



教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目新课改系列规划教材



会展管理概论

Introduction to Mice
Management

主 编 马 勇

副主编 王 翔



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>



教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目新课改系列规划教材

总主编 马勇

副总主编 王鹏飞


会展管理概论

Introduction to Mice
Management

主 编 马 勇

副主编 王 翔

参 编 李 岩 李 朋 豆晓宁

 华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>
中国·武汉

内 容 提 要

本书分为认识会展、会展策划与组织、会展运营与保障、会展产业与职业发展四篇内容,从会展行业发展、会展项目运营管理到会展管理职业发展三个维度对现代会展管理的理论框架与实践发展进行了全面系统的阐述。

本书每章设计学习任务,按照布鲁姆分类法设置符合学习者认知规律的学习目标,并配套案例引导、同步阅读、同步案例、拓展案例等大量的学习资源,有利于拓宽学生视野,帮助学生加深对会展管理知识的理解和掌握,提高知识应用能力。

本书不仅可以作为全国普通高等院校会展经济与管理及相关专业的教材与参考书,也可作为从事会展、旅游产业经营与管理人士的参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

会展管理概论/马勇主编. —武汉:华中科技大学出版社,2019.2
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目新课改系列规划教材
ISBN 978-7-5680-5009-8

I. ①会… II. ①马… III. ①展览会-管理-高等学校-教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 027690 号

会展管理概论

马 勇 主 编

Huizhan Guanli Gailun

策划编辑:李家乐

责任编辑:李家乐

封面设计:刘 婷

责任校对:李 琴

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉华工鑫宏印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:16.5 插页:2

字 数:400千字

版 次:2019年2月第1版第1次印刷

定 价:49.80元



华中科大

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目
新课改系列规划教材



总序

Preface

十九大以来,中国特色社会主义进入新时代,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,旅游业作为国民经济战略性支柱产业,凭借其内生的创新引领性、协调带动性、开放互动性、环境友好性、共建共享性,成为贯彻五大发展理念,推动新时代产业结构优化调整,满足人民群众对美好生活向往的重要引擎。与此同时,随着全面建成小康社会深入推进,我国居民消费结构升级加速,供给侧结构性改革不断深化,为旅游业的发展提供了重大机遇,也对旅游业的发展提出了更高的要求。新业态、新技术、新产品、新体验将融入新时代旅游业发展全局,这就意味着我国旅游专业人才培养与供给也必须顺应新时代旅游业的新要求,旅游管理专业综合改革进入了全新的发展阶段。

根据教育部开展普通高等学校本科专业类教学质量国家标准制定工作的统一部署和要求,2017年教育部旅游管理类教学指导委员会制定了《旅游管理类本科专业教学质量国家标准》。新国标的出台为今后我国旅游管理本科教育规划了发展方向、明确了基本要求,对提高旅游管理本科教学质量和水平具有指导意义,同时也需要一套符合行业发展趋势,体现新国标精神的旅游管理类教材作为基础。

在教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会的大力支持和指导下,华中科技大学出版社汇聚了一批国内旅游院校国家教学名师和中青年旅游学科骨干,面向《旅游管理类本科专业教学质量国家标准》做出积极探索,率先组织出版教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目新课改系列规划教材。该套规划教材创新模式、理念先进,围绕旅游管理专业本科新课改,突出实用、适用、够用和创新的“三用一新”的特点。立足应用型旅游人才培养的实际情况,服务于新课改下的旅游类专业建设与发展。规划教材为开放式丛书,首批出版主要覆盖旅游管理类核心课程的教材。该套教材特邀教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任、中组部国家高层次人才“特支计划”领军人才、国家“万人计划”教学名师、湖北大学旅游发展研究

院院长马勇教授担任总主编,同时邀请了一批旅游管理本科专业学科带头人和一线骨干专业教师等加盟编撰。首批教材还充分利用全国旅游院校优质课程说课大赛暨课程研讨会的平台和成果,充分调研和吸收了全国旅游院校旅游教育专家学者和一线教师的课程设计经验、理念与成果。

该套教材紧紧把握新时代旅游业旅游专业人才的新趋势以及专业教学质量新国标的要求,对相关课程核心内容的大胆解构与重构,在编写体例、目标设置、任务制设计等方面做出了很大的创新的突破。同时教材还依托华中科技大学出版社自主研发的华中出版资源服务平台,创新了教材出版形式,在书本之外构建了一套包括教学大纲、教学课件、案例库、习题集、视频库等多种资源形式的立体化配套资源库,这将促进实现线上线下知识拓展和学习共同体形成。

我们深刻认识到编写旅游教材是落实新课标、践行新课改的一项重要基础工作。本套教材的组织策划及编写出版过程中,得到了旅游业内专家学者和业界精英的大力支持,赋予该套教材更强的时代性、科学性和生命力,在此一并致谢!希望这套教材能够为培养新时代旅游专业人才,进而为推动中国旅游业高质量发展贡献力量。

丛书编委会
2018年6月

前言

Preface

会展是市场经济体制下的一种交往沟通活动。它以组织现场集聚为特征、以主题化时空为核心、以表达展示为手段、以供需互动为目的,通过竞争激励共识合作,促进创新研发和品牌营销,优化资源配置,提高市场效率。回顾“十三五”以来的会展业发展动态,改革、创新是主题。宏观层面,政府致力于行政管理体制的改革,积极简政放权,规范会展市场,推动会展产业的结构性调整;微观层面,场馆、组展商、参展商以及会展服务商在经营管理各个层面努力推进创新,不断吸纳新技术、新手段,强化用户体验,创新服务应用,增强会展业的竞争力与吸引力。

为了适应这一时代发展的需要,必须首先加强会展业管理人才的教育与培养,为会展业的可持续发展提供坚实的人才储备基础。鉴于此,《会展管理概论》旨在广泛借鉴和吸收国内外有关会展管理研究的最新成果,较为全面、系统地梳理会展产业、会展策划组织、会展管理保障的现状和发展趋势,并在体例架构和内容安排上较此前的同类成果有所突破。

《会展管理概论》分为认识会展、会展策划与组织、会展运营与保障、会展产业与职业发展四篇内容,从会展行业发展、会展项目运营管理到会展管理职业发展三个维度对现代会展管理的理论框架与实践发展进行了全面系统的阐述。本书有以下几个特点。

1. 理论与实践相结合,重应用性

以“应用”为主旨和特征构建教材内容体系。理论部分以适度、够用为原则,并融入最新的发展动态;实践部分以会展行业的现实发展趋势为导向,重在启发思维,培养学生结合理论知识、独立思考解决实际问题的能力。

2. 基于 OBE 成果导向设计内容体系,重创新性

每章开篇设计学习任务,明确学习目标、任务步骤及预期学习成果,进而梳理出知识体系,反向设计教材体系,激发学生学习兴趣,培

养学习能力。

增加知识链接模块,配套同步练习、同步思考,体现“以学生为中心”的教育理念,突破单项的教学模式,增加教与学的双向互动,提升教学效果。

3. 梳理会展产业来龙去脉,重系统性

从行业发展的宏观视角、项目运营的职能体系和职业发展的能力培养三个视角全面地对会展管理的理论与实践发展态势进行了系统的呈现。

本书为教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目新课改系列规划教材,丛书总主编马勇,副总主编王鹏飞。本书主编马勇,副主编王翔。王翔、马勇负责第一、二、八、十二章的编写;李岩、马勇负责第四、六、七、九章的编写;李朋、马勇负责第三、五章的编写;豆晓宁、马勇负责第十、十一章的编写。全书由马勇负责统稿和审稿。

在本书的编写过程中,参考并引用了国内外有关的著作、研究成果和文献,其中大部分已在本书的参考文献中列出,但由于篇幅有限,可能会有所遗漏。在此,谨向相关著作与文献的作者表示衷心的感谢。

由于编者的水平和能力有限,书中可能存在许多不足之处,敬请行业专家与读者不吝指正。

编者
2018年8月

目录

Contents

第一篇 认识会展

第一章 初识会展	/3
第一节 什么是会展	/5
第二节 会展的起源与发展	/6
第三节 会展的范畴与特点	/12
第四节 会展的功能	/17
第二章 理解会展市场与会展管理	/25
第一节 会展市场	/26
第二节 会展行业管理与运作模式	/35

第二篇 会展策划与组织

第三章 会展策划	/45
第一节 会展策划概述	/46
第二节 会展市场调查	/56
第三节 会展主题、会展题材	/64
第四章 会展营销	/72
第一节 会展营销原理	/74
第二节 会展客户关系管理	/81
第三节 目的地营销	/86
第五章 会展项目管理	/90
第一节 会展项目管理知识体系	/91
第二节 会展项目管理的基本流程	/99

/105

第三节 会展项目管理的方法

会展运营与保障 第三篇

/113

第六章 会展场馆经营与管理

/115

第一节 会展场馆发展概况

/123

第二节 会展场馆的规划设计

/126

第三节 会展场馆的运营管理模式

/132

第七章 会展供应商管理

/133

第一节 会展供应商及分类

/140

第二节 会展供应商开发

/142

第三节 会展供应商评价指标

/145

第四节 会展供应商关系管理

/149

第八章 会展信息管理

/150

第一节 管理信息系统与会展信息管理

/154

第二节 会展管理信息系统

/158

第三节 会展电子商务管理

/169

第九章 会展风险管理

/170

第一节 会展风险的分类

/177

第二节 会展风险的管理策略

/190

第三节 会展风险管理的沟通策略

/198

第十章 会展评估

/200

第一节 关于会展评估

/204

第二节 会展评估流程及内容

会展产业与职业发展 第四篇

/215

第十一章 会展业现状与发展趋势

/216

第一节 国际会展行业发展概况

/220

第二节 国内会展业发展概况

/229

第三节 我国会展业发展对策

/232

第四节 会展业发展趋势

第十二章 会展管理与职业能力标准	/238
第一节 会展管理标准概览	/239
第二节 会展管理知识体系与能力标准	/243
第三节 会展管理岗位能力与素质要求	/246
参考文献	/251
后记	/253

认识会展

第一篇

◆本篇导读

会展业历史悠久,因为人们多年来早已习惯通过集会解决问题(Batter,2013),但人们广泛认识到会展业显著的经济贡献则只有这几十年的时间。会展这一产业在世界绝大多数经济体中都是一个联系广泛而复杂的经济门类。本篇将揭示会展业发展的历史脉络和会展市场的运行机制,也将使学习者认识到会展对国民经济、企业组织以及个人的深远影响。

第一章 初识会展

◆学习目标

1. 知识:概述会展的范畴与相关行业的概念。
2. 理解:描述社会经济环境变化对会展发展阶段的影响。
3. 应用:解释不同会展活动的类型与特点。
4. 分析:归纳会展业对社会发展的效能和影响。
5. 综合评价:撰写地区会展业调研报告,评估地区会展的发展现状。

◆学习任务

名称	区域典型会展活动分析
学习目标	<ol style="list-style-type: none">1. 认知“会展活动”2. 描述区域典型会展的发展与特点
学习内容	会展活动的类型、特点与功能影响
任务步骤	<ol style="list-style-type: none">1. 运用网络及图书、媒体等资源对不同区域典型城市的会展展馆情况进行信息收集,包括展馆简介、规模、布局2. 对该展馆品牌展会情况(专业展、消费展各一个)进行分析,包括展会对区域经济的影响、展会定位及竞争优势3. 进一步调研,每一类展会至少5个参展商的具体情况(企业发展概况、市场战略、用户、市场定位、参展主要产品)4. 汇总相关资料,完成调研报告文本和演示 PPT 简报
学习成果	“区域典型会展活动简报”

◆案例引导

----- 上海世博会的“发展中”意义 -----

2010年的上海世博会是百年世博史上首次在发展中国举办的盛会,对推动发展中国家的科技人文创新、促进发达国家与发展中国家相互交流、推动人类社会

共同进步具有前所未有的意义。

回顾注册类世博会的“历史版图”，欧洲、北美和极个别的亚洲发达国家曾经“密集”举办世博会，而亚非拉众多发展中国家几乎没有世博会的足迹。2010年中国首次举办注册类世博会，表明世博会已不再是发达国家的专利，广大发展中国家同样有展示自我和分享文明成果的权利。

事实证明，上海世博会已成为世博史上发展中国家参与度最高的盛会，为广大发展中国家提供了充分亮相的舞台。朝鲜、阿富汗、一些非洲国家以及非洲联盟等都是第一次参加世博会。建筑面积达2.6万平方米的非洲联合馆，由非洲42个国家与非洲联盟共同组成，成为历届世博会参加国家最多、建设规模最大的场馆。正如上海世博局副局长周汉民所说，本届世博会是属于全世界的舞台。

除了充分展示自我外，上海世博会还成为发展中国家了解世界最新文明成果、近距离接触各国文化、学习全球先进科学技术的平台。上海世博会以“城市”为主题，契合了广大发展中国家现代化、城市化的时代需求。从德国的“汉堡之家”到瑞典马尔默的“零排放”社区，从西班牙马德里的“公共廉租屋的创新试验”到英国伦敦的“零耗能住宅项目”……无论是在浦东的各国国家馆，还是在浦西的城市最佳实践区，来自全球各地的多元文化和尖端科技成果“零距离”展现在参观者面前。

学习的过程也是交流的过程。发展中国家学习发达国家先进科技的同时，也促进了双方的相互交流。这不仅为以后的主办国提供了可借鉴的经验，也为世界各国平等相待、共同发展树立了榜样。在世博会历史上，“中国元素”首次以前所未有的规模全方位展现。尤其在全球经济开始复苏但基础仍不稳固的时候，中国在世博舞台上的亮相意义特殊，为带动中国及周边区域，特别是发展中国家的经济做出了贡献：从盛会的筹办到举办，中国为发展中国家提供了1亿美元的援助；世博会期间，许多国家，特别是发展中国家，更希望借助世博会加深与中国的经济合作；在墨西哥馆标志性的“风筝林”下，不仅有4000平方米的展馆，还专门设立了一个举办各种经贸活动的商务中心；塞拉利昂、乌拉圭等国也将参与世博会看作其开拓商机的最佳方式……

此外，“中国元素”还为世博会和国际展览局的发展注入了动力。中国申博成功后的7年多时间内，国际展览局成员国的数量从89个增加至156个，新成员中绝大部分是发展中国家。继中国之后，摩洛哥、墨西哥、巴西等一批发展中国家也纷纷提出申办世博会。

“一切始于世博会”是一句经久不衰的名言，世博会是展示人类文明新成果的盛会，世博史也是一部近代世界经济、文化、科技的重大突破和发展史。探求人类可持续发展的方向，让广大发展中国家自信地展现自我，与发达国家共享人类文明成果，相互交流，共同推动世界文明发展，将成为上海世博会留下的宝贵财富。

（案例来源：<http://news.163.com/10/1027/10/6K0D5TAE00014JB5.html>。）

案例思考：

1. 上海提出申办世博会有什么样的社会背景？
2. 上海世博会能够成功申办，基于哪些优势？

第一节 什么是会展

什么是会展？研究者认为，会展是一个多元开放的平台，促进传播新思想，是市场经济步入理性成熟的表现；管理者认为，会展是“不冒烟的工厂”，是城市经济无污染的绿色引擎；经济学家认为，会展是拉动经济发展的又一个新的增长点。那么，究竟该如何定义会展？

一、关于会展的传统观点

一种狭义的观点认为，会展主要包括会议和展览两个基本组成部分，通过两种现象来反映：其一，人们一般称会展业为会议与展览业，在一定程度上将会议（convention and conference）和展览（exhibition）区分开来；其二，展览场地大都兼有接待会议和举办展览的功能，因而大多数被称为会展中心。

另一种开放的观点将会展活动归纳为 MICE，即会议（meeting）、激励活动（incentive）、大会（convention）和展览（exhibition）。虽然 MICE 这一术语并没有得到全球范围的认可，但可以看出，活动也被包括在会展行业之中。随着会展业的发展，会展的概念有了更为广泛的外延。实际上，随着体育赛事、节庆活动的开展及其经济效益的产生，人们已将其统一纳入会展活动的研究范畴。在这里，会展是会议、展览、节庆活动等集体性活动的总称，是指在一定的地域空间，通过规划与管理，由人群集聚在一起形成的，定期或不定期的集体性的经济、文化、信息交流的活动。

同步阅读



走进活动世界



二、关于会展新的认识角度

早在十几年前，Ladkin(2005)就明确提出，尽管 MICE 业的发展和重要性已经得到公众的广泛认同，但其实，和中文中对“会展”的解释一样，即使同样对于 MICE，国内外业界也有不同的看法。MICE 过去用来表示会展，现在一般译为会奖、会奖旅游、会展旅游，指利用举行各种会议、大会和展览活动的机会所开展的特殊旅游活动；奖励旅游则是公司为了激励成绩优秀的员工、经销商或代理商而专门组织的旅游活动。因此，MICE 目前更多的是一种旅游概念，类似于商务旅游。谈及 MICE 更多的是和旅游相关的机构，如商旅公司、旅行社、酒店，而这些和旅游相关的机构与会议更相关，使得会议业也经常使用 MICE。因此，MICE Industry 经常被这些机构用来表达会奖业或会奖旅游业。

2006年年初,国际展览管理协会(IAEM)在新的战略规划中将活动(event)明确列入组织使命中,同年12月又将协会更名为国际展览和事件管理协会(IAEE),这标志着贸易展览会与各类活动在美国的进一步融合。后来,美国贸易展览会参展商协会(Trade Show Exhibitor Association, TSEA)也将名称改为参展商与活动营销专家协会(The Exhibit & Event Marketers Association, E2MA)。这似乎在传递一个信息,越来越多的从业人员甚至是传统的会议或展览等行业的专业协会在逐渐认同“活动管理”(event management)作为一门独立科学的地位和影响。

为了更好地推动对相关产业的认识和理清相关基本概念,王春雷、刘春章等学者提出了一种新的认识脉络:活动—节事活动—商务活动—会展,认为会展业与活动产业密切相关,活动与会展都是经过精心策划的事件,但活动的内涵与类型更为广泛。会展管理是活动管理范畴中的一个特定领域,活动产业是比会展业范畴更大的产业,或者说,会展业是活动产业的细分行业。如表1-1所示为活动产业与会展业的关系。

表 1-1 活动产业与会展业的关系

活动产业	会展业(会议业、展览业)
	会奖业(会议业、展览业、奖励旅游业)
	节庆行业
	婚庆行业
	体育赛事
	艺术展览
	演唱会
	学术交流
	宴会
	筹资活动

■ ■ 第二节 会展的起源与发展 ■ ■

一、会展发展的历史阶段

会展业的存在已有相当长的时间。据1710年出版的《市场与展览概述》(Description of Market and Fair)记载,展览会和办展机构早在中世纪就开始出现,当然以展出样品为主的现代意义上的商业展览会则是在工业革命和机器大生产之后才诞生的。随着社会的演变和科技的进步,会展业这种经济形态的存在形式、内容、功能和办展方式等各方面都在不断进行调整和变化,并朝着产业化、国际化、专业化、规模化的方向迅速发展。现代会展业受到了越来越多国家和地区的重视。

在历史的长河中,展览的发展也是分阶段进行的,从原始社会和奴隶社会到现代社会,