

# 会展现场服务与管理

刘真明 王安松 主编



山东科学技术出版社

# 会展现场服务与管理

主 编 刘真明 王安松



北京出版社  
山东科学技术出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

会展现场服务与管理 / 刘真明, 王安松主编. — 济南: 山东科学技术出版社, 2016. 10

ISBN 978 - 7 - 5331 - 8222 - 9

I. ①会… II. ①刘… ②王… III. ①展览会—商业服务—中等专业学校—教材 ②展览会—商业管理—中等专业学校—教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 091931 号

# 会展现场服务与管理

主编 刘真明 王安松

---

主管单位: 北京出版集团有限公司  
山东出版传媒股份有限公司

出版者: 北京出版社  
山东科学技术出版社  
地址: 济南市玉函路 16 号  
邮编: 250002 电话: (0531) 82098088  
网址: www.lkj.com.cn  
电子邮件: sdkj@sdpress.com.cn

发 行 者: 山东科学技术出版社  
地址: 济南市玉函路 16 号  
邮编: 250002 电话: (0531) 82098071

印 刷 者: 山东金坐标印务有限公司  
地址: 莱芜市嬴牟西大街 28 号  
邮编: 271100 电话: (0634) 6276023

---

开本: 787mm × 1092mm 1/16  
印张: 10.5  
字数: 242 千  
印数: 1 - 2000  
版次: 2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

---

ISBN 978 - 7 - 5331 - 8222 - 9

定价: 24.80 元

## 编审委员会

主任委员 邹本杰 何元清

副主任委员 白宗文 来逢波 王德文 王安松

委员 (按姓氏笔画排列)

王 茜 王瑞君 史建海 刘真明 纪庆军

孙丽敏 郑文霞 高 媛 焦玉翠 薛 山

# 编写说明

加强职业教育教材建设是提高人才培养质量的关键环节,是推进教育教学改革、提高教育教学质量、促进中职教育发展的基础性工程。如何培养满足企业需求的人才,是职业教育面临的一个突出而又紧迫的问题。目前中职教材普遍存在理论偏重、偏难、操作与实际脱节等弊端,突出的是以“知识为本位”而不是以“能力为本位”的理念,与就业市场对中职毕业生的要求相左。

为进一步贯彻落实全国教育工作会议精神、《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》(国发〔2014〕19号)、《现代职业教育体系建设规划(2014—2020年)》(教发〔2014〕6号),北京出版社联合山东科学技术出版社结合各中职学校会展服务与管理专业发展现状及会展行业企业对人才的需求,在市场调研和专家论证的基础上,打造了反映会展行业发展水平、符合职业教育规律和技能人才培养的专业教材。

本套专业教材以教育部最新公布的中等职业学校《会展服务与管理专业教学标准(试行)》为指导思想,以中职学生实际情况为根据,以中职学校办学特色为导向,与具体的专业紧密结合,按照“基于工作流程构建课程体系”的建设思路(单元任务教学)编写,根据会展服务与管理行业的总体发展趋势和企业对高素质技能型人才的要求,构建与会展服务与管理专业相配套的内容体系,涵盖了专业核心课和部分专业(技能)方向课程。本套教材在编写过程中着力体现了模块教学理念和特色,即以素质为核心、以能力为本位,重在知识和技能的实际灵活应用;彻底改变传统教材的以知识为中心、重在传授教育的教育观念。为了完成这一艰巨的任务,我们成立了教材编写委员会,委员会的成员由具有多年职业教育理论研究和实践经验的高校教师、中职教师 and 行业企业一线专业人士担任。从选题到选材,从内容到体例,都从职业化人才培养目标出发,制定了统一的规范和要求,为本套教材的编写奠定了坚实的基础。本套教材的特点具体如下。

## 一、教学目标

在教材编写过程中明确提出以“工学结合,理实一体”为编写宗旨,以培养知识与技能为目标,以就业为导向,以提高中职学生职业能力为本位作为基本原则,避免就理论谈理论、就技能教技能,要做到有的放矢,培养技能型的会展服务与管理行业人才。打破传统的知识体系,将理论知识和实际操作合二为一,理论与实践一体化,体现“学中做”和“做中学”。让学生在学中做,在做中发现规律,获取知识。

## 二、教学内容

本专业教材将会展服务管理的理论与方法和会展服务的实务与操作相结合。理论与方法部分,按学习和理解的顺序进行编排,以全面提升会展服务的水准和质量为目标来构

思及编写;实务与操作部分,按会展直接服务和会展辅助服务分类编排,采用“全面点到、重点展开、大项完整、其余概括”的编写方法,使学习者既能全面掌握、又能分清主次。编写时,一方面,采用最新颁布的行业规范、服务标准,合理选取内容,在突出主流标准、规范的同时兼顾普适性;另一方面,结合会展新知识、新规范、新材料的现实发展要求增删、更新教学内容,重视基础内容与专业知识的衔接。同时,吸收了国内外会展相关理论研究的新成果,突出了中等职业学校教材的应用性、实践性、操作性。

### 三、教学方法

教材教法是一个整体,在教材中设计以“单元—任务”的方式,通过案例载体来展开,以任务的形式进行项目落实等教学内容,每个任务以“完整”的形式体现,即学生完成一个任务后可以完全掌握相关技能,以提升学生的成就感和兴趣。体现以学生为主体的教学方法,做到形式新颖。通过“教、学、做”一体化,按教学模块的教学过程,由简单到复杂开展教学,实现课程的教学创新。

### 四、编排形式

教材将知识和案例相结合,引入的案例和设计的活动具有代表性和直观性,既便于教学又便于学习;同时,教材配套有包含相关案例、素材、思考练习答案的光盘以及先进的多媒体课件,强化感性认识,强调直观教学,做到生动活泼。

### 五、编写体例

每个单元都是以任务驱动、项目引领的模块为基本结构。教材一级栏目包括单元概述、单元目标、学习任务和单元要点归纳。学习任务下按照任务概述、任务目标、学习内容、拓展提高、思考练习层进编排,穿插有特别提示、小贴士、相关知识、案例分析、核心提示等辅助性栏目,提醒操作注意事项、提示工作技巧或介绍行业前沿动态等。其中,“学习内容”是教材中每一个任务教学的主体,充分体现“做中学”的重要性,紧密结合岗位实际,以具有代表性、普适性的案例为载体进行展开,突出了对学生职业素质和能力的培养。

### 六、专家引领,双师型作者队伍

本系列教材由北京出版社和山东科学技术出版社共同组织具有教学经验及教材编写经验的“双师型”教师编写,参加编写的学校有河北民族师范学院、济南职业学院、武汉市旅游学校、山东电子职业技术学院、广州市轻工学校、青岛酒店管理职业技术学院、广州商务旅游学校、潍坊职业学院、泸州职业技术学院等,并聘请山东省教育科学研究院职业教育研究所副所长邹本杰及山东国际会展管理有限公司董事长、济南舜耕国际会展中心总经理何元清担任教材主审。感谢山东国际会展管理有限公司、《中外会展》杂志社、青岛海展集团等给予技术和资料上的大力支持。

本系列教材,各书既可独立成册,又相互关联,具有很强的专业性。它既是会展服务与管理专业组织教学的强有力工具,也是引导会展服务与管理专业的学习者走向成功的良师益友。

# 前 言

本教材贯彻了“基于工作过程,以行动为导向”的思想,依据中等职业学校《会展服务与管理专业教学标准》,在充分考虑了中等职业学校教学要求和学生特点的基础上编写而成。

本教材力求突出以下特色:

## 1. 基于工作过程

本教材以“工学结合,理实一体”为编写宗旨,基于现代会展活动现场工作的一般过程,即“展前(布展)—展中(开展)—展后(撤展)”为顺序,以学生为主体,采用“一体化教学”模式,通过具体的学习任务、结合必要的实训环节,推进相关理论和方法的学习,培养学生的职业能力和素养。

## 2. 以会展现场工作为课程情境

本教材作为会展服务与管理专业的核心课程教材,以会展现场工作为课程学习的总体情境,既强调各项独立性的现场服务的操作和实施方式,又关注各项服务之间的内在联系、协调配合和整体推进,以服务体现价值、以管理保证服务。引导学生,在完成各种现场服务任务的过程中,建立分工和外包的理念,提高对于关键工作环节的把握以及沟通和协调各类会展服务商的能力。

## 3. 采用案例任务式架构

教材以“单元—任务”的方式,通过典型案例启发学习和具体任务实践学习,落实和推进单元项目学习。每个单元前设计“单元概述”和“单元目标”,各任务按照“任务概述”→“任务目标”→“学习内容”→“拓展提高”→“思考练习”的顺序编写,紧密结合岗位实际,突出了职业素质和实践能力的培养。并结合任务内容,增加了“案例分析”“特别提示”“规则解读”“行业资讯”“小组讨论”等栏目,力求给学生提供技能的常态化训练内容。

本课程的学习需要结合真实、具体的实践项目,在理论学习基础上,应立足于地方会展经济和学习实际情况,适量参与会展及相关活动现场的实训和实习。如关于布展期对搭建工作的认识性实习、关于现代会展活动中常见服务内容的市场调研、亲临会展现场对现场活动进行实地观摩等,目的在于通过“做中学”“学中做”的交互作用提高学习效果。

教材内容依据专业教学标准的教学内容和要求,结合现代会展活动的典型特点,增强了教材的实用性。本课程的教学活动可参考下面的课时分配表:

| 序号 | 单元          | 建议学时 |
|----|-------------|------|
| 1  | 会展现场服务与管理概述 | 8    |
| 2  | 展前服务与管理     | 30   |
| 3  | 展中服务与管理     | 20   |
| 4  | 撤展服务与管理     | 10   |
| 5  | 复习、机动       | 4    |
| 合计 |             | 72   |

本教材在编写过程中,参阅了众多同类教材、著作和网站资料,在此表示真诚的谢意。

本教材是编者学习、调研和教学工作的阶段性成果,由于编者水平有限,时间紧迫,书中有不妥和错误之处在所难免,敬请有关专家和读者批评指正。

编者



# 目 录

## CONTENTS

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>第一单元 会展现场服务与管理概述</b> ..... | 1   |
| 学习任务1 会展现场服务 .....            | 2   |
| 学习任务2 会展现场管理 .....            | 20  |
| <b>第二单元 展前服务与管理</b> .....     | 39  |
| 学习任务1 办证服务与证件管理 .....         | 40  |
| 学习任务2 展位搭建服务与管理 .....         | 52  |
| 学习任务3 会展物流服务与管理 .....         | 69  |
| 学习任务4 租赁服务与管理 .....           | 82  |
| <b>第三单元 展中服务与管理</b> .....     | 91  |
| 学习任务1 会展现场接待 .....            | 92  |
| 学习任务2 安全保障服务与管理 .....         | 100 |
| 学习任务3 知识产权保护与管理 .....         | 108 |
| 学习任务4 会展现场配套服务与管理 .....       | 123 |
| <b>第四单元 撤展服务与管理</b> .....     | 140 |
| 学习任务1 撤展服务与管理概述 .....         | 141 |
| 学习任务2 展品处理与回运 .....           | 151 |
| 学习任务3 收尾工作 .....              | 153 |
| <b>参考文献</b> .....             | 159 |

# 第一单元 会展现场服务与管理概述

## 单元概述

一次会展活动的举办,从筹备到开展,周期短则几个月,长则一年以上,而作为展览重点的现场展示往往只有三到五天。因此,现场服务与管理是会展活动运营的关键所在、重中之重。展会现场服务与管理是展览计划的具体落实和办展水平的直接反映,备受主办方的重视。展会现场的服务内容繁多,涉及不同的服务对象和服务供应商,需要进行统一的管理,以保证会展现场安全、秩序、高效,并保障相关客户的合法权益。

## 单元目标

- 能区分会展现场服务的类型、服务对象、服务供应商
- 会站在主办方的角度根据会展现场工作进度选择和设置服务内容
- 能根据会展现场管理的相关规定受理各类服务流程
- 会站在主办方的角度提出现场管理的思路

# 学习任务1 会展现场服务



## 任务概述

以小组为单位,亲临会展活动现场,考察会展现场都有哪些服务内容和设施,为哪些企业和个人服务、分别由哪些供应商提供、各类现场服务的价格标准、相关流程等。对现场服务进行归纳总结,形成调查报告,并制作 PPT 在课堂进行演示、讲解、讨论。



## 任务目标

- 能区分会展现场服务的类型、服务对象、服务供应商
- 会站在主办方的角度,根据会展现场工作进度选择和设置服务内容



## 学习内容

服务是个人或社会组织为消费者直接或凭借某种工具、设备、设施和媒体等所做的工作或进行的一种经济活动,是向消费者个人或企业提供的,旨在满足对方某种特定需求的一种活动,其生产可能与物质产品有关,也可能无关,是对其他经济单位的个人、商品或服务增加价值,并主要以活动形式表现的使用价值或效用。

会展服务是指在会展活动举办的全过程中(如会议的会前、会中、会后;或是展览的展前、展中、展后),由会展活动的主办方、承办方、各类外包服务商等供给主体向参展商、采购商、观众等需求主体所提供的各类服务的总和。

## 案例分析

### 广交会机构设置

#### (一) 广交会秘书处(简称秘书处)

职责:负责广交会大会总体协调;广交会重大活动的组织与协调;商务部领导及嘉宾到会接待工作,落实部、司领导交办事宜。负责广交会有关信息的编号、上报;广交会各办之间的文件流转和机要、保密等文秘管理工作;负责统筹现场展览服务和通信、财务等配套服务;后勤保障等日常工作。秘书处日常办事机构设在外贸中心办公室。

#### (二) 广交会业务办公室(简称业务办)

职责:组织、布置出口成交工作,负责外贸政策研究、形势分析,指导出口成交统计工作;指导广交会展览成效评估工作,研究制定广交会组展工作方案;组织开展有关广交会改革发展调研;负责有关业务信息编报(包括广交会总结等);指导查处违规转让和倒卖展位以及知识产权侵权行为;联系交易团、商(协)会,协调有关展览工作;指导和

推动信息化工作,建立完善的广交会电子政务系统、电子商务系统和信息服务系统等。业务办日常办事机构设在外贸中心广交会工作部。

### (三) 广交会外事办公室(简称外事办)

职责:负责广交会对外交往、外事活动的组织安排。包括安排广交会领导的外事活动;接待应邀来访的外国政府及经贸代表团;邀请或协助邀请驻华使(领)馆官员、商会团体或公司代表等参加在广交会期间举办的相关活动。外事办日常办事机构设在外贸中心国际联络部。

### (四) 广交会政治工作办公室(简称政工办)

职责:负责广交会思想政治工作的组织、管理和协调;负责违规转让和倒卖展位的检查工作。政工办日常办事机构设在外贸中心政工部。

### (五) 广交会保卫办公室(简称保卫办)

职责:负责广交会展馆和重要活动的安全保卫工作;负责对到会采购商、国内与会人员的住所及主要活动场所的安全保卫工作;实行统一的组织指挥,包括制定广交会保卫方案,协调各级公安部门行动,维护广州地区的社会治安,为广交会创造安全良好的社会环境;负责展馆的防火安全;负责维护广交会展馆及其附近道路交通秩序,保障交通畅顺。保卫办日常办事机构设在外贸中心保卫部。

### (六) 证件服务中心(简称证件中心)

职责:会同外贸中心有关部门负责广交会证件的印证、制证、发证,采集、分析、汇总采购商信息资料;负责规划完善办证系统、培训使用办证系统和现场管理。证件中心日常办事机构设在外贸中心客服中心保卫部。

### (七) 新闻中心

职责:负责广交会期间记者邀请、接待、重要采访活动的安排以及组织召开新闻发布会;负责编辑出版《广交会通讯》;负责广交会官方微信订阅号的宣传推广、运营管理;及时跟踪媒体报道,编辑《舆情快报》;负责宣传品的制作和发放管理;组织广交会现场资料拍摄和新闻中心数据库的管理。新闻中心日常办事机构设在外贸中心办公室。

### (八) 卫生保障办公室(简称卫生办)

职责:负责统一领导和指挥广交会卫生保障工作。与卫生行政部门保持密切联系,了解和掌握卫生动态,制定卫生保障工作方案和卫生防疫情况宣传口径;检查卫生保障措施落实情况;接受病情报告,处理卫生保障工作中的突发事件;组织、协调卫生防疫力量及相关工作;汇总广交会卫生防疫情况信息,编写简报。卫生办日常办事机构设在客服中心综合管理部。

(资料来源:广交会官网)

思考:

1. 广交会的各个机构分别提供哪些服务? 服务对象分别是谁?
2. 这些服务项目哪些是属于现场服务? 有何作用?
3. 谈一谈服务与管理的关系。

## 一、会展现场服务的含义

### 1. 定义

现场服务( on-site service),是指展览会期间,主办(或承办)单位和展览服务商在展览场所向参展商和观众提供的各种服务。

### 2. 会展现场服务的特点

#### (1) 综合性

会展活动通常包含展览、会议、庆典、经贸等多种形式,客户主体的构成包括主办方、参展商、采购商、观众等多种群体,会展举办过程中需要建筑、物流、餐饮、交通、商务服务等多个行业的共同参与。因此,要做好会展服务工作,需要综合素质好、能力强的专业人员。因为会展服务的对象特殊而又复杂,参与会展服务的人员不仅要掌握政治、文化、艺术、餐饮文化,还要练就现代设施及设备的使用等服务技能。

#### (2) 专业性

会展活动中不同阶段、不同行业的工作通常涉及的行业多、工作量大,分工完成相关工作是会展活动的内在要求,需要通过多轮外包来完成。参与会展服务的各类人员必须掌握特定专业领域内的专业知识和技能,只有明确会展的业务性质、范围、工作流程、职责要求及服务标准,才能很好地完成会展服务工作。

#### (3) 关联性

会展现场的各项服务在行业归属和外在形式上具有一定的独立性,但是相互之间也存在着很强的关联性,各阶段服务环环相扣、相互影响。例如,展位的设计和搭建(如光线、色调、空间规划、展具选择等)直接影响开展后展品的展示和现场洽谈活动的效果等。

#### (4) 协调性

会展服务涉及的部门、行业、企业、人员众多,需要通力合作、协调共进才能提高服务效率,达到共赢的目的。

#### (5) 规范性

会展活动现场涉及大量的人员,属于集会性活动,各项工作的实施都必须以保障现场人员人身、财物安全为最低标准。因此,会展现场的展位搭建、展品进馆、现场活动、餐饮服务、设备服务等都必须遵守相关的法律法规和行业标准等。

#### (6) 高效性

会展现场活动的时间相对短暂,买、卖双方的企业需要在最短的时间里获取尽可能多的有价值的商业信息,最大化地实现经营目标。

#### (7) 人文性

“人文”强调对人的关怀,强调个性化服务。在会展服务中,人文性贯穿于会展的整个过程——会展报名,会展的议题,会场的选择,会展的筹备、策划、日程安排,与会者的会展布置,现场服务及会后的后续工作等,无处不在。

#### (8) 时尚性

会展服务的性质、场所与时代经济的发展密切相连,因而,服务的形势与内容都要求具有时尚性和现代感,给所有参加会展活动的人留下深刻的印象。

总之,现代会展项目的运营是否成功,从某种意义上取决于该会展项目现场服务的内容和过程是否全面、细致、有效。

## 二、会展现场服务的内容

会展服务的前期工作主要以远程形式为主,而在展期临近,各类相关人员、物料、展品、设备等陆续抵达会展活动现场,人流、物流、设备、信息都在短时间内集中到会展中心、展览场馆、会议中心等会展活动现场,会展筹备工作进入到布展期,会展现场服务也陆续开始分阶段实施。

## 案例分析

### 东博会展览现场服务创新,多项举措提供更大便利

第12届中国—东盟博览会继续采用南宁国际会展中心、广西展览馆、南宁华南城“一会三馆”格局。据统计,本届东博会实际参展企业共2207家,实际安排展位数4600个。东盟、国内各省市及港澳台地区申请展位数达5563个,超出规划展位数的21%。

据介绍,本届东博会专业客商报名踊跃,涵盖各重点行业以及中国、东盟及区域外国家。国内外专业客商团组已达85个,其中外国团组73个,国内团组12个。会期将举办70多场贸易投资促进活动,为专业客商提供洽谈对接服务。

“两会”指挥中心展览工作部有关负责人表示,为切实维护参展厂商和消费者的正当合法权益,本届东博会展览现场将继续成立保知打假联合执法组,负责查处参展商展示、销售涉嫌侵犯知识产权和假冒伪劣商品,受理侵权假冒举报投诉等。今年,自治区新闻出版广电局首次加入联合执法组,专职负责处理东博会现场出现的著作权侵权事件。此外,联合执法组也将加强对非参展物品的管理。

同时,在第11届东博会期间由老挝、缅甸两国率先试行的“双证”制度,今年将扩大到柬埔寨、老挝、缅甸和越南4个国家实行。据介绍,“双证”制度是指相应国家的参展商须同时提供东盟共办方出具的企业资质证明,以及博览会秘书处出具的展位确认书,才能在东博会上参展。“双证”制度能进一步确保展品追根溯源,对遏制展览现场展位倒卖、拼用及占用现象,及治理现场兜售假冒伪劣产品行为起到有效作用。

据了解,本届东博会展览现场餐饮品种更加丰富,将供应中西式餐饮、清真食品、糕点、甜品小吃、速食食品及咖啡饮料等。届时将有工作人员为餐车提供专门引导,保证食品快速、通畅入馆。

此外,由于场馆扩建,会展中心周围交通环境受到一定影响。为此,会展中心广场西侧沿线将设置出租车等候点,安排工作人员现场调度;竹溪立交公交车场也将设置点对点巴士候客区。同时,加强现场交通管理,由专门工作人员维护秩序,保证车辆顺利到达与离开。

在运输通关工作方面,本届东博会增设电子物流追踪服务,同时各项运输费率保持不变。重量小于40 kg的展品,可以在物流代理商官网追踪电子物流信息;重量大于40 kg的展品,物流代理商实行GPS定位追踪,指派专人负责物流查询工作,供参展客商查询。

(资料来源:广西新闻网)

思考:

1. 会展主办方为会展客户提供了哪些服务?
2. 各项服务是由哪些供应商提供的?

会展现场服务包含了诸多方面,以时间顺序,包括展前现场服务、展中现场服务、展后现场服务,每一个阶段又包含不同的内容。在各个会展活动的参展商手册、参观指南等文件中,都会对服务内容进行详细介绍和说明。

#### 1. 证件类服务

会展证件的办理,是人员、车辆、物品、设备等进出会展现场、开展现场工作、参与会展活动的前提条件,同时也是信息采集的重要手段。证件类服务为后续服务的开展、现场秩序的管理奠定了基础。

#### 2. 工程类服务

会展活动现场需要建造大量的临时性建筑,例如展位的搭建、舞台的搭建、专业设备的架设、展具的安装等,工程类服务通常是展前现场筹备工作的第一步,按照事先对于展览场地的区块划分、参展商预订展位的类型等,由具有特定资质的承建单位在场馆内为各个参展商搭建相对独立的临时性建筑物,以满足展览展示、会展活动和仪式等环节的需要。

#### 3. 物流类服务

会展物流,是为满足参展商展品展览的特殊需要,将展品等特殊商品及时准确地从参展商所在国(地)转移到参展目的地,展览结束后再将展品从展览地运回的过程,包括展览前后的仓储、包装、国内运输、进出口报关和清关、ATA 报关、国际运输、展览中的装卸、搬运,以及在此过程中所需要的信息流动。会展场地有大量展品进出,也需要特定的仓库进行仓储。同时,展会主办方还要为进行采购参展观众提供贴心、便捷的运输服务。

#### 4. 租赁类服务

展位是参展商展示产品的最基本场地,但无论是标准展位还是特装展位,主办方提供的展具都是基本配置,可能无法满足参展企业的个性化需求。因此,在展会现场,主办方通常会联络租赁企业,为参展商提供各种会展现场所需的物品、设备、道具等。例如,展柜、桌椅、电脑、电视、花木等一般物品租赁服务,以及语音视频会议系统、电视墙、视频数字投影仪、音响扩声系统、灯光表演系统、同声传译系统等专用设备的租赁、安装、调试服务。

### 5. 礼仪类服务

包括会展活动的入场环节,为维护现场的良好秩序,确保每一位专业观众都能畅通、便捷地进入展览会现场而进行的观众登记和入场服务与管理;在展览现场各个区域对参展商和参展观众进行的礼仪引导服务;在会议类展会中进行的现场记录服务等。礼仪服务也是体现现代会展活动国际化、规范化、品牌化特点的内在要求,可以提高会展活动的社会形象和品牌内涵。

### 6. 安保类服务

会展现场活动是一种群体性活动,在会议活动举办的场所、所使用的设施设备以及交通、食宿等配套服务的提供过程中,都需要进行必要的安全保障服务。在大型展览会、国际性会展活动中,安全保障的要求尤为突出。会展活动是一种共时性群体活动,为了维持现场的各项秩序、保证会展活动的顺利进行,需要必要的安全保障来保证;此外,会展活动举办的整个过程中,涉及大量的产品信息、相关人员的个人信息,都存在着不同程度的保密要求,也需要通过必要的安全保障来实现信息的保护。会展主办单位需要和消防、卫生和公安等部门主动联系,积极争取这些部门的支持。

### 7. 商务类服务

会展活动现场,经贸活动密集,效率和专业要求突出,参展商、采购商、广告赞助商、专业观众等等企业、单位和个人,都可能随时需要一些商务类服务,如印刷、装订、设计、文案等文秘类服务;此外,也可能需要寻求一些如法律咨询、翻译等专业商务服务。

### 8. 维权类服务

会展现场的参与者,是以产品贸易为纽带集中在一起的各种经济利益主体,为妥善处理会展现场发生纠纷、投诉事件,维护会展活动本身的良好形象和信誉、维持会展现场活动的秩序,在专业性较强的会展活动现场,通常会设置工作点提供维权类服务,负责受理采购商和参展商的投诉,有效防范和解决贸易纠纷问题、合同履行问题、倒卖或违规使用展位投诉、产品质量问题、现场服务质量问题等。

### 9. 现场活动类服务

会展现场活动是会展服务的核心价值所在,最根本的功能是为买卖双方搭建平台。在会展活动现场,主办方会通过会议、论坛、产品演示、技术推介会、研讨会、评奖等多种形式为买卖双方牵线搭桥,提升贸易和合作的成功率。此外,通过开幕式、新闻发布会、现场演出等形式,可以扩大参展企业的社会知名度。

### 10. 后勤类服务

为保证会展现场活动的正常进行,还需要提供一些配套的后勤服务,如餐饮服务、紧急医务救治服务、保管箱服务、电信服务、网络服务、银行汇兑服务、交通服务、旅游资讯服务等。在展期的业余时间,为各类客户联络和安排文艺表演观摩、体育比赛、休闲活动、娱乐活动等,也是比较普遍的提升客户满意度的服务形式。

会展现场服务是具有阶段性特点的综合服务,不同行业、不同性质、不同范围、不同层次的会展项目在服务形式上会有差别和不同的特点。



### 三、会展现场服务的主体

主体是指对客体有认识 and 实践能力的人,是客体的存在意义的决定者。会展现场服务的主体,主要包括供给主体和需求主体两类。

#### 1. 会展现场服务的供给主体

会展服务的供给主体是指各类会展服务的提供者,即为会展需求主体提供各项会展服务的供应商。

##### (1) 主办机构

会展活动的主办机构包括主办方、承办方、协办方、支持单位媒体等单位 and 机构,他们为会展活动的全过程进行计划和筹备,联络各类单项服务的供应商,通过外包的形式整合相关资源,为会展服务需求主体提供综合性的会展服务。

##### (2) 会展场馆

会展活动的举办需要具有特定空间、设施设备和场地条件的场馆,如会展中心、博览中心、会议中心等。场馆类单位和企业是会展现场服务开展的平台和基础,所有现场活动都是以相关人员、车辆、展品、设施、设备、物料等集中于场馆为前提。会展场馆通常是有主办机构进行联络,但是在现场阶段,也直接为展会需求主体提供相关的服务。

##### (3) 搭建商

为参展商提供展位设计、展位搭建、展位维护以及展后拆除服务的企业,在选择搭建商时,主办方通常会向参展商建议推荐或统一指定。

##### (4) 物流服务商

为会展现场的展品、设备等提供运输、搬运、仓储等服务的企业。便于展品物流环节的高效率衔接,确保会展物流的高效性、安全性。

##### (5) 租赁服务商

为参展商提供参展物品租赁服务的企业,如展具租赁、家具租赁、专业设备的租赁与安装、展示道具租赁等服务。

##### (6) 餐饮服务商

为会展现场各类人员提供茶水、用餐服务的供应商。

##### (7) 商务活动服务商

为会展现场各类商务活动如洽谈、发布会、仪式等提供策划、组织、实施活动的服务商,如公关公司、会议服务公司等。

##### (8) 其他服务商

在会展活动的举办过程中,需要涉及不同行业、不同类型的服务商,还包括为会展现场提供安全保障服务的保安公司、提供清洁服务的保洁公司等。

为了保证会展活动的顺利进行以及出于专业化和效率考虑,主办机构往往会将一些现场服务项目外包给各类服务的供应商,这些供应商在会展现场与参展商和专业观众发生最直接的交易关系,是参展商和观众对于一个展览会配套服务是否全面、专业的最直接的评判来源,其好坏直接影响到参展商和观众对于展览会的评价。