

全国高职高专

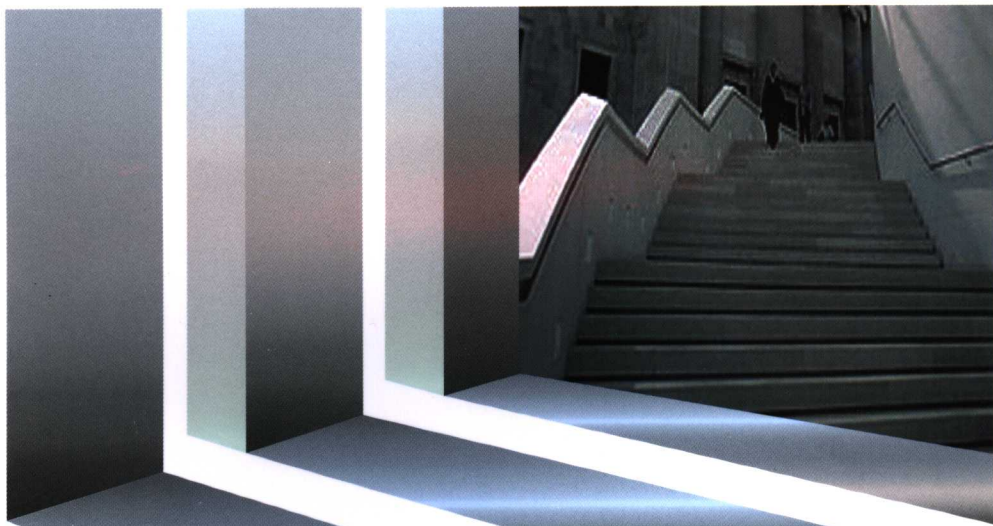


会展策划与管理
专业系列教材

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

会展项目管理

总主编 马 勇 主 编 吴 虹



Huizhan Xiangmu Guanli



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

会展项目管理

主 编 吴 虹 副主编 张 锋 刘 红 主 审 谭红翔

重庆大学出版社

内容提要

本书全面介绍了会展项目管理基础知识和实际操作技能,包括会展项目管理的概念、会展项目启动、会展项目计划、会展项目实施和控制、会展项目财务管理、会展项目管理组织和团队建设、会展项目风险管理和会展项目收尾和后评价。

本书每章都附有本章导读、本章小结、复习思考题、实训题和案例分析,适合高职高专会展策划与管理专业和旅游管理类专业使用,也可作为会展行业职业技能鉴定的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

会展项目管理/吴虹主编. —重庆:重庆大学出版社,
2007.8

(全国高职高专会展策划与管理专业系列教材)

ISBN 978-7-5624-4166-3

I. 会… II. 吴… III. 展览会—管理—高等学校:技术
学校—教材 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 086456 号

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材

会展项目管理

主 编 吴 虹

副主编 张 锋 刘 红

责任编辑:顾丽萍 吴修燕 版式设计:顾丽萍

责任校对:任卓惠 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

自贡新华印刷厂印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:16.75 字数:292千

2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4166-3 定价:25.00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。

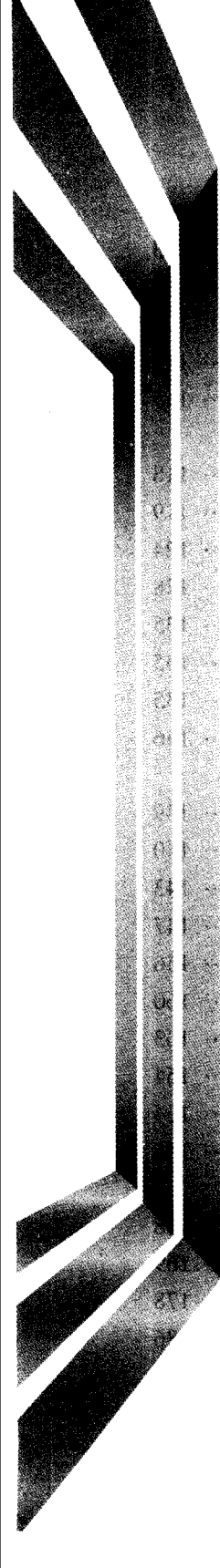
本套教材第一批将于2007年7月后陆续出版发行21本,其中包括《会展概论》、《会展实务》、《会展场馆经营与管理》、《会展心理》、《会展项目组织与策划》、《会展旅游》、《大型活动策划与管理》、《展览服务与管理》、《会展典型案例精析》等。这套书中,部分被列选为国资委职业技能鉴定和推广中心全国“会展管理师”培训与认证的唯一指定教材。本套教材的作者队伍学历层次高,绝大部分具有博士或硕士学位以及教授、副教授职称,涉及的领域多,包括了经济学、管理学、工程学等多方面的专家,参与编写的业界人士,不仅长期工作在会展领域的最前线,而且是业界精英。另外,作为国内高校第一套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,教材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做出贡献。

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



目 录 CONTENTS

第1章 会展项目管理概论	1
1.1 会展项目和项目管理	2
1.2 会展项目管理的过程	11
1.3 会展项目关系人管理	15
本章小结	21
复习思考题	21
实 训	21
案 例	22
第2章 会展项目启动	25
2.1 会展项目需求分析与选择	26
2.2 会展项目的可行性研究	36
2.3 会展项目的经济评价	44
2.4 会展项目的立项和报批	50
本章小结	65
复习思考题	65
实 训	65
案 例	66
第3章 会展项目计划	70
3.1 会展项目计划概述	71
3.2 会展项目范围计划	76
3.3 会展项目进度计划	83
3.4 会展项目成本计划	96



3.5 会展项目质量计划	99
3.6 会展项目沟通计划	103
本章小结	109
复习思考题	109
实 训	110
案 例	115
 第4章 会展项目实施和控制	118
4.1 会展项目监督与控制的目标	119
4.2 会展项目报告	124
4.3 会展项目控制	128
本章小结	135
复习思考题	135
实 训	135
案 例	136
 第5章 会展项目财务管理	139
5.1 会展项目管理概述	140
5.2 会展项目财务预测	143
5.3 会展项目财务预算	147
5.4 会展项目资金筹措方式	156
5.5 会展项目费用控制	160
本章小结	163
复习思考题	164
实 训	164
案 例	165
 第6章 会展项目管理组织和团队建设	168
6.1 会展项目管理组织基础	169
6.2 会展项目团队建设	178
6.3 会展项目人力资源管理	186
本章小结	193
复习思考题	194



实 训	194
案 例	195
第 7 章 会展项目风险管理	197
7.1 会展项目风险管理概述	198
7.2 会展项目风险应对策略	210
7.3 会展项目风险监控	214
7.4 有效风险管理的经验	215
本章小结	216
复习思考题	217
实 训	217
案 例	217
第 8 章 会展项目收尾和后评价	220
8.1 会展项目收尾	221
8.2 会展项目后评价	224
本章小结	243
复习思考题	243
实 训	244
案 例	244
参考文献	248



第1章

会展项目管理概论

【本章导读】

本章作为项目管理概论的入门,主要是介绍项目和项目管理的一些基本概念,叙述项目管理将来的发展趋势,讨论现代项目管理在会展活动中的应用前景以及对会展行业将来发展的促进作用。

【关键词汇】

项目 项目管理 会展项目 会展项目阶段
会展项目管理 会展项目关系人

1.1 会展项目和项目管理

1.1.1 会展业的发展

1) 会展活动的起源

会展活动通常被称为展览,原因是传统的展览中不包括会议等现代展览的新形式。^① 会展活动是伴随着人类社会经济和文化交流的发展而发展起来的一个专门领域,其最基本的目的就是通过展示实现商品交换的目的。人类社会的发展从原始社会开始,经历了奴隶社会、封建社会、资本主义社会,最后到目前的初级社会主义阶段的发展过程。伴随着这个过程,人类的生产力也得到了长足的发展,主要体现在人类所创造的产品越来越丰富,生产目的从最初的自给自足,到为了满足交换的需要;会展活动也从最初单一的集市形式发展为多样化的现代会展形式。会展业的发展过程如表 1.1 所示。

表 1.1 会展业发展过程

阶 段	时 期	活动范围	主要形式	特 征	例 子
原 始	原始社会	地方	物物交换	交换物品	直接的物品交换
古 代	奴隶社会和封建社会前期(17 世纪前期,即第一次工业革命之前)	地区	集市	市场	集市、庙会
近 代	17 世纪后期,即第一次工业革命开始至第一次世界大战前	国家	工业博览会	展示国家工业实力	英国万国工业博览会
现 代	第一次世界大战至今	国际	综合性展览	市场和展示	世博会

注:本表参考了林宁和马勇等人著作。

2) 会展业的发展趋势

会展产业是指由会展相关服务企业、机构、部门形成的产业体系。会展经

^① 现代会展业包括的范围远远超过了传统的展览业,即现代会展业包括了展览业。在介绍展览业的发展历程时,我们以“展览”作为名称,而在后面的内容中,将使用会展这个名称。

济是指由会展及相关产业构成的经济范畴。

从全球来分析,国际会展业目前的发展水平与发展格局同世界经济发展总体状况基本是一致的。在发达国家,会展业的发展相对于发展中国家要成熟得多,他们有组织会展活动的良好基础,办展经验丰富,品牌展会众多,会展业竞争力强,这些国家通常都举办过在世界范围内有很大影响的会展活动,比如在美国底特律举办的北美汽车展,德国法兰克福国际汽车零配件及售后服务用品展览会等,对该行业的发展起到了非常重要的作用。

而在发展中国家,会展业则在宏观管理体制和微观运作机制上都明显落后,很多会展活动以照搬国外著名会展活动模式为主,进行简单的模仿,没有自己的特色,产业缺乏国际竞争力。但是会展行业的发展还是有巨大潜力的,图 1.1 提供了我国从 2001—2004 年会展发展情况。发达国家收入占国民生产总值的 1.5%~2%,而我国 2003 年国民生产总值为 116 694 亿元,按照 1% 来计算为 1 166.94 亿元,可见该行业发展潜力巨大。

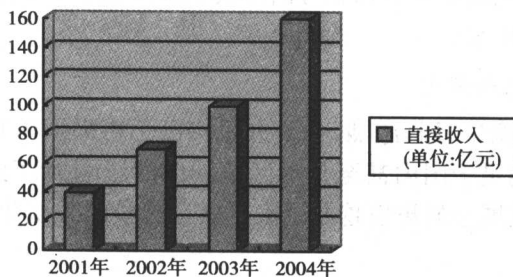


图 1.1 我国会展业收入情况
(2001—2004 年)

纵观全球会展业的发展,随着世界新经济格局的形成,国际会展业将发生一系列重大变化,主要表现为以下几方面:

(1) 专业化

①展览内容的专业化。由于专业展览活动能够集中反映某个行业或其相关行业的整体状况,并具有很强的市场功能,因而自产生之日起就受到了世界各国的青睐。专业展会已成为展览业的主导形式。纵观会展业的发展现状,当今世界上著名的展览会几乎全部都是专业展,如德国的汉诺威工业博览、上海国际汽车展。

②举办会展活动组织的专业化。这与早期的会展活动主要是由政府主导不同,以政府主导的会展活动的主要目的是展示实力,而现代会展活动的主要

目的是引导行业的发展,推销行业产品,现代会展活动的组织绝大多数都是由专业的展览公司负责组织实施。

(2) 国际化趋势

①举办机构的国际化。许多现代会展活动都是由行业协会主办,行业协会通过与专业公司的合作,来组织实施会展活动。

②管理体制的国际化。在管理体制上,各国普遍采用这样的做法——政府主要通过制定法规来调控会展市场,而会展业的自律则由行业协会来施行。

③国际规则的国际化。在举办国际性的会议或展览时,各国都会自觉遵守国际惯例,以提高本国展览会的品质,增强其对外国参展商的吸引力。例如,随着中国加入 WTO 后对外开放程度的提高以及会展经济的发展,国内展览业对中外展商的收费价格将逐渐并轨。

④活动组织呈现国际化。组织者在具体操作会展活动时,在资质评价、项目策划、招展布展、配套服务等各个方面都会积极向国际标准靠拢,以保证会议或展览真正达到国际水平。

(3) 展会规模越来越大

随着会展业的竞争日趋激烈,各举办机构已不再局限于吸引本国、本地区的参与者,也不再满足于国内甚至是地区范围内的影响力,而是力争提高国际参与程度,这将导致展会的规模越办越大。展会规模的大型化主要表现在以下 3 个方面:

一是展览活动本身规模越来越大,体现在场地规模;

二是参展商数量越来越多,参展商来自不同的国家和地区,他们有不同的文化习俗,带着不同的参展目的,这些方面无疑增加了会展活动举办的难度;

三是会展活动的举办涉及的行业越来越多,大规模的会展活动的成功举办涉及多个行业的参与和配合,比如一个会展活动的成功举办需要政府有关部门、旅游行业、酒店餐饮业、运输行业等的参与才能成功举办。通过会展活动的举办,也可以推动这些产业的发展。

(4) 对组织管理进行创新

进入 21 世纪以来,大量的信息技术被应用在会展活动中,极大地推动了会展活动的发展。项目管理作为管理学的崭新领域,势必会成为将来工商经营中的必需。会展活动的举办过程中充满着许多的变化,采用传统的管理方法很难有效地管理它们,项目管理是管理这种变化的最好选择,项目管理就是有效管理变化的手段之一,现代项目管理被越来越多的人应用在会展活动的组织管

理中。

1.1.2 会展项目的概念及特征

1) 项目的定义

很多人对“项目”一词不会陌生,甚至在很多场合,都会无意中使用“项目”一词来描述某一个活动或事件。但是,“项目”一词的真正含义并不是我们所想的意义那么简单,它有着更深层次的含义。为了对项目有一个透彻的了解,需要知道项目的定义。对项目进行定义便于明确把哪些作为项目,哪些作为日常工作的管理。比如,简单的一个活动,它只包含几个相互关联的小活动,就不需要把它作为一个项目来进行管理。

不同的人,对于项目的理解是不一样的,人们可以从不同的角度定义项目,这里从被称做项目的活动的不同侧面来给出不同的定义。

美国项目管理协会(Project Management Institute,简称 PMI^①)出版的项目管理知识体系指南(A Guide to Project Management Body of Knowledge,简称 PMBOK)2004 版本中指出:项目是指为了创造独特的产品而做的临时性的努力。并且指出项目都有3个最基本的特征,即临时性、独特性和逐渐细化的特征。

项目管理专家罗伯特等人就在著作中指出“项目”是一系列独特的、复杂的并相互关联的活动,这些活动有着一个明确目标或者目的,并且必须在特定的时间、预算内依据规范完成。作者认为一个项目就是一个活动,而这个活动是由一系列的小活动构成的,它们之间有复杂的相互关系。从这个角度看,项目具有独特性、活动的复杂性、有给定的时间要求和预算要求以及目标性等要求。

还有,项目管理学者汪小金博士在其著作《理想的实现——项目管理方法与理念》中,从项目独特性的角度对项目进行了如下定义,任何一项工作,如果你更看重它的独特性和一次性,它就是“项目”;如果你更看重它与其他工作的相似性和重复性,它就是“作业”。对于作业就不需要采用项目管理的方法进行管理。作者在书中强调了如果把某一件事情当做项目,就应该看重它的独特性,因为独特性往往是项目开发失败的主要根源之一。

^① 美国项目管理协会是世界最大的项目管理专业协会(在150多个国家和地区拥有20多万会员),美国PMI指定的PMBOK(项目管理知识体系指南),是公认的全球项目管理标准。国际标准化组织(ISO)以该文为框架,制定了ISO 10006标准,也被美国等西方发达国家作为政府、企业及组织机构和新部门的运作模式。

还有著名的项目管理专家 Dennis · Lock 在其著作《项目管理》第 8 版中指出项目是将观念与行动统一到创造独特的产品和服务的一次性活动。

2) 会展活动是项目的类别之一

根据项目的定义,可以把很多的活动都作为一个项目,比如建筑工程项目、水电站建设、公路建设、市场调查项目、产品开发项目。当然,也可以把会展活动作为项目,会展活动有如上所述的项目特征。任何会展活动都有明确的开始时间和结束时间,也有自己的鲜明特征,比如涉及众多的项目关系人^①,在开始实施会展活动的时候,是无法确定地回答会展活动的详细细节。

3) 会展项目的特征

会展项目除了具有所有项目所共有的特征之外,由于会展活动的行业性特点,会展活动作为项目还具有如下几方面特点。

(1) 具有明确的服务目标

现代会展业的主要目标是为了促进行业的发展,会展项目以提供令客户满意的服务为目标。会展业属于第三产业,从服务业的本质出发,要求会展业的从业人员围绕人来开展工作,最终实现客户满意的目的。因此从目标上看,会展企业引进项目管理的方法可以使企业最大限度地实现会展目的,服务于与会者或参展商。

(2) 涉及众多的项目关系人

这是由会展活动本身的特点所决定的,一个成功的会展活动的举行不仅需要政府部门的支持,大量优秀参展商的参加,而且还要有服务行业的众多部门的协调与配合,这些组织或个人都期望在会展活动的举办中获得某种期望的利益。如果不能把这样的一些组织或个体有效地整合在一起,那将会影响会展活动的成功举办。

(3) 会展项目客户的广泛性

会展活动以客户群体而非个体为对象。会展项目的服务对象是以参展商和特定的观众为主的客户群,其构思与启动要以充分调研两类客户需求为基础。一个成功的会展项目往往把会议、展览和文化、旅游等活动有机结合起来,一方面吸引大量的参展商参展,丰富展会内容,另一方面也增强对观众的吸引

^① 项目关系人是指与项目有利益关系的个人或组织。后文还将详细地讨论。

力,扩大观展规模,从而形成广泛的客户群体。

(4)有很多约束条件

任何一个会展活动的举办都受限于特定条件,比如场地条件、有限的预算、特定的时间、人力资源限制、环境条件的限制、法律条件的限制等。

(5)会展活动效益的综合性

会展项目的投资收益是综合性的,这种综合性体现在两个方面:其一,会展项目投资获取经济效益的同时,还将获取巨大的社会与环境效益,比如推动社会相关行业发展、优化城市环境等;其二,项目的关联性决定了项目收益由多方构成,具有综合性的特点。例如,法国会展业每年的展会营业额达 85 亿法郎,交易额达 1 500 亿法郎,参展商和观展商的间接消费超过 250 亿法郎。

(6)涉及大量相互关联的活动

任何会展活动均包含许许多多的各种活动,这些活动之间存在着某种复杂的关系,它们之间开始的顺序将直接影响会展项目的成功举办。

4)会展项目的类型

会展项目作为一种新型的项目形式,是现代经济社会中主要的经济形式之一。它与传统的工程建设项目、科学研究项目等有着明显的特征差异。学者马勇等人根据会展主题的不同,将会展项目划分为不同类型,主要有科技展示型项目、产品交易型项目、综合博览型项目和会议洽谈型项目。

根据会展项目的规模可以把会展项目分为:

(1)大型会议

例如:奥运会、世界妇女大会。

(2)中小型会议

例如:论坛、高峰会议。

(3)大型博览会

例如:世界博览会。

(4)中小型展示活动

例如:汽车展、服装节。

刘大可等人则认为会展行业在我国还属于起步较晚的、崭新的行业,尤其是对会展行业的研究更是处于起步阶段,对于会展活动的基本概念还缺乏统一的认识。他们在书中指出会展活动的主题包含 3 个部分,即会展项目可以根据