

全国高职高专



会展策划与管理
专业规划教材

教育部高等学校工商管理教学指导委员会旅游会展专业组 规划教材

会展文案

主 编 韦晓军

第2版

Huizhan Wenan



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

全国高职高专



会展策划与管理
专业规划教材

教育部高等学校工商管理教学指导委员会旅游会展专业组 规划教材

会展文案

主 编 韦晓军 副主编 王 飒 刘 艳

(第2版)

重庆大学出版社

内容提要

本书以会展操作过程及会展文案形成的时间阶段为章节安排依据,以实际操作需要掌握的写作技能为目的,以丰富的会展案例作为补充,并配以相应的实训设计构成了本书的主要编写特色。本书每章设置了案例导入、训练要领、例文评析、训练设计四大版块,包括会展文案概述、会展计划和组织阶段的文案、会展运作阶段的文案(上、中、下)、会展实施阶段的文案、会展总结和反馈阶段的文案七大章节安排主题内容。

本书既可作为高职高专会展策划与管理专业学生的教材用书,也可会展从业人员提供岗位培训及参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

会展文案 / 韦晓军主编. —2 版. —重庆:重庆大学出版社,2014.1

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材
ISBN 978-7-5624-7734-1

I. 会… II. 韦… III. 展览会—文书—写作—
高等职业教育—教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 223232 号

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材

会展文案

(第 2 版)

主 编 韦晓军

副主编 王 飒 刘 艳

责任编辑:顾丽萍 唐霜蕾 版式设计:顾丽萍

责任校对:谢 芳 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:720×960 1/16 印张:18.5 字数:332 千

2014 年 1 月第 2 版 2014 年 1 月第 6 次印刷

印数:11 001—14 000

ISBN 978-7-5624-7734-1 定价:33.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

总主编:马 勇

副总主编:田 里 高 峻 罗兹柏
谢 苏 张鸽盛

委 员:(以姓氏笔画为序)

马克斌	王礼铤	王 芬
王培英	王 斌	王 瑜
韦晓军	石 强	许传宏
许康平	刘 青	刘晓明
吴亚生	吴 虹	苏大中
陆英美	汪琳姝	张金祥
张树坤	张显春	张跃西
张 策	邱艳庭	杨 智
杨朝晖	林大飞	郑国火
郑建瑜	周国忠	赵军红
胡 强	钱为群	夏桂年
梁 赫	符 蕾	谢晋洋
虞彩玲	谭红翔	颜 逊

总序

进入 21 世纪以来,随着中国社会经济的飞速发展,综合国力的不断增强,国际贸易发展的风驰电掣,会展经济随之迅速成为中国经济的新亮点,在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色,正逐渐步入产业升级的关键历史时期。这一历史时期,会展业能够快速发展的关键是需要大量优秀的专业人才做支撑。据上海世博局预测,到 2010 年,上海世博会对会展人才的需求将达 10 万人。为了适应国内对会展人才需求的日益增长,我国各类高校纷纷开办了会展专业。据不完全统计,截至 2007 年 4 月,在全国范围内(包含港澳台)开设会展专业和专业方向的学校(包括本科、高职高专院校)有 80 多所,开设会展方面课程的学校已经达到 100 余所,这在一定程度上缓解了我国会展人才紧缺的现状。但是由于我国会展教育起步时间较晚,在课程体系设计、教材建设和师资队伍建设等方面缺乏经验,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往落后于市场的需求。尤其是目前国内会展教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的现状非常明显,很大程度上制约了我国会展教育和会展业的发展。因此,推出一套权威科学、系统完善、切合实用的全国会展专业系列教材势在必行。

中国的会展教育开办还不到 10 年,但我国的会展教育经过分化发展,已经形成了学科体系的基本雏形。如今,会展专业已经形成中等职业教育、高职高专、普通本科和研究生教育这样完整的教育层次体系,这展示了会展教育发展的历程和成果,同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题。其中最重要的一点,就是如何在不同教育层次和不同的教育类型上



对会展教育目标和教育模式进行准确定位。为此,重庆大学出版社策划组织国内众多知名高等旅游院校的著名会展专家、教授、学科带头人和一线骨干教师参与编写了这套全国高职高专会展策划与管理专业规划教材,以适应中国会展业人才培养的需要。本套教材的编写出版旨在进一步完善全国会展专业的高等教育体系,总结中国会展产业发展的理论成果和实践经验,推进中国会展专业的理论发展和学科建设,并希望有助于提高中国现代会展从业人员的专业素养和理论功底。

本套教材定位于会展产业发展人才需求数量最多最广的高职高专教育层次,是在对会展职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面的把握和对会展职业教育与普通本科教育的区别理解以及对发达国家会展职业教育的借鉴基础上编写而成的。另外,重庆大学出版社推出的这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,其意义将不仅仅局限在高职高专教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对高职高专会展策划与管理专业的健康发展产生积极的推动作用。

在编写这套教材的过程中,我们力求系统、完整、准确地介绍会展策划与管理专业的基本理论和知识,围绕培养目标,通过理论与实际相结合,构建会展应用型高职高专系列教材特色。本套教材的内容,有知识新、结构新、重应用等特点。教材内容的要求可以概括为:“精、新、广、用”。“精”是指在融会贯通教学内容的基础上,挑选出最基本的内容、方法及典型应用;“新”指尽可能地将当前国内外会展产业发展的前沿理论和热点、焦点问题收纳进来以适应会展业的发展需要;“广”是指在保持基本内容的基础上,处理好与相邻及交叉学科的关系;“用”是指注重理论与实际融会贯通,突出职业教育实用型人才的培养定位。

本套教材的编写出版是在教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游会展专业组的大力支持和具体指导下,由中国会展教育的开创者和著名学者、国内会展旅游教育界为数仅有的国家级教学成果奖获得者 and 国家级精品课程负责人、教育部高等学校工商管理类学科专业教指委旅游会展专业组负责人、中国会展经济研究会副会长和教育部高等学校高职高专旅游管理类专业教指委委员、湖北大学马勇教授担任总主编。参与这套教材编写的作者主要来自于湖北大学、上海师范大学、上海工程技术大学、厦门国际会展职业学院、浙江旅游职业技术学院、深圳职业技术学院、重庆师范大学、武汉职业技术学院、湖北经济学院、湖北职业技术学院、上海第二工业大学、上海新侨职业技术学院、上海工艺美术学院、福建商业高等专科学校、桂林旅游高等专科学校、南宁职业技术学院、广西国际商务职业技术学院、金华职业技术学院、江西旅游商贸职业学院、北京城市学院、昆明冶金高等专科学校、昆明学院、山东淄博职业技术学院、沈阳职业技术学院等全国 40 多所知名高校。在教材的编写过程中,重庆大学出版社还邀请了全国会展教育界、政府管理界、企业界的知名教授、专

家学者和企业高管进行了严格的审定,借此机会再次对支持和参与本套教材编、审工作的专家、学者和业界朋友表示衷心的感谢。

本套教材第一批将于2007年7月后陆续出版发行21本,其中包括《会展概论》《会展实务》《会展场馆经营与管理》《会展心理》《会展项目组织与策划》《会展旅游》《大型活动策划与管理》《展览服务与管理》《会展典型案例精析》等。这套书中,部分被列选为国资委职业技能鉴定和推广中心全国“会展管理师”培训与认证的唯一指定教材。本套教材的作者队伍学历层次高,绝大部分具有博士或硕士学位以及教授、副教授职称,涉及的领域多,包括了经济学、管理学、工程学等多方面的专家,参与编写的业界人士,不仅长期工作在会展领域的最前线,而且是业界精英。另外,作为国内高校第一套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,教材内容和教材体系是动态开放的,随着会展业的发展,以确保教材的先进性和科学性,在2~3年后将对第一批部分教材进行修订再版,同时正计划开发第二批系列教材,也欢迎您的积极参与!

尽管作者和编委会本着认真负责的态度,尽到了最大努力来编写出版本套教材,但是由于会展业涉及面广,加之编写时间紧等多方面原因,本套系列教材的不足和错漏之处在所难免。因此,恳请广大读者和专家批评指正,以便我们不断完善。最后,我们期待这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材能够得到广大师生的欢迎和使用,能够在会展教育方面,特别是在高职高专教育层次的人才培养上起到积极的促进作用,共同为我国会展业的发展做出贡献。

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材
编委会

2007年5月

前 言

随着会展业的快速发展,会展经济在国民经济中越发显示其不可缺少的重要地位。2008年北京奥运会和2010年上海世博会的举办,我国会展业的发展水平必将提升到一个新的高度,与会展活动密切相关的会展文案写作也必将受到更大的关注与重视。

本书是全国高职高专会展策划与管理专业规划教材之一。在编写及修订过程中,我们参考了大量的相关书籍,力求形成以下特色:

一、够用为度。本书力图贯彻高职高专的人才培养目标,即理论够用为度的原则,以会展操作过程及会展文案形成的时间阶段为章节安排依据,将全书按会展操作过程及会展文案形成的时间阶段为依据分为7个章节。

二、案例丰富。本书以丰富和最新、最好的会展案例作为导入和补充,并针对案例导入进行了必要的分析和引入,例文加评析是对文案知识的深化,以大量真实的会展文案为读者进行具体文案写作提供一个可直接参考和借鉴的范文库。

三、形式新颖。本书每章设置了案例导入、训练要领、例文评析、训练设计四大版块。在编写中,训练要领主要是针对理论知识的学习;而训练设计是按照本章小结、复习思考题、实训题和案例分析等环节让读者充分地领会本章节所教授的理论知识,力求让读者在理论与实践交错的空间中,更深刻地领会文案写作的知识和要求。

四、注重实训。针对高职学生应用型人才的培养目标,以实训设计为侧重点,在实训环节中,注重引导,注重设计,构成了本书的另一编写特色。

本书由广西国际商务职业技术学院韦晓军担任主编,沈阳职业技术学院王飒、刘艳担任副主编。各章节编写分工如下:第



1 章由广西国际商务职业技术学院韦晓军编写；第 2 章、第 5 章由沈阳职业技术学院刘艳编写；第 3 章、第 4 章由沈阳职业技术学院王飒编写；第 6 章由沈阳职业技术学院吴瑛阳编写；第 7 章由广西国际商务职业技术学院玉晓新编写。全书由王飒、刘艳担任一部分审稿工作，由韦晓军做最后的统稿、校稿和审稿。

由于会展仍属新兴的行业，相关的理论和实践资料较为缺乏，编写过程中疏漏之处在所难免，水平有限，敬请批评指正。

编 者

2013 年 7 月



目录 CONTENTS

第1章 会展文案概述·····	1
1.1 会展概述·····	3
1.2 会展文案概述·····	11
1.3 会展文案写作学习要求·····	22
本章小结·····	23
复习思考题·····	23
实训题·····	24
案例分析·····	25
学习链接·····	27
第2章 会展计划、组织阶段的文案·····	30
2.1 会展调查问卷·····	32
2.2 会展市场调研文案·····	40
2.3 会展立项策划案·····	48
2.4 会展项目立项可行性研究报告·····	57
2.5 会展计划·····	63
2.6 会展申办报告·····	70
本章小结·····	76
复习思考题·····	76
实训题·····	78
案例分析·····	79
第3章 会展运作阶段的文案(上)·····	84
3.1 会展招展和招商文案·····	86

3.2	会展招展函	96
3.3	会展招标投标文案	99
3.4	参展商、观众邀请函	111
3.5	会展信息发布稿	120
	本章小结	123
	复习思考题	124
	实训题	125
	案例分析	125
第4章	会展运作阶段的文案(中)	128
4.1	参展说明书	131
4.2	会展接待方案	138
4.3	展会相关活动策划案	144
4.4	会展意向书	151
	本章小结	154
	复习思考题	154
	实训题	155
	案例分析	156
第5章	会展运作阶段的文案(下)	157
5.1	展会宣传推广计划	160
5.2	会展广告文案	167
5.3	展会通讯	175
5.4	会展记录	181
	本章小结	189
	复习思考题	189
	实训题	190
	案例分析	191
第6章	会展实施阶段的文案	193
6.1	会展业务合同	194
6.2	会展业务协议书	215



6.3 会展新闻稿·····	222
6.4 会展简报·····	225
本章小结·····	231
复习思考题·····	231
实训题·····	232
案例分析·····	233
第7章 会展总结、反馈阶段的文案·····	235
7.1 展后调查问卷·····	236
7.2 会展评估报告·····	244
7.3 展后工作总结·····	254
7.4 展后信函·····	268
本章小结·····	273
复习思考题·····	273
实训题·····	275
案例分析·····	277
参考文献·····	281

会展文案写作

第1章

会展文案概述

【本章导读】

会展活动是一个人流、物流、信息流高度集中的场合,也是一个能够为众多参加会展活动的企业及人员提供交流、展示和洽谈、贸易的快速而有效的平台。本章主要通过对会展、会展文案的相关概念的学习,要求了解会展的发展现状,明确会展文案写作的重要性,掌握会展文案的种类及写作要求等相关的理论知识。

【关键词汇】

会展 会展文案

【案例导入】

聚焦世博主题演绎 展望上海世博会

2006年8月5日,上海世博局副局长汪均益应邀在上海图书馆做的一场题为“聚焦世博主题演绎,展望2010上海世博会”的讲座,受到了听众们的热烈欢迎。

他在讲座中提到:根据国际展览局的要求,申办国要向国际展览局提交申办报告。申办报告是“命题作文”,其中关于主题的部分,要求有足够的深度,“应有清晰精到的解释,表明其内容是有道理的,意义深远的,也是做得到的”。当时,由市政府研究室、市政府发展研究中心、上海外国语大学、上海译文出版社等部门、单位的专家、学者200多人组成一个小组,历时8个多月,经历十余稿,才完成了申办报告。报告英法文对照,共三册,计15万字,还插有图片400多张。

主题的确立是整个世博会的灵魂,它将统领全局。主题不是一个孤立的口号,而是应当在全过程、全方位中得到体现。在主题的确立研究过程中,也经历了很多阶段。最初曾考虑把主题细分为“多样化的城市”“高质量的生活”“创新的城市技术”和“和谐的生活社区”4部分。经过多轮修改,定稿时明确为4个副主题:“城市多元文化的融合”“城市新经济的繁荣”“城市科技的创新”和“和谐城市社区的重塑”。国际展览局考察团到上海考察时,提到了发达国家对城市过度发展的担忧,希望能增加对城乡关系的思考。在这个背景下,根据市领导的指示,又增加了一个副主题——“城市与乡村的互动”。此后,上海世博会正式确认为5个副主题。

正是申博工作者们“追求卓越”的工作精神和工作成果,确保了中国政府第一个向国际展览局提交了申办报告,且一举赢得国际展览局的高度评价:条理清晰、形式新颖、品质精美、内容翔实,具有很强的专业水准。

(资料来源 <http://www.xmwb.cn/>,有修改)

会展申办报告的写作是一次会展活动的起点,属于会展文案的写作范畴。有人说,会展是一个城市的名片。能够通过申办报告成功地争取到一次国际性的会展活动举办权,是能够为会展举办城市提升其知名度提供一种十分快速而有效的方式。因此,作为与会展活动各环节相关的会展文案写作工作也十分重要和必要,在会展活动过程中应认真对待、认真写作。



1.1 会展概述

【训练要领】

伴随着我国经济的快速发展,会展业作为一门新兴和朝阳的产业,近年来在我国取得了不小的发展,会展业发展对一个国家、一个地区、一个城市经济效益和社会效益的促进与提升起着重要作用,也对一个国家、一个地区、一个城市的建设与发展具有不可估量的意义。

1.1.1 会展的含义

1) 会展和会展业

随着社会和经济的快速发展,近年来,“会展”一词呈现了高频点击率,会展也日渐成为一门新兴而朝阳的产业。

什么是会展?从不同的角度看会展,可以折射出不同的亮点。

组展商说:会展是特殊的服务行业,核心本质是服务。

参展商说:会展是最经济、最实惠、最有效的立体营销广告。

建筑家说:会展场馆规模宏大、气派,是城市标志性建筑。

学者说:会展是智者的峰会,是传播新思想、新观念的论坛。

经济学家说:会展是经济发展的又一个新的增长点。

环保专家说:会展是“不冒烟的工厂”,是无污染的绿色产业。

市长说:会展是一项提升城市两个文明建设、利国利民的德政工程。

预言家说:会展是充满活力、前途无量的朝阳产业。

……

会展其实就是指在一定的地域和空间,围绕特定主题,多人定期或不定期举行的一种聚集交流活动。一般而言,会展是会议和展览的总称,会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等都是会展活动的基本形式。这是狭义的会展定义。

而国际上,会展的定义又通常被称为 MICE,即广义的会展,是由会议(meeting)、奖励旅游(incentive tour)、大型会议(conference)和展览会(exhibition or exposition)这4个词中的第一个字母组合而成。随着会展业的不断发展,



MICE 中的 E 又包含了新的含义:节事活动(event)。可见,广义的会展可以理解为会议、展览、节事活动和奖励旅游的统称。

随着会展企业的大量出现,会展行业协会的建立和会展专业人才培养机制的建立等,会展成为一种经济产业已经成为人们的共识。会展业就是指通过举办以上各种形式的活动而获取经济效益的一种行业。

2) 国际会展业发展现状

会展业在国际上被称为“触摸世界的窗口”。进入 21 世纪以来,国际会展产业已逐渐走向成熟,成为世界各国的朝阳产业。据不完全统计,目前全世界的大型会展总数超过 15 万个,其中规模性的国际会议 7 万多个,国际展览超过 8 万个,全球会展产业的直接经济效益达到了 3 000 亿美元。按照 1:(9~10)的产业拉动系数计算,国际会展产业为世界经济带来的增长总额超过 3 万亿美元。2004 年,全球会展业的直接经济效益就达到了 2 800 亿美元,成为了全球经济中占有相当比重的新兴产业。

3) 中国会展业发展现状

中国的会展业发展到现在,取得的成绩有目共睹。至今,中国已形成了 5 个会展经济产业带,即以北京为中心的京津—华北会展经济产业带;以东北边贸为中心的东北会展经济产业带;以上海为中心的长江三角洲—华东会展经济产业带;以广州、香港为中心的珠江—华南会展经济产业带;以武汉、昆明等城市为龙头的中西部会展经济产业带。

“十一五”期间,我国会展业获得了很大发展。中国会展业产值从 2006 年的约 600 亿元,增至 2010 年的 1 453 亿元,5 年间增长近 1.5 倍,年均增长率达到 26%。在充满机遇与挑战的 2011 年增长幅度在 10% 左右,呈现出良好的发展态势。

据商务部 2011 年有关会展业的基础统计,就全国 14 个办展主体,分别按场馆、展会主办单位、地方会展办(会展协会)三部分不完全统计及亚太会展研究院定向统计数据,2011 年全国共举办展览 6 830 场,比 2010 年增加 9.2%;展出面积为 8 120 万平方米,比 2010 年增长 8.5%;50 人以上专业会议 64.2 万场,比 2010 年增加 17.4%;万人以上节庆活动 6.5 万场,比 2010 年增长 3%;出境展览面积 60 万平方米,比 2010 年增长 13.8%,实施项目 1 375 个,参展企业 4 万家;提供社会就业岗位 1 980 万人次;直接产值 3 016 亿人民币,比 2010 年增长 17.7%,拉动效应 2.7 万亿人民币,比 2010 年增长 14.8%,占全国

GDP 的 0.64%，占全国第三产业的 13%。“十二五”时期，中国会展业将进入发展的快车道，我国会展业将有大的发展，预计到 2015 年，中国会展业产值规模将会达到 3 000 亿元。

1.1.2 会展的作用

曾经有一个很形象的比喻，将会展比喻为“城市的面包”，会展作为全球瞩目的朝阳产业，对社会经济的发展和文化交流具有巨大的推动作用。

1) 传递汇集信息

会展活动提供的是一个人流、物流及信息流高度集中的平台，即使是在信息技术和手段高速发展的今天，会议和展览等会展活动的便捷性、集中性、直观性和快速性，在新信息的发布、新技术的推广等方面仍起着不可替代的作用。可以说，会展活动在某种程度上甚至就是一个信息市场。

在会展活动中，组展商首先从参展商和其他信息提供者那里搜集必要信息，然后再进行综合整理和加工，汇编成册，印制成参展说明书，提供各类详尽信息。参展商在主动向组展商提供自身信息的同时，还在展会中主动搜集自身所需要的信息，密切联系组展商及其他信息提供者，尽可能地为今后的商务活动获取更多的信息，力争“不虚此行”。

会展活动期间，参展商还可以利用各种信息渠道，如：会展的报刊、电视、广播、网络、户外广告、实地展示、洽谈沟通等各种营销方式宣传自己的产品，推介自己的品牌和形象。国际展览局秘书长洛塞泰斯曾说，世博会是主办国的一次超级盛会，也是关于主题的一次全球知识及信息大交流。德国 IFO 公司的调查结果也表明，企业之所以参展，就是为了宣传企业形象、提高企业声誉、密切与客户的关系、引入新产品、提高产品的知名度、交流信息等目的，而展会能够汇集各方信息，很好地满足企业的这些需求。

北京每年举办的“中国国际科技产业博览会”，是国内外高新产品的一个“比武台”。在展会中，中外高科技最新成果层出不穷，异彩纷呈，让人目不暇接。在第七届北京科博会上，海尔、首钢、联想、四通等国内著名企业纷纷在展会上强势推出最新“看家杀手锏”；“863”项目成果“电动客车”每充电半小时就可以行驶 150~200 千米，最高时速能达到 90 千米；集机、电、液一体的全断面隧道挖掘机，堪称现代“土行孙”；新款个性化手机、数码相机令观众爱不释手；数码门锁、机器人吸尘器、智能化冰箱也十分抢眼，深得观众青睐……这些新产