

Event

“会展策划与实务” 岗位资格考试系列教材
上海紧缺人才培训工程

会展文案



Event Administrative Communication

“会展策划与实务” 岗位资格考试系列教材编委会◎编



旅游教育出版社

Event

Event Management & Planning
Event Management & Planning

会展文案



Event Management & Planning

Event Management & Planning

Event Management & Planning

“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材
上海紧缺人才培训工程

会展文案

Event Administrative
Communication

“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材编委会 编

统审 向国敏

编写 (按姓氏笔画排列)

丁婷婷 向国敏

李 琴 姜秀珍

秦蕙兰

旅游教育出版社

· 北京 ·

责任编辑:兰琳

图书在版编目(CIP)数据

会展文案/《会展策划与实务岗位资格考试系列教材》编委会编. —北京:旅游教育出版社,2007.1

上海紧缺人才培训工程

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1443 - 8

I. 会… II. 会… III. 展览会—文书—写作—资格考试—教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 153811 号

“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材

上海紧缺人才培训工程

会展文案

“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材编委会 编

统审 向国敏

编写 丁婷婷 向国敏 李 琴 姜秀珍 秦蕙兰

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	13.75
字 数	197 千字
版 次	2007 年 2 月第 1 版
印 次	2007 年 2 月第 1 次印刷
定 价	27.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材

编 委 会

主 任 道书明

副主任 金 放

委 员 (按姓氏笔画排列)

王红平

王万宁

刘煜海

喻培元

序

上海市旅游事业管理委员会主任 道书明

随着全球经济一体化步伐的加快,旅游会展业以其迅猛的发展势头为世界所瞩目,得到了越来越多国家和政府的重视。

上海作为中国的经济中心之一,旅游会展业发展理应走在全国前列。1999年上海“财富”论坛的举办,2001年APEC会议的召开,2008年北京“奥运会”和2010年上海“世博会”的成功申办,使上海跃入了世界知名的旅游会展城市之列。市政府已将旅游会展业列为上海加快发展现代服务业的六大重点领域之一。上海旅游会展业依托大都市的资源优势,依靠政府的大力扶持,将在“十一五”期间发展成为新兴的支柱产业。

按照世界旅游组织(UNWTO)、国际会议协会(ICC A)和国际展览联盟(UFI)的排名,我国与旅游会展强国还有一定差距,形成这种局面的原因,一是我国旅游会展业起步较晚,基础较薄弱;二是缺乏高素质的人才。据统计,到2010年世博会期间,上海将需要二十多万旅游会展专业人才。由此可见,抓紧培养旅游会展人才,尤其是中高级旅游会展人才已成当务之急。

为了加快我国旅游会展的发展,尽快赶上世界强国,我们在吸收国外先进经验的同时,更要十分注重专业人才的培养。可以说,没有高素质的专业人才,旅游会展业就谈不上进一步发展。为了缓解上海旅游会展人才紧缺的问题,上海市旅游事业管理委员会会同市有关部门设立了上海紧缺人才培训工程“会展策划与实务”岗位资格证书考试项目,受到广泛好评,这是一件实事和好事。

希望通过努力,为正在蓬勃发展的旅游会展产业,为2010年上海世博会,培养输送一大批旅游会展行业紧缺的策划、规划、管理、营销、接待、设计和技术等方面的专门人才,齐心协力打造上海旅游会展人才高地。

2006年5月

前 言

会展有经济发展和社会进步的“助推器”之称。随着中国经济的快速发展,对外开放的扩大和申奥、申博成功,会展业以年平均 20% 的增幅迅猛发展,并开始逐步走向国际化、专业化、规模化和品牌化。据有关方面预测,中国上海在吸引旅游者,特别是参加各种国际会议、展览、奖励旅游和各类节事活动的客人方面具有极大的潜力,将成为 21 世纪亚太地区的重要会展中心。会展经济已成为上海经济的新亮点。与会展业高速发展所不相适应的是高素质专业会展人才奇缺,专业会展人才已成为制约会展业进一步发展的“瓶颈”,已成为上海经济和社会发展的紧缺人才之一。为此,根据《上海紧缺人才培训工程》的要求,由上海市旅游事业管理委员会牵头,会同有关部门,设立了“会展策划与实务”岗位资格证书培训考试项目。本书正是顺应该项目的需要而编写的。

本书是在原 2003 年组织编写的内部使用教材的基础上,由作者结合我国会展文案发展的实际情况和三年来教学经验总结,作了较大幅度的修改而成,作者在书中进一步理清了一些会展文种的含义、特点、适用范围和写作格式,充实并改写了部分例文,着重介绍写作方法,使这本教材更具有写作指导性和实用性。

本书共分十章:向国敏编写第一章、第四章和第六章,并负责全书的统稿;丁婷婷编写第二章和第三章;秦蕙兰编写第五章和第七章;姜秀珍编写第八章;李琴编写第九章和第十章。全书框架结构等内容汇集所有参编人员的智慧,是大家在互相帮助,共同商谈的基础上共同完成的。本书既可作为会展、旅游与行业管理人员、一线工作人员等广大从业人员的培训教材,也可作为会展、旅游等专业院校和培训机构的参考用书。

在编写过程中,得到了周红、丁辉君、王济明、章学强等同志的参与和支持,何红丽、刘少湃、赵宁和傅国林同志做了大量具体工作,在此表示衷心感谢!

由于时间仓促和编者水平有限,本书疏漏之处恳请批评指正。

编者

2007 年 1 月

目 录

第一章 会展文案概述	1
第一节 会展文案的含义和种类	1
第二节 会展文案的特点和作用	4
第三节 会展文案写作的含义和基本要求	6
第二章 会展公文	8
第一节 公文概述	8
第二节 公告和通告	15
第三节 通知和通报	17
第四节 报告和请示	21
第五节 批复和函	25
第六节 会议纪要	28
第三章 会展策划立项文案	31
第一节 会展策划文案	31
第二节 会展项目意向书	39
第三节 会展项目建议书	41
第四节 会展可行性研究报告	43
第五节 会展招标投标文案	46
第四章 招展招商和现场管理文案	63
第一节 招展和招商公告	63
第二节 参展和招商邀请函	70
第三节 参展申请表和参展确认书	72

第四节 参展须知(细则)与报到注册表	75
第五章 会展宣传推介文案	79
第一节 会展广告	79
第二节 会展新闻稿	89
第三节 招展宣传与展览手册	91
第四节 观展宣传与观展邀请函	98
第五节 展台宣传资料	100
第六章 会展社交礼仪文案	103
第一节 邀请函和请柬	103
第二节 感谢信和贺信	109
第三节 会展致辞	112
第四节 会展证书与证件	124
第七章 会展事务文案	128
第一节 会展工作计划	128
第二节 会议日程	132
第三节 会展简报	134
第四节 会展调查表	137
第五节 会展评估报告与总结	145
第六节 贸易报关文书	153
第八章 会展财务文案	156
第一节 会展财务文案概述	156
第二节 财务预算文书	157
第三节 经济活动分析报告	158
第四节 财务状况说明书和评价书	164
第五节 财务分析报告	167
第九章 会展合同和协议文案	170

第一节 合同和协议概述	170
第二节 会展业务合同	173
第三节 会展业务协议书	183
第十章 会展法律文案	189
第一节 会展法律文案概述	189
第二节 会展调解文书	193
第三节 会展仲裁文书	195
第四节 会展诉讼文书	199
参考文献	205
附录：“会展策划与实务”岗位资格考核方案	206

第一章

会展文案概述

第一节 会展文案的含义和种类

一、会展文案的含义

会展活动是一种以追求经济效益为主要目的,以市场运作方式提供社会化服务,以会议、展览和节事活动为主要形式的集体性、综合性的信息和物质交流活动。会展活动中,信息高度密集、高度共享,其来源主要有以下两个方面:一是会展管理过程中产生的信息,二是会展活动本身产生的信息。这些信息用语言文字记载下来,就形成了会展文案。

准确地说,会展文案是指因会展活动的需要而产生并在会展管理和举办过程中使用,以语言文字为主要工具,记载会展信息的各种文书材料及其整理归档后的案卷。也就是说,会展文案既可以指当前正在运转、发挥现实效用的会展文件或会展文书,又可以指经过系统化整理立卷并归档,正在或即将发挥历史效用的会展档案。

会展文案的外延十分宽泛。凡是会议、展览、节事活动的组织者(包括主办方、承办方和协办方)或赞助者在筹备、举办、善后三个阶段中制作、发布、反馈、签订的文书,或者与会者、参展者、客商之间洽谈、讨论、审议、交流的文件以及经过磋商、表决而产生的文件,都可以列入会展文案的范畴。

二、会展文案的种类

(一)按会展文案的功能

1. 会展管理和规范文案

包括条例、规定、办法、细则、公告、通告、通知、通报、报告、请示、批复、函、会议纪要等,又通称为会展公文。

2. 会展策划和立项文案

包括会展申办请示(函)、会展可行性研究报告、会展项目意向书、会展项目建议书、会展策划方案等。

3. 会展招展、招商、招标文案

包括招展和招商公告,招展、参展和招商邀请函,参展说明书,招标和投标书等。

4. 会展宣传推介文案

包括会展广告、会展消息、会展新闻稿、会展简报、会展宣传手册等。

5. 会展社交礼仪文案

包括邀请函、请柬、感谢信、欢迎词、欢送词、祝酒词、开幕词、闭幕词等。

6. 会展事务文案

包括会展工作计划和总结,会议和展览日程,会议和活动程序,签到簿,报到注册表,作息时间表,会展调查问卷,会展调查报告,会展评估报告等。

7. 会展成果文案

包括会议的各种报告、议案、提案、决议、决定、纪要、公报、条约、协定、谅解备忘录、声明、宣言等。

8. 会展财务文案

包括会展企业的经济活动分析报告、财务状况说明书、财务状况评价书、财务分析报告等。

9. 会展合同文案

包括各类会展合同和协议书。

10. 会展法律文案

包括调解文书、仲裁文书、诉讼文书。

(二)按会展文案形成的时间

1. 会展前文案

会展前文案是指在会展活动筹备阶段形成和使用的文案,包括会展管理、策划、申办、招展、招商、招标、合同、广告、宣传以及部分事务礼仪文案,有些会展主题成果文案也往往需在会展活动正式举行之前提交草案。

2. 会展中文案

会展中文案是指在会展活动正式举行过程中产生的文案,如各种记录、简报、消息、会刊以及决议、决定、联合声明、倡议书、交易合同等,其中一部分是从会展前文案(草案)转化而来的。

3. 会展后文案

会展后文案是指在会展活动结束后,为跟踪、总结、评估、宣传会展活动而制作的文案,包括会展总结评估文案以及部分主题成果文案和信息宣传,如会议纪要、会展新闻发布稿、感谢信等。

(三)按会展文案的行文关系

1. 上行文

即向具有隶属关系,或虽无隶属关系,但在特定的业务范围内受其职权管理的高级别机关上报的行文。会展请示、会展报告、可行性研究报告、项目建议书、会展简报等,都可以向上级机关上报。

2. 平行文

即平行机关和单位之间,或者既不隶属又无职权上管理与被管理关系的、级别不相等的机关或单位之间以及高级别机关与受对方职权管理的低级别机关的相互行文。如通知、函、会议纪要、邀请书等。

3. 下行文

即向具有隶属关系,或虽无隶属关系,但在特定的业务范围内受本机关职权管理的次级别机关发出的行文。如决定、决议、意见、通知、通报、批复、会议纪要等。

4. 辐射行文

即特定机关或单位根据工作需要,在自己的职权范围内同时向上下左右社会各个方面告知或要求遵照执行、办理的行文。辐射行文一般通过媒体公开发布,如公告、通告、公报、声明、宣言等都属于辐射行文的文种。

有些文种存在兼类的情况,如通知和会议纪要既可以是下行文,也可以作为平行文。

(四)按会展文案的稿本性质

1. 讨论稿

讨论稿适用于提交会议讨论研究但不需要表决或磋商通过的会议文件,有时又称征求意见稿。

2. 送审稿

讨论稿经过反复修改,文字内容已基本成熟,最后提交上级机关审批或领导人签发的稿本称之为送审稿。

3. 草案

草案特指某一法定组织或会议正式成员提交给特定的会议进行审议、表决或磋商的稿本,如决定、决议、合同、协议书等会议文案,在提交时都应当称为草案。这一点,同讨论稿一般用于提交上级机关或领导人签发是有明显区别的。草案经过会议成员的审议,吸收各方面的意见加以修改并誊清,最后提交会议成员进一步审议或表决,称为修正草案。

4. 定稿

送审稿一旦经过领导人的签发,草案一旦在会议上获得通过或会议成员共同签署,便转化为定稿,具有法律行政效力。但是,定稿一般只有一份,是印制正本的依据,不直接外发,由发文机关归档保存备查。

5. 正本

正本具有以下特征:一是根据定稿的文字内容制作,也就是说,正本的内容必须同定稿完全一致;二是发送给主送机关(即主要办理机关),也就是说,发给其他抄送机关的文件不属于正本;三是在格式上必须具备法定的生效条件,如正式会展文案必须加盖公章或由领导人签署。

6. 副本

副本是相对于正本而言的,是经法定作者同意或受其委托,根据正本的内容与格式进行原样复制,具有与正本同等法律和行政效力的稿本。谈判或协商达成的文案的副本应当在条款中确认其法律效力,并规定副本的数量和保存方式,但一般不签字、不盖章,或只盖章、不签字。

第二节 会展文案的特点和作用

一、会展文案的特点

(一) 写作主体的广泛性

会展文案写作的主体包括制定会展法律和法规的立法机关,制定会展行业政策、规划和规章以审批有关会展举办申请的行政管理机关,会展活动的主办者、承办者、协办者、赞助者、支持者以及会展活动的与会者、参展者、客商等。可见只要同会展活动有关的国家机关、政党、企事业单位、社会团体、国际性的政府组织和非政府组织,都可以成为会展文案写作的主体,因而具有广泛性。

(二) 写作目的的实用性

会展文案写作是“为事而造文”。这里的“事”泛指围绕会展管理和会展活动的一切事件,可以是颁布一项新的会展法规和政策,也可以是申报一个会展

项目或发布一条举办会展活动的信息。总之,会展文案写作具有鲜明的实用性。

(三) 传播对象的特定性

会展文案一般都有特定的传播对象,主送机关、抄送机关、称呼等格式项目就是用来明确具体的传播对象。有些文案虽然不写主送、抄送机关或称呼,但常常采取定向发送的方式,如参展说明书、会展调查报告、展览评估报告等。即使是公开发布、广而告之的文案,其传播对象也总是特定行业或者特定专业内的目标客户和潜在的合作伙伴。

(四) 结构体式的规范性

结构体式的规范性包括两方面的要求:一是指会展文案的结构体式要符合法定规范和标准,如会展公文、会展法规和规章、会展合同、会展招标投标文件等;二是指会展文案写作的结构体式要符合社会约定的规范。在长期的写作实践中,人们对应用文体的结构体式形成了一系列行之有效、简便实用的约定性规范,如书信体格式、简报格式等。因而,大多数会展文案的结构体式都应当遵循社会约定的规范。

(五) 拟稿制发的时效性

会展文案是为反映和解决会展活动中的现实问题而制发的,因此会展文案从拟稿到制发讲求时效性显得尤为重要。延误时间,错过机会,不仅会使会展文案失去应有的效用,成为一纸空文,而且还会给实际工作带来一定的损失。

二、会展文案的作用

(一) 记载会展信息

现代会展活动,是会议、展览、节事同经济活动相互交融的产物,是人们交流和互动信息的重要平台。在这一过程中,需要运用会展文案来记录信息,并在记录的基础上进行发布、沟通、交流、保存,以发挥其现实和历史的效用。因此,记载会展信息是会展文案的根本作用。

(二) 实施会展管理

会展文案是实施会展管理的重要工具。国家有关行政机关以及会展行业组织需要以会展文案的形式发布会展管理的规章,制定会展管理的政策,进行会展管理和协调;会展企业需要通过会展文案实施内部管理,提高经济效益;此外,会展活动本身具有高度的组织性,任何一次会展活动的成功举行无不依靠一系列的会展文案才能完成策划、立项、实施、总结等工作环节,从而实现会展活动流程的组织与管理。

（三）促进交流和沟通

会展是一项信息密集的交流活动,会展文案则是促进会展参加对象之间信息交流与沟通的媒介。如会议议案、会展简报、大会报告、展品介绍等会展文案能使信息以最快的速度在参加对象之间相互交流,从而发挥其沟通思想、交换意见、弥合分歧、促成共识、协调关系、宣传品牌、达成交易等作用。

（四）体现过程和成果

会展文案是会展活动的缩影,既全面反映会展活动的过程,又集中体现会展活动的成果。比如,会议记录、会谈记录等文案是对会展活动真实情况的客观记载;决定、决议,宣言、意向书、协议书等文案,体现了会展活动的成果,标志着会展活动取得了圆满的成功。

（五）提供查考利用

会展活动中形成的各种文案,反映了会展管理过程以及相关组织参与会展活动的情况。在完成现实使命后,其中有保存价值的部分经过立卷、归档,便转化为档案,成为会展活动的历史见证,以供后人查考、研究和利用,为后人实施会展管理、举办会展活动提供历史借鉴。

第三节 会展文案写作的含义和基本要求

一、会展文案写作的含义

会展文案写作的含义可以概括表述为:以语言文字为工具,以规范或约定的文章体式为载体,记录和表达会展信息的活动。这一含义表明:首先,会展文案写作是一种写作活动,必须遵循写作的一般规律和要求。其次,会展文案写作是一种应用写作活动;按照规范或约定的文章体式并以记录和传递实用性信息为目的。再次,会展文案写作是围绕会展活动进行的写作活动。在会展文案写作中,会展是信息的内容,文案是信息的载体,写作则是作者将内容和载体有机结合的智力劳动过程。会展文案写作应当以记载和表达会展信息为使命,以揭示会展活动的规律为宗旨,以推进会展策划、组织、管理等各项工作为目的。

二、会展文案写作的基本要求

（一）主题要正确、鲜明、集中

主题是文章的灵魂。会展文案的主题要正确反映会展管理和会展活动的客观实际,在符合有关的法律、法规和政策的前提下,所表达的立场、观点、态度、原则必须旗帜鲜明;所提出的意见、措施和办法要符合实际、切实可行,并且

做到“一文一事”、主题集中,以帮助会展管理者正确认识和把握会展管理和会展活动的发展规律。

(二)材料要真实、典型,紧扣主题

材料是构成文章的基础。会展文案的材料首先要做到真实可靠,切忌弄虚作假;其次,既要有广泛代表性,又要能够深刻反映事物的本质规律,具有典型性;再次,材料必须为表现主题服务,凡是能够有力地说明或突出主题的材料,就要决然入选,一切与主题无关或与主题相抵触的材料,应当坚决舍去。

(三)结构要完整、规范、连贯

会展文案的结构一般由标题、稿本性质、题注、作者名称或姓名、称呼、主送机关、正文、落款(包括发文机关、印章或签署)、成文时间等要素组成。这些要素并非每份会展文案都必须具备,写作时可根据会展文案的性质、类型加以选择,合理组合,保证结构的完整性。如通知一般应具备标题、主送机关、正文、落款和成文时间五项要素。

会展文案结构的每一部分都具有特定的表达功能和写作模式,具有较强的规范性。如标题应当揭示会展文案的主题或事由。正文一般包括开头、主体和结尾三部分。开头要阐明制发会展文案的目的、依据和原因;主体应当详细说明情况,包括经过、任务、要求、办法、意见等;结尾或发出号召、提出希望,或请求批复,或予以强调。

结构的连贯性包含三个方面的具体要求:第一,会展文案正文的各部分要做到前后相连、意脉相通、逻辑严密;第二,要有必要的过渡,使上下文之间能自然地衔接起来,引导读者的思路从上文过渡到下文;第三,要有合理的照应,做到正文和标题、开头和结尾、上文和下文相互呼应。

(四)语言要朴实、精练、准确

不同的会展文案在语言风格上应当各具特色,但朴实、精练、准确是各种会展文案写作共同的语言要求。语言朴实,要求做到语言通俗、质朴,不生造词语,不使用生僻字,不装腔作势,不说空话、套话。语言精练,要求做到惜字如金,尽量使用规范化简称、专用书面语、习惯用语,当若干词语的中心语相同时,可共用一个中心语。语言准确,要求做到概念明确,用词贴切,语法正确,避免歧义。