

编著 杨念

企业事务管理实务问答丛书

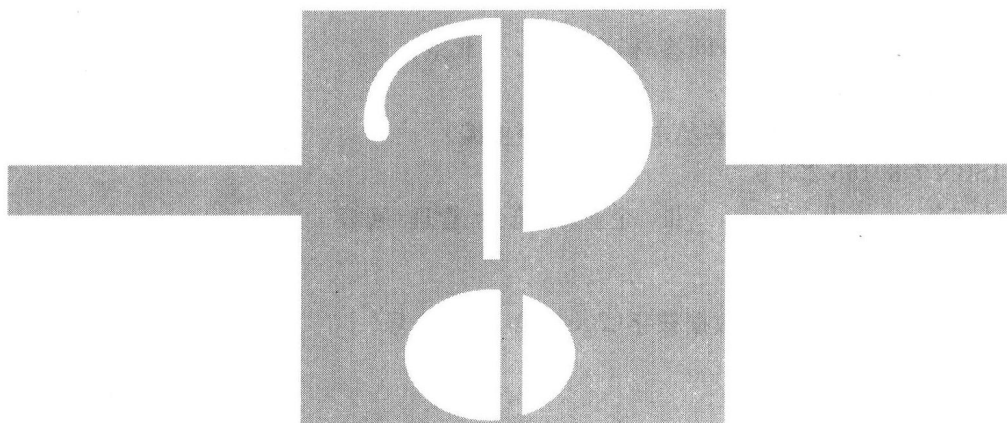
QIYE SHIWU GUANLI SHIWU WENDA CONGSHU

企业会展活动管理 实务问答

QIYE HUIZHAN HUODONG
GUANLI SHIWU WENDA



中国海关出版社
CHINA CUSTOMS PRESS



企业事务管理实务问答丛书

企业会展活动管理 实务问答

杨念 编著

中国海潮出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业会展活动管理实务问答/杨念编著. —北京:
中国海关出版社, 2005. 1

(企业事务管理实务问答丛书/赵秀臣等主编)

ISBN 7-80165-233-9

I. 企... II. 杨... III. 企业-展览会-管理-问答
IV. F272.9-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 135318 号

企业会展活动管理实务问答

编 著:杨 念

责任编辑:普 娜

出版发行:中国海关出版社

社 址:北京市朝阳区东土城路 14 号 邮政编码:100013

电 话:010-85271610(发行部) 010-85271536(编辑部)

传 真:010-85271611(发行部) 010-85271536(编辑部)

印 刷:北京市白帆印务有限公司 经销:新华书店

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:18.25 字数:260 千字

版 次:2005 年 1 月第 1 版

印 次:2005 年 1 月第 1 次印刷

ISBN:7-80165-233-9

定 价:32.00 元



海关版图书,版权所有,侵权必究
海关版图书,印装错误可随时退换

企业事务管理实务问答丛书编委会

赵秀臣 赵光忠

李军伟 丁继平 曹 广 丁华明 杨 念

(排名不分先后)

文淑静 熊 远 李航星 邓吉秋 姚顺光

王俊昌 王宏梅 陶 弘 文 敏 钟思源

杜丽珍 王成钢 潘士福 梁仕斌 杜 江

于 露 曹晔晖 徐 艳 历 炎 汪海良

黄 东

事务同样是企业的 关键执行实务

对于企业管理中的会议、文件、提案、会展活动、总务后勤福利这些事务，很多有志于在企业中大展拳脚的管理英才往往不屑一顾，认为这些事务只是企业管理中无足轻重、无关痛痒的小事，自己只要做好战略性的工作就行了。

其实不然，正如这两年来“执行”一词在我国管理界的流行一样，作为执行性的、事务性的管理工作，会议管理、文件管理、提案管理、会展活动管理与总务后勤福利管理，是企业事务管理中最常见、最重要的部分，因为它们与企业执行的执行流程和战略决策流程紧密相连。

企业决策需要考虑多方面因素，综合各方面的意见和看法，并经过认真讨论后才能作出。而这往往就是通过会议来实现的。因此，会议管理可以说是企业决策的一个孵化平台。如何做好会议管理工作关系到企业决策的效率与效益。同时，会议管理也同样关系企业的沟通协调、形象塑造和战略规划。可以说，企业会议管理是企业执行流程的起点。

企业决策、企业信息传递、企业沟通的上传下达、企业执行的表单文案，无不表现为文字、影像或声音形式的文件。企业文件是企业运营的最有效的载体，是企业执行行为的书面化，是传递企业信息以及规范并记录企业行为的惟一依据。任何企业的决策和执行行动都离不开文件，而文件管理的效率就在很大程度上决定了企业运营的效率。

在今天，企业管理不再是由上而下的单向管理活动，而变成了上下互动沟通影响的双向甚至多向管理。而维系企业由下而上进行互动管理的纽带正是提案。通过提案，下级可以把自己对企业的意见看法，自己对企业发展的想法，自己在工作中形成的有价值的思想，清晰地反映给上级管理者。这一方面有利于上级管理者深入了解下属的想法和感受，作出更容易被下属理解和认同的决策，实现企业的共同认同，齐心协力；另一方面，通过提案，上级管理者能够了解更多的、来自于一线工作人员的思想和灵感，能够使企业实现源源不断的创新。当然，通过提案，能够使下属员工获得更多的表现机会和沟通渠道，有利于上级及时发现有能力的人才，也有利于及时发现企业中存在的问题，使问题能够有效地得到解决。可是，所有这一切，都有一个前提：企业的提案管理是正常有效的，能够保证提案能顺畅地传递到合适的接受者手中，能够使上级对提案的反馈及时有效地传递给提案人。提案管理，可以说是企业决策和执行的激活器与监控器。

企业形象的宣传，企业对外的正常交往，企业与顾客公众良好关系的建立，是通过企业的营销执行活动来完成的。但是，不只是在与客户的一买一卖中以及在媒介的广告宣传中，企业才能与客户、与社会公众建立良好的关系。企业可以选择更好的方式，即通过有针对性的各式会展活动来达到上述目的。无论是作为组织者还是参加者，企业都必须保持自己的主动性，积极地利用会展活动宣传自己、宣传产品、建立关系。可以说，企业会展活动策划与实施的管理是企业获得市场竞争优势的另一条执行渠道，并且是目前国内企业还很少利用的执行渠道。

与会展活动相似，企业的总务后勤福利管理本身也是企业执行的一部分。与会展活动不同的是，企业的总务后勤福利管理是企业内部执行的一部分，它与企业外部关系不大。从企业执行的整体来看，总务后勤福利管理可以说并不重要，甚至在战略规划时可以暂时忽略不计。但就像机器的润滑油、化学反应的催化剂一样，总务后勤福利管理就是企业运营的润滑油和催化剂，它确保企业能够在注意细节的同时获得巨大的动力。

正是由于有着以上认识，才有了“事务同样是企业的关键执行实务”的归纳，才有了我们编写出版这套书的动因。此前，涉及会议管理、文件管理、总务后勤管理的书目繁多，但它们始终为同一个基调——企业行政管理的一部分，而很少有人能够从执行的角度，从企业实务运作的角度来为企业事务管理正名。确实，很多事务性工作都归属行政工作。可是，从流程来看，事务性工作是执行流程的一部分，是企业实务运作的一部分。不能因为事务工作在职能划分上归属行政部门，就从传统角度把这些工作从执行流程中剥离出去，无视这些事务工作的执行性、实务性。这样，对企业来说是很不利的，很容易使企业的执行流程循环中断。

以往，由于对企业会议管理、文件管理、提案管理、会展活动管理与总务后勤福利管理的执行性和实务性认识不足，使得关于它们的著作大多是从理论化、辅助性的角度来探讨。这让真正从事这些工作的人员无法得到实践性的操作指导，只能在工作中学习，浪费很多时间精力才能够积累经验。为此，我们专门集中了从事相关工作的成功人士、专家学者，共同编撰了这套“企业事务管理实务问答丛书”，以问答的形式，一一提炼具体事务工作中的经常性、关键性问题，从实践操作的角度给出解答和参考，同时提供必要的理论指引，以期能在一问一答的简单形式中帮助读者掌握具体事务管理的实践精髓。

另外，我们也根据企业发展的需要，特别把以前不是很受重视，但在当前的企业实践中却很关键、很经常性的企业文件管理、提案管理和会展活动管理单独提出来，独立成书，以更好地帮助企业认识这些实务工作的价值，帮助从事这些事务工作的企业人员更好更快地掌握相关实践技巧和操作方法。

在丛书的编写过程中，我们也参照了一些同仁的成果（见“参考文献”），在此一并致谢。请大家对本丛书多加指正，有不当之处请谅解。

企业事务管理实务问答丛书编委会

前言：事务同样是企业的关键执行实务 (1)

第 1 章 企业会展活动管理基础

第一节 企业会展活动的基本范围 (3)

 一、什么是会展活动? (3)

 二、什么是企业会展活动? (4)

 三、企业会展活动有哪些类型? (5)

 四、企业会展活动有哪些特点? (7)

 五、企业会展活动的作用是什么? (8)

第二节 企业会展活动的实施要点 (10)

 一、会展活动的功能有哪些? (10)

 二、企业会展活动的实质表现在哪几个方面? (11)

 三、企业会展活动实施的目的是什么? (13)

 四、企业会展活动应遵循哪些原则? (14)

 五、企业会展活动的主题如何确定? (15)

第 2 章 企业会展活动策划

第一节 企业会展活动策划概述 (19)

 一、如何理解企业会展活动策划的含义? (19)

 二、企业会展活动策划具有哪些特征? (19)

 三、企业会展活动策划的基本要素由哪几方面组成? (21)

四、企业会展活动策划应达到什么样的目的？	(22)
五、开展企业会展活动策划有哪些要求？	(23)
六、企业会展活动策划应遵循哪些原则？	(24)
七、企业会展活动策划的内容包括哪几个方面？	(27)
八、企业会展活动策划应注意哪些问题？	(29)
九、企业会展活动策划的基本程序有哪些？	(31)
十、企业会展活动策划成功的关键点有哪些？	(33)
十一、企业会展策划活动有哪些技巧？	(37)
第二节 企业会展活动目标策划	(38)
一、如何理解企业会展活动目标策划的含义？	(38)
二、企业会展活动策划目标有哪几种分类？	(38)
三、会展活动目标策划的重要性表现在哪几个方面？	(41)
四、企业会展活动目标策划应遵循哪些原则？	(43)
五、企业会展活动目标决策应符合哪几方面的要求？	(45)
六、确定策划目标的依据应从哪些方面考虑？	(46)
七、选择和确立策划目标需要注意哪些问题？	(47)
第三节 企业会展活动传播策划	(49)
一、如何理解传播策划的含义？	(49)
二、会展活动中传播策划的基本特征是什么？	(49)
三、会展活动传播策划的要素包括哪几个方面？	(50)
四、会展活动的传播策划有哪几项功能？	(52)
五、会展活动传播策划中选择媒介的原则有哪些？	(53)
六、会展活动传播的基本方式有几种？	(55)
七、会展活动传播策划实施的具体方法有哪些？	(64)
第四节 专门性企业会展活动策划	(69)
一、怎样进行新闻发布会的策划？	(69)
二、怎样策划记者招待会？	(71)

三、如何进行赞助策划?	(73)
第五节 常规性企业会展活动策划	(76)
一、如何策划庆典活动?	(76)
二、怎样做好展览会的策划工作?	(80)
三、如何进行对外开放参观策划?	(83)

第 3 章

专门性企业会展活动的实施

第一节 企业会展活动实施概述	(89)
一、企业会展活动实施的含义是什么?	(89)
二、企业会展活动实施的内容包括什么?	(90)
三、企业会展活动实施的特点有哪些?	(90)
四、企业会展活动实施应遵循哪些原则?	(92)
五、企业会展活动中应把握哪些实施策略?	(96)
第二节 企业涉外会议	(100)
一、会议的组织工作程序是怎样的?	(102)
二、举行涉外会议有哪些注意事项?	(103)
第三节 新闻发布会	(105)
一、什么是新闻发布会?	(105)
二、新闻发布会有哪些表现形式?	(105)
三、新闻发布会的实施有哪些步骤?	(106)
四、举办新闻发布会应注意哪些问题?	(113)
第四节 记者招待会	(118)
一、召开记者招待会必须掌握哪几个要点?	(118)
二、怎样做好记者招待会的善后评估工作?	(119)

第五节 制造新闻活动	(124)
一、什么是制造新闻活动?	(124)
二、制造新闻的作用和意义是什么?	(124)
三、制造新闻有哪些方法?	(126)
四、制造新闻有哪些注意事项?	(128)
第六节 赞助活动	(131)
一、企业的赞助要讲求哪些技巧?	(131)
二、开展赞助活动的步骤有哪些?	(133)
三、赞助活动的形式有哪些?	(135)
第七节 产品展销会	(139)
一、举行产品展销会前的准备工作有哪些?	(139)
二、如何安排好产品展销活动?	(140)
第八节 现场促销与竞赛活动	(143)
一、促销活动前有哪些准备工作?	(144)
二、促销活动准备工作应注意哪些事项?	(145)
三、促销活动现场的执行要点是什么?	(146)
四、促销活动应注意哪些问题?	(147)
五、怎样做好促销活动的总结?	(148)
六、什么是竞赛活动?	(149)
七、举办竞赛的方法和原则有哪些?	(150)

第 4 章 企业常规性会展活动

第一节 庆典活动	(155)
一、举办庆典活动的程序是怎样的?	(155)
二、庆典活动有哪些接待事宜?	(156)

三、如何布置庆典活动的现场?	(157)
四、庆典活动包含哪些具体程序?	(158)
五、安排节庆活动应注意哪些问题?	(159)
六、如何组织周年纪念活动?	(160)
第二节 展览会	(164)
一、展览会具有哪些特点?	(164)
二、展览会有哪些类型?	(166)
三、举办展览会应注意哪些问题?	(167)
第三节 参观活动	(171)
一、如何理解企业的参观活动?	(171)
二、企业举行参观活动的对象有哪些?	(171)
三、企业举行参观活动有哪些形式?	(172)
四、企业举行参观活动的步骤有哪些?	(176)
第四节 交际舞会	(180)
一、什么是交际舞会?	(180)
二、举行交际舞会有哪些组织工作?	(180)
第五节 文艺演出	(182)
一、举办文艺演出有哪些活动程序?	(182)
二、怎样举办联欢活动?	(183)
第六节 宴请	(185)
一、宴请的类型有哪几种?	(185)
二、宴请的筹备工作有哪些?	(187)
三、如何布置宴厅, 安排坐席?	(188)
四、怎样做好宴请服务工作?	(191)

第5章 企业会展活动的评估

第一节 企业会展活动评估概述	(195)
一、企业会展活动评估的意义是什么?	(195)
二、企业会展活动评估的内容包括哪些方面?	(196)
三、企业会展活动评估的原则是什么?	(202)
四、企业会展活动的评估标准是什么?	(203)
五、企业会展活动的评估方法有哪些?	(206)
六、企业会展活动的评估程序是怎样的?	(207)
七、企业会展活动评估有哪些注意事项?	(211)
第二节 企业会展活动评估的实施	(213)
一、怎样评估专门性企业会展活动?	(213)
二、怎样评估常规性企业会展活动?	(217)

第6章 企业会展活动礼仪规范

第一节 日常礼仪	(223)
一、企业会展活动中的见面礼仪包括哪些?	(223)
二、拜访与接待礼仪涉及哪些方面?	(230)
第二节 商务礼仪	(238)
一、会议礼仪包括哪些方面?	(238)
二、业务洽谈与签订协议的礼仪有哪些?	(242)
三、展览会中的礼仪包括哪些方面?	(245)
四、股东年会与庆典活动的礼仪有哪些?	(247)
五、参观访问中的礼仪有哪些?	(250)

六、宴请与舞会礼仪应注意什么?	(251)
第三节 涉外礼仪	(255)
一、涉外礼仪要则有哪些?	(255)
二、涉外交往礼仪包括哪些内容?	(262)
三、涉外仪式有哪些?	(268)
参考文献	(273)

第 // 章

企业会展活动管理基础

QIYE HUIZHAN HUODONG GUANLI JICHU

第一节 企业会展活动的基本范围

在现代经济体系中，会展活动已经成为企业经济活动的重要方式之一，在一些区位优势优越的区域经济体系中，甚至成为企业经济发展的主要推动力。企业会展活动的产生和发展与一定的生产力水平、区位经济和制度条件紧密相关，同时，它也丰富了现代经济活动的内容。



一、什么是会展活动？

会展活动是会议、展览、展销等集体性活动的简称，是指在一定地域空间，由多个人集聚在一起形成的、定期或不定期的、制度或非制度的集体性的活动。会展活动包括各种类型的大型会议、展览展销活动、体育竞技运动、集中性商品交易活动等，例如各种展览会、博览会、体育运动会、大型国际会展、交易会等。

各种形式的交易会、博览会、展销会以及各种大型的体育运动会是会展活动的基本形式。

交易会是指进行商品交易的大型活动，规模有大有小，时间上有定期和不定期之分。

展览会是指用固定或巡回方式，公开展出各种产品、手工业制品、艺术作品、图书、图片，以及各种重要实物、标本、模型物，供参观、欣赏的各种临时性组织。也同样包括专为展览设置的固定建筑场、展览馆等。

展销是商品销售的一种形式，比较适用于花色品种多、时尚性强、挑选性大的工业品，对增强市场观念、沟通经济信息、加强横向区域联系和扩大商品流通具有重要作用。在评比中选购，在选购中评比，看样洽谈，自由交易。既