

21 世纪高等院校
会展管理精品教材

会展文案

许传宏 编著

清华大学出版社



014007392

H152.3
397

会展文案

许传宏 编著



北航

C1694014

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

现代会展是包含会议、展览、节事、演出、赛事等在内的一个完整的体系。因而,本书在阐述会展方案的基本理论之后,重点围绕会展立项策划文案、会展主题文案写作、会展宣传文案、会议文案、展览文案、节事文案、演艺文案、赛事文案等进行写作指导。本书在编写体例上简明、新颖、实用,每一章都包括学习目标、基本概念、正文、本章前沿问题、练习与思考等内容安排,给读者带来学习上的方便与直观。本书可以作为会展及相关专业的教材使用,也可以作为会展从业人员的培训、进修及参考书使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

会展文案/许传宏编著. —北京:清华大学出版社, 2013

(21世纪高等院校会展管理精品教材)

ISBN 978-7-302-32763-9

I. ①会… II. ①许… 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(2013)第 131083 号

责任编辑:陆滢晨

封面设计:张 冉

责任校对:宋玉莲

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:三河市君旺印装厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:16.75

字 数:350千字

版 次:2013年7月第1版

印 次:2013年7月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:36.00元

产品编号:045350-01

编 委 会

总主编：冯学钢

副主编：张凌云 邹统钎 高 峻 徐红罡

编 委：（按姓氏笔画为序）

王春雷 王江英 由亚男 冯娴慧

许传宏 刘德艳 刘明广 江金波

何会文 吴 泓 李 玺 李智玲

汤亚东 庞 华 罗秋菊 张跃西

胡 平 黄 彬 蓝 星 焦 黎

辜应康 戴光全

2011年年底,商务部出台了《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》,明确了“十二五”期间,促进会展业发展的指导思想、基本原则、主要任务和保障措施,是我国会展业发展的第一个中长期指导性文件。文件提出的“整合资源、错位发展、提高质量、调控总量”的发展宗旨,有利于我国会展业健康发展。我想把这十六个字放在会展教育领域也是非常适合的。

整合资源。进入21世纪以来,我国会展经济硕果累累,会展教育也得到了迅速发展,会展教育资源能否得到充分利用,是一个绕不开的话题,不过如何整合资源是一个重大课题,是用市场手段,行政手段,还是两种手段皆有之?整合资源必然会损害某些业者的利益,如何处理这些关系,或采取某些兼并措施,都是值得研究的课题。

错位发展。会展教育有高等学校,有中等学校,有本科,有专科,还有研究生,学校如何错位?是项目的错位?城市之间的错位?错位需要规划。如果我国能在整合资源及错位发展上下真功夫,或者会牺牲部分人的利益。资源整合与错位发展,说说容易,做起来还要下工夫。

提高质量。如果前八字是手段,真正的目的就是这四个字,像贫富悬殊一样,好的特别好,差的不堪入目,大部分处于中间浮移状态。特别差的当然要砍掉,所以提高质量主要是指处于中间状态的会展教育机构,这部分量大而难搞。如何提高,如何转型,如何整合,如何扶持,等等,都是重要课题。

调控总量。就会展专业本科而言,全国已经有40多所学校开设,部分城市的学校也比较集中。不过毕业生签约率不高的信号已经传出,因此总量是否应该适当控制呢?这是一个值得研究的话题。

改革开放30多年来,我国会展的发展速度是惊人的,成绩是主旋律,会展业对国民经济的贡献也是很大的。我们在欢欣鼓舞的同时,也必须保持冷静的态度,尤其是会展工作管理者、研究者更应以实事求是的精神去认识、总结经验,吸取教训,那么我们对我国会展业更健康成长必然有期望,尽早实现在世界会展舞台高端运行也会更加有期望。

中国会展经济研究会会展教育与培训专业委员会和清华大学出版社联合全国多家知名高校编辑一套全新的会展教材,我们认为是有必要的,一是因为“后奥运”和“后世博”时代我国会展经济出现了一些新的特点,需要及时认识,及时总结;二是会展教育和会展产

业的同步性与适应性进一步协调,这些都会对会展教材提出了新的要求。因此,尽管会展教材从数量上来看并不少了,但是新形势背景下的教材还是需要的,这也体现了我国的会展教育正在与时俱进,整合推进的发展。

参加本套教材编写的作者源于华东师范大学、上海师范大学、东华大学、上海对外经贸学院、浙江大学、中山大学、华南理工大学、北京联合大学、南开大学、上海工程技术大学、上海第二工业大学、新疆师范大学、新疆财经大学、澳门城市大学。

编写教材是一件吃力不讨好的工作,需要作者们的辛勤工作,因此向本套教材的作者表示敬意,同时也希望他们的劳动获得社会的认可,希望这一套教材能够为我国会展教育贡献力量。

中国会展经济研究会会展教育与培训专业委员会

21 世纪高等院校会展管理精品教材编委会

2013 年春

序 二

党的十八大胜利召开,我国各项事业都面临着新的发展形势,会展业也继续保持了蓬勃发展的良好势头。我国“十二五”规划已经提出了“促进会展业健康发展”的目标。规划实施两年来,会展业出现许多新的东西,诸如:新的会展业态、新的活动形式、新的理论观点、新的实践探索。其中“大会展”的概念就逐步明晰,“大会展”的内容也更加丰富。目前,“大会展”的范围涵盖了展览、会议、节庆、赛事、演艺及奖励旅游等多个方面,成为会展城市广泛关注的领域。此外,会展产业与文化创意产业的联系与结合也日益紧密;商务部作为全国会展业的政府主管部门,又先后出台了《指导意见》、《资金扶持》等文件,并在上海、天津建设国家级会展项目。这些都是中国会展业发展的新背景、新情况,新特点。为此,我国的会展教育工作者必须关注这些变化和动向;相应的,会展教材也需要与时俱进,及时更新。

知悉中国会展经济研究会会展教育与培训专业委员会和清华大学出版社联合全国多家知名高校编辑了这套全新的会展教材,并着力体现上述情况和精神,我感到非常欣慰,并愿为这套教材做序。在与编委会及部分作者交流探讨以及对书稿研读之后,我感受到本套教材确有一些值得推荐的亮点。

一、选题精准。本套教材主要围绕“大会展”的概念进行编写,提出了会展业在开展“大会展”活动中面临的一些焦点、热点和难点问题,并相应进行了理论思考,因此具有选题精准、视野宽广、观点较新的显著特点。

二、作者较强。本套教材的作者群既有来自高校的教师,又有来自行业的经营管理者;既有重点大学的本科专业教师,也有专科层次的老师;还有境外的专业师资参与;故阵容比较强大。

三、体系完整。本套会展教材围绕导论、新业态和管理职能等方面,进行多角度、多模块的组合,努力做到理论与实务相结合,体现了“出精品,成系列,建体系”的指导思想。

四、配置灵活。本套新编教材吸取了以往各种会展教材的长处和经验,既考虑到使用本教材不同院校的共同需求,又力求使每本教材各具特色,便于不同院校有所取舍。所以,它的配置是很灵活的。

应该说,编写一套教材就是一项系统工程,需要作者们和出版社的辛勤工作与大量付出;也需要会展业界的广泛支持和集思广益。希望这套教材能够满足会展教育在会展新形势下的新需求,并为我国的会展教学、理论研究和教材编写起到承上启下、开拓创新的作用,为推动我国会展教育事业的发展贡献力量。

中国会展经济研究会

陈泽炎

2013年春

会展文案的写作是以语言文字为工具,在逻辑完整、资料妥当的基础上,遵循一定的写作规范和文章体式,以记录和传递实用性会展信息为目的,以揭示会展活动的规律为宗旨,全面推进会展策划、组织、运营和管理等各项工作的完成而进行的一种实践活动。本书包含了会展组织工作者日常工作中常用的文案类型,并重点就会展立项策划文案、会展主题文案写作、会展宣传文案、会议文案、展览文案、节事文案、演艺文案、赛事文案等进行系统的写作指导。通过丰富的范例,详细介绍了会展文案的特点、作用、格式、写作要求。

本书编写注重吸收国内外会展文案相关理论研究的新成果,突出教材的创新性特点,编写逻辑体系独特,特色鲜明:

一是突出学习目标,提出所要解决的问题;

二是理论与概念阐述精要,便于掌握记忆;

三是通过案例解析,文案示范,重点突出;

四是语言简洁明快,内容实用,具有很强的针对性和指导性;

五是练习作业充分考虑会展文案写作的特点,形式多样,效果突出。

全书为文案写作人员提供了宝贵的系统指导和参考资料,观点鲜明、内容翔实、案例典型、宜教宜学。

本书在编写过程中,得到了清华大学出版社刘志彬主任、陆滢晨编辑等的大力支持;同时,作为会展学科专业质量内涵建设成果之一,也得到了上海市教委内涵建设项目“艺术与科技特色专业建设与卓越人才培养”(项目编号:B-8932-12-0109)以及上海工程技术大学教学建设项目(项目编号:A-2600-12-01080)的支持,在这里,一并表示深深地感谢!

许传宏

2013年5月于上海

目录

第一章 会展文案概述	1
学习目标	1
基本概念	1
第一节 会展文案的含义与种类	1
一、关于文案	1
二、会展文案的含义	2
三、会展文案的种类	2
第二节 会展文案的特点和作用	5
一、会展文案的特点	5
二、会展文案的作用	6
第三节 会展文案写作的基本要求	7
一、主题要鲜明集中	7
二、材料要典型可靠	7
三、结构要完整规范	8
四、语言要精练准确	9
第四节 会展文案范例	9
一、中国正式确认参加 2015 年意大利米兰世博会	9
二、上海世博会中国馆展示概念策划方案(节选)	10
三、中非合作论坛第五届部长级会议北京宣言	12
本章前沿问题	15
练习与思考	15
第二章 会展项目立项策划文案	17
学习目标	17
基本概念	17

第一节 会展项目立项策划文案的概念和特点	17
一、关于会展项目立项策划	17
二、会展项目立项策划文案的概念	18
三、会展项目立项策划文案的特点	18
第二节 会展项目立项策划文案的主要内容	19
一、会展项目申办报告	20
二、会展项目市场调查文案	24
三、会展项目可行性论证报告	26
第三节 会展项目策划书	30
一、会展项目策划书的概念	30
二、会展项目策划书的内容	30
第四节 会展立项策划文案范例	33
一、北京奥运会《申办报告》简报	33
二、国际会展中心建设项目投资可行性研究报告纲目	35
三、2011 年上海旅游节“都市精品”系列方案	39
本章前沿问题	44
练习与思考	44
第三章 会展主题文案写作	47
学习目标	47
基本概念	47
第一节 会展主题的概念与类型	47
一、会展主题的概念	47
二、会展主题的类型	48
第二节 会展主题的选择与确定	51
一、影响会展主题选择与确定的因素	51
二、会展主题选择与确定的原则	54
第三节 会展主题文案的写作要点	56
一、结合时势变化	56
二、突出竞争优势	57
三、体现专业性质	57
四、拓展发展空间	59
第四节 会展主题文案范例	59
一、2010 年上海世博会的主题	59

二、博鳌亚洲论坛的主题	61
三、上海双年展的主题	62
本章前沿问题	63
练习与思考	63
第四章 会展宣传文案	65
学习目标	65
基本概念	65
第一节 会展宣传的概念与类型	65
一、会展宣传的概念	65
二、会展宣传的类型	66
第二节 会展宣传的内容与原则	67
一、会展宣传的内容	67
二、会展宣传的原则	68
第三节 会展宣传文案的写作	68
一、会展广告的写作	68
二、会展新闻宣传文案	72
三、公关活动文案	74
第四节 会展宣传文案范例	77
一、蓉城创意服饰节宣传与活动设计	77
二、北京国际科技产业博览会的宣传推广	80
三、中国国际创意设计大赛征稿公告	84
本章前沿问题	90
练习与思考	91
第五章 会议文案	93
学习目标	93
基本概念	93
第一节 会议文案写作概述	93
一、会议的概念	93
二、会议文案的种类	94
三、会议文案的写作要求	95
第二节 会议准备文案	96
一、会议策划方案	96

二、会议通知写作	102
三、会议手册编制文案	107
第三节 会议接待方案	109
一、会议接待方案的含义	109
二、会议接待方案的基本内容	109
三、会议接待方案的编写	110
第四节 会议文案范例	110
一、第十八届中国兰州投资贸易洽谈会总体方案	110
二、第 28 届国际天文学联合会大会志愿者招募文案	116
三、中国(深圳)国际创新大会方案	119
本章前沿问题	122
练习与思考	122
第六章 展览文案	124
学习目标	124
基本概念	124
第一节 展览计划的写作	124
一、展览计划的概念	124
二、展览计划的类型	124
三、展览计划的写作	125
第二节 展览会刊制作文案	129
一、展览会刊的概念	129
二、展览会刊的主要内容	129
三、展览会刊的编写要求	132
第三节 招展招商文案写作	132
一、招展文案	132
二、招商文案	135
第四节 展览合同编制文案	137
一、展览合同的概念	137
二、展览合同的主要内容	138
三、展览合同的编制要求	141
第五节 展览文案范例	143
一、第 111 届中国进出口商品交易会出口展参展手册	143
二、中国(北京)国际服务贸易交易会展商须知	146

三、展览设计搭建服务合同书	148
本章前沿问题	150
练习与思考	150

第七章 节事文案 153

学习目标	153
基本概念	153
第一节 节事文案写作概述	153
一、节事与节事文案	153
二、节事文案的类型	154
三、节事文案的写作要求	155
第二节 商贸节事活动组织文案	156
一、商贸节事活动概述	156
二、商贸节事活动策划文案	156
三、商贸节事活动现场管理文案	158
第三节 婚庆活动策划文案	161
一、婚庆活动策划的概念	161
二、婚庆活动策划的流程	162
三、婚庆活动策划书	164
第四节 节事文案范例	169
一、中国豆腐文化节简介	169
二、第 22 届青岛国际啤酒节参节指南	173
三、经典主题婚庆策划方案	177
本章前沿问题	178
练习与思考	179

第八章 演艺文案 181

学习目标	181
基本概念	181
第一节 演艺文案写作概述	181
一、演艺文案的概念	181
二、演艺活动的特点	182
三、演艺文案的写作要求	182

第二节 演艺活动策划案的内容	183
一、演艺活动策划的概念	183
二、演艺活动策划的基本流程	183
三、演艺活动策划案的主要内容	185
第三节 演艺活动策划手册的编写	185
一、演艺活动策划手册的概念	185
二、演艺活动策划手册的主要内容	186
三、演艺活动工作单样本——联系名单	190
第四节 演艺文案范例	193
一、《印象·刘三姐》演艺文化的成功范本	193
二、世界工程师大会“工程师之夜”演艺方案	196
三、民族运动会开幕式文艺表演总策划的六大亮点	198
本章前沿问题	200
练习与思考	200
第九章 赛事文案	202
学习目标	202
基本概念	202
第一节 赛事文案写作概述	202
一、赛事文案的概念	202
二、赛事活动的策划与组织	203
三、赛事文案的写作要求	203
第二节 赛事活动策划文案	204
一、赛事活动策划文案的特性	204
二、赛事活动策划文案的构成	205
三、赛事活动策划文案的主要内容	205
第三节 赛事报道文案写作	210
一、赛事报道文案的概念	210
二、赛事报道文案的特征	210
三、赛事报道文案的写作要点	211
第四节 赛事文案范例	212
一、2013 世界超级模特大赛中国冠军赛	212
二、“李宁杯”全国极限精英邀请赛策划书	217
三、中央电视台 2012 年伦敦奥运会报道方案	219

本章前沿问题·····	223
练习与思考·····	223
第十章 会展评估与总结文案·····	224
学习目标·····	224
基本概念·····	224
第一节 会展评估文案·····	224
一、会展评估的概念·····	224
二、会展评估的工作程序·····	225
三、会展评估报告的撰写·····	226
第二节 会展总结文案·····	228
一、会展总结的含义及作用·····	228
二、会展总结与展后评估报告·····	228
三、会展总结报告的主要内容·····	228
第三节 会展评估与总结文案范例·····	229
一、第二届中国—东盟博览会评估报告(总体评价部分)·····	229
二、第18届中国义乌(国际)小商品博览会参展商数据分析·····	237
三、2012 汉诺威工业博览会展后报告·····	240
本章前沿问题·····	242
练习与思考·····	242
第十一章 会展文案人员的专业素质与培养·····	244
学习目标·····	244
基本概念·····	244
第一节 会展文案人员的素质要求·····	244
一、文化素质·····	244
二、能力素质·····	245
三、经验素质·····	245
第二节 会展文案人员专业素质的培养·····	246
一、学校教育·····	246
二、公司实践·····	246
三、其他途径·····	247
第三节 与会展文案写作人员共勉·····	247
一、会展对你来说很重要·····	247

二、要有惊人的统筹力	248
三、充满挑战与机会	248
本章前沿问题	249
练习与思考	249

参考文献	251
------------	-----