

大型会展实务系列丛书(二)

大型展馆如何 为展览、会议提供 全方位配套服务



■ 陈荣基 著

广西人民出版社

EXPO

大型会展实务系列丛书（二）

大型展馆如何 为展览、会议提供 全方位配套服务

江苏工业学院图书馆
藏



■ 陈荣基 著

大型会展实务系列丛书 编委会

主 编: 李 康

副主编: 何利顺 岑可成

韦刚强 钟成林

编 委: 童 俊 孙泽红

柯革生 吕夏葶

图书在版编目(CIP)数据

大型会展实务系列丛书(二)

大型展馆如何为展览、会议提供全方位配套服务/ 李康主编. —南宁: 广西人民出版社, 2004.9

ISBN 7-219-05113-1

I. 大… II. 李… III. 展览会—管理 IV. G245

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第091029号

责任编辑: 董苏煌

大型会展实务系列丛书(二)

大型展馆如何为展览、会议提供全方位配套服务

陈 荣 基

广西人民出版社出版发行	广东信源彩色印务有限公司
(邮政编码: 530028)	2004年10月第1版
广西南宁市桂春路6号	2004年10月第1次印刷
890毫米 X 1240毫米 1/32	印 数: 1—5000册
3 印张 80 千字	

ISBN 7-219-05113-1/G · 1269 定 价: 138.00元(全套六册)



陈荣基

香港会议展览中心(管理)有限公司执行总监

陈荣基先生具有超过15年展览及会议行政经验，是香港会展业资深专家。曾先后任职于美国康乐博览集团、新加坡励展博览集团、香港会议展览中心，曾主持统筹多次大型国际会议，特别是两次统筹运作“世界银行年会”，取得空前成功。（“世界银行年会”是集世界金融巨子、逾万人参加的国际金融界峰会，1991年，陈荣基先生受香港会展中心委派赴曼谷统筹运作“世界银行年会”；1997年，又统筹运作在香港举办的“世界银行年会”）。陈荣基先生为香港会展中心的完善运作和管理作出了重大贡献。

培育会展人才 发展会展经济

广西壮族自治区主席：陈丹



会展业被誉为新世纪“三大无烟产业”之一，凭借着对关联产业经济发展巨大的拉动力和对城市建设全方位的推动作用，会展经济显示出了强劲的发展势头。欧美发达国家打造了一批世界级的会展城市，培育了成熟的会展经济；我国的北京、上海、广州会展业异常活跃，城市经济发展如虎添翼；在西部大开发的热潮中，大力发展会展经济，构建会展产业链，激活投资新热点亦已作为重要的战略予以积极推进。

会展经济的培育和发展，首先需要高度重视会展人才队伍的建设，不仅需要人才数量的保证，更需要人才质量的保证。会展人才队伍建设的关键是人才能力的建设，要通过理论学习和实战历练，提高会展人才的专业素质和专业技能。一流的人才做一流的事业，打造会展城市、举办具有国际品牌的一流会展，必须依靠一流的会展人才。因此，我们需要造就一支高素质、专业化的会展人才大军，实现会展经济繁荣和会展人才建设同步发展。

“中国—东盟博览会”在广西南宁举办并永久落户南宁，是广西大开放大发展的历史性机遇，它必将给广西带来极其深远的影响。为备战“中国—东盟博览会”，中国展览馆协会和广西人事厅共同举办了“中国—东盟博览会会展实务系列讲座”，邀请了来自于北京、上海、广州、香港的一批会展权威专家、学者主讲，历时一个多月，成效显著，社会反响热

烈。讲座结束后，社会各界，特别是业内人士纷纷索要专家讲座资料。应此需求，广西人事厅组织力量将系列讲座资料系统整理，并经主讲专家审定，汇集出版了这套系列丛书，实现了系列讲座到系列丛书的飞跃。这套系列丛书的重点是“实务”，突出了“实践、实用、实效”的特点，可谓独具一格。比如中国展览馆协会理事长、中国展览中心集团总裁梁文先生，香港会展中心执行总监陈荣基先生等专家们，不仅系统阐述了会展经济理论，还传授了自己宝贵的专业经历、亲力亲为的成功个案，以及大型国际展览和国际会议关键环节的实际操作方法。相信这套丛书的出版，不仅对广西会展界从业人员提高实战技能大有帮助，而且对全国的会展业人士来讲，也不失为一套学习参考的好教材。

我希望全国乃至全世界更多的朋友关注、支持“中国——东盟博览会”；希望更多的业内人士来参与广西会展经济的培育，扩大会展产业的投资；希望更多的社会有识之士投身于会展业，成为会展人才。

我相信，在党中央、国务院的正确领导下，在广西全区人民的共同努力下，在中国、东盟和世界众多的会展专家大力支持下，“中国——东盟博览会”一定能够越办越好！

广西国际人才交流中心

广西国际人才交流中心是自治区人事厅属下的拥有独立法人资格的事业单位，是在自治区党委、政府的领导下，在国家人事部、国外专家局和中国国际人才交流协会等指导下开展各项工作。与国家外国专家局在英、美、德等11个驻外机构、216个国外培训机构、96个外国专家组织以及国内外著名高等院校和各省市外专局保持着密切的合作关系。依托这些与众不同的资源，中心为广西各党政机关、企事业单位，以及各行各业提供中外人才交流、培训服务。

一、人才委托培训服务

根据委托单位的要求，采用全脱产、半脱产、不脱产学习，聘请专家来南宁培训，亦可联系北京、上海、广州、香港以及欧美各国进行考察，实习培训。

二、出国考察服务

出访组团服务 // 外语、礼仪、出访国概况、出访前安全教育等培训。

三、聘请外国专家服务

聘请外国专家和引进国外智力成果推广业务；// 外国专家来桂考察，民间交流接待服务；// 与世界各国的友好团体、研究机构、高等院校、企业等单位及个人建立交流合作关系；// 聘请外国专家、海外华人专家和国际友人来广西讲学、交流、工作。

四、国际人才中介服务

引进外国专业技术人才中介服务（含代办在华居留手续）；// 国际人才交流咨询服务

五、智力输出服务

代办自费出国培训中介服务；// 选送有关人员出国培训、学习、研修。

六、其他

围绕人才开发的其他服务项目。

广西国际人才交流中心真诚希望与国内外各界朋友合作，共同策划、开发项目

联系电话：0771-5505183 5505463 联系地址：南宁市金洲路33号广西人才大厦 邮编：530021

《大型活动策划与执行》

——33个案例，成功与失败

在我国政治经济文化生活日益活跃的今天，大型主题活动的举办越来越受到欢迎和重视。大型活动可分为公益性主题活动和商业性主题活动，其举办成功与否，取决于策划力（主题内容、活动亮点、环节设计、时间地点选择等）和执行力（实施方案、统筹指挥、宣传推广、情景模拟、进度控制、成本控制、效果控制、应急处理等）。

《大型活动策划与执行》一书收录了广州圣点广告策划设计有限公司近年来承办的33个活动个案，其中包括：“中国功夫·泰国职业泰拳争霸赛（中国国家队VS泰国国家队）”“四届大赛活动；广州市工商局12315启动推广活动、广州市大型花市活动、广州市消委会3.15活动（连续四年）、广州市园林绿化摄影大赛、“羊城论坛”（广州市人大、广州市环卫局）、中国南方航空公司首航活动（上海、深圳、珠海）、英特尔全国高校推广活动、“广东美容美发化妆品订货会”（共7届）策划与执行；南方电网推广活动、“2004国际时尚美发造型发布会”、“万国热力行”活动等。

此外，还收录了大型企业开业典礼、周年庆典、企业年会、经销商大会、客户联欢会，房地产开盘活动等典型个案，如广州美博城、盛贤数码电器城、广州山海城、宗申“赢销”大会，地产活动：金玉堂、新城海滨、翠馨华庭、上河道一号……

本书详述了策划案、执行过程，还对各个案进行了归纳总结，不仅有经验之谈，更有对不足乃至失败环节的反思。因此，本书对从事大型活动策划执行的公关公司、策划公司、广告公司、礼仪公司具有直接的借鉴作用，对各房地产公司、大商场和中大型企业亦具有参考价值。

征
订
通
知

全书约20万字，100多幅图片，大16开，彩印，初定2004年12月广东旅游出版社正式出版，定向征订发行，定价68元，征订单免费备案。

联系电话：(020) 87358022、87358610、87358041、87358438

目 录

第一章 会展的意义与要求

第一节 会展业带来的效益与贡献	3
第二节 会展业发展的基本条件	5
第三节 展览和会议对设施和服务要求的区别	9

第二章 展馆如何为大型国际性会议服务

第一节 大型国际会议的主要类别	13
第二节 大型国际会议的特点	14
第三节 大型国际会议举办地点的选择	16
第四节 大型国际会议主办国家或城市应提供的服务	20
第五节 大型国际会议的活动安排	30
第六节 大型国际会议的场地要求和服务	32
第七节 大型国际会议的流程和运作	34
第八节 举办大型国际会议的挑战	37
第九节 大型国际会议的评估	39

第三章 展馆如何为大型国际展览服务

第一节 展会的主要类别	42
第二节 展会的特点	45
第三节 大型国际展览举办地点的选择	47
第四节 办展公司的主要工作及展馆对大型展会的服务	48
第五节 大型国际展览的管理与服务	50
第六节 大型国际展览的流程与运作	53
第七节 举办大型国际展览的挑战	54
第八节 大型国际展览的绩效评估	55

第四章 大型展馆的经营

第一节 大型展馆的建设	59
第二节 大型展馆的经营模式	68
第三节 大型展馆的经营绩效的评估	76

第五章 香港会展中心经营和管理经验及启示

第一节 商业展览会对香港的主要贡献	78
第二节 香港会展中心的管理方式	81
第三节 香港会展中心的成功经验	87
第四节 我个人的一些经验	91

后 记	93
-----------	----

EXPO

第一章

会展的意义与要求



题图：香港会展中心

社会生产方式的演变与经济全球化的推进促使了现代意义上的会展经济的兴起和发展。人类进入后工业社会以来，社会化大生产带来的社会物质产品极大丰富，在满足人们物质生活需求的同时，对企业的市场营销行为也提出了更高的要求，于是会展业便逐步发展起来，同时经济全球化的深入发展也极大地刺激了企业、政府、各类组织寻求全球化合作与交流的愿望，这无疑加速了会展业的发展和会展经济的兴起。而作为连接生产和流通的最直接形式的会展业，在信息交换、商品交易、技术交流和资金引进等方面的重要作用越来越得到世界各国的关注。美国一名长期任职于会议局的官员在谈及会展业对当地经济的影响时说过这样一句话：“当地的加油站都可以告诉你城里何时会有会议或展览举办。”由此，足以反映出会展业对当地经济影响之大。

除了能够为举办城市创造可观的收入，会展还能汇聚巨



大的信息流、技术流、商品流和人才流，可以对一个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。在整个国民经济中，会展经济是作为一种开放性的经济形态而存在的。它不是简单的个体经济行为，而是一种集体性的大规模物质、文化交流方式。会展经济的发展必然会引起社会资源和要素在全国，乃至全球范围内的流动，提高各国、各地区的开放性，使整个世界成为一个开放的体系。

第一节 会展业带来的效益与贡献

据英联邦展览业联合会调查，展览会是优于专业杂志、直接邮寄、推销员推销、公关、报纸、电视、会议等手段的、最有效的营销中介体。通过一般渠道找到一个客户，大约需要成本219英镑，而通过展会，成本则仅为35英镑。而每增加1000平方米的展览面积，就可创造几百个就业机会。会展业作为影响面广、关联度高的特殊服务性行业，能量巨大，在其自身创造经济效益的同时，还创造了可观的社会效益，强有力地带动着餐饮、饭店、旅游、广告、商业、电信、交通运输等相关行业的发展，为繁荣地区经济、促进各地区间文化交流做出了积极的贡献。

一、会展业是促进商贸活动、文化艺术交流及发展经济的一个有效途径

会展业规模和功能的扩大，使会展作为信息交流场所的功能也日益实现。会展具有巨大的积聚效应，人流、物流、资金流、信息流皆汇集于此，商贸活动的开展、不同背景的



文化艺术的碰撞和交流,使现代会展不再是简单意义上的展示产品、推销产品、购买商品的场所,它已快速发展为交流和获得信息的中心。

二、会展业可以带来直接和间接的经济效益

会展能产生客观的经济效益,这是它得以迅速发展的直接原因。从国际上看,会展业作为高收入、高盈利的行业,其利润率一般在20%—25%左右。会展业为会展城市带来了直接的收益和经济的繁荣。如瑞士的日内瓦,德国的汉诺威、慕尼黑、科隆,美国的芝加哥、拉斯维加斯,法国的巴黎,英国的伦敦,意大利的米兰以及新加坡、香港等都是著名的“展览城”,这些城市将展览业作为支柱产业加以扶持,展览业的兴盛带来了巨额利润和城市繁荣。美国《贸易展览》周刊的统计数据表明,美国一年举办的200多个商业展会所带来的经济效益超过38亿美元。法国博览会和专业展览会每年的营业额可达85亿法郎,展商的交易额高达1500亿法郎,展商和参观者的间接消费也在250亿法郎左右。根据统计,类似法国巴黎和香港这样的城市,由于会展带动相关产业而带来的税收均占到了城市总税收的60%—70%的水平。从国内来看,改革开放以来,中国会展业从无到有,从小到大,行业经济效益逐步攀升,日益成为国民经济的又一支柱产业。仅2000年,中国会展业就取得了近40亿元的直接收入。

不仅如此,会展业还对第三产业的发展具有强大的产业带动效应,可以带动其他社会服务业的发展。对于会展业对其他相关产业的带动系数,国际上有1:9的说法,即办展会的场馆收入如果是1的话,那么相关的社会收入就是它的9倍。据有关资料显示,目前全世界国际会展的年消费额为70多亿



美元,这样全世界每年会展经济总量就高达600多亿美元。据美国展览业研究中心提供的数据,2000年,美国展览业带动相关社会消费综合指数比例为1:10。1996年在汉诺威举办的世界博览会,德国政府拨款70亿马克进行基础设施建设,创造了10万个就业机会,获得了145亿马克的利润和45亿马克的税收。会展经济涉及多种行业,凭借其巨大的辐射效应,培育起新兴产业群,以形成会展经济产业链,也正因为如此,会展经济往往成为带动区域经济发展的有力支撑点。①

三、提升主办城市的知名度和地位

会展业由于其本身所特有的经济特性,对现代城市的国际化、信息化的发展有着巨大的推动作用,因此有“城市建设的加速器”之称。会展对城市、产业和居民具有较强的财富和福利效应,它直接刺激了外贸、旅游、旅馆、交通等行业的发展,同时,会展经济的发展能促进城市基础设施等的改善,迅速提升城市的功能,增强办展单位或城市与会展相关领域的国际交流合作,对优化城市社会资源,发展社会经济都起到了十分重要的作用,从而提升了城市的品牌价值,使城市充满竞争力。如每年4月举办的博鳌论坛,可以透过论坛让人们了解博鳌,提升博鳌的知名度和地位。

注①:部分内容引自吴信菊《会展概论》上海交通大学出版社2003年10月第1版

第二节 会展业发展的基本条件

会展业巨大的市场潜力及高额的回报吸引着越来越多的城市加入到会展市场的竞争中来。综合来说,发展会展业必须具备以下的基本条件:



一、市场潜在需要

市场需求决定办展,行业展会的举办取决于行业的市场需求。所谓展会市场就是既要有参展需求的厂商(展示产品、推销产品、了解行业信息),又要有有采购需求的客商(选择、采购产品及了解行业动态、新产品、新技术),展商、客商是展会的两大主要群体,其反映的是市场供求关系。会展经济既然是市场经济的产物,那么一切都要按市场规律办事。因此,我们在举办展览之前一定要很好地研究当地的展览市场,进行科学、细致、切实可行的市场调研,做到对全国展览市场的准确把握。

二、适合的自然环境和资源,包括地区、地理位置

会展环境的因素或者影响会展环境的基本要素有:办展条件、城市产业基础、城市自然条件、社会环境、办展管理、办展成本、国际化水平等。独特的自然旅游资源、良好的城市生态环境、深厚的多元文化积淀、突出的产业优势等,这些都是知名的会展城市必备的共同特征。发展会展业的通常都是经济高度发达的区域中心城市,往往能凭借其雄厚的经济实力,对周边地区产生强大的辐射和带动作用,为会展经济提供物质保障。

三、人才资源,不单是指会展人才,还包括与会展服务相关人才的服务水平,外语水平,教育水平等

完善的管理体制和健全的组织结构的作用要真正发挥出来,必须要有专业的人才来启动,这是毋庸置疑的。只有配备了与岗位职能相适应的人员,才能达到建立组织结构的目的,并使该组织真正适应市场经济,按市场规律办事。因此,为使会展行业管理体制能更好地运转起来,一方面需要加强



对已有的行业管理人员进行在职培训,另一方面要特别强调人才的流动性,吸纳新鲜血液,引进国内外的会展专业人才进入到会展行业承担一部分管理工作,以此来提高国内会展管理的水平与理念,保障会展业的管理体制更好地运转。

四、基建条件

城市的基建条件,包括机场、港口、通讯、饭店等。发展会展经济更关键的因素还在于展馆专业化服务、宾馆、饭店、交通、通讯等配套条件以及城市的开放程度、旅游资源及经济发展水平等“软件”水平的高低。会展经济发展的核心需要高级化、层次化、智能化的会展场馆设施,还要依赖齐备的交通条件和四通八达的交通网络,及以吃、住、行、游、购、娱为一体的综合服务体系。城市基础设施的存量状况、设施能力和完备程度在一定程度上决定着会展活动是否得以成功,会展经济是否能够健康维持。因此,交通区位优势的城市,区域中心城市,港口城市在培育会展经济上往往具有得天独厚的优势。

五、政府的政策

社会主义市场经济体制要求政府切实把经济管理职能转到主要为市场主体服务和创造良好发展环境上来,改革行政审批制和减少直接干预。主要是通过中长期规划、发展战略、产业政策和市场规则等手段,引导、规范行业发展,创造公平竞争的市场环境。具体到会展业来说,一是政府应该减少直接举办,可以由市场实现其功能的商业性会展;二是要减少行政审批和收费,放宽市场准入,鼓励更多的民营企业进入会展业。促进展览市场的充分竞争和结构合理化;三是要把主要精力放在市场规则的建立和市场监管上,为企业公平



竞争创造良好条件。贸易展览是一种交易成本较低的贸易方式,应采取鼓励政策,大力发展。假设政府政策供给严重滞后,将会导致会展业无规可循,办展办会主体鱼龙混杂,扰乱了市场秩序,损害了行业形象;因此,地方政府的政策方向是否鼓励优先发展会展业非常关键。

六、周边环境的配合

即是要考虑周边城市、国家会不会是自己的竞争对手,会不会比自己做得更好。亚太地区是会展业发展的热点地区之一,我国邻近的一些国家和地区的会展业也十分发达,这些国家和地区环绕在我国周边,对我国会展业的发展来说既是机遇也是挑战。所谓机遇是我国可就近借鉴他国和地区会展业发展经验,并引以为渠道走向世界,而挑战则在于这些海外会展发达国家对我国会展市场吸收力的削弱以及入世后对国内会展业的冲击。面对挑战,作为新兴的现代服务业,惧怕竞争和依赖保护从来不是成功的办法,要进一步扩大对外开放,提倡和善于学习、引进国外先进的经营理念和经营方式,同时发挥自身的优势,尽快提高会展业的从业素质和国际竞争力,促进会展业与国际接轨。

七、展馆及服务

办展会就是做服务,办展会其实是为行业提供交流的平台,如果没有了良好的服务支撑,展会就无需存在了。因此,是否有良好的展馆设施及相应的配套设施服务,展馆的管理及服务水平如何也是发展会展业的一个重要因素。展馆不仅要有好的基础设施,更重要的是根据客户的要求使出租展馆的效益达到最高。