

21

世纪高职高专精品教材 · 会展专业

Huizhan Cehua

会展策划

(第二版)

卢小金 主编

郝庆智 黎春红 副主编



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



21 世纪高职高专精品教材 · 会展专业

Huizhan Cehua

会展策划

(第二版)

卢小金 主编

郝庆智 黎春红 副主编



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 卢小金 2012

图书在版编目 (CIP) 数据

会展策划 / 卢小金主编. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2012. 9

(21 世纪高职高专精品教材·会展专业)

ISBN 978-7-5654-0873-1

I. 会… II. 卢… III. 展览会-策划-高等职业教育-教材
IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 146349 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连天骄彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 274 千字 印张: 13 3/4
2012 年 9 月第 2 版 2012 年 9 月第 4 次印刷

责任编辑: 鲍洪岩 韩敌非 责任校对: 百 果
封面设计: 冀贵收 版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0873-1

定价: 22.00 元

第二版前言

《会展策划》一书自 2008 年出版以来，得到了高职高专院校同仁的普遍好评。为了使本书与会展专业的教学改革、创新以及会展行业的发展保持同步，编者在第一版的基础上进行了修订。修订版进一步充实了大量的最新会展策划案例，对原版存在的某些知识空缺做了补充，汲取和借鉴了会展界学术发展研究的一些最新成果，并对书中的统计数据进行了更新，使修订后的教材具有更强的时代感。修订版对最后一章的会展策划文案做了较大篇幅的改动，修改后按照会展筹划阶段、会展运作阶段和会展结束阶段的顺序对相关策划文案写作进行了详细的介绍，使之更加完整实用。

会展策划的知识会随着产业的进步而更新发展，我们将继续对此给予密切关注并适时修订本教材。由于能力所限，本书可能存在疏漏或不足之处，我们殷切地希望专家学者对本书提出宝贵的改进意见，使本书的编写修订能越来越完善、越来越适应高职高专教育的需要。

编 者

2012 年 5 月

第一版前言

我国市场经济的发展逐渐走向成熟，企业越来越多地需要利用会展这个平台向社会传达企业的信息、向消费者展示和推介它们的产品，现在会展业覆盖了经济的各个领域，成为各种经贸活动的桥梁。会展业已经成为我国第三产业一股重要的力量，它正受到人们的普遍关注而成为热门的产业。随着会展业的兴起，我国会展企业对会展人才的需求越来越大。在会展专业人才的知识构成中，会展策划是必不可少的基础知识。本书正是为满足会展人才建设的这方面需要而编写的。

会展策划是一项系统工程，在会展策划时要综合考虑很多因素，如政策法规、行业背景、旅游、交通通信、物流、营销、设计等，成功的策划必须将各种资源有效地整合利用。它从项目立项到项目实施以及最终的项目评估和修正，要涉及会展项目立项策划、会展实施方案策划、会展品牌策划、会展营销策划、会展项目管理策划等方面的内容。本书是根据会展策划的系统流程顺序进行编写的。第1章对会展策划的基本概况进行介绍，让学生对会展策划有一个基本认识；第2章讲述会展立项策划的过程；第3、第4章分别就会议和展览实施方案策划进行介绍；第5章对会展策划过程中的品牌策划问题进行介绍；第6章是会展相关活动策划；第7章介绍会展营销策划，重点让学生学习掌握会展营销的战略战术策划；第8章是会展项目管理策划；第9章介绍会展策划中会使用到的文案知识，使学生能将头脑中的想法用文字语言表达出来，成为其他人能够理解的方案。

本书结合高职高专学生的特点，将会展策划的基本理论与实践应用结合起来，通过大量的案例分析和技能训练，让学生变抽象的理论为一般的实用性知识，通俗易懂，易于学习和掌握。

本书编写人员的具体分工如下：卢小金编写第1、第7章，郝庆智编写第2、第5章，黎春红编写第3、第6章，唐颖编写第4、第8章，陈扬扬编写第9章。全书由卢小金统稿。

本书在编写过程中，参考和引用了部分国内外相关的研究成果和著名网站的资料，在此谨向被引用了成果和相关资料的作者、网站表示诚挚的谢意。由于编写人员水平有限，本书如有不当之处敬请广大读者批评指正。

编者

2008年5月

目 录

第1章 会展策划概述 ⇨1

学习目标/1

1.1 会展策划的内涵、特点与作用/2

1.2 会展策划的基本原则/4

1.3 会展策划的内容和基本流程/6

●知识掌握/11

●知识应用/11

第2章 会展项目立项策划 ⇨17

学习目标/17

2.1 市场调查与分析/18

2.2 会展目标、题材和主题的确/25

2.3 会展立项的主要内容/33

●知识掌握/42

●知识应用/42

第3章 会议实施方案策划 ⇨44

学习目标/44

3.1 会议活动概述/45

3.2 会议活动策划/49

3.3 会议接待方案策划/55

●知识掌握/64

●知识应用/65

第4章 展览会实施方案策划 ⇨67

学习目标/67

4.1 展览会承建商及运输代理的选择/68

4.2 展览会接待方案策划/76

4.3 编制参展商手册/84

4.4 建立展会网站/86

●知识掌握/88

●知识应用/88

第5章 展览会品牌策划 ⇨92

学习目标/92

5.1 展览会品牌定位/92

5.2 建立品牌展览会的基本策略/102

5.3 展览会品牌宣传与推广/108

●知识掌握/111

●知识应用/112

第6章 会展相关活动策划 ⇨115

学习目标/115

6.1 会展相关活动策划的作用与原则/115

6.2 会展相关活动的种类与策划/117

6.3 会展旅游活动/130

●知识掌握/134

●知识应用/134

第7章 会展营销策划 ⇨136

学习目标/136

7.1 会展营销策划程序/136

7.2 会展营销战略策略/139

7.3 会展营销战术策划/145

7.4 招展策划/155

●知识掌握/158

●知识应用/159

第8章 会展项目管理策划 ⇨162

学习目标/162

8.1 会展服务与展览现场管理策划/164

8.2 会展物流管理策划/175

8.3 会展沟通管理策划/179

8.4 会展危机管理策划/181

●知识掌握/187

●知识应用/187

第9章 会展策划文案 ⇨189

学习目标/189

9.1 会展筹备阶段的文案/190

9.2 会展运作阶段的文案/198

9.3 会展结束后的文案/206

●知识掌握/208

●知识应用/208

主要参考文献 ⇨210

第 1 章

会展策划概述

学习目标

在学习完本章之后，你应该能够：

了解会展策划的特点与作用；

明确会展策划的内涵；

熟知会展策划内容和基本流程；

掌握会展策划的基本原则。

【引例】

“2011 中国（沈阳）第三届动漫电玩博览会”策划方案招标公告

沈阳蒲河新城招标采购中心（以下简称“集中采购机构”）受沈阳沈北创展科技服务公司（以下简称“采购单位”）的委托，就 2011 中国（沈阳）第三届动漫电玩博览会策划方案以公开招标方式组织采购。欢迎合格的投标人（以下简称“投标人”），参加本次招标采购活动。现将有关事项公告如下：

一、招标项目基本情况

1. 项目名称：2011 中国（沈阳）第三届动漫电玩博览会策划方案。
2. 项目编号：NY（Z）2011-0007。
3. 资金来源：财政资金。
4. 采购内容：动漫电玩博览会策划方案，具体采购要求详见采购文件。
5. 服务时间：满足招标人要求。
6. 服务地点：采购单位指定地点。

二、合格投标人的资格条件

1. 具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件；
2. 有独立法人资格的专业展览公司，同时公司成立 5 年以上；
3. 注册资金在 50 万元人民币以上；
4. 独立主办、承办、协办过动漫展、游戏展、网游展的专业展会 5 年以上；

5. 与国家、省、市电视媒体及动漫游戏行业的专业媒体有稳定良好的关系;
6. 有组织相关行业企业赴境外参加知名动漫展、游戏展、网游展会的经验,至少1年以上;
7. 有和地方政府合作承办过展览会和交易会经验的展览公司优先;
8. 展览公司的决策者在动漫、游戏、网游行业有一定的影响力;与政府相关行业协会、机构及动漫、电玩、游戏行业有较强的人脉关系和资源。

资料来源 《2011 中国(沈阳)第三届动漫电玩博览会策划方案招标公告》,中国采购与招标网, http://www.chinabidding.com.cn/zbw/zbxx/zbzg/zbzg_show_dy_hy.jsp?op=op_browse&record_id=1021258673, 2011-03-23。

这一案例表明:会展项目的成功举办离不开策划。成功的会展策划,会产生强大的市场效应,并使会展项目准确的达到预期的效果,形成会展效应。

● 1.1 会展策划的内涵、特点与作用

会展是会议、展览、节事活动等集体性活动的总称,是指在一定的地域空间由多个人聚集在一起形成的,定期或不定期的集体性的物质、文化、信息交流活动。它包括各种类型的会议、展览展销活动、体育竞技活动、各种节事活动等。如中国进出口商品交易会(广交会)、中国会展高峰论坛、上海世界博览会、奥运会、南宁国际民歌艺术节等都属于会展的范围。会展涉及信息、管理、经济、旅游、建筑设计、贸易、艺术等众多学科的知识,有很强的综合性。

1.1.1 会展策划的内涵

策划是指充分利用现有信息和资源,判断事物变化发展的趋势,全面构思、设计,选择合理、有效的方案,使之达到预期目标的活动。策划是一个综合性的系统工程,目标是起点,信息是基础,创意是核心。会展策划就是会展企业根据搜集和掌握的信息,对会展项目的立项、方案实施、品牌树立和推广、会展相关活动的开展、会展营销及会展管理进行总体部署和具有前瞻性规划的活动。会展策划对会展活动的全过程进行全方位的设计并找出最佳解决方案,以实现企业开展会展活动的目标。

成功的会展活动源于成功的会展策划,成功的策划源于对社会资源的有效整合。会展策划是对相关社会资源整合的过程,是一个系统工程。因此,用系统的观念去认识资源,用系统的方法去分析整合资源,用系统的功能去实现资源的优化是会展成功策划的创造性思维原理之一。一般而言,会展策划系统包括策划者、策划对象、策划依据、策划方案和策划效果评估等要素。

1) 策划者

这是会展策划的主体,他要负责会展的项目开发、市场调研、方案策划、销售制定和营运管理等相关活动控制,起到控制全局、把握全局的作用,策划者的素质高低直接影响策划的质量。

2) 策划对象

策划对象是会展策划的客体,可以是某项整体会展活动,也可以是会展项目中的某一个要素,如会展项目宣传、品牌设计等。

3) 策划依据

策划依据既包括策划者的知识结构、专业信息储备,也包括会展项目的行业背景、政府政策法规、市场条件、企业本身的资源状况等,它是会展项目策划的基础。

4) 策划方案

策划方案即策划者为实现会展策划目标,以文字或图片为载体,针对策划对象设计的一套策略、方法和步骤,是策划成果的展示,其目的是将策划思路与内容客观、清晰、生动地呈现出来,并高效地指导实践行动。

5) 策划效果评估

会展策划方案实施以后,通过对会展项目实施过程的分析、评价及效果反馈,以检验会展项目活动是否取得了预期效果的行为,这是对策划方案实施的效果进行评估,为以后的会展项目策划提供参考。

1.1.2 会展策划的特点

会展策划具有以下基本特点:

1) 目的性

会展策划是一项具有明确目标的活动,它是会展理论在会展活动中的具体应用。在进行会展策划时首先要明确会展活动应达到什么目的,如有的会展项目是以建立和维护展出者形象为目的,有的是以为参展商建立和巩固客户关系为目的等。目标设定是进行策划的首要任务,策划者应围绕目标进行方案设计。

2) 系统性

会展策划是对整个项目的运筹规划,是一个系统的、综合的过程,不能只考虑某个方面的因素或实施某个方面的单一手段,在策划时要针对会展项目的各个方面、各个环节进行权衡,会展项目的市场调研、主题的确定、项目的营销、广告、公关、人员安排、管理等必须一起配套考虑、综合实施,这样才能得到最好的效果。

3) 风险性

人们在决策时总希望选择达到目标的最佳途径,但是内外部环境是在不断变化的,许多因素是策划者无法预测和控制的,因此会展策划产生的结果总是存在一定的不确定性。在进行会展策划时应尽可能将未来活动的不确定性及风险降到最低。

4) 可行性

可行性是指会展策划方案在实施过程中要切实可行。会展策划方案必须经过围绕策划目标定位、实施方案、经济效益等方面的分析,论证其切实可行才能实施。这要求策划者对企业自身的实力、企业外部情况要充分了解并进行分析,对会展项目在执行过程中可能遇到的问题和障碍进行充分的考虑,并设计好应对的策略。

1.1.3 会展策划的作用

对于会展项目的组织者来说,会展策划是会展运作的核心环节,对于参加会展项目的客户来说,会展策划提供的是参与会展项目的具体计划。会展策划的作用主要体现在以下四点:

1) 规范和统一企业的会展经营活动

会展策划方案是会展企业经营活动的框架和行动指南,为会展项目的执行提供总体的指导思想。它强调的是企业整体行动,各部门都要在方案的指导下统一行动,围绕企业制定的目标实施各项活动,做好各项工作。

2) 提高资源的利用效率

对于企业来说,所拥有的资源是有限的,合理和高效地利用资源是提高企业效益、保证会展项目正常运转以及企业长远发展的重要保证。资源包括人力资源、资本、信息资源、时间资源等,好的会展策划方案通过对资源的合理调配、组合,充分挖掘各种资源的潜力,实现资源的充分利用。

3) 减少企业的经营风险

“人无远虑,必有近忧”,会展企业在激烈的市场竞争中,由于内外部环境不断变化,会遇到各种风险和威胁。会展企业在项目活动开展前进行的精心策划,可以帮助企业避开各种风险,实现企业稳健发展。

4) 增强企业的竞争能力

好的会展策划方案能够充分发挥企业的自身优势,利用一切可以利用的条件和机会,最大限度地保持企业的主动性,增强企业的竞争能力,从而增加企业在市场竞争中达到预期目标的机会。

● 1.2 会展策划的基本原则

会展企业在进行项目策划时要遵循市场经济运行的客观规律和会展活动的基本原则。会展策划的基本原则有:利益主导原则、整体规划原则、可操作性原则、创新性原则、规范性原则。

1.2.1 利益主导原则

会展企业要获得可持续发展,每一个项目的推出都应实现某种预期的目标利益,企业在策划时应该考虑的利益包括:

1) 会展企业自身的利益

会展企业对每一个会展项目都要在人、财、物、时间等方面进行投入,这些投入都希望获得报酬。所有会展策划都是从企业的利益出发而开展的,策划任何项目都要在考虑使企业尽量实现“投入—产出”的最大化的基础上进行,能否保证会展企业自身利益的实现是衡量一项策划是否成功的主要指标。企业的利益包括长远利益和短期利益,在策划时应合理协调长远利益和短期利益的关系,保证企业健康持续发展。

2) 目标客户的利益

会展企业的目标客户是会展企业生存发展的根本。只有满足客户的要求,为客户实现价值,企业自身的利益才能获得实现。因此在进行会展项目策划时,要充分考虑客户希望获得哪些利益,并为此进行合理的设计安排。比如一项展览策划,就是要通过策划,为参展企业提供使其在参展中获益的方案,包括展位的设计、展品的摆放、广告的投放、专业观众的来源、参展商的贸易机会等。一项理想的会展策划应该是一项实现客户和企业自身利益的双赢的策划。

1.2.2 整体规划原则

会展策划是一项系统工程,它要将相关联的事物联系起来并进行整合,再围绕企业的整体目标展开。一场成功会展项目的举行,从展前的准备到展后的评估,包括会议场地的选择、食宿安排、出席者邀请函的设计和分发、会展期间的组织与管理,所有这些事项都是会展的组成部分。为保证会展的成功举行,策划者要对每一项工作进行统筹安排,在有限的时间内用最有效的方式进行计划和协调。企业的策划是为企业的整体目标服务的,虽然有时在对某个细分目标进行策划时会有所侧重,但局部工作应服从整体目标,以整体目标的实现为重。

1.2.3 可操作性原则

会展项目策划不但要为会展活动提供策略指导,而且要为它们提供具体的行动计划,使会展活动能够在总体策略的指导下顺利进行。会展项目的实施是会展项目策划的直接目的,会展项目的策划应该有充分的可操作性。会展项目的可操作性原则要求在做项目策划案时,要结合市场的客观实际情况,以及会展企业的具体情况、实施能力进行。否则,再好的策划创意都将失去意义。

1.2.4 创新性原则

创新是会展企业得以发展的动力,是会展项目赖以生存和发展的主要手段。会展策划的创新就是在进行策划设计时不要拘泥于现状,应源于现状而高于现状,立足现在而着眼于未来,运用超前的创意设计出新颖而又可行的行动方案,达到出奇制胜的效果。会展策划的创新主要表现在:会展理念的创新、目标的选择与决策创新、组织与管理的创新、会展设计的创新。

1.2.5 规范性原则

会展策划的规范性原则要求,首先,必须遵守法律的原则,在不违反法律法规的前提下开展会展策划。我国会展方面的法规主要包括国务院颁布的行政法规和其他一些规范性文件,如《中国加入世界贸易组织服务贸易谈判中关于展示和展览服务中的承诺和减让》以及国家工商行政管理局发布的《商品展销会管理办法》、《展览会的章程与海关对展览品的监管办法》等。其次,必须遵循伦理道德的原则,在不违背人们的价值观念、宗教信仰、风俗习惯等条件下进行策划。另外,会展策划必须遵循行业规范,做到管理规范、程序合理、操作有方、竞争有序。

● 1.3 会展策划的内容和基本流程

1.3.1 会展策划的内容

会展策划是一项综合性的工程，它所涉及的内容包括：会展项目立项策划、会展实施方案策划、会展品牌策划、会展营销策划、会展项目管理策划等。

1) 会展项目立项策划

在会展策划工作中，会展企业首先面临的问题就是必须确定举办什么样的会展项目以实现自身的经营目标。会展立项策划是举办会展项目的第一步。在进行项目立项策划时，会展企业对即将要举办的项目进行广泛市场调查，充分掌握各种市场信息和相关产业信息，了解相关法律法规。在此基础上，通过采用“新立题材、分列题材、拓展题材、合并题材”中的一种方法或几种方法的综合进行会展项目题材的选定。最后建立起会展项目的基本框架，提出举办会展项目的初步规划，包括会展项目的名称、举办会展项目的机构、会展项目适用范围、会展项目的开办时间、会展项目的规模、会展项目的定位、招展招商计划、现场管理计划、相关活动计划等，并利用现有的信息采用科学的分析方法对该会展项目的市场发展前景作出初步预测。

2) 会展实施方案策划

会展的实施是会展活动的中心环节，也是会展策划的重心。举办一个会展项目需要多方面进行配合，也需要对多方面进行协调。为此，会展项目的组织者需要制定一系列的具体实施方案来保证会展项目的成功。例如，一项展览会的实施方案包括指定展位承建商、展品运输代理商和展会旅游代理，制定展览会接待方案，编制参展商手册，建立展览会网站，具体安排广告宣传工作、招展工作、会展设计工作及会展相关活动等。这些实施方案可以分为三大类：展会支持性方案、现场管理方案和招展招商方案。

3) 会展品牌策划

品牌作为现代市场竞争的重要手段之一，其地位越来越突出。有优秀的品牌会展项目在会展业中具有无可比拟的优势，它是会展企业面对瞬息万变的市场环境而能立于不败之地的重要保证。例如，每年举办的广交会，由于其强大的品牌号召力，每年的展位都是供不应求，前来参加的专业观众络绎不绝。因此，通过各种有效的途径来树立会展项目的品牌形象，是会展策划的一个至关重要的组成部分。企业在策划时，应就会展项目进行品牌定位，制定树立品牌的基本策略和品牌宣传与推广措施，通过树立品牌形象吸引目标客户，建立企业的核心竞争能力。

【知识链接 1—1】

如何建立博览会品牌

专家提出，建立博览会品牌需要采取以下五个步骤：

第一，通过大量的、科学的专业市场调研分析，建立博览会核心价值以及定

位,建立一个动态的客源预测体系。

第二,确立博览会品牌形象,建立博览会品牌金字塔和品牌体系结构。

第三,启动并引入品牌并进行广泛的视觉形象传播。应研究全国各地公众与企业的特性,设计区域性的传播与推广方式。

第四,借助于现代传媒和各种营销载体,进行及时、有效、多元、广泛的宣传,把博览会主题、丰富多彩的内容、多样性的价格和个性化的服务广泛推介。

第五,对博览会品牌活动的实施进行监测和评估,对出现的问题进行原因的深刻剖析,找到改进的关键因素。

资料来源 刘登义:《打造有超强竞争力、基业长青的博览会品牌》,中国—东盟博览会官方网站, http://www.caexpo.org/gb/aboutcaexpo/caexponews/t20080401_78579.html。

4) 会展营销策划

会展营销策划极为重要,它不仅是提高会展企业营销效率的重要途径,也是贯彻企业营销理念的重要一步。通过营销策划过程,企业可以系统地整理自己的想法,科学地选择营销方法和步骤,高效率地将会展的产品或服务推向目标市场。会展营销策划包括营销战术策划和营销战略策划两个部分。营销战术策划主要包括会展产品策划、价格策划、销售渠道策划、促销策划、服务策划等内容。营销战略策划主要包括寻找会展企业的市场营销机会、选择目标市场、市场定位策划、企业发展战略策划、企业竞争战略策划等内容。

5) 会展项目管理策划

会展项目管理,就是会展项目的管理者在有限的资源约束下,运用系统的观点、方法和理论,对会展项目涉及的全部工作进行有效地管理,即从项目的投资决策开始到项目结束的全过程进行计划、组织、指挥、协调、控制和评价,以保证项目目标的实现。会展项目管理是保证会展企业能够按时在预算范围内完成其目标的重要工作,它能有效地控制、解决会展项目实施过程中出现的跨领域、跨部门的复杂问题,提高会展企业的运营效率。会展项目管理策划包括会展服务与现场管理策划、会展物流管理策划、会展沟通管理策划、会展危机管理策划。

1.3.2 会展策划的基本流程

1) 成立策划工作小组

会展策划工作复杂,涉及面广,需要集合各部门的人才分头负责,集体决策,所以要成立会展项目策划工作小组。会展策划工作小组组成人员包括:

①策划主管。策划主管负责沟通、协调各策划人员的工作,全权负责策划方案制订或修订。

②策划人员。策划人员负责编拟会展项目计划。

③文案撰写人员。文案撰写人员负责撰写各类会展文案,包括会展常用文书、会展业务社交文书、会展业务推介文书、会展业务合同文书等。

④美术设计人员。美术设计人员负责各种类型视觉形象的设计,包括广告设计、展示空间设计等。

⑤市场调查人员。市场调查人员负责进行市场调查及提交市场调查报告。

⑥媒体联络人员。媒体联络人员负责进行媒体宣传推广。

2) 进行市场调查与分析

会展市场调查与分析是会展策划的基础,它是以科学的方法,有系统、有计划、有组织地收集、记录、整理和分析与会展相关的各种信息,从而为会展项目的确立和会展方案的设计提供科学依据的活动。只有在全面收集有关会展信息,并加以科学分析的基础上确立的会展策划,才能确保其总体目标的实现。在进行市场调查时,不仅要考虑本地区的优势和主导产业,还要考虑重点发展中的行业、政府扶持的行业等。

会展市场调查与分析的内容十分广泛,主要包括以下五个方面:①产业环境;②目标市场;③政策法规;④同类会展;⑤自身资源。

【案例分析1—1】

举办2011中国(长葛)国际建筑机械及专用车辆博览会的市场分析

中国(长葛)国际建筑机械及专用车辆博览会由国家工程机械质量监督检验中心、中国建筑业协会机械管理与租赁分会、中国市政工程协会施工专业委员会、长葛市人民政府联合主办,《建设机械与技术管理》、《市政技术》、中国工程机械品牌网等专业媒体支持,影响大、规格高。

长葛市有建筑机械生产及配套企业1000余家,在全国各地均有长葛市建筑机械、工程机械销售网点,销售从业人员20000余人。2010年中国工程机械工业协会授予长葛市“中国小型建筑机械产业基地”称号。长葛市于2010年10月成功举办了全国建筑机械交易会,全国各地600多个建筑机械生产企业参会,与会客商数量达到5000多人。在建筑机械行业内众多知名企业和相关协会机构的大力支持下,长葛建筑机械及专用车辆博览会已经成为我国最具规模、最具影响的区域品牌,在业内享有极高的声誉。本届国际建筑机械及专用车辆博览会一定能够吸引更多的国内外知名企业参展,在参展团数、参展项目、交易额及合同签订数等方面一定会有新的突破。

资料来源 <http://expo.machine365.com/details/Freedetail-18204.html>。

分析提示:通过文案调查法对历史资料进行比较分析,是常用的一种市场调查分析方法。这种方法经济实用,具有很高的参考价值,为企业策划决策提供有力的依据。

3) 制订会展项目的行动方案

会展项目的开展需要制定一个统筹兼顾的方案,要选择合适的举办时间,各项会展活动在时间和空间上也要做到相互搭配。

(1) 使方案具体化

会展策划方案的思路和架构建立以后,应形成一个可供操作的具体措施,并要明确如下内容:会展项目的目标、实现会展项目目标的环境、会展项目营销战略战术、会展相关活动的开展、会展策划方案的效果与评估、会展策划方案实施的附加

条件。任何一个会展策划方案都会受到人力、财力、时间的限制,应实事求是地分析方案的可行性。在制订方案时,应征询各部门的意见,与各方进行沟通、协调,争取得到各部门的支持,使策划方案能成功实施。

(2) 设计行动日程表

会展对时间的要求十分严格。举办会展的时间一旦确定就很难更改。因此,会展项目的行动日程必须要精心设计,策划方案的制作和实施不能拖延,每个环节的的开始和结束都应该有明确时间,这样才能保证方案的实施能够按时按质进行,否则就会严重影响会展的成功举行,甚至最终导致会展的失败。

4) 制订预算方案

开展会展项目,涉及资金的调度和使用以及项目收支结算。企业对项目的收支、盈亏要有初步的预算,以便进行财务管理。在制订策划方案时,必须要考虑企业的资金状况,资金的使用安排要合理。良好的财务管理和预算控制是筹办会展最重要的因素之一,如果预算安排得当,可以起到增加收益、提高效益的作用。在制订预算时必须做到有计划、有步骤,不断更新信息。

制订一份会展项目预算成本费用一般包括:

- (1) 场地费用,主要是指展览场地或会议场地的租金、场地装备费用等。
- (2) 行政管理费用,包括公司行政管理人员的工资、行政办公费用等。
- (3) 宣传推广费用,包括广告宣传费用、资料设计和印刷费用、资料邮寄费用、新闻发布会费用等。
- (4) 招展和招商费用,如代理费、佣金等。
- (5) 相关活动经费,包括技术交流会、研讨会、纪念品、酒会、接待费用等。
- (6) 其他不可预测费用。

举办一项会展项目的收入一般包括:

- (1) 会务费或展位费收入。
- (2) 门票收入。
- (3) 企业赞助收入。
- (4) 其他收入。

【案例分析1—2】

某国际家具博览会暨国际木工机械展览会相关活动经费预算

一、中国西部家居发展论坛(15万元)。

- A. 邀请3~5家省家居协会和50家具有国内外知名品牌的家居厂商的往返机票和食宿费用。
- B. 参观西部重点发展项目的车费(两辆豪华大巴)。
- C. 媒体投放广告的费用。
- D. 向参会人员赠送纪念品的费用。

二、现场特价拍卖需要准备精美礼品2000个,每个大约50元,共计10万元。

三、购物送名人字画活动,需要准备名人字画300幅(5万元)。

四、举办文艺演出（15万元）。

- A. 明星出场费。
- B. 演艺团演出费。
- C. 小礼品。

五、嘉宾三日观光游，大约有100人参加（15万元）。

- A. 门票。
- B. 消费。
- C. 住宿。

共计需要人民币60万元。

资料来源 《家具博览会与木工机械展览会策划方案》，http://www.wenmi114.com/wenmi/fanwen/qihuawenan/2007-01-29/200701299849_2.html。

分析提示：这是某国际家具博览会暨国际木工机械展览会相关活动费用预算方案。相关活动可以为会展项目营造更好的气氛，吸引众多相关人士的关注，也是会展企业树立形象的一项工程。会展相关活动费用是会展项目不可缺少的费用支出项目之一。

5) 撰写项目策划方案

撰写项目策划方案就是将会展策划的最终成果整理成书面材料，即策划书，也叫企划案。其主体部分包括现状或背景介绍、分析、目标、战略、战术或行动方案、效益预测、控制和应急措施，各部分的内容可因具体要求不同而详略程度不一。广义的会展项目策划方案可以涵盖经市场调查而产生的可行性研究报告、项目意向书、项目建议书以及广告策划书、宣传手册等，包括围绕某次会展的展前、展中、展后所有的策划文案。

会展策划书是表现和传达会展策划内容的载体，一方面是会展策划活动的主要成果，另一方面也是企业开展会展活动的行动计划。它的作用主要有：第一，帮助会展策划人员整理信息，全面、系统地思考企业面临的各种问题；第二，帮助策划人员根据企业内外部环境找出企业开展会展活动存在的问题，为企业寻找解决问题的方法及其依据；第三，帮助会展策划人员与企业决策者进行沟通；第四，帮助企业决策者判断会展方案的可行性；第五，帮助企业管理者更有效地实施会展管理活动。

6) 评估与修正

会展策划的评估与修正主要包括项目考评、阶段考评、最终考评和反馈改进等内容。

(1) 项目考评。会展策划的实施一般是分项目一步一步进行的。因此，每一个项目完成以后都要对项目 and 整个会展策划案进行回顾，以判断项目的完成情况，及时发现和解决问题。当项目完成不理想时，会展策划人员与会展管理者要找出原因和解决对策，必要时，还要对整个会展策划方案作出调整。

(2) 阶段考核。阶段考核一般在一个标志性的项目完成以后进行。例如，一