

<<会展活动政策与管理经典案例>>

图书基本信息

书名：<<会展活动政策与管理经典案例>>

13位ISBN编号：9787310039005

10位ISBN编号：7310039009

出版时间：2012-11

出版时间：南开大学出版社

作者：王起静 编

页数：239

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<会展活动政策与管理经典案例>>

内容概要

会展活动是典型的项目，每个会展项目都有其特殊性。但会展活动作为一类特殊的项目，又有其特有的运作规律，其成功或失败都有其规律性。深入地研究经典会展案例，对于企业经营管理、理论研究以及案例教学都具有重要意义。目前市面上已经有很多关于会展经营管理的书籍，但对各会展经典案例进行深入分析的书籍和资料还非常少。

一直以来，我们就有这样的想法，就是长期跟踪一些经典会展项目，深入了解这些项目运作的规律、经验甚至教训，并把这些研究成果出版出来和大家共享。

《南开旅游案例丛书：会展活动策划与管理经典案例》是我们这个想法付诸实施的第一步。随着研究的深入，以后还会陆续出版类似的案例书籍。

本书精选了17个会展活动案例，分为两大部分，上篇是会议展览案例，下篇是节庆活动案例。这些案例一般都是长期举办的，已经在国内外形成品牌，具有相当大的影响。

<<会展活动政策与管理经典案例>>

书籍目录

上篇：会议展览经典案例 达沃斯论坛——NGO会议的典范 博鳌亚洲论坛——亚洲寻求共赢之路 2010年上海世界博览会——城市，让生活更美好 1999年昆明世界园艺博览会——用鲜花点亮生活 中国进出口商品交易会（广交会）——联结中国与世界 中国——东盟博览会——创新与发展 北京国际汽车展览会——成长中的国际汽车展览品牌 “乳牛大游行” 公共艺术巡展——展览公益化、艺术节庆化 2008奥运景观雕塑国际巡回展览——奥运理念，文化传承 北京国际美术双年展——树城市形象、立文化品牌 下篇：节庆活动经典案例 青岛国际啤酒节——张扬个性开怀畅饮 三亚选美大赛——释放美丽营销城市 西班牙奔牛节——关于旅游节庆活动市场化运作的思考 以花会友——洛阳牡丹花会 桥上早餐——世界规模最大的户外野餐聚会 “水”为“节”狂——西双版纳国际泼水节 香港购物节——演绎香港购物的神话

<<会展活动政策与管理经典案例>>

章节摘录

版权页：插图：1.因地制宜，立足当地经济、文化、旅游基础 政府自上而下推动产生的节庆一定要立足发掘本地的文化底蕴、吸引当地人参与，才能真正成为当地的公共“文化事件”，才能根植于当地文化，也才会具有持久的生命力。

青岛地处山东半岛南部，东南濒临黄海，背倚奇峰崂山，环抱“内海”胶州湾，“三面沧海一面山”的独特地理格局也赋予青岛宜人的海洋性气候特征，使青岛成为举世闻名的避暑、疗养、旅游观光与度假胜地及中国最佳度假旅游城市之一。

青岛拥有山东1/3的海岸线、34个海湾和70个海岛等丰富的海洋旅游资源。

秀丽的山海风光、独特的人文景观、风格多样的各国建筑、悠久历史积淀的海洋文化，形成了浑然一体、与众不同的“山海岛城”旅游景观。

青岛以其山海优美、环境整洁、功能完善、生活舒适的宜居环境，先后获得“国家卫生城市”、“国家环境保护模范城市”、“国家园林城市”和“中国人居环境奖”等称号，这些都为啤酒节的举办奠定了较好的基础。

当地的经济状况对节庆的可持续发展尤为重要。

青岛经济在改革开放以来的飞速发展青岛啤酒节的发展壮大提供了坚实的经济基础。

因为在中国，由政府推动的节庆要经过政府长期的培育才能够具有一定的市场影响力，而当地的经济状况直接决定了当地政府可支配的财力。

同时，以青岛啤酒集团为首的一大批青岛当地的大型企业也为啤酒节的市场化运作提供了可能。

节庆积累的无形资产和节庆引发的集中消费是节庆最具市场开发前景的关键点。

因此，实现市场化运作的“惊险一跳”在于赞助商的数量和质量。

而从节庆赞助商的选择来看，初期往往立足于本地企业、节庆主题相关行业的企业，随后逐渐向更广的范围和领域拓展。

在青岛啤酒节的发展过程中，向市场化的过渡和转型由于一批大企业的支持而显得相对平稳。

这些本地大企业的各类业务往来也为历届啤酒节带来了很多的商务客源。

2.不图一时，长远办节 我国现代旅游节庆活动的发展历史，若以1982年洛阳牡丹花会算起已有30年。

这30年中全国各地举办的旅游节庆活动数量众多，据不完全统计有4500多个。

但是这些节庆活动普遍生命力不强，缺乏影响力。

青岛立足长远、坚持可持续发展的办节思路值得我们学习。

这种长远的办节思路体现在节庆定位和内容上——青岛立足本地文化基础，努力打造世界级的啤酒盛会。

其在办节过程中及时根据市场反应做相关调整。

在体制和组织上，通过前文对青岛国际啤酒节管理体制沿革的回顾，我们可以清晰地看到，企业承办、旅游部门承办、地区承办等目前国内最主要的几种办节方式，青岛都曾一一尝试过，在组织机构方面也走在全国前列，设立了大型节庆活动办公室和啤酒节办公室等常设机构。

在节庆的管理上，各届政府领导都非常支持啤酒节的举办，保证了节庆政策的相对连续性，并曾在啤酒节尚未市场化的初期阶段，保证了投入上的连续性。

大型节庆活动办公室和啤酒节办公室等专门机构的设立也保证了市场开拓上的连续性及人员专业技能积累和培养的长期性与连续性。

3.政府与市场相互协调，逐步向市场过渡 目前国内的很多旅游节庆往往在还没有培育出市场价值的时候就已在资金上难以为继了，所谓的市场化往往沦为政府的摊派。

一项节庆活动如果想长久，必须发挥市场的力量。

一般而言，举办一个持续的节庆活动要经历三个阶段。

政府在节庆活动中的角色要随着节庆活动的成熟程度而不断转变。

<<会展活动政策与管理经典案例>>

编辑推荐

《会展活动策划与管理经典案例》精选了17个会展活动案例，分为两大部分，上篇是会议展览案例，下篇是节庆活动案例。

这些案例一般都是长期举办的，已经在国内外形成品牌，具有相当大的影响。由北京第二外国语学院会展研究中心多位研究人员共同完成。

<<会展活动政策与管理经典案例>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>