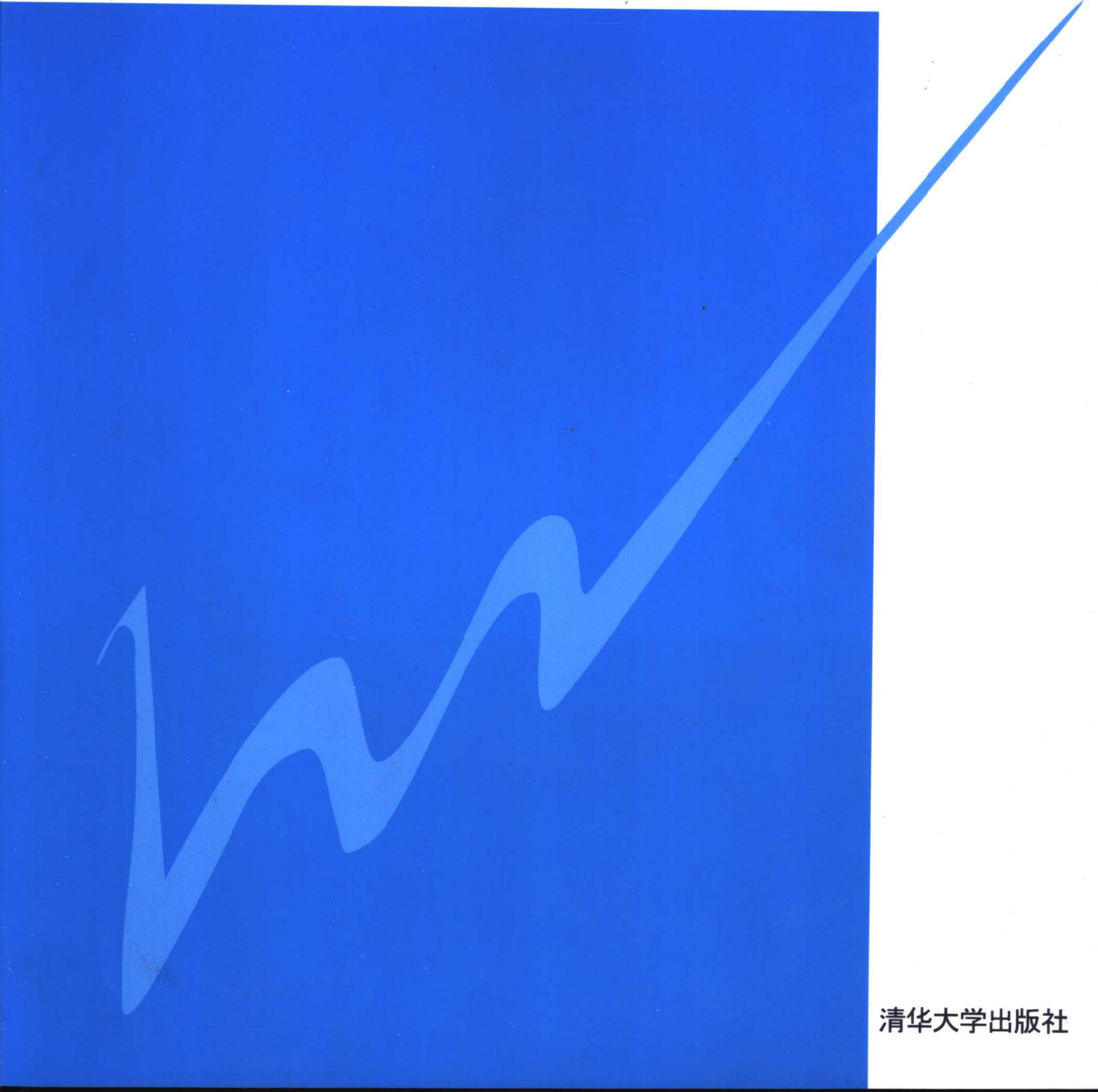
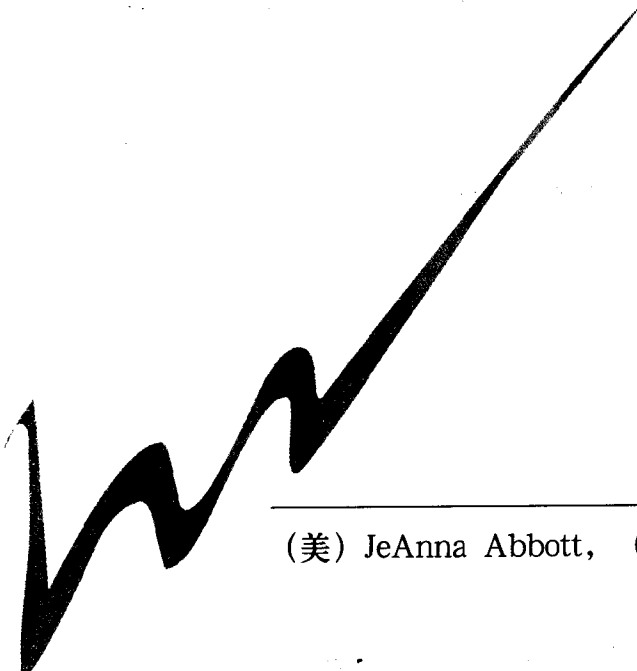


(美) JeAnna Abbott, (美) Agnes DeFranco, 王向宁 / 著

会展管理

The cover features a large blue rectangular area. A jagged, light blue line starts from the bottom left and trends upwards towards the right. A straight, thin blue line also trends upwards from the bottom right towards the top right corner.

清华大学出版社



会展管理

(美) JeAnna Abbott, (美) Agnes DeFranco, 王向宁 / 著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

伴随着越来越多的会议和展览会,参加会议和展览会策划和管理的人越来越多。本书即是一本专门介绍整个会议和展览会组织、管理并提出全面、具体建议和指导的书。作者从全面而独特的视角阐述了对会议和展览会管理的认识和理解,内容摒弃了乏味的理论说教,从实际操作的点滴入手,详细论述了会议和展览会的实际管理知识和操作技巧以及需要注意的事项。

本书适合于会议、展览的策划人员及旅游、会展专业的学生。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13901104297 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

会展管理 / (美)阿博特(Abbott, J.), (美)德弗兰克(DeFranco, A.), 王向宁著. —北京:清华大学出版社, 2004. 8

ISBN 7-302-08876-4

I. 会… II. ①阿… ②德… ③王… III. 展览会—管理 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 058488 号

出 版 者: 清华大学出版社

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

社 总 机: 010-62770175

地 址: 北京清华大学学研大厦

邮 编: 100084

客户服务: 010-62776969

责任编辑: 龙海峰

版式设计: 肖 米

印 刷 者: 北京牛山世兴印刷厂

装 订 者: 三河市李旗庄少明装订厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×230 印张: 16.25 字数: 335 千字

版 次: 2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-08876-4/F·834

印 数: 1~4000

定 价: 29.00 元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770175-3103 或(010)62795704

前言

H 会展管理
HUI ZHAN GUAN LI

伴随着越来越多的会议和展览会，参加会议和展览会策划和管理的人也越来越多，这种趋势无疑将继续下去。然而，如同许多刚刚开始起步的领域一样，负责这些会议和展览会的人员多数是半路出家或临时接受任务，几乎没有相关的专业背景和训练。虽然他们可以找到一些参考资料，但是目前国内还没有任何一本专门介绍整个会议和展览会组织、管理并提出全面、具体建议和指导的书。

我们编写这本书的主要目的就是为填补这个空白。本书三位作者来自中美两国（其中两位来自美国），长期从事旅游专业的教学和研究工作，有感于中国在美留学生、国内学生以及旅游业从业人员在会议和展览会管理方面知识的匮乏和参考书的稀缺，作者从2003年起开始酝酿本书的写作。

中国一直以来被认为是一头沉睡的东方雄狮，这个东方大国近期经济的飞速发展自然引起了全世界的瞩目。随着中国赢得2008年奥运会的主办权，许多国际团体和旅游者将被吸引到中国来。成功的国际会议和国际展览会将给中国带来的不仅是更多的资源，还有很多的就业机会，尤其是在旅游接待领域。因此，本书不仅是一本会议和展览会管理方面的学术著作，它还是酒店、会议中心、展览中心从业人员的工作参考书和指南。

本书的独特优势在于来自中美两国的作者，通过总结多年的经验并结合中国目前的现状，力图从全面而独特的视角来阐述对会议和展览会管理的认识和理解，给读者提供深层次的专业知识。

本书的另一特色是注重实用性，无论是会议管理还是展览会管理，内容都摒弃了空泛概念性的东西，把重点放在实际操作上，力求给读者全面、详细、实用的管理操作知识和技巧。

为了给读者更为实用直观的感性认识，本书还附有一个配套光盘，

其中收集了作者在美国会议和展览会上拍摄的许多珍贵的照片资料。读者可以从这些最新的第一手资料中获得很多感性知识,了解会议和展览会筹划、注册的过程以及各种在实际操作中会用到的标志。

谁该读这本书

《会展管理》所针对的是那些专业从事会议和展览会策划和管理的人士。本书所涉及的很多问题都是他们在实际工作中经常遇到的问题,因此,即使经验丰富的会展从业人员也会发现本书对巩固和提高他们已有的组织和管理技巧十分有益。

《会展管理》所针对的另一个重要的群体是大专院校中从事旅游专业学习的高年级学生和研究生,尤其是会展专业的学生。本书系统地介绍了会议管理和展览会管理所需要的专业知识和技能,这是他们学习过程中必备的教材和参考书。

除了专业的策划人员和旅游、会展专业的学生以外,现在有许多人在不知不觉中也加入到了会议和展览会的工作中,如会议和展览会的相关工作人员,酒店、旅行社等的工作人员,他们可能对会议和展览会中的某些部分比较熟悉,但一般都没有学习过系统而专门的知识。本书可以使他们对会议和展览会的整体策划和运作有更全面的了解,并进一步提高自己的认识水平,在工作中发挥更大的作用。

随着我国会议和展览业的发展,为会展行业提供产品和服务的供应商、服务商也应应运而生并越来越多,他们对会议和展览会的举办过程和细节却不甚了解,他们可以根据本书的内容调整自己的服务和产品,以便适应不断变化的会展市场。

内容概述

本书由会议管理和展览会管理两大部分组成。前12章讨论的是会议管理,后7章讨论的是展览会管理。

第1章作为入门主要介绍会议的基本知识,讲述了会议的历史以及会议业常用的专业词汇。第2章主要论述会议的组织。内容涉及确立会议的目标到使会议投资收益率达到最大化的各种方法。在确立了会议的目标和衡量标准后,第3章和第4章着重讨论了如何选取会议地址以及如何进行谈判等问题。详细列举了对会议场地的硬件要求,对会议场馆的考察和选择标准以及如何谈判、签订合同和在法律方面应该注意的一些事项。

第5章力图让读者了解会议日程的计划和会议室空间的利用两方面的知识。内容涉及会议日程的时间安排和各种会议形式,如何确定会议室的数量和大小,如何控制会议期间的人流等问题。会议的成功离不开餐饮工作,因此,第6章用专门的章节阐述了会议中的餐饮问题。其中包括正规餐饮活动、茶歇、招待会、主题餐会、会外活动、成本谈判、人数确定以及会前准备会等。

第7章讨论了举办一场成功的会议所需要考虑的几个重要元素,简称为STAR。

STAR是四个英文单词的缩略语,分别代表 Speaker(发言人)、Transportation(交通)、Accessibility(便利)和 Risk(风险)。一次成功的会议需要有优秀的发言人、良好的交通管理、各种便利的服务设施和有备无患的风险意识。

第8章侧重会议中的接待和娱乐问题。接待的意义广泛,它涉及接机、一般接待、贵宾接待、招待会、礼品、特殊活动等诸多方面。对宾客的接待也是会议接待工作中的一个特殊组成部分。宾客是指与会者的配偶、朋友及其他家庭成员。当与会者白天参加会议时,会议主办机构将组织这些宾客参加一些旅游娱乐活动。此外,会议主办机构还应安排一些大家都可以参加的集体活动。因此,本章详细讨论了娱乐活动的方方面面,包括应该注意哪些事项,应该包含什么活动,如何组织这些活动等,以期达到既有助于会议取得成功,又能给会议带来增值的双重目的。

第9章主要讨论如何推广和营销会议,详细论述了如何制定一个全面周到的营销计划,如何策划条理清晰、内容适当的促销材料,如何构思促销广告语,如何选择合适的媒体,如何制定合适的时间表、预算、公众宣传、新闻稿以及如何进行国际会议的宣传和营销。

第10章和第11章主要讨论会议用材料的邮寄和运输问题以及登记注册过程。内容涉及提前注册、现场注册、电脑技术在会议注册中的运用、各种运输方式,如何与供应商、会展中心和酒店工作人员合作、会议现场的联络等。

第12章是有关会议管理的最后一章,主要讨论如何才能使会议的总结工作井井有条这一重要问题。具体讲述了租赁设备和标志的返还,会议计费、税收、小费、感谢信等问题的处理办法,另外还讲述了会后一项重要的工作——对会议的评估。积极有效的评估将给会议主办机构提供很多有用的信息,是未来会议很好的参考。

第13章至第19章主要讨论的是展览会管理中应注意的事项以及各种问题的处理方法。和会议一样,展览会的首要工作是制定目的和目标。第13章作为本部分的开始,首先讨论了参展商应该如何开始筹划参加展览会。第14章在继续讨论这个问题的基础上,侧重讨论了展位的构建问题。在本书附带的光盘里,读者将看到不同的展位实例,有的是标准展位,有的展位更像一座建筑物,有的展位则建造在公共汽车里。本章还讨论了在展位设计中应注意的一些问题。

如同筹划会议一样,促销也是展览会举办过程中的一个重要环节。媒体关系、赠品,如何让自己的展位与众不同脱颖而出,如何把展位用作一种营销工具都是参展商在筹划参展过程中必须考虑的问题。这些问题在第15章将有详细论述。第16章则就展位工作人员的选派和配备、培训以及如何在展位工作、如何接待参展观众等问题进行了详细论述。参展商是否在展览会上取得了成功,展会后的后续跟踪工作非常关键。第17章详细阐述了开展后续跟踪的几种方法及各自的优势所在。

第18章从展会主办机构的角度讨论了展览会的管理问题。展会主办机构如何能够吸引有实力、高水平的参展商,如何向参展商提供优质的服务,如何使他们成为回头客

等问题都是本章讨论的重点。本章还提到了电子营销、直接邮寄、网上服务等多种促销和服务形式。参加展览会的与会者或称参展观众在展览会中的角色又如何呢？本书第19章即从参展观众的角度讨论了这个问题，它对第一次参加展览会的观众和学生非常有用。很多时候，人们参加展览会只是走一走，看一看，事先并没有制定什么计划或明确的目标。其实，一个筹备精良的展会能够给参展观众提供大量的信息，如果参展观众能够明确自己的参展目的，制定一个参观计划，和参展商进行良好的沟通和交流并保持进一步的联系，那么他们不仅能够加强自己的专业知识，而且能够扩大自己的社交圈，为未来的发展建立一个神通广大的“关系网”。

总而言之，本书向读者展现了会议和展览会管理方面的许多非常实用的观点和做法。了解会展管理的知识和技能是使会议和展览会取得成功的关键。

我们相信，对会议和展览会管理感兴趣的读者都能从本书介绍的知识和技巧中受益。

美国休斯敦大学希尔顿管理学院

JeAnna Abbott

Agnes DeFranco

中国北京第二外国语学院旅游管理学院

王向宁

目 录

H 会展管理
UI ZHAN GUAN LI

前言	I
----------	---

第一部分 会议经营与管理

第 1 章 会议管理入门	3
会议业概况	3
什么是会议管理? 产业基本情况和术语 5 个组成部分	
会议专业人员 PCO 和 DMC 不断演变的会议策划者角色	
会议业的发展趋势	8
会展业的未来 全球化 技术	
小结	10
主要术语	10
第 2 章 会议的组织	12
设立会议和大会目标	12
主要目的 CEU 和记录保管 背景研究 满足投资商的需要	
制定和沟通目的和目标	17
使投资回报率最大化	18
内容设计和陈述	19
展示会议结果	21
小结	21
主要术语	22
思考题	23

第3章 会议地址的选择	24
确立会议目标	24
与会展行业合作——选择城市	24
确立会议形式	27
确定硬件要求	29
日期 客房 会议场地 餐饮服务 展览 会议报到	
与会者的兴趣和期望 住宿类型	
其他考虑事项	34
住宿 选择会址 初步筛选 确定候选名单 地点推荐	
实地考察	37
为实地考察作准备 场点考察 检验一览表 最终选择	
小结	40
主要术语	40
思考题	41
第4章 谈判 确认 风险管理	42
书面合同和口头合同	42
合同的分类	43
合同法的来源	44
重要术语	45
合同责任理论	45
默示事实合同和默示法律合同	46
赔偿(期望的)损失	46
恢复原状 信赖 惩罚性损失赔偿 具体履行 仲裁	
双方同意(要约和承诺)	48
要约 承诺的明确性 无效同意 对价 缔约能力	
责任: 类型和定义	52
违约和民事侵权行为 责任实体和风险范围 代理法 表面职权	
个人 专业人员 业务 汽车和其他运输工具 减少责任	
小结	55
主要术语	56
思考题	57

第 5 章 日程策划和空间利用	58
日程的策划与发展过程	58
时间表 会议类型 委员会 预算和会计	
空间利用	64
设备 会议室布置 报到处的布局设计 电力供应 电话	
客房服务 客流 最后准备工作	
小结	70
主要术语	70
思考题	70
第 6 章 餐饮服务	71
与会议策划人员、会议服务经理或餐饮经理合作	71
会展中心的餐饮服务 用餐 服务类型 早餐 午餐 晚餐	
茶点和中场休息 招待会 特殊要求 功能室布置	
主题晚会和娱乐活动	76
主题晚会 会后活动 合约服务、娱乐和制作公司 成本控制 用餐承诺	
小结	80
主要术语	81
思考题	81
第 7 章 发言人 交通 便利 风险	82
发言人	82
发言人的挑选 准备工作 发言人的职责和产品推销 版权	
交通运输	85
空中交通 地面交通 观光旅游 会前会后旅游 贵宾的交通	
进出会场的便利	98
设施便利 服务便利	
风险管理	101
火灾 恐怖袭击 游行示威 自然灾害 医疗突发事件	
小结	103
主要术语	103
思考题	103

第 8 章 接待、娱乐和合约服务	104
接待.....	104
机场迎送 贵宾接待室 客房接待 特殊活动 宾客接待 旅游批发商	
制定计划 预算 促销 儿童看护 文化活动 体育活动	
其他合约服务.....	112
花商 报到处的合约服务 器材、设备、聚会用品和道具的租赁	
保安 摄影师	
小结.....	115
主要术语.....	115
思考题.....	116
第 9 章 营销与促销.....	117
营销计划.....	117
目的和目标 目标市场 竞争和环境 价格、地点、产品和促销	
绩效评估 促销计划 信息 媒介和材料 时间表 预算	
大众宣传.....	124
新闻稿 和媒体合作 会议的新闻工作室	
营销国际会议.....	126
小结.....	128
主要术语.....	128
思考题.....	129
第 10 章 注册 邮寄 运输	130
注册.....	130
提前报到注册通知 报到表 现场报到 网上注册	
徽章、票和检索卡 邮寄 邮政服务和其他服务	
运输.....	137
物资——运输什么,运输多少 时间——什么时候运输 目的地——运到	
什么地点,和谁联系 运输方式——如何运输 装箱单 分类和包装	
确认——如何追踪和追索 项目清单	
小结.....	143
主要术语.....	143
思考题.....	143

第 11 章 现场	144
对设施、供应商以及工作人员最后的安排和指示	144
总体指导原则 对设备设施的安排 对餐饮的安排和指示 工作单、	
机构概况和现场指南 会前预备会	
现场沟通交流	147
总部办公室 工作人员和技术人员简会 信息中心	
电话、传呼机和对讲机	
小结	149
主要术语	149
思考题	149
第 12 章 会议的评估和总结	150
评估日程方案	150
会场监督员 调查问卷表的内容 调查问卷表的设计	
设计调查问卷表的十大注意事项 调查问卷表的发放和回收	
数据分析	157
会后总结	158
设备和标识 货物回运 服务费和小费 感谢信和其他事宜 支付款项	
发言人和职员的费用 统计和报告	
小结	162
主要术语	163
思考题	163
第二部分 展览会经营与管理	
第 13 章 参展商——如何开始	167
制定目标	167
有关参展观众的统计数据	168
确定潜在顾客数量的公式	168
研究展览会	169
参展商时间表	170
运输注意事项	172
展览会工具箱	173
办公物品 业务用具 各类工具 个人物品和旅行物品	

预算	175
国际展览	177
展前策划 展览会的选择 租赁展位 预订酒店 展位构建 展台框架	
展位工作人员 产品展示 运输证件 产品资料 展前促销 抵达和离开	
日期 现场服务 安全 保险 省钱策略 期货合同 增值税	
护照和签证 合同	
运输展品和资料	185
国际展品转运商 选择货运转运商 海运与空运 货运单据 商业发票	
承运人出口申报单 临时进口保证金 临时进口(ATA)证 TMP专用	
许可证 出口许可证 产地证明 运费计算	
小结	189
主要术语	189
思考题	190
第 14 章 展位设计	191
展位的类型	191
排式展位 环形展位 半岛型展位 岛型展位	
展位设计中应考虑的问题	192
色彩 植物 灯光 室内地面 展位空间 租赁还是购买展位	
小结	196
主要术语	197
思考题	197
第 15 章 展前营销	198
展览会营销计划	198
展前营销计划	198
直接邮寄的注意事项	199
奖励参观展位的观众	201
媒体关系	201
新闻稿 新闻稿的结构 媒体宣传资料袋	
展位赠品	204
展位赠品的使用 赠品的投资回报率	
低成本的促销战略	206
赞助	207

竞争分析.....	208
小结.....	209
主要术语.....	209
思考题.....	209
第 16 章 展览会现场	210
为展位配备人员.....	210
确定人员数量的公式 工作人员的标准	
在展位中的形象和表现.....	212
展位中的形象 展位中的表现 展前会议	
展位工作人员指南.....	214
工作人员指南 照顾好自己	
数据统计.....	216
在展位工作.....	216
吸引住顾客 试探和确定 了解顾客 交往注意事项	
解决异议 成交和脱身	
参展观众类型.....	220
安全防范.....	222
展前 展中 在展览会外	
小结.....	224
主要术语.....	224
思考题.....	224
第 17 章 展后后续跟踪	225
展后后续跟踪.....	225
直接邮寄 电话营销 个人拜访	
展后评估.....	227
展后情况调查 对当前结果的分析 成本与成效的最终分析	
总结报告 投资收益率	
小结.....	230
主要术语.....	230
思考题.....	230

第 18 章 作为展览会主办机构 231

增值服务..... 231

展商营销计划..... 232

展前和展后支持..... 233

展前预约 信息中心 顾客需要什么

时间和便利..... 235

如何增值 235

50 种增值方法 236

50 种增值方法 吸引参展商重复参展的 8 种方法

展览会审计..... 241

小结..... 242

主要术语..... 242

思考题..... 242

第 19 章 作为展览会的观众 243

作为展览会的观众..... 243

如何成为一名成功的参展观众..... 244

经常参加展览会的人需注意的事项 245

行李 航班 酒店 汽车租赁

思考题..... 246

第一部分

H 会展管理
HUI ZHAN GUAN LI

»» 会议经营与管理

- 第 1 章 会议管理入门
- 第 2 章 会议的组织
- 第 3 章 会议地址的选择
- 第 4 章 谈判 确认 风险管理
- 第 5 章 日程策划和空间利用
- 第 6 章 餐饮服务
- 第 7 章 发言人 交通 便利 风险
- 第 8 章 接待、娱乐和合约服务
- 第 9 章 营销与促销
- 第 10 章 注册 邮寄 运输
- 第 11 章 现场
- 第 12 章 会议的评估和总结

