



(2006—2010) 教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会推荐教材
全国高职高专旅游类“十二五”示范教材

张 晶 主编

会展 服务与管理 TOURISM



南京师范大学出版社
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS



(2006—2010) 教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会推荐教材
全国高职高专旅游类“十二五”示范教材

会展

服务与管理

TOURISM

本教材编写委员会

主 编 张 晶

副主编 王尚君 聂云霞

 南京师范大学出版社
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

会展服务与管理/张晶主编. —南京:南京师范大学出版社,2013.4
(全国高职高专旅游类“十二五”示范教材/黄震方总主编)
ISBN 978-7-5651-1124-2

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 291100 号

书 名	会展服务与管理
主 编	张 晶
责任编辑	崔 兰
出版发行	南京师范大学出版社
地 址	江苏省南京市宁海路 122 号(邮编:210097)
电 话	(025)83598919(传真) 83598412(营销部) 83598297(邮购部)
网 址	http://www.njnup.com
电子信箱	nspzbb@163.com
印 刷	江苏淮阴新华印刷厂
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	16.75
字 数	418 千
版 次	2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷
印 数	1~3 600 册
书 号	ISBN 978-7-5651-1124-2
定 价	35.00 元

出 版 人 彭志斌

南京师大版图书若有印装问题请与销售商调换
版权所有 侵犯必究

全国高职高专旅游类“十二五”示范教材专家指导委员会

主任:黄震方(南京师范大学)

副主任:黄维兵(四川烹饪高等专科学校)

海米提·依米提(新疆大学)

委员:(按姓氏笔画排序)

王全在(内蒙古财经学院)

王美萍(北京联合大学)

石强(深圳职业技术学院)

冯玉珠(河北师范大学)

朱水根(上海旅游高等专科学校)

杨坚(西南大学)

杨柳(中国饭店协会)

汪京强(华侨大学)

邹益民(浙江大学)

林伯明(桂林师范高等专科学校)

赵桂毅(淄博职业学院)

唐文(吉林商业高等专科学校)

徐桥猛(无锡商业职业技术学院)

彭诗金(郑州轻工业学院)

魏洁文(浙江商业职业技术学院)

全国高职高专旅游类“十二五”示范教材编审委员会

主任:黄震方(南京师范大学)

徐蕾(南京师范大学出版社)

副主任:黄维兵(四川烹饪高等专科学校)

林荣芹(南京师范大学出版社)

委员:(按姓氏笔画排序)

丁彦宏(河北旅游职业学院)

方法林(南京旅游职业学院)

匡家庆(南京旅游职业学院)

朱海榕(南京师范大学出版社)

刘伟(广东金融学院)

刘晓琳(山东旅游职业学院)

刘惠芹(江苏经贸职业技术学院)

吉良新(日照职业技术学院)

吴云(上海旅游高等专科学校)

吴江(南京师范大学)

吴丽云(中国旅游研究院)

汪京强(华侨大学)

宋益丹(南京旅游职业学院)

张树夫(应天职业技术学院)

张骏(南京旅游职业学院)

张晶(上海旅游高等专科学校)

邹统钎(北京第二外国语学院)

周春林(南京旅游职业学院)

胡强(江苏经贸职业技术学院)

徐洪灿(应天职业技术学院)

徐桥猛(无锡商业职业技术学院)

曹艳芬(湖北职业技术学院)

崔兰(南京师范大学出版社)

詹兆宗(浙江旅游职业学院)

谢元博(桂林旅游高等专科学校)

魏凯(山东旅游职业学院)

滕玮峰(浙江商业职业技术学院)

总序

近年来,我国高等职业教育主动适应社会经济发展的需要,以培养生产、建设、服务、管理第一线的高素质技能型专门人才为主要任务,坚持以服务为宗旨、以就业为导向,走产学研结合发展道路,通过不断深化教育教学改革,推进体制机制和办学模式创新,办学思路日益明确,教育规模不断扩大,人才培养质量显著提升,为经济社会的发展提供了强大的人才支撑和智力支持。

“十二五”时期是我国高等职业教育稳步发展和全面提升的关键时期,是办学活力明显增强,办学水平整体提升,服务能力显著提高的重要时期,是高等职业教育深化改革、创新发展的攻坚时期。这一时期,也是我国文化和旅游业大发展、大繁荣的黄金机遇期。高等职业旅游教育面临着巨大的行业人才需求,也肩负着深化教育教学改革,全面提高教育质量,培养高素质技能型旅游专门人才的历史重任。

教材是实现教育目的的主要载体,是教学的基本依据,是培养高质量优秀人才的基本保证。伴随着我国高等职业旅游教育的发展,教材建设也取得了明显的成果,教材种类大量增多,教材内容不断丰富,对促进高等职业旅游教育发展起到了积极的作用。但是,现有的高职旅游教材还存在一些不足,主要表现在:一是高职教育特色不强,仍然没有完全摆脱本科压缩型的教材模式;二是教材内容与生产实践结合不紧,实践性内容相对不足,没有充分体现行业生产实践和职业技能鉴定规范的要求;三是教材低水平重复建设现象比较严重;四是教材内容比较单调、陈旧,难以适应现代技术、行业发展和教学改革要求。

高职旅游教材的编写是一项研究课题,需要变革和创新。应根据高职培养目标准确进行教材定位,按照应用导向设计教材内容结构,将“做中学”、“用中学”、“工学结合”等现代性、实用性观念融入教材,进入课堂教学。必须面向广大学生,研究专业的职业特点及培养目标的业务规格,突破传统教材框架,探索易于高职学生接受的编写模式和内容体系,编写体现高职院校自身特色的专业教材,使教材真正成为实现旅游教学与职业紧密对接的现代教学媒体。

高职旅游示范教材的编写更是一项系统工程,需要多领域高水平协同研发。南京师范

大学出版社在全国范围内精心组织编审、编写团队,其研发历经三年多时间。从深入一线课堂进行调研,听取相关领域众多师生的意见;到向全国不同教学层次学者、行业专家征求高职旅游课程建设与教材改革、行业发展新建议、新要求,在全国多所骨干、示范性高职院校旅游类重点建设专业和精品课程负责人中遴选作者;再到多次召开调研会、编委会、组稿会、统稿会、评审会……其目的在于让教材跟上时代步伐、体现高职旅游类课程改革最新成果、彰显示范性。

本套教材结合高职旅游专业的特点,围绕工作过程(任务)系统化的课程要求,在遵循科学性、职业性、实用性、创新性、示范性的编写原则的同时,在现代职业教育理念与教材有机融合、体现课程改革与高职教材特点、教材框架体系与教材内容选择、教材编写队伍与编写方式、教材立体化开发和呈现形式等方面,体现出较好的示范作用。

本系列教材基本涵盖了当前高职高专院校旅游管理、酒店管理专业基础课、专业核心课程。编写体例分两个版本:A版偏重理论知识的课程体例,提倡以案例化、能力活动化形式展现;B版偏重实践操作的课程体例,提倡以情境化、实操化形式展现。无论是A版还是B版,其基本体例都包括“目标—过程—评价”。为了让学生在学的过程中能够了解并熟悉行业要求,我们在体例设置上把“目标”进一步细化,分为“行业要求”和“学习目标或终极目标”;为了把“知识和技能”融进学习任务或工作任务中,在每个教学任务下分设了“任务目标”、“案例聚焦”、“任务执行”、“任务拓展”、“任务反馈”栏目(另外,有些教材在栏目的增减或措辞上稍有差异,以适应相关课程的具体发展要求),加强了任务与任务、项目或模块与任务之间的条理性与系统性,突出了每个栏目下内容都是科学设置、合理设计的特点;为了使得学习过程和教学过程更加完整,我们在“模块评价或项目评价”栏目下分设了“知识/技能评价”、“能力应变或实训演练”、“模块链接或项目链接”三个小栏目,与行业动态、实训内容等相联系,使得学生在过程评价或实践演练中培养素质、积累经验、提高技能。

本套教材凝聚了国内多位高职旅游院校优秀教师和行业精英的智慧和经验,体现了现代旅游职业教育的特点和教育教学改革的成果,是高职旅游专业教材改革创新的一次有益尝试,对提高旅游专业教材质量,推进专业教材建设具有积极意义。

期待这套教材的出版,能在我国旅游人才的培养中发挥重要的作用,为促进高等职业旅游教育的发展作出更大的贡献。

教育部高等学校高职高专餐旅管理与
服务类专业教学指导委员会 主任委员

南京师范大学旅游系主任、教授、博士生导师

前 言

会展服务管理是会展管理专业及会展相关专业的一门核心课程。现代会展业的管理人才必须学会会展服务管理的技能和方法。会展业的服务与管理所涉及的内容庞杂,随着会展业的不断发展、成熟与壮大,整个行业对服务与管理的要求也不断提升。面对着希望、困惑、机遇和挑战,每一个会展业的从业人员,必须不断学习,终身学习。

本书全面、系统地将会展服务与管理融为一体,以会展服务与管理的发展逻辑为主线来整理、安排内容,打破了以往教材体系结构,打造从新手的职业认知,到熟练操作懂服务,继而到策划组织会管理,最终发展到人力、财务、信息的通盘管理,全程构思、应对危机的四大职业发展阶梯,力求内容体系符合职业发展的规律,并具有一定的实践指导性和引领性。书中列举了国内会展城市、行业协会、会展企业的典型鲜活案例,深入浅出地阐释理论知识,注重案例分析和实践操作。尤其是本书紧扣会展服务技能和管理能力的培养,以市场为导向,注重实战技能的传授与演练,强调互动与实践,具有明显的创新特色。

本书内容共有行业认知、精于服务、学会管理、职业提升四大进阶,采用“构建职业进阶全景,侧重服务管理技能,概括提点通盘管理,指引行业发展路径”的编写思路,使学习者既能全面掌握会展服务行业的知识,又能分清主次,把握重点,夯实职业基本素养,清晰未来发展路径;全书包括初识会展、展前精心筹备、展中全面服务、后期细心收尾、会展配套服务、会展立项与营销、会展客户关系管理与服务、会展预算与筹资、会展风险管理、会展信息管理、会展品牌管理等方面的知识。本书可作为高等职业院校旅游专业以及会展专业学生及职业培训教学的必备教材,也可作为会展从业人员和会展爱好者进行自我提高的自学教材和会展管理者参考书。

本书在编写的过程中,着力体现以下几点:①实用性,希望撰写的内容是有用的,不是简单的说教,围绕着“会展服务与管理”这个大主题,多角度地展现工作实景,同时提出一些方法,让读者便于接受并易于上手。②真实性,教材很重要的作用是参考借鉴,能够展现工作场景的“原生态”,使学生可以学以致用,文中所选取的案例大多是在会展服务与管理工作中经常出现的真实案例,引人入胜,耐人寻味。③典型性,教材根据教学的实际需要对资源进行整合利用,选取了典型的工作情景,依照原理先行,实务跟进,案例同步,实训到位的原则,

■ 着力于工作中的热点、重点与难点问题的阐述与讲解。同时通过对典型案例的剖析来探寻某种规律,指导工作实践;通过典型案例的学习,学生可以举一反三,触类旁通。④创新性,本教材的编写体例与以往教材不同,不再采用划分章节的形式,而是从现代会展业的服务与管理工作任务分析入手,打破学科体系,通过工作任务的引领构建教材结构,以形成会展服务的基本操作技能、提升会展接待服务管理等实践能力为基本目标,围绕工作任务完成的需要来选择和组织教材内容,增强课程内容与职业岗位能力要求的相关性。本教材突出实践性、独创性,以任务为路径,以项目为形式,理论联系实践、“工学结合”是教材编写设计的核心理念。

■ 本教材由上海师范大学旅游学院/上海旅游高等专科学校张晶老师担任主编,负责教材编写大纲的确定、主要内容的撰写和最终的统稿。上海第二工业大学会展经济与管理系王尚君老师、山东交通学院管理学院旅游与会展管理教研室主任聂云霞老师担任副主编,参与相关项目的编写工作。正是由于各位编者的辛勤工作,本书才能以一种新的风格及时问世。在编写过程中我们参阅了国内外同行的有关教材与资料,在此也向有关文献的编著者表示感谢。

本书的编写受到了多方的关心和鼓励。在教材的修改和完善过程中,编者感受到了编辑部的真诚与重视,不敢懈怠,力争编写出符合高等职业教育特点的精品教材。但由于时间仓促与首次合作编写,书中遗漏和不足之处在所难免,望读者提出宝贵的意见与建议,以使本书不断充实完善。



于上海

目 录

总序 (黄震方) 001

前 言 001

职业生涯第一阶 行业认知

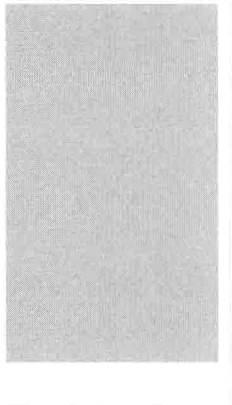
项目一 初识会展

- 任务一 了解会展及其行业特性 003
- 任务二 通晓会展业与关联产业 007
- 任务三 明确会展职业素养要求 016

职业生涯第二阶 精于服务

项目二 展前精心筹备

- 任务一 如何招展招商 031
- 任务二 撰写会展文案 037
- 任务三 提供物流服务 043
- 任务四 划分展区展位 049
- 任务五 展场设计搭建 054
- 任务六 筹备会议用品 061
- 任务七 设计布置会场 072



项目三 展中全面服务

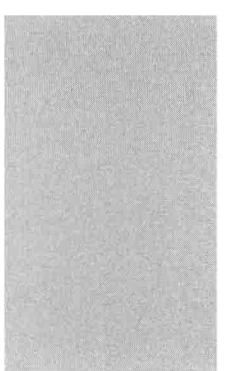
- | | | |
|-----|--------|-----|
| 任务一 | 报道注册服务 | 085 |
| 任务二 | 场馆布展服务 | 094 |
| 任务三 | 筹划开幕服务 | 097 |
| 任务四 | 现场商务服务 | 101 |
| 任务五 | 咨询投诉服务 | 103 |
| 任务六 | 会议现场服务 | 107 |

项目四 后期细心收尾

- | | | |
|-----|--------|-----|
| 任务一 | 展会后期工作 | 126 |
| 任务二 | 会议收尾工作 | 132 |

项目五 会展配套服务

- | | | |
|-----|--------|-----|
| 任务一 | 会展餐饮服务 | 136 |
| 任务二 | 会展住宿服务 | 141 |
| 任务三 | 会展交通服务 | 145 |
| 任务四 | 会展旅游服务 | 151 |
| 任务五 | 会展安保服务 | 154 |
| 任务六 | 会展清洁服务 | 159 |



职业生涯第三阶 学会管理

项目六 会展立项与营销

- | | |
|------------|-----|
| 任务一 会展项目立项 | 167 |
| 任务二 会展市场运作 | 175 |
| 任务三 会展市场营销 | 182 |

项目七 会展客户关系管理与服务

- | | |
|--------------|-----|
| 任务一 会展客户关系管理 | 192 |
| 任务二 会展客户服务管理 | 199 |

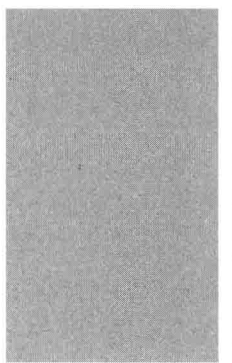
职业生涯第四阶 职业提升

项目八 会展预算与筹资

- | | |
|------------|-----|
| 任务一 会展预算管理 | 213 |
| 任务二 会展资金筹措 | 216 |

项目九 会展风险管理

- | | |
|----------------|-----|
| 任务一 知晓会展存在风险 | 222 |
| 任务二 学习会展风险管理策略 | 226 |
| 任务三 会展突发事件处理 | 230 |



项目十 会展信息管理

任务一 学习会展信息管理 ■ 235

任务二 把握网络会展趋势 ■ 238

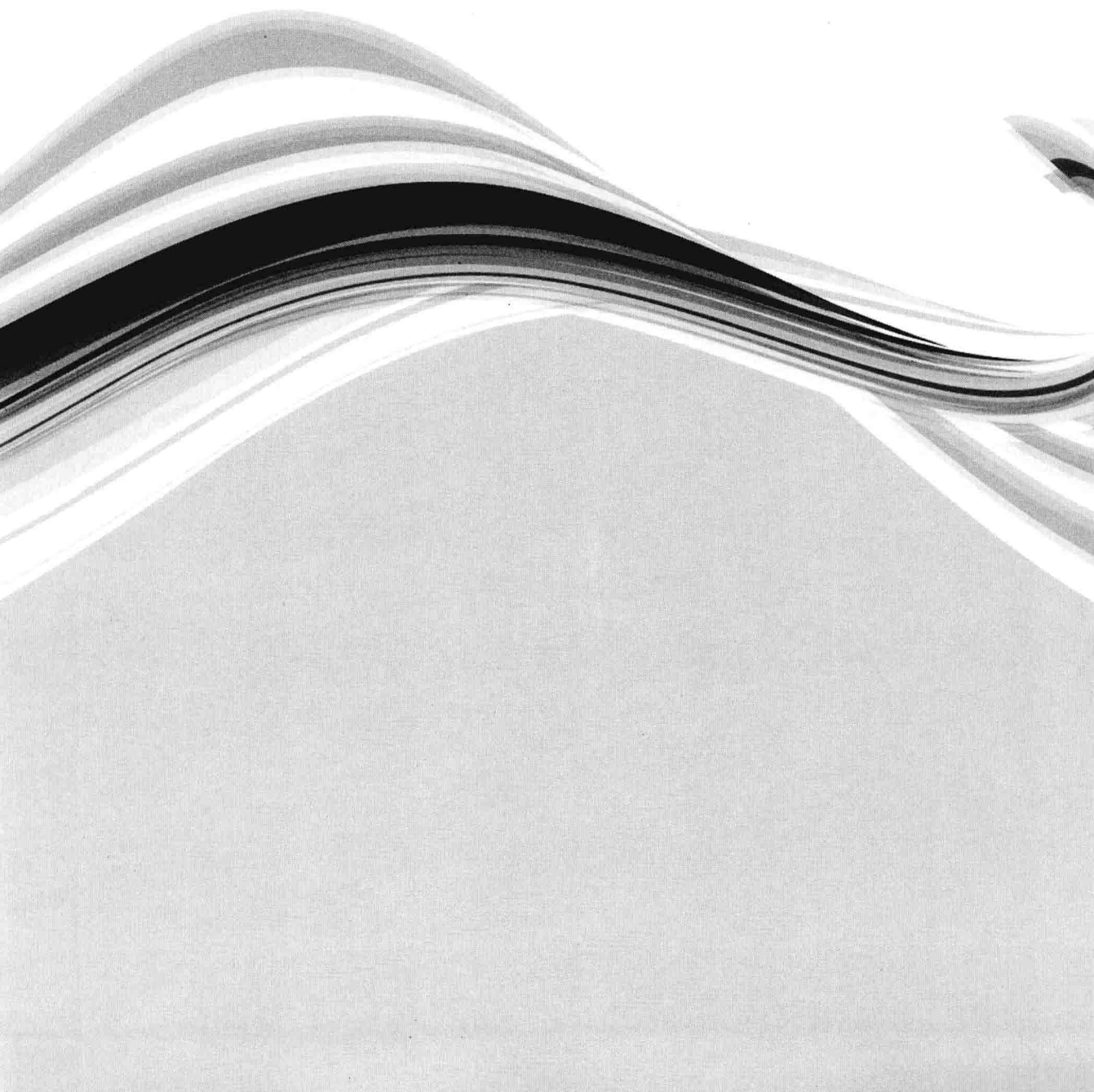
项目十一 会展品牌管理

任务一 树立会展品牌观念 ■ 243

任务二 会展品牌规划管理 ■ 248

参考文献 ■ 255

职业生涯第一阶 行业认知



项目一 初识会展

◆项目目标

【行业要求】

会展从业人员能了解会展活动的兴起及发展,理解会展的内涵,知晓会展发展的未来趋势,理清会展业的关联产业;了解一般会展公司的企业架构,知晓会展企业关键部门的职能范围,了解会展公司主要岗位的职位描述及对从业者的能力与素质要求。

【学习目标】

学生应深刻理解会展内涵与外延,把握会展的核心,了解会展发展的历史沿革及未来趋势,全方位锻炼个人从业素质,从而更好地适应会展业对从业者的要求;通过了解会展公司主要职能及岗位设置,明晰自己的未来发展方向,找到自身与岗位要求的差距,强化行业需求的各项专业技能。

◆项目任务

会展飞速发展,对于高素质人才的需求更是与日俱增。什么是会展?什么是会展业?哪些产业构成了会展产业链?会展业究竟需要怎样的人才?作为一名即将从事会展行业的人士,你究竟应该具备哪些素质?从这里你可以有所启发,并迈开了解会展的第一步。

任务一 了解会展及其行业特性

【任务目标】

学生应了解会展内涵、外延与特性,为进一步学习专业知识奠定基础。

【案例聚焦】

会展活动历史悠久,其产生和发展具有深刻的社会经济背景,并始终伴随着人类社会经济的发展而发展。会展活动是人类社会发展到一定阶段的产物。原始社会末期,社会生产力的发展带来了剩余产品和社会分工,为人类集体性的物质文化交流提供了可能。人类早期的原始集市活动、宗教祭祀活动、国家会盟以及进贡与分封活动等都是会展活动的萌芽。从历史角度看,欧洲的集市是现代展览会的前身。早在中世纪时期,欧洲一些城市就定期或不定期地在人口集中、商业较为发达的市区举行贸易集市,不少著名的集市后来都发展成了现代闻名的欧洲大型综合性博览会。16世纪的“地理大发现”使各大洲的经济和文化交流迅速密切起来。伴随着欧洲国家的殖民扩张和全球性贸易活动的发展,欧洲早期的会展活动也扩展到世界的其他地方。而现代会展经济的雏形起源于工业产品的展销。17—19世纪发生在西欧的科技革命扩大了世界的生产规模和市场规模,为会展业开辟了广阔的发展空间。

【任务执行】

一、会展的定义

从字面上分析,会展就是会议、展览等集体性活动的简称。从会展活动所发挥的功能上分析,会展是人们进行信息交流、洽谈商务合作、开展市场营销以及满足人们某种精神需求的一种活动形式。

会展活动主要包括会议(Convention

and conference)和展览(Exhibition)两个基本组成部分。但是会展不只是“会议展览”的简称,其内涵是非常丰富的,广义的会展是指在一定地域空间内,由多人集聚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体性社会活动。

国际上称会展为 MICE。M 指 Meeting,即公司业务会议;I 指 Incentive Tour,即奖励旅游;C 指 Convention、Conference,即协会或社团组织会议;E 指 Exhibition、Exposition 和 Event,即展览、展销与节事活动。它包括各种会议、展览展销活动、体育竞技活动、文化活动、节庆盛典等各种活动形式。

我们认为:会展是指在特定的空间、时间内多人集聚,围绕特定主题进行交流的活动。这一定义揭示了会展内涵的五个方面:

(1) 特定空间——会展活动通常发生在特定的空间内,一般都在会展中心或展览馆。

(2) 特定时间——会展活动一般都有特定的时间期限,如世博会一般举行六个月。

(3) 特定主题——一个会展活动通常总是围绕某一个指定主题,组织与该主题相关领域的人员汇集于该活动现场。

(4) 集聚性——展览会凝聚人气,是集体性的人类活动。有人展示、演讲,有人观赏、听讲。

(5) 交流性——会展活动的目的在于

促进人们的交流和沟通,减少交易成本。这种交流包括文化和经济两方面,如信息、知识、观念、思想、商品、物品、货币交易等。

二、会展的外延

会展的内涵必然表现为一定的活动形式,这就是会展的外延。会展的外延除了会议、展览会外,还包括博览会、展销会、展示会、交易会、洽谈会、庆典仪式、传统风俗活动、标志性活动、促销活动、体育赛事、大型文艺活动、奖励旅游等。业内很多人会把会展总结成为“会展节演赛”,因为在很多会展活动中,这五个方面都会相互交融。

但是会议、展览、节事活动三者的内涵、特点与市场运作方式都有很大的差异,为什么它们能够被纳入会展的体系呢?其主要原因如下:

(1) 它们都基本符合会展内涵的“特定空间、特定时间、特定主题、聚集性、交流性”这几个条件。

(2) 它们的场所、设施往往合一,如今的会展中心、展览中心或会议型酒店,一般都同时具备会议、展览或是演出的功能。

(3) 它们都是长时间策划、短时期聚集,对餐饮、住宿、旅游等具有很大带动性,具有影响大、规模高、拉动社会综合消费、带动相关产业发展的共性。

(4) 近年来的实践表明,它们之间的界限逐渐模糊,往往展中有会,会中有展,节中有展有会。

会展是什么?

市长说:会展是一项提升城市“两个文明”建设、利国利民的德政工程。

学者说:会展是智者的峰会,是传播新思想、新观念的论坛。

气象学家说:会展是经济发展、产品走势的风向标、晴雨表。

环保专家说:会展是“不冒烟的工厂”,是无污染的绿色产业。

经济学家说:会展是经济发展的又一个新的增长点。

预言家说:会展是充满活力、前途无量的朝阳产业。

建筑家说:会展场馆规模宏大、气派,是城市标志性建筑。

搭建商说:会展是“奢华”,一掷千金三五天,是最短命的装饰工程。

展台设计者说:会展是受参展商资金与观念限制的艺术创作。

美术家说:会展是生活中又一道五彩斑斓、丰富亮丽的色彩。

展览公司说:会展“展示别人即展示自己”。

组展商说:会展是特殊的服务行业,核心本质是服务。

参展商说:会展是最经济、最实惠、最有效的立体营销广告。

老百姓说:会展是购买物美价廉、货真价实物品的好去处。

三、会展的特性

(一) 集聚性

会展的集聚性表现在会展的举办会带来源源不断的商流、物流、人流、资金流、信息流,使得大量的人、物、信息在同一时间、空间上集聚。大量的参展单位、专业买家和商品或是与会人员的高度集中,有利于迅速发现和集中交流各方面的信息,促进贸易,加强沟通。就商业展览而言,由于展览的主办者邀请了大量的参展商与专业买家,组织了大量的商品,使参展商和买家可以在短时间内接触到大量的行业发展信息与客户信息,促进贸易的发展。而一个展会是否能够组织足够多的高质量参展单位与专业观众,也是衡量展会成功与否的重要指标。

像有较大影响和悠久历史的国际性博览活动——世界博览会的各界主办国也是极力争取更多的参展国及观众来扩大其影响力。如:1967年在加拿大蒙特利尔举办的“人类与世界”世界博览会,参会人数为5 031万;1970年在日本大阪举办的“人类的进步与和谐”万国博览会,有6 422万人次参观;1992年在西班牙塞维利亚举办的“发现的时代”博览会参观人数达到4 100万;2010年在中国上海举办的“城市,让生活更美好”世博会,更是邀请了246个国家(地区)和国际组织参展,逾7 308万人次的海内外游客参观。它们创造了世界博览会上一个个的记录,在世博会的历史中留下了深深的印迹。

(二) 综合性

会展的综合性体现在展览往往与会议、各类节事活动密切结合。过去,展览就是展出,会议就是开会,往往是相互孤立的。而如今大型的会展活动往往“会中有展,展中有会,以展养会,以会促展”。展览与会议、各类经贸活动、旅游活动、艺术节、庆典相互结合,共同配合。如一些地方举办的国际服装文化节就包含了国际服装博览会、国际服装面料展览会、国际纺织器材展览会和国际服装设计研讨会以及各类庆典仪式等内容相关的活动。这一方面反映了展览与会议、节事活动内在的联系,另一方面也使会展活动能更隆重、更有效地举行,大大丰富了会展的活动内容,提高了会展的档次,增加了活动的吸引力。

(三) 辐射性

会展是高收入、高赢利的行业,其利润率在20%以上。据统计,美国整个会展业每年的直接消费能达到828.2亿美元,并产生1 230万美元的直接税收。更重要的是,会展不仅能给城市带来场租费、搭建费、广告费、运输费等直接收入,还能拉动社会综合消费,具有强大的产业带动效应。因为会展是一种综合性的社会、经济、文化活动,涉及城市建设、交通、金融、通信、旅游、住宿、餐饮、商贸、物流、广告、印刷、保险、装饰等众多其他相关部门与行业。它在创造就业机会、改变产业结构、带动相关产业发展、推动城市基础设施建设、加强信息沟通、促