



中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

会展服务与管理专业模块 | 模块主编 朱承强 王昆欣

会展运营管理

MICE Operation and Management

主编 郑建瑜

China Tourism

中国旅游出版社

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

会展服务与管理专业模块 | 模块主编 朱承强 王昆欣

会展运营管理

MICE Operation and Management

主编 郑建瑜

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉

责任编辑：张珊珊

责任印制：冯冬青

封面设计：鲁 筱

图书在版编目 (CIP) 数据

会展运营管理 / 郑建瑜主编. --北京：中国旅游出版社，2015.9

ISBN 978 - 7 - 5032 - 5396 - 6

I. ①会… II. ①郑… III. ①展览会—管理—技术培训—教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 181883 号

书 名：会展运营管理

作 者：郑建瑜

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：14.25

字 数：283 千

定 价：32.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 5396 - 6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

出版说明

把中国旅游业建设成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业,实现由世界旅游大国向世界旅游强国的跨越,是中国旅游界的光荣使命和艰巨任务。要达成这一宏伟目标,关键靠人才。人才的培养,关键看教育。教育质量的高低,关键在师资与教材。

经过 20 多年的发展,我国高等旅游职业教育已逐步形成了比较成熟的基础课程教学体系、专业模块课程体系以及学生行业实习制度,形成了紧密跟踪旅游行业动态发展和培养满足饭店、旅行社、旅游景区、旅游交通、会展、购物、娱乐等行业需求的人才的开放式办学理念,逐渐摸索出了一套有中国特色的应用型旅游人才培养模式。在肯定成绩的同时,旅游教育界也清醒地看到,目前的旅游高等职业教育教材建设和出版还存在着严重的不足,体现在教材反映出的专业教学理念滞后,学科体系不健全,内容更新慢,理论与旅游业实际发展部分脱节等,阻碍了旅游高等职业教育的健康发展。因此,必须对教材体系和教学内容进行改革,以适应飞速发展的中国旅游业对人才的需求。

上海旅游高等专科学校、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、南京旅游职业学院、山东旅游职业学院、郑州旅游职业学院等中国最早从事旅游职业教育的骨干旅游高职院校,在学科课程设置、专业教材开发、实训实习教学、旅游产学研一体化研究、旅游专业人才标准化体系建设等方面走在全国前列,成为全国旅游教育的排头兵、旅游教学科研改革的试验田、旅游职业教育创新发展的先行者。他们不仅是全国旅游职业教育的旗帜,也是国家旅游局非常关注的旅游教育人才培养示范单位,培养出众多高素质的应用型、复合型、技能型的旅游专业人才,为旅游业发展做出了贡献。中国旅游出版社作为旅游教材与教辅、旅游学术与理论研究、旅游资讯等行业图书的专业出版机构,充分认识到高质量的应用型、复合型、技能型人才对现阶段我国旅游行业发展的重要意义,认识到推广中国骨干旅游高职院校的基础课程、专业课程、实习制度对行业人才培养的重要性,由此发起并组织了中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目,将六校的基础课程和专业课程的教材成系统精选出版。该项目得到了“五星联盟”院校的积极响应,得到了国家旅游局人事司、教育部高职高专旅游专业教学指导委员会、中国

旅游协会旅游教育分会的大力支持。经过各方两年多的精心准备与辛勤编写，在国家“十二五”开局之年，这套教材终于推出面世了。

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目所含教材分为六个专业模块：“旅游管理专业模块”（《旅游概论》、《旅游经济学基础》、《中国旅游地理》、《中国旅游客源国与目的地国概况》、《旅游市场营销实务》、《旅游服务业应用心理学》、《旅游电子商务》、《旅游职业英语》、《旅游职业道德》、《旅游策划实务》、《休闲学概论》、《旅游商品概论》、《旅游服务礼仪与实训》、《中国历史文化》、《旅游企业人力资源管理》、《旅游公共关系》）；“酒店服务与管理专业模块”（《酒店概论》、《酒店前厅部服务与管理》、《酒店客房部服务与管理》、《酒店餐饮部服务与管理》、《酒店人力资源管理实务》、《酒店财务管理》、《酒店英语》、《酒店市场营销》、《调酒与酒吧管理》）；“旅行社服务与管理专业模块”（《旅行社经营管理》、《旅游政策与法规》、《导游业务》、《导游文化基础知识》、《旅行社门市业务》、《旅行社业务操作技能实训》、《出境旅游领队实务》）；“景区服务与管理专业模块”（《景区规划原理与实务》、《景区服务与管理》、《旅游资源的调查与评价》）；“会展服务与管理专业模块”（《会展运营管理》、《会展策划与管理》、《会展设计与布置》、《节事活动赞助》）；“烹饪工艺与营养专业模块”（《厨政管理》、《烹饪营养与食品安全》、《面点工艺学》、《西餐工艺与实训》）。本套教材实行模块主编审稿制，每一个专业模块均聘请了一至三位该学科领域的资深专家作为特邀主编，负责对本模块内每一位主编提交的编写大纲及书稿进行审阅，以确保本套教材的科学性、体系性和专业性。六校的资深专家及相关课程的骨干教师参与了本套教材的编写工作。他们融合多年的教学经验和行业实践的体会，吸收了最新的教学与科研成果，选择了最适合旅游职业教育教学的方式进行编写，从而使本套教材具有了鲜明的特点。

1. 定位于旅游高等职业教育教材的“精品”风格，着眼于应用型、复合型、技能型人才的培养，强调互动式教学，强调旅游职业氛围以及与行业动态发展的零距离接触。

2. 强调三个维度能力的综合，即专业能力（掌握知识、掌握技能）、方法能力（学会学习、学会工作）、社会能力（学会共处、学会做人）。

3. 注重应用性，强调行动理念。职业院校学生的直观形象思维强于抽象逻辑思维，更擅长感性认识和行动把握。因此，本套教材根据各门课程的特点，突出对行业中的实际问题和热点问题的分析研讨，并以案例、资料表述和图表的形式予以展现，同时将学生应该掌握的知识点（理论）融入具体的案例阐释中，使学生能较好地将理论和职业要求、实际操作融合在一起。

4. 与相关的行业资格考试、职业考核相对应。目前，国家对于饭店、导游从业人员的资格考试制度已日渐完善，而会展、旅游规划等的从业资格考核也在很多旅游发达

地区逐渐展开。有鉴于此，本教材在编写过程中尽可能参照最新的各项考试大纲，把考点融入到教材当中，让学生通过实践操作而不是理论的死记硬背来掌握知识，帮助他们顺利通过相关的考试。

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目是一个持续的出版工程，是以中国骨干旅游高职院校和中国旅游出版社为平台的可持续发展事业。我们对参与这一出版工程的所有特邀专家、学者及每一位主编、参编者和旅游企业界人士为本套教材编写贡献出的教育教学和行业从业的才华、智慧、经验以及辛勤劳动表示崇高的敬意和衷心的感谢。我们期望这套精品教材能在中国旅游高等职业教育教学中发挥它应有的作用，做出它应有的贡献，这也是众多参与此项编写出版工作的同人的共同希望。同时，我们更期盼旅游高等职业教育界和旅游行业的专家、学者、教师、企业界人士和学生在使用本套教材时，能对其中的不足之处提出宝贵意见和建议，我们将认真对待并吸纳合理意见和建议，不断对这套教材进行修改和完善，使之能够始终保持行业领先水平。这将是我们的不懈的追求。

中国旅游出版社
2013年11月

前言

商务部服务贸易司副司长吕继坚在《中国会展业行业发展报告 2014》发布会上指出,会展业是现代服务业的重要组成部分,也是连接生产与消费的桥梁和纽带,不仅能够促进供需对接、畅通流通渠道,而且对区域和行业经济发展有强大的拉动作用。随着全球会展业的不断发展,会展业对区域经济带作用愈发明显。据统计,全球会展产业每年直接经济效益超过 3000 亿美元,为世界经济带来的增长总额超过 3 万亿美元,约占全球 GDP 总和的 4%,呈现出专业化程度高、市场化程度高、展会面积规模化和会展产业集中度高等特点。随着中国经济的快速发展,中国会展业已经成为推动社会经济增长的新动力,各类展会汇集人流、物流、资金流、技术流和信息流,有效拉动餐饮、住宿、交通、零售、旅游等众多服务业的增长,在转变经济发展方式、优化产业结构,打造中国经济升级版中发挥着积极的作用。

本书立足于当前会展产业快速发展的现实,着眼于会展企业,并根据教学和实践过程中的经验总结编写,将会展原理的一般理论与实践有机地结合起来,能够让学习者理论联系实际,掌握会展具体操作流程。全书共 10 章,分别为:会展运营管理概述、会展项目策划与主题确定、会展项目可行性分析与计划管理、会展项目财务管理、会展市场营销、会展现场服务管理、人员安排与团队组建、会议管理、展览管理、节事活动管理。

本书的特点有三个:第一是连贯性,把会展运营管理理论与案例有机地结合起来,使读者能够全面把握具体的操作流程。第二是实用性,结合国内外会展活动项目运营管理的理论与实践,通过案例来阐述会展的实际操作。第三是可读性,力图把各种学科理论和方法通俗化,先进行理论和知识点的介绍,然后通过案例来分析与验证,让不具备实际经验的学生便于学习、容易理解与运用。

通过本教材和课程学习,使学生能够全面把握会议、展览、节事活动的具体操作流

程与实务；通过案例分析与验证，结合国内外会展操作的理论和实践，提高本课程的实用性特点；通过展示会展项目操作的全貌，掌握会展操作流程与实务，使学生能够理论联系实际，提高处理会展项目管理与服务问题的能力。

由于笔者也只是研究会展运营现状与发展问题中的一员，要想对会展运营管理的全貌作精准的掌握与概括，尚有一定的局限，因此，本书所论述的观点和内容，难免有不尽人意甚至错漏之处，还望读者不吝赐教，共同研讨。

郑建瑜

上海师范大学旅游学院会展管理系

2015 年 7 月于上海

目 录

CONTENTS

前 言	1
第一章 会展运营管理概述	1
第一节 职业道德规范	3
第二节 会展的类型与规模	7
第三节 会展运营管理的理论基础	12
第四节 模块化协作的会展运营管理	19
第五节 运营管理团队	28
复习与思考	32
第二章 会展项目策划与主题确定	36
第一节 会展项目策划概述	38
第二节 会展项目策划的内容与基本流程	41
第三节 会展主题确定	47
复习与思考	51
第三章 会展项目可行性分析与计划管理	54
第一节 项目可行性研究	55
第二节 会展项目风险与 SWOT 分析	64
第三节 项目计划管理	69
复习与思考	72
第四章 会展项目财务管理	75
第一节 会展项目财务管理概述	76

第二节	会展项目财务预测	79
第三节	会展项目财务预算	83
第四节	会展项目资金筹措与费用控制	89
复习与思考		93
第五章	会展市场营销	96
第一节	会展市场营销的过程与营销组合	98
第二节	广告与公关	104
复习与思考		112
第六章	会展现场服务管理	114
第一节	会展现场管理的分类	116
第二节	展会开幕的服务管理	118
第三节	会展现场工作与管理	122
复习与思考		130
第七章	人员安排与团队组建	133
第一节	会展项目人员特征分析	135
第二节	会展项目人员组织	136
第三节	会展项目团队建设	142
复习与思考		145
第八章	会议管理	148
第一节	会前管理	150
第二节	会议营销	156
第三节	会议现场管理	161
第四节	会议总结与评估	166
复习与思考		171
第九章	展览管理	175
第一节	展览策划	176
第二节	展览营销管理	183

第三节	展会现场管理	189
第四节	展会风险控制与总结评估	191
复习与思考		194
第十章	节事活动管理	198
第一节	节事活动概述	200
第二节	节事活动的策划	204
第三节	节事活动的营销	207
第四节	节事活动的现场管理	210
第五节	节事活动的风险控制与总结评估	213
复习与思考		215

会展运营管理概述

会展业是现代服务业的重要组成部分，也是连接生产与消费的桥梁和纽带，不仅能够促进供需对接、畅通流通渠道，而且对区域和行业经济发展有强大拉动作用。运营管理作为会展项目运作的关键部分，对展会的成功举办具有指导性意义。

本章首先介绍了会展业职业道德规范，指出目前会展活动中的职业道德问题，对会展活动项目的类型与规模进行了详尽的介绍，进一步阐述了会展运营管理的理论基础，并对会展运营管理进行了宏观层面和微观层面的分类。在此基础上提出了会展运营管理的模块化协作。之后，分析总结国外会展运营管理模式，提出了中国会展运营模式的发展方向。学好本章内容将为后续章节的学习打好基础。

学习目标



知识目标

- 1 了解职业道德规范准则，并了解会展业中常见的职业道德问题。
- 2 掌握会展活动项目分类方法与规模。
- 3 了解运营管理及会展运营管理的含义。
- 4 重点掌握模块化协作的会展运营管理中各模块的含义及具体内容。

能力目标

- 1 结合职业道德规范准则，参观本地展会以深入了解当地展览业所凸显的职业道德问题，并讨论该类问题的解决方法。
- 2 选取典型的会展案例，从项目运营角度分析其模块化协作的具体流程。
- 3 实地调研会展项目，分析其在展商服务与安全管理方面的优缺点。
- 4 积极参与会展公司项目实习活动，深入了解会展公司的运营管理方式。

案 例

第 18 届中国义乌国际小商品博览会



时间：2012 年 10 月 21 日~25 日

参展类别：五金、电子电器、工艺品、文化办公用品、体育及休闲用品、箱包及皮具、日用品、饰品及饰品配件、针纺织品、玩具及儿童用品

主办方：中华人民共和国商务部、浙江省人民政府、中国国际贸易促进委员会、中国轻工业联合会、中国商业联合会

承办方：浙江省商务厅 义乌市人民政府

地点：中国义乌国际博览中心

参展商：来自全国内地 30 个省（市、区），我国香港、台湾、澳门以及美国、印度、伊拉克、澳大利亚、韩国、日本等 63 个国家和地区的 2892 家企业参展。

规模：参展企业 2892 家，国际标准展位 6000 个，展览面积 180000 平方米。

贸易观众：有来自 206 个国家和地区的 193552 名客商参会，同比增长 7.67%，其中境外客商 20886 人，同比增长 7.83%。

中国义乌国际小商品博览会（简称“义博会”）前身是中国义乌小商品博览会，创办于 1995 年，从 2002 年开始升格为由国家商务部参与主办的国际性展会。在每年的 10 月 21 日~25 日期间举行。

义博会为全国第三大展会。义博会由中华人民共和国商务部、浙江省人民政府、中国国际贸易促进委员会、中国轻工业联合会、中国商业联合会主办，浙江省对外贸易经济合作厅、义乌市人民政府承办，支持单位是国家工商行政管理总局、中华全国工商业联合会、香港贸易发展局、大韩贸易投资振兴公社。

1995 年开始，义乌市每年都举办小商品博览会，而且规模一年比一年大，档次一届比一届高。据统计，“义博会”已将小商品销往 160 多个国家和地区，出口额达 12 亿美元。2012 年第十八届

“义博会”共接待了105个国家5668名境内客商,近30个境外商务采财团参会,22个国家的使馆官员和重要外宾与会,其中11个国家和地区的26个投资项目在“义博会”招商引资洽谈会上签订协议,协议总投资16986万美元,其中合同利用外资6541.5万美元。义博会的成功举办,使义乌成为商贾趋之若鹜的地方,一大批国内外知名小商品汇集到这里,通过义博会这把打开市场的“金钥匙”,纷纷抢滩入驻。该市商品市场面积达100万平方米,其中经营商位4万个,市场经营人员达8万人,日均客流量20多万人。

义博会使浙江中部的义乌迅速崛起,并带动当地产业的良性发展,义乌这一会展城市的定位日趋明显,综合经济实力名列全国百强。

——资料来源: <http://www.yiwufair.com>



案例分析

义博会为什么会成为全国第三大展会?

第一节 职业道德规范

一、职业道德规范准则

(一) 职业道德的含义

职业道德(Professional Ethics)是从事一定职业的人们,在特定的工作和劳动中,以其内心信念和特殊社会方法来维系的、应主动遵循的、特定的心理意识、行为原则和行为规范的总和。它是人们在从事职业的过程中形成的一种内在的、非强制性的约束机制,包括职业观念、职业情感、职业理想、职业态度、职业技能、职业良心、职业作风等多方面内容。

从本质上讲,职业道德是社会行为个体履行岗位职责的一种规范,是按照职业操守规定,要求职业人的行为有益于他人和社会,主要利用职业教育、职业规范的手段,通过启迪人们的道德觉悟、激励人们的职业情感、强化人们的道德意志来养成个人良好的职业行为习惯和品质。

(二) 职业道德的基本要求

- (1) 忠于职守,乐于奉献。
- (2) 实事求是,一票否决。
- (3) 依法行事,严守秘密。
- (4) 公正透明,服务社会。

相关链接



国际特别活动项目协会列举的道德规范准则

国际特别活动项目协会（International Special Events Society, ISES）列举了以下的道德规范准则：

- 加强并倡导特别活动项目业内职业道德最高规范，并保证职业化的最高标准。
- 坚持并超越行业一贯性标准，致力于职业各层面的优质服务。
- 以法律和职业道德准则为根本对待所有业界的谈判和活动。
- 保护公众的利益，反对欺骗和不公正待遇，从事任何工作都以职业声誉为重。
- 保证所有的商业活动都置于恰当合适的保险范围内。
- 保证行业的安全和卫生标准。
- 为工作任务提供真实和准确的信息。采用书面合同的方式说明所有有关工作变化、服务、产品、预期目标和其他必要信息的情况。
- 致力于职业和知识的提高，参加相关知识培训，为相关会议和刊物提供个人的才智。
- 与同行、供应商、员工/雇主及所有下属通力合作，保证各个层面的优质服务。
- 订阅国际特别活动项目协会有关职业道德行为规范准则，并遵守国际特别活动项目协会规定的细则和政策。

——资料来源：<http://www.ises.org.au>

（三）职业道德的内涵

职业道德的内涵包括以下 8 个方面：

- （1）职业道德是一种职业规范，受到社会普遍的认可。
- （2）职业道德是长期以来自然形成的。
- （3）职业道德没有确定形式，通常体现为观念、习惯、信念。
- （4）职业道德依靠文化、内心信念和习惯，通过员工的自律实现。
- （5）职业道德大多没有实质的约束力和强制力。
- （6）职业道德的主要内容是对员工义务的要求。
- （7）职业道德标准多元化，代表了不同企业可能具有不同的价值观。
- （8）职业道德承载着企业文化和凝聚力，影响深远。

（四）职业道德的社会作用

职业道德是社会道德体系的重要组成部分，它一方面具有社会道德的一般作用，另一方面具有自身的特殊作用，具体表现在：

- （1）调节职业交往中从业人员内部以及从业人员与服务对象间的关系。
- （2）有助于维护和提高本行业的信誉。
- （3）促进本行业的发展。

(4) 有助于提高全社会的道德水平。

二、会展活动中常见的道德问题

(一) 会展活动中存在的道德问题

与其他服务业一样,会展业也存在行业伦理道德与追求利润之间的矛盾问题,而提供优质的产品和服务,赢得舆论的支持、公众的信任,让会展业实现两者兼得,其中的关键就是会展业职业道德建设。

目前,我国的会展业职业道德建设中,主要问题就是展会职业道德管理机构缺位,监督无力。政府监督机构和政府部门、国家会议和展览行业组织,没有把职业道德建设纳入议事日程。全国会展行业职业道德尚处于一个自由发展的状态,各部门各行其是。

当前的会展业职业道德氛围需要改善,主要表现在:一方面,展会组织机构间关系不融洽,相互抢会、拆台、恶意攻击等现象时有发生;另一方面,展会组织者只关心经济利益,在展会操作的各个阶段,不断掺假使假,败坏了行业声誉。

相关链接



搜索

会展活动中出现的不道德现象

1. 许多“皮包”展览公司或展览专业户将一些市场、广场、体育场或未开张的商场作为展览场地,这些场馆并非专业展览场所,设施和管理不健全,但因为租金便宜,办会率极高,而且换汤不换药,其中不乏无证经营者、假冒伪劣商品,成了正规展馆的不公平竞争对手。

2. 有些并非民间组织举办的展览会虽层次高,但少数团体的组织者却见利忘义,摊位促销出现买方市场时就降低标准,推销展位鱼目混珠;出现卖方市场时就漫天要价,倒买倒卖炒售摊位,造成极坏影响。

3. 有些名目繁多的“会”“节”已经背离办会宗旨。路边摊、大路货、无证摊贩,堂而皇之地挤进展馆,利用宝地借台唱戏,搞得面目全非,使合法参展厂商和与会观众大有上当之感。

4. 有些完全没有办会经验和实力的各种公司巧立名目,利用各种途径,买来一个承包权,采取各式各样的“包装”,为展览会“乔装打扮”,挂上时髦的招牌,广告铺天盖地,打一枪换一个地方,成了名副其实的展览“游击队”。这些公司推销积压商品,以假充真、以次充好、缺斤少两、浑水摸鱼,不少人成了展销的暴发户。而会后,被侵权的消费者要求讨个说法时,“游击队”早已“南征北战”去了,投诉无门。

以上各类丧失职业道德的、不合格的展览从业人员和涉及展览行业的各种团体及个人,他们的行为已极大地损害了展览业队伍的形象。

——资料来源: <http://blog.sina.com.cn>



课堂思考

结合参观过的展会，说说你曾经遇到过哪种类型的会展职业道德问题。

(二) 加强会展业职业道德建设

会展业作为现代服务业，其本质要求就是树立真心真意为顾客服务的思想，把观众和参展商作为“上帝”，满足他们对展览活动一切合理的要求，落实服务项目，制订服务计划，完善服务设施，建立服务网络，端正服务态度，加强服务管理，提高服务质量。

职业道德关系到会展业的健康发展，会展业发展所需的环境要靠政府的积极培育与行业成员单位的积极维护。加强全国会展行业的职业道德建设应该从以下几方面着手：

(1) **积极制定道德规范。**商务部、中国贸促会等有关部门要组织专门人员进行调研，在摸清实情后，制定出台全国会展行业职业道德规范，积极倡导全行业执行。

(2) **积极发挥行业组织的作用。**中国会展经济研究会、中国展览馆协会等全国性组织应积极筹建职业道德建设委员会，号召全体会员维护会展行业的整体形象、整体利益，并严格自律。

(3) **试行颁发职业道德奖。**全国各级各类会展业论坛、评委会、联盟等机构，在设立各类评选活动时，可单设职业道德奖项，主动、积极地发现一批守法经营的会展企业和个人，推出一批值得全会展行业学习的典型。

(4) **建立淘汰机制。**各地政府和会展业管理部门要倡导实事求是地发布有关展会组织者的违纪违规事件，通过发布公告、通告、简报等形式，督促其纠正不良行为，警示大家遵纪守法。对于较为恶劣的反面典型，要根据实际情况，积极配合工商等部门，撤销其展会组织资格。

(5) **充分发挥媒体的舆论监督作用。**不可否认，在中国社会发展中，新闻媒体发挥了十分重要的作用。建议媒体，尤其是会展行业媒体设立曝光台或者监督台栏目，对发现的各种有悖会展业职业道德的问题，进行专题讨论、聚焦。

会展业是一个涉及面较广的行业，如果不及时加强职业道德监督和建设，很容易将负面的影响扩散到其他行业。在当前社会经济形势越来越复杂的情况下，加强会展业职业道德建设，着力解决职业道德建设中存在的问题，需要综合治理、齐抓共管。