久以来都很大程度地代表了人们相互交流的需要。事实上,技术也促使了人们相互交流需求的增加。勒克赫斯特(Luckhurst)* 在他的著作中从人类学术语的角度对会展做出定义:

会展并不仅仅是在某个时间和地点将人们感兴趣的物品聚集起来。会展是人类的行为,是人类的事业,有些会展甚至是人类因特定的原因并为获得特定的结果而进行的非常伟大和勇敢的行为。会展是人类交往的一种方式,促销商与参展商作为会展一方与会展另一方便观展者进行交流沟通。其结果则通过人类进一步的活动和思想来体现。*

勒克赫斯特提出的“人类交往”是推动现代会展发展的动力。人类交往同样激励人们共同创造带来亿万价值的国际会展产业,如勒克赫斯特原文中所说“连汤带水”地营销每一样商品。

美国会展行业的建立与维系所需的财政开支,很大一部分来自于国际

* Kenneth W. Luckhurst, *The Story of Exhibitions*, London: The Studio Publications, 1951, p. 9

会展管理协会(IAEM)成员的资助。IAEM 建立于 1928 年,最初为国家会展经理人协会,代表商贸会展和公共会展经理人的利益。今天,IAEM 代表全球范围内运作和支持会展的 3 600 多个会展专业人士的利益。这些会展组织者正运作着全世界最大的商贸会展和消费者会展。换言之,IAEM 代表商贸会展和展览行业——即囊括会展业的一切。

为什么编写会展教科书

在不断变化的全球市场环境中,会展将自身定位于一种向特定人群展示产品、技术和服务的主要方法。会展业要紧跟市场变化的步伐,始终保持其领先地位,其业内人士就必须时刻准备及时、高效地应对各种变化。而会展工作者承担起应对各种复杂变化的任务必然是要通过教育过程来实现的。一方面,会展业要继续关注教育系统不断培养会展行业所需的人才;另一方面,会展业也要给教育机构提供行业入门水平所必需的知识。

没有比 IAEM 更适合专门为会展研究提供第一本行业教科书的组织了。《会展艺术》履行了编写一本本科/专科水平教科书的承诺,这是由会展行业在依据本产业特征并与设计、推出接待业/旅游业理论课程的教育机构合作的基础上产生的。

本书是如何编写的

笔者信奉“教育以学生为本”。笔者认为当今制约教育的瓶颈之一就是教科书,教科书是大多数学生的重要资源,但当今教科书的编写却没有考虑其终端使用者的需求。因此,《会展艺术》第二版中继续体现了学生是决定教科书的内容与形式的宗旨。

学生希望的教科书是便于使用的,其中包括:较大的字体、重要词汇表、章节要点、全章小结、与内容相关的图表和图片、贴近生活的有趣案例,以及平易的语言。所有这些想法都已融入第一版中,并在第二版里得到保留与发挥。

《会展艺术》第二版内容上的修改反映了与学生不断互动的过程。所有重要变更都是来自全球 30 多家大学和学院里学生和教师反馈的结果,这

些高校都是以《会展艺术》一书作为会展管理课程的主干教材的。

修订这本书的第二个目的是为了确保该书能够满足教育界的需要。教育工作者共享的教学经验和感知到的知识缺漏应当在修订版中予以说明补充。本书明智地倾听了他们的意见。另外,他们还提出了一项重要建议,再版中详细编制了就业机会索引,以此来为任何在会展领域寻找工作的人提供广泛的令人兴奋的职业发展机会。

本书的特色延续

《会展艺术》第一版中的成功格式在二版中保留下来。这本教科书一贯的特色是强调实用性,反对纯理论。去除了参考书目专页,取而代之的是作为资料来源和参考文献的行业相关的杂志文章。每一章节中都有某些会展业内人士独特见解的论述。读者也能在本书中找到会展业内用到的视频、软件项目和其他应用设备的注释。

会展行业撰稿

本书首次编写时,笔者就坚信该书将成为行业关注的焦点。这种信念在本书再版的准备工作期间更为坚定。世界各地成百上千的会展经理人为本书的编写提供了大量信息、观点、文章,有的甚至为本书编撰某些完整章节,他们是本书的主要撰稿人。笔者考虑到个人经验有所欠缺,因此邀请会展协会成员协助补足文章缺漏。关于营销、法律、登记、国际化和技术的章节都是这些领域的博学专家们撰写的。综合服务承包商一章也是在会展行业成员的合作、支持与贡献下完成的。通读全书,你将遍览众多在会展领域名列前茅的专家们独到的产业视角与见解。最后笔者认为,本教材内容涵盖广泛,客观评价了会展行业,真实描绘了会展行业的功用,是一本对充满吸引力和挑战性的会展管理领域有兴趣的人手头必备的工作用书。

《会展艺术》第二版内容与结构

《会展艺术》共有四篇,分别阐述会展历史、会展营销、会展创办以及会展国际化与技术进步。每一章都有完整纲目、学习目标和关键词一览表。

每章最后有一个全面的小结重述章节要点。尽可能地列示行业资料来源,便于读者对该领域的深入研究。

第一篇绪论,包括三章,回顾了会展多姿多彩的历史,并探讨了会展在现代生活中的地位、会展在美国的发展以及会展的社会与经济影响。本篇最后分析了会展是如何运作,如何成为一种特殊的、富有挑战性的营销工具的。

第二篇会展营销,包括三章,从会展经理人的视角及参展商的视角探索了会展营销。该篇详述了会展业针对国内和国际观展者所采用的各种营销方法。本篇结尾探讨了参展商如何通过与会展经理人建立战略伙伴关系来进一步开拓潜在市场。

第三篇创办会展,进入了会展管理的核心内容,包括十一章,是涵盖会展开发、计划和筹办等基础性操作的指南。

第四篇会展广角,研究了美国之外的其他国家会展业以及会展业与先进的科学技术的产业关系。本篇有三章,分别就有关领域做了简要的概述,因为要想详述这些领域需要另外撰写两本书,而且这些领域发展步伐之快使得理论研究很难完成这项任务。

附录为《会展艺术》的读者提供了丰富的资料。包括关键术语表,行业协会、杂志、网站名单,就业机会索引以及为本书提供资源的个人、企业名单。

致 谢

教材的修订往往比最初编撰要付出更多的劳动。写作需要来自各方面的努力,从来不是单枪匹马所能完成的。如果笔者遗漏了任何对于本书第二版的完成有所帮助的人的姓名,在此谨表歉意。

感谢一直给予行业教材编撰大力支持的 IAEM 教育委员会成员。

IAEM 基金会致力于将行业教育作为基金会所支持的基本宗旨。在此为基金会理事对于本项目一贯的支持与信任表示特别的感谢。

IAEM 基金会执行理事、注册会展经理人达纳·墨菲-洛夫,他的职业精神和明察秋毫的关注是本书成功的强大后盾。对此,我永志不忘。

感谢解答疑问、提供信息、运送书籍与参考资料的 IAEM 员工。只要需要,不论何时何事,他们都乐于帮助。

感谢各地的会展管理专业的学生和教育工作者——你们的评论和反馈已经融入了本书的每一页之中。

感谢彭尼·肯特、埃里克·格特、杰里·卡尔曼、阿特·韦尔迪、凯特·拉金、罗伯特·詹姆斯、辛迪·克莱默、彼得·内森、唐娜·沃尔兹、斯基普·考克斯、巴巴拉·阿克塞尔森、巴巴拉·莱恩、唐·弗里曼、詹姆斯·豪、埃伦·贝克特、小杰克·威瑟姆、GES 会展服务公司、布雷德会展服务公司、弗里曼公司、乔治·利特尔管理公司、全国家用器皿制造业协会、艾因奇格摄影人公司、美国职业摄影师协会,以及其他为本书撰写文稿、提供照片的个人和企业,他们使本书成为一本真正的以行业为基础的教材。

出版中间商唐·凯恩(Don Cain)是一位非比寻常的出版经纪人,笔者期待有一天能够与之晤面。唐对于细节的关注,对于项目结果的追踪和项目本身的忠诚,所有这些都是通过电话和传真进行的,足以证明他的职业精神。

书稿编辑马莎·柯林斯(Martha Collins),也是笔者没能见面的人。正因为她的耐心、热忱和见解深刻的评论才完成了这部我们都引为自豪的作品,而她的支持都是通过快递、传真、电子邮件和电话从 2 500 英里以外提供的。

最后但同样重要的是,要感谢我的家人。正是他们一贯的支持、耐心与关爱,让我有充分的时间和精力完成本书的第二版。

目 录

前言 / 1	
再版序言 / 1	
致谢 / 1	

第 1 篇 绪 论	1
-----------	---

第 1 章 会展的界定与透视	7
----------------	---

会展的定义 / 9	
会展的现代形式 / 11	
会展的透视 / 13	
会展在美国的影响 / 17	
小结 / 20	
资料来源 / 21	
参考文献 / 22	

第 2 章 会展的历史	25
-------------	----

导言 / 27	
展销会 / 27	
1851 年国际大博览会—水晶宫博览会 / 28	
美国早期的展销会 / 29	
美国会展的发端 / 31	
成长中的产业 / 33	
小结 / 37	
资料来源 / 37	
参考文献 / 38	

第3章 会展的运作

39

会展的运作 / 41

会展的强项 / 46

小结 / 50

参考文献 / 52

第2篇 会展营销

53

第4章 会展市场与市场营销

59

导言 / 62

会展营销 / 62

营销计划 / 66

增值服务 / 71

营销调查 / 74

小结 / 78

资料来源 / 79

参考文献 / 79

第5章 会展营销要素

81

导言 / 85

直接邮寄 / 85

广告 / 97

公共关系 / 103

电子营销 / 109

直销 / 111

促销 / 114

针对国际参展商的营销 / 115

针对国际观展者的促销 / 120

小结 / 125

资料来源 / 127

参考文献 / 128

第 6 章 制定会展营销时间表**129**

- 导言 / 132
- 会展营销时间表的制定 / 132
- 会展品牌营销 / 141
- 会展经理管理 / 144
- 小结 / 150
- 参考文献 / 150

第 3 篇 创办会展**151****第 7 章 开端(会展所有权)****155**

- 会展所有权 / 157
- 协会所有权 / 157
- 企业家所有权 / 158
- 公司所有权 / 162
- 所有权和会展 / 163
- 会展管理 / 164
- 小结 / 164
- 资料来源 / 165
- 参考文献 / 165

第 8 章 会展的初始发展**167**

- 构建规划框架 / 169
- 会展举办的四个阶段 / 169
- 阶段一:规划新会展 / 169
- 阶段二:销售运营 / 180
- 阶段三:会展筹办 / 180
- 阶段四:评估 / 180
- 小结 / 183
- 参考文献 / 184

第 9 章 会展法律义务**185**

- 导言 / 188

合同 / 188
物业合同 / 195
签订合同的注意事项 / 197
参展商合同 / 201
规章制度 / 205
服务合同 / 206
管理合同 / 208
关注反垄断 / 210
税收 / 213
小结 / 215
资料来源 / 217

第 10 章 会展选址 219

导言 / 221
会展设施 / 221
会展选址过程 / 231
会展经理人的会址选择 / 232
综合服务承包商的会址选择 / 243
会议经理人的会址选择 / 245
小结 / 247
资料来源 / 249
参考文献 / 250

第 11 章 会展服务承包商 251

导言 / 254
服务承包业的发展演变 / 254
服务承包商的定义 / 261
会展业服务承包商的作用 / 262
综合服务承包商的作用 / 265
如何选择综合服务承包商 / 268
撰写招标文件(RFP) / 271
以招标文件为基础 / 276
参展商服务手册 / 276
小结 / 277
资料来源 / 279

参考文献 / 280

第 12 章 会展场馆规划与设计

281

导言 / 284

场馆规划方案的确定 / 285

制作场馆规划 / 295

场馆规划样式 / 298

小结 / 298

资料来源 / 300

参考文献 / 300

案例 / 301

第 13 章 会展与培训项目规划

309

导言 / 312

项目规划的定义 / 313

培训项目的要素 / 313

选择合适的主题和演讲人 / 318

项目组织和日程安排 / 320

项目设计的创作与实施 / 322

规划指南 / 323

小结 / 327

资料来源 / 329

参考文献 / 329

第 14 章 会展中其他项目的选择

331

导言 / 333

伴侣/配偶项目和儿童项目 / 333

开发伴侣/配偶项目 / 334

适合所有年龄儿童的项目 / 336

开发儿童项目 / 336

特别休闲项目 / 339

商贸会议、专业会议和专门委员会会议 / 340

会议室的安排 / 341

建立沟通渠道 / 343

小结 / 346

资料来源 / 348

参考文献 / 348

第 15 章 会展登记与信息管理的

349

导言 / 352

登记系统的组成部分 / 352

起动: 登记策划过程 / 355

关于登记流程的更多细节 / 357

登记部分补充说明 / 359

设计一张有效的登记表格 / 362

登记步骤 / 365

有效现场登记区布局图 / 369

登记人员 / 372

信息管理 / 373

小结 / 376

资料来源 / 377

参考文献 / 378

第 16 章 会展住宿与交通

379

导言 / 382

住宿 / 382

房间预订和酒店合同 / 387

预订流程 / 388

现场后勤 / 390

未来的趋势 / 392

住宿的其他方面 / 393

交通 / 397

小结 / 403

资料来源 / 406

参考文献 / 406

第 17 章 会展的危机管理

409

导言 / 412

危机的定义 / 412

会展现场危机事态 / 413

制定危机管理计划 / 414
预先计划 / 414
综合 / 426
小结 / 430
资料来源 / 431
参考文献 / 432

第 4 篇 会展广角 435

第 18 章 国际会展入门 439

国际会展导言 / 441
历史渊源 / 441
当今现状 / 442
走向全球 / 446
会展的跨国合作 / 446
坚定的信念 / 447
小结 / 448
资料来源 / 448

第 19 章 会展业的全球化 451

导言 / 453
打造国际会展 / 453
小结 / 461
资料来源 / 462

第 20 章 会展与新兴技术 463

导言 / 465
技术与会展经理人刍议 / 466
会展业与万维网 / 469
小结 / 473
资料来源 / 474