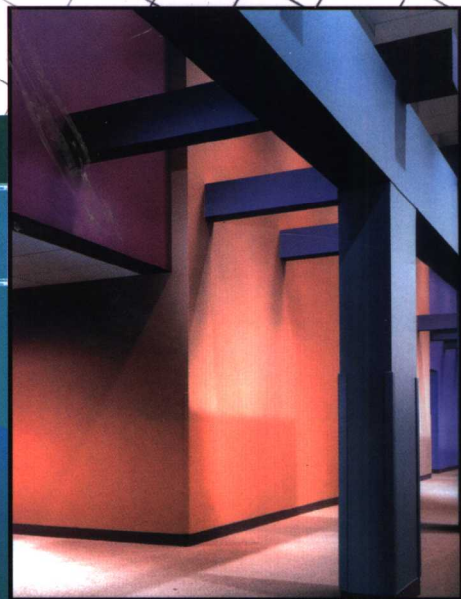


会展物流

Exhibition Logistics

• 郑彬 主编 • 代丽丽 副主编 • 冯业骏 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

会展物流

郑 彬 主 编
代丽丽 副主编
冯业骏 主 审

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书为中等专业学校会展专业推荐教材。本书以现代会展基本要素为框架,结合会展物流项目组织的具体实践,探讨了会展物流项目组织的要点与工作流程。全书共 5 章,主要包括会展物流概述、会展物流服务、会展物流作业、会展国际物流业务、会展物流实务等内容。

本书可作为中等专业学校会展及现代物流、电子商务、市场营销、旅游及文秘等相关专业的教学用书,也可作为会展企业、参展企业、物流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

会展物流/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 978-7-121-04326-0

I. 会… II. 郑… III. 展览会—物流—专业学校—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 121793 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:9.75 字数:194 千字

印 次:2007 年 8 月第 1 次印刷

印 数:3 000 册 定价:14.20 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 zltz@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主任

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,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



会展物流作为学习会展专业的中等专业学校学生的专业课程,对会展物流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物流服务企业所提供的物流服务的认识,掌握会展物流服务流程,将物流基本理论与方法应用于会展实践。

本书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、参展企业及会展物流服务企业的基层作业岗位进行了深入的岗位职责调研后,在商务部会展研究所专家的指导与论证的基础上而编写。

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、参展企业及会展物流服务企业相关岗位员工的应知应会为线索,同时贯穿会展物流服务企业所涉及到的服务项目的操作要点,力求对会展物流的基本理论与方法作较为全面、系统、科学的阐述,使学生对会展物流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、物流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物流理论的依据及做法,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、本章实训、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提供了拓展相关知识的资料,也为教学活动提供了课堂讨论的素材。

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,展示知识点间的相互联系。

章节内容:用通俗的语言、精选的内容介绍了相关的知识点。

本章实训:为学生在学习本章知识前或者学习过程中提供认知实训方案,便于实训活

动的组织者组织和检查实训效果。

综合案例：为学生课后学习提供了资料，也可由教师以项目课题组织讨论。

专业术语：对本章涉及的重要知识点（专业术语）进行概括，便于学生复习。

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

本书可以作为会展专业、现代物流专业、电子商务专业、市场营销专业，以及其他相关专业职业学校的教材或参考用书。本教材建议课时为 56 学时，具体学时分配如下表。

序号	内 容	学时	理论	实训
1	第 1 章 会展物流概述	8	4	4
2	第 2 章 会展物流服务	10	6	4
3	第 3 章 会展物流作业	14	10	4
4	第 4 章 会展国际物流业务	10	8	4
5	第 5 章 会展物流实务	12	6	6
6	机动	2		2
6	合计	56	34	22

本书由武汉财政学校郑彬任主编。郑彬编写第 1、5 章及附录，锦州财政学校代丽丽老师任副主编并编写第 2、3 章，济南第九职业中专学校李德华编写第 4 章。郑彬负责全书的总纂和定稿。武汉经济贸易学校冯业骏教授任主审。

由于会展物流是现代物流的重要分支，是一门新兴学科，没有既定的模式和体系。因此，要从会展物流服务的实际，以及会展物流服务的内涵、特性和内容出发，创立一套较为科学、系统的体系绝非一日之功，创作上有一定难度。由于时间仓促，加之作者水平有限，本书难免有疏漏之处，其中，有些问题还可能值得商榷，有待进一步完善。在此，恳请各位专家与读者批评指正。

为了方便教师教学，本书还配有教学指南、电子教案及习题答案（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@phei.com.cn）。

编 者

2007 年 7 月



目 录



第 1 章 会展物流概论	1
1.1 会展与物流	4
1.1.1 会展与物流的概念	4
1.1.2 会展物流及其特点	5
1.1.3 会展物流操作流程	7
1.2 会展物流的组织	8
1.2.1 我国会展物流服务的现状	8
1.2.2 会展物流的组织	10
本章小结	16
专业术语	16
本章练习	17
第 2 章 会展物流服务	19
2.1 寻找合适的物流服务商	21
2.1.1 会展物流服务招商	22
2.1.2 会展物流服务合同	24
2.2 制定一体化会展物流服务项目方案	26
2.2.1 会展物流一体化的概念	27
2.2.2 会展物流服务项目	28
2.2.3 会展物流服务项目方案审定	31
2.3 会展物流服务项目监理	32
2.3.1 监理人员职责	33
2.3.2 监理服务过程	34
本章小结	38
专业术语	38
本章练习	38

第3章 会展物流作业	41
3.1 仓储	42
3.1.1 仓储概述	42
3.1.2 仓库租赁	44
3.1.3 会展物流配送	46
3.2 运输	47
3.2.1 运输简介	47
3.2.2 制定运输方案	51
3.2.3 展品运输	52
3.3 装卸与搬运	55
3.3.1 展品装卸搬运要求	55
3.3.2 展区装卸搬运管理	56
3.4 展品包装	57
3.4.1 包装简介	57
3.4.2 展品包装	60
本章小结	64
专业术语	64
本章练习	65
第4章 会展国际物流业务	67
4.1 国际物流概述	68
4.1.1 国际物流的特点	68
4.1.2 国际会展物流的特有业务	70
4.1.3 展品关税与政府对策	73
4.2 展品进出口通关	73
4.2.1 出国参展展品的出国申请	73
4.2.2 出国展品的通关	74
4.2.3 进口展品报关、检疫	75
4.3 租船与订舱	78
4.3.1 租船订舱等业务	78
4.3.2 展品出口单据	83
4.3.3 保险	84
本章小结	90
专业术语	90

本章练习	90
第 5 章 会展物流实务	93
5.1 国内展品运输指南	95
5.1.1 展品运输指南正文	95
5.1.2 展品运输指南附注与回执	98
5.2 仓库租赁合同书写	99
5.2.1 仓储合同的概念和法律特征	99
5.2.2 仓储合同的内容	100
5.3 运输合同书写	105
5.3.1 运输合同的简介	105
5.3.2 国内展品运输合同格式	106
5.4 进出口货物单证填制	107
5.4.1 进出口单证	107
5.4.2 进出口货物的基本通关程序	111
本章小结	117
专业术语	117
本章练习	117
附录 A 会展业相关合同（范文）	121
附录 A-1 保管合同（范文）	121
附录 A-2 展览承办代理合同（范文）	122
附录 A-3 货物运输合同（范文）	128
附录 B 构建中等职业学校会展专业核心课程体系	133
参考文献	139

CHAPTER

1

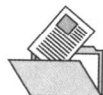
第1章 会展物流概论



学习目标

- 描述国家标准物流定义。
- 理解会展物流内涵，概述会展物流的特点。
- 懂得会展物流操作流程。
- 知道我国会展物流服务水平现状，懂得会展物流组织管理的要点。





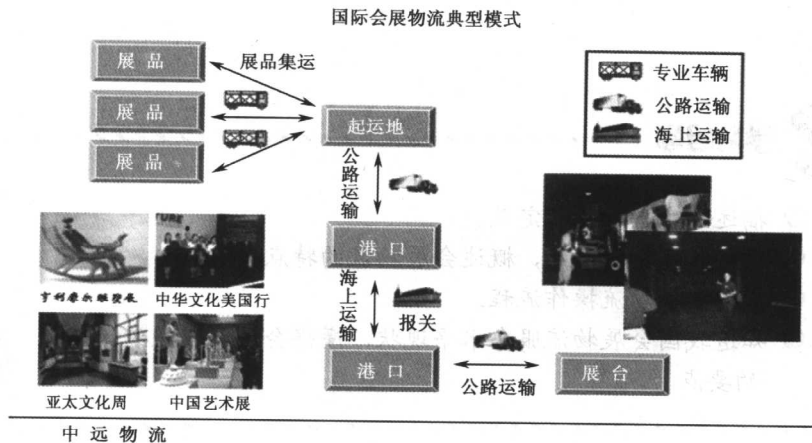
【案例导入】

中远物流的浪漫巴黎中国情

1. 国内会展物流明星——中远物流

中国远洋物流公司（简称中远物流）成立于2002年1月8日。中远物流依托中远集团的全球综合交通运输体系，以其丰富的物流资源，利用交互式的业务操作平台和较为先进的科技手段，为广大客户提供现代物流服务，形成了中远物流自己的完整的物流供应链体系。目前，中远物流在实际运作中选定了4个目标市场，即家电物流、汽车物流、会展物流、大型项目物流。5年的成功营运实践，中远物流在4个目标市场都结出了丰硕的成果。

2. 会展物流显现中远物流品牌



在会展物流方面，中远物流先后操作了包括达利互动艺术展、澳新文化节，青岛国际啤酒节，“神五”返回舱首展等跨国展运物流项目，形成了以北京、上海和广州三大城市为中心的跨国展运物流服务核心经营体系。

2004年1月24日，由中远物流提供物流服务的中法文化年北京文化节盛装游行在法国巴黎香榭丽舍大街隆重举行，由中远物流承担全程物流服务的四辆大型豪华彩车——



“红鲤鱼”、“京剧”、“友谊金桥”和“奥运之光”彩车，成为本次游行活动的亮丽风景。

整个中法文化年活动期间，中远物流取得了北京文化节和上海一里尔文化交流展两大会展的物流服务项目。这两大会展物流项目呈现出时间紧、客户多、展品量小类型多、安全性要求高的特点。例如，北京文化节活动，各参加单位的货量达到400多立方米，总计7个批次，9个40英尺集装箱和4个20英尺集装箱。各种展品必须于2004年1月19日在巴黎交货，由于各家参展单位展品货物多而杂，运输及报关方式各不相同，并且巴黎交货时间也比原定计划提前了一周，又时值圣诞前期，各家航运公司纷纷爆舱，这种临时变更的复杂情况给运输方带来了很大困难。经过多方努力，工作人员很快完成了制单、报关、集货、装箱、装船等多项工作。中远物流因成功为中法文化年提供了各项展览项目的物流活动而扬名海内外，中远物流的名牌价值得以进一步提升。

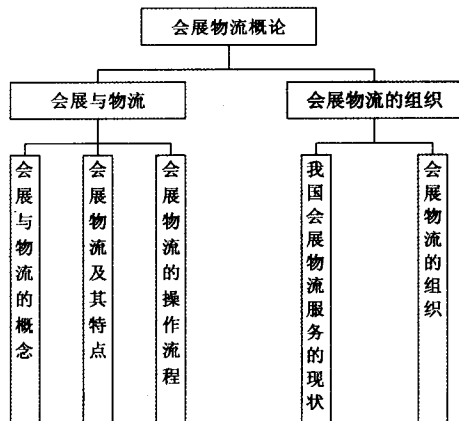


想一想

1. 会展物流与商业物流相比有哪些特点？
2. 中远物流的目标市场是什么？

本案例中，中远物流凭借中远集团的全球综合交通运输体系，以其丰富的物流资源，利用交互式的业务操作平台和较为先进的科技手段服务参展商，从而显现自身品牌。本章从会展与物流概念入手，着重介绍了会展物流的特点、会展物流操作流程及会展物流的组织。

【知识要点】





1.1 会展与物流

1.1.1 会展与物流的概念

会展作为一种全球性的营销媒介,越来越受到各国企业界的重视,全世界的公司都希望在通过向其特定的细分市场展示产品与服务等方式展开品牌关注与市场争夺的竞争,买卖双方的直接接触方式使会展相对其他市场营销方式更具独特魅力。会展业的发展史告诉我们,从展销会演变到会展是一段引人入胜的历程,随着每一次社会或经济的变迁,买卖双方直接接触都会向前迈进一步。这种交互的、三维的、快节奏的市场演绎了“会展”。而随着会展的发展,展销产品及展台搭建材料从生产地到展览目的地的这种“流动”过程,所产生的社会与经济效益也是非常巨大的,会展物流也因此呈现出迷人的风采。

1. 会展

会展是指由个人或公司组织的一个暂时性的、时限灵活的市场环境,在这个市场环境中购销双方为当时或将来某个时间买卖所展出的商品或服务而进行的直接交流活动。换句话说,会展是买卖双方的聚会,为开始并继续交换商品活动而提供的临时市场场所。深入理解会展的定义,可以帮助我们更好地认识会展。

(1) 会展是由三个群体构成的临时组织

参与会展活动的三个主要群体是:会展组织者——组织会展的个人或公司;卖方——会展产品供应商(或称参展商);买方——会展的观展者。

会展组织者是会展活动的策划者,是卖方或买方的邀请者。会展组织者的职责是为参展商、观展者提供周到的服务,并以此获得收益。

会展为参展商提供了一个或多或少的按观众的期望展示商品或服务的机会,会展提供了一个三维的环境,在这里参展商可以演示产品特性,并且展示新技术是如何节省人们的时间、金钱和精力的。它是推荐新产品的理想场所,并将产品带给最终用户,同时向用户展示如何使用。因此,会展中如果没有参展商,观众就什么也看不到了。

会展的观展者参加展会是希望能够看到全新的、与众不同的技术。他们期望了解新的思想是如何使他们的生活更便利,如何能提高生产率,并希望通过革新创造节约成本的生产方法。会展能够对观展者产生更为微妙的影响,会展在 20 世纪初期是十分有力的宣传武器,并在社会领导权中发挥了重要的作用。因此,观展者对会展有着巨大影响,可以说,没有观展者就没有会展。



(2) 会展是在特定的时间与空间的聚集活动

会展定义的另一个要素是时效性,一个会展可以在特定的时间和空间中聚集巨大的人流,从而拉动会展地的服务经济。

(3) 会展通过买卖双方对展品进行交流,达到交易目的

会展通过商品、技术和服务的展示来沟通买卖双方,达到交易的目的。而要实现这一目的,能否在规定的时间内、低成本的将展示品从生产地运送到展出地是关系到展览成败的关键因素之一。

2. 物流

物流是20世纪80年代引入我国的一个经济学范畴的概念,一般是指物品从供给者向需求者在空间、时间上的物理性的实体流动过程,是创造时间性、场所性价值的经济活动。

2001年8月1日,由国家质量技术监督局发布的《中华人民共和国国家标准物流术语》已于当日起正式实施,其中对物流的定义是:“物品从供应地向接受地的实体流动过程中,根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通、加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。”

1.1.2 会展物流及其特点

在会展业中,会展物流作为展销活动供需双方以外的第三方组织者所提供的一种具有后勤保障功能的服务,随着会展的发展应运而生。对于会展物流的定义,在我国有两种比较流行的描述方式:

(1) 会展物流是指为满足会展需求,在提供地与会展地之间,对会展材料设备与会展物品的高效率、低成本流动和储存而进行的一整套规划、实施和控制过程。

(2) 会展物流是指展销产品从参展商经由会展中转流向购买者的物理运动过程,它是由会展组织者在综合会展现场多个供需对应体的信息要求后,统一指挥、统一安排、统一协调的物资流通体系。

第一种定义中,会展物流的主体是会展组织者,客体是参展商。

第二种定义中,会展物流的主体是会展组织者,客体是参展商和购买者。

毋庸置疑,会展物流全新概念的提出,将大幅度提高会展物资的配送流通效率,使会展活动的专业化服务体系更趋完备。本书作者认同第一种观点。一般来说,会展物流属于项目物流的范畴,主要包括两个方面的内容:一是与会展场馆搭建有关的建材、设备设施的物流服务;二是指展览物品的物流服务。会展物流是关系到会展能否成功开展的重要环

