

高等院校会展专业教材

会展文案

HUIZHAN
WENAN

主 编 刘松萍 吴建华
副主编 郭彦娜 胡静

南开大学出版社

◆高等院校会展专业教材

◆南开大学出版社

◆主 编 刘松萍 吴建华◆

◆副主编 郭彦娜 胡 静◆

会展文案

图书在版编目(CIP)数据

会展文案 / 刘松萍, 吴建华主编. —天津: 南开
大学出版社, 2010. 4

高等院校会展专业教材

ISBN 978-7-310-03394-2

I. ①会… II. ①刘…②吴… 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(2010)第 051460 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 22.375 印张 412 千字

定价: 36.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

前言

会展活动是一种有组织和目的的,在特定的时间和空间进行的信息交流活动,它为主办者、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。会展信息的运动离不开载体的传递、发布、交流、反馈和存储。会展信息的载体多种多样,可以是磁带、光盘记录声音、视频类的会展信息,也可以是纸质或电子载体记录文字和图表类会展信息,后者就形成了我们所说的会展文案。

会展文案的设计与制作是展览会营销效果的重要影响因素之一。一篇文笔流畅、重点突出的文案,就好比展览公司最优秀的业务代表,不仅能够表达展览会组织者满足客户需求的愿望和决心,更可以让客户迅速了解展览会的核心优势和价值。

本书主要面向普通高等院校会展专业或方向的学生,同时也适合于从事或拟从事会展工作的从业人员。

本书由广州大学旅游学院刘松萍、广东商学院吴建华主编,广州大学郭彦娜、胡静共同撰写完成,是编者广东省软科学课题(项目编号:2008B07080075)、广州大学现代服务业基地项目的部分研究成果。该书的编著亦同时得到了广州大学教材基金的资助。会展文案的写作并非一项简单的工作,它有一定的规范与要求。本书在编写过程中,参考了各专业会展网站、会展书籍等有关会展文案方面的资料,并结合会展专业的培养目标以及会展行业相关岗位的需要,对会展文案相关知识进行了详细的介绍,能够给会展人员的文书撰写带来帮助。本书分为报告、文案与合同三大类,并在每类之后,配备了相关的案例和表格,以供会展人员进行文案写作时作为参考。

在本书即将出版之际,我们向在本书中被引用的文献资料的单位和作者以及向我们提供案例和帮助的朋友,表示由衷的感谢,并借此机会向自始至终关心和支 持本书出版的南开大学出版社的领导和编辑们表示衷心的感谢。另外,

恳切希望广大读者对书提出宝贵的意见和建议,以便修订时加以完善。

由于编者欠缺一定的会展实操经验,书中不足甚至错漏在所难免,恳请读者批评指正。

编者

2010年1月

目 录

上篇 会展报告类

第一节 会展调查报告	2
一、会展调查报告的含义和特点	2
二、会展调查报告的作用和种类	2
三、会展调查报告问卷设计	4
四、会展调查报告的结构和写法	6
第二节 会展申办报告	25
一、会展申办报告的含义	25
二、会展申办报告的基本内容	26
三、会展申办报告的结构和写法	27
第三节 会展项目立项可行性研究报告	28
一、会展项目立项可行性研究报告简介	28
二、会展项目立项可行性研究报告的内容	29
三、会展项目立项可行性研究报告的写作要求	31
四、会展项目可行性研究报告的框架	32
第四节 会议报告	35
一、会议报告的含义和种类	35
二、会议报告的结构和写法	36
第五节 会展评估报告	40
一、会展评估报告简介	40
二、会展评估报告的内容	40
三、会展评估报告的结构	43
四、会展评估报告的格式	44

五、会展评估报告的要求	45
第六节 会展总结报告	55
一、会展总结工作	55
二、会展总结报告	56
三、会展财务总结报告	62
四、会展专题总结报告	66

中篇 会展方案类

第一节 会展计划	76
一、会展计划的特点	77
二、会展计划的种类	77
三、会展计划的写作方法	77
第二节 会展总体方案	90
一、会展总体方案的含义	90
二、会议总体方案的基本内容	90
三、展览总体方案的基本内容	92
四、节事总体方案的基本内容	93
五、会展总体方案的结构与写法	94
第三节 会展专题策划方案	115
一、会展接待方案	116
二、会展开幕式和闭幕式策划方案	120
三、会展相关活动方案	122
四、会展项目财务预算方案	135
五、会展时间管理方案	141
六、企业参展企划方案	150
第四节 会展立项策划书	155
一、会展立项策划书的概念	155
二、会展立项策划书的内容结构	156
三、会展立项策划书的写作要求	156
四、会展立项策划书的写作要素和要领	159
第五节 会展招展方案	167
一、会展招展方案的拟定	167
二、会展招展函的主要内容	168
三、会展招展函的具体写作要求	169

四、会展招展函的编制原则	171
第六节 会展观众组织方案	189
一、会展招商方案的拟定	189
二、观众邀请函	190
第七节 会展赞助方案	198
一、会展赞助的含义	198
二、会展赞助方案设计原则	199
三、会展赞助方案包含的内容	200
四、拟制商业赞助建议书	201
第八节 会展宣传推广方案	210
一、展会宣传推广方案的特点和内容	210
二、会展广告方案	213
三、信息发布方案	217
四、新闻工作方案	225
五、展会通讯	234
六、会展简报	240
第九节 会展项目设计计划书	247
一、会展项目设计计划书简介	247
二、会展项目设计计划书的目的和作用	248
三、会展项目设计计划书的内容与格式	250
四、会展项目设计计划书撰写	253
第十节 会展项目设计方案	259
一、会展项目设计方案简介	259
二、会展项目设计方案的内容	261
第十一节 参展说明书(参展商手册)	264
一、参展说明书的概念	264
二、参展说明书的作用	265
三、编制参展说明书的基本原则	265
四、参展说明书包含的主要内容及写作要求	266
第十二节 会展记录	286
一、会议记录	286
二、展览记录	289
第十三节 展品清册	291
一、展品清册简介	291

二、展品清册内容	291
三、编制展品清册注意事项	291

下篇 会展合同类

第一节 会展业务合同	293
一、会展业务合同的概念和特点	293
二、会议业务合同	294
三、展览会业务合同	298
四、会展业务合同的写作结构	305
五、会展业务合同的写作要求	307
第二节 会展业务协议书	337
一、会展业务协议书的概念及特征	337
二、会展业务协议书的种类	338
三、会展业务协议书的写作结构	338
四、会展业务协议书的写作要求	339
第三节 会展意向书	344
一、会展意向书的含义、特点和作用	344
二、会展意向书的结构和写法	345
参考文献	349

上篇

会展报告类

学习目的:

报告类文案是会展文案中不可缺少的一部分,通过本篇内容的学习,要了解会展文案中有关报告的种类,各类报告文案的含义、内容、特点和写作要求,熟悉各类会展报告的写作形式以及各类问卷表格的形式内容,掌握会展调查问卷的设计,会展调查报告的写作;会展项目立项可行性研究报告的写作;会展评估报告的内容与写作。

主要内容:

会展调查问卷表的设计,会展调查报告的结构及写作;会展申办报告的内容、结构及写法;会展项目立项可行性研究报告的内容、框架;会议报告的类别及写法;会展评估的内容及评估报告的撰写;展后总结报告的种类及写作。

思考习题:

1. 设计调查问卷表,对现有的会展活动进行问卷调查,并试着写出简要的调查报告。
2. 构思新的会展项目,并对会展项目的可行性进行分析,撰写可行性研究报告。

第一节 会展调查报告

一、会展调查报告的含义和特点

1. 会展调查报告的含义

会展调查报告是调查报告在会展领域的运用。所谓会展调查报告,就是针对会展管理或会展活动中的某一事件、情况、经验或问题,进行深入细致的调查,在充分掌握资料的基础上,进行科学、系统的分析研究,从中找出规律,引出正确的结论,并撰写成的书面报告。

会展调查报告运用广泛,会展行政管理机关、会展行业协会、会展企业、会展组织者、参展单位以及新闻媒体都可以使用这一文体形式。在名称上,调查报告又可以根据具体情况称为“调查”、“情况调查”、“考察报告”、“调查分析”、“调查与建议”、“思考与建议”等。

2. 会展调查报告的特点

(1) 用事实说话。事实是调查报告的根基,用丰富确凿的事实说话,是调查报告的生命力所在,也是调查报告最基本的特点。强调用事实说话,首先,要求调查报告所使用的材料都必须反映客观存在,所涉及的事件必须是曾经发生或正在发生的。任何掺假、虚构、夸大、掩饰都是对调查报告的亵渎。其次,调查报告的作者可以对材料作出明确的判断和结论,并据此提出意见和建议。但这些判断、结论、意见和建议,必须建立在充分翔实的事实基础上,不能搞从概念到概念、从判断到判断的演绎推理。有时作者也可以不下任何结论,不提任何看法,让有关人员自己根据所提供的事实去作结论。

(2) 为现实服务。调查报告的写作总是源于当前现实工作的需要。立足当前,为现实服务,是调查报告的根本使命。脱离了现实需要,任何调查报告都毫无意义。会展调查报告也同样如此,必须深刻反映当前如火如荼的会展业,通过深入调查,总结经验,揭露问题,从而指导会展业正确、健康地向前发展。

二、会展调查报告的作用和种类

1. 会展调查报告的作用

(1) 反映信息,献计献策,为会展决策提供依据。会展决策的前提是信息,只有全面掌握相关信息,才能保证会展决策的科学性。会展调查报告在提供信息方面具有及时、系统、深刻的优势,是会展决策信息的重要来源。会展管理机关、会展企业、会展主办单位以及参展企业,通过会展调查报告可以及时掌

握国内外的会展动态,了解会展市场的需求,发现会展宏观和微观管理中的问题,总结成功经验,并在此基础上制定正确的政策,采取有效的措施,实现会展决策的科学化。

(2) 树立典型,指导会展工作健康发展。会展调查报告通过对典型单位、典型事例、典型经验的发掘,解剖麻雀,揭示规律,可以起到扶植新生事物、弘扬先进理念、推广典型经验、指导会展工作健康发展的作用。

(3) 揭露问题,引起各方关注。会展在蓬勃发展的同时,也必然会出现一些问题和不良倾向。通过调查报告,可以及时将这些问题揭露出来,以引起人们的警觉,并采取有力的措施加以解决,从而保证会展产业和会展经济沿着正确的方向发展。

2. 会展调查报告的种类

(1) 按调查报告的性质分

① 经验性会展调查报告。这类调查报告的主要功能在于总结和推广会展工作的先进经验。

② 问题性会展调查报告。这类调查报告的主要功能在于披露事实,揭露真相,反映问题,以引起社会或有关方面的高度警觉和重视。

③ 情况性会展调查报告。这类调查报告着重对一些会展领域中出现的新情况、新事物、新方法、新理念进行调查研究,分析发展趋势,然后形成书面报告,引导人们关注和理解它们存在的合理性、发展的必然性以及所带来的正反两方面的效应。

④ 建议性调查报告。这类调查报告的目的在于通过调查,掌握情况,找出问题,分析原因,向有关部门提出解决问题的意见和建议,是问题性和情况性会展调查报告的延伸。一般通过立项调查而形成的调查报告都属于这一类。

(2) 按调查的范围分

① 综合性会展调查报告。即对某个地区、某个国家会展业发展情况进行全方位、多角度的考察而形成的书面报告。比如,《北京市会展业情况的调查》一文,先从该市会展企业、会展业务、会展经济的特点等基本情况入手,列举数据,肯定了近年来该市会展业发展的成绩,同时从基础设施、人才短缺、体制制约、重复办展导致资源浪费和效益低下、缺乏有效的行业协调等若干方面提出问题,最后围绕这些问题,提出了相应的建议。

② 专题性会展调查报告。即对某个地区、某个国家会展业发展的某个方面的问题,或者某个展会中出现的新事物、新方法、新经验、新问题进行专项调查而形成的书面报告。如《第九届国际机床展调查报告》等。

(3) 按调查的方法可分为

①会展普查报告。即通过普遍调查的方法获得大量数据,加以整理、分析后形成的会展调查报告。

②会展典型调查报告。是在对调查对象进行全面分析的基础上,有目的地选择一个或若干有代表性的对象进行深入调查而形成的会展报告,又称会展个案调查报告。

③会展抽样调查报告。抽样调查是依据概率论的原理,按照随机原则,从调查对象总体中抽取部分样本进行调查,用以推断总体的一种调查方法。根据这一方法形成的会展书面报告就是会展抽样调查报告。

三、会展调查报告问卷设计

(一) 利用调查表向参观者搜集资料

在会展实施阶段,利用调查表向参观者搜集资料,是定量评估展览的主要方式,也是评估展览的主要资料来源之一。在会展实施阶段,调查表的调查对象主要是参观者。调查方式的理论依据是概率论,即从数量角度研究自然现象的规律性。调查表的使用方式是抽样,按照概率论的随机抽样方法,调查结果准确度高。如果无科学根据地随意抽样调查,结果可能有很大偏差,甚至截然相反。因此,科学的做法是由展览公司的专业人员事先编制调查表,展出期间组织专人对参观者进行随机抽样调查,或者委托专业公司办理。

(二) 利用调查表向展览人员或参展者搜集资料

向展览人员或参展者进行调查,若调查对象数量较少,可以不采取抽样方式,直接对全体人员进行调查;也可以委托专业公司办理内部调查,委托专业公司需要付费,其调查结果一般不受人际关系的影响,结果比较公允,质量也较高,这是其优势。

对展览人员或参展者的调查结果不仅对展会的评估具有很大价值,而且也是对组织者的工作、对贸易成果进行评估的重要内容。一般而言,用于展览人员的调查表较简单,用于参展者的调查表较复杂。

1. 对展览人员或参展者资料的搜集

组织者和参展者之间是一种松散的关系,组织者对参展者的约束力有限,因此,向展览人员和参展者搜集资料存在一定的难度。但若在展览筹备时就着手资料的搜集工作,效果会好一些。

在展览工作开始时并确认参展公司后,组织者便可向参展者提出有关资料搜集的明确要求:必须说明展出的目标和目的;必须在展出结束时提供成交数据、接待客户数以及其他有关数据和情况;必须对组织者的各方面工作予以评

价；展会结束后在组织者询问时必须提供后续工作结果。

2. 后续工作情况与资料的搜集

展览成果更多地体现在展览结束之后，因此，要有展览后续资料的搜集与评估工作。一般可安排两次，第一次安排在展览会闭幕后第6周，第二次安排在展览会闭幕后12个月。中小型的展出公司只要指定人员并交代任务，资料的搜集工作比较好做。大公司部门多，参展者多，后续工作情况与资料的搜集相对难些。

(三) 会展调查问卷的设计

1. 设计会展调查问卷表的关键因素

要想设计出一份好的调查问卷表，题量和问题是两个最重要的因素。例如，在所有的调查问卷表中，要尽量添加“个人情况”这一部分，如性别、年龄、收入、学历等。它要求与会者填写自己真实的情况，无须发表意见和看法。可以把“个人情况”这部分放在调查问卷表的最前面。

2. 哪些问题应采用多项选择题

例如，在“个人情况”这一部分中，当询问年龄和收入情况时，应采用多项选择题，把年龄和收入分成5组。如果法定年龄是21岁，那么可以这样分组：

- A. 21岁以下(含21岁);
- B. 22岁至31岁;
- C. 32岁至41岁;
- D. 42岁至51岁;
- E. 51岁以上。

有些人愿意用整数来表示，如：

- A. 25岁以下(含25岁);
- B. 26岁至35岁;
- C. 36岁至45岁;
- D. 46岁至55岁;
- E. 55岁以上。

为什么说采用年龄分组形式较之于让被调查者写下自己的具体年龄更好呢？这是因为，第一，人们很容易说出自己属于哪个年龄段；第二，有些人不愿意说出自己的确切年龄；第三，分组后的数据便于输入和分析。

3. 问题要明确、具体

提问时要尽量避免笼统问题，尽量不要在一个问题中问及两个或两个以上的问题，在问及有关个人情况时，姓名、地址这类问题要标为可选题。

4. 关注参展商的问题

展览会的参展商来自不同行业或团体，他们的意见具有重要的参考价值。对具有普遍性的问题，可以向所有被调查者提出；对个别问题，可以有针对性地对某部分调查者提出。面对这种情况可以把调查表设计成不同的颜色，以方便后期的统计分析工作。

5. 语言要尽可能通俗易懂

如果使用缩略语，一定要把它的全称写出来，避免出现歧义。此外还要注意尽量不要使用术语和方言。

6. 在调查问卷表的文后，要对被调查者的积极配合表示感谢。

四、会展调查报告的结构和写法

1. 标题

会展调查报告的标题要揭示主题，通常有以下几种写法：

(1) 公文式标题。即采用类似公文标题的写法，由调查范围、调查主题和文种组成。例如，《上海会展人才状况调查》，其中“上海”是指这次调查的范围，“会展人才状况”是调查的主题，“调查”是文种名称。调查主题也可用前缀“关于”构成介宾词组，以突出主题。

(2) 新闻式标题。新闻式标题较为活泼，具有较强的可读性，特别适用于在媒体上公开发表的会展调查报告。通常有提问式标题、单行式标题和双行式标题。如：

世界一流会展品牌是如何打造的？

——德国汉诺威会展业考察报告

(3) 论文式标题。有些在调查的基础上，带有思考性和研究性的会展调查报告，可采用论文式标题，如《关于我国会展人才培养模式的调查与思考》。

2. 署名

调查报告署名有两种，一是以机关或课题组的名称署名；二是以作者个人的姓名署名。署名一般置于标题下方，以作者个人姓名署名的，可注明作者单位和职务。

3. 正文

(1) 开头。开头又称前言、总述、引子，一般有以下几种形式：

①交代式。即交代调查的目的、对象、时间、地点、范围、调查方法等，以便读者对这次调查有一个大致的了解。大型调查报告，或者抽样调查报告多采用这类形式开头。

②议论式。报告在开头先对调查的必要性和重要性作一番简短的议论，然后交代调查的具体对象、时间和地点等。

③提问式。开篇提问，引起注意。这种形式的关键在于所提问题能吸引人，是大家所关心的问题。

④点题式。即一开头先点明调查报告的主题。

调查报告的开头形式多样，写法也不尽相同，但要求是共同的，即文字必

须高度概括。

(2) 主体。主体是调查报告的核心部分,承接开头,详细介绍调查的情况和事实,以及所作的分析、结论。主体部分的结构安排大体有三种:

①纵式结构。其特点是按照事件和问题的发生、发展和结局的时间顺序安排材料,把事件和问题的来龙去脉逐一交代清楚。这种结构形式多用于会展专题调查报告。

②横式结构。其特点是按事件或问题的性质,将主体部分分成并列的几个部分,每一部分说明事件或问题的一个方面。

③递进结构。其特点是按照作者的逻辑思维顺序来安排结构,组织材料。如先摆出问题,然后逐一分析原因,再根据分析的结果,提出解决问题的意见和建议。这类结构形式逻辑严密,层层推进,主题集中而且鲜明,具有较强的感染力。

(3) 结尾。调查报告的结尾有多种写法,可以是总括前文,得出结论;也可以是强调意义,深化主题;还可以指出不足和问题,或提出意见和建议,补充说明前文没有说到而应当交代的问题等。

正文部分的结构层次一般采用小标题的形式。每个小标题要能够概括表达这一层次的中心内容,并与总标题相呼应。

4. 日期

公开发表或用简报转载的会展调查报告一般不用写日期,但如果单独提交,则应当写明定稿或提交的日期。日期可写在正文右下方,也可置于署名之下。大型调查报告设有封面,日期应写在封面上。

案例:

2003 年浙江省出国展览调查报告

展览是一种兼市场性和展示性为一体的经济交换形式。尤其出国展览,作为国际商贸活动的一种重要形式,已成为企业开拓国际市场的重要活动载体和有效途径。浙江省中小企业发达,产业资源丰富,商品特色鲜明,企业“走出去”积极性高涨,出国展览效果显著,出展对扩大出口所产生的拉动效应已越来越明显。

一、出展回顾

浙江省组织出国展览活动始于 20 世纪 70 年代,1974 年浙江省派出展览团先后赴喀麦隆、塞内加尔和毛里求斯三国举办中国浙江省手工艺品展览会。改革开放以后,随着浙江省对外交往和进出口贸易自主经营权的不断扩大,尤其

是80年代中期以后,浙江省对外开放力度不断加大并伴随省内专业展览公司的成立,赴境外办展逐步增多。1985年11月1日至15日省经贸厅和省贸促分会联合组织“中国馆”,首次参加第22届巴格达国际博览会;1986年11月17日至20日省外经贸厅组织省级9家外贸公司首次赴澳大利亚举办“浙江省出口商品展销会”;1987年3月27日至4月5日省外经贸厅、省贸促分会与美国美华集团联合,首次在美国洛杉矶市举办综合性“浙江省出口商品展览会”;1989年9月4日至7日省外经贸厅和省贸促分会在荷兰乌特列支市首次举办“浙江省出口商品洽谈会”;1990年6月11日至16日省外经贸厅和省贸促分会联合组织的“浙江省出口商品展览会”首次在联邦德国汉堡市举行。据统计,1985—1991年浙江省重要经贸团组赴境外举办重大展览项目17个;1992—2000年发展到289个(年平均32个),出展国家也扩展到加拿大、法国、巴西、奥地利、匈牙利、俄罗斯、挪威等20多个国家。进入21世纪,浙江省出国展在数量、规模和办展主题方面不断扩大。2001年全省有关部门组织出展摊位达到1000多个,摊位数量居全国榜首,占全国数量的1/10。2002年全省有关部门组织出展摊位近2000个。

二、2003年出展情况

2003年上半年尽管遭受SARS重创,但经过“非典”洗礼后的浙江出展活动更加多姿多彩,2003年浙江省出国展在举办内容和规模上又上新台阶。据调查统计,全省外经贸(含贸促会)共组织参加境外展览会项目200多个,出展摊位达到3500多个,成交额13.5亿多美元;浙江企业参加中央部办、商会、协会组织的展会的出展摊位近2000个;企业自行参展的摊位约1000多个。三者相加,全省出国参展摊位共计6000多个,占全国的1/4。举办出国展览有力地拓展了国际市场,推动了对外贸易的发展。2002年以来,浙江省已连续两年一般贸易出口额位居全国首位,其中出国展览对出口额的影响率已超过50%,70%的出口订单是在参加国外展览会时获得。据调查,90%的进出口企业客户是在展览会上结识;3%是在互联网上结识;7%是经行业人士介绍或通过其他途径结识。从参展内容看,国内的参展商在国际上有影响的博览会中所占的比重逐年上升,出国展览在促进贸易业务方面的作用日益为企业所认识和重视。

2003年浙江省出国展览呈现以下特点:

一是浙江以一般贸易为主,企业出国参展积极性高,2003年全省出口额为371.8亿美元,其中一般贸易出口额为305.4亿美元,比去年增长39.8%,居全国第一,浙江省外贸出口之所以能持续快速增长、再创佳绩,主要得益于以拓展市场快的一般贸易为主及出国参展和多种贸易方式并重的外贸出口格局。

二是民营企业已成为出国参展的主体,2003年全省拥有进出口经营权企业