

21世纪高职高专会展专业规划教材

国家骨干高职院校建设项目会展策划与管理专业校企合作开发教材



会展信息 管理

张素◎主编
章笕◎副主编
斯海军◎主审



EXHIBITION



清华大学出版社

21 世纪高职高专会展专业规划教材

会展信息管理

张 素 主 编

章 笕 副主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是一本全面系统地介绍会展信息理论与实务的教材,是国家骨干高职院校建设项目的重点专业——浙江旅游职业学院会展策划与管理专业校企合作共同开发的教材。本书顺应信息时代的发展趋势和会展行业的发展需求,结合项目导向、产学研并行的人才培养模式,围绕会展项目的管理过程,论述网上会展、项目策划、项目运营、现场服务、场馆智能化、管理智能化6个模块的信息化管理工作,使读者能够了解会展信息化应用和管理的手段,从而提升会展职业竞争力。

本书既可作为高等院校会展管理相关专业的专业基础课教材,也可供相关行业人员培训参考使用。本书配有课件,下载地址为:<http://www.tupwk.com.cn/downpage>。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

会展信息管理 / 张素 主编. —北京:清华大学出版社, 2013.5

(21 世纪高职高专会展专业规划教材)

ISBN 978-7-302-32195-8

I. ①会… II. ①张… III. ①展览会—信息管理—高等职业教育—教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 083420 号

责任编辑:施 猛 马遥遥

封面设计:周晓亮

版式设计:方加青

责任校对:邱晓玉

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址:<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载:<http://www.tup.com.cn>, 010-62794504

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:12.5

字 数:281 千字

版 次:2013 年 5 月第 1 版

印 次:2013 年 5 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:21.00 元

前言



会展业作为现代服务业的重要组成部分，是一个信息密集型的产业，信息技术正在强烈地影响着会展业的发展。这就要求会展行业的经营管理人员不仅要具备全面专业的经营管理知识，而且要能够顺应时代发展和行业发展的需要，采用先进的信息技术处理复杂的信息资源，从而保证会展行业的健康有序发展。未来，大型会展集团将会越来越重视会展的信息化建设和应用。本教材立足会展项目管理过程中的主要环节，同时结合会展应用信息系统实例使读者了解会展信息化的应用和管理手段。本书既可作为高等院校会展管理相关专业的专业基础课教材，也可供相关行业培训参考使用。

“会展信息管理”是会展策划与管理专业的职业技术课程，是在项目导向、产学并行的人才培养模式下开发的理论和实践相结合的必修课程。本教材是浙江旅游职业学院国家骨干院校建设项目成果，综合介绍了目前会展行业所使用的会展相关软件，体现项目导向，紧密结合行业需求，围绕会展项目管理过程进行论述，主要分为网上会展、项目策划、项目运营、现场服务、场馆智能化、管理智能化6个模块。通过学习，学生可掌握一般会展项目运营的信息化管理流程，熟悉展会现场、会展场馆所必需的各种信息系统。

本教材以行业信息化需求为导向，围绕会展项目管理过程的主要环节进行信息化管理设计，使会展教育同步于会展业信息化建设和应用，让读者对会展管理信息化建设和应用有一个全面的了解。本教材主要具有以下亮点：

(1) 突出应用性。教材不仅按照会展项目管理过程的主要环节介绍信息化的建设和使用理论，而且结合会展行业信息软件，以此作为实例进行实践应用指导。教材每个项目的结尾处附有相关的实训题目和应用实例，用于指导教学实践，并附有大量案例和知识链接供读者参考，内容突出体现行业需求和行业应用的情况。

(2) 体现项目导向和产学并行。从教材编写团队的组建到教材实例的提供都有来自行业的技术顾问参与，从项目章节的模块化到各章节的知识点，都以虚拟项目和实体项目为导向，阐述相关理论知识。同时对会展行业正在应用的会展信息软件进行梳理，让学生了解会展行业信息化的建设情况，以增强学生的就业竞争力。

在本教材的编写过程中，浙江旅游职业学院会展专业所有老师对本教材的编写工作提供了大力支持，作为紧密型校企合作开发教材的合作企业——杭州磐天信息科技有限公司的工程师斯海军为本书的编写提供了技术指导，浙江旅游职业学院现代教育技术中心许

竹君老师为本书提供了支持和建议，我的学生袁双丹、史敏一协助做了资料整理工作，在此一并表示感谢。本书在编写过程中参阅和引用了部分已有的研究成果和文献，大部分已注明出处，在此谨向这些作者和企业表示诚挚的谢意，也希望这些会展信息软件能够在企业和教学中得到更加广泛的应用。由于会展信息化是一个新的领域，限于作者的经验和水平，书中难免存在疏漏和错误，不足之处敬请广大读者和专家不吝指正，反馈邮箱：zhangsu-000@163.com。

编者

2012年12月

目 录



学习项目 1 会展信息管理概述.....1

学习任务1.1 信息技术与会展业.....2

1.1.1 会展业概况2

1.1.2 信息技术概述2

学习任务1.2 会展信息及其管理.....3

1.2.1 会展企业遇到的困扰4

1.2.2 会展信息4

1.2.3 会展信息的管理8

学习任务1.3 会展信息在会展中的应用... 11

1.3.1 展馆的“智能化”11

1.3.2 会展管理和服务的“信息化”11

1.3.3 会展信息管理软件的开发和应用... 12

本章小结.....13

实训练习.....13

学习项目 2 网上会展17

学习任务2.1 电子商务基础.....18

2.1.1 电子商务发展背景与历史18

2.1.2 电子商务的概念20

2.1.3 电子商务的分类22

2.1.4 电子商务的功能24

2.1.5 会展业中电子商务的发展概况 ... 26

学习任务2.2 网上会展——永不落幕的 会展27

2.2.1 网上会展的形式28

2.2.2 网上会展的特点29

2.2.3 网上会展的服务内容32

2.2.4 网上会展运作的基本流程33

学习任务2.3 网上会展网站建设过程.....34

2.3.1 网上会展网站建设的要点34

2.3.2 网上会展网站建设的思路36

2.3.3 网上会展网站制作教学软件36

本章小结.....40

实训练习.....40

学习项目 3 会展项目策划信息管理.....49

学习任务3.1 会展策划信息市场调研.....51

3.1.1 会展策划信息市场调研的内容 ... 51

3.1.2 会展策划信息市场调研的方法 ... 55

3.1.3 会展策划信息调查方案的设计 ... 57

学习任务3.2 会展项目策划信息管理.....60

3.2.1 会展项目立项策划的信息管理 ... 60

3.2.2 会展项目可行性分析的信息管理... 65

3.2.3 会展项目策划的信息管理流程 ... 71

3.2.4 商务展览、会议文案策划流程 管理72

学习任务3.3 会展项目策划信息的应用...75

本章小结.....78

实训练习.....79

学习项目 4 会展项目运营信息管理.....84

学习任务4.1 会展项目运营信息管理的 流程86

4.1.1 展前阶段86

4.1.2 展中阶段88

4.1.3 展后阶段89

学习任务4.2 会展项目运营信息化管理的 主要内容91

4.2.1 展商信息建设	91
4.2.2 招展代理管理	93
4.2.3 招展联络管理	96
4.2.4 展位实时管理	98
4.2.5 参展费用管理	100
4.2.6 展览服务商管理	102
4.2.7 观众邀请管理	102
学习任务4.3 会展项目运营信息化管理的 实践应用	103
4.3.1 招展业务流程应用	103
4.3.2 参展商参展业务流程应用	104
4.3.3 在线展位申请业务流程应用	105
4.3.4 参展企业报到业务流程应用	106
4.3.5 会议室预订业务流程应用	107
4.3.6 观众在线预约登记业务流程应用	108
4.3.7 现场展商服务业务流程应用	108
本章小结	109
实训练习	109
学习项目 5 会展现场服务信息管理	115
学习任务5.1 会展现场信息化管理内容	116
5.1.1 展览行业的价值链分析	116
5.1.2 会展现场信息管理的意义	117
5.1.3 会展现场信息管理的对象	120
学习任务5.2 会展现场信息管理 系统	123
5.2.1 会展现场信息管理系统介绍	123
5.2.2 会展现场信息管理系统结构	127
5.2.3 多媒体技术在会展现场的应用	131
学习任务5.3 会展现场服务信息的管理与 应用	135
5.3.1 会展现场服务信息管理的具体 工作	135
5.3.2 会展现场服务信息管理系统的 应用	138
本章小结	144

实训练习	144
学习项目 6 场馆信息及智能化管理	147
学习任务6.1 国内外会展场馆发展 现状	148
6.1.1 国外会展场馆发展情况	148
6.1.2 国内会展场馆发展情况	150
学习任务6.2 会展场馆信息化建设的 结构划分	153
6.2.1 信息数据中心及应用系统平台	153
6.2.2 场馆多媒体信息发布系统	154
6.2.3 场馆经营信息管理系统	156
6.2.4 场馆服务管理系统	156
6.2.5 场馆内部办公自动化管理系统	156
学习任务6.3 场馆智能信息化建设	159
6.3.1 场馆建筑智能化系统概述	160
6.3.2 大型场馆智能化系统技术选型	161
6.3.3 大型场馆智能化系统总体技术 架构	163
6.3.4 大型场馆智能化监控网络系统	164
6.3.5 建筑设备监控系统	165
6.3.6 智能化集中监控系统	167
本章小结	169
实训练习	169
学习项目 7 会展管理智能信息化设计	175
学习任务7.1 会展管理智能信息系统 概述	176
学习任务7.2 会展管理智能信息系统安全 设计	178
学习任务7.3 会展客户关系管理系统	179
7.3.1 会展客户关系管理系统的功能	179
7.3.2 会展客户关系管理系统介绍	181
本章小结	191
实训练习	191
参考文献	194

学习项目 1

会展信息管理概述

学习目标

知识目标：了解信息技术与会展信息的内涵，掌握会展信息的分类，理解会展信息在会展业中的应用。

能力目标：能够初步分析会展信息，简单识别并总结会展信息化建设的基本情况。

导入案例

当IT与会展相遇——IT技术的非技术革命

以“聚首上海——关注中国，与中国合作”为主题的第三届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2007)于2007年1月14日至16日在上海国际会议中心举行。为期三天的论坛共吸引了来自全球17个国家和地区的600余位代表。这也是继2005年1月和2006年1月成功举办两届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO)之后，中国国际贸易促进委员会再度与全球非政府间国际展览组织——国际展览业协会(UFI)、国际展览管理协会(IAEM)和独立组展商协会(SISO)合作，共同主办的一次会展业国际盛会。目前，中国会展业正面临着如何在经济全球化的国际背景下，借鉴展览发达国家的先进经验，积极开展国际合作，提高中国会展业的核心竞争力和专业水平，使之朝着法制化、市场化、产业化和国际化的方向发展的重要问题。

本次论坛就“网络技术与会展业的相互融合和影响”进行分组会议探讨，主办方邀请了阿里巴巴集团资深副总裁兼阿里巴巴企业电子商务(B2B)总裁卫哲、环球资源首席运营官裴克为、北京慧聪国际资讯有限公司总裁、首席执行官、执行董事郭凡生、澳大利亚Info Salons 首席执行官乔安·克里维、USI公司总裁迪特·安格博等中外嘉宾进行主题演讲，提出中国会展业应综合利用信息化的机会，特别是利用互联网，这将超越地域时空的局限，克服会展硬件投资巨大、投资效益周期长等困难，引领传统的会展业成为一个高效的创新领域。

(资料来源：第三届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO2007). 中国会展[J].2007(02). 作者整理而成)

学习任务1.1 信息技术与会展业

1.1.1 会展业概况

1. 全球会展业概况

会展业起源于19世纪末的欧洲,其中德国、意大利、法国和英国是世界级的会展大国。2011年,全球共举办展会30 700个,展出净面积达1.03亿平方米,参展商280万家,专业观众2.6亿。根据2010年各国展出净面积(百万平方米)的大小,全球10大展览大国分别是美国(23.3)、中国(13.0)、德国(8.8)、意大利(6.2)、法国(5.4)、西班牙(3.5)、日本(3.2)、英国(2.8)、俄罗斯(2.6)、巴西(2.6)。国际展览业协会(UFI)预测,全球展览业年增长率预计为3%~4%。虚拟化展会以及展会数据管理将对参展商和观众具有较大的吸引力并能提供更多的增值服务。

2. 中国会展业概况

经过20多年的发展,会展业在我国逐步壮大,成为近年来我国最具活力的产业之一。中国的会展业在“十五”期间每年取得超过14%的增幅后,2007年继续呈现稳定增长的趋势。就展览项目数量而言,中国仅落后于全球第一的美国,而展览场馆数量则居世界第三位,排在美国和英国之后。会展经济作为新兴的部门经济已在国民经济中发挥越来越重要的作用。近年来,上海、广东、北京、浙江、江苏、福建、山东、辽宁等省市的会展业发展较快,已初步形成了以上海、北京、广州三大会展城市为中心的长三角地区、环渤海地区和珠三角地区会展产业带。

与发达国家相比,我国的会展业还处在发展初级阶段,但随着国内经济的迅速发展,展馆面积不断扩大,硬件设施不断完善,展览业年增长速度快于亚洲地区同期增长速度。2011年,中国共举办展览7 000场,直接产值2 980亿,占第三产业的比重为14%,室内展览面积达4 755 102平方米,占全球总量的15%,相比2006年增长幅度为48%。以北京、上海、广州为龙头的全国性展览网络已逐渐形成。从总体上看,作为朝阳产业的会展业将在今后向规模化、集团化,重视创新和绿色元素,注重会展品牌建设等趋势发展。

1.1.2 信息技术概述

信息技术是关于信息的产生、发送、传输、接收、变换、识别和控制等应用技术的总称,是实现信息采集、信息传输、信息处理、信息储存、信息检索、信息管理等功能的开发和利用手段。从对信息资源的利用性角度而言,信息技术具体包括信息处理技术、信息应用技术和信息安全技术。

1. 信息处理技术

信息与数据不同,它是指反映客观世界中各种事物的特征和变化,并可借各种载体加以传递的有用知识,而数据是指人们用来反映客观世界而记录下来的可以鉴别的数字、字母、符号、声音和图像。数据是对现实世界的观察记录,而信息是对数据的加工处理,甚至存储。因此,信息除通过人的感官获取以外,要使信息获取的效率更高,质量更好,必须通过一定的技术设备来进行。现代通信技术是信息传输、获取数据的主流途径,也是计算机网络技术的基础,主要包括移动通信技术、数据通信技术、卫星通信技术等。获取信息后的存储、加工、输出和利用需要通过计算机硬件、软件和网络来完成。硬件是计算机的可见部分,是计算机系统工作的基础,而软件主要用来帮助用户使用计算机硬件以完成相关数据的输入、处理、输出及存储等活动。

2. 信息应用技术

目前,信息应用技术主要应用于管理领域和生产领域。其中管理领域信息应用技术的主要代表为管理信息系统(MIS)技术,它是由人和计算机等组成的能进行信息收集、传输、加工、存储和利用的人工系统,功能包括对信息的分析、设计、实施和评价等。生产领域的信息应用技术的主要代表为计算机集成制造系统(CIMS)技术,它通过计算机硬、软件,综合运用信息技术、现代管理技术和制造技术,通过信息集成、过程优化及资源优化,实现物流、信息流、价值流的集成和优化运行,达到人(组织及管理)、经营和技术三要素的集成,从而提高企业的市场应变能力和竞争力,已经成为现代企业信息管理的重要手段。

3. 信息安全技术

随着计算机技术的飞速发展,计算机信息安全问题如窃取信息、篡改信息、假冒合法用户、恶意破坏等越来越受到关注。信息安全技术主要包括信息安全管理 and 安全防范技术,如密码技术、防火墙技术、访问控制技术、数据库安全技术、备份与恢复技术等。它是计算机、网络正常运行的保障,是企业信息管理的前提。与此同时,随着技术的革新变化,“云安全”技术也获得了主流安全厂商的青睐,针对云端服务器群组的保护技术也不断推陈出新,成为未来信息安全防御技术的发展趋势。

学习任务1.2 会展信息及其管理

近10年来,随着计算机和网络技术的迅速发展和信息技术的广泛应用,信息化的浪潮正席卷全球,信息化管理渗透各个发达国家的各行各业。信息化管理对传统会展行业的改造,也正在进行中。会展业被推崇为“现代城市的面包”,汇聚着巨大的信息流、技术流、商品流和人才流,信息技术的广泛应用可以使会展经济所带来的复杂的资金、商品和信息的流动更加合理,从而降低会展各方的运营成本。

1.2.1 会展企业遇到的困扰

会展行业业务信息繁杂,在实施信息化建设之前,许多会展企业会被下列问题所困扰:

(1) 客户数据凌乱,缺乏管理。客户资料以文本或Excel表、Word文档的形式存放在每个业务员的电脑中,在各个展会项目部之间,客户信息缺乏有效的整合与共享,客户资料的完整性和保密性受到员工离职等因素的影响。

(2) 业务联系复杂,耗费大量精力。招展人员将大量的精力耗费在打电话、发传真及邮件、应付资料收发等事务上,难以脱身进行更高层面上的管理工作。

(3) 财务管理混乱,管理层对财务状况难以把握。企业存在较大比例的收款问题,应收应付账款不清,管理人员对展会财务状况难以把握。

(4) 缺乏分析,无法对各届展会、展商的情况做出精确的评价。缺乏有效的客户、财务状况统计分析,对于每一届展会展商的情况与展会组办质量无法给出清晰的评价。

会展企业如何来摆脱上述困扰呢?会展企业可以通过会展信息化的实施来解决企业在经营管理方面出现的问题。首先需要规范工作流程,明确员工工作职责。会展信息化实现了科学、合理、规范的招展业务流程,员工必须按照该工作流程进行系统的操作,这样可以保证操作的安全性,避免了因员工的错误操作所带来的损失。还应明确权责,责任到人,每一位员工都有自己对应的账号和密码,员工根据自己的权责通过账号登陆操作系统来完成其工作,同时,系统对于员工的关键操作都做好记录,以此避免不必要的纠纷和麻烦。最后,会展信息化将最新的信息化应用功能嵌入会展软件的开发中,实现会展现场及场馆、展位的图形化管理,更加直观,醒目。由此可知,了解和运用会展信息已经成为会展企业实现有效管理的关键。

1.2.2 会展信息

展览行业主要涉及场馆、主办商、服务商(搭建部门、酒店、餐饮部门、运输部门、观众登记部门等)、参展商、买家、普通观众等。展览服务贯穿于展会的展前、展中、展后等各个不同的阶段,展览行业的信息化管理涉及面广,所要处理的事务与数据也相当繁杂和庞大。所以,通过对展览信息的全面管理和深入挖掘,建立以展会为基础的行业客户数据中心,将不断提高参展商和观众交流的效率,全面提高展览的品牌竞争力。

国际会议业也在多年的实践中,形成了一整套会议信息管理服务体系,如会展组织者(PCO)、目的地接待者(DMC)。节奏快、数量庞大的会议服务产业,已经逐渐从酒店业、旅游业中整合分离出来,快速形成一个独立的产业。在这个产业群当中,包含着策划、会议公司、酒店、翻译、速记、会务用品、摄影摄像、公关传播、票务等18个环节。会议信息化管理对于创建新的经营管理模式、降低成本、提高效率、改进服务质量有巨大的作用。

综上所述,会展信息是指包括展览和会议企业及其项目管理的信息,主要包含参展商信息、观众信息、场馆信息、会展企业信息及会议组织信息等内容。

1. 会展信息的分类

(1) 参展商信息

参展商信息即参展单位的企业信息及负责人名片信息，主要包括单位名称、企业性质、国家地区、省区城市、通讯地址、行业类型、网址、法人或总经理名片信息、主要产品或服务、企业行业地位等信息。

(2) 观众信息

观众信息即观众名片信息，主要包括观众的姓名、所在单位、所在部门、职务及地址、办公电话、传真、电子邮件、手机等必要信息。当然，对于专业观众，了解其出生日期、英文名字、民族、业余爱好、忌吃的食物、是否是VIP等信息，更加有助于提高招商工作的针对性，进而提高展会的质量。

(3) 场馆信息

场馆信息即场馆销售、运营、技术保障、保卫等信息，主要包括场馆面积、场馆配套设施、场馆财务管理、场馆智能化管理(设备自动化、通信系统、消防系统、安保系统等)等。

(4) 展会信息

展会信息即展会组织机构的业务管理信息，包括展会基本信息、展会组织机构信息、展览服务商信息、主办商对场馆租赁的需求、参展商的参展需求和服务需求、观众网上报名的数据、展会评估报告、观众、参展商、服务商的满意度调查报告等，多见于展会的参观指南、招展书、参展手册、会刊、展会评估报告等材料。

(5) 会议组织信息

会议组织信息即会议运营过程中所涉及的各要素信息，包括会议主题和议题、会议演讲人、会议通知、会议专业活动、会议场地与会议室、会务(会议印刷品、名卡等)、住宿、餐饮活动、社会活动(开幕式、招待会、参观游览等)等信息。

知识链接1-1

第十四届上海国际汽车工业展览会

展会信息/Expo Information

主办单位/Organizers

- 中国汽车工业协会
- 中国国际贸易促进委员会上海市分会
- 中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会

承办单位/Co-organizers

- 上海市国际展览有限公司
- 德国慕尼黑国际博览集团/IMAG国际交易会及展览会有限公司

批准单位/Approved by

● 上海市人民政府

特别支持单位/Specially Supported by

● 中国机械工业联合会

支持单位/Supported by

● 中国汽车工程学会

官方网站/Official Website

● <http://www.autoshanghai.org>

● <http://www.china-autoshow.com>

第十四届上海国际汽车工业展览会的时间安排如表1-1所示。

表1-1 第十四届上海国际汽车工业展览会时间安排

相关事项	日期	时间及观众安排
新闻日 Press Day	2011 年4月19—20日 (星期二—星期三)	09:00—18:00 只限媒体和特邀嘉宾
贵宾参观 VIP Tour	2011年4月20日 (星期三)	18:30—21:30 只限特邀嘉宾
展出时间 Exhibition Hours	2011年4月21—22日 (星期四—星期五)	09:00—18:00 只限专业观众
	2011年4月23—24日 (星期六—星期日)	09:00—19:00 公众和专业观众
	2011年4月25—27日 (星期一—星期三)	09:00—18:00 公众和专业观众
	2011年4月28日 (星期四)	09:00—15:00 公众和专业观众

(资料来源：第十四届上海国际汽车工业展览会参观指南[I].2011.作者整理而成)

2. 会展信息的作用

(1) 提高会展活动的效率

展览业务运用信息化技术，能够提高组织、参加展览的各个环节的信息收集、传递、处理的电子化和自由化的效率，避免一些中间环节及由这些环节产生的错误和时间耗费。UFI(国际展览联盟)主席曾提出，2005年有80%以上的参展企业和组展商通过网络信息技术进行沟通，电子邮件、企业网页、电子支付手段和服务、网络身份的安全认证技术、信息和数据的网上传播和自动化处理、网上商品交易系统等信息技术都会随着网络的应用而参与到会展业中，进而提高工作效率，降低成本。

(2) 降低会展活动的业务经费

以招展活动为例，在传统的招展过程中，会展企业需要针对不同的展商和观众制作大量的特定样式的邀请函，再通过传真或电子邮件等方式发送给他们，并及时记录回复情况等，工作数量大、简单重复且十分耗时。运用信息化技术后，会展企业只需在数据库中录入潜在展商的条件，选择一种邀请函的样式模板，根据日志中记录的预约信息以及用户设定的提醒条件进行业务处理即可，在保证会展活动的工作质量和工作效率的同时，节约了

宝贵的时间和人力资源,从而大大降低了招展成本,实现了无纸化办公。

(3) 有利于会展管理水平的提高

目前,中国国际展览中心集团的公司内部管理,从领导审批、员工报销、人事考核,到合同生成、库存管理、展会管理等全部实现了信息化。ERP(企业资源计划)、CRM(客户关系管理)、SCM(供应链管理)、EB(电子商务)等先进管理信息技术的运用,使得对展览项目的宣传更为广泛,组展者、参展商和观众可获得比以往更为丰富、深入的信息资料,大大提高了会展企业的管理水平。

(4) 便于会展服务朝规范化、科学化的方向发展

展览业的协调管理机构是在掌握大量信息和数据、在多个组展单位及其项目中选优汰劣的基础上开展工作的。会展企业通过信息平台能够更加快捷地获取来自各方的实时信息,动态地调整相关政策,更好地适应瞬息万变的市场,获得市场先机,促使展览活动操作走向规范化。使展览协调管理机构在展览业流程的标准化和展览运作的规范化方面有据可依,从而为其进行科学化的管理奠定了基础。

(5) 促进会展业的全球化、国际化发展

信息技术的发展和应用使得展览项目、组织机构的对外宣传面向全世界进行,展览信息从定向发布走向非定向发布,对展会的宣传挣脱了地理位置的束缚,提高了政府、会展行业协会、会展企业、参展企业4者之间的信息交流速度。政府可以通过网络向公众发布最新的政策和法规,并为行业协会、会展公司、参展企业提供快速的政府服务;会展行业协会可以及时将行业动态和行业规定传递到相关部门和企业;会展公司可以实时报道会展信息,让不能来参加会展的组织和个人随时了解会展进展,或者提供网上参展报名服务,方便参展企业进行活动。信息技术促使国内会展资源不断向外拓展,国际化进程不断深化。

(6) 有利于传统会展业的完善和发展

会展在整个运作过程中,涉及政府、行业协会、会展公司、参展企业、媒体和会展观众等不同主体,涉及面广,需要多方共同合作才能保证会展的顺利进行。而电子商务等信息技术在会展中的应用,为会展信息在不同主体之间的交流创造了条件,促进了信息的共享,扩大了信息交流的广度。例如,会展公司可以通过政府的在线服务进行国际会展的申报工作,会展项目获得批准后,通过信息技术的支持,相应的信息将会被行业协会、会展企业、媒体和参展商、观众共享,使会展的开展更加通畅。同时,当会展各个主体都利用网络交流信息时,依据网络效应理论,则会给每个主体带来最大的价值,弥补了传统会展项目管理的不足。

案例链接1-1

湖北网络会展平台——开启会展业网上交易先河

湖北网络会展业务借助电信的通信资源,围绕展会主办方、参展企业、展会参观者(会员)三大用户群体,解决整个展会过程的发起展会、申请参与展会、发布展示产品(包括图片、文字、视频、音频等)、参观展会,到最终各方的利益和权益分配等各个环节、各

个层次的关键性问题,同时借助商企平台完成各个环节的权限控制与服务和使用代收费等活动,是展会信息化应用的典型业务。

湖北网络会展的内涵为:利用互联网、通信网络、电话网和短信等多种手段,实现展前、展中、展后的信息化管理;充分利用互联网这个媒体,建立专业网站,做好会展宣传和服务工作;引入大型项目管理方法,做好会展相关活动的管理;建立客户服务中心,为会展参与者提供一站式服务,从而实现会展管理“科学化、效率化、效益化、品牌化”的目标。

(资料来源:泛新科技.成功案例:湖北网络会展平台——开启会展业网上交易先河[EB/OL]. <http://www.027fs.com/sitedata/2/news/64.htm>, 2011-07-03.作者整理而成)

1.2.3 会展信息的管理

会展的最大特点在于信息的“集中”。大量的参展者与大量的观众可在短时间内相互接触,交流信息,彼此获得“新、奇、特”的信息、知识,感受文化理念,激发创新灵感。当前,展览行业的信息管理局限在一个较低的层次上,表现为:在一次会展活动中会展主办公司和参展商各自独立地重复收集观众名片信息,没有进行数据的共享和交换;缺乏对信息的深入利用;不同会展活动之间的数据信息独立,缺乏归并和统一处理。因此,如何有效地对行业信息进行管理显得尤为重要。

1. 信息管理的主要内容

管理的任务在于通过有效地管理好人、财、物等资源来实现组织的目标,信息作为管理活动中的一项极为重要的资源,决定着管理活动的有效程度。信息管理工作的主要内容包

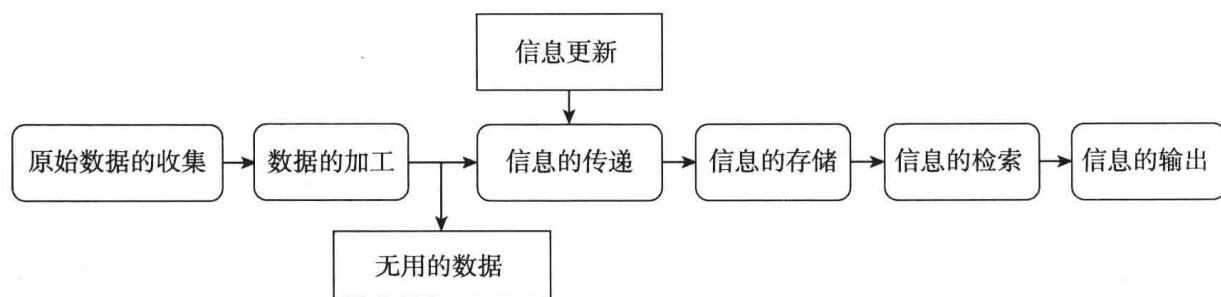


图1-1 信息管理的主要内容

2. 会展信息管理的分析

根据会展的进程特点,会展可以分为5个发展阶段,即筹备阶段、准备阶段、会展期间、结束阶段、休会期间。各个阶段出现的信息具有不同的特点。

(1) 筹备阶段信息管理

筹备阶段的初期,首先要根据会展的具体情况,如开会或展出的日期、规格、会展的对象、资金的来源、地点等诸多要素进行详细的策划,确定筹备工作的具体事宜,收集相

关的信息,安排专人负责每一项工作和按时、保证质量地落实。

① 筹备信息管理

筹备信息是按照会展的进度和日程安排的,很多信息在时间轴上具有先后依存的关系,即前一个工作没有完成,会影响后续的工作,在策划时应考虑到这样的信息依赖关系,并采取措施减少其依赖程度,以避免影响整个筹备工作的进度。会展筹备阶段的信息包括:会议信息、场馆信息、会展承办方的信息、会员登记信息、特约嘉宾基本信息、饭店信息、单场会议场馆费用计算、会展布局设计等。

② 预算信息管理

预算的制定依赖于对整个会展活动的策划,在制定活动计划时,需要把整个活动分解到一系列详细的项目中,对每个项目的支出都要做预算,控制各项成本支出。通过各种营销手段和措施,争取最大限度的收入,做到开源节流。如政府主导型展会也从原来的政府包办,逐步向政府少量资助,会展公司通过招商、联系赞助、出租展位、提供服务来解决资金问题转变,实现了社会效益和经济效益并重的目标。

对于会议项目而言,由于会议没有展位可以出租,很多会议的举办单位通过“以会养会”的形式,即依靠收取会员的会务费、拉赞助的形式来解决会议的资金问题,会务费是其经费的主要来源。有些客商可在会议期间展出其产品,甚至在大会上专门介绍他们的产品。

因此,进行预算信息管理时,可以将会展活动期间的所有经费在财务系统中按照“专项”来建立账户,所有费用的收入和支出都纳入该专项进行统一的管理,对专项资金做到专款专用。在会议接待期间,将出现大量的收入信息,如收取会务费、租费等,需要财务部门人员配合一起工作,如收取现金、开发票等。

③ 场地信息管理

展会承办方举办一个大型的展会时,一般会将展览馆的展区整体承租下来,然后根据展馆布局分割成一系列小的展位,再将展位转租给参展商。为参展商提供可以展示自己产品的展位,这样承办方对场地信息的管理实际上就转换成对展位的信息管理。因此,展会场地规划至关重要。应根据客户的需要优化、合理地安排整个展会场地,使展会场地的使用率达到最大化,同时具有人性化,便于参观者走动、工作人员出入和参展商搬运货物,如突发火灾等险情时,可以在最短的时间内安全地疏散人群。

(2) 准备阶段信息管理

会展活动经过前期的策划阶段后就进入准备阶段,即对项目策划报告中指出的各项准备工作进行逐项落实的阶段。如确定项目落实的日程和先后顺序,优先安排人力、物力、财力等,这一阶段的信息管理是项目能否顺利完成的关键所在。

① 准备项目信息管理

准备项目信息管理主要是指对筹备报告指出的项目进行细化和具体化的过程,研究解决和落实所需要的人员、费用支出、完成时间、各项目间的衔接、项目的完成等一些关键问题及途径。如会议项目开展前,需要了解与会代表的抵达时间、住宿要求、会务费缴纳情况、就餐情况、回程时间或旅游项目参加情况等。若有重要嘉宾出席,还需要安排嘉宾

的具体行程,有演讲任务的还需要确定主题和演讲内容等。此阶段的信息管理工作是否细致,决定着项目的最终效果。

② 资金信息管理

会展活动的准备工作需要大量的资金投入,而展位收入大都临近准备阶段的后期才能到账。因此,在准备期间需做好资金的到账信息管理、应付账款管理、通过银行汇款方式收取会员的会务费、出租展位收取租费等工作。在此阶段,应建立资金管理制度和管理模式,以借助财务的专项经费管理功能来实现资金的信息管理。

③ 客户信息管理

就会议而言,客户信息管理主要针对与会者即会议会员。收集会员信息有助于会议的举办方掌握足够的信息,以便在下届会议之前有目的地递送会议邀请函或会议通知,减少发送的盲目性。与此同时,在会议期间印发与会人员通讯录也可以使会员之间相互建立联系。

就展览而言,参展商一般会成为展会的“会员”客户。在收集参展商信息时,不仅要收集其企业类型、规模、性质等信息,还要收集展品和企业产品的相关信息。这些信息可以通过参展商名录和展品目录查询,也可放在展会官网上供更多的客户查询,使更多没有机会参加展会的客户能够从网上获取参展商的信息,提高参展商的产品交易量,从而提升企业的知名度。

(3) 会展期间信息管理

会议期间的信息管理包括跟进会议日程的进展计划、与会代表注册信息管理、与会代表回程时间、住宿状态和交通方式的更新、对收集的会议征文进行登记处理等内容。展览期间的信息管理包括展会安全信息管理、安保查岗情况记录、大型展会志愿者管理、参展商入场登记信息管理、参展商服务信息管理、门票销售信息管理等。

(4) 会展结束信息管理

① 会议结束阶段

会议闭幕之后,会议承办方的主要任务是将会议代表送走,将会议场馆的租用、餐饮、住宿费用结算完毕,之后便可撤离。其结束阶段的信息管理主要包括建立送客用车记录,准确无误地将与会代表送至相关客运单位;然后对每笔往来账目逐一说明款项的用途和金额;对与会代表注册信息进行存档,有条件的话可录入相应数据库中,以便随时调用。

② 展会结束阶段

展会结束阶段的工作量相对较大,需要做好参展商的撤展、场地清扫、移交和费用结算等内容。其信息管理内容包括按照准备阶段制定的撤展预案,执行撤展计划和调度;对租用的物品进行清点和信息更新;对每笔往来账目逐一说明和清算。

(5) 后期跟踪信息管理

展会或会议后期的信息管理是决定下届会展项目或会议能否顺利开展的重要环节。而很多主办商忽视了展会期间收集的调查数据,从而对会展项目的整体成效、宣传效果、接待成果和成交结果未系统深入地进行考核和评价,使得下届会展项目的举办依旧缺乏系统性。因此,后期跟踪信息管理需要完成客户信息数据库的建立和更新,向客户邮寄或发送展会