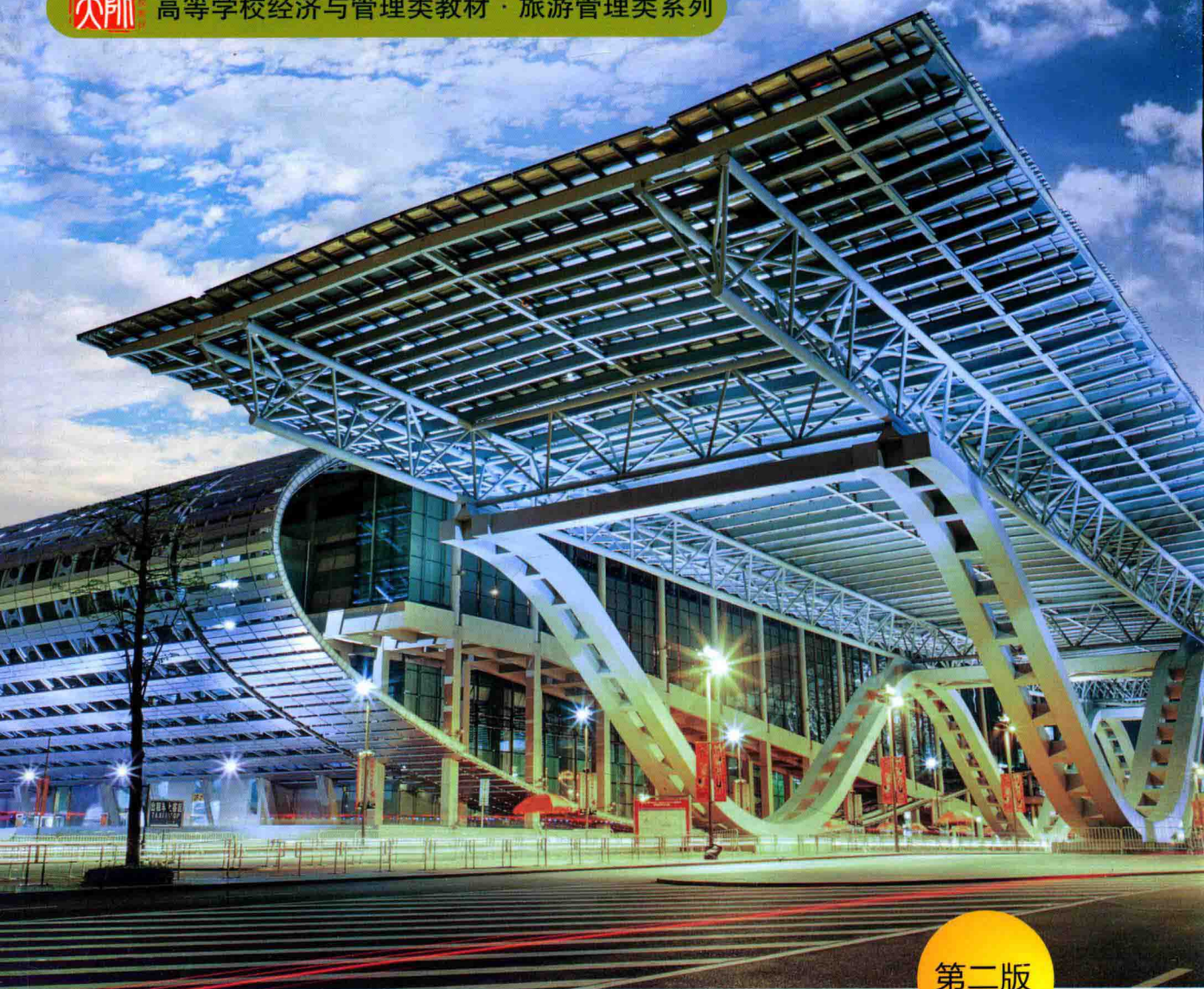




高等学校经济与管理类教材·旅游管理类系列



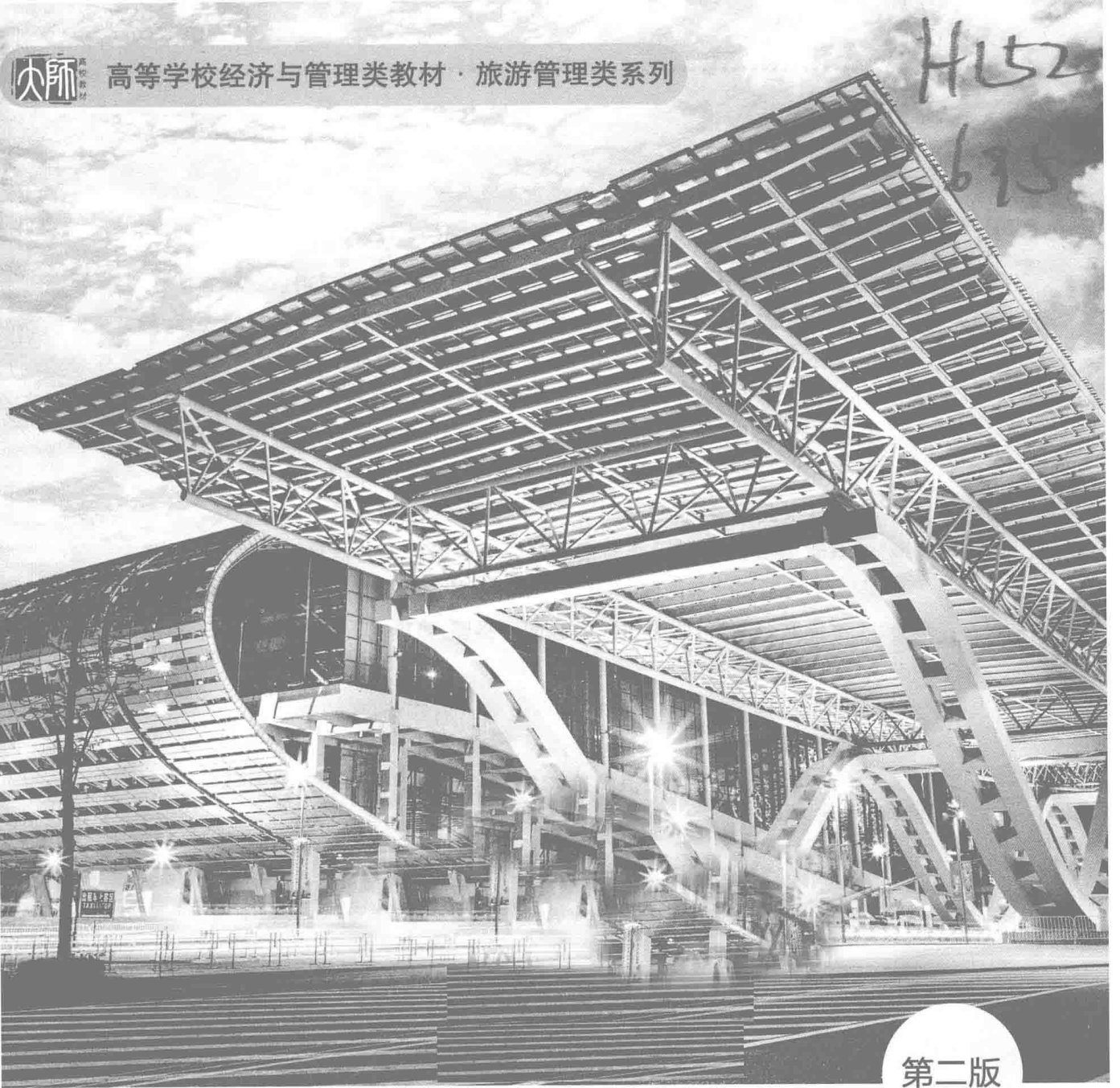
第二版

会展文案 写作与评改

向国敏 刘俊毅 ◎ 著



华东师范大学出版社



高等学校经济与管理类教材·旅游管理类系列

第二版

会展文案 写作与评改

向国敏 刘俊毅 ◎ 著



华东师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

会展文案:写作与评改/向国敏,刘俊毅著.—2版.—
上海:华东师范大学出版社,2015.8
ISBN 978-7-5675-4079-8

I. ①会… II. ①向…②刘… III. ①展览会—文书—
写作—高等学校—教材 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 215330 号

会展文案——写作与评改(第二版)

著 者 向国敏 刘俊毅
策划编辑 张继红 曹利群
项目编辑 孙小帆
特约审读 洪 昊
责任校对 高士吟
版式设计 卢晓红
封面设计 张 季

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
网 址 www.ecnupress.com.cn
电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105
客服电话 021-62865537 门市(邮购)电话 021-62869887
地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com>

印 刷 者 常熟市文化印刷有限公司
开 本 787×1092 16 开
印 张 18.25
字 数 393 千字
版 次 2016 年 1 月第 2 版
印 次 2016 年 1 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5675-4079-8/F·344
定 价 37.00 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

第二版 前言

《会展文案——写作与评改》一书出版已经 8 年。8 年来,我国的会展业突飞猛进,对会展策划与管理的人才需求日益增长。会展文案写作是每一位会展策划师和会展管理者必备的基本能力。只有具备较强的写作能力,才能把会展策划的创意、构思以及会展管理的目标、方法和过程准确完整地表达出来,清晰有效地传递出去。为了更好地满足广大读者的需求,根据会展业发展的实际情况,我们对本书的内容作了充实和修订,其中会展公文一章依据中国中央办公厅和国务院办公厅 2012 年 4 月 16 日发布的《党政机关公文处理工作条例》、国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会 2012 年 6 月 19 日发布的《党政机关公文格式》,作了较大幅度的调整和修订。

本书修订过程中,得到了向隽永、陶英等同志的大力协助,在此一并表示感谢。

向国敏

2015 年 6 月于华东师范大学

第一版 前言

在华东师大上海会展学院和上海市会展协会的关注、支持下,我与市会展协会副秘书长刘俊毅先生合作撰写的《会展文案——写作与评改》一书终于脱稿。会展文案是会展信息的重要载体,是实施会展管理不可或缺的工具。无论是政府对会展行业进行宏观管理,还是会展企业内部的日常管理或会展项目的立项策划、组织实施和评估总结等流程管理,都要依靠会展文案来推动信息的环流,进而实现管理的目标。随着我国会展业的迅速发展,会展文案越来越受到业内人士的重视,许多高校也在会展专业中开设了“会展文案”的课程。掌握会展文案写作技能、提高会展文案写作水平,已经成为许多会展人士的迫切愿望。与目前我国已出版的会展文案专著和教材不同,《会展文案——写作与评改》一书不仅介绍各种会展文案的含义、作用、与其他相关文种的区别、写作的内容与结构等基本知识,还围绕每一种文案的写作,进行实例分析和评改。这些写作实例都是经过精心挑选的,既有在各方面都值得学习、仿效的范文,也有需要进一步修改、调整的问题文案,甚至还有必须推倒重来的错例。为了帮助读者提高分析、鉴赏和改错的能力,进而提高会展写作技能,我们从主题表达、材料组织、结构安排、语言运用等方面,对每一种写作实例进行了具体、细致的分析和评价。对范文,分析其写作特色,说明值得借鉴和仿效的理由;对问题文案或者错例,指出其问题或错误所在,剖析其问题或错误产生的原因,并提出修改的方法,有的还作了全文修改列于其后,以便读者将原文和修改后的参考例文作一比较。这也许是本书的一大特点。我相信我们的这种努力一定会使读者受益。

本书第一章、第二章、第四章、第五章由向国敏撰写,第三章、第六章和第七章由刘俊毅和向国敏共同撰写,各章节的写作实例评析和评改由向国敏撰写,全书由向国敏最后修改统稿。

在本书编写过程中,我们得到了华东师大上海会展学院副院长陈建国、上海市科委国际合作处宋杨、上海市外经贸商务展览有限公司骆也舟、上海市会展行业协会陈灵麟和沙少华等同志的帮助,在此一并表示感谢。

向国敏

2007年8月1日

第一章	会展文案写作概述	1
第一节	会展文案的含义和构成要素	3
第二节	会展文案写作的含义、学科性质、特点和作用	6
第三节	会展文案写作的基本要求	9
第四节	会展文案的结构要素与体例	16
第二章	会展公文写作	25
第一节	会展公文的含义、特点、作用和种类	27
第二节	会展公文的格式	28
第三节	公告和通告	37
第四节	通知和通报	42
第五节	报告和请示	52
第六节	批复和函	58
第七节	会展规章	62
第八节	会展项目申报报告	86
第三章	会展策划、计划文案写作	91
第一节	会展立项策划书	93
第二节	会展可行性研究报告	100
第三节	会展总体方案	106
第四节	招展和招商工作方案	118
第五节	会展接待方案	125
第六节	开、闭幕式和签约仪式方案	132
第七节	会展工作计划	144
第四章	会展营销与合同文案写作	149
第一节	会展广告文案	151
第二节	招展公告和参展邀请函	155
第三节	参展申请表和参展确认书	164
第四节	会展招商公告和招商邀请函	168
第五节	观展邀请函及观展回执	173
第六节	会议邀请函及参会回执	177
第七节	会展合同	181
第八节	会展意向书	193
第五章	会展宣传公关礼仪文案写作	197
第一节	会展消息	199
第二节	会展新闻发布稿	202

第三节	会展简报	206
第四节	会展致辞	210
第五节	邀请函、请柬和聘书	218
第六节	感谢信和贺信	222
第六章	会展现场服务文案写作	227
第一节	议程、日程和程序	229
第二节	报到注册表与签到表	237
第三节	会展证件和证书	240
第四节	参展商服务手册	242
第五节	参观指南与展览会会刊	247
第六节	布展和撤展通知	251
第七章	会展调研、评估、总结文案写作	255
第一节	会展调查表	257
第二节	会展调研报告	262
第三节	会展评估报告	269
第四节	会展工作总结	278

章前导语

本章介绍了会展文案的含义和构成,对会展文案写作的含义、学科性质、特点和作用做了分析,重点阐述了会展文案写作的基本要求以及会展文案的结构元素学体例。

第一节 会展文案的含义和构成要素

如果把写作活动看作是一个系统的话,那么任何一种写作都是由写作主体(作者)、写作客体(事物)、写作本体(文章)、写作载体(物质)和写作受体(读者)五要素构成并且相互作用的动态系统。在会展文案写作(简称会展写作)中,“会展文案”这一概念具有重要意义,它不仅是会展写作的本体、客体和载体的结合体,而且是会展写作的主体与受体进行沟通的媒介。因此,在解释会展写作的含义和学科性质之前,必须首先了解会展文案的含义及其构成要素。

一、会展文案的含义

“文案”一词的原意是指与公务活动有关的文书以及由文书整理归档的案卷。“会展文案”就是指在会展管理和会展活动中形成并使用、以语言文字为主要工具、记载和传达会展信息的各种文书材料及其整理归档后的案卷。

二、会展文案的构成要素

(一) 信息要素

会展文案是记载和传递会展信息的重要工具。会展信息是会展文案的内容,没有信息,便没有会展文案的产生和存在。会展文案的信息要素包括主题信息和辅助信息两部分:

1. 主题信息

会展文案的主题信息是指写作主体通过文章的主旨和材料的有机结合所表达和传递的意图及事项,是会展文案的核心内容,体现着会展写作主体的自发目的和动机。会展文案所表现的主题信息主要有两个方面:一是会展管理过程中产生的信息。会展管理可以分为宏观管理、中观管理和微观管理三个层次。宏观会展管理是指由政府及行业协会对会展行业实施的管理,如制定发展政策和规范、协调业内关系、自律行业行为等;中观会展管理是指会展组织的管理,如会展企业的人力资源、财务、营销、物流等方面的管理;所谓微观会展管理,即会展的主办者和承办者对会展项目的流程进行管理,如会展的调研、策划、报批、宣传、招展、招商、接待、开幕、闭幕、总结、评估等等。以上三个层次的会展管理不仅需要大量的信息支撑,而且在实施过程又会产生大量的信息,从而形成会展管理的信息流。会展管理的过程就是会展信息收集、加工、传递、反馈的环流过程。信息环流一旦中断,会展管理的过程必然中止。二是会展活动本身产生的信息。会展活动从本质上说,是一种有组织、有目的的,在特定时间和特定空间进行的信息交流活动。会展活动为主办者、与会者、参展者、客商和普通观众创造了一个巨大的信息互动平台。利用这一平台,与会者之间、参展者与客商以及观众之间通过相互的交流、切磋、研讨、洽谈,使各种信息相互碰撞、相互融合,最终取得谅解、达成共识、发表宣言、签订协议,从而汇聚成会展活动的成果性信息。会展活动的过程,自始至终伴随着这样的信息运动。

任何文章的主题信息总是要借助一定的形式来表达。在一份具体的会展文案中,主题信息主要是通过文章的正文以及与正文密切相关的标题、主送机关或称呼、发文机关署名和成文日期等要素来表达的。

2. 辅助信息

会展文案从起草、发布到归档,是一个动态的管理过程。辅助信息是指为了加强对会展文案的管理,根据不同的主题信息而附加的要素,每一种要素表达一种特定的管理要求。以会展公文为例,如发文机关标志、发文字号、密级和保密期限、紧急程度、签发人、抄送机关、印发机关和印发日期等要素,一方面补充说明了会展公文的主题信息,另一方面也是对会展公文进行管理的重要依据。

(二) 符号要素

会展信息必须通过一定的符号系统才能记载、表达、传递、感知。会展文案记录和传递信息所使用的符号系统主要有以下几种:

1. 文字符号

文字是记录语言的书写符号系统(包括辅助记录语言的标点符号),是会展文案记载和表达信息的主要工具。文字具有形音义结合的特点,因此对于会展写作主体来说,一方面要具备驾驭语言的高超艺术,做到语言达意、得体,另一方面要做到文字书写的规范性。

2. 图形符号

图形符号包括图像、照片、图表以及具有指示和象征意义的符号。在会展文案中,图形符号的作用主要有三个方面:一是辅助说明文字符号所表达的信息,如会展调研咨询报告、会展可行性分析报告、会展评估报告等文案中,常常需要运用图像和图表来说明某些指标;二是用于展示特定的形象,如会展企业概览、展览手册(参展商手册)等会展文案,就必须配有大量的图像、照片以及具有象征意义的符号,做到图文并茂;三是表达特定的管理要求,如会展公文密级后面的“★”符号就表示该文案属于国家秘密文书。

3. 格式符号

格式符号包含两个方面:一是会展文案内部结构要素(如标题、主送机关或称呼、正文、署名、成文日期等)的组合方式;二是结构布局的表现形式——结构体例(如大小标题、层次序号、章条款项等),这种格式符号的功能在于体现作者的写作思路和文案的主题信息;三是组成文案的各项书面视觉要素的形体样式,包括各种文字、图形、结构要素、段落的字体、字号、色彩、位置和标注方式等,又称版式、标印格式,既可以起到突出显示文案辅助信息的作用,又可以增强文案或庄重或美观的视觉效果。

实例评析

请 柬

尊敬的王水照总经理:

定于2014年10月18日上午9时在我商厦(××路××号)一楼大厅隆

重举行“××商厦开业典礼”，恭请拨冗光临。

××商厦总经理 肖刚

二〇一四年十月八日

【评析】

这份请柬篇幅虽小，但标题、称呼、正文、署名和成文日期等结构要素完整、齐全，各自具有特定的功能和位置：标题居中，字体醒目，揭示“请柬”这一特定文种，表达邀请者的诚意；称呼顶格书写，写明特定的邀请对象，礼貌得体；正文采用独段式结构体例清晰、准确地传递时间、地点、活动名称、邀请意图等主题信息；署名和成文日期位于正文的右下方，写明邀请者的身份并由邀请者亲署姓名，最后注明发出请柬的具体日期。上述各项结构要素搭配恰当，布局合理，形体样式庄重得体，有效地提高了信息表达的效果。

（三）物质要素

物质要素是文案赖以记录、传递信息的介质，它随社会科学技术水平的发展而发展。目前通行的文案物质要素主要有两大类：一是纸质类，一是电子类。

1. 纸质类物质要素

纸质类物质要素由书面载体和显字材料组成。书面载体即书写用纸，是会展文案符号要素赖以附着的物质。会展文案的书写用纸的选择应当根据具体的发布目的和对象挑选合适的纸型和质地，如发布新闻稿或广告，可以使用新闻纸，但如果书写具有保存价值、需要立卷归档的会展文案，要求用质地良好、能永久保存的白纸，具体质量要求和纸幅尺寸应符合《党政机关公文格式》(GB/T 9704—2012)的规定。

显字材料是附着于书面载体之上而组成文字字形的物质。显字材料应当同书面载体在颜色和亮度上形成明显反差，并且在书面载体上附着牢固，不褪色，能永久保留文字字形。根据国家档案局的规定，书写归档文件，应当使用蓝黑墨水或碳素墨水。

2. 电子类物质要素

电子类物质要素所形成的文案称为电子文件，以数字形式存储于磁带、磁盘、光盘等载体，它具有纸质文件的视觉外观，依赖计算机系统阅读、处理并可在通信网络上传输。电子文件分成两类，一类是电子公文，必须经特定的发文机关统一配置的电子公文传输系统处理、形成并传输，适用于各级党政机关、企事业单位之间的传输和处理。电子公文在计算机显示时，外观格式必须与纸质公文相同，拷贝后的纸质副本的标印格式应当与纸质公文完全一致，并具有与纸质公文同等的法定效力。

另一类是电子公文以外的电子文件，一般无规定的外观格式，可以通过电子邮件等方式传输，也可直接在网页上直接公布，在会展文案的写作和发布中，尤其是在网络展览会中运用十分广泛。

第二节 会展文案写作的含义、学科性质、特点和作用

一、会展文案写作的含义及其学科性质

(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。我们可以从以下三方面来理解这一含义。

首先,会展文案写作是一种文章写作活动。文章写作是用语言文字表达思想和感情的一种高级的思维活动。写作必须借助语言文字,但语言文字并不等同于文章。除了运用语言文字的工具外,文章写作还要求内容与形式的完整和融合,有所材料都必须具有内在的逻辑联系,做到主题鲜明、层次清楚、文脉贯通。文章写作的这些基本要求对于会展文案写作同样适用。

其次,会展文案写作是一种应用写作活动。会展文案写作不同于诗歌、小说、散文、随笔、杂文等文体的写作,是应用文体写作在会展领域中的具体运用,具有应用写作的基本性质和特点。应用写作区别于一般写作的基本性质和特点在于具有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。会展文案写作作为应用写作的一个分支应当体现应用写作的基本性质和特点,遵循应用写作的基本规律。

再次,会展文案写作是围绕会展管理和会展活动进行的写作活动。会展文案是由于会展业务的需要而产生并在会展管理和会展活动举办过程中使用的文书。会展文案写作说到底,是会展领域中的一种特殊的应用写作活动。会展文案的写作主体将写作的客体(会展信息)、写作的本体(会展文章)和写作载体(书面载体和显字材料)创造性地、有机地融汇于一体,形成了会展文案。因此,会展文案写作应当以记载和表达会展信息为使命,以揭示会展管理和会展活动的规律为宗旨,以推进会展业的健康发展为目的。

(二) 会展文案写作的学科性质

会展文案写作是写作学科体系中的一朵新葩,同时又是会展学的重要分支学科。因此,就学科性质来说,会展文案写作具有会展学和写作学两门学科的双重属性,是会展学和写作学的交叉学科。

二、会展文案写作的特点和作用

(一) 会展文案写作的特点

1. 写作主体的法定性

文章写作的主体有两种:一是自由写作的个体;一般的文章,如诗歌、小说、杂文、随笔、学术论文、一般书信的作者是一种个体写作,自由抒发作者个人的感情或发表个人的观点;二是公务文书写作的法定组织,公务文书代表法定组织的意志和权威,并以法定组织的名义对外发布或传递。毫无疑问,会展文案写作属于公务写作范畴,写作主体具有法定性,具体包括以下三方面的含义:

一是发布和传递会展文案的主体必须是合法组织。会展文案写作的主体众多,有立法机关(制定有关的会展法律和法规)和行政管理机关(制定有关会展行业的政策、规

划和规章,审批有关会展举办申请),有会展活动的主办者、承办者、协办者、赞助者、支持者,甚至还包括会展活动的与会者、参展者、观众等等。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。但是,成为会展文案的写作主体有一个必要前提,那就是必须具有法定性,即会展文案的作者必须是与会展管理或会展活动相关的合法机关或者其法定代表人。一个组织如果是以会展主办者的名义发文,那就必须具有主办会展的合法资质;如果是与参会、参展、观展者的名义发文,就必须具备与会、参展、参观的合法资格。有些会展文案,如会展公文、会展合同、会展法规,一旦签署或发布,就具有法定效力,写作主体就得承担相应的法定责任。

二是会展文案的拟写必须体现法定组织的意志。会展文案写作需要依靠集体的智慧,但最终要由具体的作者完成写作任务。这样,会展写作的主体就包含了发布会展文案的法定组织以及承担具体的会展文案写作任务的人员两个层面。其中法定意义主体是特定的社会组织,而承担具体写作任务的作者则是特定社会组织的内部成员或者是特定社会组织委托写作的人员,二者关系具有主从性。会展文案写作主体的法定性特征决定了承担会展文案写作具体任务的作者必须树立强烈的服从意识,自觉服从法定组织的大局,积极维护法定组织的利益,完整、准确地体现社会组织的意图,有效地向写作受体传播、反馈会展信息。

三是会展文案的发布必须获得法定主体的核准或授权。任何一份会展文案只有在法定组织及其领导人的授意或授权下才可起草、讨论、修改,也只有经过法定组织及其领导人的认可或核准(如签发或签署),才能以法定组织或其领导人的名义公开发布或个别传递。

2. 写作客体的广泛性

写作的客体是指写作所要反映的对象。毫无疑问,会展文案写作的客体是会展管理和会展活动,这是决定会展写作与其他写作具有不同性质和特点的重要因素。会展文案写作的客体可以分为狭义和广义两种。狭义会展文案写作的客体仅仅指会展的行政主管机构、行业组织以及经营单位在实施会展管理和开展会展业务活动过程中的需要做的工作、必须办理的事项和应当传递的信息;而广义会展文案写作的客体则十分广泛,凡是与会展活动有关的事件和信息,都可以纳入会展文案的写作范畴。

会展文案写作客体的广泛性特征是由会展活动的性质决定的。今天,会展活动已经渗透到政治、经济、军事、科技、教育、文化等国际和国内社会活动的各个领域,日益成为现代社会文化交流与物质交换不可或缺的重要形式,同时也为会展文案的写作提供了取之不尽的素材,开辟了广阔的写作舞台。

3. 写作动机的功利性

写作动机是推动写作主体进行写作活动的源头,也是写作活动赖以进行的动力。任何写作总有一种动机,如古人所云,或“为情而造文”,或“为事而造文”。会展文案写作的动机显然属于后一种,即“为事而造文”。这里的所“为”之“事”是包括开展会展管理和举办会展活动的一切事件,可以是颁布一项新的会展法规、政策,也可以是发布一条招展招商的信息。总之,会展文案写作是一种实用写作,其动机具有鲜明的功利性。

4. 写作受体的针对性

会展文案的写作受体即会展文案的阅读对象,也就是传播学意义上的受众。会展文案在传播时大体上采用以下几种做法,一种是通过主送机关、抄送机关、称呼等格式符号来明确表达具体的阅读对象。比如按我国的有关规定,举办涉外经贸展览会、交易会,必须由国务院和地方政府主管外贸工作的机构分级审批。这样,展览会的主办者同主管审批事项的行政机关彼此之间就构成了请求和审批的关系,在文案往来中互为特定的主送机关即阅读对象。另一种是无特定的主送、抄送机关或称呼等格式符号,但采取定向发送方式,如参展手册、会展调查报告、展览评估报告、会展工作总结等。再一种是公开发布。比如举办一个商业性展览会,招展、招标、邀请观展的文案都可以通过媒体公开发布,广而告之,但其传播对象总是特定行业的或者特定专业内的目标客户或潜在的合作伙伴。

5. 写作格式的规范性

写作学中的“格式”一词包括两方面的含义:文章的内在结构和文章的外部形体样式。写作格式的规范性是一切应用写作的重要特点,因而也是会展文案写作必须遵循的重要原则。具体包括两方面的要求:一是会展文案的格式要符合法定规范和标准。二是会展文案写作的格式要符合社会约定的规范。会展文案种类繁多,不可能、也无必要对所有的会展文案都制定法定规范。在长期的应用写作实践中,人们对应用文体的格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、广告文案格式等等。大多数的会展文案的格式都应当遵循社会约定的规范。

6. 学科知识的综合性

会展活动是一项涉及多个学科领域的综合性活动。会展项目的策划、组织、管理过程需要综合运用经济学、策划学、管理学、信息学、传播学、公关学、旅游学、广告学、营销学、市场学、物流学等诸多学科的知识。会展文案写作要反映会展活动的过程和成果,必然要融会贯通相关学科的知识。同时,会展文案写作本身是一种写作活动,必须具备文章学、语法学、逻辑学、修辞学等学科的知识,掌握相关的写作技能,才能胜任。因此,会展文案的作者应当具有较高的理论和政策水平、敏锐的思维能力和科学的创新精神,熟悉会展活动的工作流程,具备良好的会展职业的素养,能够综合运用、融会贯通与会展文案写作相关的知识,并在实践中不断学习、总结,提高自己的写作技能。

7. 拟稿、制发的时效性

会展文案是为反映和解决会展管理和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过程中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,而且会给实际工作带来一定的损害。时效性原则还要求会展文案的制发要适时,要恰到好处。时机未到,过早发布,也会给工作造成被动。时效性原则体现在会展文案制发的全过程,拟稿、审核、签发、缮印、校对、传递和发布,每一道环节都要做到及时、适时。

(二) 会展文案写作的作用

1. 记录会展信息

会展活动是人们交流和互动信息的平台,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,发挥其现实和历史的效用。因此从这一意义上说,会展文案写作根本的作用就是记载会展信息,其他的作用都是由此派生的。

2. 推动会展管理

会展文案是国家行政机关以及法定的会展机构实施会展管理的工具。从会展管理的宏观来看,国家行政管理机关以会展文案的形式发布会展法规和规章,制定会展管理的政策,施行会展管理的措施,从而使会展产业有法可依、健康发展。

从会展管理的微观来看,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需要依靠一系列的会展文案才能完成策划(如会议预案、会展策划书等)、立项(如请示与批复)、实施(如会议议程、会议日程等)、总结评估(如会展总结、会展评估报告)等工作环节,从而实现对会展活动流程的科学管理,提高会展项目的社会效益与经济效益,打造会展项目的品牌。

3. 保障会展服务

会展的成功,多半取决于优质的会展服务。会展服务的内容包括策划、信息、接待、翻译、记录、广告、观光、考察、礼仪、金融、布展、撤展、物流、通关等诸多方面。会展文案则是提供各种会展服务的必要工具。比如,会展公司为客户提供会展策划服务的成果最终必须以会展策划书、会展工作方案等文案形式提交;主办者或承办者需要通过会议通知、参展和观展邀请函、展览手册等文案向参加对象提供有关会展活动目标、主题、背景、方式、服务项目等重要信息,以便参加对象掌握情况,决定是否参会、参展,并选择自己需要的服务项目。

4. 促进交流和沟通

会展是一种信息密集的交流活动,会展文案则是会展参加对象信息交流与沟通的媒介。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。

5. 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,标志着会展活动的圆满成功。

6. 提供查考和利用

会展写作所形成的各种文案,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 会展文案写作的基本要求

一、主题要正确、集中、鲜明

会展文案写作的主题是作者通过文章的全部材料所表达出来的中心意思或内容主

体。会展文案写作在主题方面必须做到：

（一）正确

会展文案主题的首先要准确反映会展管理和会展活动的客观实际，帮助写作受体正确认识和把握会展管理和会展活动的发展规律。

其次，会展文案的主题要符合有关会展的法律、法规和政策。法律、会展文案作为会展管理和会展活动信息的载体，要在内容表述、措施安排各方面符合国家的有关法律、法规和规章，与中央和地方行政管理机关制定的会展产业政策保持一致，促进会展管理的法制化和会展活动的规范化。

再次，会展文案的主题要有切实可行的意见、措施或办法。会展文案是为了解决会展管理和会展活动中的实际问题而写作、发布的，能否正确有效地解决当前存在或预知将来可能发生问题，是衡量会展文案写作成败的最终标准。

（二）集中

主题集中是指一篇会展文案的主题要简明、单一，做到一篇文案说明一个方面的事项，请示一个方面问题，布置一个方面的工作，即“一文一事”，避免出现“一文多事”。

（三）鲜明

主题鲜明一是要求会展文案中所表达的立场、观点、态度、原则，必须旗帜鲜明，是非、可否、褒贬、奖惩，都应当黑白分明，不可似是而非、含糊笼统、模棱两可、回避要害；二是要求会展文案中提出的任务、要求、措施、办法应当清楚、明白，有鲜明的针对性。

二、材料要切题、典型、真实可靠

凡是在文章中用来说明主题的事实、数据、公理、原理、引文、资料等，都可称为材料。会展文案写作在材料方面的具体要求是：

（一）切题

主题和材料是相互联系的，主题必须统帅材料，反过来，材料是为表现主题服务的。因此，是否围绕主题，能否体现主题，这是选择材料的首要原则，也是决定材料取舍的主要标准。

（二）典型

会展文案总是通过个别材料来反映会展活动和会展管理的一般规律。为了使会展文案的主题能够得到充分的体现，就需要运用既有广泛代表性，又能够深刻反映事物本质规律的材料。

（三）真实可靠

作为会展信息的重要载体，会展文案应当能帮助会展主体（包括主办者、与会者、参展者、客商、观众等）正确把握会展活动的规律，方便会展主体之间的交流和沟通，因此材料必须真实、可靠。

三、结构要完整、规范、连贯、合理

结构是指会展文案的部分与部分、部分与整体之间的内在联系和外在形式的统一。如果说主题是会展文案的灵魂，材料是会展文案的血肉，那么结构就是会展文案的骨