

(新编立体化教材)

丛书主编 / 符莎莉

高职院校会展策划与管理专业系列教材

会展文案

HUIZHAN WENAN

主 编 □ 李 薇
副主编 □ 柯贞金
何小梅



 广东高等教育出版社
Guangdong Higher Education Press

(新编立体化教材)

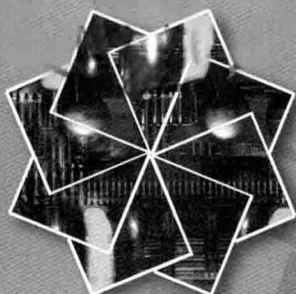
丛书主编 / 符莎莉

高职院校会展策划与管理专业系列教材

会展文案

HUIZHAN WENAN

主 编 □ 李 薇
副主编 □ 柯贞金
何小梅



 广东高等教育出版社
Guangdong Higher Education Press
广州

图书在版编目 (CIP) 数据

会展文案/李薇主编. —广州: 广东高等教育出版社, 2014. 6

ISBN 978 - 7 - 5361 - 5144 - 4

(高职院校会展策划与管理专业系列教材); (新编立体化教材)

I. ①会… II. ①李… III. ①展览会 - 文书 - 写作 - 高等教育 - 教材 IV. ①H152. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 133939 号

广东高等教育出版社出版发行

地址: 广州市天河区林和西横路

邮编: 510500 电话: (020) 87551597 87551163

网址: <http://www.gdgjs.com.cn>

广州市穗彩彩印厂

787 毫米×1 092 毫米 16 开本 13.75 印张 318 千字

2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

印数: 1~3 000 册

定价: 28.00 元

广东高等职业院校会展策划与管理专业系列

教材编审委员会

顾问

李霞辉

主任委员

符莎莉

副主任委员

陈文君 张 涛

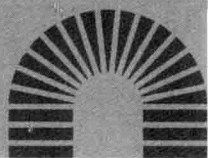
委员（以姓氏笔画为序）

田宗碧 李 薇 宋 炜 张宏博 张俊竹 高南林 曾三军

《关于推进高等职业教育改革创新 引领职业教育科学发展的若干意见》(教职成〔2011〕12号)明确提出:“要深化工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式改革,实现专业课程内容与职业标准对接,校企合作共同开发专业课程和教学资源,继续推行任务驱动、项目导向等教学做一体的教学模式。”《关于“十二五”职业教育教材建设的若干意见》(教职成〔2012〕9号)明确指出:“要以服务为宗旨,以就业为导向,以突出对接、提高质量、完善机制为重点,加强队伍建设、深化产教合作、实施精品战略、规范出版选用,全面提升职业教育教材建设水平;要加快教材内容改革,优化教材类型结构,在职业院校推行适应项目学习、案例学习等不同学习方式的教材。要坚持行业指导、企业参与、校企合作的教材开发机制,开发能切实反映职业岗位能力标准,对接企业用人需求,适应新兴产业、新职业和新岗位要求,具有专业特色的教材。”由此可见,加强教材建设是深化人才培养模式改革的重要抓手,是提高高等职业教育人才培养质量的关键环节。

目前广东作为中国加工制造业的中心之一,每年举办的会展超过1 000个,占全国的25%;会展的数量、规模年均增长速度为20%~30%,已成为全国最大的会展基地之一。广东已初步形成了以广州、深圳、东莞等珠三角地区为核心,全省协调发展的会展业格局,成为亚太地区重要的会展中心,广东会展行业急需培养和集聚高素质技术技能人才。

在广东省高职教育商业专业教学指导委员会的支持与指导下,2013年3月广东省高职教育商业专业教学指导委员会会展策划与管理分指委、广东高等教育出版社、广州市会展业行业协会联合组织成立了“广东高等职业院校会展策划与管理专业系列教材编审委员会”。教材编审委员会深入高职院校、企业、行业协会广泛调研,从广东会展业发展及高职院校会展策划与管理专业建设的实际出发,结合《高等职业学校专业教学标准(试行)目录》(教职成司函〔2012〕217号)具体规定的课程体系及核心课程的教学内容,规划开发《会展展示设计》、《会展营销》、《会展策划实务》、《会展项目管理》、



《国际会展实务》(双语教材)、《商务谈判英语沟通》、《会展文案》等共7本教材,均获得“普通高等教育‘十二五’国家级规划教材”立项。

教材编委会成员和系列教材的主编多为所在院校的教学骨干,不乏省、市重点专业负责人,国家级和省市级教科研项目的负责人和参与者,活跃在教学一线的“双师”型教师和企业精英。广州市会展行业协会李霞辉会长等业界精英给予了悉心的指导。本系列教材在对同类教材进行充分了解及吸收高等职业教育教学改革理论与实践研究最新成果的基础上,以培养高职学生的职业能力和职业素养为目的,以职业岗位要求出发,创新了高职会展策划与管理专业课程教材编写体系。该系列教材具有以下特点:

1. 采用项目导向、任务驱动的形式重构课程体系,体现课程结构的系统性,凸显工学结合的高职教育特色,突出教学过程的实践性、职业性、开放性,强化对高职学生职业能力与素质的培养。

2. 突出“教、学、做”一体化特征,符合高职会展策划与管理人才培养的时代要求。教材按照岗位工作流程与岗位关键能力,在典型项目下设置工作任务、知识拓展,配备了项目总结、技能训练、案例分析等,有助于课程内容与职业标准对接、学历证书与职业资格证书对接,突出“教、学、做”一体化特征,符合高职会展策划与管理人才培养的时代要求。

3. 教材内容兼顾区域性与前瞻性。教材充分挖掘广东省会展业的丰富实践成果,同时关注国内外会展业的新趋势,更加贴近会展业发展的实际。有的教材编入资源地址的二维码,快速即时链接教学内容所配备的辅助资源地址,增强了新颖性,提高了学生学习的兴趣。

本系列教材为2013年广东省高等职业教育教学改革项目“广东省会展行业岗位技能标准体系开发研究”(项目编号:20130201074)、2014年广州市高职教育综合改革重点攻关项目“政校行企协同创新机制研究与实践”的阶段性研究成果。本教材适合中等、高等职业院校的会展策划与管理专业的师生、会展企业工作的人员使用。

广东高等职业院校会展策划与管理专业系列教材编审委员会
2014年6月12日

“会展文案”是会展专业的核心课程，其目的在于使学习者掌握会展行业写作方面的技能和规范，提高书面表达能力，能将会展工作岗位遇到的典型问题诉诸文字加以解决。本书适合作为高职高专会展专业教材，同时也可作为会展培训机构培训教材以及会展行业从业者的参考用书。

1. 内容选取：对接会展策划师职业标准与岗位需求

本书根据国家劳动保障部门颁布的国家职业标准规定的会展策划师职业要求，参照国家职业资格三级会展策划师鉴定标准，借鉴全国商科院校会展技能大赛、全国“挑战杯”创业大赛等具有影响力的赛事精神，按照会展策划师岗位需求，择取会展调研、策划、营销、宣传、服务和运营管理等范畴涉及的文种，围绕典型工作任务，力求课证融通、以赛促学。

2. 内容组织：适应会展产业升级与职业变迁

本书为适应会展产业转型升级，采用 MICE 会展大概念，打破目前会展文案教材多以展览为主、会议为辅的套路。30 余个文种辐射会、展、节、赛、演、游各个领域，贯穿会展项目前、会展项目中、会展项目后各个阶段，服务主办方、参展商、专业观众各类主体。较之同类教材内容更为丰富，更能满足会展行业格局拓展和会展职业变迁的需求。

3. 内容结构：兼顾会展知识技能与职业素养

本书以“文案是表、思想是里”为理念，以“项目导向、任务驱动”为指导，设计“知识学习目标”“技能训练目标”“案例导入”“情境描述”“知识链接”“知识拓展”“实战任务”“关键词”“案例分析”“项目总结”等栏目，强调“做中学、学中做”，兼顾知识与技能，注重产业文化、职业道德、行业规章、职业礼仪、环保意识等职业素养的融入，旨在让学习者赋予文字以质感、力量与生命，达到学思结合、知行统一。

4. 内容呈现：运用二维码技术拓展教材资源

本书遵循写作学习“不看不会、多看就会，不练不会、非练不可”的规律，采用二维码技术，快速即时呈现完整的案例、模板和拓展知识，突破旧



式教学时空局限，变教材为学材，拓宽教材资源，优化教学效果，适应现代学习者接受习惯。教师可登录广东高等教育出版社网页获取教学辅助资源（PPT、题库、教案、课程标准等）。

本书由广东省高职教育商业专业教学指导委员会会展策划与管理分指委、广东高等教育出版社、广州市会展业行业协会联合组织成立的“广东高等职业院校会展策划与管理专业系列教材编审委员会规划与审定，广东轻工职业技术学院李薇任主编。项目一由李薇、何小梅编写，项目二、项目三由柯贞金编写，项目四由李薇编写。

本书得到了广东省高职教育会展专业分指委主任委员、广州科技贸易职业学院副书记符莎莉教授，广东科贸职业学院朱学宁教授的指导，得到了中国对外贸易中心（集团）客户服务中心张超经理、广东高等教育出版社王兰萍主任和刘鸿滨副主任的支持，在此表示诚挚的谢意。在编写过程中，本书参考了许多专家的观点以及理论，参考文献中尽量详尽列出，或有遗漏，敬请谅解。

编 者
2014 年 6 月

项目一 展会文案 / 1

任务一 展会调研文案（展会市场调查问卷、展会市场调查报告） / 1

- 一、认识展会市场调查 / 2
- 二、了解展会市场调查的内容 / 2
- 三、了解展会市场调查的程序与方法 / 3
- 四、设计展会市场调查问卷 / 3
- 五、撰写展会市场调查报告 / 3

任务二 展会策划文案（展会立项策划书、展会可行性研究报告、展会计划） / 11

- 一、认识展会立项策划 / 11
- 二、撰写展会立项策划书 / 12
- 三、认识展会项目可行性研究 / 16
- 四、撰写展会项目可行性研究报告 / 16
- 五、认识展会计划 / 20
- 六、撰写展会计划 / 21

任务三 展会营销文案（招展方案、招展函、招商方案、观众邀请函） / 41

- 一、撰写招展方案 / 42
- 二、撰写招展函 / 45
- 三、撰写招商方案 / 46
- 四、撰写观众邀请函 / 47

任务四 展会服务文案（参展手册、展会会刊） / 61

- 一、认识参展手册 / 61
- 二、撰写参展手册 / 61
- 三、认识展会会刊 / 63
- 四、撰写展会会刊 / 63

任务五 展会宣传文案（展会广告、展会新闻稿、展会简报） / 78

- 一、撰写展会广告 / 78



二、撰写展会新闻稿 / 79

三、撰写展会简报 / 80

任务六 展会总结文案（展会评估报告、展会总结、展后信函） / 86

一、认识展会评估 / 87

二、撰写展会评估报告 / 88

三、撰写展会总结 / 89

四、撰写展后信函 / 90

项目二 会议文案 / 109

任务一 会议通知 / 109

一、认识会议通知 / 110

二、了解会议通知的种类 / 110

三、了解会议通知的特点 / 110

四、撰写会议通知 / 110

五、掌握会议通知的范本 / 111

任务二 会议议程 / 116

一、认识会议议程 / 116

二、了解会议议程的特点 / 116

三、了解会议议程的种类 / 116

四、撰写会议议程 / 116

任务三 会议邀请函 / 120

一、认识邀请函 / 120

二、了解邀请函的特点 / 120

三、了解邀请函的种类 / 121

四、撰写邀请函 / 121

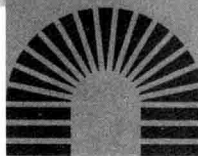
任务四 会议赞助方案 / 127

一、认识会议赞助 / 127

二、了解会议赞助的类型 / 127

三、了解会议赞助的目的 / 128

四、撰写会议赞助方案 / 128



项目三 奖励旅游文案 / 134

任务一 导游词 / 134

- 一、认识导游词 / 135
- 二、了解导游词的作用 / 135
- 三、撰写导游词 / 135

任务二 旅游线路设计方案 / 143

- 一、认识旅游线路设计 / 143
- 二、了解旅游线路设计方案的类型 / 144
- 三、撰写旅游线路设计方案 / 144

项目四 节事活动文案 / 152

任务一 节事活动策划方案 / 152

- 一、认识节事活动 / 153
- 二、撰写节事活动策划方案 / 153

任务二 开幕式文案 / 159

- 一、认识开幕式 / 159
- 二、撰写开幕式策划方案 / 160
- 三、撰写开幕式致辞 / 160

任务三 签约仪式文案 / 164

- 一、认识签约仪式 / 164
- 二、撰写签约仪式策划方案 / 165
- 三、撰写合同 / 166

任务四 发布会文案 / 177

- 一、认识发布会 / 177
- 二、撰写发布会策划方案 / 177

案例索引 / 199

参考文献 / 208

展会文案

◆ 知识学习目标

1. 了解展会文案的重要性
2. 掌握展会文案的写作特点

◆ 技能训练目标

1. 掌握展会文案的写作技巧
2. 能按照规范撰写展会文案

◆ 案例导入

会展专业毕业生小王在某知名展览公司工作 8 年，该公司全面负责组织、管理和承办该省重量级展会。小王作为业务骨干，接到为今年新入职员工开展写作培训的任务，他立即打开电脑，翻开文件夹，开始准备培训材料。

想一想：

小王需要准备哪些材料？

任务一 展会调研文案 (展会市场调查问卷、展会市场调查报告)

情境描述

菲利浦·科特勒在《营销管理》中提到“可口可乐公司知道消费者最喜欢喝 4℃ 的可口可乐，平均一年看 69 条可口可乐的广告，每年人们花费大约 20 美金去购买鲜花；阿肯色州是美国花生酱消费最低的州；51% 的男人走路时先迈左脚，而 65% 的女性却先迈右脚……”

中国宝洁公司成立于 1998 年，但 1995 年就开始在中国开展市场调研工作。公司总裁 John Pepper 在北京大学演讲时说：“我们的首要任务是深刻了解我们的消费者，即消费者的需求是什么。不管我们在世界的哪一个角落开始我们的生意，对消费者需求的研究始终是我们工作的切入点。对消费者需求研究的结果会告诉我们应该向市场推出哪一种产品，应该采用哪一种配方以及哪一种广告会最终为我们带来效益。”

假设你作为学校一年一度毕业展的主办方，你已经了解了哪些信息？还需要调研哪些方面？



一、认识展会市场调查

会展调研主要指会展企业收集、调查、记录、整理、分析有关会展产品、服务及市场等信息的活动。

会展市场调研从市场角度分类,有市场需求调研和市场竞争调研。市场需求调研围绕消费者、消费市场,而市场竞争调研则围绕竞争对手展开。从为会展主办方提供会展策划的角度分类,有主题调研、场馆调研、参观人数预测、同类展会竞争者调研、居民意识调研、环境影响调研。从会展评估的角度分类,有展会基本情况调研、展会主题调研、展示设计搭建情况调研、招商组展调研、广告宣传调研、会展后勤服务调研、经济与社会效益调研。

会展市场瞬息万变,会展市场调研既为会展本身提供资讯,又可以展会为平台解决营销问题。通过客观数据分析,会展市场调研可提高对营销因素的可控能力,提升对市场机会的分辨能力,加强对市场趋势的预见能力,增强对市场风险的防范能力。

二、了解展会市场调查的内容

会展市场调查的目的是收集具有价值、信息量大的资料。收集信息注意时间性,特别是展会市场调研,由于开展时间集中,错过时机便难以收集。

1. 宏观环境调研

宏观环境调研包括社会经济环境、政策法律环境、文化环境、自然生态环境、科技环境、技术环境等信息。

2. 行业产业调研

行业产业调研包括关联产业状况、行业产业规划、行业产业性质、行业产业规模、行业产业分布状况、厂商数量、产品销售方式、产品特性、技术含量、行业协会状况、市场准入规定等。

3. 竞争状况调研

竞争状况调研包括竞争态势及市场结构、现有竞争者强度、替代威胁、进入威胁、购买者价格谈判能力、供应商谈判能力以及主要竞争者开展的会展项目独特竞争优势等方面的调研。

4. 消费者调研

消费者调研主要是对参展商和专业观众的调研。包括参展商或专业观众的基本情况、参展商或与会者的购买行为研究、对忠诚客户的调研等。展览会的参展商不仅仅是生产企业,还包括经销商和零售商。经销商和零售商也可能是专业观众。

5. 企业内部调研

企业内部调研包括企业发展战略及使命、企业内部资源、企业业务组合及相互关系、既往业绩、成功的关键要素等方面的调研。



6. 展会信息调研

展会信息调研主要是同类展会数量与分布情况、同类展会竞争态势、展会场馆及服务水平、参展者人数的调查预测、历届展会活动情况等。

三、了解展会市场调查的程序与方法

会展市场调查一般遵循以下程序：确定调查目标→设计调查方案→进行实地调查→搜集调研资料→整理分析资料→撰写调查报告。

调查方案包括调查目的、调查内容、调查方法、调查人员分工、调查进度、调查费用等。

实地调查需要招募调查员、准备调研问卷、现场调查、核查问卷。整理资料包括编校、归类、制表、分析等步骤。

展会市场调查方法包括实地调查法和文案调查法。实地调查法是搜集原始资料的调查方法，分为访问法、观察法和实验法。访问法分为直接访问、电话访问、邮寄调查等类型。观察法分为直接观察法和间接观察法。文案调查法指通过查阅、收集各种资料，获取信息的间接调查法。

四、设计展会市场调查问卷

展会市场调查问卷是运用问卷的方式向参展商、观众收集参加会展活动的意向、意见和要求的文书。有封闭式问卷、开放式问卷和混合式问卷。

1. 结构

标题 + 前言 + 正文 + 结束语。

2. 条目

(1) 标题。会展项目名称 + “调查问卷”，如“中国水博览会调查问卷”。

(2) 前言。调查的目的和意义、填写说明、致谢。

(3) 正文。被调查者信息及具体调查项目，如“通过什么渠道知道展会？”“对展会服务是否满意？”等。

(4) 结束语。再次表示感谢，结尾处注意写清楚调查机构名称以及日期。

3. 要求

(1) 集中。问卷中所有的题目都需与调查目的相符合。

(2) 简洁。问卷尽可能简短，问题太多会影响填答。填答时间最好控制在 15 分钟以内。

(3) 明了。问卷的题目要由一般性至特殊性，并具有逻辑性。问卷的指导语或填答说明要清楚，没有歧义。

五、撰写展会市场调查报告

展会市场调查报告是指在市场调查的基础上，运用科学的方法，对市场购买力、购买对象、购买习惯以及企业市场定位等进行有目的、有计划、有组织的调查、统计、预测的调研类文书。



1. 结构

标题 + 目录 + 正文 + 尾部。

2. 条目

(1) 标题。展会市场调查报告的标题一般有单标题和双标题两种形式。

①单标题。

公文式：调查单位 + 调查时间 + 调查主题 + 文种，如“××公司××年关于某展会的市场调查报告”。

新闻式：揭示主旨，如“旅博会为何受到如此热捧”。

②双标题。

正标题归纳主旨，副标题补充说明，如“展品有特殊 服务有保障——关于第六届中国（合肥）旅游迎春购物展暨年货采购展览会的调查报告”。

(2) 目录。大型市场调查报告内容丰富，可编制目录便于查阅。

(3) 正文。

①引言。简明扼要地说明市场调查报告的基本情况，包括调查目的、对象、范围、方法、结果等重要事项，使读者获得总体认识。

②主体。首先介绍市场调查的基本内容，其次对数据等调查结果进行深入科学的分析，最后提出解决问题的建议、措施及对策。

(4) 尾部。尾部包括落款与附件部分。落款写明调查报告的制定单位以及成文日期。无法完全展现的表格、支撑材料等内容可以附件形式加以注明。

3. 要求

(1) 目的明确，针对性强。展会市场调查报告均围绕某一具体问题展开，需要解决的问题集中而有深度。

(2) 材料真实，逻辑严密。展会市场调查报告建立在确凿的事实基础之上，需对数据进行严密的逻辑论证，以便揭示市场变化规律，预测市场发展趋势，得出科学结论。

(3) 叙议结合，陈述为主。展会市场调查报告采用第三人称的写法，对大量事例、数据进行客观陈述。同时，还需对调查的所有事实、现象进行简明扼要的分析议论，力求探索市场规律，做出正确判断。



知识拓展

一、展会调查问卷设计技巧

“你对该展会的定价和服务是否满意?”、“你至今未参加××展会的原因：A. 太贵 B. 不知道 C. 不想去”、“××展会是通过国际认证的展会，你是否愿意参加?”以上问题设计有无错漏?



扫描二维码登录网站学习调查问卷的设计技巧



资料来源: <http://wenku.baidu.com/view/a3afe457ad02de80d4d840e9.html>.

二、2013 年中国展览数据统计报告

你了解全国各个地区展览会的发展状况吗? 你想知道境外办展的情况吗? 你是否知道全国有多少个展馆? 多少家会展院校?



扫描二维码登录网站浏览中国会展经济研究会统计报告

资料来源: <http://dc.me360.net/report2011/?act=success&id=801>.

实战任务

一、广东国际美博会调研

广东国际美博会由广东省美容美发化妆品行业协会主办, 创办于 1989 年。1996 年以来每年举办两届, 至 2014 年 3 月已成功举办 40 届。近几年来, 各地美博会风起云涌、竞争激烈, 导致广东国际美博会面临严峻考验。为了更好地促进广东国际美博会的转型发展, 进一步提升广东国际美博会的服务质量和服务水平, 第 41 届组委会与你所在的学校合作开展本届美博会的调研活动。

本次调研活动将采用问卷调查、重点访谈和文案调查等方法, 对本届广东国际美博会的参展商和观众开展展会满意度调查。

参展商调查主要针对本届展会参展商, 调查内容主要包括参展次数、展会信息获取渠道、参展目的、参展依据、展会综合满意度、展会现场服务满意度、预期目标实现程度、下届展会参展意愿等。

观众调查主要针对本届展会观众, 调查内容主要包括展会信息获取渠道、观展目的、观展满意度、预期目标实现程度、下届展会观展意愿等。

请设计调查问卷, 撰写调查报告, 剖析本届展会的优势和不足, 提出改进建议, 为广州市政府相关部门和美博会组委会制定发展对策提供借鉴和参考。

二、校园毕业展调研

请设计校园毕业展的展会市场调查问卷, 开展调研, 撰写调查报告。

关键词

市场调查 调查方案 调查问卷 调查报告



案例分析

案例 1

201 × 华南（广州）农资博览会参展商问卷调查表

尊敬的参展商：

201 × 华南（广州）农资博览会于 201 × 年 12 月 27 日落下帷幕。连续两天时间里，专业、对口观众参会积极，感谢贵公司的鼎力支持。展会以华南地区为中心，为企业与经销商、零售商、农户、合作社搭建交流的平台，协助企业深耕市场，实现“指名购买，拉动销售”。

× 作为主办方，力求将华南（广州）农资博览会打造成为华南地区农资界最具影响力的行业盛会、品牌展会。因此，为了提高展览会的办展水平和成效，我们特邀请贵公司参与问卷调查，希望得到您的支持。请在您认为合适的选项框内打“√”。

谢谢！

参展单位名称					
填表人姓名		职 务		联系电话	

1. 您认为 201 × 华南（广州）农资博览会是：

- ☐ 企业了解华南农资市场的窗口
☐ 经销商、零售商、农户、合作社认识企业的平台
☐ 企业走向农资销售终端的重要桥梁
☐ 展会大大促进了农资市场规范

2. 您对 201 × 华南（广州）农资博览会的直接印象是：

- ☐ 种类、展品丰富 ☐ 参展商众多 ☐ 规模较大 ☐ 参观人数众多

3. 您认为参加 201 × 华南（广州）农资博览会对贵公司有何意义？

- ☐ 结识了很多新的客户 ☐ 提升了企业、产品品牌形象
☐ 促进了农资产品交易 ☐ 影响有限

4. 贵公司性质属于：

- ☐ 国有 ☐ 民营 ☐ 台、港、澳资 ☐ 外资 ☐ 集体

5. 您获取本次展会信息的渠道是：

- ☐ 组委会直接邀请 ☐ 经销商推荐 ☐ 网络 ☐ 媒体广告 ☐ 其他

6. 您对本次参展的满意度评价为：

- ☐ 很满意 ☐ 满意 ☐ 基本满意
☐ 不满意，具体指（_____）

7. 华南（广州）农资博览会与华南其他区域性展会相比，您认为：

- ☐ 最好 ☐ 相当 ☐ 一般 ☐ 差

8. 您认为华南（广州）农资博览会举办频率为多久比较合适？

- ☐ 每三年举办一届 ☐ 每两年举办一届 ☐ 每年举办一届 ☐ 随便

9. 您认为一年中举办华南（广州）农资博览会比较适宜的时间是：