



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

会展服务与管理专业模块 | 模块主编 朱承强 王昆欣

会展策划与管理

Convention Planning & Management

主编 刘嘉龙

China Tourism

中国旅游出版社



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

会展服务与管理专业模块

模块主编

朱承强

王昆欣

会展策划与管理

Convention Planning & Management

主 编 刘嘉龙

教材开发团队

刘嘉龙 张捷雷

邬 燕 章 笕 张 素



167401

广西工学院鹿山学院图书馆



d167401

中国旅游出版社

项目策划与统筹：付 蓉

责任编辑：付 蓉

封面设计：鲁 筱

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

会展策划与管理/刘嘉龙主编. --北京: 中国
旅游出版社, 2011. 6

“中国旅游院校五星联盟”中国骨干旅游高职院校教
材编写出版项目

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4181 - 9

I. ①会… II. ①刘… III. ①展览会 - 策划 - 高等职
业教育 - 教材 ②展览会 - 管理 - 高等职业教育 - 教材
IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 105201 号

书 名：会展策划与管理

主 编：刘嘉龙

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：20. 5

印 数：1 - 5000 册

字 数：374 千

定 价：32. 00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4181 - 9

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

本教材通过创新思维,力求从编写体例、内容编排上有所创新和发展。章节内容安排严格按照中国旅游出版社创新体例要求编写,首先提出本章学习目标,包括方法能力目标、专业能力目标、社会能力目标,并对本章学习目的、意义和主要内容进行导读。其次从导入案例入手,由浅入深、层层递进引出正文,在正文中穿插案例、图片、表格、相关链接等,图文并茂、形象生动,避免枯燥乏味;主要原理、方法、步骤以实务操作为主,努力避免大段抽象描述,教材体例和内容比较适合高职院校尤其是旅游类高职院校会展及相关专业学生学习。每章最后还对本章内容和学习要点进行回顾小结,并通过学习与思考、案例与分析、实践与训练等形式对需要重点掌握的知识点加以巩固。

本教材内容基本分为三大模块:一是原理和方法篇(第一章到第四章),主要从会展活动策划角度系统讲解会展策划原理、方法、步骤和立项策划、可行性分析等,包括会展与会展活动概述、会展活动策划原理与方法、会展立项策划与可行性分析、会展征集与造势策划等章节内容。二是项目组织和管理篇(第五章到第八章),主要从实务操作角度介绍会展活动招商招展和项目管理、现场管理、财务管理、风险管理等,包括会展活动项目组织与实施、会展市场营销与宣传推广、会展媒体合作与服务商确定、会展活动现场服务与管理等章节内容。三是会议(会展)旅游和服务篇(第九章和第十章),主要从会议(会展)旅游服务和会展客户关系管理的角度,强调会展服务的重要性,包括会议旅游策划与会议管理、会展客户关系管理与跟踪服务等内容。

本教材第一章、第二章、第三章、第四章由刘嘉龙编写,第五章由章笕编写,第六章、第七章由邬燕编写,第八章由张捷雷编写,第九章、第十章由张素编写,

前 言

全书由刘嘉龙主编统稿，浙江旅游职业学院院长王昆欣教授、上海旅游高等专科学校副校长朱承强教授、中国旅游出版社旅游理论与教材编辑室主任付蓉副编审给予指导。

编 者

2011 年 4 月

出版说明

把中国旅游业建设成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业,实现由世界旅游大国向世界旅游强国的跨越,是中国旅游界的光荣使命和艰巨任务。要达成这一宏伟目标,关键靠人才。人才的培养,关键看教育。教育质量的高低,关键在师资与教材。

经过 20 多年的发展,我国高等旅游职业教育已逐步形成了比较成熟的基础课程教学体系、专业模块课程体系以及学生行业实习制度,形成了紧密跟踪旅游行业动态发展和培养满足饭店、旅行社、旅游景区、旅游交通、会展、购物、娱乐等行业需求的人才的开放式办学理念,逐渐摸索出了一套有中国特色的应用型旅游人才培养模式。在肯定成绩的同时,旅游教育界也清醒地看到,目前的旅游高等职业教育教材建设和出版还存在着严重的不足,体现在教材反映出的专业教学理念滞后,学科体系不健全,内容更新慢,理论与旅游业实际发展部分脱节等,阻碍了旅游高等职业教育的健康发展。因此,必须对教材体系和教学内容进行改革,以适应飞速发展的中国旅游业对人才的需求。

上海旅游高等专科学校、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、南京旅游职业学院、山东旅游职业学院等中国最早从事旅游职业教育的骨干旅游职业院校,在学科课程设置、专业教材开发、实训实习教学、旅游产学研一体化研究、旅游专业人才标准化体系建设等方面走在全国前列,成为全国旅游教育的排头兵、旅游教学科研改革的试验田、旅游职业教育创新发展的先行者。他们不仅是全国旅游职业教育的旗帜,也是国家旅游局非常关注的旅游教育人才培养示范单位,培养出众多高素质的应用型、复合型、技能型的旅游专业人才,为旅游业发展作出了贡献。中国旅游出版社作为旅游教材与教辅、旅游学术与理论研究、旅游资讯等

行业图书的专业出版机构，充分认识到高质量的应用型、复合型、技能型人才对现阶段我国旅游行业发展的重要意义，认识到推广中国骨干旅游高等职业院校的基础课程、专业课程、实习制度对行业人才培养的重要性，由此发起并组织了“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高等职业院校教材编写出版项目，将五校的基础课程和专业课程的教材成系统精选出版。该项目得到了“五星联盟”院校的积极响应，得到了国家旅游局人事司、教育部高职高专旅游专业教学指导委员会、中国旅游协会旅游教育分会的大力支持。经过各方两年多的精心准备与辛勤编写，在国家“十二五”开局之年，这套教材终于推出面世了。

“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高等职业院校教材编写出版项目所含教材分为六个专业模块：“**旅游管理专业模块**”（《旅游概论》、《旅游经济学》、《旅游管理基础》、《旅游市场营销实务》、《旅游应用心理学》、《中国旅游资源概论》、《旅游电子商务》、《旅游职业英语》、《旅游职业道德》、《旅游礼宾礼仪》）；“**酒店服务与管理专业模块**”（《酒店概论》、《酒店前厅部服务与管理》、《酒店客房部服务与管理》、《酒店餐饮部服务与管理》、《酒店财务管理》、《酒店英语》、《酒店市场营销》、《调酒与酒吧服务与管理》）；“**旅行社服务与管理专业模块**”（《旅行社经营管理》、《旅游政策与法规》、《导游业务》、《导游文化基础知识》、《旅行社门市业务》）；“**景区服务与管理专业模块**”（《景区规划原理与实务》、《景区服务与管理》、《旅游资源的调查与评价》）；“**会展服务与管理专业模块**”（《会展概论》、《会展策划与管理》、《会展设计与布置》、《实用会展英语》）；“**烹饪工艺与营养专业模块**”（《厨政管理》、《烹饪营养与食品安全》、《面点工艺学》、《烹饪原料学》），共计 34 本。本套教材实行模块主编审稿制，每一个专业模块均聘请了一至三位该学科领域的资深专家作为特邀主编，负责对本模块内每一位主编提交的编写大纲及书稿进行审阅，以确保本套教材的科学性、体系性和专业性。“五星联盟”的资深专家及五校相关课程的骨干教师参与了本套教材的编写工作。他们融合多年的教学经验和行业实践的体会，吸收了最新的教学与科研成果，选择了最适合旅游职业教育教学的方式进行编写，从而使本套教材具有了鲜明的特点。

1. 定位于旅游高等职业教育教材的“精品”风格，着眼于应用型、复合型、技能型人才的培养，强调互动式教学，强调旅游职业氛围以及与行业动态发展的零距离接触。

2. 强调三个维度能力的综合,即专业能力(掌握知识、掌握技能)、方法能力(学会学习、学会工作)、社会能力(学会共处、学会做人)。

3. 注重应用性,强调行动理念。职业院校学生的直观形象思维强于抽象逻辑思维,更擅长感性认识和行动把握。因此,本套教材根据各门课程的特点,突出对行业中的实际问题和热点问题的分析研讨,并以案例、资料表述和图表的形式予以展现,同时将学生应该掌握的知识点(理论)融入具体的案例阐释中,使学生能较好地 will 理论和职业要求、实际操作融合在一起。

4. 与相关的行业资格考试、职业考核相对应。目前,国家对于饭店、导游从业人员的资格考试制度已日渐完善,而会展、旅游规划等的从业资格考核也在很多旅游发达地区逐渐展开。有鉴于此,本教材在编写过程中尽可能参照最新的各项考试大纲,把考点融入到教材当中,让学生通过实践操作而不是理论的硬背来掌握知识,帮助他们顺利通过相关的考试。

“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目是一个持续的出版工程,是以中国骨干旅游高职院校和中国旅游出版社为平台的可持续发展事业。我们对参予这一出版工程的所有特邀专家、学者及每一位主编、参编者和旅游企业界人士为此书编写贡献出的教育教学和行业从业的才华、智慧、经验以及辛勤劳动表示崇高的敬意和衷心的感谢。我们期望这套精品教材能在中国旅游高等职业教育教学 中发挥它应有的作用,作出它应有的贡献,这也是众多参与此项编写出版工作的同人们的共同希望。同时,我们更期盼旅游高等职业教育界和旅游行业的专家、学者、教师、企业界人士和学生在使用本套教材时,能对其中的不足之处提出宝贵意见和建议,我们将认真对待并吸纳合理意见和建议,不断对这套教材进行修改和完善,使之能够始终保持行业领先水平。这将是 我们不懈的追求。

中国旅游出版社

2011 年 3 月

编辑出版工作指导委员会

- 魏洪涛 国家旅游局人事司 司长
刘桐茂 国家旅游局人事司 副司长
段建国 中国旅游协会 副会长
中国旅游协会旅游教育分会 会长
刘志江 中国旅游协会 秘书长
郑向敏 华侨大学旅游学院 院长
教育部高职高专旅游管理类专业教学指导委员会 主任
杨卫武 上海旅游高等专科学校 校长
王昆欣 浙江旅游职业学院 院长
贾玉成 桂林旅游高等专科学校 校长
张新南 南京旅游职业学院 院长
狄保荣 山东旅游职业学院 党委书记
谢彦君 东北财经大学旅游与酒店管理学院 院长
李志庄 中国旅游出版社 社长
黄金山 中国旅游出版社 总编辑

编辑委员会

(按拼音首字母的音顺排序)

陈安萍	陈为新	陈增红	戴桂宝	邓德智	狄保荣	冯翔
付蓉	高元衡	黄国良	黄立萍	江涛	匡家庆	郎富平
梁赫	刘嘉龙	刘晓琳	芦爱英	任鸣	邵万宽	孙育红
覃江华	唐志国	王晞	王德成	王昆欣	王培来	韦夏婵
魏凯	温卫宁	吴云	徐云松	张浩宇	张念萍	张润生
赵建民	钟泓	周春林	周国忠	周延文	朱承强	

特邀模块主编

朱承强	王昆欣	黄国良	狄保荣
徐云松	陈增红	邵万宽	钟泓

目录

CONTENTS

前 言	1
第一章 会展与会展活动概述	1
第一节 会展与会展活动的含义	3
一、会展业的概念	3
二、会展活动项目	5
第二节 会展中心经营与管理模式	15
一、会展中心的功能布局	15
二、会展中心的经营管理	17
第三节 会展中心智能化、信息化管理	19
一、会展中心5A智能化设计	19
二、会展信息管理系统	21
第四节 国内外会展业管理机构	23
思考与训练	27
第二章 会展活动策划原理与方法	30
第一节 策划与会展活动策划	32
一、策划的起源	32
二、会展活动策划的含义	34
三、策划、规划和计划的联系与区别	34

第二节	会展活动策划基础知识.....	35
	一、“点子”策划	35
	二、“创意”策划	36
	三、“系统”策划	37
	四、“整合”策划	38
第三节	会展活动策划的核心理念.....	39
	一、会展活动策划理念的含义	39
	二、会展活动策划理念的表现	39
	三、会展活动策划的主要理念	39
第四节	会展活动策划的原理和方法.....	41
	一、会展活动创意思维训练	42
	二、会展活动策划创新方法	47
第五节	会展活动策划的基本步骤	51
	一、会展活动策划的主要程序	51
	二、会展活动策划的流程设计	53
	思考与训练.....	56
第三章	会展立项策划与可行性分析	60
第一节	会展活动项目立项策划.....	62
	一、会展活动立项策划的含义	62
	二、会展活动立项策划的基础	62
	三、会展活动项目策划的内容	63
	四、会展活动项目策划书格式	65
第二节	会展活动项目可行性分析.....	70
	一、可行性研究的含义	70
	二、会展活动项目可行性研究	72
	三、会展活动项目可行性研究的作用	73
	四、会展活动项目可行性研究报告编制规范	74
第三节	会展活动项目SWOT分析法	76
	一、SWOT分析法的含义	76

	二、SWOT战略分析矩阵.....	77
	三、SWOT分析基本模型.....	78
第四节	会展活动项目市场环境分析.....	80
	一、会展活动项目市场环境因素分析.....	81
	二、会展活动项目生命力分析.....	83
	三、会展活动执行方案分析.....	84
	四、会展活动项目财务分析.....	86
	思考与训练.....	89
第四章	会展征集与造势策划.....	93
第一节	征集活动的内容与形式.....	95
	一、征集活动的内容.....	95
	二、征集活动的种类.....	97
第二节	会展征集活动的组织与实施.....	100
	一、征集准备阶段.....	101
	二、征集实施阶段.....	104
	三、征集后续阶段.....	105
第三节	会展征集活动的实务操作.....	106
	一、标志形象征集.....	107
	二、会展活动项目征集.....	107
	三、展品征集.....	109
	四、企业赞助征集.....	110
第四节	征集活动文案的写作.....	115
	一、征集活动方案和公告要求.....	115
	二、征集公告与征集方案写作技巧.....	115
	思考与训练.....	118
第五章	会展活动项目组织与实施.....	121
第一节	会展活动项目组织管理.....	123
	一、会展活动项目组织的概念.....	123

	二、会展活动项目组织机构设置原则	123
	三、会展活动项目组织结构类型	124
	四、会展活动项目组织结构的设计与选择	125
	五、会展活动项目经理	126
第二节	会展活动项目的计划管理	130
	一、会展活动项目计划的含义	130
	二、会展活动项目计划原则	131
	三、会展活动项目计划的编制程序	132
	四、会展活动项目进度计划管理	133
第三节	会展活动项目现场管理	136
	一、展会现场布置与管理	136
	二、展会现场风险管理	141
	三、展会现场后勤管理	144
第四节	会展活动项目财务管理	148
	一、会展活动项目财务管理概述	148
	二、会展活动项目财务管理的内容	148
	三、会展活动项目利润预测分析	150
	思考与训练	153
第六章	会展市场营销与宣传推广	157
第一节	会展营销利益主体与市场要素分析	158
	一、展览利益主体价值分析	158
	二、展览活动中的三种核心价值	159
	三、会展招展的重要性	160
	四、会展营销要素分析	160
第二节	会展招展策划	163
	一、招展的准备	163
	二、招展书编写	167
	三、招展委托代理	168
	四、参展商手册编写	170

	五、招展工作方案	172
	六、招展预算编制	173
	七、招展进度控制	173
	八、参展商跟踪服务	174
第三节	会展招商策划	175
	一、招商策划的内涵	176
	二、建立目标观众数据库	176
	三、会展通讯的编辑	178
	四、观众邀请函的编写	179
	五、会展招商方案	179
	六、编制招商进度计划	181
第四节	会展活动宣传推广	182
	一、会展活动宣传推广的特点	182
	二、会展活动宣传推广的手段	183
	三、会展活动各阶段的宣传推广重点	187
	四、会展活动宣传推广计划	188
	五、新闻发布会计划	189
	六、会展活动宣传推广注意事项	190
	思考与训练	192
第七章	会展媒体合作与服务商确定	195
第一节	确定会展搭建商	197
	一、会展搭建商的职责	197
	二、会展搭建商资质考察	199
	三、指定展位搭建商的方法	203
第二节	确定会展物流商	205
	一、运输管理	205
	二、国内运输代理	209
	三、海外运输代理	211
	四、会展运输注意事项	215

第三节	确定会展合作媒体与广告商.....	218
	一、广告媒体的分类	218
	二、确定广告商	221
	三、广告宣传计划编制	223
	思考与训练.....	227
第八章	会展活动现场服务与管理	230
第一节	会展开幕现场策划与管理.....	231
	一、开幕式及现场布置	232
	二、VIP接待	233
	三、展会开幕式	234
	四、招待宴会策划	235
第二节	会展布展与现场管理.....	236
	一、展会期间展会主办方的现场工作	236
	二、撤展管理	241
第三节	参展观众类型与统计.....	242
	一、参展观众类型	242
	二、有效观众的作用	244
	三、建立目标观众数据库	245
	四、参展观众人数的统计	246
第四节	会展现场的风险与安全管理.....	247
	一、风险的识别与评估	247
	二、制定风险控制预案	249
	三、实施风险管理与控制	250
	四、媒体管理	250
	思考与训练.....	253
第九章	会议旅游策划与会议管理	257
第一节	会议内容策划.....	259
	一、会议策划的要素	259

	二、会议策划的主要内容和要求	260
第二节	会议现场管理	267
	一、会议现场布置	267
	二、会议注册管理	270
	三、会议入场管理	270
	四、会议录像	271
	五、会务服务	271
	六、会议餐饮服务	272
	七、会议安全服务	272
第三节	会议（会展）旅游项目策划	273
	一、会议旅游项目规划的原则	273
	二、会议旅游项目策划流程	274
	三、会议旅游项目选定	275
第四节	会议（会展）旅游产品的特点、形式与推介	276
	一、会议（会展）旅游产品的层次性	276
	二、会议（会展）旅游产品的形式	277
	三、会议（会展）旅游产品的推介	277
第五节	会议（会展）旅游运作实务	277
	一、服务部门和企业	277
	二、服务模式	278
	三、旅行社会议旅游服务	278
	思考与训练	279
第十章	会展客户关系管理与跟踪服务	282
第一节	会展客户关系管理	283
	一、会展的客户	283
	二、会展客户关系管理的概念	284
	三、会展客户关系管理的必要性	285
	四、会展客户关系管理的基本内容	287
	五、会展客户关系阶段性策略	289