

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

会展实务

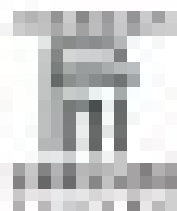
总主编 马 勇 主 编 张金祥

Huizhan Shiwu



重庆大学出版社

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



会展实务

中国展览业协会 中国会展经济研究会 中国国际贸易促进委员会



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。

会展实务

主 编 张金祥

重庆大学出版社

内容提要

全书共分10章,主要内容包括会展概要,展览会项目立项与可行性分析,前期和后期筹备工作的组织与实施,招展策划与展位营销、展出现场服务与管理,展览会品牌策划与传播,出国展的组织与实施,展后跟踪服务与评估,以及附录。本书突出实践性、实用性和可操作性,从策划一个全新的展览会项目开始,到展览会结束后进行总结、评估,对每个阶段的主要工作以及应该注意的相关事宜进行了重点讲述。此外还增加了出国展的组织与实施以及展览会品牌策划与传播等方面的内容,以满足不同读者的需要。

本书作为高职高专院校、成人高等院校、本科院校高职教育会展策划与管理专业和旅游管理类专业的学生教材,还可作为会展职业资格认证培训教材和从业人员参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

会展实务/张金祥主编. —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 978-7-5624-4217-2

I. 会… II. 张… III. 展览会—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 112742 号

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材

会展实务

主 编 张金祥

责任编辑:马 宁 尚东亮 版式设计:马 宁

责任校对:邹 忌 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鹤盛

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

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:25.5 字数:458千

2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4217-2 定价:32.00 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 年时间,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 and 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,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 会展概要.....	1
1.1 会展业概要	2
1.2 展览会的构成要素	9
1.3 展览会分类标准	25
本章小结	33
复习思考题	33
实训题	33
第2章 展览会项目立项	34
2.1 展览会信息收集	35
2.2 展览会主题的选定	44
2.3 展览会项目立项策划	55
2.4 展览会项目立项策划书	64
本章小结	65
复习思考题	65
实训题	66
第3章 展览会项目可行性分析	67
3.1 办展市场环境分析	68
3.2 展览会项目生命力分析	72
3.3 展览会基本要素与执行方案分析	76
3.4 展览会经济效益与风险预测	78
3.5 展览会项目可行性分析报告	85
本章小结	86

复习思考题	87
实训题	87
第4章 前期筹备工作的组织与实施	88
4.1 确定合作办展机构与邀请函制作	89
4.2 展览会标志设计	95
4.3 展出场馆的落实与展区划分	102
4.4 宣传推广计划	108
4.5 展览会配套活动策划	112
本章小结	116
复习思考题	117
实训题	117
第5章 后期筹备工作的组织与实施	118
5.1 参展商服务手册的设计与制作	119
5.2 观众邀请	123
5.3 证件制作与管理	131
5.4 相关费用催缴	138
5.5 展出现场的整体布置	141
本章小结	147
复习思考题	147
实训题	147
第6章 招展策划与展位营销	148
6.1 招展策划	149
6.2 会展城市整体营销	162
6.3 展览会整体营销	167
本章小结	182
复习思考题	182
实训题	182
案例分析	183

第7章 展出现场服务与管理	184
7.1 布展期间的服务与管理	185
7.2 开幕式	187
7.3 展出现场的咨询服务与协调	189
7.4 突发事件管理	194
7.5 展品安全管理	196
7.6 配套活动的组织	197
7.7 撤展期间的服务与管理	199
本章小结	201
复习思考题	201
实训题	202
案例分析	202
第8章 展览会品牌策划与传播	204
8.1 展览会品牌定位	205
8.2 展览会品牌支撑要素	224
8.3 展览会品牌传播	231
本章小结	235
复习思考题	235
实训题	236
第9章 出国展的组织与实施	237
9.1 我国出国展的审批制度	238
9.2 出国展的前期准备	244
9.3 展出期间的接待与洽谈	254
9.4 知识产权保护与 ATA 单证册	261
本章小结	277
复习思考题	277
实训题	277
第10章 展后跟踪服务与评估	278
10.1 客户跟踪服务	279
10.2 展览会总结	306



10.3 展览会评估	307
本章小结	316
复习思考题	317
实训题	317
附录	318
附录 1 国际展览会公约	318
附录 2 关于货物暂准进口的 ATA 单证册海关公约	327
附录 3 中华人民共和国护照法	335
附录 4 出国举办经济贸易展览会审批管理办法	338
附录 5 财政部:出国展览经费支出管理暂行办法	344
附录 6 因公临时出国用汇管理办法	348
附录 7 临时出国人员费用开支标准和管理办法	354
附录 8 中小企业国际市场开拓资金管理办法实施细则(暂行)	356
附录 9 中华人民共和国海关对出口展览品监管办法	365
附录 10 展览会知识产权保护办法	366
附录 11 专业性展览会等级的划分及评定	371
附录 12 上海市展览场地租赁合同	379
参考文献	388
后记	390

第1章

会展概要

【本章导读】

本章作为会展实务的第1章,主要叙述会展业的基本概念与定义、展览会名称的构成和用法、展览会的主要构成因素、国内外展览会的分类标准等,其目的是使大家对会展业有一个初步的了解。

【关键词汇】

基本概念 名称 构成要素 分类标准

1.1 会展业概要

会展业在国外已经有 100 多年的发展历史,而我国会展业的发展相对滞后,我国会展业是在 20 世纪 80 年代我国实行改革开放以后才逐步发展起来的。但是,目前我国的会展业已进入快速发展的轨道,每年正在以 20% 左右的速度发展。最近几年,会展业在我国才真正成为一个独立的产业,在国民经济行业分类中拥有自己的代码:L7491,归属于商务服务业。

1.1.1 会展的基本概念

目前,对会展还没有一个统一的定义,这主要是与各个国家或地区国民经济统计的方法有关,但最具代表性的有以下两种:

①会展仅包括会议和展览,有的也称之为狭义的概念,这主要以欧洲各国为主。

②会展除了包括会议和展览外,还包括奖励旅游和各种节事活动,如庆典活动、节庆活动、文化活动、科技活动和体育活动等。有的也称之为广义的概念,这主要以美国为主。

1.1.2 会展业的含义

在讲述会展的定义之前,先来看一下产业的定义。

1) 产业的定义

通常我们所说的产业就是指国民经济中生产同类产品或提供类似服务的经营单位的集合。按照产业经济学的产业划分理论,一个独立产业的形成必须要满足以下几个条件。首先是生产规模的规定性,就是说该行业的企业数量和生产或制造出来的产品必须达到一定的规模;其次是从业人员的职业化规定性,即该行业的从业人员也必须要达到一定的数量,并具有一定的职业道德规范;最后就是社会化功能性,即该产业在国民经济发展中已成为不可缺少的一部分。

2) 会展业的定义

以市场化运作的会展活动是以追求经济效益为主要目的、以企业化运作提供社会化服务、以口头交流信息或者以集中陈列展示物品为主要方式的集体性和综合性活动。按照上述产业的定义,可把会展产业定义为:利用各种会展资源,以会展场馆设施为条件,为社会提供会展活动策划、组织、场地及其配套设施和其他各项服务的经营单位的集合。这些单位的经营范围主要包括会展策划、组织、咨询、广告制作与发布、场馆经营、展位设计与搭建、现场服务、展品运输、评估等。

3) 如何理解会展业的定义

对于会展业的定义,可以从以下几个方面来理解。

(1) 会展是一种经济性活动

会展业和会展经济在我国其实是近几年才出现的,也越来越被人们所接受,并受到业内和经济界、工商界人士的重视。会展是一种能够创造经济价值、提升社会经济总量的经济性活动。近年来,我国的会展业每年正在以 20% 左右的速度增长,会展作为经济贸易和信息交流的桥梁与载体,对国民经济的发展起到了积极的促进作用。据不完全统计,2004 年我国展览业产值达到 80 亿元人民币,在国民经济中所占的比例较 2003 年翻了一倍。会展活动的经济性主要体现在两个方面:一是能给会展活动组织者带来直接的经济效益;二是能够带动其他相关产业的发展,为其带来可观的经济效益,这就是我们平时所说的间接经济效益。

(2) 会展产业是会展活动与经济活动相互融合的必然结果

会展活动与经济活动相融合到一定程度,就会形成一种产业。会展业是近几年刚刚形成的一个新兴产业,这已成为人们的一种共识。会展业属于第三产业,也叫做服务贸易业。我国会展活动的产业化具有以下标志:

①会展企业的大量出现。产业是具有某种同一属性的企业或组织的集合,又是国民经济以某一标准划分的部分的总和。会展企业的大量出现是会展产业形成的主要标志。目前,我国会展企业主要有:会展组织机构、展出场地提供机构和会展活动服务机构。

②会展行业协会的建立。行业协会的诞生是一个行业的企业达到一定的数量 and 市场化程度发展到一定阶段的必然结果。



③会展人才培养机制的建立。随着我国会展业的不断发展,会展人才教育越来越受到社会各界的重视。会展人才学历教育和培训机构也越来越多。研究生、本科生、大专生和短期培训教育体系以及会展职业资格认证体系正在逐步形成。从某种程度上来说,这也是我国会展业不断走向成熟的一个重要标志。

④会展业的发展开辟了就业新领域。据国际展览联合会的测算,一般在展览会目的地,平均 20 平方米的展览面积,就可为其提供 1~2 个就业岗位,平均每 1 000 平方米的展出面积,就可以创造 100 个就业机会。据不完全统计,我国现有会展从业人员在 100 万人左右。今后 3 年内,会展市场需要从业人员 200 万人左右,其中,中高级会展商务人员 50 万人左右,而且每年要以 15% 的速度递增。任何一个产业的形成,其从业人员必须要达到一定的数量和规模。否则,就不能称之为产业。

(3) 会展是一种服务于社会的活动

会展企业提供的是一种社会化服务的平台。会议是在同一时间,同一地点把与会者集中在一起,相互交流经验与信息;展览活动就是将参展企业与观众聚集在一起,进行面对面的交流与洽谈,从而达到宣传企业形象、招商引资、品牌推广、信息与技术交流、贸易洽谈和经济技术合作的目的。

(4) 会展的基本形式

会展是以会议和展览为基本形式,并同时具有综合性特点的活动。任何一种会展活动都离不开这两种形式。目前,会展活动也越来越向着综合化的方向发展。主要表现在以下几个方面:

①会议和展览会这两种形式相互交融,相互渗透。会中有展,展中有会,相互衬托,相得益彰,这是现代会展活动的一大特点。

②会展活动与其他活动形式相互交融和渗透。如在会展活动中时常会举办一些时装、体育、文艺表演以及评选或抽奖等活动,为会展活动烘托气氛,增添亮点,达到加深交流和扩大影响的目的。

③会展活动与节庆纪念活动进行相互交融与渗透。目前,各种层次、各种类型的节庆纪念活动层出不穷,如文化节、旅游节、艺术节等。会展活动常常在这些活动中扮演着重要的角色。

1.1.3 展览会名称的构成与用法

作为展览会的组织者,在动手策划要举办的展览会之前,就开始考虑给自

己的展览会起一个什么样的名字。现在,许多展览会组织者不根据自己展览会的展出规模和参展商的区域分布,就叫什么国际展览会或国际博览会,总认为给自己的展览会起的名字越大越好,以此来引起社会各界的关注。其实不然,展览会名称只要符合自己所举办的展览会的实际就是最好的。为了给展览会取一个恰当的名称,下面先来了解一下展览会名称所包含的基本内容和相关知识。

1) 展览会名称的构成

展览会的名称一般由以下几个部分构成,这几个部分主要是基本部分、时间部分、地点部分、行业部分和范围部分,如“第8届中国晋江国际鞋业博览会”和“2006北京汽车、零配件工业展览会”等。下面分别对这几个部分的内容做进一步说明。

(1) 基本部分

基本部分主要用来表明展览会的性质和特征,常用的词汇有:展览会、博览会、交易会、洽谈会、展销会、节和周等。

(2) 时间部分

时间部分主要说明展览会的举办时间。在展览会的名称里,展览会举办时间的表示方法有以下3种:

①用“届”来表示,如:第10届中国国际投资贸易洽谈会。用“届”来表示最常见,它强调展览会举办的连续性。

②用“年份”来表示,如:2006青岛国际时尚内衣展览会。那些刚举办的展览会一般用“年份”来表示,但在用“年份”表示时间时,常常把“年份”中的“年”字省略掉。

③用“季”来表示,如:法兰克福春季消费品展览会。这种表达方法主要根据展览会的具体题材,在一年的时间里举办2届或2届以上的展览会往往采用这种表达方式。像法兰克福春季消费品展览会,就是分别在“春季”和“秋季”举办,每年举办2届。

(3) 地点部分

地点部分主要说明展览会的举办地点。如第100届广州出口商品交易会中的“广州”,就是说明这个交易会是在广州举办的。

(4) 行业部分

这一部分是用来表明展览题材和展出范围。如2006北京国际服装博览会