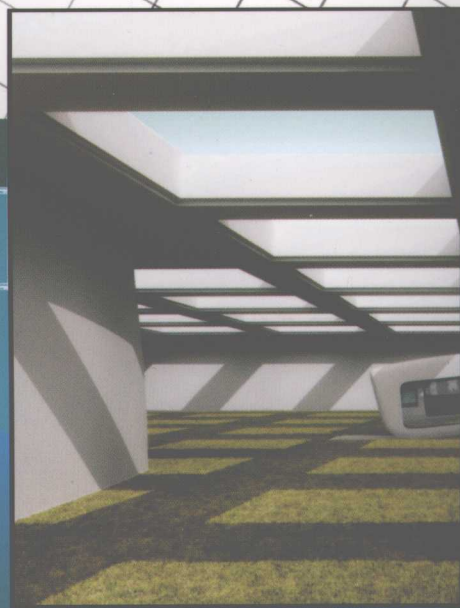


会展策划

Planning Exhibition

• 赵玲 主编 • 陈桦 副主编 • 黄彬 主审



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



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

21 世纪中等职业教育会展专业系列教材

会展策划

赵 玲 主 编

陈 桦 副主编

黄 彬 主 审

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

内 容 简 介

本书为中等职业学校会展专业推荐教材。本书以现代会展项目策划为框架,结合会展项目策划实践,探讨了会展项目策划的要点与策划流程。全书共分为8章,主要包括会展策划基础知识、会议活动策划、展览活动策划、展览场地策划、会展宣传与广告策略、会展相关活动策划、会展信息化、会展策划评估等方面内容。

本书可以作为中等职业会展及旅游、文秘等相关专业教学用书,也可以作为会展企业、参展企业相关岗位员工培训教材和自学用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

会展策划/赵玲主编. —北京:电子工业出版社,2007.8

(21世纪中等职业教育会展专业系列教材)

ISBN 978-7-121-04390-1

I. 会… II. 赵… III. 展览会—策划—专业学校—教材 IV. G245

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第116097号

策划编辑:涂 晟

责任编辑:张燕虹

印 刷:北京市天竺颖华印刷厂

装 订:三河市金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本:787×980 1/16 印张:13.5 字数:295千字

印 次:2007年8月第1次印刷

印 数:3000册 定价:19.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

《国际贸易实务》读者调查表

尊敬的读者：

感谢您对我们的支持与爱护。为了今后为您提供更优秀的图书，请您抽出宝贵的时间将您的意见以下表的方式及时告知我们（可另附页）。我们将从中评选出热心读者若干名，免费赠阅我们以后出版的图书。

您的意见是我们
创造精品的动力源泉！

姓名：_____ 性别： 男 女 年龄：_____ 职业：_____

电话（寻呼）：_____ E-mail：_____

传真：_____ 通信地址：_____

邮编：_____

1. 影响您购买本书的因素（可多选）：

封面封底 价格 内容提要、前言和目录 书评广告 出版物名声
作者名声 正文内容 其他_____

2. 您对本书的满意度：

从技术角度 很满意 比较满意 一般 较不满意 不满意
改进意见_____

从文字角度 很满意 比较满意 一般 较不满意 不满意
改进意见_____

从版面、封面设计角度 很满意 比较满意 一般 较不满意
不满意 改进意见_____

3. 您最喜欢书中的哪篇（或章、节）？请说明理由。

4. 您最不喜欢书中的哪篇（或章、节）？请说明理由。

5. 您希望本书在哪些方面进行改进？

6. 您感兴趣或希望增加的图书选题有：

以上图书各大新华书店均有售，或按如下地址咨询：

北京世纪波文化发展有限公司（北京市万寿路南口金家村 288 号华信大厦）

邮编：100036 电话：010-88254199 E-mail: sjb@phei.com.cn

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396; (010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

中等职业学校教材工作领导小组

主任委员：陈 伟 信息产业部信息化推进司司长

副主任委员：辛宝忠 黑龙江省教育厅副厅长

李雅玲 信息产业部人事司处长

尚志平 山东省教学研究室副主任

马 斌 江苏省教育厅职社处处长

黄才华 河南省职业技术教育教学研究室主任

苏渭昌 教育部职业技术教育中心研究所主任

王传臣 电子工业出版社副社长

委 员：（排名不分先后）

唐国庆 湖南省教科院

张志强 黑龙江省教育厅职成教处

李 刚 天津市教委职成教处

王润拽 内蒙古自治区教育厅职成教处

常晓宝 山西省教育厅职成教处

刘 晶 河北省教育厅职成教处

王社光 陕西省教育科学研究所

吴 蕊 四川省教育厅职成教处

左其琨 安徽省教育厅职成教处

陈观诚 福建省职业技术教育中心

邓 弘 江西省教育厅职成教处

姜昭慧 湖北省职业技术教育研究中心

李栋学 广西壮族自治区教育厅职成教处

杜德昌 山东省教学研究室

谢宝善 辽宁省基础教育教研培训中心职教部

安尼瓦尔·吾斯曼 新疆维吾尔自治区教育厅职成教处

秘 书 长：李 影 电子工业出版社

副 秘 书 长：柴 灿 电子工业出版社

序 一

人类的会展活动历史悠久，集市、庙会和祭祀等都属于会展活动的范畴。1851年，英国的万国博览会是人类历史上第一次较为正规的大规模展示活动，可谓世界会展历史的里程碑。从那时起，会展所涉及的领域不断扩大，涵盖了经济、文化、科技等各个领域，逐渐形成了现代会展产业，它集商品展示、商贸交易和经济技术合作为一体，并兼具信息咨询、投资融资、商务服务等配套功能，以其超常的关联影响和经济拉动作用，成为21世纪的朝阳产业。因此，会展经济被誉为国民经济的“晴雨表”和“助推器”。

近年来，我国经济发展步入快车道，高新技术、信息产业的快速发展和国内外贸易的扩大对会展业的发展提出了新的和更高的要求，我国的会展业面临着巨大的发展机遇和挑战，会展专业人才严重匮乏的问题日渐凸显，建立会展人才培养机制成为发展我国会展业的当务之急。

本套面向会展企业基层员工岗位培养培训方案的“21世纪中等职业教育会展专业系列教材”的编写，适应了会展教育服务会展业发展的需求，将缓解会展业专业人才需求的矛盾，对我国会展教育和会展业的发展起到积极的推动作用。

当前，对会展人才培养过程中的人才层次划分尚没有明确的界定，会展专业知识教材的针对性不强。本套教材的作者从基层岗位员工的应知应会出发，使人才定位较为准确，实用性较强。本人从事会展业十余年，对会展专业人才求贤若渴，对会展教育问题倍加关注，看到这套教材自然是禁不住惊喜与激动。我相信，随着会展业广大同仁对会展教育的关心与细心呵护，适合于我国会展人才的培养培训教材的编写也会逐渐成熟与完善。希望本套教材能对会展的中等职业教育起到鸣锣开道的作用，为推动我国会展业腾飞做出贡献。

湖北省会展业商会会长

尚格展览公司董事长



2007年7月

序 二

会展是指围绕特定主题多人在特定时空的集聚交流活动。会展产业越来越引人注目，会展经济成为一种多要素、多产业融合、跨区域、多空间扩张的新型经济形态，会展产业规模扩张将对世界经济体系产生重大影响，促进全球经济一体化的发展。会展反映时代的脉搏，见证世界的前进历程，激发人类的活力、进取心和智慧，促进人类文明不断迈上新的台阶。

中国会展业可谓“起步晚，发展快”，这可以从近年来展览项目数增长情况得到佐证。我国1997年的展览项目数首次突破1000个，2001年突破2000个，2002年超过3000个，2005年约3800个。就展览项目而言，我国已跃居亚洲第一、世界第二，项目数仅比美国少一些。我国已成为一个“展览大国”。

会展实践需要会展人力资源的支撑。近年来，中国会展教育与培训工作进入空前的繁荣时期，相关的政府机构、高校、协会、会展企业，以及国外的教育机构、团体等纷纷涉足我国的会展教育与培训领域，开展会展学历教育与职业培训工作，形成了不同层次的教育培训市场。

会展教育的蓬勃发展必然催生会展专业教材的需求。近年来，我国图书市场已出现多套不同版本的本科、专科层次的会展教材，但面向中等职业学校和职业高中的会展教材几乎没有，而很多中等职业学校已经开设会展专业的教学工作，又急需中等职业层次的会展教材。电子工业出版社瞄准市场需求，填补会展中等职业学校教材这一空白，精心组织全国中等职业学校优秀会展教师组成教材编写队伍，2006年7月在武汉举行教材编写研讨会，笔者有幸应邀与会。编委会的学术研讨激烈而精彩，对每本教材的提纲都进行了认真、审慎的商榷，最后集体敲定。此后，各位作者倾心创作，编审人员严格把关，现在终于付梓面世。

本套教材共7个分册，包括《会展概论》、《会展策划》、《会展营销》、《会展物流》、《会展设计》、《会展法律法规》、《会展企业客户服务》，皆为会展专业必须开设的核心主干课程，包括学生将来从事会展工作应知应会的基本知识。本套丛书结构新颖、观点科学、逻辑严密、内容丰富、资料翔实、形式活泼、深入浅出、自成体系。丛书体现了求真务实的

科学精神，紧密结合会展实践和中专学生的特点；突出教材的实用性，注重强化学生的会展职业能力（如组织管理能力、策划能力、宣传推介能力、沟通协调能力等），使学生学到的知识技能真正能够适应会展工作岗位的需要。

丛书的出版有利于完善我国会展专业的教材体系，有利于我国会展人才队伍的多元化发展，也必将对我国会展事业的可持续发展起到积极的促进作用。

中国会展经济研究会学术工作部主任 俞 华

2007年7月

前 言



21 世纪的中国, 经济蓬勃发展, 市场经济推动我国会展业高速发展, 会展业隶属于服务业, 会展业给我们带来的是巨大的信息流、资金流、物流和人流。会展业是以知识和技术为生产、销售等企业提供信息、市场销售、产品展示、增值利益并为会展客户创造增值价值的行业。可以通过会展业实现为客户提供和创造增值价值, 会展策划是会展企业的基本工作。

会展策划是一门应用学科, 作为学习会展专业的中等职业学校学生, 非常有必要系统学习和了解有关会展策划方面的知识, 提高对会展企业所提供的会展服务的认识, 掌握会展企业的常见服务项目策划流程, 将会展策划理论与方法应用于生产实践。

目前, 我国会展业蓬勃发展, 而与之相应的会展中等职业学历教育和在职培训教材相当缺乏, 相关教材和读本满足不了中等职业教育的需要。根据全国紧缺人才培养培训工程要求, 本书作者为了满足中等职业学校教学急需, 经过近两年的时间对会展企业、参展企业及相关服务企业进行了深入的岗位职责调研后, 在商务部会展研究所专家的指导与论证的基础上编写了本书。

本书根据我国当代中等职业学校学生的特点和培养目标, 以会展策划的基本知识和基本技能为线索, 同时贯穿会展企业所涉及的项目策划过程中策划要点的介绍, 力求对会展策划的基本理论与方法做较为全面、系统、科学的阐述, 使学生对会展项目策划理论及流程有一个全面的认识。

本书的编写人员长期从事中等职业教育, 对学生及会展企业的现状有比较清晰的了解, 因此, 在本书编写过程中尽可能用通俗的语言、简明的案例说明会展策划的理论依据及做法, 可操作性较强。每章开篇均以精选案例作为切入点, 通过对案例的讨论与分析导入学习内容; 每章结束的综合案例分析, 使学生对本章的具体项目策划过程有了综合的印

象。多种类型的复习思考题，为学生自己检查学习效果提供了工具。小知识、小链接等小栏目为授课教师提供了备课资料，为课堂讨论提供了素材。

本教材建议课时为 72 学时，具体学时分配如下：

第 1 章“会展策划概述”为 10 课时、第 2 章“会议活动策划”为 10 课时、第 3 章“展览活动策划”为 10 课时、第 4 章“展览场地策划”为 10 课时、第 5 章“会展宣传与推广”为 10 课时、第 6 章“会展相关活动策划”为 8 课时、第 7 章“会展信息化”为 6 课时、第 8 章“会展策划评估”为 8 课时。

本书由济南市第九职业中专的赵玲任主编、陈桦老师任副主编，由黄彬任主审。第 1 章、第 2 章、第 7 章、第 8 章由赵玲、陈桦编写，第 3 章、第 4 章由无锡旅游商贸职业学校的陈燕老师和丁嘉老师编写。第 5 章、第 6 章由武汉财政学校的常莉、王桂姣老师编写。赵玲负责全书的统稿和定稿。中国小商品城国际展览有限公司黄彬对本书进行了审稿。

本书在编写过程中，得到了商务部会展研究所、湖北省会展商会、武汉国际会展中心、济南市第九职业中专、武汉市财政学校、无锡旅游商贸职业学校等单位的支持，在此一并表示衷心的感谢。

本书可以作为中等职业会展、旅游、文秘等相关专业教学用书，也可以作为会展企业、参展企业相关岗位员工培训教材和自学用书。

在我国，对会展策划工作的认识与研究随着会展实践的发展还在不断深入，因此在本书的阐述中难免有疏漏之处，诚望读者提出宝贵意见，以便在该书再版时修正。

为了方便教师教学，本书还配有教学指南、电子教案和习题答案（电子版）。请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.huaxin.edu.cn 或 www.hxedu.com.cn）免费注册后再进行下载，有问题时请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail:hxedu@phei.com.cn）。

编者

2007 年 7 月



目 录



第 1 章 会展策划概述	1
1.1 会展策划的概念及特点	3
1.1.1 会展的概念	3
1.1.2 策划的含义	4
1.1.3 会展策划的概念	5
1.1.4 会展策划的特点	6
1.2 会展策划的内容和基本流程	8
1.2.1 会展策划的基本原则	8
1.2.2 会展策划的内容	10
1.2.3 会展策划的基本流程	11
1.3 会展主题的确 定	13
1.3.1 会展主题的重要性	13
1.3.2 会展主题的策划	15
1.3.3 会展主题确定实例	17
1.3.4 会展主体的策划	18
1.4 会展目标选择	21
1.4.1 会展目标的概念	21
1.4.2 会展目标的定位	21
1.4.3 会展目标的确定	22
1.5 会展融合趋势与会展策划	23
1.5.1 以会议提升展览的效果	23
1.5.2 以展览丰富会议的内涵	28
本章小结	30
专业术语	31
复习思考题	31
第 2 章 会议活动策划	33
2.1 会议活动概述	35
2.1.1 会议的概念	35
2.1.2 会议的要素	36
2.1.3 会议筹备	38
2.1.4 会展时间的策划	39
2.1.5 会展空间的策划	40

2.2	会议活动的策划	41
2.2.1	明确会议的具体目标	41
2.2.2	确定会议形式	42
2.2.3	组织与主持会议	45
2.2.4	会议的流程与设计	48
2.3	会议活动策划方案	53
2.3.1	会议策划方案实例	53
2.3.2	会议活动策划的相关事务	54
2.3.3	会议突发事件对策的策划	55
	本章小结	58
	专业术语	58
	复习思考题	58
第3章	展览活动策划	61
3.1	展览项目的前期准备工作	63
3.1.1	展览项目的信息收集和分析	63
3.1.2	展览项目的市场调研	65
3.2	展览项目可行性分析	66
3.2.1	展览项目空间发展分析	66
3.2.2	展览项目运行的可行性分析	68
3.3	展览项目立项策划	69
3.3.1	展览会的名称和举办地点	69
3.3.2	展览会的时间安排	71
3.3.3	展览会的举办机构	72
3.3.4	展览会的规模和目标	73
3.3.5	展览会展示商品的范围	74
3.3.6	展览会的招展, 招商和宣传推广策划	76
3.3.7	展览会的进度计划和现场管理计划	78
3.3.8	展览会的相关活动计划	80
	本章小结	81
	专业术语	81
	复习思考题	81
第4章	展览场地策划	85
4.1	会展中心的发展趋势和设计原则	87
4.1.1	会展中心的现状和问题	87
4.1.2	会展中心的发展趋势和设计原则	90
4.2	展览场馆的发展与选择	93
4.2.1	展览场馆的选址与设计原则	93
4.2.2	展览场馆的功能分区与总体布局	96

4.2.3	选择展馆考虑的因素	98
4.3	展览现场后援策划	101
4.3.1	展览服务商的选择	101
4.3.2	展览运输策划	102
4.3.3	展览会指定接待宾馆筹划和展览会旅游代理策划	104
4.4	展览现场策划	106
4.4.1	展区和展位	106
4.4.2	展区分配策划	108
4.4.3	布展和撤展方案策划	111
	本章小结	116
	专业术语	116
	复习思考题	117
第 5 章	会展宣传与推广	119
5.1	展览会宣传与推广目的	121
5.1.1	提高展览会的知名度	121
5.1.2	拓宽展览会的品质认知度	121
5.1.3	努力创造积极的展览会品牌联想	122
5.1.4	不断提升目标参展商和观众对展览会品牌的忠诚度	122
5.2	展览会宣传与推广的内容	123
5.2.1	展览会宣传与推广的类型	123
5.2.2	展览会基础资讯的宣传与推广	125
5.2.3	展览会相关活动的宣传与推广	126
5.3	展览会宣传与推广的手段	127
5.3.1	广告	127
5.3.2	新闻宣传	128
5.3.3	公关活动	129
5.4	展览会广告策略	131
5.4.1	广告策略的步骤	131
5.4.2	媒体选择策略	132
	本章小结	136
	专业术语	136
	复习思考题	136
第 6 章	会展相关活动策划	139
6.1	会展相关活动策划的作用与原则	141
6.1.1	举办会展相关活动的作用	141
6.1.2	策划会展相关活动的原则	142
6.2	会展相关活动的策划	143
6.2.1	专题会议策划	143

6.2.2	表演、比赛活动的策划	146
6.2.3	其他相关活动	147
6.3	会展旅游活动策划	148
6.3.1	会展旅游的概念	148
6.3.2	会展旅游活动策划	149
	本章小结	153
	专业术语	153
	复习思考题	153
第7章	会展信息化	155
7.1	信息技术与会展发展	157
7.1.1	网上会展	157
7.1.2	网上会展与实物会展的关系	159
7.1.3	网络技术在现代会展中的具体应用	161
7.2	会展发展条件与发展趋势	163
7.2.1	会展发展条件	163
7.2.2	我国会展业的发展趋势	164
	本章小结	167
	专业术语	167
	复习思考题	168
第8章	会展策划评估	171
8.1	会展策划评估概述	173
8.1.1	会展策划评估的意义	173
8.1.2	会展策划评估的概念、目的和对象	174
8.2	会展策划评估的流程	176
8.2.1	会展策划评估内容	176
8.2.2	会展策划评估的标准	180
8.2.3	会展策划评估方法	181
8.2.4	会展统计分析	183
8.2.5	会展评估结果	184
8.3	会展策划总结	184
8.3.1	会展策划工作总结	185
8.3.2	会展策划总结卷宗	186
8.3.3	会展策划总结报告	186
	本章小结	189
	专业术语	189
	复习思考题	189
附录A	构建中等职业学校会展专业核心课程体系	191
参考文献	197

CHAPTER

1

第 1 章 会展策划概述



学习目标

- 描述会展的概念。
- 理解策划的内涵和会展策划的概念。
- 简述会展策划的特点。
- 明晰会展策划的内容和基本流程。
- 明确会展目标的概念。
- 认识会展目标定位和会展目标确定的重要性。
- 理解会展主题的重要性和会展策划的内涵、特点。
- 解读会展融合趋势与会展策划。





【案例导入】



“梅花三弄”的贝尔

当 Textron 贝尔直升机公司在 2006 年美国达拉斯直升机展 (Heli-Expo) 亮相的时候, 所有人都为之一震。经过一年多的精心参展准备, 贝尔公司已经成功地让观众在展台前驻足仰视成为一种习惯, 这也是贝尔公司要传达的信息。不久之后, 一个新理念应运而生——“仰视, 用全新的视角看贝尔”。它成为贝尔公司参加 2006 年美国达拉斯直升机展的展示主题, 同时也是公司全新的广告活动的主题。

这个主题就是要让观众和客户一想到贝尔公司, 就知道它是直升机领域的创新领袖。

1. “梅花一弄”——准备好你们的眼睛

在确定了展览主题之后, 贝尔公司便开始了展前的层层推广工作。在离展览会开始还有 60 天的时候, 行业内的媒体广告就告诉贝尔的潜在客户: “准备好你们的眼睛”, 广告图片极富创意, 图案是一捆胡萝卜, 原因是胡萝卜对眼睛好, 可以明目。图片上还包括贝尔公司的标志、展位号码、展览日期和地点。

展前的各项工作无疑极大地推广了“仰视, 以全新的视角看贝尔”这一主题, 同时也吊足了观众的胃口。他们想让观众产生好奇“当我抬头仰视的时候, 我会看到什么呢?”



2. “梅花二弄”——移花揭“幕”

在搭建期间, 新机型贝尔 417 隐藏在贝尔展台的薄绸之下。在最后一次揭幕演练之前, 一张大约 5m 长的帘布还遮盖着那份神秘。观众在展览会的第一个早晨醒来时, 发现展览日报上的头版头条的题目是: “贝尔 417 玩起藏猫猫”, 这更是为已经被期待已久的揭幕仪式做足了前戏。

展前各项工作制造的巨大悬念使得贝尔实现了第一个目标: 贝尔的展台被围得水泄不通, 各个方向的人群厚度达到 30 多米。最大限度地吸引观众参加揭幕。贝尔的推广工作做得十分巧妙, 独具匠心, 使其获得了极高的产品兴趣度和关注度。除了这些之外, 贝尔还因为设计精妙的揭幕仪式获得了媒体报道的巨大成功。《展览日报》连续两天的头版头