



会展管理核心课程创新系列教材

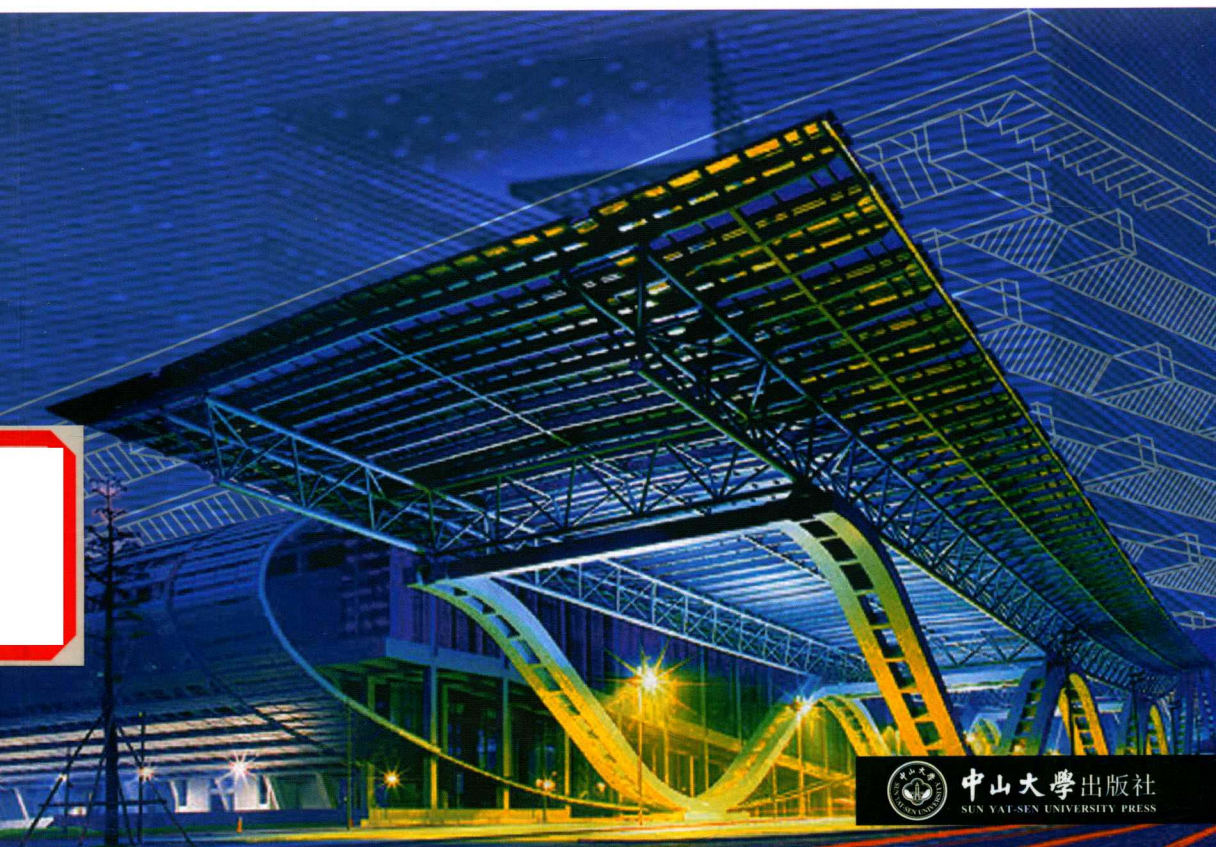
张河清 张玉明 主编

会展企业管理

(第二版)

袁亚忠 主编

曾玲芝 陈辉 副主编



中山大學出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

会展管理核心课程创新系列教材

张河清 张玉明 主编

会展企业管理

(第二版)

袁亚忠 主编

曾玲芝 陈辉 副主编

责任编辑：袁亚忠

封面设计：林辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉

校对：陈辉



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

会展企业管理/袁亚忠主编;曾玲芝,陈辉副主编.—2版.—广州:中山大学出版社,2016.7

(会展管理核心课程创新系列教材/张河清,张玉明主编)

ISBN 978-7-306-05709-9

I. ①会… II. ①袁… ②曾… ③陈… III. ①展览会—企业管理—高等学校—教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 117569 号

出版人:徐 劲

策划编辑:翁慧怡

责任编辑:翁慧怡

封面设计:林绵华

责任校对:陈 霞

责任技编:何雅涛

出版发行:中山大学出版社

电 话:编辑部 020-84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020-84111998, 84111981, 84111160

地 址:广州市新港西路 135 号

邮 编:510275

传 真:020-84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者:广州家联印刷有限公司

规 格:787mm×1092mm 1/16 22.75 印张 433 千字

版次印次:2010 年 8 月第 1 版 2016 年 7 月第 2 版 2016 年 7 月第 3 次印刷

定 价:38.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读,请与出版社发行部联系调换

中山大学出版社
ZHONGSHAN UNIVERSITY PRESS



· 附 录 ·

内 容 简 介

“会展管理核心课程创新系列教材”编委会

顾问：马 勇

主编：张河清 张玉明

编委：（按姓氏拼音为序）

陈 玲 陈 辉 方 东 胡 林 姜 倩

李 星 彭思量 茹虹玮 唐文林 吴开军

邬国梅 袁亚忠 于 丹 曾玲芝 张河清

张颖华 张玉明

本教材是在2010年8月出版的《会展企业管理》（第一版）的基础上修订的。本书以会展企业为研究对象，从会展企业的主体和微观基础出发，根据会展企业的基本原理，结合会展企业的理论和实务进行了概括性和系统性的阐述。本书共分10章，主要内容包括：会展企业概述、会展企业战略管理、会展企业组织与制度、会展企业人力资源管理、会展企业财务管理、会展企业营销管理、会展企业风险管理、会展企业社会责任管理、会展企业国际化经营、会展企业案例分析。本书从会展企业的角度，系统阐述了会展企业的经营管理，内容新颖，体例独特，并结合国内外会展业发展的热点和难点问题，力求把握会展企业管理的前沿动态；注重理论与实践的结合，例证丰富，说理清楚；每一章均配有学习目标、本章小结、基本概念、复习思考题和综合案例，便于读者系统地学习和掌握各章内容。

本书既可以作为高等院校会展专业教材用书，又可作为会展从业人员的工作参考书，也可供广大有志从事会展行业工作的人员自学使用。

内 容 简 介

本教材是在2010年8月出版的《会展企业管理》(第一版)的基础上修订的。

会展企业是会展经济运行的主体和微观基础。本书根据企业管理的基本原理,结合会展业的具体实际,对会展企业管理的理论和实务进行了概况性和系统性的论述,具体内容包括会展企业管理概述、会展企业战略管理、会展企业组织与制度管理、会展项目管理、会展企业营销与策划管理、会展企业信息管理、会展企业客户关系管理、会展企业财务管理、会展企业危机管理、会展企业人力资源管理和会展企业文化。

本书从现代企业的角度来探讨会展企业的经营管理,内容新颖,体例独特,并结合国内外会展业发展的热点和难点问题,力求把握会展企业管理的前沿动态;注重理论与实践的结合,例证丰富,说理清楚,每一章均配有学习目标、本章小结、基本概念、复习思考题和综合案例,便于读者系统地学习和掌握各章内容。

本书既可以作为高等院校会展专业教材用书,又可作为会展从业人员的工作参考书,也可供广大有志从事会展行业工作的人员自学使用。

丛书主编简介



张河清，男，湖南新宁人。现任广州大学旅游学院（中法旅游学院）院长，管理学教授、博士，先后入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”、广东省“千百十”人才工程省级培养对象、广州市“羊城学者”中青年学术带头人；主要从事区域旅游经济、城市发展与会展旅游、旅游营销管理等教学与研究工作。

主要社会和学术兼职有：“教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会”委员，“广东省本科院校旅游管理类专业教学指导委员会”副主任，中国自然资源学会资源工程专业委员会副主任，中国人类学民族研究会民族旅游专业委员会副主任，国家自然科学基金、社科基金、教育部社科规划项目通讯评审专家，广东省财政厅、省旅游局旅游发展专家团成员，旅游规划咨询评审专家，广东省首批旅游A级景区评定委员；先后被湛江市、梅州市、清远市、韶关市、惠州市、江门市等十多个市（县）聘为旅游发展高级顾问。

曾先后担任湘潭大学党委办公室副主任，湘潭大学旅游管理学院党委书记，湖南省人文社科重点研究基地“红色旅游研究基地”首席专家，广东财经大学（原广东商学院）旅游学院院长等职。

迄今为止，已主持国家自然科学基金项目2项、国家社科基金项目1项、部省级科研课题9项；主持完成30多项地方政府和旅游企事业单位委托的旅游规划与策划横向课题研究工作；在《旅游学刊》《经济地理》等国内外学术期刊发表论文100余篇，出版著作6部。曾获国家旅游局优秀学术成果奖1项、省级优秀教学成果奖1项、其他教学科研奖励20多项。

其次，我们力图达到单门课程内容体系的科学完整。具体要求是：每一位



张玉明，广东揭阳人。营销学教授、硕士生导师。历任南昌大学经济与管理学院副院长、侨联主席，广东财经大学（原广东商学院）旅游与环境学院副院长、校务委员、会展研究中心主任、会展管理专业负责人等。现任广东外语外贸大学南国商学院国际工商管理学院院长、企业创新与发展研究中心主任、会展管理专业负责人。主要研究方向为工商管理 and 会展管理。

主要学术兼职：中国会展经济研究会会员、中国国际贸易学会会议与展览专业委员会理事、全国国际商务会展管理培训认证考试专家委员会专家、会展管理高级策划师、广东省商业经济学会理事等。

迄今为止，主持或参与完成国家级、省厅级等课题 30 余项，协助主持世行课题 1 项；出版专著和教材 5 部，发表论文 70 余篇，其中会展方面的课题 18 项、论文 40 余篇、教材 3 部。科研成果获省级社会科学优秀成果二等奖 3 项；中国会展经济研究会科研成果一等奖 1 项、二等奖 2 项；其他奖多项。主讲多门会展课程，连续多年获课堂教学质量优秀奖。

总 序

我们这套会展管理核心课程创新系列教材是与2010年第一届会展经济与管理专业本科生的毕业论文撰写同步启动的。在目前我国会展教材总量并不算少的情况下,我们依然反复酝酿并长期准备编写会展教材,是因为有一个无法放弃、无法割舍的既定目标。这个目标就是:吸收目前已有的所有会展教材(包括本土教材与引进版教材)和会展研究成果的精华,结合我国会展实业和会展教育的发展情况,立足会展专业本科层次的人才培养,兼顾会展专业专科层次的人才培养和会展业从业人员的自学与深造,选择得到公认的主干课程(第一批10种),集会展管理专业教师团队多年的实践教学经验和研究成果,集会展管理专业教师的智慧和心血,打造我国会展专业适用、好用的教材,为会展专业人才的培养和培训贡献我们的绵薄之力。

首先,我们力图实现主干课程之间教学内容的科学分割。目前,我国已经出版的会展教材在不同课程内容上的多处重复是一个令人非常头疼和棘手的问题。对此,本系列教材编著单位进行了多次研讨和认真梳理,提出了各种内容调整方案。例如,将“会展经济学”更名为“会展产业经济”:以产业经济的分析和研究为课程的主干,适当结合微观经济学、城市经济学、地理经济学、信息经济学等课程的相关理论,对会展经济进行阐述;严格地从经济学的角度提出问题、分析问题并解决问题,避免与会展概论、会展导论、会展管理、会展营销等课程冲突与重复。再如,《会展企业管理》教材借鉴了管理学和企业管理等课程的相关理论,从企业的角度来探讨会展的经营管理,内容新颖,对会展企业管理的理论和实务进行了全面系统的阐述,其内容涵盖战略管理、组织与制度管理、项目管理、营销与策划管理、客户关系管理、信息管理、财务管理、危机管理、人力资源管理、企业文化等方面,填补了目前《会展企业管理》教材的空白。

其次,我们力图达到单门课程内容体系的科学完整。具体要求是:每一位

编著者必须跳出按实际操作来安排教材章节和内容的窠臼,每门课程都要追溯到有紧密联系、可以为我所用和必须为我所用的理论源头,并将其与新兴的会展产业结合,完整构建各门课程的理论体系、应用框架和操作程序,使课程既有理论又有操作,用理论指导实践,从而实现与职业教育专业教材以操作为主的特点严格区别开来,使之更适合本、专科层次的人才培养,也有利于其他层次教育和培训的提升。例如,《会展服务管理》教材的内容体系是:前五章以会展服务的实务与操作为主,后五章以会展服务管理的理论与方法为主。该书的理论与方法部分主要包括会展服务管理的基本理论与常用方法、会展服务需求预测、会展服务流程设计、会展服务质量管理、会展服务人员管理(包括会展实习生、见习生、志愿者等外部服务人员的管理),使得该书的内容体系更加科学和完整,很多内容都是首次在同类教材中出现。

再次,我们力图实现教材的内容体系与国际接轨并体现中国特色,同时达到一定的理论深度。我们要求编著者充分参考发达国家会展管理方面的课程体系设计和相同课程的内容选择,并根据我国教学实践的需要,适当地进行梳理和消化,使教材能够与国际最新教材体系接轨。例如,《会展旅游》教材就是在充分借鉴国内外同类教材的基础上完成的。该教材从我国高校开设会展专业的实际出发,遵循教材编排的一般规律,注重将最新的科研成果贯穿始终,使之既符合教材体例,又能反映会展旅游的国内外最新发展动态,具有很强的时效性和科学性。会展旅游消费者行为、会展旅游产业集群、会展旅游核心竞争力评价、会展旅游目的地形象策划与品牌管理等内容都是首次在《会展旅游》教材中出现,具有明显的创新特色和一定的理论深度。

最后,我们力图实现讲授和自学的好读好懂、好用适用。教材的每章在正文之前配以学习目标,进行导学和提示;在正文当中穿插小案例、图表、小链接,帮助学生理解和分析;在正文之后增加小结、关键词和复习思考题,便于学生回顾和记忆;最后配以综合案例和案例讨论题。本套丛书每种教材的谋篇布局环环相扣、逻辑严密、层次清晰,追踪前沿、解剖案例、传授技巧,教习结合、学练叠成。全套教材可作为会展专业本、专科生的专业教材,也可供会展从业人员培训使用和对会展有兴趣的各界人员自学使用。

总之,实现主干课程之间教学内容的科学分割、单门课程内容体系的科学完整、内容体系与国际接轨并体现中国特色、达到一定的理论深度、好读好懂、好用适用,是本套教材编写人员和出版单位共同的追求和期望。

本套教材将是会展专业教师们多年研究心得的总汇及多年教学经验的集

成；同时，还包括老师们来不及发表的学术成果和在研的问题及课题。我们真诚地期待更多的良师益友参与探索，对本套教材的不足之处提出批评和指导意见。

“会展管理核心课程创新系列教材”编委会

顾问：马 勇 教授

教育部高等学校旅游管理教学指导委员会副主任

第一章 会展企业管理概述 (1)

2015年7月

学习目标 (1)

第一节 会展企业的类型和特点 (1)

一、会展企业的概念和类型 (1)

二、会展企业的特点 (20)

第二节 会展企业管理的主要内容和研究方法 (3)

一、会展企业管理的定义和功能系统 (3)

二、会展企业管理的主要内容 (5)

三、会展企业管理的研究方法 (6)

第三节 会展企业管理的理论基础和理论发展趋势 (8)

一、会展企业管理的理论基础 (8)

二、会展企业管理理论的发展趋势 (12)

本章小结 (17)

本章关键词 (17)

复习思考题 (17)

综合案例 (17)

第二章 会展企业战略管理 (19)

学习目标 (19)

第一节 战略管理概述 (19)

一、战略与战略管理的定义 (19)

二、战略管理的特点 (20)

三、战略管理的作用 (21)

四、战略管理的过程 (22)

第二节 会展企业战略环境分析 (22)

目 录

第一章 会展企业管理概述 (1)

学习目标 (1)

第一节 会展企业的类型和特点 (1)

一、会展企业的概念和类型 (1)

二、会展企业的特点 (2)

第二节 会展企业管理的主要内容和研究方法 (3)

一、会展企业管理的定义和功能系统 (3)

二、会展企业管理的主要内容 (5)

三、会展企业管理的研究方法 (6)

第三节 会展企业管理的理论基础和理论发展趋势 (8)

一、会展企业管理的理论基础 (8)

二、会展企业管理理论的发展趋势 (12)

本章小结 (17)

本章关键词 (17)

复习思考题 (17)

综合案例 (17)

第二章 会展企业战略管理 (19)

学习目标 (19)

第一节 战略管理概述 (19)

一、战略与战略管理的定义 (19)

二、战略管理的特点 (20)

三、战略管理的作用 (21)

四、战略管理的过程 (22)

第二节 会展企业战略环境分析 (22)

一、会展企业外部环境分析	(22)
二、会展企业内部环境分析	(28)
第三节 会展企业战略目标的确定	(35)
一、企业使命和企业战略目标的定义	(35)
二、会展企业战略目标的作用	(36)
三、会展企业战略目标的内容	(36)
四、会展企业战略目标体系	(37)
五、会展企业战略目标制定过程	(37)
六、会展企业战略目标制定原则	(38)
第四节 会展企业战略的制定、评价和选择	(38)
(1) 一、会展企业战略类型	(38)
(1) 二、会展企业战略制定	(42)
(1) 三、会展企业战略评价和选择	(43)
第五节 会展企业战略的实施和控制	(50)
(8) 一、会展企业战略实施	(50)
(8) 二、会展企业战略控制	(55)
(2) 本章小结	(59)
(6) 本章关键词	(59)
(8) 复习思考题	(60)
(8) 综合案例	(60)
第三章 会展企业组织与制度管理	(63)
(9) 学习目标	(63)
(7) 第一节 会展企业组织	(63)
(7) 一、会展企业组织概述	(63)
(9) 二、会展企业组织运作特点	(64)
(9) 第二节 会展企业组织结构设计	(66)
(9) 一、会展企业组织结构设计的特殊性	(66)
(9) 二、会展企业组织结构设计的原则	(67)
(9) 三、会展企业组织设结构计的影响因素	(70)
(05) 四、会展企业组织结构设计的任务	(72)
(51) 五、会展企业组织结构设计的内容	(73)
(55) 六、会展企业组织结构设计的步骤	(77)
(55) 七、会展企业常见的组织结构类型	(79)

第三节 会展企业制度管理	(83)
一、会展企业制度的定义	(83)
二、会展企业制度的特征	(84)
三、会展企业制度的内容	(85)
四、会展企业制度的制定	(87)
五、会展企业制度化管理	(90)
本章小结	(91)
本章关键词	(91)
复习思考题	(92)
综合案例	(92)
第四章 会展项目管理	(94)
学习目标	(94)
第一节 会展项目与项目管理	(94)
一、项目的定义及其特征	(94)
二、项目管理的定义、特征及其发展历程	(96)
三、会展项目的定义、特征及其类型	(98)
四、会展项目管理的定义、过程及其发展趋势	(100)
第二节 会展项目管理的实施	(102)
一、会展项目启动	(102)
二、会展项目规划	(105)
三、会展项目执行	(108)
四、会展项目结束	(109)
第三节 会展项目评估	(110)
一、会展项目评估的定义、目的和特点	(110)
二、会展项目评估的内容	(112)
三、会展项目评估的程序	(115)
本章小结	(117)
本章关键词	(117)
复习思考题	(117)
综合案例	(117)
第五章 会展企业营销与策划管理	(120)
学习目标	(120)

第一节 会展企业营销信息与调研	(120)
一、会展企业营销的定义	(120)
二、会展企业营销信息系统	(121)
三、会展企业营销调研	(123)
第二节 会展企业营销战略	(127)
一、会展市场细分	(127)
二、选择目标市场	(131)
三、会展市场定位	(133)
第三节 会展企业营销策略	(134)
一、会展企业产品策略	(134)
二、会展企业产品定价策略	(137)
三、会展企业营销渠道策略	(140)
四、会展企业促销策略	(142)
第四节 会展策划	(144)
一、会展策划的定义、特点和原则	(144)
二、会展策划的内容和程序	(147)
本章小结	(150)
本章关键词	(151)
复习思考题	(151)
综合案例	(151)
第六章 会展企业信息管理	(157)
学习目标	(157)
第一节 会展企业信息管理概述	(157)
一、信息的概念与特征	(157)
二、会展信息的概念与内容	(160)
三、信息管理与会展信息管理	(160)
第二节 会展企业管理信息系统	(161)
一、会展管理信息系统概述	(161)
二、会展管理信息系统的组成和作用	(163)
三、会展管理信息系统的功能模块与结构	(164)
四、会展管理信息系统的评价	(166)
第三节 会展企业信息化管理	(167)
一、信息化与信息化管理	(167)

二、会展现场信息化管理	(168)
三、会展办公信息化管理	(171)
四、会展网上信息化管理	(172)
本章小结	(172)
本章关键词	(173)
复习思考题	(173)
综合案例	(173)
第七章 会展企业客户关系管理	(177)
学习目标	(177)
第一节 会展企业客户关系管理概述	(177)
一、会展企业客户的类型	(177)
二、会展企业客户关系管理的内涵	(179)
三、会展企业客户关系管理的目标和作用	(180)
四、会展企业客户关系管理的技术支持	(181)
第二节 会展企业客户关系管理的内容、流程和策略	(182)
一、会展企业客户关系管理的内容	(182)
二、会展客户关系管理的流程	(183)
三、会展客户关系管理的策略	(185)
第三节 会展企业客户关系管理系统的实施	(187)
一、会展企业客户关系管理系统的功能	(187)
二、会展企业客户关系管理系统总体框架	(188)
三、会展企业实施客户关系管理系统应该注意的问题	(190)
本章小结	(192)
本章关键词	(192)
复习思考题	(192)
综合案例	(192)
第八章 会展企业财务管理	(198)
学习目标	(198)
第一节 会展企业财务管理概述	(198)
一、会展企业财务管理的定义	(198)
二、会展企业财务管理的内容	(199)
三、会展企业财务关系	(201)

四、会展企业财务管理的目标及其原则	(203)
五、会展企业财务管理的方法	(206)
第二节 会展企业财务预算管理	(210)
一、会展企业项目预算	(211)
二、会展企业部门预算	(212)
三、会展企业财务预算的执行与控制	(213)
第三节 会展企业财务风险与防范	(213)
一、会展企业财务风险的表现	(214)
二、会展企业财务风险的防范与控制	(215)
第四节 会展企业融资管理	(218)
一、会展企业的融资方式	(218)
二、会展企业负债融资	(219)
三、会展企业负债融资时需要考虑的因素	(221)
第五节 会展企业财务报表	(222)
一、会展企业财务报表的内容	(222)
二、会展企业财务报表分析	(222)
本章小结	(227)
本章关键词	(227)
复习思考题	(228)
综合案例	(228)
第九章 会展企业危机管理	(230)
学习目标	(230)
第一节 会展企业危机管理概述	(230)
一、会展企业危机管理的相关概念	(230)
二、会展企业危机的类型	(233)
三、会展企业加强危机管理的意义	(237)
四、会展企业危机管理的程序	(238)
第二节 会展企业危机预警管理	(239)
一、企业危机预警管理的实践	(240)
二、会展企业危机预警管理的对策	(242)
第三节 会展企业危机处理与恢复	(248)
一、会展企业危机处理的原则	(249)
二、会展企业危机处理的一般步骤	(250)

三、会展企业危机处理的对策	(252)
四、会展企业危机的恢复	(260)
本章小结	(261)
本章关键词	(261)
复习思考题	(261)
综合案例	(262)
第十章 会展企业人力资源管理	(263)
学习目标	(263)
第一节 会展企业人力资源管理概述	(263)
一、会展企业人力资源及人力资源管理的定义	(263)
二、我国会展企业人力资源状况	(266)
三、会展企业人力资源管理的意义	(270)
第二节 会展企业员工招聘	(271)
一、会展企业员工招募	(272)
二、会展企业员工甄选	(274)
三、会展企业员工录用和评估	(277)
第三节 会展企业员工培训和开发	(279)
一、会展企业员工培训和开发概述	(279)
二、会展企业员工培训和开发过程	(281)
三、会展企业员工培训和开发机制	(285)
第四节 会展企业员工绩效管理	(287)
一、会展企业员工绩效管理概述	(288)
二、会展企业员工绩效管理的过程	(291)
三、会展企业员工绩效管理的方法	(293)
第五节 会展企业员工激励	(295)
一、激励概述	(296)
二、会展企业员工激励存在的问题	(299)
三、会展企业员工激励机制	(300)
本章小结	(303)
本章关键词	(304)
复习思考题	(304)
综合案例	(304)