



高等职业教育“十二五”规划教材

会展旅游 实务

主编 陶艳红 王慧元



江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

高等职业教育“十二五”规划教材

会展旅游实务

主 编 陶艳红 王慧元

副主编 王笑一 杨亚芹

杨 艳 胡雪峰

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

镇 江

内 容 提 要

本书主要介绍了会展旅游实务的相关知识,共分十个项目,具体内容包括:会展旅游认知、会展旅游策划、会议旅游、展览旅游、节事旅游、奖励旅游、会展旅游营销管理、会展旅游服务管理、会展旅游危机与安全管理、会展相关政策法规。

本书内容编排合理、难易适度,主要面向高等职业院校会展专业或旅游专业的学生,同时也适合从事或拟从事会展相关行业的从业人员开展学习或培训。

图书在版编目(CIP)数据

会展旅游实务 / 陶艳红, 王慧元主编. — 镇江 :
江苏大学出版社, 2014.9
ISBN 978-7-81130-757-3

I. ①会… II. ①陶… ②王… III. ①展览会—旅游
IV. ①F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 222689 号

会展旅游实务

主 编 / 陶艳红 王慧元
责任编辑 / 吴小娟
出版发行 / 江苏大学出版社
地 址 / 江苏省镇江市梦溪园巷 30 号(邮编: 212003)
电 话 / 0511-84446464(传真)
网 址 / <http://press.ujs.edu.cn>
排 版 / 北京金企鹅文化发展中心
印 刷 / 北京忠信印刷有限责任公司
经 销 / 江苏省新华书店
开 本 / 787 mm×1 092 mm 1/16
印 张 / 18
字 数 / 416 千字
版 次 / 2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-81130-757-3
定 价 / 38.00 元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话: 0511-84440882)

前言

《会展旅游实务》一书主要面向高等职业院校会展专业或旅游专业的学生，同时也适合从事或拟从事会展行业的相关人员开展学习或培训。本书由秦皇岛职业技术学院陶艳红和中国环境管理干部学院王慧元主编，同时得到了相关兄弟院校旅游专业和会展专业老师的支持。全书内容编排合理，难易适度，是一本值得推荐并适合我国高职教育的优秀教材。通过对本书的学习，学生不仅能够掌握会展旅游相关专业的知识与技能，同时也可以了解和熟悉国际会展发展的新趋势、新理念。

本书在编写期间，在对方案进行研究和实地调查的基础上，参考了各专业会展网站、会展书籍、会展服务和管理方面的资料及其他有关的文献，并结合对展览公司、会议公司和展览馆、会议中心进行实际调查的案例，完成了从拟定编写提纲到成稿的全过程。本书根据会展专业的培养目标、会展专业人才培养方案的要求、会展行业相关岗位的定位，从旅游管理专业的培养目标和为旅游专业学生拓展知识体系、就业渠道的目标出发，对教材编写内容进行选择，确定了全书的知识体系和理论框架。按照教学规律和高职学生的认知规律，在精选素材的基础上，合理编排内容，从而达到易教、易学的目的。书中有大量相关知识的链接，为学生的入门学习和自主学习奠定了基础。

在本书出版之际，我们向在本书中被引用的文献资料的单位和作者以及提供案例和帮助的朋友表示由衷的感谢。另外，恳切希望广大读者对本书提出宝贵的意见和建议，以便在今后修订时加以完善。

本教材由秦皇岛职业技术学院的陶艳红、中国环境管理干部学院的王慧元担任主编，并负责提纲的制定；秦皇岛职业技术学院的王笑一、邯郸学院的杨亚芹、河北外国语学院杨艳、秦皇岛职业技术学院的胡雪峰担任副主编；中国环境管理干部学院的张岩、河北外国语学院的李琦、秦皇岛职业技术学院的李翠霞为参编。具体分工如下：陶艳红编写项目一，王慧元编写项目二、项目三，杨艳编写项目四、项目七，杨亚芹编写项目五、项目六，李琦编写项目八，张岩编写项目九，王笑一编写项目十，胡雪峰、李翠霞负责协助编写十个项目的项目实训内容。陶艳红、胡雪峰负责全书的统稿工作。

由于编者水平有限，书中不当之处在所难免，敬请读者批评指正。

编者
2014年8月

目 录

项目一 会展旅游认知	1
任务1 认知会展业	1
一、会展的概念	3
二、会展的类型	3
三、会展经济	5
四、会展业的作用	6
任务2 认知会展旅游	9
一、会展旅游的概念	15
二、会展业与旅游业的关系	16
三、会展旅游的特征	17
四、会展旅游的功能	18
任务3 会展旅游的发展现状和趋势	21
一、国内会展旅游业的发展现状	27
二、我国会展旅游业的主要问题	30
三、我国会展旅游的发展趋势	32
本章小结	34
复习思考题	34
项目二 会展旅游策划	41
任务1 会展旅游策划程序	41
一、会展旅游项目策划的原则	43
二、会展旅游项目策划过程中应注意的问题	44
三、会展旅游项目策划程序	44
任务2 会展旅游策划的流程	46
一、策划前期阶段：解决“为什么”	47
二、策划准备阶段：解决“做什么”	48
三、策划设计阶段：解决“怎么做”	48
四、策划完成阶段：解决“怎么样”	52
五、后续工作阶段：解决“相配合”	52

任务3 会展旅游策划书的编写	53
一、封面	56
二、目录	56
三、正文	56
四、落款	59
五、附件	59
本章小结	59
复习思考题	60
项目三 会议旅游	63
任务1 认知会议旅游	64
一、会议旅游的定义及吸引要素	65
二、会议旅游的特点	66
三、会议旅游的类型	71
任务2 会议旅游项目策划	76
一、会议旅游活动的构成要素	77
二、会议旅游目的地应具备的条件	80
任务3 会议旅游的运作与管理	83
一、会议旅游运作的条件	85
二、会议旅游的运作过程	88
任务4 会议旅游的发展趋势	91
一、全球国际会议旅游发展状况与趋势	93
二、我国会议旅游发展对策	96
三、我国会议旅游的发展前景	98
本章小结	99
复习思考题	99
项目四 展览旅游	101
任务1 展览旅游概述	101
一、展览的概念	102
二、展览的分类	104
三、展览旅游的概念	105
四、展览旅游的特点	106
任务2 展览旅游的参与主体	107
一、展览旅游的组织者	108
二、展览旅游的消费者	110

三、展览旅游经营商	111
任务3 展览旅游的运作与管理	112
一、展览旅游的运作模式	113
二、展览旅游的运作过程	115
三、展览旅游的管理	120
任务4 展览旅游的发展趋势	122
一、我国展览旅游的发展现状	123
二、我国展览旅游的发展趋势	126
本章小结	126
复习思考题	127
项目五 节事旅游	131
任务1 认知节事旅游	131
一、节事的概念	133
二、节事的类型	134
三、节事旅游的概念和特点	143
四、节事旅游的类型	144
任务2 节事旅游项目策划	145
一、节事旅游的形成条件	146
二、节事旅游的意义	147
任务3 节事旅游的运作与管理	149
一、节事旅游的运作模式	150
二、节事旅游的运作过程	151
三、节事旅游的管理	152
任务4 节事旅游的发展趋势	152
一、我国城市节事活动态势	154
二、我国城市节事活动的时空规律	156
三、我国城市节事活动发展中存在的优势和不足	156
四、对我国城市节事活动未来发展的对策和建议	158
本章小结	159
复习思考题	159
项目六 奖励旅游	163
任务1 认知奖励旅游	164
一、奖励旅游的概念	165
二、奖励旅游的特征	166

三、奖励旅游的类型	168
四、奖励旅游——现代企业管理的新招	170
任务2 奖励旅游项目策划	171
一、奖励旅游的操作机构	171
二、奖励旅游的操作流程	172
三、奖励旅游策划应注意的问题	175
任务3 国内外奖励旅游发展现状及对策分析	177
一、国外奖励旅游的发展状况	177
二、我国奖励旅游的发展状况	178
三、我国奖励旅游发展所面临的问题	178
四、我国发展奖励旅游的对策和建议	179
五、奖励旅游的发展趋势	180
本章小结	181
复习思考题	181
项目七 会展旅游营销管理	185
任务1 会展旅游市场	186
一、会展旅游市场的主体和分工	188
二、会展旅游市场的特征	189
三、会展旅游营销发展的趋势	192
任务2 会展旅游营销组合策略	194
一、营销组合要素	195
二、营销策略	197
三、会展旅游营销误区与注意事项	200
任务3 新型营销运用	202
一、切实更新营销观念	202
二、争取相关组织支持	204
三、积极开展联合促销	205
四、推进营销技术创新	206
本章小结	208
复习思考题	209
项目八 会展旅游服务管理	213
任务1 会展旅游与餐饮酒店管理	214
一、会展与餐饮酒店的关系	214
二、会展与餐饮酒店业互动发展支撑体系	217

三、会展与餐饮酒店业互动发展模式	218
四、我国实现会展与餐饮酒店互动发展的对策	220
任务 2 会展旅游和景区管理	221
一、会展旅游对于景区的主要作用	222
二、会展旅游景区开发管理	222
三、会展旅游景区游览管理	225
任务 3 会展旅游和旅行社管理	226
一、旅行社会展旅游业务服务的内涵	226
二、旅行社会展旅游服务业务空间拓展	227
本章小结	229
复习思考题	229
项目九 会展旅游危机与安全管理	233
任务 1 会展旅游危机管理	233
一、会展旅游危机管理的内涵	234
二、会展旅游危机的识别	235
三、会展旅游危机管理的实施	237
任务 2 会展旅游安全管理	239
一、会展旅游安全管理的内涵	239
二、会展场所安全管理	240
本章小结	242
复习思考题	243
项目十 会展相关政策法规	245
任务 1 会展管理法规制度	245
一、会展主办单位的资格	248
二、会展举办的申报及审批	248
三、会展合同法	250
任务 2 进出口及物流管理法律制度	253
一、进出口商品检验管理	254
二、进出口货物海关监管制度	255
三、物流管理相关法律制度	256
任务 3 知识产权和广告管理法律制度	257
一、展会期间的专利保护	259
二、展会期间的商标保护	259
三、展会期间的著作权保护	260

四、投诉处理	260
五、法律责任	262
六、广告准则的一般标准	262
七、广告准则的其他规定	263
任务4 消费者权益保护法律制度	265
一、消费者的权利	265
二、经营者的义务	269
本章小结	270
复习思考题	270

项目一

会展旅游认知

引言

进入 21 世纪以来,伴随着经济全球化的浪潮,世界经济稳定发展,各国之间的技术、贸易、文化、经济等往来日益频繁,为全球会展业的发展提供了巨大的机遇,会展业也在国际交往中占有越来越重要的作用。特别是中国的会展业近年取得了前所未有的发展,以年均 20% 左右的速度递增。由此,会展业被称为 21 世纪的“朝阳产业”。

学习目标

- ① 认知会展旅游
- ② 掌握会展的具体类型
- ③ 了解会展业和旅游业的关系
- ④ 了解会展旅游的功能

任务 1 认知会展业



引导案例

从“博鳌效应”看会展经济对区域经济的拉动作用

会展业是一种能够同时获得经济效益和社会效益的绿色行业,通过举办大型会议、展览活动,不仅能给城市带来场租费、广告费、运输费等直接收入,还能创造住

宿、餐饮、通信、旅游、购物、贸易等相关收入,并对城市或地区的国民经济和社会进步产生难以估量的影响和催化作用。有关数据显示,这一“朝阳产业”带动了旅游、交通、餐饮、房地产、咨询等相关产业的发展,各自盈利都增加了20%以上。

博鳌亚洲论坛是海南会展业的一个品牌,其所产生的“博鳌效应”令人们不得不惊叹会展经济创造的神话。该论坛是一个非政府、非营利的国际组织,1998年,由菲律宾前总统拉莫斯、澳大利亚前总理霍克及日本前首相细川护熙发起。2001年,博鳌亚洲论坛成立大会在海南省琼海市万泉河出口的博鳌举行,并将博鳌确立为论坛的永久会址。从2002年开始,论坛每年定期在博鳌召开年会,自此,原本是穷乡僻壤的博鳌吸引了整个亚洲乃至全世界的眼球,博鳌的名字走向了全世界,良好的生态、人文、治安环境吸引了众多海内外会议组织者。

从2001年至2006年,除博鳌亚洲论坛年会外,还有400多个国内国际会议在博鳌召开。此类大型会议的召开,促进了周边地区基础设施,特别是交通、住宿等设施的改善和发展。5年间,政府、企业和个人在此投资高达20多亿元,建起了多家五星级酒店、高尔夫球场、国际会议中心等现代化设施,渔村小镇正在快步迈向现代化。

博鳌亚洲论坛不仅改变了小镇的面貌,而且改变了镇上人们的生活方式和观念,增加了大量的就业机会,加快了产业经济结构的调整。琼海市政府提供的数据显示,从2000年至2005年,博鳌全镇生产总值年均增长10%,农民人均纯收入由2000年的2140元增至3389元。2005年,全镇从事第三产业的人数达4720人,占全镇总劳动力的40%;第三产业生产总值达9500万元,比2000年增长150%,占全镇工农业总产值的21.75%。第三产业已经成了增加农民收入和全镇发展农村经济的支柱。

凭借论坛效应,“近水楼台”的琼海市近年在招商引资方面成绩卓越,引进了大批生物制药、旅游、生态农业等项目,经济发展走向“快车道”。琼海人用“路变宽了,环境变美了,收入增加了,人更文明了”来概括这些年来变化。曾担任琼海市委书记的陆志远说:“从城镇到农村,琼海发生了巨变,主要得益于博鳌亚洲论坛这一品牌。”论坛成立前的2000年,琼海国内生产总值为39.8亿元,2005年达到48.59亿元,全年接待国内外游客220万人次,旅游总收入达到6.5亿元。

“博鳌效应”和博鳌水城旅游度假新亮点也提升了海南省旅游的国际知名度。2005年旅游人数达到1516万人次,比2000年增加508万人次。省旅游收入达到125亿元,比2000年增加46.5亿元,年均增长近10%。

为了将博鳌论坛推向全国,除了召开一年一度的博鳌亚洲论坛年会,近年来还分别在各地召开了有关旅游、区域贸易、文化合作交流等专题研讨会。借助博鳌论坛的资源优势和品牌影响力,会议的承办地已开始实实在在地感受到博鳌论坛的助推作用。

经过这些年的发展,可以说博鳌亚洲论坛已成为全国乃至世界的会展品牌,“博

“辐射效应”已经成了经济发展中的一个亮点，由此产生的“辐射效应”也不可忽视。海南工业基础比较薄弱，在制造业等产业上很难与其他省市竞争，但海南得天独厚的自然环境正是发展会展经济的有利条件。以博鳌论坛作为连接全国和世界各国的合作平台，大力打造海南的会展品牌，继而拉动海南相关经济的发展不失为一条跨越式的发展道路。



图 1-1 博鳌亚洲论坛 2014 年年会



想一想

会展旅游对中国区域经济有何影响？

一、会展的概念

会展是会议、展览和大型节事活动的统称，是指以会议、展览为媒介，以在一定时期内聚集大量的人流、物流、资金流和信息流为手段，达到经济、社会等方面发展的行业。

会展的内容很多，主要有各种类型的专业会议、博览会、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。

二、会展的类型

会展一般可分为会议和展览两部分。

(一) 会议

1. 会议的概念

会议泛指在一定的时间和空间内,为了达到一定的目的所进行的有组织、有主题的议事活动。作为会展业的主要组成部分,会议特别是大型的国际会议往往会在提升城市形象、促进城市建设、创造经济效益和社会效益等方面具有特殊的作用。

2. 会议的类型

会议的类型很多,可以按照以下不同的标准进行划分。

(1) 按规模大小划分

根据会议的规模,即参加会议的人数多少,可分为国际会议、洲际回忆、国内会议。据国际大会及会议协会(International Congress and Convention Association,简称ICCA)规定,国际会议的标准是至少有20%的外国与会代表,与会人员总数不得少于50名。

(2) 按会议性质和内容划分

根据会议的性质和内容,可分为大会或年会(Convention)、代表会议(Congress)、论坛(Forum)、专题学术讨论会(Symposium)、讨论会(Workshop)和座谈会(Panel discussion)。

(3) 按会议活动特征划分

根据会议的活动特征,可分为商务型会议、展销会议、文化交流会议、度假型会议、专业学术会议、政治性会议和培训会议。

(4) 按举办主体划分

根据会议的举办主体,可分为社会团体会议、公司(企业)会议和其他组织会议。社会团体会议主要包括协会会议和社交团体会议两类,其中协会会议是最主要的类型。协会会议有多种类型,主要有贸易性行业协会会议、专业和科学协会会议。

另外,公司(企业)会议近几年来发展迅速,与行业协会一起,成为会议的主要类型。公司会议一般包括全国和地区性销售会议、技术会议、管理者会议、培训会议、代理商会议、股东会议和奖励会议等,其中销售会议是公司会议中最重要的部分。

(二) 展览

1. 展览的概念

展览往往是展中有会,会中有展,展会结合,所以也被称为展览会。展览会具有一定规模和固定的举办日期,是指参展商通过物品或图片的展示,集中向观众传达各种信息,实现双向交流,扩大影响,树立形象,达成交易、投资或传授知识,教育观众目的的一种活动。

2. 展览的类型

展览的类型很多,可以按照不同的标准进行划分。

(1) 按展览内容划分,可分为综合展和专业展。在目前的展览中专业展所占比例

较大。

(2) 按展览目的划分, 可分为宣传展览和贸易展览。

(3) 按展览面向的对象划分, 可分为贸易展览、消费者展览和综合展览。

(4) 按展览展品的来源划分, 可分为单独展览、多变展览和世界博览会。

(5) 按展览地域划分, 可分为国际性展览会、地方性展览会、全国性展览会和本地展览会。

除了以上几种分类标准外, 按是否盈利划分, 展览可分为营利性展览和非营利性展览。按时间划分, 展览可分为定期展览和不定期展览, 定期展览有一年 4 次、2 次、1 次, 两年 1 次等; 不定期展览则是根据需要而定。按场地划分展览可分为室内展览、室外展览和网上展览。

三、会展经济

会展经济就是某一特定地区, 通过举办会展活动, 发展会展业, 能够为本地区带来直接或间接经济效益、社会效益的一种经济现象和经济行为, 是一种综合的经济效益。

知识链接

国际博览会联盟 (Union of International Fairs, 简称 UFI) 发表的报告认为: “一个城市或地区如果基础设施相对完备、人均收入处于世界中等水平以上, 服务业在 GDP 中的比重接近或超过 10%, 行业协会的力量相对较强, 那么会展经济就会在该城市或地区得到强势增长, 并发挥作用。”



图 1-2 UFI 亚洲研讨会开幕

四、会展业的作用

当今,由于会展业的高速发展及其对经济的巨大带动作用,各国政府都非常重视会展业的发展。世界各国的各个城市都会举办会展活动。世界各地之所以争相举办各种会展活动,其重要原因是会展活动能够给举办地带来巨大的综合效益。

(一) 拉动举办地经济增长

会展业具有较强的产业关联性,涉及交通、旅游、通信、建筑、广告和装饰等诸多部门和行业。也正因为如此,会展业越来越受到各地政府的重视,上海、北京、大连等城市已将会展业列为地方政府重点扶持和发展的产业。

(二) 扩大就业

会展业作为服务业,直接、间接涉及的行业很多,因而就业“乘数效应”显著,能够吸纳较大数量的就业人员。

(三) 促进经贸合作

在大多数交易会、展览会和贸易洽谈会上都能够签署一定金额的购销合同,以及投资、转让和合资意向书。

(四) 带动城市基础设施建设

会展是一种大型的群众活动,它要求有符合条件的会展场所,有一定的接待能力、高中低档相配合的旅行社和酒店,便捷的交通和安全保障体系,以及优雅的旅游景点等。

(五) 提升举办城市的知名度

在国际上,会展业被称为“触摸世界的窗口”和“城市的面包”,是联系城市与世界的桥梁。会展活动可以展示城市形象,提高城市在国际国内的知名度。在国际上,衡量一个城市能不能跻身于国际知名度城市行列,一个重要标志是看这个城市召开国际会议和举办国际展览的数量和规模,一次国际会议或展览不仅可以给举办城市带来相当可观的经济效益,更能带来无法估量的社会效益。



想一想

1. 什么是会展?它有哪些类型?
2. 发展会展业能起到哪些作用?

知识链接

表 1-1 世界历届博览会

举办时间	举办国家及城市	名称	举办天数	参观人数(万)	主题
1851	英国伦敦	伦敦万国工业产品大博览会	190	604	万国工业
1855	法国巴黎	巴黎世界工农业和艺术博览会	180	516	农业、工业和艺术
1867	法国巴黎	第二届巴黎世界博览会	210	923	劳动的历史
1873	奥地利维也纳	维也纳万国博览会	180	725	文化和教育
1876	美国费城	美国独立百年博览会	180	800	交通和通讯
1878	法国巴黎	第三届巴黎世界博览会	170	1 616	农业、工业和艺术
1880	澳大利亚墨尔本	万国工农业、制造业与艺术博览会	210	1 200	万国工农业、制造业与艺术
1883	荷兰阿姆斯特丹	阿姆斯特丹国际博览会	100	880	科技时代的休闲生活
1889	法国巴黎	巴黎世界博览会	182	2 512	纪念法国大革命 100 周年
1893	美国芝加哥	芝加哥哥伦布纪念博览会	183	2 700	纪念发现美洲 400 周年
1900	法国巴黎	第五届巴黎世界博览会	210	5 000	新世纪发展
1904	美国圣路易斯	圣路易斯世界博览会	185	1 969	该市成立百年, 同年举行奥运
1906	意大利米兰	米兰世界博览会	198	1 000	纪念辛普朗隧道顺利通车
1908	英国伦敦	伦敦世界博览会	220	1 200	展现英法帝国成就
1915	美国旧金山	旧金山巴拿马太平洋博览会	288	1 883	巴拿马运河
1926	美国费城	费城建国 150 周年世界博览会	183	3 600	纪念美国建国 150 周年
1933	美国芝加哥	芝加哥万国博览会	170	2 257	一个世纪的进步
1935	比利时布鲁塞尔	布鲁塞尔世界博览会	150	2 000	通过竞争获得和平
1937	法国巴黎	巴黎艺术世界博览会	93	870	现代世界的艺术
1939	美国纽约	纽约世界博览会	340	4 500	明日新世界
1958	比利时布鲁塞尔	布鲁塞尔世界博览会	186	4 150	科学主导的文明与人道主义
1962	美国西雅图	西雅图世界博览会	184	964	太空时代的人类
1964	美国纽约	纽约世界博览会	360	5 167	通过理解走向和平