

高职高专经管系列教程

会展概论

（第二版）

杨春兰 主 编
韩芳 费莉雅 段凤华 副主编

上海财经大学出版社

高职高专经管系列教材

会展概论

(第二版)

杨春兰 主 编

韩 芳

费莉雅 副主编

段风华

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

会展概论/杨春兰主编. —2版. —上海:上海财经大学出版社, 2010.5

(高职高专经管系列教程)

ISBN978-7-5642-0589-8/F·0589

I. 会… II. 杨… III. 展览会-概论-高等学校:技术学校-教材
IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 147549 号

☐ 责任编辑 李成军

☐ 封面设计 钱宇辰

HUIZHAN GAILUN

会展概论

(第二版)

杨春兰 主 编

韩 芳

费莉雅 副主编

段风华

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路321号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海市印刷十厂印刷

上海望新印刷厂装订

2010年5月第2版 2010年5月第1次印刷

700mm×960mm 1/16 18.5印张 332千字

印数:7 001—11 000 定价:30.00元

再版前言

转眼之间,由上海工商外国语职业学院商务系会展经济与管理教研室主任杨春兰老师担任主编的《会展概论》,经由上海财经大学出版社出版发行已经将近三年。首先感谢所有拨冗翻阅或者采用过本教材的读者和老师,谢谢你们对我们的支持和关注。随着2008年北京奥运会的圆满闭幕和2010年上海世博会脚步的日益临近,中国的会展业发展又重新发起了新的冲刺,更加矫健地朝着国际化、专业化的方向不断迈进。一批批新生力量加入到各国际会展管理组织;一批批展会先后通过国际博览会联盟认证;一批批跨国会展巨头进入,为我国带来了成熟的经营理念和运作模式……国内对于会展行业的理论研究不断深入,业内交流日趋密切,会展行业报告蓝皮书为我们提供了更多权威的数据和教学素材。

同时,在高职高专会展专业执教的这三年,我们从未停止过对会展专业课程模块设计的探索和思考,不断完善和充实现有教材。本次修订各章编写具体分工如下:第一、第二、第七、第八章杨春兰;第四、第五章段凤华、刘婷兮、费洁;第三、第六章韩芳;另外,上海科技学院费莉雅老师负责第九章。由杨春兰老师负责最后的统稿。

本书的编写工作得到了上海工商外国语职业学院全体会展教研室同仁的支持和协助,在此表示感谢。本次修订得到了上海财经大学出版社李成军编辑的大力支持,在此也一并表示感谢。

由于编写时间仓促,加上作者水平所限,书中疏漏之处在所难免,恳请广

大读者批评指正。

另外,为了方便教师的教学,上海财经大学出版社备有教师教学用的课件。如有需要,请致电或 E-mail 联系。联系人:李成军,电话 021—65904706, E-mail: littlelcj2@163. com。

编 者

2010 年 5 月

前 言

会展是社会生产力发展和人类文明进步的产物。尤其在过去的几十年间,随着国际交流合作的日益频繁、经济全球化进程的加快,会展业在区域和世界经济发展中的地位日趋彰显,因而获得了“触摸世界的窗口”、“城市的面包和奶酪”、“无烟产业”、“旅游业皇冠上的宝石”等美誉,并正被越来越多的国家所重视和开发。今天的会展业正以无与伦比的魅力,不可替代的作用及崭新的形象,迅速成长为各个国家或地区国民经济增长的新亮点。

我国的会展业发展历史源远流长,尤其是改革开放以后,我国的会展业打开国门,引进多元办展主体,加强国际合作,学习欧美发达国家办会展的成功经验,注重专业化市场运作,追求经济效益最大化,取得了一个个历史性的突破,实现了跳跃性的前进,成绩斐然。无论是牛刀小试的北京亚运会、世界妇女大会、亚洲太平洋旅游协会(PATA)年会、万国邮联大会,还是完美演绎的99昆明世博会,99上海《财富》全球论坛和2001亚太经济合作组织(APEC)会议,都向全世界递交了一张全新的中国名片,展示了中国五千年璀璨瑰丽的华夏文明以及改革开放的丰硕成果。

进入21世纪以来,中国会展业发展进程进一步加快。全国各地大型的展览中心或会议中心如雨后春笋般破土而出。由于会展活动的日趋频繁,从事展台设计与搭建、展品运输与报关、会展策划服务与咨询等业务的专业会展服

务公司也大批涌现。截止到 2005 年,全国已有 240 多个专业展览场馆,展览面积达 322 万平方米,拥有专业组展办展或提供展会服务的展览公司 4 900 家,全年办展 3 800 个,实现总收入 127.5 亿元人民币。这些展览会在专业性、国际性方面都与国际逐步接轨,已有 51 个定期举办的展会通过了国际博览会联盟的认证,成为世界展会品牌的佼佼者。展会题材上在不断创新。目前,会展业已渗透到各个经济领域,从机械、电子、汽车、建筑,到纺织、花卉、食品、家具,各行各业都已经拥有自己的国际专业展。

与此同时,我国又成功地将 2006 年世界休闲博览会、2008 年奥运会、2006 年沈阳园艺世博会、2010 年上海世博会的举办权收入囊中,这一切无不展现出我国会展业所面临的美好前景与良好机遇。但是我们也要看到,中国会展业与世界会展强国相比,仍然存在明显的差距。我国会展业必须抓住机遇、迎接挑战,不断提升自己竞争力,才能在日趋严峻的国际竞争中谋求生存和发展,才能更好地带动国民经济快速健康增长。

伴随着会展产业的崛起和发展,会展教育也呈现出突飞猛进的发展态势。1978 年美国内华达大学饭店管理学院会展管理系主任帕蒂·肖克(Patti Shock)博士开设了第一门会议管理课程,从而开创了国际会展教育的先河。如今仅在美国就有 150 多所四年制的大学开设了会展专业或课程,此外还有很多两年制的社区学院也开设了类似课程。当中比较著名的有美国的内华达大学的饭店管理学院、乔治华盛顿大学的旅馆接待业管理学院、休斯敦大学的希尔顿饭店管理学院、哥伦比亚学院、东北州立大学、佐治亚州立大学、佛罗里达中部大学、普渡大学等。另外,澳大利亚的拉特罗伯大学、加拿大的亚特兰大旅游接待业学院、英国的利兹大学、德国的瑞文斯堡大学、中国的香港理工大学和澳门旅游学院等院校也先后开设了会展专业或课程,并成为全球会展教育领域的佼佼者。

我国的会展专业教育严重滞后于会展业的发展。2004 年,国家教育部正式批准上海师范大学和上海对外贸易学院开设会展经济与管理本科专业,从而使中国会展教育迈出了历史性的一步。与此同时,全国各地很多高职高专院校也各自根据办学优势、依托相关专业先后设立了会展方向或专业,形成了

中国会展教育的强大生力军。

与此相对应的是,我国的会展教材建设又明显滞后于会展教育的发展。现有会展教材不仅数量少,而且水平参差不齐,远不能满足新时期会展教育的要求。因此,编者结合在上海工商外国语学院商务系多年执教《会展概论》课程的实践和心得,在编写过程中完全以高职高专学生的特点和需要为核心,旨在为其提供一本体系完整、思路清晰而又生动活泼、通俗易懂、兼具一定操作性的会展概论教材。

作为高职高专经管系列丛书的核心教材,全书首先阐述了会展业的相关概念及基础理论,分析了会展旅游的起源,重点介绍了会议、展览、节事活动、奖励旅游四种会展细分市场的发展现状及基础策划实务;然后介绍了国际上主要的会展专业管理组织以及众人关注的上海 2010 世博会的基本情况和最新进展。本书在内容和体例编排中体现出以下几个特点:

第一,考虑高职高专院校的人才培养目标,遵循学生的认知规律,按照应知应会、够用适度的原则,安排整理了总共十章的内容,突出针对性;

第二,作为会展专业的一本入门教材,既吸收了国内现有会展概论教材的精华,内容完整紧凑,浑然一体,同时又为进一步学习其他会展专业课程打下坚实基础,突出逻辑性和系统性;

第三,理论讲解与实例分析相结合,并在相关章节中安排了牢记要点、案例、小资料、提醒您、小技巧等小栏目,通俗易懂,突出了趣味性和实用性;

第四,在内容安排上,结合当今会展最新行业资讯和科研动态,引经据典,突出新颖性和开放性;

第五,本书亦可作为非会展专业人士了解和学习会展基础理论知识、掌握基本会展实践技能的简易读本,突出普适性。

本书由上海工商外国语学院商务系会展经济与管理教研室杨春兰老师担任主编,上海工商外国语学院商务系潘宁老师和上海科技学院韩芳老师任副主编,上海工商外国语学院商务系主任王峰老师担任主审。杨春兰老师负责全书体系的设计和编写工作的全局安排,并且负责最后的统稿。各章编写具体分工如下:第一章、第七章、第八章、第九章、第十章由杨春兰老师编写;第四

章和第五章由潘宁负责编写；第三章和第六章由韩芳老师编写；上海科技学院费莉雅老师负责第二章编写。另外，上海工商外国语学院商务系杨丽霞参编第九章部分内容。

本书的编写工作得到了上海工商外国语学院同仁的支持和协助，得到了上海财经大学出版社李成军编辑的大力支持，在此也一并表示感谢。

由于编写时间仓促，加上作者水平所限，书中疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者

2006年4月

目 录

再版前言	1
前言	1
第一章 绪论	1
学习目标	1
引入案例	1
第一节 会展及相关概念	4
第二节 会展业的起源和发展	7
第三节 会展业的特点	12
第四节 会展业的作用	20
小 结	23
第二章 会展强国与城市	26
学习目标	26
引入案例	26
第一节 世界会展强国	27
第二节 中国会展业发展现状	43
第三节 会展业的发展条件	65
小 结	68

第三章 会议业	70
学习目标	70
引入案例	70
第一节 会议业概述	71
第二节 会议组织者	80
第三节 会议的策划	87
小 结	98
第四章 展览业	100
学习目标	100
引入案例	100
第一节 展览业概述	102
第二节 展会策划与管理	111
第三节 展会空间设计	131
第四节 展会现场接待与服务	140
第五节 我国展览业现状分析	148
小 结	153
第五章 奖励旅游	155
学习目标	155
引入案例	155
第一节 奖励旅游概述	157
第二节 奖励旅游经营机构及其成功因素	164
第三节 奖励旅游策划	169
小 结	178
第六章 节事活动	181
学习目标	181
引入案例	181
第一节 节事活动概述	184
第二节 节事活动的特点及发展趋势	190
第三节 节事活动管理	197
小 结	204

第七章 会展业主要国际组织	206
学习目标.....	206
引入案例.....	206
第一节 主要国际会议管理组织.....	208
第二节 主要国际展览管理组织.....	217
第三节 其他主要国际会展组织.....	223
小 结.....	227
第八章 世界博览会	230
学习目标.....	230
引入案例.....	230
第一节 世博会概述.....	233
第二节 中国与世博会.....	236
第三节 中国 2010 上海世界博览会	243
小 结.....	256
第九章 会展业与旅游业	259
学习目标.....	259
引入案例.....	259
第一节 会展业与旅游业的关系.....	261
第二节 会展业与旅游业的结合.....	265
第三节 会展旅游.....	270
小 结.....	276
附 录	278
参考文献	280

第一章 绪 论

学习目标

通过本章的学习,你应该能够:

- 掌握会展及相关概念;
- 了解全球会展业的起源和发展现状;
- 理解和掌握会展业的特点和作用。

引入案例

2008 北京奥运会——做到了“三个满意”的体育盛会

随着熊熊燃烧了 16 天的奥运会主火炬在“鸟巢”内熄灭,北京奥运会圆满地落下了帷幕,但北京呈现给世界的精彩却将长存于人们的心中。在 16 天的时间里,奥林匹克精神与中华五千年文明亲密接触,来自五大洲的不同文化交相辉映,整个世界共同度过了一段激动人心的美好时光。本着绿色奥运、科技奥运和人文奥运的理念,北京奥运会成功地做到了让国际社会满意,让各国运动员满意,让人民群众满意。

一、高超的竞技水平和良好的体育精神

谈到北京奥运会,国际奥委会奥运会执行主任吉尔伯特·费利连续用了 5 个“满意”,开幕式、奥运村、场馆、交通、志愿者的表现都让他赞不绝口。“北京奥组委提供了高水准、高质量的条件,工作也非常出色,而且我们也得到了单项体联非常好的反馈。”费利说。

在奥林匹克圣火的光芒照耀下,世界各地最优秀的体坛健儿奋勇拼搏、

公平竞争、挑战自我、相互切磋,体现了高超的竞技水平和良好的体育精神。来自 204 个国家和地区的 1 万余名运动员在 16 天里挑战极限、攀越新高,刷新了 38 项世界纪录和 85 项奥运会纪录。北京奥运会不仅是历史上参赛国家和地区最多的体育盛会,而且奖牌分布更加广泛:共有 55 个国家和地区获得金牌,87 个国家和地区获得奖牌,获得奖牌的国家和地区比上届增加了 12 个,其中 6 个国家或地区的奥委会第一次获得奥运会奖牌。

人们不会忘记,菲尔普斯以夺得 8 枚金牌、创造 7 项世界纪录的成绩,创造了奥运史上的奇迹;牙买加选手博尔特在田径场上打破三项世界纪录并获得多项冠军……

人们不会忘记,多哥的布克佩蒂夺得该国奥运历史上首枚奖牌,并成为奥运会皮划艇激流回旋比赛首位黑人奖牌得主;印度神枪手宾德拉摘取了该国历史上首枚个人项目奥运会金牌……一些国家在北京奥运会上取得的历史性突破,可喜可贺。

奥运会是否成功,关键要看运动员能否在运动场上发挥出最佳水平,而要达到这一目标,就必须依靠主办者的严密组织。从这个标准来看,“体育是北京奥运会的最大赢家”。

二、良好的组织、周到的服务、一流的设施

北京奥运会正是通过良好的组织、周到的服务、一流的设施,赢得了世界各地运动员和国际社会的高度评价。整个奥运会的每个场馆都组建了一支精干的管理团队;围绕赛事运行,细致划分场馆内各类人群,提供相应的规范服务;科学进行注册分区和人员、车辆流向的设计、赛时严格实行分区管理;周密的项目管理和计划安排;加强赛前演练和测试,先后举办 46 项好运北京体育赛事,有效地培训和提高了团队的运行能力和水平;协调保障指挥系统和场馆赛时的指挥管理与信息沟通机制;实现赛时运行管理的决策重心下移,绝大多数问题在一线得到很好的解决。

国际奥委会新闻宣传部长吉赛尔·戴维斯说:“所有人都认为北京奥运会的组织工作极为出色,北京奥组委为奥运会做了充分准备。在 16 天中组织 28 个大项的比赛是一件相当复杂的事,后勤保障工作会相当繁复。但从奥运会顺利的运作、壮观的场馆和完美的比赛,我们看到北京奥运会的组织工作进行得十分完美。”

美国奥运代表团团长李希说:“很多运动员都告诉我,北京奥运村里的饭菜特别好吃。北京修建了包括‘鸟巢’、‘水立方’等在内的一大批运动场

馆,还有整洁、舒适的奥运村,大家都认为第二十九届奥运会的组织工作是一流的!中国获得奥运会举办权后,世界上很多人忧虑两个问题:一是北京的空气质量,二是北京的交通状况。空气和交通都是很复杂的问题,但事实证明,北京克服了种种困难,采取了大量措施,把这两个问题解决得非常好!”

“他们的微笑令人陶醉”、“我遇到问题时,他们总是给我及时的帮助”、“他们是北京最闪亮的名片”……这些天在奥运村、比赛场馆和主新闻中心采访,与记者交谈的外国运动员、官员和记者,总是不忘夸奖那些充满青春朝气的志愿者。

三、东道主与各国人民共享欢乐、喜悦

奥运会举办期间,北京成为全世界欢乐的中心,成为团结、友谊、进步的象征。中国人民以极大的热情欢迎各方嘉宾,也同世界各国人民一起共享了欢乐和喜悦。为了举办一届成功的奥运会,北京和各协办城市的市民付出了艰苦的努力,做出了一定牺牲,但就是在参与奥运、奉献奥运的过程中,这些城市的市民也成为奥运会的受益者。

平安奥运是办一届有特色、高水平奥运会的前提;没有平安奥运,一切无从谈起。本着多惠民、少扰民的精神,奥运会的主办者付出了辛勤的努力,各项安保工作周到而细致,防范措施和保护方式体贴入微,彰显了人性化。

比如,为最大限度地服务中外宾客、方便市民群众出行,在实行机动车单双号限行时,规定零时至3时为缓冲时间;公安部专门印发《公民防范恐怖袭击手册》,提醒公民遇到纵火恐怖袭击时要做到“七不要”,以及普及紧急情况下如何进行自救互救等相关知识,以便最大限度降低危害程度……

在奥运会举行的16天中,奥林匹克公园接待了130多万次的参观者,各个场馆的赛事安排和观众进出井然有序,没有出现任何大的安全事故和公共秩序问题,场馆本身周边的发案率为零,城市总体运行平稳有序。北京26个奥运文化广场在奥运期间共安排了419场文化演出,接待游客230万人次,成为中外游客和广大市民最直接、最广泛参与奥运、享受奥运的宽广平台。奥运会的各项保障工作经受了全面的检验,赢得了多方的高度肯定和赞誉。

北京奥运会不仅令与会的各国、各地区客人满意,尽到了中国人民的东道主之谊,同时也做到了让东道主的公民快乐和满意。

北京奥运会的圣火熄灭了,但和平、友谊、进步的火种已经在世界各国人民的心中点燃。成功的北京奥运会,必将为促进中国的和谐社会建设以及世界的持久和平和共同繁荣,起到巨大的推动作用。

——资料来源:《人民日报》,2008年8月26日。

曾几何时,会展这个字眼如同改革开放的春风一般吹遍了中国大江南北,尤其是2008年北京奥运会、2010年上海世界博览会的成功举办或申办,为国人描绘了一幅中国经济展翅腾飞的美好蓝图。越来越多的眼光聚焦中国、聚焦北京、聚焦上海;越来越多的人渴望了解会展、参与会展,在会展经济蓬勃发展的洪流中一展身手。那么究竟什么是会展?究竟是什么赋予了会展如此神奇的魅力?让我们一起来揭开会展神秘的面纱,来走近会展、了解会展。

第一节 会展及相关概念

一、会展

一般而言,会展的概念有狭义与广义之分。

很多人被问及“究竟什么是会展”时,常常会把会展和展会等同起来,认为会展是“企业产品的展示会”、“产品供需见面会”、“市场信息交流平台”等。也有很多人认为会展就是“会议与展览的统称”。欧美国家通常称之为“C&E—Conference & Exposition”或“M&E—Meeting & Exposition”,甚至直接称之为“Event”。这些其实都是对会展片面、狭义的理解。狭义的会展即是展览会及会议的总称。

那么究竟什么是广义的会展呢?

广义的会展是指在一定地域空间范围内,由多人集聚在一起、定期或不定期举办的经济文化活动。会展是人类文化交流活动发展到一定阶段的产物,会展的成长史也就是人类生产力和物质精神文化发展的缩影。从传统的集市、庙会,到近代的样品博览会,再到现代展览会和博览会,以及各种类型的大型会议、体育竞技活动、节日盛事、企业为员工或客户策划的奖励性旅游活动,都属于广义的会展范畴。

开创世界会展专业教学的“先驱”——美国内华达大学饭店管理学院旅游

会展管理系——在网页上介绍它的课程设置时就说：“会展包括展示会、会议和节事活动。”



提醒您

在国际上,广义的会展通常被称为 MICE。它由四个英语单词中的第一个字母组合而成,其中:

M 代表会议(Meeting)——主要是指公司会议;

I 代表奖励旅游(Incentive Tour)——专指以激励、奖励特定对象为目的而进行的旅游活动;

C 代表大型会议(Conference)——主要是指协会、团体组织会议;

E 代表展览会(Exhibition or Exposition)和节事活动(Event)。

本书所说的会展,是广义的会展 MICE,即会议、展览、奖励旅游和节事活动这四种经济活动的统称。之所以把这四种活动统称为会展,主要有以下原因:一是会议和展览活动举办的场所、设施往往合一,如今的会展中心或展览中心、酒店宾馆,一般都同时具备会议和展览的功能;二是四种活动都是长时期策划、短时期聚集,对餐饮、住宿、旅游等具有较大带动性,具有影响大、规模高、拉动社会综合消费、带动相关产业发展等共性;三是因为近年来这四类活动的发展趋势已表明两者之间的界限在逐渐模糊,往往是展中有会、会中有展,大型活动中既有展又有会,奖励旅游的策划也和大型会展活动紧密结合起来。

可见四种活动在各自的发展过程当中相互影响、相互促进、相互交融、密不可分,因此,我们把四种活动形式统称为会展,而把由会展经济活动引起的相互联系、相互作用、相互影响的同类企业的总和统称为会展业(MICE Industry)。

二、会展业及其服务

根据《服务贸易总协定》的相关条款及内容,在国际服务贸易的 12 个部门分类中,会展业属于职业服务范畴。

会展业主要提供下列服务产品:

1. 策划和举办各种规模、各种性质、各种目的和各种层次的会议、展览