# 会展策划与组织

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-06-10

*第一篇：会展策划与组织2024~2024年下学期期末论文会展策划与组织期末作业学院：旅游学院班级：13级旅游管理3班姓名：王伟学号：201301210111指导教师：张欣 孟子说：“兵马未动，粮草先行”。会展策划与组织是会展活动的灵魂，是...*

**第一篇：会展策划与组织**

2024~2024年下学期

期末论文

会展策划与组织期末作业

学

院：旅游学院

班

级：13级旅游管理3班

姓

名：王伟

学

号：201301210111

指导教师：张欣 孟子说：“兵马未动，粮草先行”。会展策划与组织是会展活动的灵魂，是会展活动的发端与核心，决定着整个会展工作的成败。展会策划的内涵：

策划是一种以现实为基础的对未来所从事活动的筹划或谋划。这就是说，策划活动是以掌握的现实信息材料为依据，以人们对这些信息资料的认知程度为标准，对未来的行为规范所作的规划。所谓会展策划，是指对会展的整体战略与策略的运筹规划。换言之，会展策划是对会展的战略和计划，以及实施并检验的全过程作预先的设计与规划，会展策划不是具体的业务，而是将会展目标具体化并形成决策的过程。

会展策划是一项庞大而复杂的工程，需要从全局的、前瞻的、长远的、动态的角度对会展活动进行安排和部署，从而保证会展活动的顺利进行和会展目标的顺利实现。整个策划涵盖范围广泛，包括对会展前期、会展进行过程中及会展活动结束后的各个细节、步骤进行全方位和多角度的规划。

会展策划要素包括：名称、内容、地点、时间和组织机构。这些要素相互联系、相互作用，共同决定着会展活动能否成功举办。

会展策划的内容：

会展策划行为活动必须以市场为导向，因为会展活动要具有时代性和前瞻性，它是一项综合性的工作，涉及诸多方面，一般来说，会展策划的内容主要有会展的调查与分析、会展的立项与决策、会展的运作与实施、会展的效果评价与测定。每一项都缺一不可。否则就会产生“蝴蝶效应”，从而“牵一发而动全身”导致会展的失败。在我们班组织的“校园服装展”就充分体现了这一点。

会展活动是一个城市的“风向标”，已经被认为是城市营销中很重要的一张“名片”。大型展会涉及到社会上的诸多方面，如经济、政治、文化等因素。因为在我国不少展会都带有政府色彩，市场化运作成功的如昆明的石博会比较少。在展会现场招商的功能逐步削弱的今天，要想充分发挥展会功能，只有一条路——功夫在展外，由在展会上寻找目标变为将已有目标锁定，将展会由招商大会变为签约大会。那么在您进行展会时候就要有自己的策划流程：

展会布展策划流程一：对企业进行有针对性的市场调研。收集有关本项目的各种资料，包括文字、图片以及录像等活动资料。对收集的资料要分类编排，结集归档。

展会布展策划流程二：制定详细完整的会展策划方案。确定会展的目标市场，会展的规模，展品的选择，评估观众数量的多少和展览面积的大小以及参展的费用预算。

展会布展策划流程三：实施前的培训。让全体的实施工作人员理解策划方案精神，熟悉策划方案要求，掌握实施方案的工作、方法、步骤和技巧。展会布展策划流程四：印刷材料的设计制作。利用会展的会刊、展前快讯、媒体报道等手段来进行前期宣传，扩大企业的影响力，吸引更多的目标客户。

展会布展策划流程五：展台的布置及展示。设备的调试安装，展台的人员配备。

展会布展策划流程六：相关的会展服务。根据参加会议者的具体情况以及人数多少安排相应的车辆;根据参会人员的喜好，预定各种形式的餐会，推荐不同的用餐地点;根据参会人员的喜好，为您设计不同的休闲方式，设计专门的旅游线路，介绍下榻酒店附近的娱乐设施。展会布展策划流程七：做好对活动的评估。

1、对企业进行有针对性的市场调研。收集有关本项目的各种资料，包括文字、图片以及录像等活动资料。对收集的资料要分类编排，结集归档。

2、制定详细完整的会展策划方案。确定会展的目标市场，会展的规模，展品的选择，评估观众数量的多少和展览面积的大小以及参展的费用预算。

3、实施前的培训。让全体的实施工作人员理解策划方案精神，熟悉策划方案要求，掌握实施方案的工作、方法、步骤和技巧。

4、印刷材料的设计制作。利用会展的会刊、展前快讯、媒体报道等手段来进行前期宣传，扩大企业的影响力，吸引更多的目标客户。

5、展台的布置及展示。设备的调试安装，展台的人员配备。

6、根据参加会议者的具体情况以及人数多少安排相应的车辆;根据参 会人员的喜好，预定各种形式的餐会，推荐不同的用餐地点;根据参会人员的喜好，为您设计不同的休闲方式，设计专门的旅游线路，介绍下榻酒店附近的娱乐设施。

7、做好对活动的评估。开好总结会，做好善后公关工作。对于我们班策划的“校园服装展”个人体会

对于本次“校园服装展”就这样“夭折”了，我认为真的是太可惜了。因为作为文案组的我们在那几个星期每天都在不断修改不断完善，也许是第一次做，没有什么经验，很想把它做好，但自己又能力有限，力不从心。在这里我不是说我们文案组做的多，别的组做的少，我相信我们班每个同学都想竭尽全力去做好它，办好这次展会活动，从而打造出我们昆明学院旅游学院13级会展管理3班的名声，但事与愿违，真心感到很可惜。下面我谈谈我对“服装展”的看法以及建议：

1.为什么“招展、招商”成为本次展会“夭折”的重要环节。要知道“天下没有免费的午餐”。商人都是有利可图的，而我们的校园服装展对他们的吸引力小，感觉就像是他们参加了对他们的影响没有多大影响，反而还会增加他们的物流、人员负担。

2.场地公关活动没有协调好。由于场地的原因，导致展会进程停滞。3.班级同学有的积极性不高，激情度不够。始终人各有异，有懒的有勤奋的，有时还会产生“羊群效应”，所以责任到人很重要。

4.没有找到昆明学院市场的“痛点”！虽然衣食住行中的衣是人们生活的必须品，但要知道时代改变了，同学们的生活质量提高了，追求也提高了，正如马斯洛的需求法则就能充分解释这一点。然而网购已经成为了当代大学生的主流，西门的路边摊等严重充斥着。虽然主题还是感觉不错，但实际操作下来就有一种“高不沾，低不成”的感觉，因为问题就重点出现在了招展、招商环节。而主要的还有市场调研没有做到位，而且问卷调查大都是找熟人做的。5.筹备时间短。我加过一个江苏的会展专业同学QQ，她说他们学校也要办一个校园自办展，时间和我们的大体一样，但他们对于会展的主题及策划在大二上学期就已经策划好，下学期就重点招展、招商。6.同学们缺乏锻炼，“挫伤”锻炼不够，招商、招展受到一点挫折，就没有勇气了。

我们应该怎样来规避这些问题？

进行大量的市场调研，科学的设计问卷调查，不采取引导式问卷调查；选择一个具有可行性的主题，充分挖掘商家的需求来说服参展商、赞助商；协调好场地，保卫科解决不了，我们可以去找上级领导来解决；在大二上学期解决好我们展会的前期准备，调动同学们的积极性。

总结：虽然本次服装展会没有办成，但也让我们学到了很多经验和教训，要知道“要办好一次展会，并不是纸上谈兵就行了”，计划永远赶不上变化快，要防患于未然。作为文案组的一个成员，刚开始感觉自己什么都不会，经过了这一次策划活动，现在的我虽然不能写出很好的策划书，但对策划的流程有了一定的了解，写出的策划书也能够成形了，对各个方面也考虑的相对周到了。我也深刻体会到“台上一分钟，台下十年功”的道理。这次展会虽没有办成，但这不是我们的结束，而是我们的开始。

**第二篇：会展策划与组织(整理版)**

会展策划与组织期末复习材料

个人猜想：

多项（30分，15道），填空（10分，10空），名词解释（15分，5道），简答（30分，5道），问答（15分，1道）

名词解释

1、会展组织：

是指在会展活动过程中，为实现会展目标所形成的相关特定组织以及组织设计会展活动的连续过程。P7

2、会议：

通常是指有一定数量的人参加，围绕着特定的目的，在某个地点定期或不定期进行的持续一段时间的思想、观点和信息交流活动。P74

3、会展旅游：

是为会议、展览、节事活动提供会场之外的且与旅游业相关的服务并从中获取一定收益的经济活动。P191

4、会展主题：整个会展活动过程中所反映的政治、经济、科学文化等社会生活内容的中心思想，也称为会展主题思想。P52

5、项目：

指一项独特的主体性工作，即遵照某种规范及应用标准去导入或生产某种新产品和新服务。这种工作应在限定时间、成本费用、人力资源等各项参数的预算内完成。（PPT：第五章）

填空题

1、会展策划原则上是应该使

80%

以上的参展商都达到参展目的。

2、二手资料主要来源

有来自组办方；来自参展商；来自行业管理部门或行业协会；会展项目管理系统。

3、展览会的办展机构一般有主办单位、承办单位、协办单位、支持单位。

4、会展策划的方法系统方法、头脑风暴法、德尔菲法、智能放大法。P21

5、会议和会议相关产业的联动效应1:9。

6、世界会议的发展趋势是10%为国际会议。

7、从国际普遍的做法来看，办展机构一般会将展会收入的10%-20%拿出来作为展会宣传推广的资金投入。

8、会展物流包括：

包括展览前后展品的物流、会展活动期间向参展商和参展观众分发食物的物流，以及与此相配套的会展设施物流。

9、要达到有效的沟通有很多要点和原则需要掌握，其中的两个关键原则是尽早沟通和主动沟通。

10、展会的主要功能有：经济辐射功能、信息传播功能、人文体验功能、文化教育功能、领导管理功能。

11、展览项目财务预算编制包括：收入预算、支出预算、现金预算。P205

12、会议的构成要素包括：主办者、承办者、与会者以及其他与会议有关的人员。

13、会展策划具有特点：针对性、系统性、变异性、可行性。P10

14、会展举办的旺季3-6月和9-10月。P36

15、会展举办地选择应考虑当地的：当地市场，经济，文化特色P61

简答题：

1、影响会展主题选择和确定的因素：

产业、行业情况；会展举办地的特点；会展参与者的兴趣及需求；会展目标；会展对象的个性信息。P61

2、会展相关活动作用：

丰富会展的信息；强化会展的发布功能；扩展会展的展示功能；延伸会展的贸易功能；活跃会展的现场气氛。P182

3、会议活动策划的相关事务。

资源中心、文化活动、休息区、纪念礼品、影像纪录。（上一册）

4、会展旅游活动策划组织的注意事项 ：

策划项目及路线；安排落实；陪同；介绍情况；摄影；安全P193

5、会展策划的作用：

战略指导作用；实施规划作用；进程制约作用；效果控制作用；规范运作作

用。P9

6、会议日程表的设计要充分考虑的因素有：（上一册）

1）在一个对大部分目标听众来说比较方便的时间开始活动；

2）预留充足的登记时间；

3）由会议主席做简要介绍或致词，以正式开始一天的活动；

4）会议时间应长短适中；

5）会议间歇休息时间应充分；

6）确保充足的茶点供应；

7）安排一次总结性的全体会议；

8）避免以混乱收场。

7、会展策划的基本流程：

成立策划小组；进行市场调查；决定会展策略；制定媒体策略；制定设计策略；制定预算方案；撰写策划方案；实施效果评估P15

8、成功的会展策划案应具备那些特点

会展策划案必须有系统性、会展策划案应注重可读性、会展策划案须有可操作性、会展策划案中的激情与创意。P250

**第三篇：会展节事策划与组织**

第六章 节事策划与组织

概念： 对节事活动的整体战略和策略运筹规划的过程。

节事策划是节事活动的起点，也是最关键的环节。

只有预先策划的节事活动才能对地方促销和目的地营销发挥真正的作用。

必要性：

节事资源具有潜在的特性

创新是节事的灵魂

节事广泛和巨大的影响力

系统性与周密性

节事策划的要素：

明确的主题

独特的创意

实现的可能性

节事策划的理念

和谐的理念

人本的理念 节事策划的原则

准确原则

特色原则

优势原则

广泛参与原则

市场化原则

高效原则

节事策划的重点

树立良好的品牌

体现特色文化

满足消费者的心理需求

节事策划的方法

比较分析法

灵感创新法

运筹学方法

节事策划的程序

会展宣传与推广的类型： 1.显露型宣传推广 2 认知型宣传推广 3.促销型宣传推广 4.竞争型宣传推广 5.竞争型宣传推广 会展宣传与推广的原则： 1.成本原则 2 市场导向原则 3.目标性原则 4.针对性原则 5.诚信原则

一、国际会展组织

国际会议协会 International Association(ICCA)

Congress and Convention

1963年成立于荷兰的阿姆斯特丹，国际上最具权威的会议业协会组织，在全球拥有80个国家的635个机构和成员组织，其成员领域涵盖了国际会务活动、运输及住宿等各相关方面。

根据ICCA的评定，符合下列标准的会议才能称为“国际会议”：

与会人士来自4个以上国家、与会人数在300人以上、国外人士占会议人数的40%以上、会期3天以上。

ICCA将全球会议市场划分为9个区域，设置了9个区域分会：

非洲分会

地中海分会

法语分会

北美分会

亚太分会

拉美分会

斯堪的纳维亚分会

中欧分会

英国/爱尔兰分会

2.国际协会联盟 the Union of International Association（UIA）

1910年成立于比利时的布鲁塞尔，是一个独立的、非政府的、无政治色彩的、可进行约4万个国际组织和客户信息交换的非盈利场所。每2年召开一次大会，选举联盟执行委员会，由15至21个成员组成，每个成员任期最长4年。

3.会议联络委员会Convention Industry Council 1949年成立，制定了以下4大目标：

达成成员组织间对各自责任的相互理解与认同；

会议联络委员会创建了CMP（Certified Meeting Professional Program）注册会议专业认证，从1993年起，平均每年有1000个项目得到CMP认证。

4.国际展览会联盟 Union Des Fires Internationals 国际展览会联盟是世界上主要的展览会组织者、展览场馆业主、各重要国际展览业协会的联盟。

1925年4月15日成立于意大利的米兰，由20个欧洲顶级国际展会发起成立，其总部设在法国巴黎，是迄今世界博览会、展览会行业唯一的国际性组织。同时，已由一个代表欧洲展览企业和展会的区域性组织发展成为一个全球性的展览业国际组织。

国际展览会联盟的会员分布在五大洲72个国家的164个城市，共有299个正式成员组织。

2024年，国际展览会联盟对其会员机构共同主办的703个交易会和展览会授予UFI质量认证。国际展览会联盟认证的基本条件

展会必须至少已经举办过3次； 展会必须是一个有20%以上外国参展商的国际展会； 有4%以上外国观众的国际展会；

外国展商纯租用面积达到展会纯租用总面积的20%以上的国际展会。

我国目前已有34个展会企业和组织加入了国际博览会联盟：

北京国际展览中心 香港旅游局业务开发部 中国贸促会纺织分会 深圳会议展览协会 厦门国际会议展览中心

5.国际展览管理协会（IAEM）the International Association for Exhibition management 1928年成立于美国的达拉斯，被认为是国际展览业的重要组织。成员来自46个国家，成员数量超过3500个。国际展览管理协会的基本目标

国际展览管理协会提供展览管理的注册培训认证项目（CEM）(Certified Exhi bition Management)，该项目的必修课程包括项目管理、选址、平面设计与布置、计划书的制定、会议策划、标书的制定与招标。高级课程为展览策划与预算、经营展会的法律问题、安全与风险管理。

6.奖励旅游管理协会 the Society of Incentive and Travel Executives（Site）

成立于1973年，是全球唯一的非营利性的，致力于综合效益极高的奖励旅游产业的世界性组织。

奖励旅游管理协会目前拥有1800个会员，遍布82个国家，协会成员主要来自航空公司、游船公司、目的地管理公司、地面交通公司、饭店和官方旅游机构。

7.世界场馆管理委员会

the World Council for Venue Management（WCVM）

成立于1997年，汇集了全球场馆行业专业人士和设施，其场馆设施包括全世界1200个体育馆、竞技场、大剧场、会展中心、演艺中心和会议场所。

中外知名展会 汉诺威工业博览会

汉诺威通讯和信息技术博览会 世界博览会

慕尼黑国际建筑设备展览会 法兰克福国际汽车展

法兰克福国际家用纺织品贸易博览会

二、会展行业管理模式

行业管理模式是指政府通过设置一定的政府机构并制定相应的政策，或通过行业中介组织对某一特定行业进行监督和管理。

目前世界上主要有三种具有代表性的会展行业管理模式：

 政府干预模式

德国和法国是实行政府干预模式的典型代表。德国的政府干预模式特点有三：

一、在管理方面，有一个政府授权的权威协调管理机构—德国经济展览会与博览会事务委员会（AUMA），进行统一的组织与协调。AUMA是德国全国性的行业协会，是代表德国政府进行宏观调控的唯一会展管理机构，成立于1907年，总部设在科隆。

AUMA是由参展商、购买者和博览会组织者三方力量组合而成的联合体。

二、政府大力支持展览场馆的建设

展览场馆是衡量一国展览水平的主要标志之一。德国政府投资建立规模宏大的展馆设施，在确定展馆归属国有的前提下，不直接参与展馆的日常运作，以长期租赁或委托经营等形式把场馆的经营管理权授让给德国大型的会展管理公司。

三、国有展馆的市场运作模式

德国会展公司在授让国有展馆后，既从事展馆经营，又组织会展项目，场馆经营与项目经营结合的方式构成了德国展览公司特有的经营管理模式。

 政府扶持模式

新加坡和日本是典型的政府扶持模式，把展览业作为国民经济的支柱产业，各部门、各行业全力扶持，通力合作，制定了一整套扶持、服务、规范、协调和发展的计划。如特准国际贸易展览会资格计划、免税计划、政府资助计划、补贴计划。

 市场运作模式

中国香港采取会展业的市场运作模式。香港会展业的管理机构为香港贸易发展局。香港会展中心在建设和扩建过程中始终采取政府出地、贸发局招商、专门管理公司经营的模式。

国际会展业已有150年的发展历史，在此过程中，欧美国家一直是行业发展的领先者，以德国、法国尤为突出。德国、法国的行政干预模式不是表现为政府对会展活动的任意干预以及对各种市场主体的资格和行为作任何限制，而是政府对会展业的政策扶持。

中国会展管理体制目前实行的审批制，也带有强烈的行政干预色彩，但与他国不同的是，我国的审批制是政府对会展企业是否具备主办会展的主体资格进行审批，对会展市场行为进行干预。政府应学习先进国家的会展管理模式，必须转变职能，由市场干预转变为市场服务，由审批制转变为备案制或登记制。

 政府会展管理机构的职能

1.制订发展计划，确定管理政策

2.组织会展各方，开展整体促销

3.参加专业组织，加强国际联系

4.联络会展企业，提供服务协调

**第四篇：会展与策划**

培养目标 ：本专业旨在培养掌握会展策划与管理的基础理论、方法及技能，熟练掌握会展及各类活动的操作实务，适合从事会展及活动策划、会展服务等相关工作的高素质应用型会展业人才，特别是为上海举办的各类大型会展与活动培养所需的操作和服务人才。

技能证书 ： 会展策划师、上海市旅游局的助理会展师、会展师等职业资格证

主要课程：会展基础、项目管理、会展营销、会展融资、会议策划与组织、展览会策划与管理、会展接待与服务、商业展示设计、广告实务、会展场馆管理、会展文案等。

就业方向：会展公司、会展场馆、专业活动公司、高星级酒店会务部门、旅行社会奖部、婚庆公司、大中型企业销售部等商务服务型企业，以及行业协会等相关事业单位。

**第五篇：会展项目策划与组织课件1（本站推荐）**

会展策划概况

成功的会展活动源于成功的策划，成功的策划源于对社会资源的有效整合，有效的资源整合必须使用有效方法。用系统的观念去认识资源，用系统的方法去分析整合资源，用系统的功能去实现资源的优化是会展成功策划的创造性思维原理之一。

（会展策划是对相关社会资源整合的过程，是一个系统工程。）

前言

一、关于会展及实习需要掌握的问题（小组讨论，相互交流）

1.你参加了多少场展会，主要负责什么工作？

2.你参加的展会是谁主办的？谁承办的？

3.每年这个展览会都有固定的主办、承办、展出时间和地点吗？

4.本次展览会是第几届?展期多长？主要展品是什么？

5.展览的主题是什么？是展示还是展销？是展带会还是会带展？

前言

6.本届展览是哪个机构审批的？是否已经备案？相关批号是多少？是什么时候审批成功的?

7.对去年参加这个展览会的企业有优惠吗？

8.该展览共设置了多少个展区？共多少个展位?其中特装展位多少，标准展位多少，销售多少，哪些机构参加？

9.展区是如何划分的？为什么这样划分？展位可以随时换吗？

10.参展流程是怎样的？如何报到？如何保障参展商的展位一定有专业观众？

11.展览会做了哪些宣传？在什么媒体，什么时间做了宣传？宣传主题是什么/

12.展览同期还有什么活动？都有那些人参加，是收费还是免费，如何参与？

思考题

1.你认为举办一次成功的展会最需要注意的是什么？

2.如何成为一名合格的会展行业人？

一名会展策划人需要掌握的基本知识和技能

1.会展项目的组织、审批、备案以及报送方式

2.会展项目的立项、可行性报告、预算基础知识

3.了解策划活动的基本目的和希望产生的收益

4.会展策划人在策划具体项目时，需根据不同项目涉及到的行业与事件，进行认真分析与总结，并能扑捉到潜在商机

5.会展策划人要有较强的市场洞察力，较好的事物分析能力，可以对事物发展做出正确的判断

6.需要了解会展产业的潜规则，并掌握产业的核心资源

7.需要掌握一个会展项目的完整操作流程，并可以通过文字描述，使合作团队知道流程中的重点与分工

8.了解统计学、社会学、营销学、英语、工商管理、企业管理、媒介传播等相关知识

主题讨论

什么是会展策划？

首先是必需有创意，我认为没有创意就绝不能叫作策划，套路性质的方案或者在纸上做一些表格充其量是个“安排”。策划而没有创意，项目也就没有灵魂，没有那些能够点燃自己和照亮他人的激情，象是白开水一般。

策划需要经验积累、对外界环境敏锐的洞察、迅速的反应和睿智深入的思考；也许，即便有了这些，你绞尽脑汁也不得要领，还必需期待那偶尔灵光一现的火花。创意可以是有独到之处的全新的表现，也可以是推陈出新或者“旧瓶装新酒”，可以是组合，但是单纯模仿他人就缺乏生命力，就象歌星们一样，没有哪个是因为模仿别人而走红的。

其次，策划需要系统的实施步骤，没有亮点不能算是策划，但是仅仅有亮点也不行，要具备可实施性，要有布属，从内容到表现形式再到运作的流程。同时必需能够执行，也就是实施起来。策划有时候是很多元素的集合，有些甚至是一闪而过的历史机遇。但是再好的策划和创意，没有执行起来便什么也不是，仅仅浪费一些打印纸而已。

学习方法

五W系统分析法.所谓五W指：

1、WHAT（做什么）？即做什么样的会展项目。它包括项目名称、主题、内容、形式等；

2、WHY（为何做）？即选择项目的背景理由是什么。其答案是基于对项目关联的宏观和微观资源环境的分析、整理和判断；

3、WHO（谁来参与）？即项目实施的组织机构和参与对象如何。它包括支持、主办、承办、执行承办、协办、赞助、参展、参会等单位的选择；

4、WHERE（何地做）？即项目在什么地方举办。它包括举办地所处的政治、经济、地理、文化、行政、人力等资源状况的分析和判断；

5、WHEN（何时做）？即项目实施的具体时间如何。通常包括项目的规划、筹备、执行时间及周期的安排。会展组织者和策划者采用五W系统分析法，可以对会展活动相关资源进行简单地、明确地、系统地分析和整理，从而对会展活动的构成要素进行科学地定位。

五W系统分析法，就是采用五W问答的形式对会展活动五大元素涉及的系统资源进行分析、整理、判断的系统方法。WHAT的确定是基于会展活动的战略系统的分析、整理和判断。它包括会展活动的战略机会、手段、阶段、目标、目的等一些内容。WHAT通常与WHERE（地点）结合起来考虑。确定了WHERE（地点）就有了WHAT（做什么）的系统目标；知道了WHAT（做什么）就可以选择合适的WHERE（地点）去满足WHAT的要求，两者答案确定过程就是回答WHY的理由；而WHO（组织机构）的确定从根本上解决了如何做的问题；WHEN（何时做）是根据WHAT的需求、WHERE的状况、WHO的能力来确定的。从操作会展实务过程中发现，这五个问题回答的好坏，直接影响着会展活动的成功与否。每一个问题的回答都是一个完整的信息系统处理过程，它们彼此相互联系，又互为制约。在特定的条件下，往往一个答案的优先确定，就成为其它问题答案的主导思维。

如：某一机构想推出“中国酒文化年”活动，并就此活动在某一城市举办一次以“酒文化”为主题的会展活动。根据五“W”系统分析法，第一个问题已经有答案，即内容“酒文化”已经确定，其他四个问题也需围绕“酒文化”来整理思路。首先具有弘扬中国酒文化的代表城市有哪些，最具备举办条件的是哪一个城市，确定举办城市就完成WHERE的答案，选择举办城市的过程就回答了WHY，而主动申办的城市就解决WHO的问题，最后根据会展活动筹备时间、气候状况、政府和与会人员的意愿等因素来综合考虑WHEN的问题。

模块一 会展项目策划概述

关键词汇：

现代会展

会展项目策划(project planing)

会展项目策划的特点、作用、原则、基本流程

1．1 会展项目策划的概念与特点

1．1．1现代会展的概念

会展也就是会议、展览、节事等集体性活动的简称，是指在一定地域空间，由多个人集聚在一起形成的，定期或不定期的集体性的物质、文化交流活动。

简言之，会展是指特定空间的集体性的物质文化交流交易活动。

1．1．2会展项目策划的概念

1）会展项目的概念

会展项目是以各种会展活动为对象的新型项目形式。根据会展活动主题类型，从大的方面来分，会展项目包括会议项目、展览项目、节事活动项目等。

2）会展项目策划

会展项目策划是对会展进行管理和决策的一种程序，它是一种对会展项目的进程以及会展项目的总体战略进行前瞻性的规划活动。

一般说来，一份完整的会展项目策划，基本上包括策划者、策划对象、策划依据、策划方案和策划效果评估等要素。

1．1．3 会展项目策划的特点

会展项目策划具有针对性、系统性、变异性、可行性等特点。

（1）会展策划是一种目的性很强的活动。针对性(一般体现在主题上)

（2)各方面，各环节的一致，保持与目标的统一。系统性

（3）任何的策划活动都不是静态，而是一个动态的发展过程。变异性、（4）会展策划在市场中要切实可行可行性

2.会展策划要素

（1）策划者

（2）策划对象

（3）策划依据

（4）策划方案

（5）策划效果评估

会展策划诸要素之间互相影响、互相制约，构成一个完整体系。

1．2 会展项目策划的作用与原则

1．2．1 会展项目策划的作用

会展项目策划的重要作用主要有5点

1）战略指导作用

2）实施规划作用

3）进程制约作用

4）效果控制作用

5）规范运作作用

1．2．2 会展项目策划的原则

会展项目策划的基本原则主要有6个方面

1）借势原则

所谓借势，就是借助别人的优势为己所用，优秀的会展项目策划人要懂得“巧借东风为我用”的策划原则。借势有借大势、借优势、借形势之分。

（一个成功的商业人要懂得利用周围及可能用到的所有资源）

2）目的性原则

会展，从大的方面说，或者为促进地区经济的增长；或者是为传递有关的信息、知识、观念；或者为打造城市品牌，促进经济一体化发展，总有一定的目的。

3）操作性原则

会展项目策划不但要为会展活动提供策略的指导，而且要为它们提供具体的行动计划，使会展活动能够在总体策略的指导下顺利进行。

4）创新性原则

会展项目策划的创新性主要表现在：会展理念的创新、目标的选择与决策的创新、组织与管理的创新、会展设计的创新等。

5）有效性原则

会展活动要取得良好的经济和社会效益是举办会展活动的一个主要的目的。

6）规范性原则

会展项目策划的规范性原则要求，首先必须遵守法律的原则。

其次，必须遵守伦理道德的原则，在不违背人们的价值观念、宗教信仰、图腾禁忌、风俗习惯进行策划。

规范性还要求会展项目策划必须遵循行业规范，做到管理规范、程序合理、操作有方、竞争有序。在深刻把握会展经济内在规律的基础上完成策划。

1．3 会展项目策划的内容和基本流程

1．3．1 会展项目策划的内容

会展项目策划的内容有会展的调查与分析、会展的决策与计划、会展的运作与实施、会展的效果评价与测定等。

1）会展的调查与分析

2）会展的决策与计划

3）会展的运作与实施

4）会展的效果评价与测定

会展活动流程

阶段一计划组织阶段

市场调查

可行性分析

立项

阶段二运作阶段

1、招展

2、招商

3、供应商选择

4、相关活动

5、宣传

阶段三 实施阶段

1、展前准备

2、现场操作

阶段四 总结反馈阶段

1．3．2 会展项目策划的基本流程

1）成立策划小组

（1）项目主管。（又叫AE人才），客户主管又称AE，是英语Account Executive一词的缩写，它是指在广告公司中执行广告业务的具体负责人。“AE”制度在美国和日本等国的广告界较为流行，实行“AE”制度，广告公司就必须深入了解广告客户的情况。在广告公司内部，“AE”其实就是客户代理。他对广告客户的性质、经营方针、政策、营销的商品、顾客、竞争对手、广告预算等情况，都要有比较深入的了解和研究。一般由总经理、副总经理或业务部经理、创作总监、策划部经理等人担任。

（2）策划人员。

（3）文案撰写人员。

（4）美术设计人员。

（5）市场调查人员。

（6）媒体联络人员。

（7）公关人员。

2）进行市场调查

（1）市场前景分析（如政策可行性、市场规模及类型等）

（2）同类展览会的竞争能力分析

（3）本次展览会的优势条件分析

（4）潜在客户需求调查

3）决定会展策略

（1）展览会的类型（政府主办的展览会、公益性质的展览会和商贸展览会在具体操作模式和策略的制订上有很大区别）

（2）产业标准。

（3）地理细分。（不同地区的参展商和专业观众有着不同的需求特征及营销反映，因此，地理变量经常被作为划分展览市场的依据。在进行地理细分时，展会组织者不仅要分析不同国家的参展商对展览会的个性化要求，而且要弄清楚参展商在本国的具体分布，这样才能行之有效地进行决策）

（4）行为细分。（行为细分是指根据参展商的参展动机、购买动机、购买状态或对展览会的态度等进行市场细分，其中参展动机被认为是进行展览市场细分的最佳起点）

4）制定媒体策略

在会展活动中，不同利益相关主体面向特定的公众需要采取不同的媒体策略。

例如，若从提升城市想象的角度分析，在一次大型的国际会议或展览会中，城市政府面向媒体的主要工作包括：

（1）在会展活动开始之前，政府需要媒体对展览会前期的准备工作、展会特点、创新等做大量的宣传报道，具体方式有举行记者招待会、或组织专家学者讨论并在专门的媒体上发表声明，以吸引市民和潜在专业观众的注意。

（2）在展会举办期间，继续组织有关媒体尤其是本地主流报纸或电视台对会展活动做进一步宣传，以满足不同公众对此次活动的关注需要。

（3）活动结束后，政府应该鼓励媒体对此次活动的效应和成果等做总结性报道，以加深公众的印象，并达到提升城市形象的目的。

若从参展商的角度来说，在展览会开幕之前，参展商除了直接邮寄与客户联系并邀请对方光临自己的展台外，还要积极利用各种形式的媒体对本企业的参展活动做大量的宣传，可以在报纸杂志或参展手册上刊登广告，也可以利用展会主办者发行的展览快讯，宣传和介绍企业参展产品，以吸引专业买家来洽谈。在展览会期间，还可以通过别出心裁的现场表演、公关事件或召开新产品推荐会等来吸引媒体和专业观众的广泛关注。

另一方面，为推广企业的品牌形象或提高产品的知名度，参展商必须与媒体保持良好的关系，并积极提供有价值的新闻，争取让媒体在展会期间对本企业给予更多的报道。

5）制定设计策略

6）制定预算方案

一般说来，制定一份会展预算至少包括以下几个方面：

（1）历史数据。

（2）行政管理费。

（3）收益。

（4）固定费用。

（5）可变费用。

（6）详细开列的项目。

（7）调整控制。

7）撰写项目策划方案

会展项目策划就是会展的策略规划，为了会展的成功进行，对会展的整体性和未来性的策略进行规划。它包括从构想、分析、归纳、判断，一直到拟定策略、方案的实施、事后的追踪与评估过程。

8）实施效果评估

如果说会展相当于“播种”，建立新的客户关系，那么，会展后续工作就相当于“耕耘”与“收获”，将新的关系发展为实际的客户关系。

本章小结：

会展包括会议、展览和节事活动等方面，会议侧重在信息交换，可以是经济行为，也可以是政治行为、科技行为；而展览则侧重在产品展示和技术交流，主要是一种经济行为。节事活动包括节日、庆典以及各种文化、体育等具有特色的活动。它集旅游观光、购物娱乐、经贸洽谈、科技文化等多种活动于一体。与会议展览相比，节事活动更加贴近公众生活。会展是一种特殊的流通媒介，是信息传播与实物传播的载体。本章在梳理清现代会展概念的基础上，对会展项目策划的概念、特点、作用、基本原则以及基本内容和基本流程作了细致地分析。最后将会展归结为经济活动中的一种“最有效的营销方式”，给会展项目策划以确切合理的定位。复习思考题：

1．会展项目策划有哪些具体作用？

2．进行会展项目策划应遵循那些原则？

3．会展项目策划的基本流程是怎样的？

4．随着中国加入WTO，会展经济将会以更快的速度和国际接轨，目前我国会展业亟待解决的问题有哪些？

5．有学者指出，只有当会展被认为是最有效的营销方式时才决定会展，为什么？

6．会展项目策划是从事会展行业工作的必修课，但行业实际需要的策划师是有限的，如何理解会展人才定位问题？

7.策划一份高教出版社在重庆财经职业学院举办的书展（含教科书、教参、电子课件、影像磁带等产品）

案例分析：

第100届广交会有如下特点：

首先，该展会受到党和国家的高度重视，从广交会的创立到成长为品牌展会，政府的主导作用十分明显。

第二，该展会国际化程度高，出口成交创历史新高。

第三，品牌企业成交保持良好势头，这可以说是广交会较成功的特色项目策划。

第四，展会继续加大知识产权保护力度，显示了广交会的策划者具有与国际接轨的前瞻性战略眼光。

第五，管理和服务水平不断提高，这是在品牌展会项目策划中所必须重视的问题

练习答案

1.简述会展策划的基本流程？

（1）有针对性的进行市场调研

（2）制定详细完整的会展方案

（3）制定媒体战略

（4）制定设计策略

（5）相关的会展服务

（6）做好对会展的评估

2.简述会展策划的内容？

（1）会展的市场调查与分析

（2）会展的决策与计划

（3）会展的动作与实施

（4）会展的效果评估与测定

3.简述新闻发布会的策划目的和原则？

一是加强展览会的宣传，营造气氛，扩大声势，强化公众对展览会的知晓度；

二是吸引更多的潜在参展商和参观者，新闻发布会将起到一个提前发布信息的作用，公开展会的有关信息，扩大招商和招展的范围和力度；

Click to edit company slogan.

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！