

全国高职高专



会展策划与管理
专业系列教材

教育部高等学校工商管理教学指导委员会旅游会展专业组 推荐教材

会展服务项目教程

总主编 马 勇 主 编 杨 林 张跃西

Huizhan Fuwu Xiangmu Jiaocheng



重庆大学出版社

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

全国高职高专



会展策划与管理
专业系列教材

教育部高等学校工商管理教学指导委员会旅游会展专业组 推荐教材

会展服务项目教程

总主编 马 勇 主 编 杨 林 张跃西

重庆大学出版社

内 容 提 要

本书是会展专业或相关专业会展方向的入门课程教材。本书由九个项目组成,主要内容包
括会展服务通用流程与规范、展位销售服务、外联服务、客服部服务、会议服务、展会现场
服务、会展物流服务、展馆服务、保安服务等。

本书以会展服务流程为线索,选取其中具有代表性的服务环节展开叙述和分析,力图使
本书具有较强的包容性、广泛性;结合项目化课程推进要求,以会展服务特殊的项目性、精细
性、经济性视角对各类会展服务活动进行阐述;学习吸取会展服务相关教材的优点,结合目
前会展教育实际,努力将会展服务的实践与理论融为一体,突出实用性、应用性。

本书适用于高等职业教育各类院校会展策划与管理专业及其他相关专业,如旅游管理、
酒店管理、市场营销、电子商务等专业的会展基础理论课教学,也可供五年制高职、中职学生
使用,并可作为会展从业人士的培训教材和业务参考书。

图书在版编目(CIP)数据

会展服务项目教程/杨林,张跃西主编. —重庆:重庆
大学出版社,2012.7

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材
ISBN 978-7-5624-6559-1

I. ①会… II. ①杨…②张… III. ①展览会—商业服务—高
等职业教育—教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 016361 号

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材

会展服务项目教程

杨 林 张跃西 主 编

责任编辑:范 莹 版式设计:范 莹
责任校对:邬小梅 责任印制:赵 晨

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617183 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:15.25 字数:266 千

2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-6559-1 定价:28.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

总 主 编:马 勇

副总主编:田 里 高 峻 罗兹柏
谢 苏 张鸽盛

委 员:(以姓氏笔画为序)

马克斌	王礼铎	王 芬
王培英	王 斌	王 瑜
韦晓军	石 强	许传宏
许康平	刘 青	刘晓明
吴亚生	吴 虹	苏大中
陆英美	汪琳姝	张金祥
张树坤	张显春	张跃西
张 策	邱艳庭	杨 智
杨朝晖	林大飞	郑国火
郑建瑜	周国忠	赵军红
胡 强	钱为群	夏桂年
梁 赫	符 蕾	谢晋洋
虞彩玲	谭红翔	颜 逊

总 序

进入 21 世纪以来,随着中国社会经济的飞速发展,综合国力的不断增强,国际贸易发展的风驰电掣,会展经济随之迅速成为中国经济的新亮点,在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色,正逐渐步入产业升级的关键历史时期。这一历史时期,会展业能够快速发展的关键是需要大量的优秀专业人才做支撑。据上海世博局预测,到 2010 年,上海世博会对会展人才的需求将达 10 万人。为了适应国内对会展人才需求的日益增长,我国各类高校纷纷开办了会展专业。据不完全统计,截至 2007 年 4 月,在全国范围内(包含港澳台)开设会展专业和专业方向的学校(包括本科、高职高专院校)有 80 多所,开设会展方面课程的学校已经达到 100 余所,这在一定程度上缓解了我国会展人才紧缺的现状。但是由于我国会展教育起步时间较晚,在课程体系设计、教材建设和师资队伍建设和等方面缺乏经验,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往落后于市场的需求。尤其是目前国内会展教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的现状非常明显,很大程度上制约了我国会展教育和会展业的发展。因此,推出一套权威科学、系统完善、切合实用的全国会展专业系列教材势在必行。

中国的会展教育开办还不到 10 年,但我国的会展教育经过分化发展,已经形成了学科体系的基本雏形。如今,会展专业已经形成中等职业教育、高职高专、普通本科和研究生教育这样完整的教育层次体系,这展示了会展教育发展的历程和成果,同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题。其中最重要的一点,就是如何在不同教育层次和不同的教育类型上

对会展教育目标和教育模式进行准确定位。为此,重庆大学出版社策划组织了国内众多知名高等旅游院校的著名会展专家、教授、学科带头人和一线骨干教师参与编写了这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,以适应中国会展业人才培养的需要。本套教材的编写出版旨在进一步完善全国会展专业的高等教育体系,总结中国会展产业发展的理论成果和实践经验,推进中国会展专业的理论发展和学科建设,并希望有助于提高中国现代会展从业人员的专业素养和理论功底。

本套教材定位于会展产业发展人才需求数量最多最广的高职高专教育层次,是在对会展职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面的把握和对会展职业教育与普通本科教育的区别理解以及对发达国家会展职业教育的借鉴基础上编写而成的。另外,重庆大学出版社推出的这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,其意义将不仅仅局限在高职高专教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对高职高专会展策划与管理专业的健康发展产生积极的推动作用。

在编写这套教材的过程中,我们力求系统、完整、准确地介绍会展策划与管理专业的基本理论和知识,围绕培养目标,通过理论与实际相结合,构建会展应用型高职高专系列教材特色。本套教材的内容,有知识新、结构新、重应用等特点。教材内容的要求可以概括为:“精、新、广、用”。“精”是指在融会贯通教学内容的基础上,挑选出最基本的内容、方法及典型应用;“新”指尽可能地将当前国内外会展产业发展的前沿理论和热点、焦点问题收纳进来以适应会展业的发展需要;“广”是指在保持基本内容的基础上,处理好与相邻及交叉学科的关系;“用”是指注重理论与实际融会贯通,突出职业教育实用型人才的培养定位。

本套教材的编写出版是在教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游会展专业组的大力支持和具体指导下,由中国会展教育的开创者和著名学者、国内会展旅游教育界为数仅有的国家级教学成果奖获得者和国家级精品课程负责人,教育部高等学校工商管理类学科专业教指委旅游会展专业组负责人、中国会展经济研究会副会长和教育部高等学校高职高专旅游管理类专业教指委委员、湖北大学马勇教授担任总主编。参与这套教材编写的作者主要来自于湖北大学、上海师范大学、上海工程技术大学、厦门国际会展职业学院、浙江旅游职业技术学院、深圳职业技术学院、重庆师范大学、武汉职业技术学院、湖北经济学院、湖北职业技术学院、上海第二工业大学、上海新侨职业技术学院、上海工艺美术学院、福建商业高等专科学校、桂林旅游高等专科学校、南宁职业技术学院、广西国际商务职业技术学院、金华职业技术学院、江西旅游商贸职业学院、北京城市学院、昆明冶金高等专科学校、昆明学院、山东淄博职业技术学院、沈阳职业技术学院等全国40多所知名高校。在教材的编写过程中,重庆大学出版社还邀请了全国会展教育界、政府管理界、企业界的知名教授、专

家学者和企业高管进行了严格的审定,借此机会再次对支持和参与本套教材编、审工作的专家、学者和业界朋友表示衷心的感谢。

本套教材第一批将于2007年7月后陆续出版发行21本,其中包括《会展概论》《会展实务》《会展场馆经营与管理》《会展心理》《会展项目组织与策划》《会展旅游》《大型活动策划与管理》《展览服务与管理》《会展典型案例精析》等。这套书中,部分被列选为国资委职业技能鉴定和推广中心全国“会展管理师”培训与认证的唯一指定教材。本套教材的作者队伍学历层次高,绝大部分具有博士或硕士学位以及教授、副教授职称,涉及的领域多,包括了经济学、管理学、工程学等多方面的专家,参与编写的业界人士,不仅长期工作在会展领域的最前线,而且是业界精英。另外,作为国内高校第一套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,教材内容和教材体系是动态开放的,随着会展业的发展,以确保教材的先进性和科学性,在2~3年后将对第一批部分教材进行修订再版,同时正计划开发第二批系列教材,也欢迎您的积极参与!

尽管作者和编委会本着认真负责的态度,尽到了最大努力来编写出版本套教材,但是由于会展业涉及面广,加之编写时间紧等多方面原因,本套系列教材的不足和错漏之处在所难免。因此,恳请广大读者和专家批评指正,以便我们不断完善。最后,我们期待这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材能够得到广大师生的欢迎和使用,能够在会展教育方面,特别是在高职高专教育层次的人才培养上起到积极的促进作用,共同为我国会展业的发展作出贡献。

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材

编委会

2007年5月

前言

当前,经济全球化和一体化的趋势不断加强,新技术革命方兴未艾,国际产业从制造业向服务业,特别是向现代服务业转移的态势日趋明显,服务业比重日趋增大是产业结构高级化的客观趋势,中国加入 WTO 10 年来,以金融、保险、电信、旅游、教育等服务领域为重点的新一轮开放,对服务业的发展带来深刻而全面的影响,服务业的市场化和国际化带来的竞争压力也越来越大,服务性企业能否在日趋激烈的服务市场中生存发展,主要取决于其是否具备准确迅速地满足顾客需求的能力。

作为服务业的重要组成部分,会展业涵盖领域广,涉及行业多,与其他产业具有互动共赢效应,通过举办各种会展,可加快人流、物流、资金流和信息流的聚集,对繁荣市场、活跃流通、拉动消费具有积极的促进作用。中国经济发展处在新的起点,作为服务贸易领域的中国会展业,也将全面参与国际竞争,会展企业有必要提高满足服务需求的能力,高质量、低成本、快速高效地对应不同顾客的不同需求,以获得持久性竞争优势。而从近年来的会展专业教学实践看,会展类实用型教材仍比较缺乏,结合项目化、工作化的课程教材较少,本书正是为此而编写的。

本书在编写中尽量做到:

编写体例新颖活泼。学习和借鉴优秀教材特别是国外精品教材的写作思路、写作方法以及章节安排,摒弃传统教材知识点设置按部就班、理论讲解枯燥无味的弊端;学习和借鉴人文学科教材的写作模式,风格清新活泼。

以学生为本、以相关课程的学习特点为本。基于工作过程式的教学是职业教育的基本要求,因此在编写教材时要以此为中心,要考虑就业市场的发展变化并反映到教材中。努力站在学生的角度思考问题,考虑学生看到教材的感受,考虑学生学习的动力在什么地方,让学生多参与,让学生在听讲的同时,还要



动手、动脑。

教材内容敢于更新。将最新的知识、最新的版本应用写到教材中。教材中用到的示意图、实物图、实景图、流程图、视频、表格、习题等要注重创新性。

强化项目驱动(案例化)式教学。在教学过程中有机融入最新的实例以及操作性较强的案例,并对实例进行有效的分析。

本书由浙江外国语学院张跃西教授、金华职业技术学院杨林副教授主编,项目1由金华职业技术学院郑仕华执笔,项目2由金华职业技术学院郑伟俊执笔,项目3由金华职业技术学院王蕊执笔,项目4由金华职业技术学院金娜执笔,项目5由金华职业技术学院胡秋皓执笔,项目6、项目7由金华职业技术学院杨林执笔,项目8由金华职业技术学院祝涵洁执笔,项目9由金华职业技术学院孟玲执笔。张跃西、杨林对全书内容进行了调整补充。

特别需要说明的是,由于我国会展服务理论与实践研究还处于初级阶段,主要内容还依托酒店服务相关基础,特色不鲜明。因此,编者在编写过程中也参考了许多专家的观点和理论,虽在参考文献中尽量详尽地列出,但或有遗漏,在此表示歉意,并特此表示感谢。

本书在编写过程中虽力求完善,反复斟酌,但因作者水平有限,缺点和错误在所难免,欢迎各位专家及会展业内人士提出宝贵意见,以便改进。

编 者

2011年6月

目 录 CONTENTS

0 导 言	1
0.1 会展服务供应链	2
0.2 会展服务的主要内容	4
0.3 会展服务的价值	6
0.4 会展服务的工作重点	8
项目 1 会展服务通用流程与规范	12
1.1 会展服务价值观	15
1.2 服务礼仪的规范	16
1.3 身体语言的标准	23
1.4 有声语言的标准	28
1.5 会展服务意识培训	29
测 评	38
项目 2 展位销售服务	39
2.1 会展客户关系管理	41
2.2 接受客户预订	45
2.3 主动销售服务	48
2.4 展会代理商服务	54
测 评	56
项目 3 外联服务	58
3.1 市场计划制订服务流程与规范	60
3.2 广告策划服务流程与规范	61

3.3	大中型展会促销活动安排服务流程与规范	63
3.4	新闻发布会组织服务流程与规范	64
3.5	宣传资料制作发放	67
3.6	国内外同类展会促销服务	68
3.7	后续跟踪服务	70
	测 评	72
项目 4	客服服务	73
4.1	礼宾服务	76
4.2	话务中心服务	81
4.3	商务中心服务	84
4.4	车队服务	88
	测 评	90
项目 5	会议服务	91
5.1	会议服务前期准备	93
5.2	会议服务流程与规范	102
5.3	会务接待服务	113
5.4	宴会服务	126
5.5	会议经费预算	133
5.6	会议议程编排	135
5.7	会议秘书实务	136
	测 评	138
项目 6	展会现场服务	139
6.1	展会观众观展行为分析	142
6.2	咨询台服务	146
6.3	志愿者服务	153
6.4	展会观众接待	165
6.5	公共区域服务	167
6.6	危机处理服务	172
	测 评	174

项目 7 会展物流服务	176
7.1 招标工作服务流程与规范	180
7.2 境外展品物流工作流程与规范	182
7.3 国内展品物流工作流程与规范	183
测 评	184
项目 8 展馆服务	185
8.1 展馆日常维护	187
8.2 展位拆装服务工作流程与规范	197
8.3 水电服务工作流程与规范	203
测 评	206
项目 9 保安服务	209
9.1 日常服务工作流程与规范	211
9.2 餐饮安全管理服务流程与规范	217
9.3 消防工作流程与规范	218
9.4 外保组工作流程与规范	222
测 评	225
参考文献	226

0 导 言

【任务目标】

1. 掌握会展服务供应链的基本构成；
2. 了解会展服务的基本内容。

会展业是世界上一个非常巨大的产业,根据国际展览业权威组织估算,国际展览业的产值约占全世界各国 GDP 总和的 1%,如果加上相关行业从展览中的获益,展览业对全球经济的贡献则达到 8% 的水平。会展经济开始成为中国经济的新亮点。中国目前已有大中型展览场馆 150 多座,室内展览面积超过了 300 万平方米。就展览项目数而言,中国仅落后于全球第一的美国,展览场馆数量则居世界第三,排在美国和英国之后,正在迈入世界会展大国的行列。

0.1 会展服务供应链

在会展服务供应链中,会展主(承)办企业构成会展服务供应链的核心企业,展馆企业、会展服务企业、周边配套服务企业、政府及相关管理部门构成上游环节,参展企业(部门)和观众构成下游环节。

0.1.1 上游环节

上游环节中的展馆企业是指以一定规模的展览场地,包括室内、室外展览区为依托,具有为国际会展活动提供配套服务的功能,并配置规范服务和管理的专业人员的单位。会展服务企业是指协助会展主(承)办企业实施会展项目,为参展商提供各类服务的单位。

在会展服务供应链中,会展服务企业可以是展台设计、展台搭建、展具租赁、展品运输、广告印刷、安保清洁、法律咨询等各行各业组成。周边配套服务企业是指为会展活动的顺利举办提供配套设施,为参展商和观众提供各类服务的单位。在会展服务供应链中,周边配套服务企业所提供的服务主要涉及交通、餐饮、酒店、旅游、通信、金融、零售等行业。政府及相关管理部门是指参与制定扶持会展业发展的有关政策,负责对会展业进行管理的有关政府部门或机构核心企业。

在会展服务供应链中,核心企业是合作伙伴关系中的管理者,多由会展主(承)办企业充当。会展主办企业是指具有国家主管部门批准的,有报批会展项目资质的单位。会展承办企业是指虽没有报批会展项目资质,但同主办单位一样具有招展招商能力和举办会展的民事责任承担能力,设有专门从事会展活动的部门,有相应的会展专业人员,并具有完善的办展办会规章制度的单位。值得说明的是,有时核心企业也可以由节点企业中的展馆企业来充当,这时的展

馆企业往往同时具有会展主(承)办企业的功能,这需要根据具体的会展服务供应链的核心优势来确定。

0.1.2 下游环节

链状结构中的下游环节是指会展活动的客户,即参展企业(部门)和观众。由于会展活动的典型表现形式是展览会,因此会展服务供应链的下游环节主要是参展企业(部门)和观众。

参展企业(部门)是指在展会上租赁展位并支付展位费,提供产品或服务参加展出以实现贸易洽谈、信息交流、宣传推广等目的的单位。观众可分为专业观众和普通观众。专业观众又称贸易观众,是指从事专业性展览会上所展示产品的设计、生产销售、服务的观众,以及目标参展商的潜在客户。普通观众是指除专业观众以外的其他观众。在会展服务供应链中,以服务流代表客户要求的产品,即核心企业通过策划、组织某个会展活动,使其满足客户需求。资金流是客户收到产品后,以某种方式支付产品,因资金的流动从而形成资金流。

从上述分析可以看出,在会展服务链中,供应链由传统的三流(物流、信息流、资金流)转变为服务流、信息流、资金流。在会展服务供应链的链状结构中,一方面,某个会展主(承)办企业作为核心企业与最杰出的上游环节企业建立战略合作关系,委托这些企业完成一部分会展服务工作,如展台设计、展台搭建、展具租赁、展品运输、交通餐饮、酒店旅游等,并从政府及相关管理部门争取更多有利于会展活动的扶持政策。而另一方面,核心企业则集中自身精力和各种资源,策划与组织会展活动,做好本企业能够创造特殊价值,比竞争对手更擅长的关键业务。

会展服务供应链通过核心企业对会展服务的提供者、会展业发展的扶持者等合作伙伴进行协调、控制与总调度,完成会展活动的策划、组织、营销、管理、评估的全过程,使其达到最佳运行状态,从而最大限度地满足参展企业(部门)与观众的需求。在会展服务业中,链状模型形式简单明了,链上的合作伙伴各自分工明确,有利于实现整体最优的目标。

0.2 会展服务的主要内容

0.2.1 展前服务

1) 展前咨询

为国内中小企业提供关于世界各国不同行业的展会的详尽信息,针对不同企业推荐最适合的展会,获取最佳的经济效益,达到事半功倍的效果,避免参展商盲目参加展会。

2) 展位预订

代为预订展位,同时还会为经常参展商的企业保留固定的展位,以便参展商的来访者顺利找到其展位,给多年来访的买家留下深刻的印象,起到树立参展商的地位和实力的作用,以便给参展商建立稳固的企业形象。

3) 展位设计及搭建

从事各种展会的设计及搭建,经验丰富、专业高效、技艺精湛。根据国际流行趋势,针对展会情况及参展企业具体特点设计出符合该企业的、新颖独特的、引人注目并令人过目不忘的摊位装修,以达到宣传展示的最佳效果。

4) 展品运输

为参展单位提供专业、便捷、价格合理的运输展品的服务,根据展品的种类、重量、体积和距离展出时间的长短来推荐最佳运输形式,以便达到帮客户节约经费,同时又要保证运输质量和时间。

5) 签证辅导

为前往世界各国的参展商进行商务签证辅导,与各国在中国各地的大使馆和领事馆建立密切的关系。

6) 机票预订

为客户提供到达会展目的地最佳的航线,豪华舒适的旅途生活,并且在航

班座位紧张的情况下,优先保证参展商的航班位置。

7) 酒店预订

与各旅行机构建立长期合作,代为预定舒适、豪华、价格合理的酒店。

8) 境外行程安排

联系驻外机构,为赴外参展提供服务,并能让参展商体验到当地最地道的风土人情及饮食文化。

9) 境外保险

按照国际先进的惯例,帮助客户在出境前办理好各种保险,提供安全的保障,让客户安心出行。

10) 展前境外宣传

为顾客提供国内外专业广告及广告制作公司,提供专业分类的报刊、杂志等平面媒体和电视、电子媒体及各类相关媒体信息,并且为顾客提供最经济、有效的媒体宣传方式。让顾客在参展前就能在展览地打开知名度,预先联系更多的来访者及买家,有针对性地直接到参展商的展位上洽谈商务。

11) 境外翻译推荐

为客户提供长期合作的专职翻译机构。为客户从事商务活动、产品介绍、旅游导购,并且还可以通过他们接触更多的商务信息和商业客户。

0.2.2 展中服务

1) 展馆后勤服务

为了让参展商在展会期间,将全部精力放在招揽买家,产品介绍及洽谈业务上,不让参展商被琐事干扰而影响主要工作,为参展商提供整个参展期间的后勤服务,以便参展商顺利并超额地完成展会的预期任务。参展商都希望能顺利地整个展会,并安全回到温暖的家,但有时会遇到一些意想不到的疏忽,如护照丢失、保险未办、突遇事故等。公司因有长期组织参展团的经验及教训,同时熟悉当地情况,会为参展商解决许多疏忽但又重要的问题。