

© 张以琼 编著

# 会展

场馆管理与服务

HUIZHAN CHANGGUAN  
GUANLI YU FUWU

廣東省出版集團  
廣東人民出版社

# 会展

场馆管理与服务

CONVENTION VENUE MANAGEMENT  
AND SERVICE

第2版

© 张以琼 编著

# 会展

## 场馆管理与服务

HUIZHAN CHANGGUAN  
GUANLI YU FUWU

广东省出版集团  
广东经济出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

会展场馆管理与服务 / 张以琼编著. —广州: 广东经济出版社, 2007. 4

ISBN 978 - 7 - 80728 - 532 - 8

I. 会... II. 张... III. 展览会 - 经济管理  
IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 033290 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	惠州日报印务公司 (惠州市江北文华 1 路惠州日报社)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	23.5
字数	348 000 字
版次	2007 年 4 月第 1 版
印次	2007 年 4 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 80728 - 532 - 8
定价	45.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市五羊新城寺右二马路冠城大厦省图批新场三楼 330 号

电话: [020] 87395594 87393204 邮政编码: 510600

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼 邮政编码: 510075

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 37601950

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

· 版权所有 翻印必究 ·

# 序

近十年来，国内各地的会展中心如雨后春笋般地矗立起来，而且规模越来越大，装饰越来越奢华。一般来说，由于会展场馆代表着一个城市的形象，所以往往投资巨大。但在这巨大的投资背后，我们还要考虑会展中心的真正功用：从宏观上来说则是带动该区域的经济，从微观上来说则是让会展中心“赚钱”。因此如何科学地管理会展场馆，使之产生更高的效益，成为会展管理的重要内容。

会展管理是我国近几年才发展起来的一个新兴专业，随着我国会展业的蓬勃发展，各旅游高等院校和职业学院已陆续开设了该专业的课程。由于专业较新，在课程设计上也千差万别，总体来说，国内目前的会展教程主要包括会展业概论、会展经济、会展策划与营销、展示设计、会展信息系统、会展法规、会展旅游、大型活动管理和会展英语等几大类。虽然会展专业教材日趋完善，但还是可以发现，作为会展管理的一个重要组成部分——会展场馆管理被忽略了，目前在国内还难以找到关于如何进行会展场馆管理方面的书籍。由于没有教科书，这致使很多的会展专业无法开展场馆管理这门课程，而该课程可以说是会展管理的一个极其重要的组成部分，因此作者希望此书能在这方面起到抛砖引玉的作用。

《会展场馆管理与服务》这本教材将涉及多个学科，如管理学原理、旅游管理、物业管理、设备管理、风险管理、法律法规等等，是一本综合性的教材。在编写时，需要认真研究相关的知识，只有在弄懂这些知识的基础上，才能完成编写工作。通过两年多的潜心学习和研究，同时通过参观各类会展场馆，如会展中心、会议中心（室）、各类餐厅、户外大型活动场所等，进一步了解会展场馆的运作，获取了不少一手资料。另外，通过广州大学中法旅游学院的中法合作办学平台，我们借鉴法国方面的有关展馆管理的成熟理论，并将其与我国的会展场馆管理现状相结合，从而丰富了本教材的内容。在动手编写该教程之前，作者已讲授了三个学期《场馆管理与服务》的课程。第一学期主要是根据自己掌握的知识 and 所收集的信息，组织课程结构大纲，

撰写多媒体教学讲义，从而形成了该书的雏形。第二学期又根据上一学期上课的情况，征求和汇总听课学生们的意见，对多媒体教学讲义进行修改和补充，形成本书的正式内容纲要。第三学期之后则开始动手编写教材。所编教材已经陆续发给学生，学生可以根据所编教材的具体内容提出意见，作者吸收其中有益的建议进行修改。通过三年的授课效果来看，学生们对该课程给予了较高的评价，这对没有成熟教科书的课程来说是件不容易的事。

本书特色可以总结为以下几个方面：

**综合性：**该书涉及管理学原理、旅游管理、物业管理、设备管理、风险管理、法律法规、信息技术等学科，是一本综合性较强的教材。因为在本教材的编写过程中，作者查阅和收集了大量的相关资料，从而使得此教材尽可能全面、完整地阐述会展场馆的管理内容。

**开拓性：**由于国内会展场馆管理方面的书较少，因此希望本教材的出版能对现行会展专业教材体系作一些补充，这对于完善整个会展管理专业体系有积极意义。也许该教材不尽完善，但它提供了一个专业改进和发展的平台，让更多的专家、学者和资深从业人员能在此基础上进行更深入的探讨。

**实用性：**本书的立足点在于实用，在编写过程中，本教材将介绍境内外各大会展场馆的管理模式，使读者能据此获得更感性的认识。为使本书直观易懂，作者采用了图片、表格和案例等多种方式提高人们对会展场馆的认识。

**国际化：**在本教材的编撰过程中，本人借助于中法合作办学的平台，通过与法国教师的沟通和合作，对会展发达国家和地区会展场馆管理的先进经验进行总结和分析，并对我国目前场馆管理过程中出现的问题进行共同探讨，从而使本教材更具国际化，为我国会展从业人员树立国际化的管理理念提供帮助。

通过与会展业内人士的沟通，他们对本教材的编写也给予了很大的肯定和支持。本教材不仅可以用于会展专业的大专院校学生的学习，还可以对会展从业人员提高会展管理的理论水平，系统地掌握会展知识和场馆管理要点有所帮助，对他们在工作中科学地管理大型场馆有一定的借鉴意义。

虽然经过近三年的苦心编撰，并多次修改，但由于作者水平有限，文中不可避免地会出现差错和不足，敬请专家和学者指正。

# 目 录

第一章 绪论 .....	1
第一节 会展概论 .....	1
一、商业性展销活动 .....	1
二、会议活动 .....	2
三、节事活动 .....	2
四、商业性展销活动、会议活动、节事活动的特点 .....	4
第二节 场馆管理和服务的含义和内容 .....	4
一、场馆的含义 .....	4
二、场馆内的活动空间 .....	5
三、场馆服务的内容 .....	6
四、理想场馆应具备的条件 .....	8
第三节 会展中心经营管理的目标 .....	10
一、客户界面的经营目标 .....	10
二、财务界面的经营目标 .....	12
三、流程界面经营目标 .....	14
四、成长界面经营目标 .....	16
第二章 商业性交易场馆场地布置 .....	20
第一节 一般性场馆布置概述 .....	20
一、场馆选择主要考虑因素 .....	20
二、场馆布置总体规划的原则 .....	21
第二节 商业性展览场馆展区场地布置 .....	22
一、商业性展览场馆布置基本原则 .....	22
二、展览区布置类型 .....	26
三、展览区场地分配 .....	31



四、展区布局中常出现的问题·····	33
第三节 展场其他功能区布置·····	35
一、报到处、接待处的场地布置·····	35
二、开幕式与闭幕式的现场布置·····	38
三、商务中心的现场布置·····	40
四、现场服务中心的现场布置·····	42
第三章 会议活动的场地布置·····	44
第一节 会议活动概论·····	44
一、会议活动特点及服务对象·····	44
二、会议的类型·····	44
第二节 场馆布置的基本原则·····	46
一、会议策划者选择会议场馆主要考虑的因素·····	46
二、会议室选择的影响因素·····	48
第三节 会场布置·····	49
一、会场的布置类型·····	50
二、会场的主要布置参数·····	52
三、会议场馆一般具有的其他功能区域·····	53
四、会场主席台的布置·····	55
第四节 会议室家具与内部环境·····	57
一、会议室家具·····	57
二、会议室内部环境·····	58
第五节 各类会议的场地布置要点·····	59
一、政府部门主办的大型会议·····	60
二、培训会议·····	61
三、研讨会议·····	61
四、企业例会·····	61
五、新闻发布会·····	62
第四章 户外节事活动的场地布置·····	64
第一节 户外节事活动概述·····	64
第二节 节庆活动的场地布置要求·····	66
一、节庆活动的特点·····	66



二、节庆活动场地布置要求·····	67
第三节 室外商品展销会的场地布置要求·····	71
一、室外商品展销会的特点·····	71
二、室外商品展销会的场地布置要求·····	72
第四节 露天文艺表演的场地布置要求·····	74
一、露天文艺表演的特点·····	74
二、大型广场的场地布置要求·····	75
三、露天体育场的场地布置要求·····	77
四、商业街道的场地布置要求·····	79
第五节 政治演讲与城市沙龙的场地布置要求·····	81
一、政治演讲与城市沙龙的共同特点·····	81
二、政治演讲与城市沙龙活动场地布置要求·····	82
<b>第五章 宴会的现场布置</b> ·····	<b>83</b>
第一节 宴会活动场所概述·····	83
一、宴会的种类·····	83
二、宴会现场布置时应考虑的因素·····	84
三、主题宴会的布置要求·····	86
第二节 中餐宴会的现场布局·····	90
一、中餐宴会现场布置类型·····	90
二、布置时应注意的事项·····	93
第三节 西餐宴会的现场布局·····	95
一、西餐宴会现场布置类型·····	95
二、布置时应注意的事项·····	98
第四节 其他宴会形式的现场布置·····	99
一、鸡尾酒会的现场布置·····	99
二、西式自助餐会的现场布局·····	100
<b>第六章 场馆的风险与安全管理</b> ·····	<b>104</b>
第一节 风险与安全管理的基本含义·····	104
一、风险与安全管理的基本概念·····	104
二、会展和节事活动风险与安全管理的意义·····	106
三、会展场馆风险与安全管理的重点·····	109



第二节 场馆风险管理的步骤 .....	112
一、安全考察与风险识别 .....	113
二、风险衡量与风险评价 .....	120
三、场馆风险防范与对策 .....	124
四、场馆安全计划 .....	132
五、风险管理实施与控制 .....	151
六、风险管理效果评估 .....	155
第三节 场馆风险管理的模式 .....	156
一、商品交易和展示活动场馆风险管理重点 .....	156
二、一般性会议活动会议室风险管理重点 .....	158
三、大型庆典活动场地安全管理重点 .....	158
四、政治集会和游行活动场地安全管理重点 .....	160
五、风险管理中容易犯的错误 .....	162
第四节 案例分析——雅典奥运会的风险管理 .....	164
第七章 场馆物业管理 .....	172
第一节 场馆物业管理的内容 .....	172
一、物业管理的基本概念 .....	172
二、场馆物业管理的内容 .....	173
第二节 场馆建筑物维修和养护 .....	174
一、地基基础的维修和养护 .....	174
二、砖砌体结构的维修和养护 .....	177
三、钢筋混凝土结构的维修和养护 .....	179
四、楼地面工程的维修和养护 .....	181
五、屋面的维修和养护 .....	185
六、门窗工程的维修和养护 .....	188
七、装饰工程的维修和养护 .....	191
第三节 场馆设备管理 .....	197
一、场馆内的主要设备和设施 .....	198
二、场馆建筑卫生设备和设施 .....	199
三、场馆建筑电气工程设备和设施 .....	212
第四节 环境卫生管理 .....	239

一、环境卫生管理的范围 .....	240
二、日常清洁卫生管理 .....	241
第五节 车辆交通管理 .....	247
一、场馆的停车场管理 .....	248
二、场馆交通管理 .....	249
三、交通突发事件管理 .....	250
第八章 场馆服务 .....	252
第一节 会展服务概论 .....	253
一、场馆服务的含义 .....	253
二、人性化的场馆服务 .....	255
第二节 秘书礼仪服务 .....	258
一、秘书礼仪服务的内容 .....	258
二、商务服务 .....	259
三、礼仪接待服务 .....	260
四、会议记录服务 .....	263
五、会议资料处理服务 .....	265
六、展会调研和统计服务 .....	272
第三节 设计安装服务 .....	275
一、展台设计安装服务的流程 .....	275
二、展台设计原则 .....	279
三、展台搭建安装的管理事项 .....	282
第四节 物品租赁服务 .....	285
第五节 运输仓储服务 .....	287
一、运输仓储服务的内容 .....	287
二、展品物流系统 .....	288
三、展览物品的进出口 .....	292
第六节 广告宣传服务 .....	295
一、广告宣传的策划 .....	295
二、广告宣传的管理 .....	298
第七节 后勤保障服务 .....	301
一、后勤保障服务的内容 .....	301

二、与生活需求有关的服务 .....	302
三、与会展活动需求有关的服务 .....	307
第九章 场馆出租管理 .....	313
第一节 场馆出租决策 .....	314
一、场馆出租的法律依据 .....	314
二、场馆出租的决策 .....	316
第二节 场馆出租流程 .....	317
一、接洽阶段 .....	317
二、场馆出租的价格确定 .....	319
三、场馆租赁合同 .....	321
第三节 出租期场馆管理 .....	336
一、事前检查 .....	336
二、事中监督 .....	337
三、事后核查 .....	339
附录一 广东省高层公共建筑消防安全管理规定 .....	342
附录二 中华人民共和国海关对进出口展览品监管办法 .....	348
附录三 商品展销会管理办法 .....	352
附录四 北京市大型社会活动安全管理条例 .....	355
后记 .....	363
参考文献 .....	365

# 第一章 绪论

## 第一节 会展概论

会展，简而言之，即为会议和展览活动，国际上常用一个英文名称 MICE [即会议 (Meeting)、奖励旅游 (Incentive)、专业会议 (Convention) 和展览 (Exhibition or Event)] 来表示会展。除此之外，会展活动还包括综合性节事活动，如奥运会、国庆、啤酒节、美食节等等。

本书主要将会展活动定义为与会展场馆有关的三个内容：商业性展销活动、会议活动和节事活动。

### 一、商业性展销活动

根据国际展览管理联合会 (IAEM) 和国际交易会联盟 (UFI) 的定义，商业性展销活动是由大量公司参加的、定期性开展的市场活动。在该活动中，参展商展示自身的主要产品，提供产品信息，并进行交易。交易会主要是吸引商业客户，而展示会主要是吸引普通公众。需要注意的是，商业性展销活动与纯粹的文化艺术欣赏性的展示活动不同，其主要的区别在于活动的目的性存在差异。

商业性展销活动的所有硬件条件都涉及到展览场地，包括展览场馆和露天场地。展览场馆通常必须提供必要的资源，如电力、水、气、通信（电话、网络）以及清晰的信号系统等等。除此之外，展览场馆还需要配备其他一些设施，如餐厅、停车场、洗手间和入口通道等。

商业性展销活动的软件条件是指提供给参展商和观众的相关服务，如工程技术服务、搬运服务、饮食服务、保安服务、保险服务、清洁

服务、紧急医疗救助服务、秘书服务等。还有一些服务是由举办城市提供的，如酒店住宿、娱乐休闲、文化享受、餐厅、酒吧、购物等，这也是会展活动给城市带来的辐射效应。

商业性展销活动的主办方可以是政府部门、行业协会、私人机构、展览场馆或者各方的联合；而参与者则包括参展商、买家、政府官员、专业人士、一般公众等。

## 二、会议活动

会议活动在过去很长的一段时间里都没有引起人们的重视，因为人们对于会议的认识还只是停留在租借一个开会场所，提供一点食物，或提供一些纸和笔之类的工作。然而现在，人们对于会议活动的要求越来越高，会议活动所带来的利润也日益丰厚。

会议活动主要有四个要素：会议组织者或策划者、场地设施、服务和参与者。会议的策划者是指策划会议活动的个人或组织。活动策划者一般分为几类：非营利机构会议策划者（如政府会议、宗教会议等）、公司会议策划者、协会会议策划者和独立会议策划者。独立会议策划者主要是与主办方签订有关合同，然后根据合同的要求完成会议活动。

会议活动一般会在综合性酒店、会议中心、公司会议室、学校等地举行，甚至可以搬到游艇上进行。各会议场所所提供的设施设备也不尽相同，一般的会议场所会提供所需的座椅、主席台等等，而有些高档的会议场所还会提供先进的智能会议系统。各类会议场地均有不同的优劣势，在选择时要根据不同的会议类型和要求进行斟酌。

会议活动提供的服务包括秘书礼仪服务、餐饮服务、住宿服务、通信服务等等。

## 三、节事活动

节事活动往往是举办地为提高该城市或地区的影响力或知名度，以艺术、体育、历史、民俗等文化或政治事件为媒介而进行的主题活动。所谓节事，就是节日（Festival）和特殊事件（Special Event）的简称。大型节事活动一般由政府部门或公共部门举办，如奥林匹克运

动会、亚运会、世界杯足球赛、“二战”胜利纪念活动等；也有部分节事活动是由企业、特殊利益群体谋划举办，如企业举办的啤酒节，残联举办的残疾人长跑运动、音乐节等。

节事活动有固定周期举办的，如每年举办一次的慕尼黑啤酒节；也有偶然一次性举办的，如企业开业庆典活动。尽管在节事管理具体内容上两者有所不同，但通常的节事管理活动可以划分为四个阶段：决策阶段、细节规划阶段、执行阶段和评估阶段。要举办一个节事活动需要有以下要素：

### 1. 节事活动主题

节事活动的主题决定了活动的规模、性质和活动地点，因此在大型节事活动中，主题极为重要。

### 2. 节事活动的主办方和承办方

与商业性展销活动相似，节事的主办方和承办方可以相同，也可以不同。承办方一般接受主办方的委托进行活动的操办。主办方或承办方应配备有足够的、具有相应素质要求的人力资源进行活动的管理和组织工作。

### 3. 节事活动的参与人员

节事活动的种类千差万别，即包括宗教聚会、政治游行、纪念活动等较为严肃的主题，也包含狂欢节、美食节等欢快的主题，因此，节事活动参与的人五花八门，对参与人员的组织管理更具挑战性。

### 4. 节事活动的举办场所

节事活动举办场所的选择需考虑的问题应较为全面，如安全问题、交通问题、饮食问题、设施问题等等。这也可以解释为什么每次奥林匹克运动会举办城市的确定都需要花费大量的人力和时间进行实地考察。当然，对于一般的节事活动的举办场所要求不会那么严，但需要考虑的问题同样必须细致全面。

### 5. 活动的内容和程序

节事活动的内容和程序依据主题的不同而相异。

### 6. 节事活动的资金

节事活动可以是营利性的，也可以是非营利性的。节事活动的资金来源广泛，可以出自政府财政预算，也可以是企业资助，或通过广

告、门票、产品售卖等方式筹措。

#### 四、商业性展销活动、会议活动、节事活动的特点

我们将商业性展销活动、会议活动、节事活动各自的特点归结如下：

商业性展销活动	会议活动	节事活动
(1) 市场导向 (2) 重复性强 (3) 场地要求大而时间较长 (4) 某些服务由承办商负责(如展台搭建、运输等) (5) 基本的餐饮业要求 (6) 参与人数多	(1) 专业导向 (2) 重复性小 (3) 场地要求分散而时间较短 (4) 依赖场馆提供的全面服务 (5) 餐饮服务要求较全面 (6) 与会人数一般较展览会少,而且多为专业人士	(1) 社会导向 (2) 重复性依情况而不同 (3) 场地要求大,但时间短 (4) 所需提供服务较少,但安全保障要求较高 (5) 无须提供餐饮服务,或无基本餐饮要求 (6) 参与人数极多且杂

不难看出,对于这三类会展活动,它们活动的目的和导向有很大不同,因此对于场地的要求也存在较大的差异,这就为场地的管理和服务提出了更高要求的挑战。

## 第二节 场馆管理和服务的含义和内容

### 一、场馆的含义

一般来说,场馆是指举办各种活动(event)的地方,它既包括“场”也包括“馆”。“场”,即场地,往往代表着室外区域;“馆”,即馆所,代表着室内区域。

会展场馆因此也可以分为室内的会议和展览中心,以及露天的会议和展览场地。“场”和“馆”在管理上有较大不同。在会展活动中,室内会议室和展览中心使用频率较高,设施完备,服务内容周详,但所容纳的参与人数往往有限。而室外场地容纳人数众多,然而举办会



展活动的场地往往是临时性租用，相应的设施和服务都无法做到尽善尽美，在管理上也有较大的难度。

## 二、场馆内的活动空间

无论是场地还是馆所，举办会展活动所需的空间往往包括以下方面：

### 1. 会展活动场地

也是会展活动的主要活动空间，如会议室、展览厅、露天广场、礼堂、运动场等等。会展活动场地是人流聚集的主要场所，也是场馆管理和服务的關鍵所在。

### 2. 开幕及闭幕典礼场地

为了提升会展活动的档次和影响力，会展主办单位往往需要举行开幕式和闭幕式，不论会展活动场地是室内还是室外，开幕（闭幕）仪式可以放在室内举行，也可以在室外举行。开幕典礼场地为临时性占用，在典礼结束后可作他用。

### 3. 宴会场地（或餐饮场地）

会展活动宴会或餐饮场地可大可小，可正式也可随意，这需要根据会展活动的要求来决定。一般来说，会议活动中的餐饮要求较高且正式，而商业性展览活动和节事活动的餐饮较为随意，甚至可以不提供相关的场所。

### 4. 主办机构办公室

为使会展活动组织更有效率，往往需要在活动场地内辟出一个空间作为主办机构（或承办机构）的办公室，以处理紧急突发事件及其他事宜。

### 5. 秘书处

大型会议或展览活动往往会设立秘书处，其作用主要是用于整理会议记录，编辑会展简报，整理议案和提案等，有时秘书处还须处理主办机构办公室的部分工作。

### 6. 休息室

对于有高级别官员或知名人士参加的会展活动，还需准备休息室，让他们有充分的空间做准备，同时用于保证他们的出入安全。