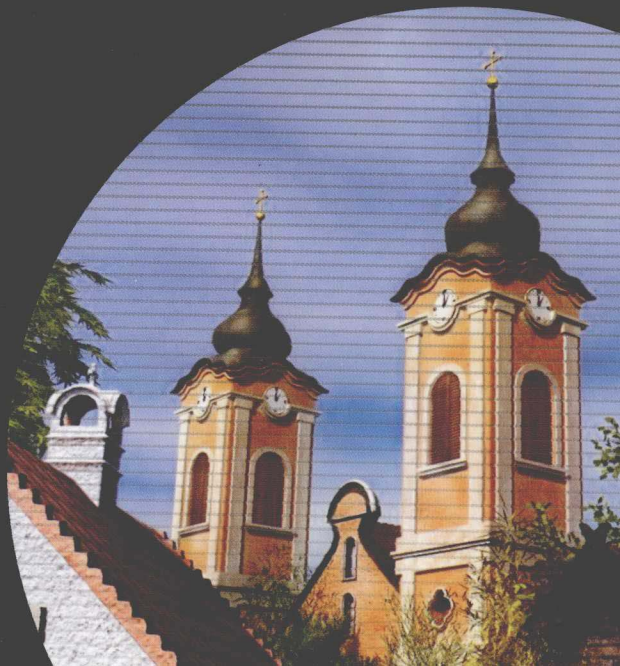


21世纪高等院校“十一五”系列规划教材·旅游管理类

会展旅游

樊国敬 主编



华中科技大学出版社

21世纪高等院校“十一五”系列规划教材·旅游管理类

赣南师范学院教材建设基金资助项目

会展旅游

主编 樊国敬
副主编 朱伟



图书在版编目(CIP)数据

会展旅游/樊国敬 主编. —武汉: 华中科技大学出版社, 2011. 6
ISBN 978-7-5609-7056-1

I. 会… II. 樊… III. 展览会-旅游-高等学校-教材 IV. F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 074143 号

会展旅游

樊国敬 主编

策划编辑: 肖海欧

责任编辑: 王晓东

封面设计: 旻昊图文空间

责任校对: 周娟

责任监印: 张正林

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)87557437

录 排: 武汉市兴明图文信息有限公司

印 刷: 华中科技大学印刷厂

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 18.75 插页: 2

字 数: 336 千字

版 次: 2011 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 34.00 元



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

内容简介

本书共十章，主要内容包括会展旅游的概念、会展旅游对经济的贡献、会议旅游、展览旅游和节事旅游等。本书每章后配有复习思考题，部分章节附有案例。本书可作为高等学校旅游管理专业教材，也可供旅游从业人员培训使用。

编委会

| 主 任: |

马 勇 教育部工商管理教育指导委员会旅游学科组组长
湖北大学旅游发展研究院院长

| 总 主 编: |

刘名俭 湖北大学旅游发展研究院副院长
湖北省旅游学会秘书长

| 委 员: |

罗兹柏 重庆师范大学旅游学院院长
周 霄 武汉工业学院旅游系系主任
李祝舜 华侨大学旅游科学研究所副所长
孙洪波 辽东学院旅游管理学院副院长
敖利玲 广东商学院旅游与环境学院党总支书记
周作明 武夷学院旅游系系主任
李 红 河北经贸大学旅游系系主任
袁 林 九江学院旅游学院副院长
李广成 江阴职业技术学院管理系党总支副书记
薛兵旺 武汉商业服务学院旅游系系主任

前 言

截至 2008 年,我国的改革开放已走过三十个春秋。回顾三十年来我国旅游管理专业高等教育从无到有、从弱到强的发展,其过程是艰辛的,其成就也是巨大的。改革开放以来,我国的旅游管理专业高等教育基本上可划分为三个阶段。第一阶段是 1978 年至 1988 年的 10 年探索性发展期,这是我国旅游管理专业高等教育发展的起步阶段。国家旅游局是该时期我国旅游管理高等教育的主要推动力量,在当时联合了国内八所高等院校开办最早旅游管理系或旅游管理专业。第二阶段是 1989 年至 1995 年的 7 年成长壮大的发展期,这是我国旅游管理专业高等教育发展的培育阶段。该时期旅游管理高等教育的发展动力主要来自旅游业对人才的需要和高等院校自身发展的要求,不断加速的旅游产业化进程引起了各地政府和高等院校的普遍重视,而旅游管理专业毕业生的“抢手”现象则进一步增强了高校开办旅游管理专业教育的信心。第三阶段是从 1996 年至今的规范发展时期,这是我国旅游管理专业高等教育发展的成熟阶段。该时期我国旅游业在国内地位的提高和国际影响的扩大,为我国旅游高等教育体系的构建和规范化发展提供了新的机遇和动力,一方面开办旅游管理专业的高等院校数量有了较大幅度的增长,另一方面很多院校在课程设置、师资、教材等方面进行了规范化建设。

然而,我们需要清醒认识到的是,我国旅游管理高等教育在快速的发展过程中也存在一定的问题,比如在人才培养目标上定位不清晰、在教学培养模式上理论教育与实践教学脱节等。有鉴于此,我们编写了这套实用型的系列教材,并期望在下列几个方面做出一些成绩,为推进我国旅游管理高等教育的持续健康发展贡献绵薄之力。

第一,凸显专业应用特色。旅游管理专业是典型的应用型专业,在教学过程中理所当然地要在各个环节有意识地体现出其应用性的特点,因而在教材建设上也相应地需要在理论阐述的同时丰富其实务内容。为此,我们在本丛书每部教材作者的精心遴选时都尽量吸纳学界和业界的专家共同参与,以使教材既有所需的理论深度,又能反映行业最新动态。在体例和版式设计上,我们也尽可能安排案例解析、补充阅读等。

第二,推广优质教学资源。旅游管理专业示范院校和各级旅游管理类精品课程集中着较多的优质教学资源,如何将这些优质资源统合起来并广泛地传播开去,使更多学校和学生受益也是引人关注的重要问题。因此,我们在此套丛书

的策划过程中非常注意示范院校与一般院校的联动,同时也关注旅游管理专业示范院校的新型课程设置,以及全国各级旅游管理类精品课程项目的及时出版推广,从而引领教学潮流。

在确立编写宗旨时,我们注意了两个方面。首先,突出应用性。旅游管理学科很突出的特点是实践性较强,它与行业的发展息息相关。为突出应用性,我们适当地借鉴了职业教育的某些教学理念和方式,比如工作过程导向等。其次,培养学生策划意识。旅游行业要求从业者有比较强的策划意识,丛书编写时将理论知识可操作化、模拟化、案例化,突出策划和协调性工作当中所需要的实际技能,同时为学生规划切实必要的知识结构,比如行业市场认识、相关企业组织结构认识、行业相关政策与法规等。

此套丛书的策划与出版是一个长期的过程,首批推出的教材主要集中在传统的基础性课程方面,后面将陆续推出实训与实验课程方面的教材。丛书的编写得到了全国众多旅游院系的大力支持,在此深表感谢!当然,也要感谢此套丛书的策划与出版者——华中科技大学出版社!

编 者

2008.6

目 录

第一章 会展旅游概述	(1)
课前导读与体验.....	(1)
第一节 会展旅游的产生与发展.....	(3)
第二节 会展旅游的概念.....	(7)
第三节 会展旅游的研究内容与方法	(29)
本章回顾	(31)
关键概念	(32)
复习与思考	(32)
单元实训	(32)
第二章 会展旅游对经济的贡献	(33)
课前导读与体验	(33)
第一节 会展旅游对经济贡献的估算	(35)
第二节 会展旅游对其他经济的影响	(41)
第三节 会展旅游对经济的影响因素	(45)
本章回顾	(50)
关键概念	(50)
复习与思考	(50)
单元实训	(50)
第三章 会议旅游	(52)
课前导读与体验	(52)
第一节 会议旅游的概念、类型及特点.....	(54)
第二节 会议旅游目的地及操作流程	(61)
第三节 会议旅游的管理	(67)
本章回顾	(80)
关键概念	(80)
复习与思考	(81)
单元实训	(81)

第四章 展览旅游	(83)
课前导读与体验	(83)
第一节 展览旅游的特点及运行模式	(85)
第二节 展览旅游的客体	(91)
第三节 展览旅游的主体	(100)
本章回顾	(109)
关键概念	(109)
复习与思考	(109)
单元实训	(109)
第五章 节事旅游	(111)
课前导读与体验	(111)
第一节 节事旅游活动概论	(113)
第二节 节事旅游的形成条件及意义	(115)
第三节 节事旅游的策划	(118)
第四节 节事旅游的管理	(129)
本章回顾	(137)
关键概念	(137)
复习与思考	(137)
单元实训	(137)
第六章 奖励旅游	(138)
课前导读与体验	(138)
第一节 奖励旅游的概念、类型及特点	(141)
第二节 奖励旅游的策划及运行模式	(145)
第三节 奖励旅游的管理	(161)
本章回顾	(170)
关键概念	(170)
复习与思考	(170)
单元实训	(171)
第七章 会展旅游的营销	(172)
课前导读与体验	(172)
第一节 我国会展旅游市场营销概述	(175)

第二节 会展旅游市场分析和市场预测	(180)
第三节 会展旅游市场营销方式	(183)
本章回顾	(194)
关键概念	(194)
复习与思考	(194)
单元实训	(194)
第八章 会展旅游的综合服务管理	(196)
课前导读与体验	(196)
第一节 会展旅游的餐饮与住宿管理	(198)
第二节 会展旅游的交通管理	(203)
第三节 会展旅游服务中游、娱、购等方面的管理	(213)
本章回顾	(221)
关键概念	(221)
复习与思考	(222)
单元实训	(222)
第九章 会展旅游的危机管理与信息管理	(223)
课前导读与体验	(223)
第一节 会展旅游的危机管理	(225)
第二节 会展旅游的信息管理	(234)
第三节 会展旅游的中介管理	(243)
本章回顾	(246)
关键概念	(246)
复习与思考	(246)
单元实训	(246)
第十章 会展旅游发展的趋势	(248)
课前导读与体验	(248)
第一节 会展旅游发展面临的问题	(250)
第二节 会展旅游产业发展趋势	(256)
第三节 会展旅游技术发展趋势	(260)
本章回顾	(265)
关键概念	(265)

复习与思考.....	(265)
单元实训.....	(265)
附录 A 出国举办经济贸易展览会审批管理办法.....	(266)
附录 B 国际展览会公约.....	(272)
附录 C 国际科学技术会议与展览管理暂行办法实施细则.....	(281)
附录 D 国内单位出国办展或参展外汇收支的管理规定.....	(287)
附录 E 商品展销会管理办法.....	(288)
参考文献.....	(291)
后记.....	(292)

第一章 会展旅游概述

课前导读与体验

杭州世界休闲博览会

杭州是经中国国务院批准的国际风景旅游城市，近几年来的城市建设也有了很大发展。2001年，杭州市区扩大到萧山、余杭，杭州市已成为中国特大型省会城市之一。如何推销杭州城市品牌，并进一步加快城市经济的发展，已是摆在该市市长和市场面前的一个课题。2006年4月22日至10月22日，以“休闲改变人类生活”为主题的世界休闲博览会在杭州举办。站在城市品牌营销和区域经济发展的高度，为把杭州打造成“世界休闲之都”而量身定做的休博会的举办，不但提高了杭州旅游城市品牌和休闲之都的地位，而且进一步扩大了杭州在国际上的影响和知名度，还大大促进了杭州旅游经济、会展经济和休闲经济的发展，对杭州形成观光旅游、会展旅游和休闲旅游“三足鼎立”的新格局具有十分重要的意义和作用。休博会成为了塑造城市品牌、拉动区域经济发展、调整旅游产业结构的超级营销试点的大舞台。102.55万人次国外入境游客，1 938万人次国内游客，137.38亿元人民币贸易成交额，10.17亿美元外资的引进，108.34亿元人民币的内资引进……所有的数字表明：这个融休闲、旅游、娱乐、会议、展览、大型活动于一体的休博会，唱响了杭州“休闲之都”的城市品牌，带动了杭州区域经济的快速发展，并拉开了中国休闲旅游经济的序幕。

通过上面的案例我们可以看出，会展旅游对地方经济乃至国民经济都能够产生巨大的拉动效应。据不完全统计，最近两年，全国每年举办达到一定规模的会展旅游活动项目约3 000个，进入市场

的会议项目数以万计，会展旅游业创造的直接收入超过百亿元，直接或间接带动关联产业的经济产出则近千亿元，但真正形成国际品牌的屈指可数，其关键原因在于策划人才的缺乏。目前中国已成为全球会展旅游业发展最快的国家之一。但由于我国会展旅游业以及对会展经济的研究都起步较晚，会展旅游教育亦相对滞后，各地均缺乏真正懂行的人才，特别是高级会展旅游策划人才数量很少。会展旅游人员主要工作包括：从事会展的会议、展览、节事活动、场馆租赁、奖励旅游等项目的市场调研；从事会展的立项、主题、招商、招展、预算和运营管理等方案的策划；从事会展旅游项目的销售及现场运营管理。自 2000 年以来，我国在全国范围内逐步形成了一个不同层次、不同类别、形式多样的会展旅游策划人才教育培训市场。现阶段我国会展旅游专业的学历教育具有以下特点。

(1) 在原国际贸易类专业基础上开设。如浙江经贸职业技术学院（该校 1980 年就开设了对外贸易专业，是浙江省最早开设外贸专业的学校）、浙江树人大学、上海外贸学院、江西工业贸易职业技术学院、辽宁外经贸学院等。

(2) 在原旅游类专业基础上开设。如浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、江西旅游商贸职业学院、江西赣南师范学院、青岛酒店管理职业技术学院等。

(3) 在原艺术类专业基础上开设。如上海电影艺术学院艺术设计学院、上海工艺美术职业学院、湖南工艺美术职业学院等。

(4) 在原外语类专业基础上或直接从会展类专业起步。如厦门国际会展职业学院等。

由于各个学校的专业设置背景不一样，所以课程内容上也相差很远。为了更好地学习会展旅游这门课程，应该对会展旅游的概念与方法论有一个统一规定，因此，第一章我们就从这方面开始。

任何一门学科的建立，都是人类社会发展到一定历史阶段的产物，是人们社会实践活动的总结。会展旅游是伴随着旅游活动的产生和发展而形成的一门新兴学科，会展旅游活动是旅游的重要组成部分。本章作为会展旅游的概述，主要阐明会展旅游的产生、会展旅游的特征、会展旅游的研究对象、会展旅游的研究内容和研究方法。学生应从总体上掌握会展旅游的理论体系结构，能够分析会展旅游与其他有关学科之间的相互关系。

第一节 会展旅游的产生与发展

【小问答】会展旅游的发展历史是怎样的？

一、国外会展旅游的产生与发展

会展旅游的历史渊远流长，其起源可以从 1841 年说起。1841 年 7 月 5 日，英国人托马斯·库克领导的 Thomas Cook Ltd 组织了一个 570 人的团队包租火车从莱斯特去约 19.3 千米以外的拉夫巴罗参加戒酒大会。这不仅标志着世界近代旅游业的诞生，而且也开创了国际会展旅游的先河。把 1841 年托马斯·库克组织一支团队包租火车去异地参加戒酒大会视作世界近代旅游业诞生的标志，早已成为旅游界的共识，从专项旅游活动的角度，将其看作国际会展旅游的起源，也是完全可以成立的。这个事件作为一项旅游活动，无论从供方还是需求方来看，戒酒大会是其核心要素，主办方把它用来吸引旅游者参会，托马斯·库克一行也正是冲着戒酒大会而异地流动完成了这次旅游——会议旅游。可以说，1841 年托马斯·库克一行异地参会事件，标志着国际会展旅游的开始。一个多世纪以来，国际会展组织特别是会议局协会的形成和壮大，对会展旅游发展的历史进程，也起到了举足轻重的推动作用。1896 年 2 月，美国《底特律日报》记者米尔顿·卡克为了激活地方经济，创立了一个名为 Convention Bureau（简称 CB）的组织，即会议局协会，它成为带动各城市会议产业并整合相关产业的先驱者、协调者。底特律会议局协会的诞生，标志着会展旅游特别是会议旅游作为一种专门的经济活动在国际上引起了人们的注意。从 20 世纪初开始，随着全球社会、经济的发展，会议等会展旅游作为一个产业越来越受到世界各国的高度重视，在实践中形成了一系列会展方面的国际组织。以会议旅游组织为例，1920 年，美国成立国际会议局协会，即 International Association of Convention Bureaus（IACB）；后来演变为 IACVB。会议局协会等组织为促进各国地方经济的发展作出了积极的努力，特别是世界各国各都市会议局协会扮演了“城市营销”中的“营销经理”的重要角色。1963 年，国际大会及会议协会（ICCA）的成立，在国际会展旅游市场化进程中产生了较大影响，或者说标志着国际会展旅游发展历史中“拐点”的出现。从 20 世纪六七十年代开始，会议旅游与展览旅游相互融合的会展旅游在全球迅猛发展，进入商业化阶段，在近半个世纪的繁荣发展中逐步形成了一个新兴产业，至 21 世纪初已经臻于成熟。

二、国内会展旅游的产生与发展

会展旅游在国内的研究历史仅有短短的 20 年,参照周春发的划分方法,以 1994 年初国家旅游局国际市场开发公司以国际会议司的名义加入亚洲会议与旅游协会(AACVB)为标志,将会展旅游的研究大致划分为两个阶段。

第一阶段,1978 年至 20 世纪 90 年代中期。这一阶段以介绍国外会展旅游现状和发展经验为主,众多学者以完善我国旅游产品结构、增强旅游产品竞争力为目标,提出国内应该发展会展旅游。如荆子玉、罗元铮、张广瑞、肖潜辉等人在撰文介绍国际会展旅游发展经验的时候,较为敏锐地抓住了世界旅游市场的发展趋势,纷纷对如何改善以中国观光产品为主的单一旅游产品结构、增强我国旅游产品竞争力提出了自己的见解。罗元铮在国内最早提出利用国际会议形式发展我国旅游业。肖潜辉指出,要将目前倚重观光旅游的局面变为三个层次的市场格局:观光旅游,特种旅游,会议旅游、奖励旅游。大力发展非观光型旅游产品(商务旅游、会议旅游、医疗旅游、特种旅游等)是 20 世纪 90 年代我国旅游业的战略任务。

第二阶段,20 世纪 90 年代中期至今。国内众多专家学者经过前一阶段的研究,逐渐意识到了会展旅游的经济效应,在此基础上,纷纷对会展旅游产品的开发着重展开研究。在这一阶段,会展旅游开始得到政府方面的重视,北京、上海、杭州等大城市的区域会展旅游研究的文章纷纷涌现。会展旅游由此进入实践运作的新阶段。杭州会展旅游研究走在了国内各大城市的前面。

三、我国会展旅游业发展现状

我国会展旅游业的起步比较晚,但发展非常快,特别是会展旅游业的硬件设施建设大有超前发展的态势。

(一) 会展旅游业发展迅速,已经成为带动经济发展的新的增长点

近年我国会展旅游业发展迅速,据不完全统计,20 世纪 90 年代以来,我国会展旅游业每年以 20%左右的速度递增,1999 年举办的具有相当规模的展览会总数达到 1 326 个,近年来,北京国际会议中心每年接待的超过千人的国际会议有 10 个以上,300 人以上的国际会议 30 多个。会展业已经成为我国经济的新亮点。

(二) 各地政府积极参与主导会展旅游业的发展

由于会展旅游业本身的高速发展及其对经济的巨大带动作用,各地政府非常重视会展旅游业的发展,形成了政府主导会展旅游业发展的局面。北京市组

建了副市长牵头的领导小组,对会展旅游业进行全面研究,包括组建课题组,撰写《北京会展旅游业发展研究报告》,责成北京市统计局会同有关单位制定一套会展业旅游统计指标体系等。上海、杭州等地也在政府的主导下,制定了会展旅游业发展的规划。

(三) 各地开始建立自律性的行业协会

各地会展旅游企业在政府的主导下,开始组建行业自律性的会展协会。1998年6月由北京市贸促会发起,组建了我国第一家国际会议展览业的协会——北京国际会议展览业协会。2002年4月,上海市成立会展行业协会,2002年2月山东省成立国际展览业协会。

(四) 全国掀起了展览场馆的建设高潮

我国会展旅游业发展的最大的特点就是硬件优先发展。“九五”期间我国的展馆迅速扩张;全国室内展馆面积,“九五”前不足80万平方米,经过“九五”至“十一五”的发展,截至2010年,正式投入使用的室内展馆面积增长了三倍,场馆面积达到1 516万平方米。目前在建或已经建成的大型展馆有:上海新国际博览中心,总展览面积为室内20万平方米,室外5万平方米;杭州西湖国际会议中心,总建筑面积49万平方米,会议中心建筑面积12万平方米,设有大小会议厅30余个,配有10路同声传译系统和7 000个国际标准展位;北京新中国国际展览中心,集国际会议中心、商务酒店、写字楼、参展商公寓、大型购物中心、仓储中心、办公接待、动力中心等为一体,甚至包括主题公园,是以展场为核心的展览综合体,建筑面积28万平方米,展场面积20万平方米;武汉国际会展中心,总投资9.3亿元,总建筑面积12.7万平方米,其中展厅面积5万平方米,会议厅面积1.5万平方米,会议厅40间。

总之,此次会展场馆建设的特点是,建设档次高、面积大、科技含量高。根据目前统计的20家场馆,平均每个场馆建筑面积达到127 000多平方米。

(五) 主要会议接待单位纷纷加入国际会议组织

各地经营会展旅游的公司和一些旅游行政管理部门纷纷加入相关的国际会展组织。截止到2002年5月,我国有14家单位加入ICCA组织,它们是:北京国际会议中心、北京市旅游局、中国国际航空公司、中国民间国际旅游公司、中国会议及奖励旅游组织、浙江中国世贸中心、中旅国际会展公司、上海华亭宾馆、春秋旅行社、山东国际旅行社、上海国际会展中心、锦江会展公司、上海市旅游委(现上海市旅游局)等。此外,中青旅参加了国际航协(IATA)、美国旅行代理人协会(ASTA)、亚太旅游协会(PATA),国际展览中心参加了国际博览会联盟(UFI)、国际展览会管理(BIF)。

（六）初步形成了北京、上海等国际会展旅游中心城市

我国的一些大城市在发展国际会展业方面具有一定的优势，目前已经初步形成了以上海、北京、广州等大城市为核心的国际会展中心城市。这些大城市在接待国际会展方面的优势主要表现在以下方面。

1. 现有会展场馆多

北京市目前拥有大型展览场馆 12 座，总面积近 14 万平方米，拥有 500 座以上的会馆 25 个以上，此外北京市共有旅游定点饭店 554 家，星级饭店 506 家，客房数达到 9.3 万间，其中很多饭店的会议场都达到了国际标准。同样，上海目前展馆总面积为 14.5 万平方米，与北京大致相当，此外，上海市拥有饭店 354 家，客房 5.6 万间。由于饭店、会议和展览场馆比较健全，这些大城市开展会展业具有较好的基础。

2. 会展旅游外部条件相对成熟

会展旅游业作为都市旅游的重要组成部分，其发展不仅需要良好的硬件设施，而且要求较高的城市总体环境和国际交往的综合能力。北京、上海等大都市的交通，如地铁、城市道路状况等比较好，接待国际国内旅游者人数在我国名列前茅。此外，北京已与 7 个国家的 23 个城市结为友好城市，147 个国家在京有驻华使馆，外国金融机构在京的代表机构近 300 家，17 家外资银行在京设立了分行，众多的跨国公司在京设立了办事处。

3. 举办会议展览总数多

1999 年以来，在京举行的国际会议数量可观，包括万国邮联大会、世界建筑师大会、联合国保护大气臭氧层签约国第十一次会议、世界数学大会等国际会议，以及汽车展、电子展等国际展览。按照 ICCA 的统计口径，2000 年北京市接待了 16 个大型国际会议，在全世界大城市中排名第十七位，比 1999 年的二十九位上升了十二位。根据有关部门的统计，上海市 2001 年举办各种展览 278 个，会展直接收入 18 亿元。

（七）会展旅游产业体系正在形成

国际会展旅游业在多年的实践中，形成了一整套接待服务体系，目前我国的会展业也正在形成自己的服务体系。如会展组织者（PCO）、目的地接待者（DMC）正在建立中，很多经营会展的公司，都开始培训自己的 PCO。

此外，会展业的教育培训也开始步入正轨。为顺应国际展览业发展的大趋势，缩短中国的国际展览业业务水平与发达国家的距离，北京国际会议展览业协会举办了多期培训班，专门为展览业中、高级经理和从业人员开设培训课程，以促进国内展览业务的发展和展览水平的提升，培养高素质的展览专业人才。北京第二外国语学院将与国际特殊事件学会（ISES）、美国乔治·华盛顿