# 美食展会招展函范文大全通用10篇

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2025-03-15

*美食展会招展函范文大全 第一篇尊敬的客户朋友们:您好! 非常感谢大家长期以来对暖煌新能源的大力支持。20xx新疆暖通展览会即将开展，在此，我们真诚地邀请您莅临我司展位参观指导，恭候您的到来。展会日期：20xx年3月29日一31日展会地址：乌...*

**美食展会招展函范文大全 第一篇**

尊敬的客户朋友们:

您好! 非常感谢大家长期以来对暖煌新能源的大力支持。20xx新疆暖通展览会即将开展，在此，我们真诚地邀请您莅临我司展位参观指导，恭候您的到来。

展会日期：20xx年3月29日一31日

展会地址：乌鲁木齐xxx际会展中心

暖煌新能源展位：【335、336】

希望您的到来能给我们提供一些好的参考和建议，我们的成长与发展离不开您的指导与关怀。

特此邀请!

暖煌新能源

展会介绍

新疆暖通展将于20\*8年3月29-31日在xxx际会展中心举办，展会将集中展示最新暖通设备、供热设备、通风设备以及相关材料等，邀请来自各国家和地区供热行业的政府单位、热力公司、协会及公共设施代表、研究院、设计院、市政管理、批发商、采购商、经销商、代理商、承包商、房地产开发商及建筑工程公司、酒店公寓别墅、学校、医院、商场、餐厅、消费者、新闻媒体等参观洽谈。通过展览展示，投资洽谈，技术研讨、信息传播等方式，搭建供需双方交流平台，实施“走出去”“引进来”发展战略，提高产业聚集效应，促进产业集群升级发展。

**美食展会招展函范文大全 第二篇**

时装中心自八月八日盛大开业以来，经营业态呈良好上升势头。为进一步提高市场人气，扩大时装中心知名度，市场决定于10月22日-28日举办“\_\_中国（常熟）服装城时装中心首届秋冬季产品大型展销会”。

活动方案：

一、展销时间：\_\_年10月22日~~28日七天（每天上午8：00~下午4：00）

二、展销地点：招商城时装中心

三、展销会参与单位及品牌：入驻时装中心的全部门店及品牌

四、展销会邀请对象：时装中心各门店的新老客户及全国各地的进货客商。

五、邀请方式：

1、由时装中心统一印制邀请函，以已入驻商户的名义由时装中心统一寄发邀请函，邀请你的新老客户届时光临，请你即日起至10月11日在所在楼层经营管理部登记邀请名单（附详细地址、联系方式）。

2、通过广告宣传，吸引新老客商及零售商参与。

3、来宾由各参展商铺负责接待。

六、展销会主要活动内容：

1、展销会期间各门店务必要备足货源，文明待客。

2、在时装中心内进行t型台时装走秀表演，吸引人气。

3、礼品发放：各邀请嘉宾凭邀请函回执至市场管理二部（1#自动扶手梯旁）领取精美礼品一份。散客在市场底楼服务中心另有小礼品相赠。

4、由入驻商户对所邀请的客户进行介绍、并参观时装中心。

5、期间邀请国内一流专家举办服装行业营销理念论坛。

七、全方位强势推广宣传方案：

1、扬子晚报社、常熟日报社的宣传：整版宣传参展商铺、入驻品牌。

2、常熟电视台、常熟广播电台：移动字幕等。

3、发送手机区域短信（展会期间对所有进驻招商城的手机用户发送展销会信息，吸引其来参观、了解）

4、联合入驻商户在时装中心新莲路、青莲路沿街安放气幕拱门营造气氛。各经营户可至楼层经营管理部登记，以品牌名义祝贺展销会。如：\_\_\_\_\_热烈祝贺时装中心首届秋冬季产品大型展销会取得圆满成功”，制作费用350元/个。

6、届时在长途汽车站设立接待窗口，有导购人员接待各门店所邀请的嘉宾和客商，由时装中心派车统一送至市场。

时装中心的未来需要大家来开发，我们共同的目的——大力提高时装中心的知名度，让广大进货客商了解时装中心，展现出中国时装交易中心的风采，为市场的持续繁荣、兴旺、发展作出我们共同努力！

**美食展会招展函范文大全 第三篇**

一. 20xx中国国际海鲜美食文化旅游节义乌站活动背景

为了倡导蓝色有机食品，无公害食品，纯天然野生食品的概念，我们特意在盛夏金秋交际，举办第一届义乌国际海鲜美食节，进一步提升义乌作为国际化都市的...

一. 20xx中国国际海鲜美食文化旅游节义乌站活动背景

为了倡导蓝色有机食品，无公害食品，纯天然野生食品的概念，我们特意在盛夏金秋交际，举办第一届义乌国际海鲜美食节，进一步提升义乌作为国际化都市的城市名片魅力，打造出口全球，进口全球，美味全球的理念，让更多的国际友人了解中国传统美食. 海洋食品被一致公认为是纯天然，无公害，有机食品的典型代表，受到了越来越多人的追捧，也直接导致了人类对海洋资源的过度捕捞，海洋资源不断减少，对海洋保护的呼声越来越高。入夏将至，全国内外销即将步入淡季。酷热难耐，很多消费者都不愿出门，故发起举办“国际海鲜美食文化旅游节”，旨在倡导对健康食品的全民参与，提高全民对海洋建设保护的环保理念，提高义乌作为国际化都市的旅游品牌形象，丰富开拓广大民众的视野，增进江浙沪地区的文化交流，吸引更多的国内外客户体验义乌别样文化内涵，品味义乌精彩商业特色，融洽义乌地区的商业投资氛围，创造一条全新精品旅游线路，带动其他产业链联动发展。本着 “政府支持” “公司参与”“市场运作”科学发展观，打造一个全新概念的义乌特色旅游文化国际品牌形象。同期，还将通过举办国际食品博览会、餐饮业高层研讨会、“特别推荐”品牌活动，为广大餐饮单位及相关企业搭建交流平台，探索创新之路，共谋共赢发展。

二、活动策划总构思

活动特色：古韵与新风并存，魅力与活力交汇

专业性与群众性相结合，艺术性与互动性相结合

20xx年义乌国际海鲜美食文化节围绕“现代都市，商誉四方;旅游文化，再惊华夏”的主题进行策划，以“政府主导、企业参与、市场运作”的模式进行操作，整个活动既要体现出新义乌的科学发展成果，展现义乌独特的商业地方文化与国际交融文化，又要营造出节日喜庆、和-谐氛围。不断创新发展，将食、游、购、娱有机地结合起来，带动江浙沪地区对义乌的重新认识。

2.活动时间：7月(每天12：30——晚上9：00)

3.主题标语：

1 现代都市，商誉四方;旅游文化，再惊华夏

2 五彩缤纷美食佳肴 千娇百媚魅力义乌

4. 招商内容：

1、食品类

特殊食品，糖酒茗茶，地方特产，粮油制品，饮料乳制品，方便食品，休闲食品。

2、用品类

厨房电器，厨房用具。

3、儿童专区

儿童食品、儿童餐具，儿童特色玩具。

4、主题体验区

根据企业及特色品牌餐饮商家的需求，以高格调，高品位为定位，吸引 参观者加入体验;餐饮类高科技、新发明产品的展示体验等。

5、餐饮媒体区

**美食展会招展函范文大全 第四篇**

20xx年，面对甲型流感和国际金融危机等不利影响，全市会展业高举科学发展观大旗，以城乡统筹、四位一体科学发展总体战略为统领，紧抓灾后重建、扩大内需、试验区建设的三个机遇，用统筹城乡的思路和办法，按照全域成都的理念，实施品牌化、专业化、国际化会展业总体发展战略，加快中国国际会议目的地城市、会展总部集聚区、中国节庆活动中心建设，在会展经济规模、拉动作用、产业知名度等方面均创历史新高，实现了会展业又好又快发展，为展示成都震后新形象，促进服务业快速发展，提升城市知名度作出明显贡献。

>一、20xx年全市会展经济工作情况

(一)主要特点和成效。

1、会展产业发展呈加速度态势，行业运行质量较高。

统计显示，预计20xx年全市会展业直接收入亿元，增加值亿元，同比增长，超计划目标个百分点;共举办各类展会节庆活动320多个，同比增长，其中专业展会100多个，论坛和学术会议100多个(全市全年举办各类会议万个，大型综合专业论坛和学术会议100多个)，节庆活动120多个;全市展览总面积达170万平米，同比增长。在世纪城新国际会展中心举办的82个专业展览会，平均规模超过1万平米，5万平方米以上的大型展会达8个，增加3个;在娇子国际会议中心举办的xx多场会议中，平均参会人数超过300人。

2、经济拉动作用显著，会展产业链竞争力增强。

20xx年，全市参展参节参会人数超过7240万人次，其中外地来蓉人数超过1062万人次，直接带动旅游、广告、餐饮、娱乐、交通、信息通讯等服务业的发展，拉动消费亿元，增幅超过22%。沿海和香港、台湾等地来蓉设办事处和分公司的会展企业新增数十家。

3、展会品牌影响力突出，行业知名度提升。

20xx年，我市专业展呈现出规模明显扩大的趋势，xxx等展会规模均在8万平米以上，同比增长均超过20%以上;论坛和会议规格、规模普遍提高，节庆赛事活动影响力持续提升。20xx年，我市在国内外会展业界内的影响迅速提升，被誉为中国会展经济的领跑者。继20xx年中国贸促会将成都与北京、上海、广州、大连列为中国五大会展中心城市，20xx年，成都被业界评为中国十大会展城市、中国十大魅力会议目的地城市、中国十大节庆城市等。

4、会展国际化程度提高，推动成都对外交流合作加快。20xx年，成都会展经济国际化水平明显提高。其中：糖酒会首次设立1万平米国际红酒专馆;医博会3000家参展企业和12万客商中国际化程度超过60%;亚欧首脑会议的45个成员国和相关国际支部的代表出席亚欧减灾能力建设研讨会;第十届西博会有来自55个国家和地区的4938家企业参展，6位外国政府首脑和27个国家的70位部长级官员、驻华使节，以及全球88个国家和地区的嘉宾出席;20xx世界电子竞技大赛总决赛有来自65个国家和地区的600位世界顶级选手参赛。

(二)主要做法。

1、实施三大会展经济发展战略，加快会展之都建设步伐和会展产业科学发展。

20xx年以来，成都创新实施品牌化、专业化、国际化会展业总体发展战略，全面提升会展经济整体实力;实施三步走阶梯式发展战略，即20xx年建成中国中西部会展名城，20\_年建成亚洲内陆会展名城，2024年建成辐射全国、面向世界的国际重要会展名城;实施把成都建设成为中国国际会议目的地城市、会展总部集聚区、中国节庆活动中心三大具象目标发展战略。20xx年取得了显著成绩，其中第一步目标今年提前实现。

2、创新申办机制，提升会展业国际化水平。

3、优化会展发展环境，提升办展办会水平。

完善会展政务服务一站式工作机制，对不同规模和档次的展会实现分级服务和管理。完善会展统计工作，对大型展会节庆活动开展专项调查，加强产业运行质量监控。对市政府举办的重点会展节庆活动实施招投标，引入行业优势主体、知名策划公司、广告公司、展览企业办展办会，保证了我市自办品牌展会节庆活动的提档升级，如美食节、软洽会、西博会成都馆、购物节等。成都会展行业协会、成都旅游行业协会、成都餐饮同业公会等协会支部100多家企业发起并建立会展旅游联盟。

4、立足全域成都，推动区县节会经济大发展。

将美食节、购物节等重点节会向二、三圈层区(市)县延伸，扩大品牌覆盖面。以城乡一体化、扩大内需为目标，按照一区(市)县一主节原则，扶持每个区(市)县重点打造1―2个品牌节会。统计显示，20xx年区(市)县节会活动超过110次。

5、加强营销推广，提升会展产业知名度和城市美誉度。

以营销成都为目标，联合相关部门策划并启动20xx年xx会成都市相关活动。与市委宣传部、各大新闻机构合作，分阶段有重点开展会展产业和重点展会宣传。将糖酒会、软洽会、西博会、医博会、药品会、律师论坛等展会作为对外交流合作平台，宣传城市和行业。发挥贸促会渠道优势，利用国际经贸活动平台，先后在韩国、法国、巴西等国以及香港、台湾地区开展推广。全面展开与《中国会展》、《会展财富》等5家会展专业媒体合作以提升我市在会展业界的影响。

(三)存在的不足和问题。

虽然20xx年我市会展产业保持了高速增长，但是面临的问题和困难依然突出：一是西安、重庆、武汉等中西部城市超过20万平米新场馆近两年内将投入使用，追赶势头迅猛，对我市会展场馆硬件设施形成挑战，对展会申办形成更大压力;二是国际国内一流的品牌展会的缺乏，影响了我市会展业地位的进一步提升;三是我市会展节庆活动的国际化、专业化水平还有待大幅度提高，特别是要进一步加强本土会展龙头企业和专业人才的培育。

>二、20xx年会展经济

(一)总体要求和主要目标：以统筹城乡、四位一体科学发展战略部署为指导，发挥城市比较优势和会展先发优势，深入实施国际化、品牌化、专业化会展业总体发展战略，实现会展业的跨越创新科学发展，全面推进亚洲内陆会展名城建设，加快辐射全国、面向世界的会展之都发展步伐。

20xx年，全年计划举行会展节庆活动360个以上，会展产业直接收入增长20%，超过30亿元以上，拉动消费270亿元，5万平米以上展会8个，新申办展会10个以上。

(二)重点工作：

1、规划先导，全面提高会展之都建设水平。

深化《成都建设会展之都课题》研究，按要求制定《成都市会展产业十二五发展规划》专项规划和《中国国际会议目的地城市建设发展规划》单项规划。

主要确定成都会展的国际目标定位、重点发展领域和功能区、重点打造品牌和龙头企业、政策措施等。

2、以打造对外交流合作平台为主线，加强自办品牌培育，办好承接展会。

推广成功经验，进一步创新展会申办北京联络处工作，并联合部门和企业在上海、香港等地增设联络处。

加强与国家外交部、商务部、发改委、中国贸促会等国家部委和国际支部驻京沪机构的联络，申办更多、更高规格的国际会议。

探索创建国际大型展会申办基金，整合资源，加大申办资金投入。

进一步细分会议市场，重点申办高端国际支部行业会议、企业年会、奖励旅游会议。

同时，完善国际国内大型专业展会主办单位和关键人士的激励办法。

**美食展会招展函范文大全 第五篇**

时间：200x年10月17日—20日

地点：xxxxxxx

主办单位：

主题：为项目寻找加盟为创业者找项目

>展会简介

作为全球公认的成功商业模式——特许经营连锁加盟，进入中国以来，正以极强的渗透力渗透各个行业，目前已逾20万家加盟连锁店总数，并且相当一段时期内仍将蓬勃发展。87年《商业特许经营管理条例》的\'施行，规范了这一市场，项目方投资方如何更有效开展合作，已形成热点。

南京，区位优势突出，位于沿海、长江经济带交汇处，是长三角地区仅次于上海的第二大中心城市，随着南京都市圈带动的日趋紧密，商业覆盖能力更加显著。

南京会展软环境全国一流，会展竞争力排名第五，是国内第一家具有真正意义的会展业协调机构的城市。

xxx特许加盟创业展由业内知名国际间商业组织：财团法人新加坡世贸中心、财团法人首尔世贸中心全力支持，中国加盟连锁项目中心、中国商品流通协会主办，诚品会展大陆分部、香溪文化具体承办执行，共同打造符合中国市场现状的特许经营连锁加盟创业项目展览盛会。

20xx南京特许加盟创业展每年一届，落地古都南京，辐射长三角。将合理运用自身良好的资源优势，精心策划推广，培育南京特许加盟创业展这一品牌。同时规范参展行为精选专业观众，设置参展上限，使参展与会商机最大化。

20xx南京特许加盟创业展是以特许经营连锁加盟创业项目招商为主的专业盛会，其个性鲜明、内容丰富、注重实效，贴近市场走向；是有效的寻求加盟与投资对接平台；吸引着众多的代理商、经销商、加盟商、投资人及创业者现场参观、洽谈、合作；带给您的不仅有实在的合作机会，更是您拓展市场的首选途径。

20xx南京特许加盟创业展欢迎您的参与。

展出范围

衣食住行、教育培训、文体娱乐、美容健身、医疗保健、礼品饰品、母婴用品、商业服务、商业零售、科技数码、专利发明、新奇特、投资办厂等特许加盟项目及其他创业项目。

按投资金额科学设置

日程与安排

**美食展会招展函范文大全 第六篇**

chaoyangdistrict

beijing100020

people’srepublicofchina

\_\_\_\_\_\_\_\_\_embassyinbeijing

towhomitmayconcern:

onbehalfof\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

\_\_\_\_\_\_\_\_for\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_to\_\_\_\_\_\_\_\_\_of20\_forcccfactory

inspection.

name

sex

dateofbirth

organization

passportno.

time

missions

venue

departure

arrivalin

factoryinspection

move

theinternat

**美食展会招展函范文大全 第七篇**

1．展会名称

展览会的名称一般包括三个方面的内容：基本部分、限定部分和行业标识。如“第93届中国出口商品交易会”，如果按上述三个内容对号入座，则基本部分是“交易会”，限定部分是“中国”和“第93届”，行业标识是“出口商品”。

下面分别对这三个内容作一些说明：

·基本部分：用来表明展览会的性质和特征，常用词有：展览会、博览会、展销会、交易会和“节”等。

·限定部分：用来说明展会举办的时间、地点和展会的性质。

展会举办时间的表示办法有三种：一是用“届”来表示。二是用“年”来表示，三是用“季”来表示。如第三届大连国际服装节、20xx年广州博览会、法兰克福春季消费品展览会等。在这三种表达办法里，用“届”来去示最常见，它强调展会举办的连续性。那些刚举办的展会一般用“年”来表示。展会举办的地点在展会的名称里也要有所体现，如第三届大连国际服装节中的“大连”。

展会名称里体现展会性质的词主要有“国际”、“世界”、“全国”、“地区”等。如第三届大连国际服装节中的“国际”表明本展会是一个国际展。

·行业标识：用来表明展览题材和展品范围。如第三届大连国际服装节中的“服装”表明本展会是服装产业的展会。行业标识通常是一个产业的名称，或者是一个产业中的某一个产品大类。

2、展会地点

策划选择展会的举办地点，包括两个方面的内容：一是展会在什么地方举办，二是展会在哪个展馆举办。

策划选择展会在什么地方举办，就是要确定展会在哪个国家、哪个省或者是哪个城市里举办。

策划选择展会在哪个展馆举办，就是要选择展会举办的具体地点。具体选择在哪个展馆举办展会，要结合展会的展览题材和展会定位而定。另外，在具体选择展馆时，还要综合考虑使用该展馆的成本的大小如何、展期安排是否符合自己的要求以及展馆本身的设施和服务如何等因素。

3、办展机构

办展机构是指负责展会的组织、策划、招展和招商等事宜的有关单位。办展机构可以是企业、行业协会、政府部门和新闻媒体等。

根据各单位在举办展览会中的不同作用，一个展览会的办展机构一般有以下几种：主办单位、承办单位、协办单位、支持单位等。

主办单位：拥有展会并对展会承担主要法律责任的办展单位。主办单位在法律上拥有展会的所有权。

承办单位：直接负责展会的策划、组织、操作与管理，并对展会承担主要财务责任的办展单位。

协办单位：协助主办或承办单位负责展会的策划、组织、操作与管理，部分地承担展会的招展、招商和宣传推广工作的办展单位。

支持单位：对展会主办或承办单位的展会策划、组织、操作与管理，或者是招展、招商和宣传推广等工作起支持作用的办展单位。

4、办展时间

办展时间是指展会计划在什么时候举办。办展时间有三个方面的含义：一是指举办展的具体开展日期。二是指展会的筹展和撤展日期。三是指展会对观众开放的日期。

展览时间的长短没有一个统一的标准，要视不同的展会具体而定。有些展会的展览时间可以很长，如“世博会”的展期长达几个月甚至半年；但对于占展会绝大多数的专业贸易展来说，展期一般是3-5天为宜。

5、展品范围

展会的展品范围要根据展会的定位、办展机构的优劣势和其他多种因素来确定。

根据展会的定位，展品范围可以包括一个或者是几个产业，或者是一个产业中的一个或几个产品大类，例如，“博览会”和“交易会”的展品范围就很广，如“广交会”的展品范围就超过10万种，几乎是无所不包；而德国“法兰克福国际汽车展览会”的展品范围涉及到的产业就很少，就只有汽车产业一个。

6、办展频率

办展频率是指展会是一年举办几次还是几年举办一次，或者是不定期举行。从目前展览业的实际情况看，一年举办一次的展会最多，

约占全部展会数量的80％，一年举办两次和两年举办一次的展会也不少，不定期举办的展会已经是越来越少了。

办展频率的确定受展览题材所在产业的特征的制约。我们知道，几乎每个产业的产品都有一个生命周期，产品的生命周期对展会的办展频率有重大影响。产品的投入期和成长期是企业参屉的黄金时期，展会的办展频率要牢牢抓住这两个时期。

7、展会规模

展会规模包括三个方面的含义：一是展会的展览面积是多少，二是参展单位的数量是多少，三是参观展会的观众有多少。在策划举办一个展会时，对这三个方面都要作出预测和规划。

在规划展会规模时，要充分考虑产业的特征。展会规模的大小还会受到会观众数量和质量的限制。

8、展会定位

通俗地讲，展会定位就是要清晰地告诉参展企业和观众本展会“是什么”和“有什么”，具体地说，展会定位就是办展机构根据自身的资源条件和市场竞争状况，通过建立和发展展会的差异化竞争优势，使自己举办的展会在参展企业和观众的心目中形成一个鲜明而独特的印象的过程。

展会定位要明确展会的目标参展商和观众、办展目标、展会的主题等。

9．展会价格和展会初步预算

展会价格就是为展会的展位出租制定一个合适的价格。展会展位的价格往往包括室内展场的价格和室外展场的价格，室内展场的价格又分为空地价格和标准层位的价格。

在制定展会的价格时，一般遵循“优地优价”的原则，即那些便于展示和观众流量大的展位的价格往往要高一些。展会初步预算是对举办展会所需要的各种费用和举办展会预期以获得的收入进行的初步预算。

在策划举办展会时，要根据市场情况给展会确定一个合适的价格，这样对吸引目标参展商参加展会十分重要。

10、人员分工、招展招商和宣传推广计划人员分工计划、招展计划、招商和宣传推广计划是展会的具体实施计划，这四个计划在具体实施时会互相影响。人员分工计划是对展会工作人员的工作进行统筹安排。

招展计划主要是为招揽企业参展而制定的各种策略、措施和办法。

招商计划主要是为招揽观众参观展会而制定的各种策略、措施和办法。

宣传推广计划则是为建立展会品牌和树立展会形象，并同时为展会的招展和招商服务的。

11、展会进度计划、现场管理计划和相关活动计划

展会进度计划是在时间上对展会的招展、招商、宣传推广和展位划分等工作进行的统筹安排。它明确在展会的筹办过程中，到什么阶段就应该完成哪些工作，直到展会成功举办。展会进度计划安排得好，

展会筹备的各项准备工作就能有条不紊地进行。

现场管理计划是展会开幕后对展会现场进行有效管理的各种计划安排，它一般包括展会开幕计划、展会展场管理计划、观众登记计划和撤展计划等。现场管理计划安排得好，展会现场将井然有序，展会秩序良好。

展会相关活动计划是对准备在展会期间同期举办的各种相关活动作出的计划安排。与展会同期举办的相关活动最常见的有技术交流会、研讨会和各种表演等，它们是展会的有益补充。

**美食展会招展函范文大全 第八篇**

摘要：在我国，会展业被称为三大新经济产业之一。近年来，随着昆明园艺博览会、奥运会、上海世博会的相继召开。由会展物流带来的物流经济和会展经济引起人们的关注。文章以上海世博会的召开为背景，分析国内外会展中的物流服务，探讨会展物流的相关概念、特点，以及在会展经济中的重要意义，为会展物流系统的建立和完善提出对策和建议。

关键词：世博会;会展物流：会展经济：对策研究

近年来，越多越多的国际性赛事和展览活动在我国举办，为我国会展物流的发展提供契机，使物流业发展趋向规模化、柔性化、智能化、信息化和人性化;同时，为建设辐射全国、连接世界的服务供应链，打造高效便捷物流服务带来新思路。

一、上海世界博览会简介

世博会(ExPo)，是综合反映世界各国政治、经济、文化和科技发展水平及成就的大型展示活动，分为综合性和专业性两类。迄今已举办50余次。

上海世博会将于20\_年5月1日拉开帷幕。现阶段各场馆正在有序建设和布置中：各项配套的基础设施、交通站点、流通要道，如机场、铁路、公路、水路以及包括公路、越江通道、公共客运交通、静态交通在内的市域交通等，因上海特殊的交通咽喉地位和世博会选址的“亲水”特征，也正在按计划新建和完善中。20\_年6月25日，泛联国际货运(Agility)正式与上海世博会事务协调局签约，成为指定物流服务商。

二、会展物流的概念

会展物流是一个较新的概念，从会展运输和物流系统的基础上发展演变而来。会展物流是指为保证大中型会展开展，由除主办方和参展方的第三方物流服务提供商保障各项与会物资流通的实体流动过程;包括会前对展品、场地基建设施、生活资料的运输和储备：会展中物资的正常供应并流向消费者：会展后将物资回收利用或恰当处理。

该系统供应链由会展组织者、参展方、供应商、建设方、信息服务方、政府相关部门组成，以会展组织者为核心，第三方物流企业发挥作用，整合其他各方的需求和利益，完成物流工作、满足会展需求。并将适合的产品流向适合的消费群体。

其服务供应链如图1所示，各节点由会展运输商(Exhibition TransportationServers，ETS)提供服务。

需要注意的是，在会展物流的发展中，要尽力将会展运输商ETS向会展物流服务商(Exhibition Logistics Servers，ELS)转化，以更好地适应大型会展对现代物流的要求。

三、会展物流的特点

(一)专门性、集聚性、动态性

首先，会展物流为世博会的特定主题提供专门物资的运输。上海世博会以“城市”为主题，由此带来的基建材料、装修材料和跟随旅客的行李的流通是重中之重。其次，会展物流产品在短时期内集聚涌人，小批最、集散性高的物品流通经常发生。再次，以应对会展中出现的各种情况，第三方物流公司必须对可能需要的产品、材料做快速响应处理。

(二)持续时间长

昆明世博会持续3个月。奥运会16天，而上海世博会则要6个月。在这184天中，不仅要持续满足世博会大量大会用品、建筑、装饰、包装等的需要，还要处理好各国政府首脑、商务人士、技术人员、与会宾客、游客行李的出入境。会展物流要保持在长时间内持续提供优质快速的物流相应服务。

(三)参与人数众多

昆明世博会吸引了69个国家和26个国际组织参加，至20\_年入园参观的海内外游客总人数达940多万人次。上海世博会预计展览期间吸纳7000万参观者、200个官方参展者、逾25家合作伙伴和赞助商以及社会大众，此次世博会的预计参观人数突破历史新高。

(四)绿色物流、逆向物流要求高

作为保障性环节，高效优质是会展物流的基本目标，除此之外，对能源、保护环境提出高要求。同时，对展会期间产生的大量生活、生产废物，要进行合理、高效、妥善的销毁或循环利用。与此相适应，展会物流的评价体系也应在相关指标上有较高标准。

四、会展物流发展分析

(一)发展前景分析

自20世纪90年代以来，上海的会展数量以20%的速度递增，其中针对汽车、生物医药、IT、建筑、环保等行业的会展市场发展尤其迅速。从长远看，会展物流将成为会展经济发展的重要方面。促进社会整体服务水平的提高。

1、高利润。据统计，1993年大田世博会收益12500亿韩元，增加外汇收入4455亿;1999年昆明世博会成交金额150亿元;20\_年爱知世博会则在危机中成功实现100亿日元的赢利。上海世博会的召开必将使上海港进出口量成倍增长，集装箱吞吐量预计增长1倍，国际运输与货运代理行业的业务量和收益将迎来鼎盛时期：带动上海及长三角地区的旅游业繁荣。

2、推动物流业资源整合和优化。会展物流为第三方物流市场的发展策略、资源整合、供应链优化和系统优化提供一定的方向。在服务专业化、流程精细化、技术科技化、管理信息化的思想下，第三方物流业将获得更大的成长空间。同时，在成功运作会展物流的实践中，提高自身企业知名度，进行品牌建设。

3、解决经济危机下物流业的就业问题。在奥运会制造的一波物流高峰过后，类似世博会的大型物流合同。一方面积极挽救物流业，促进物流企业在挑战中完成必要的重组和跳跃式发展，另‘方面，加大对物流业中高级人才的需求，缓解部分就业压力。据资料显示，20\_年仅在德国举办的130个专业性的国际贸易博览会，就创造了23万个就业机会;20\_年上海物流业从业人员达万人，比1990年增长6倍，至世博会召开，上海物流业将增加100万左右的就业岗位。达到180万。

(二)会展物流发展的瓶颈

1、物流市场发展不成熟。现阶段中国物流市场还未形成健全的市场机制、规范的竞争秩序、合理广泛的行业统一标准和适应现代物流发展的规章制度和管理模式，这使得物流业受传统计划体制影响较大，物流流程脱节现象造成了运输工具资源浪费、能源消耗、人员分配欠佳，直接影响现代化的综合性物流服务体系的形成。

2、市场需求匮乏。当前会展物流尚未进入物流专业化市场，一般以签订第三方物流商为合作企业的形式提供一切物流服务，甚至一些会展并不刻意注重其物流外包和会展物流需求。导致国内物流企业难以找到合适的锻炼机会和改进方向，使国外会展物流商在该市场上占据有利的领先地位，本土企业惨淡经营。

3、物流业自身实力和能力欠佳。国内物流企业目前仍坚持“大而全”或“小而

全”的经营理念，业务范围较为局限，企业规模小、服务功能单一、管理水平落后、对物流信息的收集加工利用程度较低。对比物流业发达的美国和日本，在工业企业中，原材料物流由第三方物流公司承担的比例分别为75%和80%，而我国仅为18%。这样的经营实力和物流能力使得会展方难以与其形成战略合作伙伴关系。

4、信息化建设程度低。会展物流要求各相关方建立信息管理系统，进行物流信息最大化共享，协作完成任务。但是目前只有大型物流公司愿意投资大量资金和人力建设，这在国内市场中小型物流企业居多的大环境下，是对物流企业整体发展的最大制约。

5、专业人才缺乏。据调查，北京市物流企业员工中本科毕业及本科以上学历16%，专科学历10%，中专学历22%。高中学历34%，小学及初中学历18%。上海市场构成大致类似。物流专业人才比较匮乏、员工素质较低的问题从根本上影响着会展物流的实施进程和发展速度。

五、会展物流发展的对策研究

(一)制定会展物流服务的具体服务要求和规范、细则、法规

(二)第三方物流企业服务细分、优势重组

(三)加强物流信息建设

首先，面向企业内部管理，依据企业规模建立全球卫星定位系统(GPS)、物资采购管理(MRP)、企业资源管理(ERP)等EDI手段和方法;其次，面向展会需求，充分运用条形码、无线射频、GPS、GIS等现代物流信息技术，应对不同的管理监督。满足信息服务要求，保障展会高质高效进行。

(四)致力于人才培养

会展物流具有强大的关联带动效应，从业人员素质和技能将得到提高。人才培养一方面要依靠高等院校、职业培训机构等在人才培养中的优势作用，另一方面加强资格认证的力度、广度和深度，选拔理论和实践兼备的全方位人才，为会展物流、第三方物流的发展输入新鲜血液。

六、结束语

世博会开幕在即，上海市各项基础设施建设有条不紊进行，世博会物流服务高速运转，保证物流、人流、资金流、信息流、商流和技术流六大流通的通畅。随着我国会展经济的蓬勃发展。无论是会展的需要，还是物流企业自身建设的要求，必然要求会展物流服务业跟上步伐，在会展经济中寻找更大的发展空间。

参考文献：

1、中国20\_年上海世界博览会参展指南[S]，上海世博会事务协调局，20\_

2、xxx一。丁敏，把握世博会契机推动上海会展物流业发展[J]，经济物流，20\_(10)

3、陈大为，世博会微观系统中关于人流和以人流为基础的物流系统研究[D]，华东师范大学，20\_

4、杨东援，世博会交通体系中的物流系统规划[J]，世博经纬，20\_(2)

5、上海市综合经济研究所咨询中心，世博会对上海物流业发展的机遇与挑战[J]，上海综合经济，20\_(5)

6、扬扬，杨东援20\_年上海世博会物流规划研究[J]，同济大学学报，20\_(8)

**美食展会招展函范文大全 第九篇**

商务邀请函的基本内容包括：会展活动的名称、举办城市、地点、时间、背景、目的；主办机构和组织机构；会展活动的内容和形式、特点等；主要参加或参与对象；会展活动的相关收费标准；联络方式以及其他需要说明的事项。

会展活动商务邀请函（信）结构与写法

⒈封面通常会展活动商务邀请函的封面会显示此商务函的性质。普通的商务邀请函（信）封面以会展活名称、主题、主办机构、时间、地点五项内容为主；而特殊的商务邀请函（信）。则在封面上只注明会展活动组织者或项目的名称、收信机构或人员的相关信息并注明“通知、特函、”等字样。

⒉标题由会展活动名称和“邀请函（书）或（信）”组成。

会展活动名称可以分为三个部分：基本部分、限定部分和附属部分。其中基本部分和限定部分构成展览会名称的主体。例如：第十届中国家电产品博览会邀请函（信）、第十二届中国国际机床机电展览会邀请函（信）。

⒊称呼邀请函的发送对象有三类情况：

（1）发送到单位的邀请函，应当写单位名称。由于邀请函是一种礼仪性文书，称呼中要用单称的写法，不宜用泛称（统称），以示礼貌和尊重。

（2）邀请函直接发给个人的，应当写个人姓名，前冠“尊敬的”敬语词，后缀“先生”、“女士”、“同志”等。

⒋正文正文应逐项载明具体内容。

第一部分背景说明。写明举办会展活动的背景和目的；

第二部分组织说明。对会展活动组织结构的`进行介绍，包括的主办者、协办者、承办者等；

第三部分是时间与地点。根据会展活动设定的举办日期、结束日期与举办城市、地点进行描述。

第四部分是会展活动的具体内容介绍。

主要包括了会展活动的展区划分、展品设定、同期活动、展示服务、会展活动的特点、会展活动的收费标准等相关内容；第五部分联络信息。写明联系联络信息和联络方式，包括传真、电话、邮箱、负责人等。结尾处也可写“此致”，再换行顶格写“敬礼”，亦可省略。

⒌回执回执是被邀请方根据需要和可能而给予的一种反馈信息。通常会展活动的回执内容格式统一的会展组织者进行制定。包括了：参与者单位信息、参与类型、具体展位或广告位、会议活动预定事项、参与人员信息、参与时报到信息说明等。

重要提示：会议活动与展览活动、节庆活动的邀请函在写法上与内容上有很大差别，通常大型的展览活动设计到的内容较多。例如：布展规定、进场规定、商务租赁申请等；通常在大型展会活动邀请函（信）中，均包括在内。而会议活动，则通常在收到回执后，在发去相关的入场须知等信息。不同的会展项目需根据实际情况进行合理处理。切不可照本宣科。

**美食展会招展函范文大全 第十篇**

时间：200x年10月17日—20日

地点：xxxxxxx

主办单位：

主题：为项目寻找加盟 为创业者找项目

展会简介

作为全球公认的成功商业模式——特许经营连锁加盟，进入中国以来，正以极强的渗透力渗透各个行业，目前已逾20万家加盟连锁店总数，并且相当一段时期内仍将蓬勃发展。87年《商业特许经营管理条例》的施行，规范了这一市场，项目方投资方如何更有效开展合作，已形成热点。

南京，区位优势突出，位于沿海、长江经济带交汇处，是长三角地区仅次于上海的第二大中心城市，随着南京都市圈带动的日趋紧密，商业覆盖能力更加显着。

南京会展软环境全国一流，会展竞争力排名第五，是国内第一家具有真正意义的会展业协调机构的城市。

xxx特许加盟创业展 由业内知名国际间商业组织：财团法人新加坡世贸中心、财团法人首尔世贸中心全力支持，中国加盟连锁项目中心、中国商品流通协会主办，诚品会展大陆分部、香溪文化具体承办执行，共同打造符合中国市场现状的特许经营连锁加盟创业项目展览盛会。

xxxx南京特许加盟创业展 每年一届，落地古都南京，辐射长三角。将合理运用自身良好的资源优势，精心策划推广，培育南京特许加盟创业展这一品牌。同时规范参展行为精选专业观众，设置参展上限，使参展与会商机最大化。

xxxx南京特许加盟创业展 是以特许经营连锁加盟创业项目招商为主的专业盛会，其个性鲜明、内容丰富、注重实效，贴近市场走向;是有效的寻求加盟与投资对接平台;吸引着众多的代理商、经销商、加盟商、投资人及创业者现场参观、洽谈、合作;带给您的不仅有实在的合作机会，更是您拓展市场的首选途径。

xxxx南京特许加盟创业展 欢迎您的参与。

展出范围

衣食住行、教育培训、文体娱乐、美容健身、医疗保健、礼品饰品、母婴用品、商业服务、商业零售、科技数码、专利发明、新奇特、投资办厂等特许加盟项目及其他创业项目。

按投资金额科学设置

日程与安排

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！