

NEW
VISION

新视野旅游译丛

BUSINESS TRAVEL

商务旅行

[英] 罗伯·戴维森 比尤拉·库佩 著 ● 吕宛青 赵书虹 等译

云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

BUSINESS TRAVEL

NEW
VISION 新视野旅游译丛

商务旅行

[英] 罗伯·戴维森 比尤拉·库佩 著
吕宛青 赵书虹 等译

云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

商务旅行/ (英) 戴维森 (Davidson, R.), (英) 库佩 (Cope, B.) 著; 吕宛青等译. —昆明: 云南大学出版社, 2006

书名原文: Business Travel

ISBN 7-81112-143-3

I. 商... II. ①戴... ②库... ③吕... III. 商务—
旅游—教材 IV. F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 059473 号

商务旅行

[英] 罗伯·戴维森 比尤拉·库佩 著
吕宛青 赵书虹 等译

策划编辑: 熊晓霞

责任编辑: 叶枫红

封面设计: 刘 雨

出版发行: 云南大学出版社

地 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华园 (邮编: 650091)

电 话: (0871) 5031071/5033244

网 址: <http://www.ynup.com>

E-mail: market@ynup.com

印 装: 昆明市五华区教委印刷厂

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 17.75

字 数: 366 千

版 次: 2006 年 5 月第 1 版

印 次: 2006 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-81112-143-3/F·362

定 价: 35.00 元

前 言

灰姑娘终于来到了舞会上。

尽管商务旅行对于世界商业和贸易的发展有着巨大的经济意义和可观的贡献，但是直到最近，从许多方面来看，它在旅游业仍然只是一个不起眼的灰姑娘，至少在学术界是这样的。

虽然几乎全球各地的大学都增设了休闲旅行方面的课程，但只是在近年来，各种各样的商务旅行专业才在英国和欧洲大陆的高等院校得到了应有的承认。过去，我们远远落后于北美和澳大利亚的高校在这一学科的水平标准。这一地区的乔治·华盛顿大学（George Washington University）和在拉斯维加斯的内华达大学（the University of Nevada）率先在高校课程里设立了商务旅行相关课程。

现在，令人欣慰的是，旅游专业的本科生和研究生课程中完全忽略商务旅行的现象在日渐减少，高等院校以及他们的学生已经逐渐意识到商务旅行的重要市场地位，在大多数国家商务旅行已经占到全部旅游消费的1/4至1/3。

在过去的几年里，英国和欧洲各国已经采取了大量富有想象力的措施来应对不断增长的与商务旅行需求相关的课程。其中包括由（英国）威斯敏斯特学院城（the City of Westminster College）和威斯敏斯特大学（the University of Westminster）联合承办的商务会议和节庆活动管理高等职业技术认证；科尔切斯特（Colchester）学院的接待专业会议管理方向的文学学士；白金汉郡·切尔吞斯（Buckinghamshire Chilterns）大学的会议、节庆活动及设施管理的文学学士；切尔滕汉姆（Cheltenham）和格罗塞斯特（Gloucester）学院的体育和商务接待管理的高等教育认证；谢菲尔德·哈勒姆大学（Sheffield Hallam）、贝鲁夫塞卡德米亚·拉文斯堡（Berufsakademie Ravensburg）的迪尤斯托大学（Uniersidad de Deusto）以及（意大利）波洛尼亚的德格里·斯塔迪大学（Universita degli Studi）设置的会议管理欧洲硕士。此外，有些大学，如利兹大学已经在他们的本科生和研究生的节庆活动管理课程中加入了展览和商贸展示研究的内容。

商务旅行相关课程的教学在高等院校扩展的同时，各种积极致力于提高其成员的知识和技能的协会或社团也在提供一些职业技术认证。这些组织比如会议和节庆活动协会（ACE）、国际专业会议组织者协会（IAPCO）、国际会议专业人员（MPI）和奖励旅游执行委员会社团（SITE）都为商务旅行的从业人员或准备从事商务旅行事业的人提供了广泛的职业教育和培训机会。

最近，高等院校对于商务旅行教育的兴趣已经有所减弱，主要是由于缺乏有关这方面的适合高等院校学生使用的介绍性的教科书。迄今为止，教师、研究人员和学生们都只能依靠大量商贸杂志和更多的只涉及商务旅行的某个方面的专业书籍来获取有关信息。我们急需一本能以分析的方式涉及商务旅行的各个方面，并为学习研究这一专题提供一个合理的实践和理论依据的教科书。

本书的写作正是为了填补这项空白。

《商务旅行》是我 1994 年同名书的一个修订版。然而，尽管第一版就是针对进一步学习这个专业的学生（当时，关于这个问题的研究要比我们的大学里广泛得多），但新版本是专门针对更高层次的教育。这种对读者群针对性的变化贯穿在全书中，不仅体现在分析的水平上，也体现在对这一学科研究更大的广度和深度上，以及对更高层次的商务旅行专业学生必须考虑的复杂问题的论述上。

本书是按部分排列的，每章涉及商务旅行行业的一个主要部分：个人商务旅行、会议、奖励旅行、展览和商务接待等。在这些章节的前后还有两个部分，第一个部分是对这个专题的一个总体介绍，而最后一部分则对休闲旅行和商务旅行的界定进行了探讨。第 1 至 6 章都是以一个概括学习目的的目录开始，以一个案例分析和提问结束。在全书的最后还有一个书中使用过的术语汇总。

各部分章节都对市场部分进行详细论述，从市场供给到市场需求，再到联系供给与需求的中间商都一一详细阐述。主要的市场角色都涉及到了，每一章节还就一些原则性问题和对本章节所讨论的问题有着影响力的趋势进行了探讨。由于人们对会议业已经进行了较丰富的研究，所以第 3 章比涉及到商务旅行的其他部分的章节要长得得多。然而所有章节都详细论述了相关的部分，回顾了许多对各部分所做过的研究的成果。

从地理的角度来讲，本书有意地采用了一种超广角镜的透视方法，重点突出英国市场，但始终把它置于欧洲这个大背景下。然而，为了进行比较研究，书中还选用了许多来自欧洲大陆以外的区域的例子，尤其是商务旅行的北美市场方面的例子。

我认为《商务旅行》不仅要让学生了解这门重要并吸引人的课程，更要激发他们的热情。抛开其专业性和商业性，无论哪种形式的商务旅行都是一种最为简单的直接的人际交往：与同事或客户的握手和通过旅游进行的面对面的交往。此外，无数在会议中涉及到的论题以及在展览中展示的产品和服务的各种特性都证实了人类的差异性、创造性和独创性。本书是对这诸多特质中最具人性部分的颂扬。

罗伯·戴维森

致 谢

我们衷心感谢那些给予我们写作本书慷慨帮助的人们。尤其是对他们把自己公司、组织和协会在商务旅行不同部门运作的信息提供给我们表示由衷的感谢。他们当中还有人为本书的具体内容提出了宝贵的、建设性的意见和建议。我们要感谢以下所有人的协作，以及在任何情况下，他们对本书的研究和写作给予的鼓励，他们是：

英国旅游管理局（BTA）的亚当·贝茨（Adam Bates）

委托团体（The Delegate Group）的史蒂夫·贝德洛（Steve Bedlow）

HCCE 的英格雷德·伯海格尔·范·福拉麦丁格（Ingrid Behaghel von Flammerdinghe）

英国旅游研究院（BTI UK）的奈吉尔·戴尔（Nigel Dale）

维也纳奥地利中心的雷纳德·多布勒（Renate Dobler）

会议和奖励旅游协会（Conference & Incentive Travel）的科勒特·多依尔（Colette Doyle）

国家淀粉和化学公司（National Starch & Chemical）的史蒂夫·刚（Steve Gunn）

AEO 的奥斯汀·霍金斯（Austen Hawkins）

（英国）温莎·利高兰德（Legoland）的彭尼·詹金斯（Penny Jenkins）

冰岛会议和奖励旅游局（Iceland Convention & Incentive Bureau）的洛斯伯格·琼斯道蒂尔（Rosbijorg Jonsdattir）

会议和奖励旅游协会（Meetings & Incentive Travel）的约翰·金尼（John Keenan）和马丁·刘易斯（Martin Lewis）

迪尤茨切·麦斯（Deutsche Messe）AG 的简娜·雷特纳（Jana Leitner）

斯拜克特（Spectra）的温迪·莫法特（Wendy Moffat）

奖励旅游和商务会议协会（Incentive Travel & Corporate Meetings）的悉尼·波兰（Sydney Paulen）

AIPC 的玛丽安娜·德·雷（Marianne de Raay）

BACD 的托尼·罗杰斯（Tony Rogers）

杰出会议中心（Conference Centres of Excellence）的吉尔·史密林（Gill Smillie）

ICCA 的丹尼斯·斯皮特（Dennis Speet）

雷德旅游展览（Reed Travel Exhibitions）的梅迪·托伦斯（Mandy Torrens）

英国商务旅行代理人协会（GBTA）的约翰·威廉姆斯（John Williams）

出版商致谢

我们对赋予下列材料的版权表示感谢：

图 1.2 选自欧共体官方出版物出版社 1996 年出版的《欧洲经济区中的商务与会议旅游》。

图 1.3，表 1.4、1.5、1.6 (a) ~ (g)，雷德旅游展览公司出版。

表 2.1 和 2.2 版权，2002 年皇冠版权，由皇家权威文具控制局授权复制。

表 2.3 选自《旅游和旅行分析家》，第 4 期，由明特尔旅行情报局 (Mintel's Travel Intelligence) 提供。

图 2.2 根据帕尔玛 (Palmer, A.) (2001 年)，《服务市场的原则》(第 3 版)，第 97 页，梅登海德 (Maidenhead) 麦克格罗·西尔 (McGraw - Hill) 出版社。由麦克格罗·西尔公司授权复制。

图 6.1 根据克里斯托弗 (Christopher, M.)、佩恩 (Payne, A.) 和伯兰汀 (Ballantine, M.) (1991 年)，《关系营销》，伦敦巴特沃斯—海纳曼出版社，收于帕尔默 (Palmer, A.) (2001 年)，《服务营销的原则》(第 3 版)，梅登海德 (Maidenhead) 麦克格罗·西尔 (McGraw - Hill) 出版，第 126 页。由麦克格罗·西尔公司授权复制。

图 2.3 版权：泰德·迪万 (Ted Dewan)，由泰德·迪万授权复制，资料来源：www.wormworks.com

图 2.4 和 2.5 来自于 2000 年 IATA 商务航空旅行调查报告。

表 2.4 来自于英国爱尔兰的《旅游贸易公报》。

表 3.1、3.2，图 3.1、3.2、3.3、3.4 来自于英国会议市场调查报告 (2000 年)，由会议业协会出版。

表 3.7、3.8、3.9 来自 ICCA (2001 年)，资料来源：www.iccaworld.com

图 3.5 和表 3.10 由维也纳奥地利中心出版。

表 4.1 来自于《旅行方式：作为国际旅行者的美国人》，门罗顾问集团有限公司 (1999 年) 和英国旅游局出版。

表 4.2 来自于“到英国和爱尔兰的奖励旅行市场” (O'Brien, K., 1997b)，《观察》，9 月，英国旅游业联合会出版 (电话：0208 563 3362)。

图 5.1 由展览组织者协会授权复制。

表 5.1 和 5.2 来自于 EMECA 出版物。

表 5.3 由展览会场协会 (EVA) 授权复制。

表 5.4 和图 5.2、5.3、5.4 由国家淀粉和化学品公司出版。

表 6.1 选自伯顿 (Burton, J.) (1999 年),《商业发展和财务管理》,伦敦 GBTA,由商务旅游代理协会授权复制。

图 6.2 和 6.4 由温莎·利高兰德 (Legoland, Windsor) 授权复制。

图 6.3 由斯温顿城足球俱乐部授权复制。

表 7.1 来自于“‘旅游工作者’和‘工作旅游者’:在工作和旅游中的角色互换”,选自《国际旅游研究》(第 3 卷),第 1~8 页,由 John Wiley & Sons 有限公司授权复制。

图 7.2 由 Fife 会议管理局的 St. Andrews & Kingdom 授权复制。

框图 2.1 由《商务旅行者杂志》出版,1999 年 3 月。

第 2 章中的案例分析“欧洲商务旅行代理商协会 (GBTA) 和英国商务旅行代理商协会”由英国商务旅行代理协会 (GBTA) 有限公司授权复制。

第 2 章中的案例分析“满足商务旅行客户需求的商务旅行国际”由英国商务旅行研究院 (BTI UK) 授权复制。

框图 3.3 由维也纳奥地利中心出版。

第 3 章中的案例分析“马德里的会议”是以 1999 年 5 月《会议和奖励旅游》(*Conference & Incentive Travel*) 上罗伯特·艾特 (Roberta Etter) 的文章为基础,海玛科特 (Haymarket) 市场营销出版社出版。

第 4 章中的案例分析“苏格兰的高尔夫球开发”,相关材料来自于 2001 年 7 月 28 日的《卫报》上的文章“被毕格先生所困”,版权所有:约翰·伯塞德 (Burnside)。

框图 5.1 由内部交流有限公司出版。

框图 7.1 由国家抚恤金协会 (NAPF) 授权复制。

有些例子我们无法找到原材料的版权所有人,如能提供有关信息,我们将不胜感激。

译者的话

在很久以前，我们的祖先就已经认识到，经济的繁荣要依赖于企业家和商人们去征服新的市场，使远程市场中的贸易交易获得成功；国家之间的理解和谐，也需要代表们有规律地经常外出，去讨论一系列的共同关心的外交议题和策略。这种众多的使人们不得不流动的动机既促发了早期的外出旅行行为，由此也创造了 21 世纪世界上最大的产业：旅行和旅游业。

与大多数行业一样，商务旅行的不断发展取决于一个国家经济的繁荣，而且越来越多地取决于世界经济的繁荣。经济周期可能会影响商务旅行的需求模式，例如 20 世纪 90 年代初，商务旅行预算的显著缩减见证了全球经济进入了一个低迷期。

但是，在过去的 10 年内，尤其是进入 21 世纪以来，经济全球化不断凸现且意义日益深远。商务旅行对全球化的影响和促进不言而喻，因其进一步整合了世界范围内的经济活动，使全球化的经济活动在范围、速度、质量、多元化等方面得以进一步提升，使经济活动的效应不断实现最大化。由于商务旅行的这种显著作用，其重要性在官方和专业定义中已得到广泛地承认。例如，世界旅游组织（WTO）1993 年对旅游业的官方定义包括：为了商务或专业性目的而出游的人也可定义为旅行者。因此商务旅行者是全球经济活动中不可缺少的成员之一。

长期以来，人们对有关观光旅游、度假旅游甚至休闲旅游的地位和作用的研究成果已经很丰富了。然而，我们通过比较发现，短期的观光旅游、度假旅行和休闲旅游的需求趋向于更大的弹性，购买者常常根据自己可自由支配的收入和时间来做出选择，表现出较大的波动性特征。而商务旅行与休闲旅游以及其他形式的旅游相比，第一表现出高消费的特征，在保证社会就业以及直接或间接带动其他经济收益方面有较大的贡献。第二，即使是在经济波动期，商务旅行的规模会随着经济增长或下降的变化而变化，但是商务旅行本身比假日旅行具有更大的稳定性，它较少受到流行时尚的影响，不随个人收入的变化而变化。因此，随着世界经济全球化和一体化步伐的加快，世界上许多旅游目的地国家在发展传统的观光旅游、度假旅游、休闲旅游的基础上，开始选择发展商务旅行，建立观光旅游、度假旅游、休闲旅游和商务旅行之间的需求互补模式，一方面为很多传统旅游目的地提供了多种消费市场的美好前景，另一方面也为人们提供了很多进入商务旅行市场的机会。这些旅游目的地在不依赖于天气、假期的条件下，都非常成

功地开展了当地的商务旅行活动，成功地吸引了各种会议、商贸展览、奖励旅游和商务接待活动，提高了活动举办地城市的声誉，还刺激了未来的对内投资，为目的地进行了宣传。

日前，世界贸易量在全球的增长确保了商务旅行与其同步增长。在欧洲，由于边界控制的放松和欧盟成员国货币的统一，商务旅行的需求得到了进一步的激励。自由贸易总协定（GATT）和北美自由贸易协定（NAFTA）使贸易限制进一步放松，并将 120 多个国家带入了一个完全自由和国际化的发展阶段。亚洲国家市场经济的发展会进一步促进国际商务旅行的开展。

国际贸易壁垒的降低带来了一个全球化的市场，使得商务旅行成为旅游业中最重要的收益项目和新的增长点。只要世界继续保持一个贸易的持续增长以及商业和协会国际化的发展趋势，商务旅行就一定会在促进世界范围内商业活动的发展中占有一席之地。

在上述背景下，受云南大学出版社委托，我们承担了由罗伯·戴维森（Rob Davidson）和比尤拉·库佩（Beulah Cope）所著的《商务旅行》一书的翻译工作。

我们十分荣幸能把这本涉及商务旅行实践和理论等各方面内容的教科书介绍给国内的读者。作为商务旅行研究方面的经典教材和著作，本书向读者展示了其深厚的内涵，结合商务旅行行业的各个主要部分：个人商务旅行、会议、奖励旅行、展览和商务接待等，从市场供给到市场需求，再到联系供给与需求的中间商都一一详细介绍，还就一些原则性问题和有影响力的趋势进行了探讨。本书有意在欧洲的大背景下对英国市场进行了重点研究，这是一种超广角镜的透视方法。译者有理由相信，随着商务旅行在全球的普及和增长，该书的价值和意义也将同步增长。

对于中国读者来说，本书将会给他们展示一个商务旅行的浩瀚天空，他们不仅可以从本书中了解到商务旅行的基本知识、国际上商务旅行行业的发展以及运行方式，还可以从作者对不同的商务旅行形式的论述中得到许多有益的启示。

参与本书翻译工作的人员如下：吕宛青，第 2 章、作者及本书简介、前言、致谢、目录；刘燕，第 1 章；曾萍，第 3 章；张燕存，第 4 章；赵书虹，第 5 章；陈国兰，第 6 章；陈昕，第 7 章。吕宛青负责全书译稿的审校工作。最后，由徐志英审定本书。

在本书的翻译过程中，得到了许多人的关心和支持。尤其要感谢云南大学出版社的熊晓霞女士。目前国内对商务旅行的认识尚处于一个起步阶段，为了尽可能地表达原著作者以及出版社的意图，熊晓霞女士几次与译者共同讨论，表现出对这一项目的支持和关心，她求实认真的工作作风以及敬业精神令我们钦佩不已。同时，我们还要感谢本书的责任编辑叶枫红为本书的编辑加工付出的大量的

劳动。

尽管我们尽了最大的努力，但由于对商务旅行的研究还很有限，书中难免存在一些谬误，对一些专业术语的翻译也不具有权威性，我们只是依据一些旅游方面的知识积累，根据自己对这些专业术语的理解，来寻找对应的中文词汇，这无疑会存在不当之处，对此，敬请广大读者批评指正。

译者简介

吕宛青，女，汉族，1962 年出生于云南省昆明市。现担任云南大学工商管理与旅游管理学院副院长，旅游管理专业博士生、硕士生导师，云南省教育厅旅游管理学科带头人。主要研究方向是旅游经济、旅游企业成长分析、旅游产业升级、旅游产业发展与文化变迁。出版的专著和教材有《崛起的产业》、《旅游导游学》、《旅游市场营销》、《旅行社经营管理》、《旅游经济分析与案例》、《现代旅游经济学》等。在全国公开刊物发表三十余篇学术论文。主持国家社科基金、省部级和企业委托研究项目多项。曾多次获国家级、省级科研教学等方面的奖励。

目 录

前 言	(1)
致 谢	(3)
出版商致谢	(4)
译者的话	(6)
译者简介	(9)
第1章 商务旅行简介	(1)
学习目标	(1)
21 世纪的商务旅行	(1)
介 绍	(2)
定 义	(2)
商务旅行和休闲旅游	(5)
商务旅行市场的结构	(7)
商务旅行和经济	(10)
商务旅行的其他影响	(14)
商务旅行市场面临的挑战	(17)
商务旅行业的发展机会	(20)
动荡时期的商务旅行	(21)
案例分析：欧洲奖励和商务旅行会议 (EIBTM)：21 世纪新前景	(22)
参考文献	(29)
第2章 个人商务旅行	(31)
学习目标	(31)
21 世纪的个人商务旅行	(31)
介 绍	(31)
公务旅行的发展	(33)
购买过程	(35)
供应商	(40)
中间商	(48)
问题和趋势	(55)

案例分析：欧洲商务旅行代理商协会和英国商务旅行代理商协会	(61)
案例分析：满足商务旅行客人需求的商务旅行国际	(64)
参考文献	(66)
第3章 会议业	(69)
学习目标	(69)
21 世纪的会议活动	(69)
介 绍	(70)
历史背景	(70)
会议业数据源	(71)
购买者	(75)
供应商	(86)
中间商	(110)
问题和趋势	(117)
案例分析：维也纳奥地利中心 (ACV)	(138)
案例分析：马德里会议	(145)
参考文献	(147)
第4章 奖励旅行	(152)
学习目标	(152)
21 世纪的奖励旅行	(152)
介 绍	(152)
奖励旅行的效能	(153)
量化奖励旅行	(155)
购买者	(156)
中间商	(158)
供应商	(162)
问题和趋势	(167)
案例分析：奖励旅行目的地——冰岛	(175)
案例分析：苏格兰的高尔夫球开发	(178)
参考文献	(180)
第5章 展览业	(182)
学习目标	(182)
21 世纪的展览业	(182)

介 绍	(183)
展览的作用	(183)
购买者	(185)
供应商	(187)
中间商	(191)
问题和趋势	(192)
案例分析：国家淀粉和化学公司	(202)
案例分析：汉诺威的 CeBIT	(209)
参考文献	(216)
第 6 章 商业应酬	(217)
学习目标	(217)
21 世纪的商业应酬	(217)
介 绍	(218)
商业应酬的作用	(219)
供应商	(223)
中间商	(227)
问题和趋势	(230)
案例分析：温莎·利高兰德	(239)
参考文献	(240)
第 7 章 商务与休闲相结合的旅行	(242)
学习目标	(242)
21 世纪商务旅行与休闲的结合	(242)
介 绍	(242)
把商务与休闲相结合	(244)
商务与休闲相结合的益处	(249)
决策过程	(252)
关键角色	(254)
参考文献	(258)
附 录：主要的商务旅行协会	(260)
术语汇编	(263)

第1章

商务旅行简介

学习目标

在完成了本章的学习之后，你将能够：

- 理解商务旅行的主要定义；
- 鉴定商务旅行与休闲旅游之间的差异；
- 了解商务旅行市场的结构；
- 认识商务旅行和经济发展二者之间的联系；
- 讨论商务旅行的主要影响因素，以及影响这一产业的机会、挑战和威胁。

21 世纪的商务旅行

● 800 名代表出席了在曼谷香格里拉酒店举行的为期 3 天的由健康研究和发展委员会组织的关于健康研究发展的国际会议。其中讨论到的一个主题是增进健康研究的国际合作的协议框架。

● 来自 76 个国家的 1 500 个出版商在波伦亚儿童书展上展出了他们的图书和多媒体产品。在 4 天中，他们在一个 22 000 平方米的展览大厅中向四千多个书籍代理商、图书馆员、印刷商和书商介绍了他们的最新作品。

● 作为一种对突出销售行为的奖励，英国因特网服务软件的提供者——罗文尔公司选送了 130 名顶尖级行政人员和他们的合伙人去马德拉岛进行了为期两天的奖励旅游。第一天，参与者或者选择到帕赫洛（Palheiro）去参加高尔夫锦标赛训练，或者去进行豪华训练旅行以探寻海岛的自然美景和遗产。第二天，吉普车远征队驾车穿过洛瑞斯尔瓦（Laurisilva）森林和瑞尔威洛·弗瑞奥（Rieviro Frio）自然公园。

● 英国工业社会出版指数显示，英国人在一年中几乎花费 4 600 万个夜晚进行离家在外的商务旅行。

● 肯普顿（Kempton）公园、桑丹（Sandown）公园和英格兰东南部的伊普森·丹斯（Epsom Downs）赛马场，常常使用它们的私人接待设施为企业举办商

务接待活动。客人们能够坐在赛马场餐厅里的餐桌旁，一面照菜单点菜享受就餐乐趣，一面观看现场比赛。

介 绍

在 1990 年拍摄的电影《漂亮女人》中，由茱莉亚·罗勃茨扮演的街头妓女企图引诱理查德·基尔时问了这样一个问题：“你说，是什么使你来到了洛杉矶——是商务还是快乐？”她简洁地概括出当今人们旅游的两个主要动机。

在休假和参与其他形式的休闲旅游尚未变得像如今一样如此普遍的许多世纪中，为了在远程市场中进行贸易以及参加会议去讨论共同关心的议题而进行的旅行是较为普遍的。这些现代商务旅行的先例表明，我们的祖先在很久以前就认识到，经济的繁荣要依赖于企业家和商人们去征服新的市场；国家之间的理解和谐，也需要代表们有规律地经常外出，去讨论外交和策略的议题。

因此，非常明显的是，在早期众多的促使人们不得不流动的动机背后，面对面地与他人会面协商的需要是构成我们外出旅游的最早动机之一，由此也创造了 21 世纪世界上最大的产业：旅行和旅游业。

定 义

虽然在外行人看来，旅行和旅游与休闲和快乐是同义的，但商务旅行的重要性在官方和专业定义中已得到广泛地承认。例如，世界旅游组织（WTO）对旅游业的官方定义是：为了商务或专业性目的而出游的人也可称为旅行者（世界旅游组织，1993 年）。

广义地说，商务旅行包含着所有旅行目的与旅行者的职业和商务兴趣有关联的旅行。这些旅行对于实际工作的实施可能是非常必要的，或者它们可能使职员能够学会如何更有效地做好他们的工作，或者它们是业绩突出的职员从雇主那里得到的奖励。因此，在本书中讲到的大部分旅行形式都与工作有关。它们包括下列各项：

- 个人商务旅行：包括由于职业需要为完成工作而进行旅行。从新闻记者到政客、人才挖掘者和事故调查员，许多行业的工作都是只有在从业人员准备好接受把经常远离家人和他们的工作基地作为他们工作的正常特征，才能有效地完成工作。

- 会议：包括很多活动，诸如公司和协会为了促进它们与雇员、客户、股东和各成员之间，以及后者相互间的交流而举行的会议、培训研讨会、产品发布会和年会。