

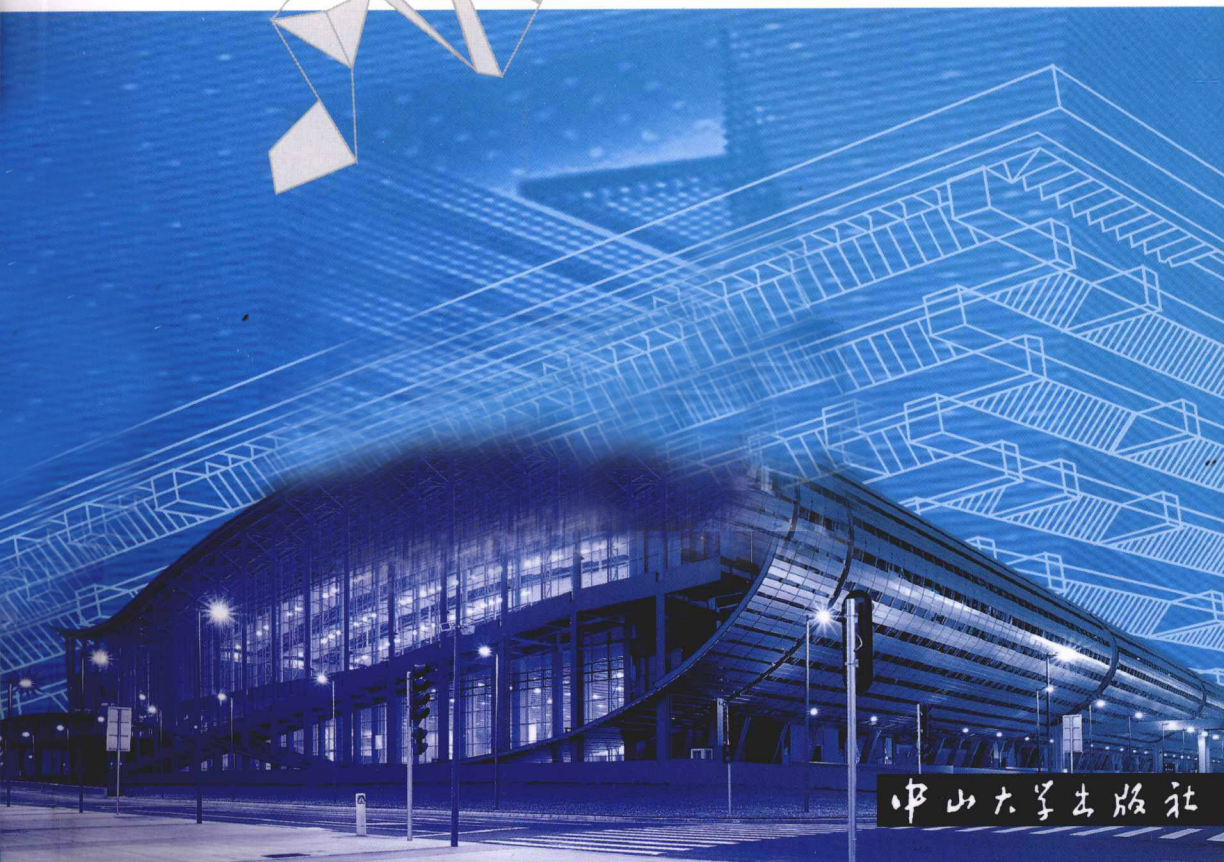
会展管理核心课程创新系列教材

张河清 张玉明 主编

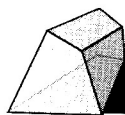
会展企业管理

袁亚忠 主 编

曾玲芝 陈 辉 副主编



中山大学出版社



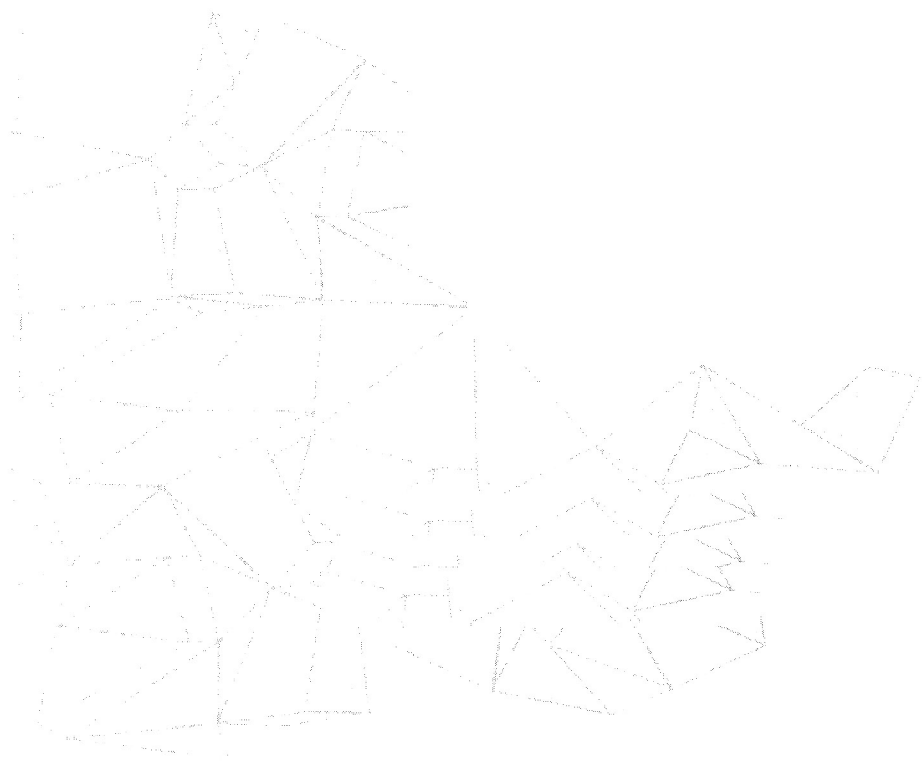
会展管理核心课程创新系列教材

张河清 张玉明 主编

会展企业管理

袁亚忠 主 编

曾玲芝 陈 辉 副主编



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

会展企业管理/袁亚忠主编;曾玲芝,陈辉副主编. —广州:中山大学出版社, 2010. 8

(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 - 03736 - 7

I. 会… II. ①袁… ②曾… ③陈… III. 展览会—企业管理—教材
IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 163081 号

出 版 人: 祁 军

策划编辑: 杨 捷

责任编辑: 杨 捷

封面设计: 林绵华

责任校对: 陈 霞

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: 广州市新光明印刷有限公司

规 格: 787mm × 960mm 1/16 24 印张 457 千字

版次印次: 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 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

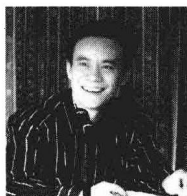
内 容 简 介

会展企业是会展经济运行的主体和微观基础。本书根据企业管理学的基本原理,结合会展行业的具体实际,对会展企业管理的理论和实务进行了概括性和系统性的论述,具体内容包括会展企业战略管理、会展企业组织与制度管理、会展企业项目管理、会展企业营销与策划管理、会展企业客户关系管理、会展企业信息管理、会展企业财务管理、会展企业危机管理、会展企业人力资源管理和会展企业文化。

本书从企业管理的角度来探讨会展企业的经营与管理,内容新颖,体例独特;注重理论与实践的结合,每章均附综合案例,以加深对相关理论的理解;构建了会展企业管理的基本框架,结构严谨。

本书可以作为会展管理专业本科生、专科生的专业教材,也可以作为广大会展从业人员和会展爱好者的培训和自学用书。

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，广东省重点扶持学科旅游管理学科负责人，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。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，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5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唯一的一等奖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，对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”（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》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》的课程内容体系是:前五章以会展服务实务与操作为主,后五章以会展服务理论与方法为主。理论与方法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)。课程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》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

前 言

随着世界经济一体化进程的加速和我国经济持续快速地发展,我国会展业产业规模正以年均 20% 的增长率递增,成为我国经济的新亮点。作为快速成长的朝阳产业,会展业有着广阔的发展空间和巨大的增长潜力。我国许多中心城市、省会城市和一些会展业发展条件较好的地级城市纷纷把会展业定位为当地经济的支柱产业,并出台相应的扶持政策,大力推进会展业的发展。在会展业蓬勃发展的过程中,作为会展经济运行的主体——会展企业,发挥了举足轻重的作用。但与世界会展发达国家相比,我国会展企业“小、散、弱”的问题非常突出,运作不规范、管理不科学的现象也很普遍。

为了提高我国会展企业的市场竞争力和参与国际竞争的能力,针对我国会展企业的实际情况,紧密结合现代企业管理学发展趋势,充分吸收国际会展管理的先进思想和实践经验,我们编写了这本专业教材。

本书从现代企业的角度来探讨会展企业的经营管理,内容新颖,并结合会展行业发展的热点和难点问题,力求把握会展企业管理研究的最新动态;注重理论与实践的结合,例证丰富,说理清楚。全书共 11 章,内容涵盖会展企业的战略管理、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 and 企业文化。每一章均配有学习目标、本章小结、基本概念、复习思考题和综合案例,便于读者系统地学习和掌握各章内容。

本书既可作为高等院校会展专业教材用书,又可作为会展从业人员的工作参考书,也可供广大有志从事会展工作的人员自学使用。

本书由管理学博士袁亚忠副教授策划并设计编写大纲。袁亚忠撰写第一章和第四章;曾玲芝撰写第五章和第六章;陈辉撰写第七章;侯辉撰写第二章;杜荣凤撰写第九章和第十章;李卫飞撰写第三章和第八章;沈丹辉撰写第十一

章。全书最后由袁亚忠统编定稿。

本书在编写过程中，参考并引用了许多专家学者的研究成果，并将主要参考文献附于书后，在此一并表示诚挚的感谢。由于编者学术水平和时间有限，书中缺憾和不足在所难免，恳请各位学界同仁和读者批评指正。

编者
2010年6月于广州

目 录

第一章 会展企业管理概述	(1)
第一节 会展企业的类型和特点	(1)
一、会展企业的概念和类型	(1)
二、会展企业的特点	(2)
第二节 会展企业管理的主要内容和研究方法	(3)
一、会展企业管理的定义和功能系统	(3)
二、会展企业管理的主要内容	(5)
三、会展企业管理的研究方法	(6)
第三节 会展企业管理的理论基础和理论发展趋势	(8)
一、会展企业管理的理论基础	(8)
二、会展企业管理理论的发展趋势	(12)
本章小结	(17)
本章关键词	(17)
复习思考题	(17)
综合案例	(17)
第二章 会展企业战略管理	(20)
第一节 战略管理概述	(20)
一、战略与战略管理的定义	(20)
二、战略管理的特点	(21)
三、战略管理的作用	(22)
四、战略管理的过程	(23)
第二节 会展企业战略环境分析	(23)
一、会展企业外部环境分析	(23)
二、会展企业内部环境分析	(29)

第三节 会展企业战略目标的确定	(36)
一、企业使命和企业战略目标的定义	(36)
二、会展企业战略目标的作用	(37)
三、会展企业战略目标的内容	(37)
四、会展企业战略目标体系	(38)
五、会展企业战略目标制定过程	(38)
六、会展企业战略目标制定原则	(39)
第四节 会展企业战略的制定、评价和选择	(39)
一、会展企业战略类型	(39)
二、会展企业战略制定	(43)
三、会展企业战略评价和选择	(44)
第五节 会展企业战略的实施和控制	(51)
一、会展企业战略实施	(51)
二、会展企业战略控制	(56)
本章小结	(60)
本章关键词	(60)
复习思考题	(60)
综合案例	(61)
 第三章 会展企业组织与制度管理	 (65)
第一节 会展企业组织	(65)
一、会展企业组织概述	(65)
二、会展企业组织运作特点	(66)
第二节 会展企业组织结构设计	(68)
一、会展企业组织结构设计的特殊性	(68)
二、会展企业组织结构设计的原则	(69)
三、会展企业组织结构设计的影响因素	(72)
四、会展企业组织结构设计的任务	(74)
五、会展企业组织结构设计的內容	(75)
六、会展企业组织结构设计的步骤	(79)
七、会展企业常见的组织结构类型	(81)
第三节 会展企业制度管理	(85)
一、会展企业制度的定义	(85)
二、会展企业制度的特征	(86)

三、会展企业制度的内容	(87)
四、会展企业制度的制定	(89)
五、会展企业制度化管理	(92)
本章小结	(93)
本章关键词	(94)
复习思考题	(94)
综合案例	(94)
第四章 会展企业项目管理	(96)
第一节 会展项目与项目管理	(96)
一、项目的定义及其特征	(96)
二、项目管理的定义、特征及其发展历程	(98)
三、会展项目的定义、特征及其类型	(100)
四、会展项目管理的定义、过程及其发展趋势	(102)
第二节 会展项目管理的实施	(104)
一、会展项目启动	(104)
二、会展项目规划	(107)
三、会展项目执行	(110)
四、会展项目结束	(112)
第三节 会展项目评估	(112)
一、会展项目评估的定义、目的和特点	(112)
二、会展项目评估的内容	(114)
三、会展项目评估的程序	(117)
本章小结	(119)
本章关键词	(119)
复习思考题	(119)
综合案例	(120)
第五章 会展企业营销与策划管理	(125)
第一节 会展企业营销信息与调研	(125)
一、会展企业营销的定义	(125)
二、会展企业营销信息系统	(126)
三、会展企业营销调研	(128)
第二节 会展企业营销战略	(132)

一、会展市场细分	(132)
二、选择目标市场	(136)
三、会展市场定位	(138)
第三节 会展企业营销策略	(139)
一、会展产品策略	(139)
二、会展产品定价策略	(142)
三、会展企业营销渠道策略	(145)
四、会展企业促销策略	(147)
第四节 会展策划	(149)
一、会展策划的定义、特点和原则	(149)
二、会展策划的内容和程序	(152)
本章小结	(155)
本章关键词	(156)
复习思考题	(156)
综合案例	(156)
第六章 会展企业客户关系管理	(160)
第一节 会展企业客户关系管理概述	(160)
一、会展企业客户的类型	(160)
二、会展企业客户关系管理的定义、目标和功能	(161)
三、会展企业客户关系管理的意义	(165)
第二节 会展企业客户关系管理的内容、方法和策略	(166)
一、会展企业客户关系管理的内容	(166)
二、会展企业客户关系管理的方法	(169)
三、会展企业客户关系管理的策略	(170)
第三节 会展企业客户关系管理系统的实施	(173)
一、会展企业客户关系管理系统的功能	(174)
二、会展企业客户关系管理模块的管理对象	(175)
三、会展企业客户关系管理系统总体框架	(177)
四、会展企业实施客户关系管理系统应注意的问题	(179)
本章小结	(181)
本章关键词	(181)
复习思考题	(181)
综合案例	(182)

第七章 会展企业信息管理	(186)
第一节 信息管理概述	(186)
一、信息概述	(186)
二、信息化概述	(189)
三、信息管理	(191)
四、信息资源管理	(194)
第二节 会展企业信息管理系统	(198)
一、会展企业信息管理系统规划的常用方法	(198)
二、会展企业信息管理系统的组织和管理	(200)
三、会展企业信息管理系统的运营维护	(202)
四、会展企业信息管理系统的评价	(204)
第三节 会展企业信息资源管理	(205)
一、会展企业信息资源管理的内容、特征和作用	(205)
二、实现会展企业信息资源管理的途径	(207)
三、我国会展企业信息化发展趋势	(209)
本章小结	(211)
本章关键词	(211)
复习思考题	(212)
综合案例	(212)
第八章 会展企业财务管理	(217)
第一节 会展企业财务管理概述	(217)
一、会展企业财务管理的定义	(217)
二、会展企业财务管理的内容	(218)
三、会展企业财务关系	(220)
四、会展企业财务管理的目标及其原则	(222)
五、会展企业财务管理的方法	(225)
第二节 会展企业财务预算管理	(229)
一、会展企业项目预算	(230)
二、会展企业部门预算	(231)
三、会展企业财务预算的执行与控制	(232)
第三节 会展企业财务风险与防范	(232)
一、会展企业财务风险的表现	(233)

二、会展企业财务风险的防范与控制	(234)
第四节 会展企业融资管理	(237)
一、会展企业的融资方式	(237)
二、会展企业负债融资	(238)
三、会展企业负债融资时需要考虑的因素	(240)
第五节 会展企业财务报表	(241)
一、会展企业财务报表的内容	(241)
二、会展企业财务报表分析	(241)
本章小结	(246)
本章关键词	(246)
复习思考题	(247)
综合案例	(247)
第九章 会展企业危机管理	(248)
第一节 会展企业危机管理概述	(248)
一、会展企业危机管理的相关概念	(248)
二、会展企业危机的类型	(251)
三、会展企业加强危机管理的意义	(255)
四、会展企业危机管理的程序	(256)
第二节 会展企业危机预警管理	(257)
一、企业危机预警管理的实践	(258)
二、会展企业危机预警管理的对策	(260)
第三节 会展企业危机处理与危机恢复	(266)
一、会展企业危机处理的原则	(267)
二、会展企业危机处理的一般步骤	(268)
三、会展企业危机处理的对策	(270)
四、会展企业危机的恢复	(278)
本章小结	(279)
本章关键词	(279)
复习思考题	(279)
综合案例	(279)
第十章 会展企业人力资源管理	(282)
第一节 会展企业人力资源管理概述	(282)

一、会展企业人力资源及人力资源管理的定义	(282)
二、我国会展企业人力资源状况	(285)
三、会展企业人力资源管理的意义	(289)
第二节 会展企业员工招聘	(290)
一、会展企业员工招募	(291)
二、会展企业员工甄选	(294)
三、会展企业员工录用和评估	(297)
第三节 会展企业员工培训和开发	(298)
一、会展企业员工培训和开发概述	(299)
二、会展企业员工培训和开发的过程	(301)
三、会展企业员工培训和开发机制	(305)
第四节 会展企业员工绩效管理	(307)
一、会展企业员工绩效管理概述	(307)
二、会展企业员工绩效管理的过程	(310)
三、会展企业员工绩效管理的方法	(313)
第五节 会展企业员工激励	(315)
一、激励概述	(315)
二、会展企业员工激励存在的问题	(318)
三、会展企业员工激励机制	(320)
本章小结	(323)
本章关键词	(323)
复习思考题	(323)
综合案例	(324)
 第十一章 会展企业文化	 (327)
第一节 企业文化理论和会展企业文化的形成	(328)
一、企业文化研究的兴起	(328)
二、我国会展企业文化的形成和发展	(330)
第二节 会展企业文化概述	(331)
一、会展企业文化的概念和特征	(331)
二、会展企业文化的内容	(334)
三、会展企业文化的功能	(336)
四、会展企业文化的结构	(339)
第三节 会展企业的物质文化	(340)