

全国高等职业教育会展专业精品系列教材

会展实务

HUIZHAN SHIWU

刘红霞 ◎ 主 编



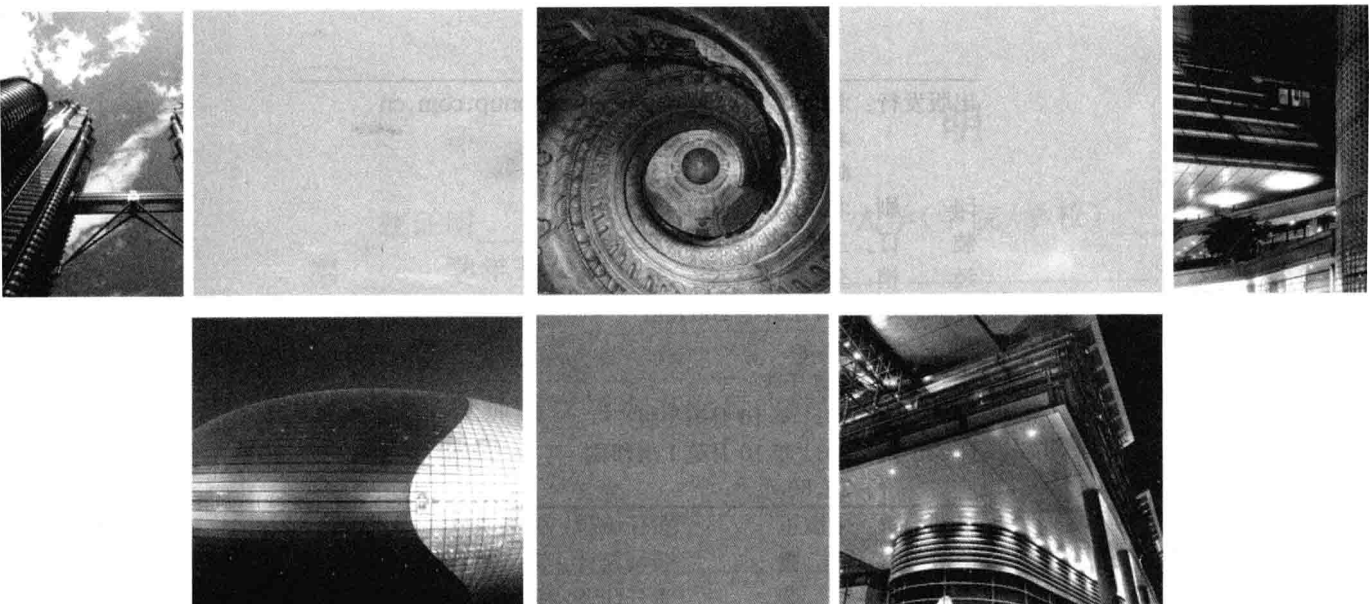
北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

全国高等职业教育会展专业精品系列教材

会展实务

HUIZHAN SHIWU

刘红霞 ◎ 主 编
招 戈 张志纯 ◎ 副主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

会展实务 / 刘红霞主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2011.10

(全国高等职业教育会展专业精品系列教材)

ISBN 978-7-303-13244-7

I. ①会… II. ①刘… III. ①展览会—高等教育—教材
IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 160573 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 北京京师印务有限公司

装 订: 三河万利装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 184 mm × 260 mm

印 张: 19.5

字 数: 385 千字

版 次: 2011 年 10 月第 1 版

印 次: 2011 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 29.80 元

策划编辑: 宋淑玉

责任编辑: 宋淑玉

美术编辑: 高 霞

装帧设计: 高 霞

责任校对: 李 菡

责任印制: 孙文凯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

序 言

21 世纪,是全球化、信息化、知识化的时代。随着中国社会经济的突飞猛进并走向成熟,综合国力的不断增强使得中国在世界的激烈竞争潮流中占有一席之地。现代服务业是我国近年提出的一个新型产业概念,展览业作为现代服务业的一个典型业态被誉为“第三产业的火车头”,成为国内外普遍关注的朝阳产业。我国成功举办了 2008 年的北京奥运会、2010 年的上海世博会、2010 年的广州亚运会等大型活动,会展业的发展离不开专业人才的支持。

目前中国会展业已进入快速发展期,同时会展教育发展迅速,全国已有 184 所高校已开设会展经济与管理专业或相关方向,200 多所职业学校已开设会展专业方向与课程,由于我国的会展专业课程开设较晚,各院校的专业课程存在较大的差异,缺乏系统的理论知识,会展专业人才资源比较缺乏。鉴于此种情况,我们决定编写本系列丛书,旨在为展览业今后的发展提供理论基础,也为展览业从业人员素质的提高提供帮助。

本系列丛书力求符合目前展览业发展对从业人员的要求,在编写体例、呈现方式、结构安排、内容选择、活动建议、专家视点、文字表述等各个环节的设计上,尽量体现展览业的时代性、世界性和实用性。因此,为了适应教育体制改革的步伐,建立具有时代特色的新型模式与新课程体系,高校教师积极合作推出了符合高校学生特点的会展专业系列丛书,为高校的会展专业课程提供较为系统且完善的教材,为培养一支高素质的专业人才奠定完善的理论基础。

本系列丛书无论从内容的编排与难易程度的把握都是一本值得推荐并适合我国会展教育的优秀教材。通过本系列丛书的学习,学生可以学到会展相关的专业知识与技能。本书在编写其间历经种种艰辛,在文案研究和实地调查相结合的基础上,参考了大量的文献资料,收集、综合各专业会展网站对会展方面的资料和范例,结合对展览公司、会议公司和展览馆、会议中心进行实际调查的案例,终于完成了从拟定提纲到成稿的全过程。

本系列丛书在教育改革精神的指引下,组织各个知名高职院校的优秀一线中青年骨干教师与专业带头人,其中既有长期工作在会展教育岗位一线的具备丰富教学经验的师资,又有拥有深厚会展行业背景和海归的师资;编写了适合高职院校课程的会展英语、会展旅游、会展策划与管理、会展服务与营销、会

展实务等方面的内容，将国内外的权威研究成果和实际案例融入其中，注重理论与实践相结合，完整而系统地阐述了会展业的相关理论，使其内容新颖、符合实际、可操作性强的特点。本系列丛书不仅阐述了专业理论知识，还编写了“知识目标”、“案例分析”、“课堂讨论”、“课内实训”，使学生在更好地学习理论知识的同时，还将理论化为实践，更好地锻炼学生的思考动手能力。

刘松萍
2011年6月

本书编写委员会

主 编：刘红霞(海口经济学院)

副主编：招 戈(广州市轻工技师学院)

张志纯(广州康大职业技术学院)

参 编：罗绮琦(广州科技贸易职业学校)

全国高等职业教育会展专业精品系列教材
基于高职高专会展课程教学与教材改革成果实践教材

编审委员会名单

■总主编

刘松萍 广州大学旅游学院教授、硕士研究生导师
商务部会展经济研究中心客座研究员
中国会展经济研究会专家委员
澳门展贸顾问
广州市政府决策咨询专家
广东省商联会会展协作专业委员会常务副主任
广州会展产业研究所所长

吴唤群 广州大学商学院教授 副院长
广州会展产业研究所研究员

■ 编审委员会名单(按作者所在学校名称音序排列)

- | | |
|-----|----------------|
| 舒立志 | 广东工程职业技术学院 |
| 熊有生 | 广东工程职业技术学院 |
| 肖铁蕾 | 广东工贸职业技术学院 |
| 杨国民 | 广东工贸职业技术学院 |
| 陈颖 | 广东交通职业技术学院 |
| 范娜娜 | 广东交通职业技术学院 |
| 高南林 | 广东交通职业技术学院 |
| 赵惠 | 广东科贸职业学院 |
| 朱学宁 | 广东科贸职业学院 |
| 万方秋 | 广东科学技术职业学院 |
| 马亚娜 | 广州城建职业学院 |
| 林瀚 | 广州大学 |
| 陈豫岚 | 广州工商职业技术学院 |
| 赖燕林 | 广州工商职业技术学院 |
| 熊金华 | 广州工商职业技术学院 |
| 杨俊 | 广州工商职业技术学院 |
| 张月丽 | 广州工商职业技术学院 |
| 周燕 | 广州工商职业技术学院 |
| 舒光美 | 广州康大职业技术学院 |
| 张志纯 | 广州康大职业技术学院 |
| 罗绮琦 | 广州科技贸易职业技术学院 |
| 薛艳 | 广州科技贸易职业技术学院 |
| 苏春 | 广州涉外经济职业技术学院 |
| 招戈 | 广州市轻工技师学院 |
| 陈亚东 | 广州铁路职业技术学院 |
| 李锦丽 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 骆群祥 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 余先玲 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 张友瑞 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 范高羽 | 海口经济学院 |
| 刘红霞 | 海口经济学院 |
| 杨亮 | 河源职业技术学院 |
| 张桂玲 | 吉林大学珠海学院 |
| 伍锋 | 江门职业技术学院 |
| 赵东平 | 江门职业技术学院 |
| 陈薇 | 顺德职业技术学院 |

前 言

会展业属于新兴的现代服务业。会展产业在我国每年以 20% 的速度迅猛发展。会展业的飞速发展带动了酒店、旅游、交通运输、广告等相关产业的发展,创造了巨大的经济效益和社会效益。而与会展业快速发展相比,我国的会展学历教育和在职培训教育却远远落后于行业发展。为了满足教学需要,也为了适应行业发展需求,我们联合多所高校的老师编撰了本教材。

会展活动的运作过程,大致可以分为会展前、会展中和会展后三个阶段。会展前工作主要集中在可行性研究、会展策划与宣传、安排展品运输等方面;会展中工作更多集中在会展活动的现场服务与管理方面;会展结束后还要进行客户跟踪服务、撰写评估、总结报告等工作。以上仅仅是会展运作的一般过程,需要说明的是,三个阶段的工作不能截然分开,有些工作很难将其划分到某一具体阶段。

为了便于教学和指导实际工作的需要,我们将教材内容结构安排为七大学习情境,包括走进会展、会展策划、会展营销、会展服务、会展管理、会展文案写作、会展信息技术。每一个学习情境中都配合大量丰富的实际案例。

本书参加编写的工作人员具体分工如下:学习情境一和学习情境三由广州市轻工技师学院招戈老师执笔;学习情境二和学习情境五由广州康大职业技术学院张志纯老师执笔;学习情境四和学习情境六由海口经济学院刘红霞老师执笔;学习情境七和附录 1、附录 2 由广州科技贸易职业学校罗琦琦老师执笔,刘红霞对全书内容进行了汇总、协调、更正、补充,并对文字进行了修改和润色。

在本书编写和整理过程中,我们吸收了近年来有关会展及相关学科的研究成果,参考了很多著名展会的网站,在此,我们一一表示感谢。由于水平有限,有些错误在所难免,我们真诚地希望各位专家、学者和广大读者给予批评和指教!

编 者
2011 年 5 月

内容提要

本书是高职高专院校会展类教材。全书包括走进会展(对会展及会展业知识的一般性介绍)、会展策划(包括展览、会议、节事活动以及相关活动策划的介绍)、会展营销(包括会议场地及会议营销、展览及展览中心营销、节事活动营销的介绍)、会展服务(包括会展前、会展中、会展后服务的介绍)、会展管理(涵盖了计划、组织、控制、评估、财务、危机、物流、客户关系管理)、会展文案写作(包括前期策划,中期、后期的主要会展文案的介绍)、会展信息技术(介绍了会展活动中的多媒体技术、网络技术、数据库技术的应用)七个学习情境。本书编写的总体思路是:每一个学习情境都有相对应的知识目标和能力目标,每一个基本学习单元都配合有相应的技能提升环节,将知识与技能相融合,突出技术性、可操作性以及实用性。大量的实际案例,使得内容生动活泼。整体版式设计新颖,强调互动性,突出人性化。

目 录

学习情境一 走进会展	(1)
项目一 认识会展业与会展经济	(2)
项目二 探讨会展活动	(20)
学习情境二 会展策划	(39)
项目一 会展策划	(40)
项目二 会展策划的前期调研	(42)
项目三 展览策划	(47)
项目四 会议策划	(56)
项目五 节事活动策划	(62)
项目六 会展相关活动策划	(66)
学习情境三 会展营销	(74)
项目一 认识会展营销	(75)
项目二 会展营销组合策略	(76)
项目三 会议场地与会议营销	(81)
项目四 展览与展览中心营销	(100)
项目五 节事活动营销	(120)
学习情境四 会展服务	(128)
项目一 会展服务	(128)
项目二 展(会)前服务	(133)
项目三 展(会)中服务	(148)
项目四 展(会)后服务	(157)
学习情境五 会展管理	(160)
项目一 会展管理	(161)
项目二 会展计划、组织、控制与评估管理	(165)
项目三 会展财务管理	(179)
项目四 会展危机管理	(190)
项目五 会展物流管理	(203)
项目六 会展客户关系管理	(207)

学习情境六 会展文案写作	(214)
项目一 会展文案概述	(215)
项目二 会展文案写作	(218)
学习情境七 会展信息技术	(272)
项目一 会展与信息技术	(273)
项目二 计算机技术与会展	(277)
附 录	(285)
附录 1: 国内外主要会展管理机构与组织	(285)
附录 2: 我国会展法规	(287)
参考文献	(296)
教学支持说明	(297)

学习情境一

走进会展

●●●● 学习目标

知识目标:

1. 理解会展的概念、特征,掌握会展的种类及功能;
2. 了解会展业及会展经济的内涵,掌握二者的联系;
3. 了解会展业的发展历史及趋势;
4. 理解会展经济在全球经济中的地位及作用。

能力目标:

1. 能列举会展经济对国民经济及日常生活的影响及作用;
2. 能分析会展的不同种类及其区别;
3. 能设计不同类型的会展主题。

【走进会展】

2010年上海世界博览会在上海成功举办,令世界瞩目,全国人民为之自豪;而享誉国内外的“中国第一大展”——中国进出口商品交易会(简称“广交会”),极大地推动了社会经济的发展,较好地促进了国内外企业多方面的交流与合作。我们还清晰记得2008年北京奥运会的辉煌,它令全世界对中国刮目相看;我们还留意到身边那些大大小小的“展销会”,丰富着人们的生活……这些,就是“会展”。

会展是一种物质、思想、信息传播和交流的方式,自产生之日起,展览、会议与人类社会的经济、文化交流就密不可分。

项目一 认识会展业与会展经济

任务一 会展业与会展经济

一、会展的概念

“会展”这一概念，可从“MICE”的英文简称中给予分析，四个字母代表的含义分别为：Meeting(会议)、Inecntive Travel Program(奖励旅游)、Convention(协会和团体组织会议)、Exhibition(展览)。随着经济的发展，“会展”的内涵进一步丰富，包括展览、会议、节事活动等，比如“中国进出口商品交易会”(即广交会)、“八国首脑高峰会议”(即 G8 峰会)、“第 29 届奥林匹克运动会”(即 2008 年北京奥运会)。

由此可见，会展是指在一定地域空间，由许多人聚集在一起形成的，定期或不定期、有规则或制度的、传递和交流信息的群众性社会活动。

会展主要包括展览、会议和节事活动。我们必须注意到：任何一次会展活动，都会涉及场馆、交通、物流、安保、住宿、餐饮、旅游、金融、宣传媒介、通信、教育培训、边检、工商、海关、保险、法律等多个行业的诸多部门或机构，并由这些部门机构提供相应配套的服务来支撑、扶助该活动的顺利举行，它们纵横交叉、紧密联系、相辅相成(图 1-1)。

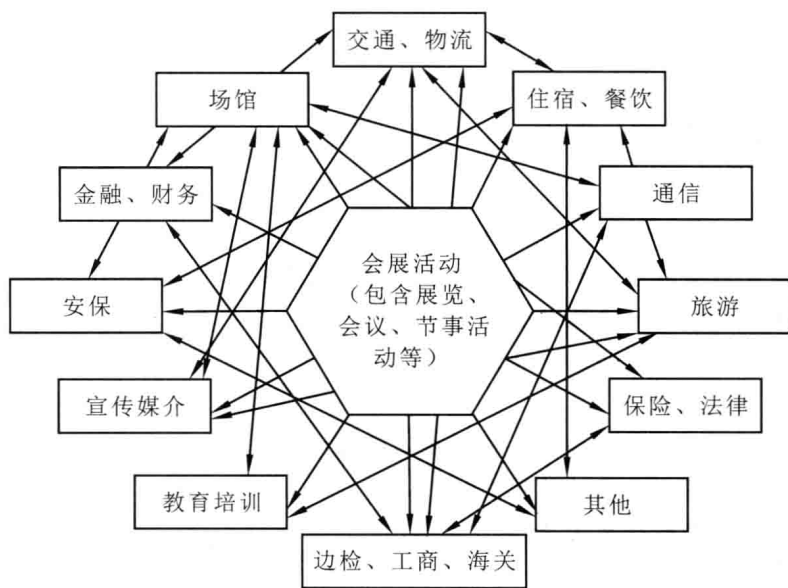


图 1-1 会展活动与各行业各部门、机构之间的关系

【经典案例 1-1】

第五届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(简称“第五届文博会”)

主办单位：‘中华人民共和国文化部、中华人民共和国商务部、国家广播电影电视总局、中华人民共和国新闻出版总署、中国国际贸易促进委员会、广东省人民政府、深圳市

人民政府

承办协办：深圳报业集团、深圳广播电影电视集团、深圳出版发行集团公司、深圳国际文化产业博览交易会有限公司

会展目的：展示+展销+贸易

会展载体：展览、会议、节事活动

举办时间：2009年5月15日至18日，共三天半

布展时间：一般布展时间为两天。该会展为2009年5月12日至14日共三天

撤展时间：一般撤展时间为展后一天。该会展为5月18日15:00—22:00

会展地点：深圳会展中心各个馆区

活动内容：

1. 博览交易——汇集中国最优秀的文化产业投融资项目和最优秀的文化企业和众多产品，品类最齐全、规模最宏大，企业或向众多观展人士充分展示企业文化及核心产品，或与采购商(合作者)达成金额可观的合作贸易意向(图1-2)；



图 1-2

2. 峰会——举办中国文化产业高峰论坛、中国文化发展战略论坛、中国文化产业投融资项目推介招商会，以及众多的商贸会议、产品发布会及新闻发布会等(图1-3)；

3. 评奖——颁发“中国文化创新奖”、“中国文化参展产品精品奖”、“组委会奖项(优秀组织奖、优秀展示奖)”等专业奖项，对中国文化产业领域最新成果和最高水准进行年度大检阅；

4. 节庆演出——众多著名的中外艺术团体在全市剧场进行商业性演出！同时组织中外群众艺术团体在深圳各个广场、社区演出，来自世界各地的朋友都能亲身体验和参与到盛大的“中外文化狂欢节”(图1-4)；

5. 网上文博会——整合产业资源，广泛汇聚国内外信息、项目、资本、技术、人才和产品，促进中国文化产业与项目的网上交易。全力打造资讯中心、交易中心、全国文化



图 1-3



图 1-4

产业项目服务工程、网上文博会、文化大观园五大重点板块；

6. 人才文博会——组织文化产业相关的机构与人才进行人才交流和宣传展示活动，同时举办文化产业人才论坛，促进文化产业人才资源的开发与交流，增强文博会的品牌效应和影响力。

具体内容：文博会期间，主办单位在以上六大活动板块的框架体系中，组织开展了五花八门的各项活动，精彩纷呈、丰富多彩，让人目不暇接。

在热烈隆重的开幕式(图 1-5)之后，紧接着就是分场馆进行各种各类的文化产业产品

的展示及展销。分别有颁奖典礼、新闻发布会、产品项目发布及展示会、各类高峰论坛及会议、钢琴艺术交流会、摄影专题讲座、种类乐器演奏会、动漫产业发展论坛、音乐论坛、拍卖会、专场外商采购大会、文化产业重大项目签约仪式,五彩缤纷的百花水果节、普洱品茗活动,艺术创作现场体验活动、插花创意PK擂台赛,各种绘画联展、爱国教育主题展、图文书展、中外各项文艺表演、制壶表演、茶艺表演、文物收藏鉴定、文化服装展、家具展、陶瓷展、白玉精品暨玉雕大师作品展、日用艺术精品展、设计师原创作品展、动漫画主题表演,还有让人叹为观止的国内外优秀文艺团体表演赛……



图 1-5

成果亮点:

1. 成交 880 亿元, 观众 357 万人次——会展规模、效益进一步提升, 人气指数、成交指数再创新高。第五届文博会总成交额达 880.69 亿元, 比上届增加 178.37 亿元; 各项活动的参观人数达 357.69 万人次, 比上届增加了 88.9 万人次。

2. 求真务实 逆势增长——总成交达 880.69 亿元! 其中, 合同金额 174.64 亿元, 占总成交额的 19.83%; 意向金额 682.27 亿元, 占总成交金额的 77.47%; 零售和拍卖金额 23.78 亿元, 占总成交金额的 2.7%。在成交中, 合同投融资、意向交易、意向投融资成交量分别比上届增加了 84.56%、32.11%、43.21%。

3. 参展单位和各类观众大幅增长——共有 28 个省区市、56 个国家和地区的 1 708 家政府组团、机构、企业参展, 并有 14 个地级市、县、区一级政府组团参展。分会场数量达 30 个, 比上届增加了 6 个, 分会场总展览面积达 124 万 m^2 , 参展商数量达 2 171 家, 各类观众数量均比上届有大幅增长。观众总人数达 357.69 万人次, 比第四届增加 88.9 万人次。来自国内外的专业观众达 37.49 万人次, 每十人中就有一位是专业观众。境外专业观众达 7.46 万人次, 增幅达 39.18%, 分别来自欧美、亚洲、大洋洲、南美洲等 56 个国家和地区。

4. 核心突出, 产业集中——主展馆文化产业核心层内容参展比例达 85.85%, 比上届提高 17.47%。文化产业核心层总成交额达 318.76 亿元, 占总成交金额的 12.38%; 创意产业项目成交额 318.14 亿元, 占总成交额的 36.23%。文化产业核心层、九大产业、创意产业三项成交叠加统计(即三项成交相加扣除重复统计部分), 签约金额 709.8 亿元, 占总成交额的 80.6%。