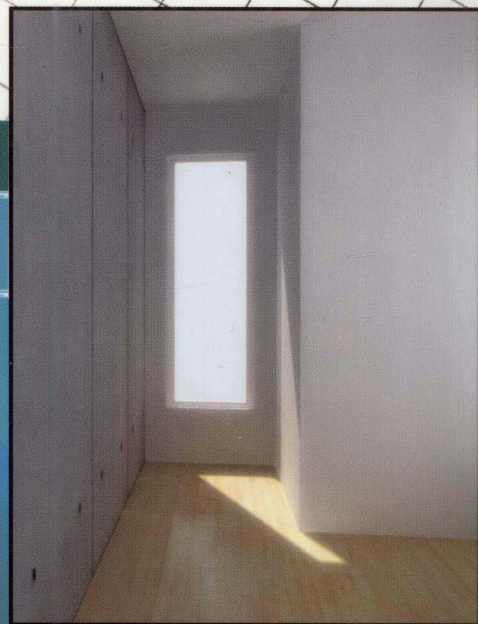


会展概论

Exhibition Introduction

• 郑彬 主编 • 黄奉康 副主编 • 黄彬 主审

<http://www.phei.com.cn>



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

21 世纪中等职业教育会展专业系列教材

会展概论

郑 彬 主 编

黄奉康 副主编

黄 彬 主 审

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

内 容 简 介

本书是中等职业学校会展专业的推荐教材。本书以现代会展基本要素为框架,结合会展项目组织的具体实践,探讨了会展项目组织的要点与工作流程。全书共分为九章,主要包括会展概述、会展的由来、会议策划与组织、展览会的组织、会议服务、展览服务、会展旅游、会展企业及行业管理、会展人才培养等方面内容。

本书可以作为中等职业学校会展及旅游、文秘等相关专业的教学用书,也可以作为会展企业、参展企业相关岗位员工的培训教材和自学用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

会展概论/郑彬主编. —北京:电子工业出版社, 2007.8

(21世纪中等职业教育会展专业系列教材)

ISBN 978-7-121-04327-7

I. 会… II. 郑… III. 展览会—专业学校—教材 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 120144 号

策划编辑:涂 晟

责任编辑:宋兆武

印 刷:北京市顺义兴华印刷厂

装 订:三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:787×980 1/16 印张:20 字数:412 千字

印 次:2007 年 8 月第 1 次印刷

印 数:3 000 册 定价:28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

中等职业学校教材工作领导小组

主任委员：陈 伟 信息产业部信息化推进司司长

副主任委员：辛宝忠 黑龙江省教育厅副厅长

李雅玲 信息产业部人事司处长

尚志平 山东省教学研究室副主任

马 斌 江苏省教育厅职社处处长

黄才华 河南省职业技术教育教学研究室主任

苏渭昌 教育部职业技术教育中心研究所所长

王传臣 电子工业出版社副社长

委 员：（排名不分先后）

唐国庆 湖南省教科院

张志强 黑龙江省教育厅职成教处

李 刚 天津市教委职成教处

王润拽 内蒙古自治区教育厅职成教处

常晓宝 山西省教育厅职成教处

刘 晶 河北省教育厅职成教处

王社光 陕西省教育科学研究所

吴 蕊 四川省教育厅职成教处

左其琨 安徽省教育厅职成教处

陈观诚 福建省职业技术教育中心

邓 弘 江西省教育厅职成教处

姜昭慧 湖北省职业技术教育研究中心

李栋学 广西壮族自治区教育厅职成教处

杜德昌 山东省教学研究室

谢宝善 辽宁省基础教育教研培训中心职教部

安尼瓦尔·吾斯曼 新疆维吾尔自治区教育厅职成教处

秘 书 长：李 影 电子工业出版社

副 秘 书 长：柴 灿 电子工业出版社

序 一

人类的会展活动历史悠久，集市、庙会和祭祀等都属于会展活动的范畴。1851年，英国的万国博览会是人类历史上第一次较为正规的大规模展示活动，可谓世界会展历史的里程碑。从那时起，会展所涉及的领域不断扩大，涵盖了经济、文化、科技等各个领域，逐渐形成了现代会展产业，它集商品展示、商贸交易和经济技术合作为一体，并兼具信息咨询、投资融资、商务服务等配套功能，以其超常的关联影响和经济拉动作用，成为21世纪的朝阳产业。因此，会展经济被誉为国民经济的“晴雨表”和“助推器”。

近年来，我国经济发展步入快车道，高新技术、信息产业的快速发展和国内外贸易的扩大对会展业的发展提出了新的和更高的要求，我国的会展业面临着巨大的发展机遇和挑战，会展专业人才严重匮乏的问题日渐凸显，建立会展人才培养机制成为发展我国会展业的当务之急。

本套面向会展企业基层员工岗位培养培训方案的“21世纪中等职业教育会展专业系列教材”的编写，适应了会展教育服务会展业发展的需求，将缓解会展业专业人才需求的矛盾，对我国会展教育和会展业的发展起到积极的推动作用。

当前，对会展人才培养过程中的人才层次划分尚没有明确的界定，会展专业知识教材的针对性不强。本套教材的作者从基层岗位员工的应知应会出发，使人才定位较为准确，实用性较强。本人从事会展业十余年，对会展专业人才求贤若渴，对会展教育问题倍加关注，看到这套教材自然是禁不住惊喜与激动。我相信，随着会展业广大同仁对会展教育的关心与细心呵护，适合于我国会展人才的培养培训教材的编写也会逐渐成熟与完善。希望本套教材能对会展的中等职业教育起到鸣锣开道的作用，为推动我国会展业腾飞做出贡献。

湖北省会展业商会会长

尚格展览公司董事长



2007年7月

序 二

会展是指围绕特定主题多人在特定时空的集聚交流活动。会展产业越来越引人注目，会展经济成为一种多要素、多产业融合、跨区域、多空间扩张的新型经济形态，会展产业规模扩张将对世界经济体系产生重大影响，促进全球经济一体化的发展。会展反映时代的脉搏，见证世界的前进历程，激发人类的活力、进取心和智慧，促进人类文明不断迈上新的台阶。

中国会展业可谓“起步晚，发展快”，这可以从近年来展览项目数增长情况得到佐证。我国1997年的展览项目数首次突破1000个，2001年突破2000个，2002年超过3000个，2005年约3800个。就展览项目而言，我国已跃居亚洲第一、世界第二，项目数仅比美国少一些。我国已成为一个“展览大国”。

会展实践需要会展人力资源的支撑。近年来，中国会展教育与培训工作进入空前的繁荣时期，相关的政府机构、高校、协会、会展企业，以及国外的教育机构、团体等纷纷涉足我国的会展教育与培训领域，开展会展学历教育与职业培训工作，形成了不同层次的教育培训市场。

会展教育的蓬勃发展必然催生会展专业教材的需求。近年来，我国图书市场已出现多套不同版本的本科、专科层次的会展教材，但面向中等职业学校和职业高中的会展教材几乎没有，而很多中等职业学校已经开设会展专业的教学工作，又急需中等职业层次的会展教材。电子工业出版社瞄准市场需求，填补会展中等职业学校教材这一空白，精心组织全国中等职业学校优秀会展教师组成教材编写队伍，2006年7月在武汉举行教材编写研讨会，笔者有幸应邀与会。编委会的学术研讨激烈而精彩，对每本教材的提纲都进行了认真、审慎的商榷，最后集体敲定。此后，各位作者倾心创作，编审人员严格把关，现在终于付梓面世。

本套教材共7个分册，包括《会展概论》、《会展策划》、《会展营销》、《会展物流》、《会展设计》、《会展法律法规》、《会展企业客户服务》，皆为会展专业必须开设的核心主干课程，包括学生将来从事会展工作应知应会的基本知识。本套丛书结构新颖、观点科学、逻辑严密、内容丰富、资料翔实、形式活泼、深入浅出、自成体系。丛书体现了求真务实的

科学精神，紧密结合会展实践和中专学生的特点，突出教材的实用性，注重强化学生的会展职业能力（如组织管理能力、策划能力、宣传推介能力、沟通协调能力等），使学生学到的知识技能真正能够适应会展工作岗位的需要。

丛书的出版有利于完善我国会展专业的教材体系，有利于我国会展人才队伍的多元化发展，也必将对我国会展事业的可持续发展起到积极的促进作用。

中国会展经济研究会学术工作部主任 俞 华

2007年7月

前 言



本书作为中等职业学校学生学习会展专业的入门课程，对会展方面的基础知识与基本技能进行了较为全面的介绍，旨在提高学生对会展企业所提供的会展服务的认识，掌握会展企业常见服务流程，将会展基础理论与方法应用于生产实践。

进入 21 世纪后，我国会展产业蓬勃发展，而与之相应的适合于基层岗位员工的会展中等职业学历教育和在职培训教材却相当缺乏，已有的教材和读本难以满足中等职业教育的需要。本书作者根据全国紧缺人才培养培训工程要求，为满足中等职业学校教学急需，经过近两年时间对会展企业、参展企业及相关服务企业基层作业岗位，进行了深入地岗位职责调研后，在商务部会展研究所专家的指导与论证的基础上编写了本书。

本书根据我国当代中等职业学校学生的特点和培养目标，以会展企业与参展企业相关岗位员工的应知应会为线索，同时贯穿会展企业所涉及的服务项目的操作要点，力求对会展策划的基本理论与方法作较为全面、系统、科学的阐述，使学生对会展服务的理论及流程有一个全面的认识。

本书的编写人员长期从事中等职业教育，对学生及会展企业的现状有比较清晰的了解，因此，在本书编写过程中尽可能用通俗的语言、简明的案例说明会展理论的依据及做法，可操作性较强。每章由名人名言、学习目标、案例导入、知识要点、章节内容、综合案例、本章小结、专业术语、本章练习等专题组成。同时每章中插入了小知识、小链接等小栏目为读者拓展相关知识提供了资料，也为教学活动和课堂讨论提供了素材。

名人名言：启迪智慧。

学习目标：明确学习目标。

案例导入：精选案例作为章节内容的切入点，通过对案例的讨论与分析导入学习内容。

知识要点：树型知识点结构图，展示知识点之间的相互联系。

章节内容：通俗的语言、精选的内容介绍了相关知识点。

综合案例：为学生课后学习提供了资料，项目课题由教师组织讨论。

专业术语：对本章涉及的重要知识点进行概括，便于学生复习。

本章练习：提出思考问题作为学生的课后练习，题型包括判断题、单项选择题、多项选择题、简答题等。

本教材建议课时为 72 学时，具体学时分配如下：

序号	内 容	学时	理论	实训
1	第 1 章 绪论	6	4	2
2	第 2 章 会展的由来	4	4	
3	第 3 章 会议策划与组织	8	6	2
4	第 4 章 展览会的组织	12	10	2
5	第 5 章 会议服务	8	6	2
6	第 6 章 展览服务	10	8	2
7	第 7 章 会展旅游	8		
8	第 8 章 会展企业及行业管理	8		
9	第 9 章 会展人才培养	8		
10	合计	72		

本书由武汉财政学校郑彬任主编。郑彬编写第 1 章及附录，四川省财经职业技术学院黄奉康任副主编，并编写第 2、3 章，贵阳市女子职业学校张雪英编写第 4 章，南昌市第一中等专业学校童颖编写第 5 章，锦州财政学校代丽丽编写第 6、7 章，武汉市财贸学校秦丽华编写第 8、9 章。郑彬负责全书的总纂和定稿，中国小商品城国际展览有限公司黄彬主审。

由于成书时间仓促，加之编者水平有限，书中难免有不妥之处，有些问题可能值得商榷，有待进一步完善。恳请读者批评指正。

为了方便教师教学，本书还配有教学指南、电子教案和习题答案（电子版）。请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.huaxin.edu.cn 或 www.hxedu.com.cn）免费注册后再进行下载，有问题时请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail:hxedu@pei.com.cn）。

编 者
2007 年 7 月





第 1 章 绪论	1
1.1 会展概述	3
1.1.1 会展的概念与特点	3
1.1.2 会展的内涵及本质	11
1.1.3 会展的类型与功能	14
1.2 会展业	16
1.2.1 会展业及其形成的条件	16
1.2.2 会展学科的研究对象	19
1.2.3 会展业与相关产业的关系	24
本章小结	28
专业术语	28
本章练习	28
实训任务	30
第 2 章 会展的由来	31
2.1 中国会展的历史演变	33
2.1.1 中国会展的早期阶段 (1949—1978)	35
2.1.2 中国会展的发展阶段 (1985—2000)	35
2.1.3 中国展览的近代阶段 (2001—)	36
2.2 会展业与会展经济	40
2.2.1 国际会展业发展的现状	40
2.2.2 国际会展业的趋势	41
2.2.3 会展经济概述	44
本章小结	48
案例阅读	48
专业术语	49

本章练习	50
实训任务	52
第3章 会议策划与组织	55
3.1 会议概述	57
3.1.1 会议定义与功能	57
3.1.2 会议的分类	58
3.2 会议的策划	59
3.2.1 会议目标与任务的确定	59
3.2.2 会议议题的确定	60
3.2.3 参会代表的确定	61
3.2.4 会议规模的确定	62
3.2.5 会议地点与时间的选择	63
3.2.6 会议的议程、日程和程序的确定	64
3.2.7 会议宣传策划	65
3.3 会议的组织流程	65
3.3.1 会议前期准备工作	66
3.3.2 会议期间的组织与接待工作	66
3.3.3 会议结束后的总结与评估工作	67
本章小结	69
案例阅读	70
专业术语	71
本章练习	71
实训任务	73
第4章 展览会的组织	75
4.1 展会构成要素	77
4.1.1 主办单位	77
4.1.2 承办单位	77
4.1.3 参展者	78
4.1.4 展览观众	78
4.1.5 展会场馆	79
4.1.6 展会服务承包商	79
4.2 展前策划	80
4.2.1 展览决策	80

4.2.2	展览主题确定	80
4.2.3	制作参展说明	81
4.2.4	建立客户档案	81
4.3	展前筹备	81
4.3.1	参展商的选择	81
4.3.2	招展宣传	82
4.3.3	组团作业	84
4.3.4	观众的选择与吸引	86
4.3.5	展台的搭建与物流服务	89
4.3.6	展览预算	91
4.4	展中管理	93
4.4.1	参展商的接待	93
4.4.2	开幕式的举办	95
4.4.3	开展后的现场管理	97
4.4.4	撤展及服务	100
4.5	组展总结、效果评估	100
4.5.1	展会总结	100
4.5.2	参展商满意度评估	102
4.5.3	绩效评估	104
4.6	展后跟踪	106
4.6.1	展后观众信息反馈	106
4.6.2	参展商的意见收集	107
	本章小结	108
	案例阅读	108
	专业术语	109
	本章练习	110
	实训任务	111
第5章	会议服务	113
5.1	迎送与引导服务	115
5.1.1	接站服务	115
5.1.2	引导服务	117
5.1.3	送返服务	117

5.2 食宿与宴会服务	119
5.2.1 宾馆饭店的选择	119
5.2.2 会议客房服务的原则及要求	121
5.2.3 会议餐饮服务的原则及要求	123
5.2.4 宴会形式的选择与举办	125
5.3 会议的安全和保密服务	128
5.3.1 会议的安全服务	128
5.3.2 会议的保密服务	130
5.4 会议的医疗卫生服务	132
5.4.1 会务组成员的医疗保健意识	132
5.4.2 会议的卫生防疫服务	132
本章小结	133
案例阅读	133
专业术语	134
本章练习	134
实训任务	136
第6章 展览服务	137
6.1 参展商服务	139
6.1.1 展览服务的内容	139
6.1.2 展品物流服务	141
6.1.3 涉外服务	145
6.1.4 展台设计与搭建服务	147
6.1.5 参展商培训服务	153
6.2 观众服务	155
6.2.1 参观指南	155
6.2.2 交易服务	157
6.2.3 后勤保障服务	158
6.2.4 安全保障服务	160
6.3 会展服务呼叫中心	162
6.3.1 会展服务呼叫中心的发展和功能	162
6.3.2 会展服务呼叫中心服务标准	164
本章小结	166

专业术语	166
本章练习	167
第 7 章 会展旅游	169
7.1 会展旅游概述	171
7.1.1 会展旅游概述	172
7.1.2 会展业与旅游业的关系	173
7.1.3 会展旅游的特点与意义	178
7.2 会展旅游产品的设计与营销	182
7.2.1 会展旅游产品的设计	182
7.2.2 会展旅游产品的营销	184
7.3 会展旅游服务	186
7.3.1 委托旅行社提供服务	186
7.3.2 会展企业自己组织旅游服务	187
7.3.3 饭店服务	188
本章小结	191
专业术语	191
本章练习	192
第 8 章 会展企业及行业管理	195
8.1 会展企业及类型	198
8.1.1 会展企业的定义	198
8.1.2 各类型的会展企业	199
8.2 会展企业财务	202
8.2.1 会议的显性成本与隐性成本	202
8.2.2 会展活动的经费支出预算	204
8.2.3 会展经费的筹措	208
8.3 会展职业道德	211
8.3.1 会展企业职业道德标准	211
8.3.2 会展企业的员工职业规范	213
8.4 会展行业管理	214
8.4.1 会展产业管理模式	214
8.4.2 国际会展行业管理的组织	219
8.4.3 我国会展行业管理的问题与对策	224
本章小结	231

专业术语	231
本章练习	232
第 9 章 会展人才培训	235
9.1 会展人才的类型	237
9.1.1 会展项目策划人才	238
9.1.2 会展项目管理人才	239
9.1.3 会展设计人才	241
9.1.4 会展搭建工程管理人才	243
9.1.5 会展营销与服务人才	244
9.1.6 会展物流人才	246
9.1.7 会展其他人才	247
9.2 会展志愿者邀请与培训	247
9.2.1 志愿者邀请	248
9.2.2 志愿者培训	251
本章小结	255
专业术语	255
本章练习	255
附录 A 会展业相关机构及基本法规	259
附录 A-1 世界博览会简介	259
附录 A-2 国际博览会联盟章程	261
附录 A-3 商品展销会管理办法	271
附录 A-4 中华人民共和国海关对进口展览品监管办法	273
附录 A-5 各类商品和技术交流活动管理试行办法	276
附录 A-6 国内贸易部关于加强各类商品展销会管理的通知	279
附录 A-7 国务院办公厅关于对在我国境内举办对外经济技术展览会加强管理的通知	280
附录 A-8 在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法	282
附录 A-9 对外经济贸易合作部关于举办来华经济 技术展览会审批规定	287
附录 A-10 关于出国（境）举办招商和办展等经贸 活动的管理办法	288
附录 A-11 出国举办经济贸易展览会审批管理办法（修订版）	292
附录 B 构建中等职业学校会展专业核心课程体系	297
参考文献	303

CHAPTER

1

第1章 绪 论



学习目标

- 理解会展相关概念。
- 描述会展业的内涵。
- 概述会展的类型与功能。
- 清楚会展业形成条件。





【案例导入】

品牌展会杀手锏——专业化

“参加这个展览会太值了，开展头一天就签了 300 万的订单，实在太令人兴奋了”。一位参展商在 2005 年 11 月 23 日晚北京中国国际展览中心举办的第五届中国国际汽车维修检测诊断及汽车零部件服务用品展览会（Automechanika China 2005）暨第 44 届全国汽车保修检测诊断设备秋季展览会上（以下简称汽保展）闭馆时说。

Automechanika 是每两年在德国法兰克福举办一次的展览会，至今已走过 60 多年的历史，是全球业内顶尖展会之一。Automechanika China 自从 1997 年移植到中国以来，已经成功地举办了四届，现已发展成为中国汽车市场最具规模和影响力的国际盛会之一。

汽保展成功的主要原因有三。其一，专业性是汽保展成功的关键。汽保展为企业搭建了一个权威、有效、专业的交流平台，为整个行业带来大量的投资和发展机遇。其二，参展商、观众、行业和媒体对展览会本身的信赖，也是展览会成功并成为品牌的一个重要因素。其三，规范的展览运作模式、全方位的立体宣传、广泛的联系、周到细致的展商和观众服务，是汽保展成功的法宝。

在参展商的组织和服上，承办公司利用投递和现场发放参展商手册的形式快速传递信息，使参展商及时准确地了解诸如场馆施工、宾馆预定、展品进馆等各种和展览会有关的信息。汽保展蕴藏着很多贸易商机，许多参展商都是冲着中国汽车市场近几年的快速发展，来吃中国汽车市场这块“蛋糕”的。因此，参展的人也越来越多。与此同时，许多专业观众也在汽保展形成的金矿中寻“宝”。



想一想

- (1) Automechanika 汽保展成功的主要原因有那些？
- (2) 一个成功的会展应由哪些人参与？其中参展商希望通过展会与谁沟通？

通过上述案例学习，我们知道会展是由会展组织者、会展参与者、会展接待者及场馆共同构成的。每个角色在会展活动中都起着重要作用，是会展活动成功的基本保证。那么什么是会展？会展有哪些特点？会展对经济发展有什么影响？本章首先从会展业的兴起、会展业的内涵和活动形式、会展业的发展条件，以及会展业的特点和作用进行介绍和论述。