

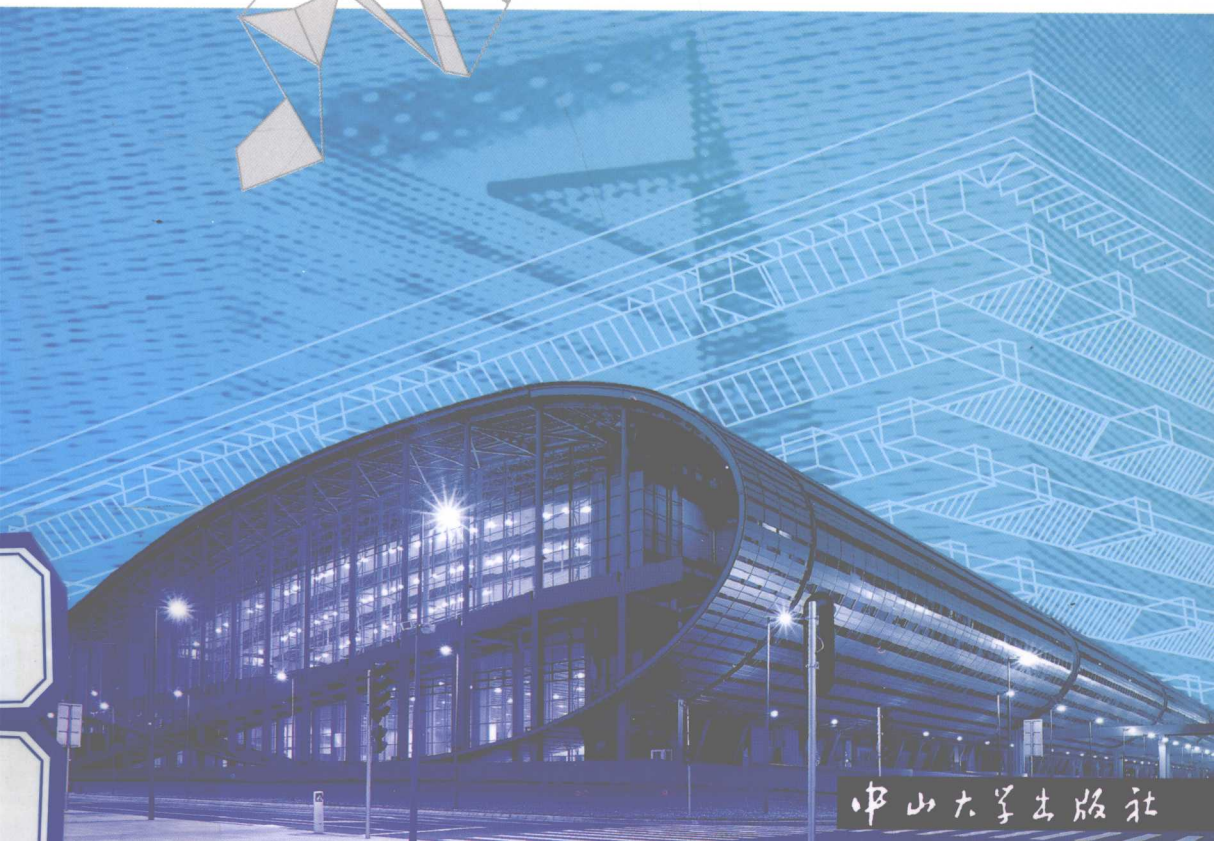


会展管理核心课程创新系列教材

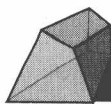
张河清 张玉明 主编

会展旅游

张河清 主编



中山大学出版社



会展管理核心课程创新系列教材

张河清 1501440 主编

九江学院图书馆



1497216

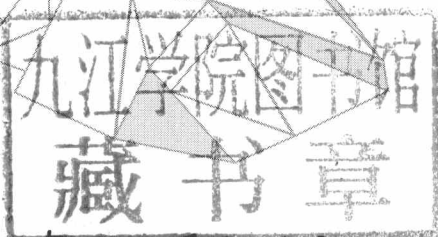
1501440

会展旅游

张河清 主编

F590.7/41062

可外借



中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

会展旅游/张河清主编. —广州: 中山大学出版社, 2011. 7
(会展管理核心课程创新系列教材/张河清, 张玉明主编)
ISBN 978 - 7 - 306 - 03855 - 5

I. 会… II. 张… 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 059452 号

出版人: 祁 军

策划编辑: 杨 捷

责任编辑: 翁慧怡

封面设计: 林绵华

责任校对: 徐诗荣

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275

传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州市新明光印刷有限公司

规 格: 787mm × 960mm 1/16 19 印张 360 千字

版次印次: 2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 3000 册

定 价: 38.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

“会展管理核心课程创新系列教材”编委会

顾问：马 勇

主编：张河清 张玉明

编委：（按姓氏拼音为序）

陈 玲	陈 辉	方 东	胡 林	姜 倩
李 星	彭思量	茹虹玮	唐文林	吴开军
邬国梅	袁亚忠	于 丹	曾玲芝	张河清
张颖华	张玉明			

内 容 简 介

本教材主要由会展与旅游的关系切入,根据国内外有关会展旅游的最新成果,并在参阅同类教材的基础上编写而成,对会展行业的最新理论及其发展案例进行了系统、深入的分析,总结和归纳了会展旅游的发展态势。全书共分11章,包括会展与会展旅游概述、会议旅游、展览旅游、节事旅游、会展旅游管理、会展旅游消费者行为研究、会展旅游产业集群、会展旅游竞争力、会展旅游目的地形象策划与品牌管理、会展旅游的综合效应和会展旅游的国际比较。书后还有两个附录,分别是国际主要会展旅游目的地名录、我国会展城市及其主要旅游景点。

同以往出版的有关会展旅游的教材相比,这本教材有以下几个鲜明特点:

第一,务实创新。本教材从高校开设会展专业的实际出发,遵循教材编排的一般规律,同时十分注重将最新的科研成果贯穿于教材始终,使之既符合教材体例,又能反映会展旅游的国内外最新发展动态,是适应教学和研究两者高度结合的一次有益尝试。

第二,联系实际。本教材始终坚持理论与应用相结合的思路,在教材体系设计的过程中,充分吸收了理论研究者 and 会展业界专家的建议,在写作过程中,凡涉及实际操作方面的内容,绝大多数作者采取了与业界专家合作撰写或者广泛征求业界专家意见的方法,大大提高了教材的实用价值。

第三,动态开放。本教材的学习目标、案例分析和复习思考等环节的设计和写作充分考虑了会展行业的最新发展态势,不拘泥于现有的固定思维模式,着重以发展的眼光、动态的思维来组织教材内容,使之具有明显的动态开放特点。

第四,国际接轨。教材体系的设计编排和内容安排,充分借鉴了国外多所发达国家高校会展管理方面的著名课程体系,并根据我国教学实践的需要,做了适当的梳理和消化,使本教材能够直接同国际最新教材体系接轨。

丛书主编简介



张河清，男，湖南新宁人。现任广东商学院旅游学院院长，管理学教授、博士，旅游管理学科带头人，旅游管理硕士点负责人兼导师组组长，广东省特色专业旅游管理专业建设点负责人，广东省“千百十”人才工程省级培养对象。主要从事区域旅游经济、城市发展与会展旅游、旅游营销管理等教学与研究工作。

主要学术兼职有：中国自然资源学会资源工程专业委员会副主任，国家自然科学基金、国家社会科学基金项目通讯评审专家。

迄今为止，已主持国家社会科学基金项目1项、国家自然科学基金项目1项、部省级科研课题6项，主持或参与30多项地方政府委托的区域旅游开发与规划横向课题研究工作。在《旅游学刊》、《经济地理》、《地域研究与开发》等期刊发表学术论文70余篇，出版著作4部，参编著作5部。



张玉明，女，广东揭阳人。现于广东商学院旅游学院任教，营销学教授、硕士生导师。历任南昌大学经济与管理学院副院长、侨联主席，广东商学院旅游与环境学院副院长。现任广东商学院校务委员、会展研究中心主任、会展管理专业负责人兼系主任。主要研究方向为工商管理 and 会展管理。

主要学术兼职有：中国会展经济研究会会员、中国国际贸易学会会议与展览专业委员会会员、全国国际商务会展管理培训认证考试专家委员会专家、会展管理高级策划师、广东省商业经济学会理事等。

迄今为止，已主持或参与完成国家级、省厅级等课题20余项，协助主持世界银行课题1项；出版专著和教材6部，发表论文70余篇，其中会展管理和会展教育方面的有40余篇。科研成果获省级社会科学优秀成果二等奖3项、中国会展经济研究会第一次全国会展科研成果一等奖（唯一）1项，其他奖多项。主讲多门会展课程，连续多年获课堂教学质量优秀奖。

总 序

酝酿了多年的会展管理系列教材终于在 2010 年春天和本校第一届会展经济与管理专业本科生的毕业论文撰写同步启动。在目前我国会展教材总量并不算少的情况下,我们依然反复酝酿并长期准备,是因为有一个无法放弃、无法割舍的既定目标。这个目标就是:吸收目前已有的所有会展教材(包括本土教材与引进版教材)和会展研究成果的精华,结合我国会展实业和会展教育的发展情况,立足会展专业本科层次的人才培养,兼顾会展专业专科层次的人才培养和会展业从业人员的自学与深造,选择得到公认的主干课程(第一批 10 种),集我校会展管理专业教师团队多年的实践教学经验和研究成果,集部分兄弟院校会展管理专业教师的智慧和心血,打造我国会展专业适用、好用的教材,为会展专业人才的培养和培训贡献我们的绵薄之力。作为全国唯一的一所紧邻“中国第一展”(中国进出口商品交易会,以下简称“广交会”)的商科大学,作为广东省第一家开办会展管理本科专业的省属重点院校,我们理应有所作为。

首先,我们力图实现主干课程之间教学内容的科学分割。目前,我国已经出版的会展教材在不同课程内容上的多处重复是一个令人非常头疼和棘手的问题。对此,本系列教材编著单位进行了多次研讨和认真梳理,提出了各种内容调整方案。例如,将“会展经济学”更名为“会展产业经济”:以产业经济的分析和研究为课程的主干,适当结合微观经济学、城市经济学、地理经济学、信息经济学等课程的相关理论,对会展经济进行阐述;严格地从经济学的角度提出问题、分析问题并解决问题,避免与会展概论、会展导论、会展管理、会展营销等课程冲突与重复。再如,《会展企业管理》教材借鉴了管理学和企业管理等课程的相关理论,从企业的角度来探讨会展的经营管理,内容新颖,对会展企业管理的理论和实务进行了全面系统的阐述,其内容涵盖战略管理、组织与制度管理、项目管理、营销与策划管理、客户关系管理、信息管理、财务管理、危机管理、人力资源管理、企业文化等方面,填补了目前《会展企业管理》教材的空白。

其次,我们力图达到单门课程内容体系的科学完整。具体要求是:每一位编著者必须跳出按实际操作来安排教材章节和内容的窠臼,每门课程都要追溯到有紧密联系、可以为我所用和必须为我所用的理论源头,并将其与新兴的会展产业结合,完整构建各门课程的理论体系、应用框架和操作程序,使课程既有理论又有操作,用理论指导实践,从而实现与职业教育专业教材以操作为主的特点严格区别开来,使之更适合本、专科层次的人才培养,也有利于其他层次教育和培训的提升。例如,《会展服务管理》教材的内容体系是:前五章以会展服务的实务与操作为主,后五章以会展服务管理的理论与方法为主。该书的理论与方法部分主要包括会展服务管理的基本理论与常用方法、会展服务需求预测、会展服务流程设计、会展服务质量管理、会展服务人员管理(包括会展实习生、见习生、志愿者等外部服务人员的管理),使得该书的内容体系更加科学和完整,很多内容都是首次在同类教材中出现。

再次,我们力图实现教材的内容体系与国际接轨并体现中国特色,同时达到一定的理论深度。我们要求编著者充分参考发达国家会展管理方面的课程体系设计和相同课程的内容选择,并根据我国教学实践的需要,适当地进行梳理和消化,使教材能够与国际最新教材体系接轨。例如,《会展旅游》教材就是在充分借鉴国内外同类教材的基础上完成的。该教材从我国高校开设会展专业的实际出发,遵循教材编排的一般规律,注重将最新的科研成果贯穿始终,使之既符合教材体例,又能反映会展旅游的国内外最新发展动态,具有很强的时效性和科学性。会展旅游消费者行为、会展旅游产业集群、会展旅游核心竞争力评价、会展旅游目的地形象策划与品牌管理等内容都是首次在《会展旅游》教材中出现,具有明显的创新特色和一定的理论深度。

最后,我们力图实现讲授和自学的好读好懂、好用适用。教材的每章在正文之前配以学习目标,进行导学和提示;在正文当中穿插小案例、图表、小链接,帮助学生理解和分析;在正文之后增加小结、关键词和复习思考题,便于学生回顾和记忆;最后配以综合案例和案例讨论题。本套丛书每种教材的谋篇布局环环相扣、逻辑严密、层次清晰,追踪前沿、解剖案例、传授技巧,教习结合、学练叠成。全套教材可作为会展专业本、专科生的专业教材,也可供会展从业人员培训使用和对会展有兴趣的各界人员自学使用。

总之,实现主干课程之间教学内容的科学分割、单门课程内容体系的科学完整、内容体系与国际接轨并体现中国特色、达到一定的理论深度、好读好懂、好用适用,是本套教材编写人员和出版单位共同的追求和期望。

本套教材将是我校和参编院校会展专业教师们多年研究心得的总汇及多年教学经验的集成;同时,还包括老师们来不及发表的成果和在研的问题及课

题。我们真诚地期待更多的良师益友参与探索，对本套教材的不足之处提出批评和指导意见。

广东商学院“会展管理核心课程创新系列教材”编委会

顾问：马 勇 教授

教育部工商管理学科专业教学指导委员会
旅游与会展学科组组长

2010 年 7 月

目 录

第一章 会展与会展旅游概述	(1)
第一节 会展与会展旅游	(1)
一、会展的概念	(1)
二、会展旅游的概念	(1)
三、会展业、旅游业、会展旅游之间的关系	(4)
第二节 会展旅游的特征和意义	(6)
一、会展旅游的特征	(6)
二、会展旅游的意义	(11)
第三节 会展旅游的发展历史和发展趋势	(13)
一、会展旅游的发展历史	(13)
二、会展旅游的发展趋势	(15)
本章小结	(20)
本章关键词	(20)
复习思考题	(20)
综合案例	(21)
第二章 会议旅游	(26)
第一节 会议旅游的概念、特点和类型	(26)
一、会议旅游的概念	(26)
二、会议旅游的特点	(29)
三、会议旅游的类型	(36)
第二节 会议旅游的运作条件分析	(38)
一、会议旅游运作的宏观条件	(38)
二、会议旅游运作的微观条件	(39)
第三节 会议旅游的运作与管理	(43)
一、国际会议旅游的工作流程	(43)

二、会议旅游活动的管理	(46)
本章小结	(49)
本章关键词	(50)
复习思考题	(50)
综合案例	(50)
第三章 展览旅游	(54)
第一节 展览旅游的概念、特点和参与主体	(54)
一、展览旅游的概念	(54)
二、展览旅游的特点	(56)
三、展览旅游的参与主体	(60)
第二节 展览旅游的发展条件	(66)
一、展览旅游的经济条件	(67)
二、展览旅游的资源条件	(68)
三、展览旅游的区位条件	(69)
四、展览旅游的文化条件	(70)
五、展览旅游的政策条件	(70)
第三节 展览旅游的运作与管理	(71)
一、展览旅游的运作模式	(71)
二、展览旅游的产品管理	(75)
三、展览旅游的营销管理	(77)
四、展览旅游的品牌管理	(79)
本章小结	(80)
本章关键词	(81)
复习思考题	(81)
综合案例	(81)
第四章 节事旅游	(85)
第一节 节事旅游的概念、特点和类型	(85)
一、节事旅游的概念	(85)
二、节事旅游的特点	(86)
三、节事旅游的类型	(88)
第二节 节事旅游的形成条件	(90)
一、节事旅游形成的资源条件	(90)

二、节事旅游形成的市场条件	(91)
三、节事旅游形成的保障条件	(91)
第三节 节事旅游的运作与管理	(92)
一、节事旅游的运作流程	(92)
二、节事旅游的关系管理	(102)
三、节事旅游的信息管理	(102)
四、节事旅游的交通管理	(103)
五、节事旅游的安全管理	(103)
六、节事旅游的投诉管理	(105)
七、节事旅游的志愿者管理	(105)
本章小结	(106)
本章关键词	(106)
复习思考题	(106)
综合案例	(106)
第五章 会展旅游管理	(110)
第一节 会展旅游政府管理	(110)
一、政府主导	(111)
二、政府调控	(116)
第二节 会展旅游行业管理	(117)
一、行业协会概述	(118)
二、国际会展旅游行业管理协会管理	(119)
第三节 会展旅游危机管理	(125)
一、会展旅游危机概述	(126)
二、会展旅游危机管理理论	(128)
三、会展旅游危机管理措施	(130)
本章小结	(134)
本章关键词	(134)
复习思考题	(134)
综合案例	(135)
第六章 会展旅游消费者行为研究	(137)
第一节 会展旅游消费者心理	(137)
一、参展商心理	(137)

二、观众心理	(139)
第二节 会展旅游消费构成	(141)
一、出游频率	(141)
二、旅游消费项目	(142)
三、乘坐的长途交通工具	(142)
四、对餐饮设施的选择	(142)
五、停留情况	(143)
六、观光、娱乐与购物的潜在消费需求	(143)
第三节 会展旅游消费趋势	(145)
一、综合性需求日益增多	(145)
二、个性化、专业化需求受到青睐	(145)
三、向主动、积极参与的需求发展	(145)
四、旅游自费部分比例增加	(146)
五、消费行为更加受媒体宣传影响	(146)
本章小结	(147)
本章关键词	(147)
复习思考题	(147)
综合案例	(147)
第七章 会展旅游产业集群	(150)
第一节 会展旅游产业集群的特征描述	(150)
一、会展旅游产业集群的基本内涵	(150)
二、会展旅游集群的基本特征	(151)
第二节 会展旅游的纵向一体化与横向协作	(153)
一、会展旅游的纵向一体化	(154)
二、会展旅游的横向协作	(160)
第三节 打造会展旅游产业集群	(164)
一、宏观层面	(164)
二、中观层面	(166)
三、微观层面	(167)
本章小结	(168)
本章关键词	(169)
复习思考题	(169)
综合案例	(169)

第八章 会展旅游竞争力	(171)
第一节 会展旅游竞争力综述	(171)
一、会展旅游竞争力的界定	(171)
二、我国会展旅游竞争力现状	(172)
三、会展旅游竞争力的影响因素	(173)
第二节 会展旅游竞争力评价方法	(175)
一、运用层次分析法对会展旅游竞争力进行评价	(175)
二、运用因子分析法对会展旅游竞争力进行评价	(179)
第三节 培育会展旅游竞争力的途径	(182)
一、构建会展旅游产业链中的战略联盟	(182)
二、会展旅游产业链中的品牌塑造	(183)
本章小结	(185)
本章关键词	(185)
复习思考题	(185)
综合案例	(185)
第九章 会展旅游目的地形象策划与品牌管理	(194)
第一节 会展旅游目的地形象策划	(194)
一、会展旅游目的地形象相关概念界定	(194)
二、会展旅游目的地形象研究的意义	(196)
三、会展旅游目的地形象设计的内容	(198)
四、会展旅游目的地形象策划方法	(199)
第二节 会展旅游目的地品牌效应与品牌维护	(209)
一、相关概念连接	(209)
二、会展旅游目的地品牌效应	(212)
三、会展旅游目的地品牌的维护	(214)
第三节 会展旅游目的地形象传播	(218)
一、会展旅游目的地形象传播的重要性	(218)
二、会展旅游目的地形象传播的基础——受众分析	(218)
三、形象传播的主要渠道与一般策略	(219)
本章小结	(223)
本章关键词	(223)
复习思考题	(223)

综合案例	(224)
第十章 会展旅游的综合效应	(228)
第一节 会展旅游的积极影响	(228)
一、带来巨大经济收益	(228)
二、带动相关产业发展	(229)
三、促成新型组织形式和组织结构	(229)
四、完善城建设施,改善城市环境	(230)
五、增加标志性建筑和旅游吸引物	(231)
六、提高城市知名度	(231)
七、提升城市形象	(231)
第二节 会展旅游的负面影响	(234)
一、物价上涨	(234)
二、设施利用率低	(234)
三、基础设施转换难	(235)
四、产生热岛效应	(235)
五、降低游客体验	(235)
第三节 会展旅游的区域影响	(236)
一、会展旅游有利于区域国际化	(236)
二、会展旅游有利于区域现代化	(236)
三、会展旅游有利于资源整合	(237)
本章小结	(237)
本章关键词	(237)
复习思考题	(237)
综合案例	(238)
第十一章 会展旅游的国际比较	(241)
第一节 国外会展旅游概况	(241)
一、国际会展旅游概况	(241)
二、国际会展旅游发展趋势	(242)
三、国外会展旅游发达国家发展概况	(245)
第二节 国内会展旅游现状与展望	(255)
一、国内会展旅游的现状概述	(256)
二、我国会展旅游发展的特点	(257)

三、对我国会展旅游发展的展望	(258)
第三节 国外会展旅游经验对我国的借鉴与启示	(260)
一、会展管理：政府管理和协会管理相结合	(260)
二、会展营销	(262)
三、会展服务	(263)
四、会展教育	(264)
本章小结	(265)
本章关键词	(266)
复习思考题	(266)
综合案例	(266)
 附录1 国际主要会展旅游目的地名录	 (268)
附录2 我国会展城市及其主要旅游景点	(278)
主要参考文献	(282)
后记	(285)

第一章 会展与会展旅游概述



学习目标

①掌握会展旅游的含义和组成；②认识会展旅游的特征和意义；③了解会展旅游的历史，把握会展旅游的未来趋势。

第一节 会展与会展旅游

一、会展的概念

会展是指会议、展览和节事活动的统称。目前，会展也一般指在一定地域空间，由许多人聚集在一起形成的，定期或不定期、制度或非制度的，传递和交流信息的群众性社会活动。主要包括三个部分：第一是会展展销活动，诸如各种展会、博览会、交易会等；第二是各种类型的国内外会议；第三是体育竞技活动、文化活动、大型节事活动、民俗风情活动等。从会展包含的以上三方面内容可知，会展与人类社会的进步是密不可分的。人类社会文明进步越快，对物质交流、文化交流需求也越高，会展在人类生活中的地位也越重要。目前，世界性的大型国际会议、体育运动会、文化活动、展览会、交易会等越来越多，对人类社会的经济、文化、旅游活动的影响也越来越大。

二、会展旅游的概念

会展旅游，是近年来国际上兴起的一种新型的旅游行业，是一个新名词、