

全国高职高专



会展策划与管理
专业规划教材

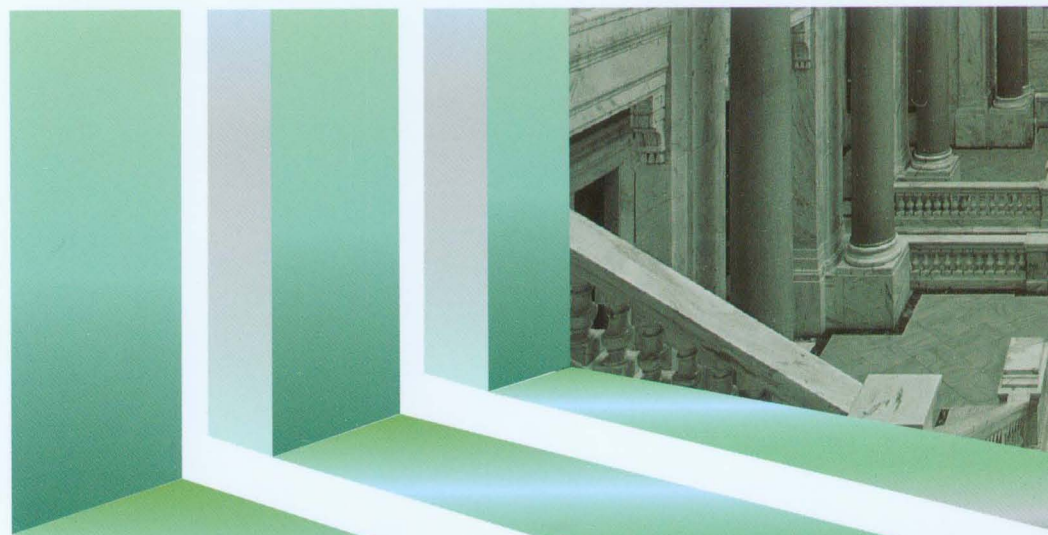


“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

展览原理

夏桂年 编著

第2版



Zhanlan Yuanli



重庆大学出版社

内容提要

全书共 12 章,包括展览学研究对象、展览类型与展览功能、展览发展及其规律、展览项目要素与立项策划、项目组织与营销、客户关系与物流管理、展览现场服务管理、公司组织架构与人力资源管理、展会品牌培育与 CI 发展战略、公司财务管理与资本运营、展览的社会管理、展览的国际管理与调节。本书以新的视角考察了展览的有关问题,对许多重大理论问题有全新的看法,是展览学重建的开篇之作。

本书可作为高职高专会展策划与管理专业的学生教材,也可作为会展管理干部、大学本科学生的自学用书,以及会展专业教师参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

展览原理 / 夏桂年编著. -- 2 版. -- 重庆:重庆大学出版社, 2020.1

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材

ISBN 978-7-5624-7061-8

I. ①展… II. ①夏… III. ①展览会—高等职业教育—教材 IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 171586 号

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材

展览原理

(第 2 版)

夏桂年 编著

责任编辑:沈 静 版式设计:沈 静

责任校对:费 梅 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:饶帮华

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆荟文印务有限公司印刷

*

开本:787mm×960mm 1/16 印张:22 字数:397 千

2013 年 1 月第 1 版 2020 年 1 月第 2 版 2020 年 1 月第 2 次印刷

印数:3 001—4 000

ISBN 978-7-5624-7061-8 定价:49.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

主任：马 勇

副主任：田 里 高 峻 罗兹柏
谢 苏 邓晓益

委员：马克斌 王 芬 王 斌
王 瑜 韦晓军 刘红霞
许传宏 苏 英 吴亚生
吴 虹 陈 颖 陈 薇
杨 林 杨朝晖 杨 煌
张 佶 张金祥 张树坤
张显春 张跃西 林大飞
郑建瑜 夏桂年 梁圣蓉
谭红翔

总 序

进入 21 世纪以来,随着中国社会经济的飞速发展,综合国力的不断增强,国际贸易发展的风驰电掣,会展经济随之迅速成为中国经济的新亮点,在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色,正逐渐步入产业升级的关键时期。这一时期,会展业持续快速发展的关键是需要大量的优秀专业人才作为支撑,而目前市场还存在很大的会展专业人才供给缺口。为了适应国内对会展人才需求日益增长的需要,我国各类高校纷纷开设了会展专业或专业方向。据不完全统计,截止到 2011 年 7 月,在全国范围内(不含港澳台)开设会展专业的高校达 96 所,涵括专业方向的高校(包括本科、高职高专院校)则已超过百所,这在一定程度上缓解了我国会展人才紧缺的现状。但是由于我国会展教育起步较晚,在课程体系设计、教材建设和师资队伍建设和等方面还有待完善,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往与市场需求不对称。尤其是目前国内会展教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的状况比较突出,很大程度上制约了我国会展教育和会展业的发展。因此,推出一套权威科学、系统完善、切合实用的全国高职高专会展策划与管理专业系列教材势在必行。

中国的会展教育发展刚刚超过 10 年时间,但我国的会展教育经过分化发展,已经形成了学科体系的基本雏形。如今,会展专业已经形成中等职业教育、高职高专、普通本科和研究生教育这样完整的教育层次体系,这展示了会展教育发展的历程和成果,同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题。其中最重要的一点,就是如何在不同教育层次和不同的教

育类型上对会展教育目标和教育模式进行准确定位。为此,重庆大学出版社策划组织了国内众多知名高等院校的著名会展专家、教授、学科带头人和一线骨干教师参与编写了这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,以适应中国会展业人才培养的需要。本套教材的修订出版旨在进一步完善全国会展专业的高等教育体系,总结中国会展产业发展的理论成果和实践经验,推进中国会展专业的理论发展和学科建设,并希望有助于提高中国现代会展从业人员的专业素养和理论功底。

本套教材定位于会展产业发展人才需求数量最多和分布面最广的高职高专教育层次,是在对会展职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面的把握和对会展职业教育与普通本科教育的区别理解以及对发达国家会展职业教育的借鉴基础上编写而成的。另外,重庆大学出版社推出的这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,其意义将不仅仅局限在高职高专教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对高职高专会展策划与管理专业的健康发展产生积极的推动作用。

在重新修订出版这套教材的过程中,我们力求系统、完整、准确地介绍会展策划与管理专业的最新理论成果,围绕培养目标,通过理论与实际相结合,构建会展应用型高职高专系列教材特色。本套教材的内容,有知识新、结构完整、重应用等特点。教材内容的要求可以概括为:“精、新、广、用”。“精”是指在融会贯通教学内容的基础上,挑选出最基本的内容、方法及典型应用;“新”指尽可能地将当前国内外会展产业发展的前沿理论和热点、焦点问题收纳进来以适应会展业的发展需要;“广”是指在保持基本内容的基础上,处理好与相邻及交叉学科和专业的关系;“用”是指注重理论与实际融会贯通,突出职业教育实用型人才的培养定位。

本套教材的编写出版是在教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游与会展专业组的大力支持和具体指导下,由中国会展教育的开创者和著名学者、国内会展旅游教育界为数仅有的国家级教学成果奖获得者和国家级精品课程负责人,教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游与会展专业组组长、中国会展经济研究会创会副会长马勇教授担任总主编。参与这套教材编写的作者主要来自于上海旅游高等专科学校、上海工程技术大学、上海新侨职业技术学院、湖北大学、武汉职业技术学院、湖北经济学院、湖北职业技术学院、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、广西国际商务职业技术学院、金华职业技术学院、昆明冶金高等专科学校、昆明学院、沈阳职业技术学院、广东交通职业技术学院、顺德职业技术学院、深圳职业技术学院等全国

40多所知名高校。在教材的编写过程中,重庆大学出版社还邀请了全国会展教育界、政府管理界、企业界的知名教授、专家学者和企业高管进行了严格的审定,借此机会再次对支持和参与本套教材编审工作的专家、学者和业界朋友表示衷心的感谢。

本套教材的第一批选题已于2007年7月后陆续出版发行了21本,被全国众多高职院校以及会展企业选作学生教材和培训用书,得到广大师生和业界专家的广泛认可和积极使用。这套教材中一部分已被列选为国务院国资委职业技能鉴定和推广中心全国“会展管理师”培训与认证的唯一指定教材,以及全国会展策划与管理专业师资培训用书,等等。本套教材的作者队伍大多是国内会展学科领域的带头人和知名专家,涉及的专业领域十分广泛,包括了经济学、管理学、工程学等多方面;参与编写的会展业界人士,不仅长期工作在会展管理领域的第一线,而且许多还是会展业界精英。另外,作为国内高校第一套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,在选材内容和教材体系方面都是动态开放的。随着中国会展业的持续健康发展,为确保系列教材的前沿性和科学性,我们也会不断对该套教材进行再版修订,以及增补新的选题,欢迎各高校会展学科的学术带头人和骨干教师积极申报选题并参与编撰!

本套教材由于选题涉及面广、加之编写修订时间紧,因而不足和错漏之处在所难免,恳请广大读者和专家批评指正,以便我们不断完善。最后,我们期待这套新修订出版的全国高职高专会展策划与管理专业系列教材能够继续得到全国会展专业广大师生的欢迎和使用,能够在会展教育方面,特别是在高职高专教育层次的人才培养上起到积极的促进作用,共同为我国会展业的发展作出贡献。

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材

编委会

2013年2月

第2版前言

本书第1版于2013年面世后,受到部分院校的欢迎和采用。2016年4月,获中国会展经济研究会优秀成果二等奖。在此,向使用院校和研究会一并表示感谢。

随着会展教育的发展,国内出版了近20个版本的会展概论。这些教材大多把会议、展览、旅游、大型节事活动等作为自己的研究对象。这偏离了展览学发展的轨道。本书与这些著作的最大不同在于,它把研究对象集中于展览,并对展览的基本概念、定义、发展动力、发展规律、展览要素及其结合的条件等进行了系统的研究与描述。它不是纯粹思辨的产物,而是展览实践的产物。书中的许多问题都来自笔者对展览的观察与思考,在所有理论问题的背后,都留有实践的烙印。

根据教育部有关文件精神,作者经重庆大学出版社上报了《展览原理》作为职业教育“十二五”国家规划教材立项申请,并获得教育部立项。借此再版机会,作者重新审视了全书,并对以下若干内容做了重要修改:

1. 《展览原理》的内容实际分成4大模块,但以前在目录中未能体现。此次再版将模块以篇的形式出现,即:一、理论篇,包括第1~3章;二、项目篇,包括第4~7章;三、公司篇,包括第8~10章;四、社会篇,包括第11~12章。此外,原书的第6章改为第7章,第7章改为第6章。全书从理论到实际,从项目到公司、到社会,逐层展开,结构清晰,体现了展览工作的内在逻辑关系,与实际操作比较接近。

2. 将原来每章前的本章导读改为“导论”,主要说明为什么要学习这一章,这一章的主要内容是什么。在每章的后面增加

“本章寄语”,主要说明本章的重点、难点,或如何理解这一章的相关内容。

3. 在第1章增加了“近代展览与现代展览的主要异同”。

4. 在每章增加了“拓展阅读”,内容与正文有一定的关联,篇幅或长或短,其主要目的是增加学生的知识面。对这些内容,学生阅读了解即可,不必列入考核内容。

5. 更新了某些动态数据,改正了个别的错别字。

本书按照科学研究的基本哲学原理,把展览作为独一无二的研究对象,以开阔的视野、深入的思考,重新审视了《会展概论》及原有的《展览学》有关问题,并以新的结构为载体,以新的概念和认识为支撑,全面展开了对展览学相关问题的探讨,希望借此拉开展览学重建的序幕。

感谢教育部有关部门、会展教育界同仁、重庆大学出版社在本书项目立项过程中给予的支持,使之有机会再版。我国会展业发展形势如火如荼,教育界、理论界和产业界有责任不断总结新鲜经验,以进一步完善、丰富展览学,给未来的展览人提供良好的精神食粮。欢迎展览界同仁对本书提出批评指正。

夏桂年

2019年6月

第1版前言

我国展览历史悠久,但在自然经济和计划经济的束缚下,展览并不发达。随着改革开放的深入,市场在资源配置中的作用越来越大,展览市场的主体——经济类展览迅速发展起来,并由此带动了其他类型展览的发展。在西方近现代展览发展了近200年后,中国终于迎来了展览发展的全新时代。

展览的发展提出了人才教育问题。21世纪初,各地陆续办起了会展专业、会展系或会展学院,在读的大中专学生估计在万人以上。由此推动了会展教材的编辑与出版工作。

在市场经济带动下,我国展览将进一步发展。会展专业已经成为学校的常设专业并将得到更健康的发展。当务之急是给学生提供经得起较长历史检验的教材,学术界与出版界理应相互配合,趁第十二个五年计划实施之际,加快教材建设的进度。

本书与目前其他同类著作的最大不同在于,它重新把研究对象集中于展览,并对展览的基本概念、定义、发展动力、发展规律、展览要素及其结合的条件等进行了系统的研究与描述。它不是纯粹思辨的产物,而是展览实践的产物。书中的许多问题都来自笔者对展览的观察与思考,在所有理论问题的背后,都留有实践的烙印。

本书计12章,分属四大板块。其中第1章至第3章,主要阐述展览的研究对象、展览的分类以及在此基础上的展览功能、展览在世界的发展及其动力、发展规律等。希望学生通过对这几章的学习,掌握展览的基本概念,认清展览的特点、研究对象、发展动力与规律,从而划清展览与其他事物的界限。

第4章至第7章,主要围绕展览项目要素、特点、结合条件、项目价值构成、项目策划、组织与营销、现场服务、项目客户关系管理与物流等知识展开。项目是展览的细胞形式,是矛盾的综

合体,也是任何展览的出发点与归宿。通过对这几章的学习,学生将对展览项目有一个系统全面的把握。

第8章至第10章,介绍了公司的组织架构、人力资源管理、公司组织形式与特点、公司品牌培育与CI发展战略、公司财务管理与资本运营等有关知识。人力资源管理引入了人性假说的概念,使分析更为合理。对资本运营的学习,可以使学生获得展览资本运作的初步知识,为其进一步发展打下基础。

第11章至第12章,主要是从宏观的角度分析社会对展览的管理。主要介绍了中央和地方政府对展览的管理,社会群团组织(含展览协会)对展览的管理,国际展览局、有关国际公约、社团组织对展览的管理等知识。

本书按照科学研究的基本哲学原理,把展览作为独一无二的研究对象,以开阔的视野、深入的思考,重新审视了《会展概论》及原有的《展览学》有关问题,并以新的结构为载体,以新的概念和认识为支撑,全面展开了对展览学相关问题的探讨,希望借此拉开展览学重建的序幕。

夏桂年

2012年8月



目录CONTENTS

一、理论篇

第1章 展览学研究对象·····	3
1.1 导论·····	4
1.2 展览定义与主要特征·····	4
1.3 展览发展历程·····	13
1.4 展览学研究对象·····	24
1.5 本章寄语·····	35
复习思考题·····	35
第2章 展览类型与展览功能·····	36
2.1 导论·····	37
2.2 展览分类·····	37
2.3 主要展览类型·····	47
2.4 展览功能与作用·····	56
2.5 本章寄语·····	60
复习思考题·····	61
第3章 展览发展及其规律·····	62
3.1 导论·····	63
3.2 欧美国家展览的发展·····	63
3.3 新兴国家展览的发展·····	70
3.4 中国展览的发展·····	78
3.5 展览发展的动力与规律·····	90



3.6 本章寄语	94
复习思考题	94

二、项目篇

第4章 展览项目要素与立项策划	97
4.1 导论	98
4.2 展览项目要素及其结合	98
4.3 项目的策划	111
4.4 本章寄语	128
复习思考题	129
第5章 项目组织与营销	130
5.1 导论	131
5.2 展览的组织	131
5.3 项目营销准备	139
5.4 项目营销	149
5.5 本章寄语	157
复习思考题	158
第6章 客户关系与物流管理	159
6.1 导论	160
6.2 客户关系管理	160
6.3 展品物流管理	172
6.4 本章寄语	179
复习思考题	180
第7章 展览现场服务管理	181
7.1 导论	182
7.2 项目现场管理与人员培训	182
7.3 展务管理	188
7.4 开幕式管理	194
7.5 配套活动管理	197

7.6 接待与后勤管理	201
7.7 本章寄语	204
复习思考题	205

三、公司篇

第8章 公司组织架构与人力资源管理	209
8.1 导论	210
8.2 公司及公司职能	211
8.3 展览公司组织架构	217
8.4 公司人力资源管理	224
8.5 本章寄语	234
复习思考题	235
第9章 展会品牌培育与CI发展战略	236
9.1 导论	237
9.2 展会品牌培育	237
9.3 CI发展战略与形象识别	246
9.4 展会形象设计	251
9.5 本章寄语	263
复习思考题	264
第10章 公司财务管理与资本运营	265
10.1 导论	266
10.2 展览公司财务管理	266
10.3 公司财务预算	274
10.4 资本运营与管理	279
10.5 本章寄语	287
复习思考题	288

四、社会篇

第11章 展览的社会管理	291
--------------------	-----



11.1	导论	292
11.2	政府对展览的管理	292
11.3	社团对展会的管理	299
11.4	展会评估	304
11.5	本章寄语	315
	复习思考题	316
第12章	展览的国际管理与调节	317
12.1	导论	318
12.2	展览国际管理的产生	318
12.3	国际法与国际组织对展览的管理	322
12.4	国际民间组织对展览的调节	331
12.5	本章寄语	335
	复习思考题	335
	参考文献	337

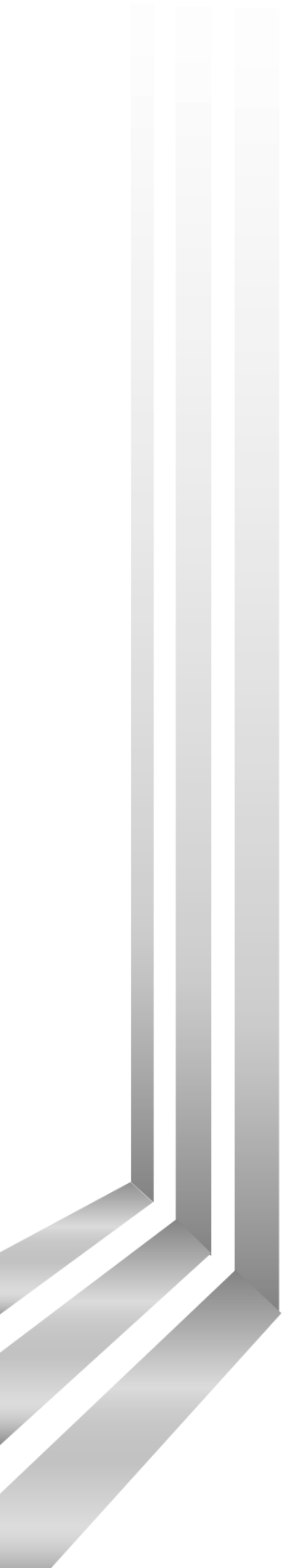


一、理论篇



【关键词】

展览及展览学的定义 展览的特征 展览产生的社会历史条件 展览学的研究对象与方法 展览的分类方法 展览类型及其功能 展览在世界不同类型国家的发展 发展的动力与规律



第1章

展览学研究对象
