



# CONVENTION AND EXHIBITION

高等院校会展专业系列教材

丛书主编 冯 玮

## 会展服务管理

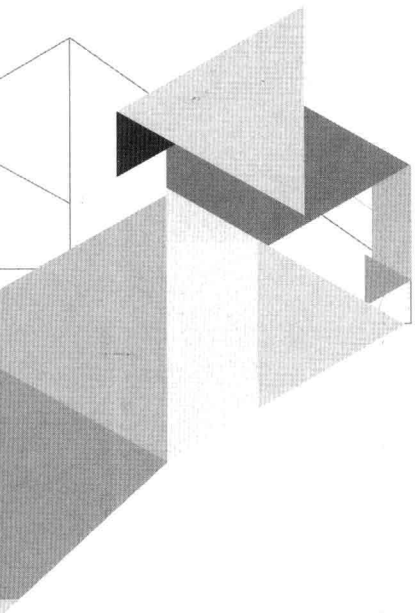
主 编 李志飞

副主编 余 纯 李江敏



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



# CONVENTION AND EXHIBITION

高等院校会展专业系列教材

丛书主编 冯 玮

## 会展服务管理

主 编 李志飞

副主编 余 纯 李江敏



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

会展服务管理/李志飞主编;余纯,李江敏副主编. —武汉:武汉大学出版社,2013.8

高等院校会展专业系列教材/冯玮丛书主编

ISBN 978-7-307-11073-1

I. 会… II. ①李… ②余… ③李… III. ①展览会—商业服务  
②展览会—商业管理 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 138571 号

责任编辑:谢群英 责任校对:刘欣 版式设计:韩闻锦

---

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:荆州市鸿盛印务有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:19.75 字数:392千字 插页:1

版次:2013年8月第1版 2013年8月第1次印刷

ISBN 978-7-307-11073-1 定价:32.00元

---

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

# 总 序



会展业是现代服务业的重要组成部分，其影响面广、关联度高、发展潜力巨大。世界会展业发展趋势表明，会展业正日益成为全球信息交流、技术进步和文化发展的重要载体，成为与交通运输、住宿餐饮、零售贸易、房地产等产业关联度很高的综合性服务贸易行业；会展业对区域经济发展的带动作用也令人瞩目，远有瑞士小镇达沃斯因世界经济论坛名扬全球，近有海南博鳌小镇因博鳌亚洲论坛一鸣惊人，这些都是会展业带动区域和城市经济发展的成功范例。由此可见，会展业已成为行业间、地区间和国家间交流与合作的桥梁纽带，宣传推介各行业和各城市的窗口平台，反映地区经济、社会发展状况的晴雨表和风向标。

当前我国会展业迎来了良好的发展机遇。一方面，党中央、国务院高度重视服务业发展。“十二五”规划纲要中明确提出：“把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点。”另一方面，我国会展业发展进程加快，创造了巨大的经济效益和社会效益。会展业与旅游业、房地产业并称为三大新经济产业，已经成为新的经济增长点，以年均20%的速度递增。现代会展业已继旅游业和房地产业之后成为拉动我国经济发展的三大支柱产业之一，成为现代服务业不可或缺的重要组成部分，未来发展潜力巨大。

伴随着会展业的快速发展，我国会展高等教育也进入了快速发展期。目前全国开办会展专业的高等院校已有100余所。会展业的快速发展急需高等院校培养大批高素质的专业人才。为了适应新形势下会展专业人才培养的实际需要，武汉大学出版社特组织高等院校的专家学者以及会展业界人士，编写了本系列会展专业教材，本系列教材共六册，包括《会展概论》、《会展营销》、《会展策划》、《会展项目管理》、《会展英语》(第二版)和《会展服务管理》。

本系列教材编写体现了系统、开放、实用的原则，具有以下三个特点：

其一，系统性强。力求系统介绍会展基础理论和专业知识，做到理论体系完整、内容丰富全面、观点新颖。全面梳理总结会展运营与管理的基础理论、工作程序和工作方法，并系统展现当前会展业发展的前沿理论和热点研究话题。

其二，视野开阔。本系列教材的编写人员有着不同学术和工作背景。作者队伍包括高等院校会展专业教师、会展业界的专业人士以及会展研究机构的专家学者。他们能够准确把握会展行业发展的现实，在教材内容编排和材料选择方面视野开



阔、开放包容，力图做到立足本土、兼容并蓄。

其三，注重实用。教材编写坚持会展理论与行业实践相结合的理念。在系统介绍会展基础理论和专业知识的基础上，结合会展工作重点，精选会展行业经典案例，并设计实务训练项目，使学习者全面掌握会展基础理论、工作方法与实践技能。案例材料经典丰富，所选案例材料具有典型性、真实性和实效性，能够切实帮助学习者深入了解会展行业，提高他们的实际操作能力和技巧。

本系列教材既可作为高等院校会展专业教学用书，又可作为自学考试、职业培训的教学或参考用书。欢迎高等院校会展专业师生和相关行业人士选用。由于时间和水平有限，本系列教材难免存在不足之处，恳请读者提出宝贵意见，以使本系列教材日臻完善。

高等院校会展专业系列教材  
编写委员会

# PREFACE 前言



会展服务管理是现代服务业发展中必不可少的新兴领域，面对会展业蓬勃发展的时代背景和会展人才的培养需求，本书充分体现会展学科向现代管理学领域转移的趋势，突出会展服务的特点。

会展服务管理在会展产业链中处于核心位置，它决定着整个会展工作的成效。在会展专业人才的培养中，会展服务管理是一门核心的主干课程。

本书在编写过程中，吸收了国内外会展相关研究的新成果，运用案例直观教学、情景假设、强化基本技能训练，特色鲜明。本书的主要特点是：

1. 实用性，突出论述会展服务管理的基本内容。
2. 系统性，把本书内容系统地分为导论篇、会议服务篇、展览服务篇，更易于学生们对知识点的把握。
3. 整合性，本书通过前人对会展服务管理的研究，总结出重要的知识线索。
4. 易读性，本书在编写形式上大量使用图、表、例文等，简明扼要，便于学生领悟与学习。

本书的基本结构为：在每章开篇突出知识要点，配以章节相关案例引出本章节要研究的问题；然后通过层层递进或平行的理论讲述，突出重点，完成章末小结；最后设计本章案例讨论以及本章问题讨论，使学生通过案例和问题讨论来巩固本章节所学的知识点。

本书的完成离不开众多会展专家的研究成果，所以笔者对本书引用了大量会展专家们研究成果表示感谢和敬佩。由于会展业还是一个新兴的产业，会展服务管理的诸多方面内容仍处于实践和探索的阶段，因此，本书难免会存在一些不足和欠妥之处，恳请各位读者予以批评指正，期望今后能不断完善。

李志飞

2013年7月于武汉

# CONTENTS 目录



## 第一篇 导论篇

<b>第一章 会展服务管理理念</b> .....	3
导论.....	3
<b>第一节 会展服务管理概述</b> .....	5
一、服务业和会展业的发展催生了会展服务管理的诞生 .....	5
二、会展服务研究的对象和任务 .....	8
三、会展服务特征 .....	9
四、会展服务市场要素 .....	11
五、会展服务管理原则 .....	14
<b>第二节 会展服务管理内容与体系</b> .....	15
一、会展服务管理的内容.....	15
二、会展服务管理体系 .....	16
三、会展服务营销 .....	18
<b>第二章 全球视野下的会展服务管理</b> .....	24
<b>第一节 中国会展服务管理</b> .....	25
一、中国会展服务管理的发展 .....	25
二、中国会展服务管理的发展现状 .....	27
<b>第二节 全球化背景下的会展服务管理</b> .....	29
世界会展业的发展状况 .....	29
<b>第三节 会展服务管理中信息技术的应用</b> .....	31
一、会展信息 .....	31
二、会展信息的种类 .....	32
三、会展管理信息系统及其功能 .....	32
四、管理信息系统在会展服务管理中的作用 .....	35
五、会展服务管理信息系统的主要内容 .....	35
六、会展管理信息系统的开发与维护 .....	37
七、信息技术在会展中的应用 .....	37



<b>第三章 服务管理理论</b> .....	41
<b>第一节 服务管理概述</b> .....	42
一、服务管理发展的历史沿革 .....	42
二、服务管理的基本观点和相关研究主题 .....	45
三、服务管理理论的内容 .....	49
<b>第二节 服务管理理论的发展</b> .....	52
一、服务管理理论发展趋势 .....	52
二、关于服务竞争、服务质量、服务能力 .....	53

## 第二篇 会议服务篇

<b>第四章 会议服务概述</b> .....	61
<b>第一节 会议服务基本知识</b> .....	64
一、会议服务的种类与外延 .....	64
二、会议活动的构成要素 .....	66
三、会议的功能 .....	68
四、会议专业服务 .....	69
<b>第二节 会议服务的现状</b> .....	69
一、会议服务的现状 .....	69
<b>第五章 会议服务业务</b> .....	76
<b>第一节 会议组织与策划服务</b> .....	78
一、会议策划服务 .....	78
二、会议组织服务 .....	79
<b>第二节 会议营销</b> .....	82
一、会议营销服务 .....	82
二、会议营销要点 .....	83
<b>第三节 会议业务服务要点</b> .....	86
一、做好会前准备 .....	86
二、控制会议现场 .....	86
三、进行会间服务和会后服务 .....	87
四、会议评估 .....	89
<b>第六章 会议服务规范与服务流程</b> .....	94
<b>第一节 会议服务规范</b> .....	99
一、会议服务工作规范 .....	100
二、不同会场类型的服务规范 .....	103
三、会议服务规范要点 .....	106





第二节 会议服务流程·····	109
一、会前筹备工作·····	109
二、会议现场流程·····	112
三、会后整理工作·····	113
<b>第七章 会议现场服务管理·····</b>	<b>117</b>
第一节 会议现场管理基本内容·····	119
一、会议主持人·····	119
二、主持人的职责·····	120
三、会间相关服务·····	123
四、会议现场接站、报到服务·····	126
五、会议出席、发言与讨论工作·····	127
六、会议善后工作·····	129
第二节 会议现场服务的组织管理·····	130
一、会议组织设计·····	130
二、会议企业组织部门的构建·····	132
<b>第八章 会议服务质量评估与管理·····</b>	<b>137</b>
第一节 会议服务质量评估·····	142
一、会议服务质量评估·····	142
二、会议质量评估的内容·····	143
三、会议服务质量评估的标准·····	146
四、提高会议质量的方法·····	147
第二节 会议服务质量管理·····	147
一、会议质量管理的规则·····	147
二、会议质量控制·····	149
三、会议服务质量调查方法·····	151
<b>第九章 会议服务礼仪·····</b>	<b>156</b>
第一节 会议服务基本礼仪·····	159
一、会议服务礼仪的重要性·····	159
二、会务人员基本礼仪·····	161
三、会议主持人和与会发言人礼仪·····	162
四、参会人员基本礼仪·····	163
第二节 会议服务其他礼仪·····	165
一、会议场所布置规范·····	165
二、会场布置细节·····	166
三、会议期间服务礼仪·····	166



四、会议文案写作礼仪 ..... 167

### 第三篇 展览服务篇

<b>第十章 展览服务概述</b> .....	179
<b>第一节 展览服务基本知识</b> .....	182
一、展览服务的内涵 .....	182
二、展览服务的特点 .....	182
三、展览服务的原则 .....	183
<b>第二节 展览服务基本要素</b> .....	184
一、展览类型 .....	184
二、参展商 .....	185
三、展会场馆 .....	186
<b>第三节 展览服务的功能与发展历程</b> .....	188
一、展览在经济发展中的功能 .....	188
二、中国展览会的发展历程 .....	190
<b>第十一章 展览服务业务</b> .....	196
<b>第一节 展览组织服务和工程服务</b> .....	199
一、展览组织服务 .....	199
二、展览展示工程服务 .....	202
<b>第二节 展览营销与策划服务</b> .....	203
一、展览服务营销的主体 .....	203
二、展览服务营销阶段 .....	204
三、展览服务营销的主要形式 .....	205
<b>第三节 展览服务要点</b> .....	205
一、展览服务的人性化处理 .....	205
二、展览服务规范化 .....	206
三、展览策划服务 .....	209
<b>第十二章 展览服务流程与规范</b> .....	214
<b>第一节 展览服务流程</b> .....	217
一、市场调研 .....	217
二、招展服务 .....	218
三、招商服务 .....	220
四、制定详细完整的会展策划方案 .....	221
五、实施前的培训 .....	223
六、印刷材料的设计制作以及相关事宜的确认 .....	224



七、展台的布置及展示 .....	225
八、相关的展会服务 .....	227
第二节 展会服务规范 .....	229
一、展会服务规范概述 .....	229
二、我国有关展览法律法规 .....	230
三、会展的审批与举办规范 .....	231
四、展会举办资格的审定 .....	231
第十三章 展览服务现场管理 .....	235
第一节 展览现场服务基本内容 .....	237
一、开幕式 .....	237
二、展台服务 .....	239
三、展会的食、宿、行服务与管理 .....	241
四、其他现场服务 .....	242
五、突发事件的处理 .....	242
第二节 展览服务现场工作及 Related 活动管理 .....	243
一、展览服务的现场工作 .....	243
二、相关活动服务 .....	247
第十四章 展览服务质量与评估 .....	252
第一节 展览服务质量评估 .....	257
一、质量评估 .....	257
二、展览质量评估的作用和特点 .....	259
三、质量评估过程 .....	260
第二节 展览服务质量管理 .....	267
一、服务质量 .....	267
二、展览服务质量管理的基本观点 .....	267
三、展览服务质量管理的基本内容 .....	268
第十五章 展览服务礼仪 .....	272
第一节 展览服务礼仪概述 .....	274
一、展览服务礼仪策划 .....	274
二、展览礼仪规范 .....	275
第二节 展览接待礼仪规范 .....	280
一、茶座礼仪服务 .....	280
二、场内礼仪服务 .....	281
三、厅室礼仪服务 .....	282
第三节 展览文案写作 .....	282



一、展览文案 .....	282
二、文案写作的功能 .....	283
三、展览文案的种类 .....	283
四、参展说明书 .....	286
参考文献 .....	300



第一篇

---

导 论 篇





# 第一章

## 会展服务管理理念

### 学习目标:

通过本章的学习,你应该能够

- 了解服务、会展服务管理的内涵和外延,把握会展服务管理的特点
- 理解会展服务的研究对象,能够阐述会展服务管理的基本内容
- 认识会展服务的发展历史和现状
- 掌握会展服务管理体系

## 导 论

自从 20 世纪 60 年代以来,服务业在社会经济中的地位与日俱增。一些发达国家的服务业占国民生产总值的比重超过 60%,部分国家接近 80%。1990 年,首届服务管理国际学术会议在法国召开,这次会议第一次明确提出了服务管理的学科概念,其后,经过来自市场营销、生产运营、人力资源管理等不同学科的学者们的努力,服务管理作为一门新兴的管理分支学科的地位逐步得到确立。

改革开放以来,我国的服务业也得到了长足发展。另外,随着人们受教育程度和生活质量的提高,其消费观念也趋于理性化和现实化,处理消费问题也更加实际。这样的大环境,也促使了市场竞争主体形式由产品竞争、质量竞争、价格竞争等方式的转变。

基于服务业的蓬勃发展和制造业在制造技术、产品功能及产品方面的趋同,市场竞争已进入了服务竞争的时代。面临服务竞争的各类企业必须通过了解和管理顾



客关系中的服务要素来获得持久的竞争优势。这就迫切需要一系列理论、方法作为服务竞争的指导原则。由于建立在物质产品生产基础上的“科学管理”理论和方法在服务竞争中的有效性受到限制，所以必须探索适合于服务特性的新的理论和方法。“服务管理”应运而生。目前，对服务管理的研究逐步从发达国家向发展中国家拓展，服务管理的理论体系也日渐成熟，这门新学科对世界经济发展所起的推动作用也越来越显著。

会展业是现代分工的产物，体现着市场经济的精髓，即根据互利互惠原则，通过营销沟通服务达成合作与协同，在全球范围内实现资源配置最优化和需求满足最大化，进而成为市场化的标志和尺度，会展服务管理是现代服务业发展中必不可少的新兴领域，在会展产业链中处于核心位置，它决定着整个会展工作的成败。（许传宏，马勇，2009）

会展是展览、会议、节庆、演出、比赛等大型活动的统称。本书论述的会展服务主要围绕着会展服务中的会议服务和展览服务展开的。



## 案例导入

新加坡是位于东南亚马来半岛南端的一个城市型岛国，地处太平洋与印度洋航运要道马六甲海峡入口、东南亚地区的中心，堪称“亚洲的十字路口”，地理位置十分重要。

新加坡会展业发展始于20世纪70年代，政府部门高度重视会展业发展，加上很高的国际开放度、有利的地理区位优势、完善的城市基础设施以及高水平的服务业水准，诸多因素导致新加坡会展旅游蓬勃发展。

20世纪90年代，新加坡会展业进入黄金发展时期。1989至2001年举办会展数量和接待人次年均增长17.7%和13.4%。每年吸引150万人次世界各地旅游者到新加坡参加各种主题国际性会议和展览，占国外旅游者总数的20%。

新加坡会展国际客源市场主要集中在亚太地区（2001年亚太地区客源市场占总客源比例高达61%），日本是其最大的客源国，其次是欧洲和美洲等国家。

会展旅游直接收入达22亿新元，而带动关联产业发展的间接收入则更是可观。据有关部门测算，新加坡会展业投入产出比例高达1:12。

会展经济强化了新加坡作为亚洲航空和海运中枢、地区政治中心、金融中心、商业和服务业中心的地位。2003年新加坡共举办国际、国内大型会议500多个，会议范围涉及制造、信息技术、能源、家具、食品、医疗、健康、快速消费品、服务等行业。知名展会有亚洲国际通讯和资讯科技展览、亚洲航空展和新加坡国际家具展等。





新加坡拥有众多先进完善的会展设施，新加坡博览中心、新达新加坡国际展览与会议中心及莱佛士会议中心是新加坡三大会展中心。

新加坡会展业的快速发展也为其在国际会展市场赢得了众多盛誉：连续19年（1984—2002）荣获国际协会联盟颁布的亚洲最佳会议城市；连续3年（2000—2002）荣获国际协会联盟颁发的世界最佳会议城市第五名；2003年在全球10个最杰出的国际会议城市中，新加坡赢得全球第三大会议城市的美誉。

新加坡博览中心是由有政府背景的集团投资建立的，每年场地出租率达45%。展览面积达6万平方米，顶棚高，无柱子，很适合举办大型机械展览。该中心总面积10万平方米，新加坡最大的无支柱会议大厅就建在这里，可容纳1.2万名会议代表，还配备了先进的翻译、通信、传播系统。每年在这里举办的各种会议、展览等活动有1200多个，许多国际高峰会议都在这里举行。新加坡博览中心附近有地铁站，有三条高速公路相通，有大型停车场；还有可同时供1万人用餐的大厨房，能为参展商提供不同档次的商务用餐。新加坡地处交通枢纽，在以新加坡为中心的3小时飞行距离内，有2.5亿人活动，每年仅中转旅游就达250多万人，非常适合举办国际性会展。目前，新加坡有64家国际航空公司航线，可直飞50个国家的152个城市。新加坡机场多次被媒体评为国际上最好的机场，出入境十分方便，旅客下飞机后，10分钟内就可以拿到托运的行李。

### 案例思考

1. 你认为有哪些因素促成了新加坡会展服务的兴盛？
2. 与新加坡会展服务相比，中国会展服务还有什么不足的地方？如何改进？

## 第一节 会展服务管理概述

会展活动作为人类物质文化交流的重要形式，种类丰富多彩，涉及范围广泛，并以其鲜明的特点，影响着人类社会的各个领域。同时，会展业因其巨大的经济效益被冠以“财富平台”、“城市经济的拉力器”的美称，会展经济的产业带动系数为1:9。据测算，每增加1000平方米的展览面积就可创造近百个就业机会。

### 一、服务业和会展业的发展催生了会展服务管理的诞生

随着服务业在国民经济发展中地位的不断凸显，服务管理也得到学术界和实践界的广泛关注。快速发展的会展业不仅以其强大的经济动力推动了一系列相关产业