

新编应用商务英语丛书

Business English

实用商务 旅行与会展英语

桑龙扬 杜清萍◎主编

■ 本书的编写目的是为
务人员，金融、旅游
工作者以及其他涉及
动、翻译活动和翻译工作的成功创造必要的条件。

营销人员以及其他各类国际商
力的组织者、翻译人士和涉外
知识和语言素材，为商务活

■ 本书共分为四个部分：概述、筹备会展、商务旅行和参加会展。另附12个附录，为
读者提供与会展相关的各种表格、样板、指南等实务内容。



机械工业出版社
China Machine Press



新编应用商务英语丛书

Business English

实用商务 旅行与会展英语

桑龙扬 杜清萍◎主编

参编（按姓氏笔画排序）

公佳颖 何晓灵 侯泊华 李增华

沈丽华 魏 华 姚丽娜 周龙英

审校 陈绵水

- 本书的编写目的是为参加国际会展的企业管理人员、营销人员以及其他各类国际商务人员，金融、旅游、商业等行业服务人员，会展活动的组织者、翻译人士和涉外工作者以及其他涉及会展的各类人士提供必要的专业知识和语言素材，为商务活动、翻译活动和翻译工作的成功创造必要的条件。
- 本书共分为四个部分：概述、筹备会展、商务旅行和参加会展。另附12个附录，为读者提供与会展相关的各种表格、样板、指南等实务内容。



机械工业出版社
China Machine Press

本书的编写目的是为参加国际会展的企业管理人员、营销人员以及其他各类国际商务人员,金融、旅游、商业等行业服务人员,会展活动的组织者、翻译人士和涉外工作者以及其他涉及会展的各类人士提供必要的专业知识和语言素材,为商务活动、翻译活动和翻译工作的成功创造必要的条件。

本书共分为四个部分:概述、筹备会展、商务旅行和参加会展。另附12个附录,为读者提供与会展相关的各种表格、样板、指南等实务内容。

本书也可作为大中专院校相关专业师生的教科书和参考书。

图书在版编目(CIP)数据

实用商务旅行与会展英语 / 桑龙扬, 杜清萍主编.

—北京: 机械工业出版社, 2010. 8

(新编应用商务英语丛书)

ISBN 978-7-111-31481-3

I. ①实… II. ①桑… ②杜… III. ①商务-旅游-英语 ②展览会-英语 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 150384 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 余红 责任编辑: 安婧 朱慧芳

版式设计: 张文贵 责任印制: 杨曦

北京中兴印刷有限公司印刷

2010 年 10 月第 1 版 · 第 1 次印刷

132mm × 214mm · 11.125 印张 · 397 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-31481-3

ISBN 978-7-89451-712-8 (光盘)

定价: 26.00 元 (含 1CD)

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

门户网: <http://www.cmpbook.com>

销售一部: (010) 68326294

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售二部: (010) 88379649

读者服务部: (010) 68993821

封面无防伪标均为盗版

Preface

前言

近年来,我国会展业发展迅速,急需大批既懂专业又懂外语的专门人才。但是,目前既具备会展专业知识,又精通英语的应用型、复合型人才日益紧缺,已成为制约我国会展行业发展的障碍。目前国际会展人才的培养要解决的基本问题有两个:一个是掌握商务旅行与会展的基本知识,另一个就是熟练运用商务旅行与会展英语。本书通过我国企业作为参展商参加广交会同时接待国外采购商,我国企业作为参展商参加国外会展与外国会展组织方和采购商的接触以及外国参展商参加广交会与我国有关方面的接触,完整、真实地展现了商务旅行与会展活动的全过程,有助于帮助读者了解和掌握商务旅行与会展的基本知识和英语词汇与句型。

本书编写的目的就是希望能为那些参加国际会展的企业的管理人员、营销人员以及其他各类国际商务人员,金融、旅游、商业等行业的服务人员,会展活动的组织者、翻译人士和涉外工作者以及其他涉及会展的各类人士提供必要的专业知识和语言素材,为商务活动和翻译工作的成功创造必要的条件。本书也可以作为大中专院校相关专业师生的教科书和参考书。

在安排本书内容和结构的时候,充分考虑了商务工作者的实际需要,选取了商务旅行和会展业务中所经历的各种情景和环节,做到了实用性与知识性相结合。全书共分四部分,其中包含一篇概述,24章课文;另有12个附录。第一部分是概述,第二部分是筹备会展,第三部分是商务旅行,第四部分是参加会展。第一部分和第二部分以书面语言为主,其中第二部分也根据实际需要安排了口语环节;第三和第四两部分都以口语为主。各个章节的结构是:第一部分有两个商务旅行与会展实务,每个实务前都设置了一个背景介绍;第二部分是业务链接,介绍相关业务知

识；第三部分是常用句型，包含了商务旅行中和会展过程中所能用到的各类基本句型和表达方式。第二部分里包含了必要的书面材料和口语对话，主要介绍会展主办方筹备会展的过程和英国的参展商参加广交会的过程。第三和第四部分的业务包含两个情景对话。此部分有两条主线，两笔业务：一个是加拿大公司来广州参加广交会，由中方参展企业深圳 Ugo 运动鞋有限公司接待，双方最终签订了购销合同；另一条线是中方企业澄海玩具贸易有限公司参展团参加纽约玩具展的过程。这两条线贯穿了整本书和完整地参加国内和国外国际会展的全部流程。为便于理解和自学，每组对话和句子后面都附上中文译文。附录部分有各类会展邀请函样板、广交会参展商服务指南、商务旅行与会展词汇表、海关申报表等表格。

本书由江西九江学院外国语学院桑龙扬教授和广东省汕头市鮑滨技术学校杜清萍老师担任主编。参加编写的老师有：九江学院外国语学院公佳颖、侯泊华、李靖华、沈丽华、姚丽娜、周龙英，广东省汕头市鮑滨技术学校何晓灵、魏华。留荷经济学博士、九江学院党委书记陈绵水教授对该书进行了审校。本书在编写过程中，得到了北京理工大学珠海学院吴伟雄教授的悉心指点，在此一并表示感谢。本书在编写过程中，征询了多位企业界人士和担任过广交会等大型国际会展的翻译人员的意见，也接受了部分专家和大中专从事商务英语教学的一线教师的建议，参考了大量的国内外相关书籍，经过多次修订调整。本书所选用的材料主要来源于国内外企业的宣传资料、国内外专业商务和会展英语教材、互联网以及编者实际工作中所获得的资料等，也来自于编者在国内担任口译、笔译和在国外留学和工作期间获得的第一手资料。

由于编者水平有限，书中不足之处在所难免，敬请专家和读者不吝赐教。联系邮箱是：Sangly@126.com

编 者



目 录 CONTENTS

前 言

Part I 概述 (General Introduction)

Part II 筹备会展 (Preparation for Exhibition)

- Chapter 1 招展 (Exhibition Invitation) / 17
- Chapter 2 报名与预订展位 (Application and Booking a Stand) / 30
- Chapter 3 邀请函 (Letters of Invitation) / 38
- Chapter 4 布展 (Exhibition Installation) / 48

Part III 商务旅行 (Business Travel)

- Chapter 1 电话邀请 (Telephone Invitation) / 59
- Chapter 2 预订机票和房间 (Booking Tickets and Rooms) / 66
- Chapter 3 入境通关 (At Customs and Immigration) / 74
- Chapter 4 外币兑换服务 (Foreign Currency Exchange Service) / 80
- Chapter 5 入住酒店 (Check In) / 86
- Chapter 6 问路 (Asking for Directions) / 94
- Chapter 7 告别宴会 (Farewell Party) / 102
- Chapter 8 餐馆用餐 (At the Restaurant) / 110
- Chapter 9 观光与购物 (Sightseeing and Shopping) / 118

Part IV 参加会展 (Attending Exhibition)

- Chapter 1 办理采购商证手续 (Go Through Purchaser's Formalities) / 129
- Chapter 2 商务会议 (Business Meeting) / 137
- Chapter 3 在展厅 (At the Exhibition Hall) / 146
- Chapter 4 产品介绍 (Introduction to Products) / 155

- Chapter 5 商谈价格 (On Prices) / 164
Chapter 6 商谈付款方式 (On Payment Terms) / 173
Chapter 7 商谈装运期 (On Shipment Date) / 180
Chapter 8 商谈包装 (On Packing) / 186
Chapter 9 商谈保险 (On Insurance) / 192
Chapter 10 在商务中心 (At the Business Center) / 199
Chapter 11 签约 (Signing a Contract) / 207

附 录

- 附录 1 美国海关出入境登记表 / 215
附录 2 美国海关申报表 / 217
附录 3 各类会展邀请函样板 / 219
附录 4 参展商向展会组织方预订展位 / 239
附录 5 展会承办商向展馆预订展位 / 241
附录 6 世界博览会概况 / 242
附录 7 重要国际展览行业组织 / 246
附录 8 广交会参展商服务指南主要内容 / 247
附录 9 海外参展注意事项 / 305
附录 10 美国签证常见英语解析 / 310
附录 11 美国商务签证常见问题 / 314
附录 12 商务旅行与会展相关词汇 / 317

参考文献 / 346



Part I 概述 (General Introduction)

一、商务旅行

商务旅行又称公干、出差等,是旅游行业中细分出来的一个概念。主要涉及交通、迁移、住宿、体育赛事、文化、饮食活动或饭店行业的宴会。在世界绝大部分国家的旅游统计中,到异地从事商务活动的人,都是被作为旅游者进行统计的。由此可知,商务活动也是旅游活动,到异地从事商务活动的人也是旅游者。会议、展览和奖励旅游,是商务活动的组成部分,是商务旅游市场中的细分市场。会展活动也应是旅游活动,会展也是旅游的组成部分。商务旅游可以划分为奖励旅游 (Incentive Travel)、会议旅游 (Meeting Tourism)、个人商务差旅 (Business Personal Trip)、展览会旅游 (Exhibition Tourism)、特殊活动旅游 (Special Events Tourism) 和教育培训旅游 (Training & Education Tourism)。将上述几种类型的英文第一个字母组合起来,可以简称为“IMBEST”市场。

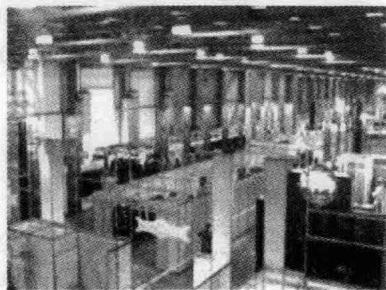
二、会展

广义上来说,会展是指会议、展览、大型活动等集体性活动的简称。其概念内涵是指在一定地域空间,许多人聚集在一起形成的定期或不定期,制度或非制度的传递和交流信息的群众性社会活动。其概念的外延包括各种类型的博览会、展览展销活动、大型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动等。

因此,国际上一般把会展定义为 (M: Meetings 公司业务会议; I: Incentive Tour 奖励旅游; C: Conventions 协会或社团组织会议; E: Events 节事活动或 Exhibition 展览会)。

会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等是会展活动的基本形式,世界博览会为最典型的会展活动。

狭义上来说,会展仅仅指会议和展览会等展会。



三、会议的分类

1. 按照举办单位划分

一般认为,按照举办单位性质划分不同,可将会议分为三大类,分

别为公司类会议，协会类会议和其他组织会议。

(1) 公司类会议

公司类会议规模大小不一，小到几个人，大到上千人。公司管理者强调的是信息传递，而信息传递的最基本方式便是会议。因此公司类会议的数量极其庞大。有关机构在作会议数量统计时，很难准确统计公司类会议的数量，因为很多公司并不愿意对外宣传内部会议。如果将公司类会议比做冰山，那么它们被纳入统计资料的仅是冰山一角。

(2) 协会类会议

协会类会议在会议市场中同样占有相当重要的位置。协会因人数和性质而互不相同，它们的规模从小型地区性组织、省市级协会到全国性协会乃至国际性协会不等。协会大致可以划分为行业协会、专业和科学协会、教育协会和技术协会等类型。

(3) 其他组织会议

这类会议的典型代表是政府机构会议，许多人在电视上看到过政治性会议。电视镜头中显现的虽然是主会场，但是不难想象背后对小型会议室、套房和宴会等设施的需求。

2. 按会议规模划分

根据会议的规模即参加会议的人数的多少，可将会议分为小型会议、中型会议、大型会议及特大型会议。

(1) 小型会议：出席的人数少则几人，多则几十人，但是不超过100人；

(2) 中型会议：出席人数在100~1 000人之间；

(3) 大型会议：出席人数在1 000~10 000人之间；

(4) 特大型会议：人数在10 000人以上，例如节日聚会、庆祝大会等。

3. 按照会议的性质和内容划分

(1) 年会 (Convention)

年会是就某一特定主题展开讨论的聚会，议题涉及政治、经济、科学、教育、技术等领域。年会通常包括一次全体会议和几个小组会议。年会可以单独召开，也可以附带展示会，多数年会是周期性的，最常见的周期是一年一次。

(2) 专业会议 (Conférence)

专业会议的议题通常是具体问题并就其展开讨论，可以召开分组小会，也可以召开大会。就与会者人数而言，专业会议的规模可大可小。

(3) 代表会议 (Congress)

这个词最常在欧洲和国际活动中使用。它常指在本质上类同专业会议这样会议的事件和活动。只有在美国,这个词用来指立法机构。代表大会的出席人数差别很大。

(4) 论坛 (Forum)

论坛的特点是反复深入的讨论,一般由小组组长或演讲者来主持。它可以有许多的听众参与,并可由专门小组成员与听众就问题的各方面发表意见和看法,两个或更多的讲演者可能持相反的立场,对听众发表讲演而不是互相讲给对方听。主持人主持讨论会并总结双方观点,允许听众提问,所以饭店必须对这种论坛会议提供多个话筒。

(5) 座谈会、专题讨论会 (Symposium)

这种座谈会和专题讨论会除了更加正式外,与论坛那样的会议是一样的。不管个人还是专门小组参加,方法就是进行一种陈述讲演,有一些预定好的听众参加,但是一般要少一些论坛会议所拥有的那种平等交换意见的气氛和特征。

(6) 讲座 (Lecture)

讲座要更正式一些,更有组织一些,常有一位专家进行个别讲演,讲座后观众可以提问。讲座规模大小都有。

(7) 研讨会、专家讨论会、讨论会 (Seminar)

这种讨论会形式通常有许多参与的活动,出席者有许多平等交换意见和分享知识和经验的机会,一般由讨论主持人主持。这种形式明显地在相对范围内进行,当这样的会议规模变大时,它就变成了论坛 forum 或 symposium 这样的讨论会或专题讨论会了。

(8) 专题讨论会 (Workshop)

专题讨论会 (workshop) 的形式仅指处理专门问题或特殊分配任务的一般性小组会议,不管 workshop 这个词是否被采用,workshop 这种形式都是经常被培训负责人所采用来进行技术培训的,参加这实际上能互相学习,同时分享新的知识、技能和对问题的看法。很明显它是以面对面商讨和参与性强为其特征的。

(9) 专门小组就某一问题公开进行的讨论会 (Panel)

这种就某一问题公开进行的讨论会需要两位或者更多的提供观点或某一领域专门知识的讲演者,并和专门小组成员或听众一起公开进行讨论。这种研讨会总是由主持人掌握,可以是大型会议的一部分。

(10) 培训性会议 (Training Sessions)

一般至少要用一天的时间,多则几周。这类培训会议需要特定场所,

培训内容高度集中,由某个领域的专业培训人员教授。

(11) 奖励会议 (Incentive Meetings)

公司为了对员工、分销商或客户的出色工作表现进行表彰奖励。

4. 按照会议活动特征划分

(1) 商务型会议 (Business Meeting)

一些公司、企业因其业务和管理工作发展需要在饭店召开的商务会议。出席这类会议的人员素质比较高,一般是企业的管理人员和专业技术人员,他们对饭店设施、环境和服务都有较高的要求,且消费标准高。召开商务会议一般选择与公司形象大体一致或更高层次的饭店,如大型企业或跨国公司一般都选择当地最高星级的饭店。商务型会议在饭店召开常与宴会相结合,会期短,会议效率高。

(2) 度假型会议 (Holiday Meeting)

公司等组织利用周末或假期组织员工边度假休闲,边参加会议。这样既能增强员工之间的了解,以及企业自身的凝聚力,又能解决企业所面临的问题。度假型会议一般选择在风景名胜地区的饭店举行。这类会议通常会安排足够的时间让员工观光、休闲和娱乐。

(3) 展销会议 (Show Meeting)

参加商品交易会、展销会、展览会的各类与会者入住饭店,同时,还会在饭店举办一些招待会、报告会、谈判会和签字仪式等活动,有时晚间还会有娱乐消费。另外,一些大型企业或公司还可能单独在饭店举办展销会,整个展销活动全部在饭店举行。文化交流会议,各种民间和政府组织组成的跨区域性的文化学习交流的活动,常以考察、交流等形式出现。

(4) 专业学术会议 (Academic Meeting)

这类会议是某一领域具有一定专业技术的专家学者参加的会议。如专题研究会、学术报告会、专家评审会等。

(5) 政治性会议 (Political Meeting)

国际政治组织、国家和地方政府为某一政治议题召开的各种会议。会议可根据其内容采用大会和分组讨论等形式。

(6) 培训会议 (Training Meeting)

用一个会期对某类专业人员进行的有关业务知识方面的技能训练或新观念、新知识方面的理论培训。培训会议形式可采用讲座、讨论、演示等形式。

四、展览会类别

在实际应用中, 展览会名称相当繁多。英语国家中, 有 exhibition, general exhibition, industrial exhibition, agricultural exhibition, consumer exhibition, international exhibition, regional exhibition, local exhibition, private exhibition, major exhibition, minor exhibition, solo exhibition, exposition, show, trade show, moveable show, road show, boat show, plane show, catalogue show, fair, multi-trade fair, display 等。

在中文里, 展览会名称有博览会、展览会、展览、展销会、看样订货会、展览交流会、交易会、贸易洽谈会、展示会、展评会、样品陈列、庙会、集市、墟、场等等。另外, 还有一些展览会使用非专业名词。比如: 日 (澳大利亚全国农业日 Australian National Field Days), 周 (柏林国际绿色周 Berlin International Green Week)、市场 (亚特兰大国际地毯市场 International Carpet and Rug Market)、中心 (汉诺威办公室、信息、电信世界中心 World Center for Office-Information-Telecommunication) 等, 加上这些非专业的名称, 展览会名称更多。

展览会名称虽然繁多, 但其基本词是有限的, 比如英文里的 fair, exhibition, exposition (Expo) 和 show, 即中文里的交易会、展览会、博览会或会展。其他名称都是这些基本词派生出来的。本书所介绍的会展即是展览 (Exhibition)、博览会 (Expo) 或交易会 (Fair)。

一般认为, 博览会是高档次的, 对社会、文化以及经济的发展能产生影响并能起促进作用的展览会。但是在实际生活中, “博览会” 有被滥用的现象。不时可以在街上看到由商店举办的 “某某博览会”。

五、世界博览会

世界博览会 (World Exposition, 简称 World Expo, 或称为 Universal Expo, International Exposition, Expo 是 Exposition 的缩写; 也称 World Fair 或 World's Fair) 是一项由主办国政府组织或政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性博览活动。就其在经济与文化方面的影响来说, 是仅次于奥林匹克运动会 (Olympic Games) 和世界杯 (the World Cup) 的世界第三大盛况。它已经历了百余年的历史, 最初以美术品和传统工艺品 (arts and crafts) 的展示为主, 后来逐渐变为荟萃科学技术与产业技术的展览会, 成为培育产业人才不可多得的场所。世界展览会的会场不单是展示技术和商品, 而且伴以异彩纷呈的表演, 富有魅力的壮观景色, 设置成日常生活中无法体验的、充满节日气氛的空间, 成为普通市民娱乐和消费的理想场所。

世界博览会有综合性博览会和专业性博览会两类或注册类世博会和认可类世博会。按国际展览组织的规定, 专业性博览会分为 A1, A2,

B1, B2 四个级别。A1 级是专业性博览会的最高级别。上海世博会就是注册类的世博会,它是层次最高的、规模最大的世博会,所以规模是区别之一。注册类的世博会一般要有 100 个以上的国家参与,展出的时间是 6 个月。上海世博会的展出时间是 184 天左右,参展的内容更综合性一点。而认可类的世博会参加的国家和国际组织相对比较少,一般 25 个以上就可以了,而且展出的时间比较短。2008 年的西班牙萨拉戈萨世博会就是一个认可类的世博会,它举办的时间是 3 个月,参与的国家相对较少。参观人次大概是 700 万到 800 万人次之间。

第三类就是世界园艺博览会,主要是由世界园艺组织举办的,当然只是认可里面的 A1 类, A2 类它就不认可。昆明世博会就是世界园艺博览会中间的 A 类,也属于国际展览局认可的展览。2006 年沈阳园艺博览会就是属于 A2 类到 B1 类的博览会,所以不属于国际展览局认可的,但是它是国际园艺组织认可的展览。所以,昆明的世界园艺博览会与上海世博会的区别就在于此,上海世博会是一个综合性的注册类世博会,规模应该大得多。

六、国际及国内重要会展管理组织

1. 国际展览局 BIE

负责协调管理世界博览会的国际组织是国际展览局。它的法文是 the Bureau International des Expositions (英文: International Exhibitions Bureau), 英文简称为 BIE。国际展览局成立于 1928 年,总部设在法国巴黎,其章程为《国际展览公约》(Convention on International Exhibitions)。该公约由 31 个国家和政府代表于 1928 年在巴黎签署,分别于 1948 年、1966 年及 1972 年作过修正。

国际展览局属政府间国际组织,其作用包括组织考察申办国的申办工作;协调展览会的日期;保证展览会的质量等。它的存在对规范、管理和协调世博会的举办,起到了很好的效果。国际展览局的收入,主要来自申办展览会的注册费和举办期间门票收入的一定比例。目前 BIE 已有 155 个成员国。

国际展览局每年由在职主席主持召开两次全体成员国代表大会,会议由成员国代表和国际组织的观察员参加出席。会议由代表们评审新项目(世博会)的申请,评估那些申办国申办世博会的报告。大会也听取分管各方面工作的四个委员会的工作报告。国际展览局(BIE)的宗旨是通过协调和举办世界博览会,促进世界各国经济、文化和科学技术的交流和发展。国际展览局的常务办事机构为秘书处,秘书长为该处的最高领导。

2. 国际展览联盟 UFI

国际展览联盟 (原为法文 Union des Foires Internationales, 后改为英文 Union of International Fairs, 简称 UFI), 于 1925 年在意大利米兰成立, 并将总部设在法国巴黎。在 2003 年 10 月 20 日开罗的第 70 届会员大会上, 该组织决定更名为全球展览业协会 (The Global Association of the Exhibition Industry), 仍简称



UFI。国际展览联盟是迄今为止世界展览业最重要的国际性组织。对国际性展会进行权威认证是国际展览联盟的核心任务。经 UFI 认可高品质贸易展览会的标志。

截止到 2004 年 8 月, 国际展览联盟所拥有的 256 个正式会员来自世界 72 个国家的 155 个城市, 获得国际展览联盟认可的国际性展览会或贸易博览会共有 629 个。此外, 国际展览联盟还拥有 40 个协作会员, 以各国的全国性会展行业协会为主。如德国的 AUMA 和 FKM、美国的 IAEM、中国的展览馆协会和深圳市会展业协会等。

3. 国际大会及会议协会 ICCA

国际大会及会议协会 (The International Congress and Convention Association) 创建于 1963 年, 总部位于荷兰首都阿姆斯特丹, 是全球国际会议最主要的机构组织之一, 是会议业最为全球化的组织。目前在全球 80 多个国家 (地区) 拥有 700 多个机构和企业成员。目前, 我国有 14 家单位加入 ICCA, 其首要目标是通过实际操作方法的评估以促使旅游业大量地融入日益增长的国际会议市场, 同时为他们对相关市场的经营管理交流实际的信息。作为会议产业的领导组织, ICCA 为所有会员提供最优质的组织服务, 为所有会员间的信息交流提供便利, 为所有会员最大限度地发展提供商业机会, 并根据客户的期望值提高和促进专业水准。

4. 国际专业会议组织者协会 IAPCO

国际专业会议组织者协会 (The International Association of Professional Congress Organisers) 成立于 1968 年, 其前身是英国专业会议组织者协会 (The Association of British Professional Congress Organizers, ABPCO)。这是一个由专业的国际国内会议、特殊活动组织者及管理者组成的非营利性组织, 服务于全球的专业会议组织者, 其总部设在英国伦敦。目前拥有 29 个国家的 80 名成员。

5. 国际奖励旅游协会组织 SITE

国际奖励旅游协会组织 (Society of Incentive and Travel Executives, SITE) 成立于 1973 年, 是目前国际上奖励旅游行业最知名的一个国际性

的非营利性的专业协会，主要向会员提供奖励旅游方面的信息服务和教育性研讨会。目前该组织有2100多个会员，分属35个地区的87个国家，总部设在美国芝加哥。国际奖励旅游协会组织的会员的专业涉及航空、游轮、目的地管理公司（DMC）、顾问、酒店和度假地、奖励旅游公司、旅游局、会议中心、旅游批发商、研究机构、旅游景点、餐馆，供应商等。

6. 国际会议中心协会 AIPC

国际会议中心协会（Association International des Palais de Congress, AIPC）于1958年成立于罗马，为非营利组织，目前有来自世界49个国家和地区的160个国际会议中心会员。中国北京国际会议中心、中国香港会议和展览中心、中国台湾地区台北国际会议中心都是其会员。

AIPC的宗旨是：为结合全世界会议中心资源，通过会员间的交流，交换有关会议管理、会议技术、会议沟通以及会议新需求等信息，向会员提供有关会议管理和顾问服务；通过会员间的交流，提升有关会议硬件管理与营运、财务运作、组织与员工发展、行销与客户管理和环保诉求等相关议题的水准。协会在行业术语的释义方面，统计数据方面以及国际会议等其他方面起着非常重要的作用。AIPC每年都要在世界上不同地方举行年会和委员大会，来自全球各地的人士互相讨论行业议题并交换意见。

7. 中国国际贸易促进委员会 CCPIT

中国国际贸易促进委员会（China Council for the Promotion of International Trade）简称中国贸促会，是由中国经济贸易界有代表性的人士、企业和团体组成的全国民间对外经贸组织，成立于1952年5月。中国贸促会的宗旨是：遵循中华人民共和国的法律和政府的政策，开展促进对外贸易、利用外资、引进外国先进技术及各种形式的中外经济技术合作等活动，促进中国同世界各国、各地区之间的贸易和经济关系的发展，增进中国同世界各国人民以及经贸界之间的了解与友谊。

经中国政府批准，中国贸促会1988年6月组建了中国国际商会（China Chamber of International Commerce, CCOIC）。目前，中国贸促会、中国国际商会已同世界上200多个国家和地区的工商企业界建立了广泛的经贸联系，与300多个对口组织签订了合作协议，并同一些国家的商会建立了联合商会；同时，中国贸促会还在16个国家和地区设有驻外代表处。在国内，中国贸促会、中国国际商会在各省、自治区、直辖市建立了50个地方分会、600多个支会和县级国际商会，还在机械、电子、轻工、纺织、农业、汽车、石化、商业、冶金、航空、航天、化工、建材、通讯产业、供销合作、建设、粮食、矿业、煤炭、物流等部门建立了20个行业分会，并对中国对外服务工作行业协会予以指导，全国会