

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

# 会展场馆经营与管理

总主编 马勇

林大飞 编著

Huizhan Changguan Jingying Yu 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

# 会展场馆经营与管理

林大飞 编 著

重庆大学出版社

## 内 容 提 要

本书共10章,内容包括:会展场馆建设期的管理、场馆组织管理、场馆经营战略与目标管理、场馆人力资源开发与管理、场馆财务管理、场馆与设施设备器材的管理、场馆配套服务项目及现场管理、场馆信息与档案资料管理、场馆安全管理和场馆的标准化管理等。

本书可作为高职高专会展策划与管理专业的学生教材以及会展策划、管理、设计等系列职业资格培训用书,也是从事会展场馆经营管理和所有涉及该行业的相关人员不可多得的参考书。

### 图书在版编目(CIP)数据

会展场馆经营与管理/林大飞编著. —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 978-7-5624-4159-5

I. 会… II. 林… 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107088号

### 全国高职高专会展策划与管理专业系列教材 会展场馆经营与管理

林大飞 编 著

责任编辑:顾丽萍 版式设计:顾丽萍  
责任校对:文 鹏 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](mailto:fxk@cqup.com.cn) (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆市川渝彩色印务有限公司印刷

\*

开本:787×960 1/16 印张:23.5 字数:409千

2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4159-5 定价:31.00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	王礼铤	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，为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 会展场馆建设期的管理 .....	1
1.1 会展场馆概述 .....	2
1.2 会展场馆建设与经营过渡期的管理 .....	22
本章小结 .....	28
复习思考题 .....	29
实 训 .....	29
案 例 .....	29
第2章 会展场馆组织管理 .....	35
2.1 中国会展场馆建设的投资与经营管理模式 .....	36
2.2 会展场馆的组织结构 .....	38
2.3 会展场馆管理体制创新 .....	52
2.4 会展场馆的公共关系 .....	54
本章小结 .....	57
复习思考题 .....	58
实 训 .....	58
案 例 .....	58
第3章 会展场馆经营战略与目标管理 .....	61
3.1 会展场馆的经营目标与市场定位 .....	62
3.2 会展场馆的计划管理 .....	66
3.3 会展场馆的计划指标及其分解 .....	71
3.4 会展场馆主要经营项目及流程 .....	79
本章小结 .....	80

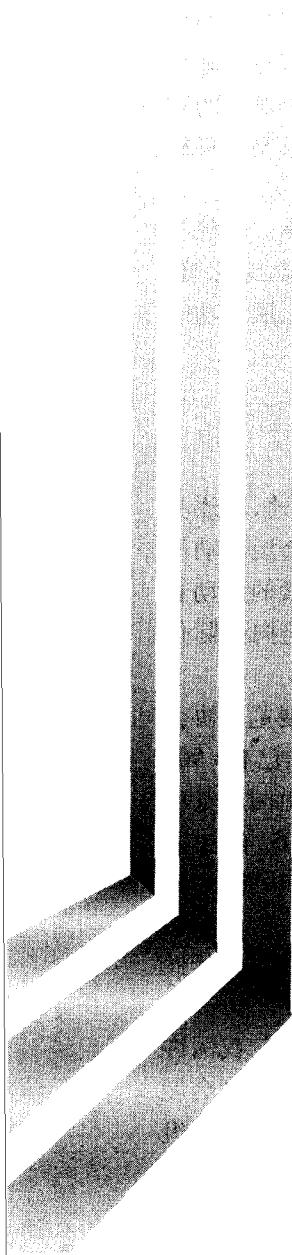


复习思考题 .....	80
实 训 .....	80
案 例 .....	80
<b>第4章 会展场馆人力资源开发与管理 .....</b>	<b>86</b>
4.1 会展场馆人力资源概述 .....	87
4.2 会展场馆人力资源管理及流程 .....	89
4.3 会展场馆人才的招聘与志愿者管理 .....	96
4.4 会展场馆员工队伍的专业化培训 .....	101
本章小结 .....	107
复习思考题 .....	108
实 训 .....	108
案 例 .....	108
<b>第5章 会展场馆财务管理 .....</b>	<b>115</b>
5.1 会展场馆财务管理概述 .....	116
5.2 会展场馆的会计核算与财务分析 .....	118
5.3 会展场馆的预算编制与财务控制 .....	125
5.4 会展场馆的统计与内部审计工作 .....	129
5.5 会展场馆经营价格、票务与收费管理 .....	131
本章小结 .....	135
复习思考题 .....	135
实 训 .....	136
案 例 .....	136
<b>第6章 会展场馆设施设备器材的管理 .....</b>	<b>141</b>
6.1 会展场馆设施设备管理概述 .....	142
6.2 会展场馆设施系统管理 .....	145
6.3 会展场馆的设施设备系统运行工作规范 .....	163
6.4 会展场馆材料管理 .....	168
6.5 展具、展架、器材的管理 .....	173
本章小结 .....	180

复习思考题 .....	180
实 训 .....	181
案 例 .....	181
<b>第7章 会展场馆配套服务及现场管理 .....</b>	<b>186</b>
7.1 展览项目现场管理及流程 .....	187
7.2 会议项目现场管理及流程 .....	204
7.3 展览会的开幕式 .....	221
7.4 展览工程服务 .....	225
7.5 参会人员的登记、进出和各类证件管理 .....	230
7.6 会展场馆广告位的管理 .....	232
7.7 合同的起草、执行与管理 .....	236
本章小结 .....	238
复习思考题 .....	238
案 例 .....	239
<b>第8章 会展场馆档案资料与信息的管理 .....</b>	<b>248</b>
8.1 会展场馆档案和技术资料管理 .....	249
8.2 会展资料与合同的管理 .....	261
8.3 会展信息的搜集与场馆信息发布的管理 .....	264
8.4 会展场馆网站的管理 .....	267
8.5 会展场馆相关活动的宣传 .....	271
本章小结 .....	274
复习思考题 .....	274
实 训 .....	274
案 例 .....	275
<b>第9章 会展场馆安全管理 .....</b>	<b>277</b>
9.1 会展场馆安全管理概述 .....	278
9.2 会展场馆治安和消防工作管理流程及相关制度 .....	282
9.3 会展场馆对意外事件、紧急事故的处理 .....	302
本章小结 .....	310



复习思考题 .....	310
实 训 .....	310
案 例 .....	310
<b>第 10 章 会展场馆的标准化</b> 管理 .....	<b>314</b>
10.1 ISO 质量认证体系在会展场馆的推广 .....	315
10.2 会展场馆的 CI 策划 .....	321
10.3 部分国家对某些图案和色彩的喜爱和禁忌 .....	325
10.4 会展行业分类与标准 .....	333
10.5 会展场馆的服务质量调查 .....	353
本章小结 .....	355
复习思考题 .....	356
实 训 .....	356
案 例 .....	356
<b>参考文献</b> .....	<b>359</b>



# 第1章

## 会展场馆建设期的管理

---

### 【本章导读】

本章介绍会展场馆建设规划的基本知识,并着重从会展场馆经营管理人员在建设期提前介入项目管理的角度,介绍如何为场馆落成后正式开业的经营管理做好前期的基础工作。主要内容有会展场馆的选址规划、功能定位与平面布局、设计与竞标及建设与经营过渡期必须进行的各项管理工作。

### 【关键词汇】

会展场馆 规划设计 前期管理



## 1.1 会展场馆概述

会展场馆是指从事会议展览活动的主体建筑和附属建筑,以及相配套的设施和服务,它由硬件和软件两部分组成。由专业人员对会展场馆与设施设备进行管理,是保证会议展览活动正常进行的基本条件,也是会展业发展的重要物质依托,其国际化、智能化、特色化的程度是会展业发展水平的重要衡量标准之一。

本书所指的会展场馆是会议和展览功能兼备的会展中心的统称。单独具备会议或展览功能,以及其他功能为主(如体育场馆、科技馆、博物馆、纪念馆、文化宫、青少年宫、剧场、艺术中心、美术馆、音乐厅等)同时兼备会议、展览功能的场馆可以参照。

### 1.1.1 中国会展场馆建设概况

改革开放以来,特别是近些年,中国的会展业从小到大,发展迅速,已逐步发展成为一个自成体系、充满活力的新兴产业。今天,日益繁荣的会展活动不仅引导了各行各业的发展,提升了制造业水平,而且促进了生产要素的流动和资源配置的优化,有力地推动了中国企业的发展,促进了国内企业走向国际化合作的道路,实现了良好的经济效益和社会效益。

2006年11月,中国贸易促进委员会张伟副会长在第73届国际展览业协会年会上介绍说,中国会展业发展迅速,会展数量和规模不断扩大,目前已有4900家专业展览公司。截至2005年,中国国内展览项目数为3800个,出国展览项目数为950个,全国展览收入总额达到127亿元。据统计,2001—2005年,中国展览项目数、出国展览项目数、全国展览收入总额分别以年均16%,19%,14%的速度增长。

目前,中国国际展览业协会认证的国际性品牌展览会已达58个,国际性展览会认证数量仅次于德国和俄罗斯,位居世界第三位。

正是看到了会展业在提升经济发展和城市知名度方面的重要作用,我国许多地方政府都提出发展会展经济的规划。目前,已有数十个城市提出创办会展名城的目标,希望“以展促贸,以展引资,以展会友,以展兴市,以展扬名”,并组

建会展管理和协调机构,策划、组织、扶持会展活动,兴建会展中心。“展中有会、会中带展”,会议和展览紧密结合是当今会展业发展的趋势,会展中心项目已成为城市建设中的热点项目。

截至2003年底,全国共有212个展览场馆,各类会展中心和展馆建筑面积已达601.32万 $\text{m}^2$ ,可供展出面积250.99万 $\text{m}^2$ 。近两年,全国各地许多城市照样纷纷规划建设展览场馆,到2005年底全国展览场馆总数已超过240个,场馆可供展览面积322万 $\text{m}^2$ 。我国的展览场馆数量已居世界第三位,仅略少于美国和英国,展览场馆的总面积也居世界前列。

我国多数展览馆都是具备举办会议和展览功能的会展中心,而全国范围内可举办会议的场馆面积,目前尚无较权威的统计数据,若不受规模、档次和专业化程度的限制,可以说全国几乎所有大小城市都有可举办会议的场所。

### 1.1.2 中国会展场馆布局存在的问题及发展趋势

#### 1) 存在的问题

##### (1) 大型会展场馆偏少

国内除北京、上海、广州三大城市外,主要会展场馆可供展览面积超过5万 $\text{m}^2$ 的极少(尽管场馆建筑面积很大),但在欧洲,中等规模的会展场馆一般其室内可供展览面积也在10万 $\text{m}^2$ 左右,德国、意大利等国家都有可供展览面积达30万 $\text{m}^2$ 以上的“航母级”巨型会展场馆。

##### (2) 配套设施不足

我国会展场馆在设计时普遍忽略辅助功能的设计与配套设施的统一规划,具体表现在停车场设计、货物装卸服务设计、餐饮中心与休息场所设计等。周边配套的商务、广告、仓储、酒店、娱乐、交通等方面的基本设施与服务功能也往往不具备。

##### (3) 智能化水平低

尽管近年来我国许多会展场馆投资巨大,但资金更多地投入到外形上,内在科技含量不足,智能化水平普遍偏低。少数在智能化建设方面已有投入的会展场馆,却存在系统集成性差、监控点配置不合理、监控精度低、操作不方便、系统应用效果不理想等问题。



## 2) 发展趋势

### (1) 会展场馆建筑规模大型化

我国在 20 世纪七八十年代建设的会展场馆规模一般都比较小,不能适应大型国际会展活动的需要。近几年,建设和未来规划建设会展场馆都趋于大型化,同时出于前瞻性的考虑,规划新建的会展场馆均有一定比例的预留地,以便将来扩建使用。

### (2) 会展场馆功能综合化

过去许多会展场馆的功能比较单一,通常以展览为主,仅有少量的会议设施或基本不具备会议功能。现在新建的会展场馆不仅有展厅,还有各类会议厅,是集展览、会议、商务、餐饮、休闲观光、旅游为一体的大型综合性现代化会议展览设施。

### (3) 注重会展场馆的智能化

高科技在现代化会展场馆中得到充分的利用。新建的会展场馆基本上都配备了智能化程度很高的网络系统。比如观众、参展商电子登录系统,计算机查询系统等。此外,多媒体、同声传译系统等通信手段也都在会展场馆内得到应用。

### (4) 规划与设计更加人性化

现代化会展场馆突出“以人为本”的建设理念,一是选址大都在城郊结合处,并将交通条件、环境条件和地形条件作为选址的三大要素;二是内部布局“以人为本”,尽量使会展场馆内部管理有序,如人货分流、各行其道等,方便参会者、参展商、观众及场馆工作人员;三是场馆设计“以人为本”,以方便、适用为原则。

### (5) 政府仍将加大对会展场馆建设的投入

各地政府即便认识到本地不可能发展会展产业,也会将会展场馆设施当做公益性项目进行投资与扶持,因此,各地政府对会展场馆的投入将继续扩大,而不会缩小。

## 1.1.3 会展场馆对城市会展业发展的作用

会展业的发展,能够改善城市的产业结构,提升城市的形象,是构成城市竞争力的重要组成部分。会展场馆在会展业的发展中担任着举足轻重的角色,也

是一个城市会展产业结构中首要的组成部分。会展场馆可以决定举办哪些会展活动以及什么时间举办,其运营模式甚至可以决定城市会展行业的整体发展。归纳起来,会展场馆对城市会展业发展所起的作用主要体现在以下几个方面:

### 1) 能够大力推进会展产业的发展

尽管对会展组织者来讲,选择举办城市主要取决于该城市所处区域的产业基础、市场规模等因素,但一个先进适用的会展场馆条件无疑更是举办会展活动的硬件基础,会展场馆经营的准确定位是推进会展业发展必不可少的前提。如:举办中国第一大展的“广交会”场馆,无疑是品牌场馆,每年在该场馆举办百多期展览会,对广州市会展业的发展起到了巨大的推动作用。

### 2) 能够积极培育城市的会展品牌

会展场馆不仅仅为会议和展览提供场地和相关服务,其经营策略还关系到城市会展品牌的培育。如:由于在厦门举办的“中国投资贸易洽谈会”规模不断扩大,推动了厦门国际会展中心的建设,而厦门国际会展中心的落成又为厦门本土培育新的会展项目品牌(石材展、食品展、礼品展……)奠定了扎实的基础。按照国际惯例,展馆存在着6个月内不承接相同题材展览的行业惯例。接哪些展不接哪些展,对展览品牌的成长甚至生存至关重要。

### 3) 能够提高会展业的市场化程度

会展场馆的市场化运作有助于会展业的市场化经营。会展业市场化经营的主体主要包括会议公司、展览公司、展台搭建公司、展品运输公司、酒店、餐饮、礼仪服务公司等。如果会展场馆采用垄断性经营及提供垄断性展览服务,那么行业内的展览公司、装修公司、运输公司等经营主体就无法获得公平竞争的市场环境及发展空间。

### 4) 能够适度调控会展业的市场运作

政府对会展业的宏观管理主要体现在展览项目审批方面。目前,改革的发展趋势是审批制向备案制转变,并最终取消展览的审批手续。在城市会展业的发展过程中,特别是对发展尚未成熟的中国大中城市来讲,政府对产业的宏观引导及调控作用是不可缺少的。通过场馆经营,能够给需要予以扶持培育的展览品牌以发展的空间,能够在一定程度上对会展市场的健康发展起到宏观调控



作用。

#### 5) 能够大力培养会展业人才

作为会展市场主体之一的会展场馆,其专业岗位在会展行业中数量和种类最多,需要大量高素质的专业人才,以保证场馆管理和会展服务专业化工作的圆满完成。国内许多会展场馆都高薪向各地招聘和自己培养高素质人才,一批批新的高等院校会展专业学生不断进入会展场馆实习和留用,大量的会展志愿者加入会展服务的行列,在为会展场馆输入了新生力量的同时为全社会培养了一大批会展人才。因此,会展场馆的经营和运作,可以为城市会展行业吸引大批高素质、高水平的专业人才,并培养出大量本土的专业化人才。

#### 6) 能够强化城市的服务职能

会展业具有极大的产业带动效应,除直接产生经济效益外,还对社会和经济发展有着巨大的影响和催化作用。会展业作为一个城市服务业的重要组成部分,对强化城市的服务职能有积极推动作用,其中,会展场馆的带动作用不能低估。

### 1.1.4 规划与选址

#### 1) 会展场馆的规划

会展场馆服务的对象是社会公众,它不仅要满足公众参会、参观的需要,而且要满足公众物质和精神生活方面的多种需要,特别是要满足观众和参展商相互之间的交流与交往活动的需要,这是会展建筑与其他建筑的显著区别。会展场馆是城市中的大型公共建筑,它占用面积广,建筑体量大,一般均由规模较大的建筑群体组成,不仅直接构成城市景观,而且对整个城市及与该城市毗邻的广大地区的物质生活和文化生活都产生着巨大的影响。

会展场馆的规划一定要与所在地区经济发展水平相协调,按照会展业发展的客观要求,结合区位状况以及其他多种条件加以综合考虑。到底在一个地区要建多少座、多大规模、具备什么特色的会展场馆,这都应根据当地会展市场的发展趋势来研究决定。不管由谁投资建设场馆,其宏观规划都必须由政府来主持,要站在全国的高度来看待区域经济的特征,来确定会展中心的规划布局。在微观方面,场馆的规划设计要符合市场的需求,必须通过认真的市场调研和