# 2024年会展项目策划书5000字(四篇)

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-10-04

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧会展项目策划书5000字篇一一...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**会展项目策划书5000字篇一**

一、参加范围

全省120家博物馆纪念馆，重点是71家免费开放的博物馆纪念馆。

二、活动内容

(一)举办革命文物陈列展览

各馆根据自身藏品情况，举办丰富多彩的革命文物专题陈列展览，满足广大观众特别是青少年增长知识、接受教育的需要。省博物馆将举办《亲切的关怀——毛泽东、邓-小-平、江-泽-民等党的三代主要领导视察安徽省博物馆特展》，安庆市博物馆将举办《光辉历程——陈独秀等党的早期革命志士在安庆活动史迹展》，泾县新四军军部旧址纪念馆将举办《中共中央东南局史料陈列展》，同时继续完善《新四军军史陈列》。

(二)送展进机关、进学校、进社区、进军营

各博物馆纪念馆利用“三下乡”和文艺演出等活动，将本馆具有代表性的革命文物实物、图片、史料等制作成图文并茂的展板，送展进机关、学校、社区、军营，同时为观众讲解。省博物馆将制作《没有就没有新中国》、《陈毅的壁诗——解放南京》、《时代的楷模——沈浩》等展板，送展进合肥市公安局、安农大、安三孝光明街道、解放军电子工程学院等。同时组织“革命文物宣讲小分队”，走进永红路小学、合肥工业大学、武警指挥学院、江汽集团、蜀山监狱等进行宣讲，宣讲内容有“领袖的风范”、“老政治犯——小萝卜头”、“传奇将军李克农”等，并定期向来馆参观的观众特别是青少年进行宣讲。淮南市博物馆将制作《淮南革命史迹展》送到矿区展览。怀宁县博物馆开展“送展进校园——走进石牌”活动。青阳县博物馆配合文化下乡活动开展送《青阳革命史迹展》进广尝社区和乡村巡展活动。

三、时间安排

2月制定方案并发文部署

3—4月各馆制定陈展方案，各市制定工作方案并上报

5—6月各馆施工制作展览、展板

7月陈列展览对外开放

8—9月送展进机关、学校、社区、军营。

**会展项目策划书5000字篇二**

一、活动背景

围棋是我们汉民族传统文化中的瑰宝，体现了汉民族对智慧的追求，古人常以“琴棋书画”论及个人的才华和修养，其中的“棋”指的就是围棋。为人们形象比喻为黑白世界的围棋，是我国古人喜爱的娱乐竞技活动，同时也是人类历史上最悠久的棋戏。由于围棋将科学、艺术和竞技三者融为一体，有发展智力，培养意志品质和机动灵活的战略战术思想意识的特点，因而，几千年来长盛不衰，逐渐地发展成了一种国际性的文化竞技活动。

为了增强校园的文化氛围和青春气息，为同学们提供提供一个展示自我才华、加强彼此交流的平台，通过本次大赛，进一步提高棋艺，共同进步。

二、活动目的

展示传统的棋艺竞赛，弘扬中国民族文化;进行激烈的棋艺比拼，发扬时代竞技精神;提倡良好的棋德棋风，增添棋友博弈乐趣。

三、组织机构

主办单位：日照市围棋协会

协办单位：日照职业技术学院，曲阜师范学院，山东水利学院，山东外国语学院，济宁医学院

四、活动时间：20xx年10月20日—10月21日

五、活动地点：待定

六、参与人员：

1.各学校参赛选手.

2.比赛裁判

3.服务人员

七、竞赛办法

(一)执行国家体育总局审定的最新围棋竞赛规则。

(二)各组比赛均采用积分编排制，根据参赛人数确定各组轮次及升段名次。

八、裁判及仲裁

(一)裁判长及部分裁判员、仲裁由日照市围棋协会选派。

(二)仲裁委员会人员组成和职责范围按照“仲裁委员会条例”执行。

九、报名报到

(一)报名

请于10月13日前将报名表发电子邮件至截止后一律不再接受报名;不接受个人报名，请挂靠各学院报名。

联系人：辛 雨

电话：， 172183

(二)报到

各队于10日20日上午报到，召开领队会。

十、未尽事宜另行通知。

参赛队：待定 每局比赛时间：

先后手判定方式：为保证比赛公平，比赛采用翻拍的方式决定双方队员先后手。方式：双方队员对两张背面朝上的扑克牌进行翻拍，翻到红色花色的扑克牌执先，翻到黑色花色的扑克牌执后。

积分制评分标准：执后胜者得11分，执先胜者得10分;执后平者得6分，执先平者得5分 ;负者不得分。

现场人员及分组安排

a、分组安排：略

b、人员安排：

每个场地安排一名主裁负责宣读比赛规则以及在比赛选手在不服从副裁判决时进行核查调解并进行最终判决。

每个场地安排10名副裁负责，每2名负责一组比赛，其中10人中2人负责对比赛结果进行统计围棋规则

第一条 、终局1、棋局下到双方一致确认着子完毕，为终局。

2、对局中，有一方中途认输，为终局。凡比赛一方弃3、双方确认的终局，确认的次序应是，先由轮走方，后是对方以异色棋子一枚放于已方棋盘右下角的线外。

第二条、活棋和死棋

终局时，经双方确认，不能避免被提取的棋，都是死棋。 终局时，经双方确认，不能被提取的棋，都是活棋。

第三条、计算胜负

双方下子完毕的棋局，计算胜负采用数子法。

先将双方死子全部清理出盘外，然后对一方的活棋(包括活棋围住的点)以子为单位进行计数。

双方活棋之间的空点各得一半，一个即为一子。

胜负的基准以棋盘总点数的一半180又1/2 点为归本数。凡一方活棋与所属空点的总和大于此者为胜，小于此数者为负，等于此数者为和。 采用贴子方式的棋局，胜负标准另行规定。

第四条、贴子

为了抵消黑方先手的效率，正式比赛在终局计算胜负时，黑方需贴出2又3/4 子。

第五条、计时

计时是保证比赛顺利进行的重要手段之一。一切有条件的比赛应采用计时制度。

1、时限

根据比赛性质的不同，应事先规定一局棋的每方可用时限。棋手用时不得超过规定时限。

2、读秒

在采用读秒的比赛中，应事先规定在时限内保留几分钟开始读秒。

读秒时，凡一步棋用时不足一分钟的不计时间。每满一分钟则在保留时间内扣除一分钟，但不得用完规定时间。

读秒工作由裁判员执行。在30秒、40秒、50秒、55秒、58秒、一分种时各报秒一次。每扣除保留的一分钟，裁判员应及时通知棋手“还剩×分钟”。最后一分钟读秒的方式是30秒、40秒、50秒、60秒、然后、1、2、3、4、5、6、7、8、9……以准确的语声逐秒报出。最后的报法是“10，超时判负”。

快棋比赛的读秒办法，可根据具体情况由竞赛大会另作规定。

第六条对局的暂停

在规定有暂停的比赛对局中(如一日制比赛，中午须暂停等)暂停时间不计入对局时限。

十一、后期总结

1、比赛结果公布：贴到校宣传栏上公布。

2、各部门对本次活动安排组织情况进行总结，对不足之处提出改进意见(100~200字)，为下一次比赛提供借鉴。

十二、宣传方式

冠名，海报宣传，挂横幅，发适量传单，我们的博客

十三、关于赛前通知各棋社比赛信息及内容：

a比赛时间及地点

b比赛流程

c比赛细则

b、关于赛场纪律问题：

裁判可对以下违规情况提出警告。每局比赛选手累计三次警告即可对本局比赛判负。

1、悔棋

2、比赛期间大声喧哗或制造噪音扰乱对手

3、在比赛结束前30分钟内一方下棋过慢或有意拖延比赛时间，由一方举手示意裁判。裁判审核无误对其警告一次，并派一名副裁对双方进行计时，计时时间为15分钟，每步棋限时2分钟，违者提出警告。

c、现场突发情况

对裁判判决不服者，参赛选手有权提出异议，经主裁与副裁共同商议后做出最终裁决。最终裁决不可更改。

十四、后期总结

1、比赛结果公布：贴到校宣传栏上公布。

2、各部门对本次活动安排组织情况进行总结，对不足之处提出改进意见(100~200字)

地理与旅游学院

博弈棋社 20xx年10月8日

**会展项目策划书5000字篇三**

一、展览名称

“览庭”

二、展览主题

曲水流觞，觥筹交错

三、展览宗旨

在人类经济日益精神化的今天，精神性需求或文化消费需求被提高到了一个空前的高度。人们现在更多的是在寻求精神内容的消费，此次展览一方面秉承对优秀民族文化的传承，另一方面力求将展览所带来的社会效益和经济效益相结合，通过展览将展品推向市场，或将带有艺术符号的商品引入展览，以便更好地打开市场，流入市场。“览庭”一展将展品的精神内容统一于对中国传统文化的一个现代方式的诠释，并以创新的理念和富有创意的手段，用展览和现场演示以及多媒体相结合的方式，通过多种手段呈现于受众。旨在带动市场正确的受众性引导和对当前群众极地培育，为文化的产业化发展推波助澜。

四、展览方式和手段

“良辰美景奈何天，赏心乐事谁家院”。“览亭”不仅有庭院之“欣赏”意，更与《兰亭序》中“兰亭”谐音，有群贤集聚于此，“曲水流觞，觥筹交错”，尽数天下英雄之意，用来隐喻“览庭”一展的真切、生动、丰富、自然的交流意境。展览在与古典艺术的清、高、淡、雅这几部分特点相结合的基础上，有选择地挑选当代艺术家与此相关的当代性作品，结合当代多样的艺术展览形式，创造一种地域特色鲜明、风情独具、动静相宜、美仑美奂的艺术空间，让观众沉醉其间，尽享中国传统文化之典雅气息。

五、展览形式和内容

(一)情境营造

在展览区拟建古典庭院、园林、小桥、流水、亭台阁楼，让观众从入口的长廊渐渐进入展览区，并有古典轻音乐作为背景音乐。

(二)区域功能划分

(1)演出区

背景为粉墙黛瓦，中为园门。门后透绿，植芭蕉、翠竹造景。前为台，演员着戏装。演出区前砌一曲池，架一红色木拱桥与观众隔开，池中有莲花灯、五色锦鲤、雨花石，高低错落数枝莲花、荷叶等。背景下方安装彩绘纸伞、手绘纸折扇，营造花卉、假山泉。整个区域呈扇形分布，演出区域与展示区以一曲池相隔。

将演出区域有机地融合到“览庭”一展当中，再演出边围区布置茶水、甜酥等。

(2)展示区

“览庭”展示区包括所有布展设计区域，整个布展围绕“览庭”的核心理念展开，囊括展览当中的任何一点细节。展示区围绕演出区以不同层次不同意境依次展开。

(3)多媒体视听艺术展示

每个区域展区将布置视听装置，所用装置既有内在实用性又具外部设计欣赏性，如将中国古代的审美形式通过现代的电子产品的设计表达出来。

(三)展品

展品包括当代艺术家工笔类作品以及中国古典特色以现代商品的任何一种载体形式呈现的家居实用型用品。

六、展览时间

七、展览地点

江苏省国画院

八、经费预算

九、可行性分析

(一)可开发市场

“览庭”一展旨在开发当代市场中极具开发潜力的一个展览，通过市场引导创立品牌消费群体。也可以定位为一个已具影响力的品牌的一个市场延伸。

(二)可利用资源

受过国内优秀传统文化熏陶的艺术家的创新性的作品，以及当今非物质文化遗产

(三)存在问题

怎样通过“览庭”一展，抓住受众兴趣消费的聚焦点，进行有效的市场开发、运作。(例如相关延文化延伸品)

**会展项目策划书5000字篇四**

一、会展预备阶段的文案的概念：

会展预备阶段的文案是指一次会展从确定展览题材、收集信息、进行展览项目立项策划一直到会展正式开幕前的预先准备阶段涉及到的所有文本文案。

二、会展预备阶段的文案种类：

一般来说，会展预备阶段的文案包括展会立项策划书、展会项目立项可行性研究报告、参展说明书、展会招展方案、展会招展函、招展进度计划、观众邀请函、参展合同、展出工作方案、展会费用预算表、展会宣传推广计划、广告文案等。

第二节 会展预备阶段的文案写作

一、《展会立项策划书》的写作

(一)《展会立项策划书》的概念：

所谓展会立项策划，就是根据掌握的各种信息，对即将举办的展览会的有关事宜进行初步规划，设计出展览会的基本框架，提出计划举办的展览会的初步规划内容， 主要包括：展会名称和地点、办展机构、展品范围、办展时间、展会规模、展会定位、招展计划、宣传推广和招商计划、展会进度计划。现场管理计划、相关活动计划等。

《展会立项策划书》是为策划举办一个新展会而提出的一套办展规划、策略和方法，它是对以上各项内容的归纳和总结。

(二) 展会立项策划书的内容结构：

一般地，《展会立项策划书》主要包括以下内容：

1、办展市场环境分析：包括对展会展览题材所在产业和市场的情况分析，对国家有关法律、政策的分析，对相关展会的情况的分析，对展会举办地市场的分析等。

2、提出展会的基本框架：包括展会的名称和举办地点、办展机构的组成、展品范围、办展时间、办展频率、展会规模和展会定位等。

3、展会价格及初步预算方案。

4、展会工作人员分工计划。

5、展会招展计划

6、展会招商计划。

7、展会宣传推广计划。

8、展会筹备进度计划。

9、展会服务商安排计划。

10、展会开幕和现场管理计划。

11、展会期间举办的相关活动计划。

12、展会结算计划。

(三) 展会立项策划书的写作要求：

1. 展会名称

展览会的名称一般包括三个方面的内容：基本部分、限定部分和行业标识。如“第93届中国出口商品交易会”，如果按上述三个内容对号入座，则基本部分是“交易会”，限定部分是“中国”和“第93届”，行业标识是“出口商品”。

下面分别对这三个内容作一些说明：

· 基本部分：用来表明展览会的性质和特征，常用词有：展览会、博览会、展销会、交易会和“节”等。

· 限定部分：用来说明展会举办的时间、地点和展会的性质。

展会举办时间的表示办法有三种：一是用“届”来表示。二是用“年”来表示，三是用“季”来表示。如第三届大连国际服装节、\*\*年广州博览会、法兰克福春季消费品展览会等。在这三种表达办法里，用“届”来去示最常见，它强调展会举办的连续性。那些刚举办的展会一般用“年”来表示。

展会举办的地点在展会的名称里也要有所体现，如第三届大连国际服装节中的“大连”。

展会名称里体现展会性质的词主要有“国际”、“世界”、“全国”、“地区”等。如第三届大连国际服装节中的“国际”表明本展会是一个国际展。

· 行业标识：用来表明展览题材和展品范围。如第三届大连国际服装节中的“服装”表明本展会是服装产业的展会。行业标识通常是一个产业的名称，或者是一个产业中的某一个产品大类。

2、展会地点

策划选择展会的举办地点，包括两个方面的内容：一是展会在什么地方举办，二是展会在哪个展馆举办。

策划选择展会在什么地方举办，就是要确定展会在哪个国家、哪个省或者是哪个城市里举办。

策划选择展会在哪个展馆举办，就是要选择展会举办的具体地点。具体选择在哪个展馆举办展会，要结合展会的展览题材和展会定位而定。另外，在具体选择展馆时，还要综合考虑使用该展馆的成本的大小如何、展期安排是否符合自己的要求以及展馆本身的设施和服务如何等因素。

3、办展机构

办展机构是指负责展会的组织、策划、招展和招商等事宜的有关单位。办展机构可以是企业、行业协会、政府部门和新闻媒体等。

根据各单位在举办展览会中的不同作用，一个展览会的办展机构一般有以下几种：主办单位、承办单位、协办单位、支持单位等。

主办单位：拥有展会并对展会承担主要法律责任的办展单位。主办单位在法律上拥有展会的所有权。

承办单位：直接负责展会的策划、组织、操作与管理，并对展会承担主要财务责任的办展单位。

协办单位：协助主办或承办单位负责展会的策划、组织、操作与管理，部分地承担展会的招展、招商和宣传推广工作的办展单位。

支持单位：对展会主办或承办单位的展会策划、组织、操作与管理，或者是招展、招商和宣传推广等工作起支持作用的办展单位。

4、办展时间

办展时间是指展会计划在什么时候举办。办展时间有三个方面的含义：一是指举办展的具体开展日期。二是指展会的筹展和撤展日期。三是指展会对观众开放的日期。

展览时间的长短没有一个统一的标准，要视不同的展会具体而定。有些展会的展览时间可以很长，如“世博会”的展期长达几个月甚至半年;但对于占展会绝大多数的专业贸易展来说，展期一般是3-5天为宜。

5、展品范围

展会的展品范围要根据展会的定位、办展机构的优劣势和其他多种因素来确定。

根据展会的定位，展品范围可以包括一个或者是几个产业，或者是一个产业中的一个或几个产品大类，例如，“博览会”和“交易会”的展品范围就很广，如“广交会”的展品范围就超过10万种，几乎是无所不包;而德国“法兰克福国际汽车展览会”的展品范围涉及到的产业就很少，就只有汽车产业一个。

6、办展频率

办展频率是指展会是一年举办几次还是几年举办一次，或者是不定期举行。从目前展览业的实际情况看，一年举办一次的展会最多，约占全部展会数量的80%，一年举办两次和两年举办一次的展会也不少，不定期举办的展会已经是越来越少了。

办展频率的确定受展览题材所在产业的特征的制约。我们知道，几乎每个产业的产品都有一个生命周期，产品的生命周期对展会的办展频率有重大影响。

产品的投入期和成长期是企业参屉的黄金时期，展会的办展频率要牢牢抓住这两个时期。

7、展会规模

展会规模包括三个方面的含义：一是展会的展览面积是多少，二是参展单位的数量是多少，三是参观展会的观众有多少。在策划举办一个展会时，对这三个方面都要作出预测和规划。

在规划展会规模时，要充分考虑产业的特征。展会规模的大小还会受到会观众数量和质量的限制。

8、展会定位

通俗地讲，展会定位就是要清晰地告诉参展企业和观众本展会“是什么”和“有什么”，具体地说，展会定位就是办展机构根据自身的资源条件和市场竞争状况，通过建立和发展展会的差异化竞争优势，使自己举办的展会在参展企业和观众的心目中形成一个鲜明而独特的印象的过程。

展会定位要明确展会的目标参展商和观众、办展目标、展会的主题等。

9.展会价格和展会初步预算

展会价格就是为展会的展位出租制定一个合适的价格。展会展位的价格往往包括室内展场的价格和室外展场的价格，室内展场的价格又分为空地价格和标准层位的价格。

在制定展会的价格时，一般遵循“优地优价”的原则，即那些便于展示和观众流量大的展位的价格往往要高一些。展会初步预算是对举办展会所需要的各种费用和举办展会预期以获得的收入进行的初步预算。

在策划举办展会时，要根据市场情况给展会确定一个合适的价格，这样对吸引目标参展商参加展会十分重要。

10、人员分工、招展招商和宣传推广计划

人员分工计划、招展计划、招商和宣传推广计划是展会的具体实施计划，这四个计划在具体实施时会互相影响。

人员分工计划是对展会工作人员的工作进行统筹安排。

招展计划主要是为招揽企业参展而制定的各种策略、措施和办法。

招商计划主要是为招揽观众参观展会而制定的各种策略、措施和办法。

宣传推广计划则是为建立展会品牌和树立展会形象，并同时为展会的招展和招商服务的。

11、展会进度计划、现场管理计划和相关活动计划

展会进度计划是在时间上对展会的招展、招商、宣传推广和展位划分等工作进行的统筹安排。它明确在展会的筹办过程中，到什么阶段就应该完成哪些工作，直到展会成功举办。展会进度计划安排得好，展会筹备的各项准备工作就能有条不紊地进行。

现场管理计划是展会开幕后对展会现场进行有效管理的各种计划安排，它一般包括展会开幕计划、展会展场管理计划、观众登记计划和撤展计划等。现场管理计划安排得好，展会现场将井然有序，展会秩序良好。

展会相关活动计划是对准备在展会期间同期举办的各种相关活动作出的计划安排。与展会同期举办的相关活动最常见的有技术交流会、研讨会和各种表演等，它们是展会的有益补充。

二、《展会项目立项可行性研究报告》的写作

(一)《展会项目立项可行性研究报告》的概念

完成了《展会立项策划书》，并不意味着该立项的展会就可以举办了。项目立项只是对举办什么题材的展会和如何举办该展会提出了一个初步的意见，制定了一套初步的方案，至于该展会是否真的可以举办和该方案是否真的可行，还需要对该展会项目及方案进行可行性分析。可行性分析的结论及其他必须考虑的因素，才是决定最后是否可以举办该展会的最终依据。

《展会项目立项可行性研究报告》就是在对展会立项进行可行性分析的基础上完成的研究报告。展会立项可行性分析是展会项目立项策划的继续。展会项目立项策划主要是在掌握各种信息的基础上，初步提出计划举办的展会“是什么样的”;展会立项可行性分析则是在仔细研究各种信息的基础上，深入分析举办展会立项策划提出的“那样的展会”是否可行，为最后是否举办该展会提供科学的决策依据。

如果展会立项策划通过可行性分析，证明计划举办展会的市场条件具备，项目具有生命力，各种执行方案策划合理，项目在经济上可行，风险较小且有一定的社会效益，就可以通过该展会立项策划，决策举办该展会了。

(二)《展会项目立项可行性研究报告》的内容结构

《展会项目立项可行性研究报告》要对展会立项是可行还是不可行作出系统的评估和说明，并为最终完善该展会项目立项策划的各具体执行方案提供改进依据和建议。因此，《展会项目立项可行性研究报告》主要包括以下几项内容：

1、市场环境分析

(1) 宏观市场环境：包括人口环境、经济环境、技术环境、政治法律环境、社会文化环境等。

(2) 微观市场环境：包括办展机构内部环境、目标客户、竞争者、营销中介、服务商、社会公众等。

(3) 市场环境评价：swot分析法，即内部优势、内部劣势、外部机会、外部威胁分析。

2、展会项目生命力分析

(1) 项目发展空间：即分析举办该展会所依托的产业空间、市场空间、地域空间、政策空间等是否具备。

(2) 项目竞争力：包括展会定位的号召力、办展机构的品牌影响力、参展商和观众的构成、展会价格、展会服务等。

(3) 办展机构优劣势分析

3、展会执行方案分析

1)对计划举办的展会的基本框架进行评估，具体包括：

(1)展会名称和展会的展品范围、展会定位之间是否有冲突。

(2)办展时间、办展频率是否符合展品范围所在产业的特征。

(3)展会的举办地点是否适合举办该展品范围所在产业的展会。

(4)在展会展品范围所在产业里能否举办如此规模和定位的展会。

(5)展会的办展机构在计划的办展时间内能否举办如此规模和定位的展会。

(6)办展机构对展会展品范围所在的产业是否熟悉。

(7)展会定位与展会规模之间是否有冲突。

2)招展招商和宣传推广计划评估

(1) 招展计划评估

(2) 招商计划评估

(3) 宣传推广计划评估

3、展会项目财务分析

(1) 价格定位

(2) 成本预测

举办一个展会的成本费用一般包括：

1)展览场地费用。即租用展览场馆以及由此而产生的各种费用。这些费用包括：展览场地租金、展馆空调费、层位特装费、标准层位搭建费、展馆地毯及铺设地毯的费用、展位搭装加班费等。

2)展会宣传推广费。包括广告宣传费、展会资料设计和印刷费、资料邮寄费、新闻发布会的费用等。

3)招展和招商的费用。

4)相关括动的费用。包括技术交流会、研讨会展会开幕式、嘉宾接待、酒会、展会现场布置、礼品、请展会临时工作人员的费用等。

5)办公费用和人员费用。

6)税收

7)其他不可预测的费用

(3) 收入预测

举办一个展会的收入一般包括：

1) 展位费收入

2) 门票收入

3) 广告和企业赞助收入

4) 其他相关收入

(4) 盈亏平衡分析

(5) 现金流量分析

1) 净现值分析

2) 净现值率分析

3) 获利指数

4) 内部收益率

5、风险预测

(1) 市场风险

(2) 经营风险

(3) 财务风险

(4) 合作风险

6、存在的问题

包括通过以上可行性分析发现的展会项目立项存在的各种问题、研究人员在可行性分析以外发现的可能对展会产生影响的其他问题等。

7、改进建议

针对上述问题，提出对展会项目立项策划的改进建议，指出要成功举办该展会应该努力的方向等。

8、努力的方向

根据展会的办展宗旨和办展目标，在上述分析的基础上，针对存在的问题，提出要办好该展会所需要具备的其他条件和需要努力的方向。

(三)《展会项目立项可行性研究报告》的写作要求

《展会项目立项可行性研究报告》是办展机构进行决策是否要举办该展会的重要依据，因此，《展会项目立项可行性研究报告》的写作必须做到材料真实充分，分析客观科学，判断准确有理。

1、市场环境分析

市场环境分析是展会立项可行性分析的第一步，它是根据展会立项策划提出的展会举办方案，在已经掌握的各种信息的基础上，进一步分析和论证举办展会的各种市场条件是否具备，是否有举办该展会所需要的各种政策基础和社会基础。市场环境分析不仅要研究各种现有的市场条件，还要对其未来的变化和发展趋势作出预测。使立项可行性分析得出的结论更加科学合理。

市场环境分析是从计划举办的展会项目的外部因素出发来分析举办该展会的条件是否具备;展会项目生命力分析则是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会是否有发展前途。分析展会项目的生命力，不是只分析展会举办一届或两届的生命力，而是要分析该展会的长期生命力，即要分析如果本展会举办超过五届以上，本展会是否还有发展前途的问题。

2、展会项目生命力分析

市场环境分析是从计划举办的展会项目的外部因素出发来分析举办该展会的条件是否具备;展会项目生命力分析则是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会是否有发展前途。分析展会项目的生命力，不是只分析展会举办一届或两届的生命力，而是要分析该展会的长期生命力，即要分析如果本展会举办超过五届以上，本展会是否还有发展前途的问题。

3、展会执行方案分析

展会执行方案分析是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会项目立项计划准备实施的各种执行方案是否完备，是否能保证该展会计划目标的实现。展会执行方案分析的对象是该展会的各种执行方案，分析的重点是各种执行方案是否合理、是否完备和是否可行。

需要强调的一点是，对展会基本框架进行评估，重点不是分析构成展会基本框架的某一个因素的策划安排是否合理和可行，而是从总体上分析展会基本框架是否合理和可行。因为，尽管对构成展会基本框架的每一个因素的策划安排可能是合理和可行的，但由这些因素所构成的展会基本框架从总体上看却可能是不合理和不可行的。所以，要避免这种“个体合理，群体冲突”现象的出现，对展会基本框架进行评估就十分重要。

4、展会项目财务分析

展会项目财务分析是从办展机构财务的角度出发，分析测算举办该展会的费用支出和收益。展会项目财务分析的主要目的是分析计划举办的展会是否经济可行，并为即将举办的展会指定资金使用规划。

5、风险预测

从展会立项可行性分析的角度看，风险就是办展机构在举办展会的过程中，由于一些难以预料和无法控制的因素的作用，使办展机构举办展会的计划和举办展会的实际收益与预期发生背离，从而使办展机构举办展会的计划落空;或者是即使展会如期举办，但办展机构有蒙受一定的经济损失的可能性。

6、存在的问题

包括通过以上可行性分析发现的展会项目立项存在的各种问题、研究人员在可行性分析以外发现的可能对展会产生影响的其他问题等。

7、改进建议

针对上述问题，提出对展会项目立项策划的改进建议，指出要成功举办该展会应该努力的方向等。

8、努力的方向

根据展会的办展宗旨和办展目标，在上述分析的基础上，针对存在的问题，提出要办好该展会所需要具备的其他条件和需要努力的方向。

三、《参展说明书》的写作

(一)《参展说明书》的概念

办展机构在确定了展会的有关日期安排，指定了展会承建商、展会运输代理和展会旅游代理以后，就可以着手编制展会的《参展说明书》了。

《参展说明书》是办展机构将展会筹备、开幕以及参展商参加展会时应注竟的其他问题汇编成册，以方便参展商进行参展准备的一种小册子。编制参展商手册是展会筹备过程中的一项基础性的工作。

(二)《参展说明书》包含的主要内容及写作要求

从某种意义上讲，参展说明书是帮助参展商进行参展筹备的纲领性文件，也是办展机构对展会布展、展览和撤展等各环节进行有效管理的指导性文件，参展商手册所包含的内容涉及到举办展会的各个环节。

一般来说，参展说明书主要包括以下几方面的内容：

(1)前言。主要是对参展商参加本展会表示欢迎，说明本手册编制的原则和目的，提醒参展商在筹展、布展、展览和撤展等环节要自觉遵守本手册的相关规定等。前言一般都很简短，言简意赅。

(2)展览场地基本情况。包括展馆及展区平面图、至展馆的交通图、展览场地的基本技术数据等。绘制展馆及展区平面图时，要注意标明展馆各种服务设施所在的位置、展区和展位划分的详细情况、展馆内部通道和出人口等;在绘制至展馆的交通图时，要注意标明展馆在该城市的具体位置、到展馆可以利用的各种主要交通工具和交通路线、各指定接待酒店在该城市的具体位置等;对于该展览场地的基本技术数据，要清楚准确地列出地面承重、馆内通风条件、货运电梯容积容量、展馆室内空间高度、展馆入口高度和宽度、展馆的水电供应状况等。对展览场地基本情况的介绍。对于帮助参展商准确地找到展馆和自己的展位，进而进行展位搭装和布展有着很好的指引作用。

(3)展会基本信息。包括展会的名称、举办地点、展览时间、办展机构、展会指定承建商、指定运输代理、指定旅游代理、指定接待酒店等。对于办展时间，要具体列明展会的布展时间、开幕时间、对专业观众和普通大众开放的时间、撤展时间、布展撤展加班时间等，对以上时间尽量精确到小时;对于办展机构，要具体列明展会的主办单位、承办单位、支持单位和协办单位等;另外，还要具体列明各办展机构、展会指定承建商、指定运输代理、指定旅游代理、指定接待酒店等的详细联系地址、联系电话、传真和联系人，如果有网址和e—mall也最好能公布，以便参展商在需要的时候方便联系各有关单位。

(4)展会规则。就是展会要求参展商和观众等参加展会时所必须遵守的一些规章制度，包括：展会有关证件使用和管理的规定、展会现场保安和保险的规定、层位清洁的规定、物品储藏的规定、现场使用水电的注意事项、现场展品销售的规定、消防规定、知识产权保护规定、现场展品演示的注意事项等。展会规则是所有与会人员必须遵守的一些制度，对展会现场管理和维护现场秩序十分重要。

(5)展位搭装指南。是对展会展位搭装的一些基本要求和说明，主要包括标准展位说明和空地展位搭装说明等。由于所有的标准展位的基本结构和配置都是一样的，所以“标准展位说明”主要是对展位的标准配置作出说明，列明参展商使用标准展位的注意事项，

提出如果参展商需要增加非标准配置以外的其他配置的处理办法等。

“空地展位搭装说明”主要是对参展商搭建空地展位作出的一些规定和要求，如使用材料的要求、动火作业的规定、消防安全的规定和铺设电线的规定等。层位搭装指南对指导参展商顺利、安全地搭装展位和布展有较大帮助。

(6)展品运输指南。是对参展商将展品等物品运到展览现场所作的一些指引和说明，主要包括海外运输指南和国内运输指南等。不管是海外还是国内运输指南，都要对展品等的运输方式和运输线路、各种货品的交运和文件提交的期限、货运文件的准备和交付、收费标准、包装、海关报关、回程运输、可供选择的自选服务等作出具体说明。展品运输指南对帮助参展商及时安排展品等物品的运输有较大的作用。

(7)会展旅游信息。是对解决参展商及观众等参加展会期间的交通、吃、住、行等需要和展会前后的旅游需要等作出的一些说明。会展旅游信息要详细地列出各指定接待酒店的档次、协议优惠价格、地址、联系电话和传真以及联系人、与展馆的距离等，要列出海外观众和参展商入境的签证办法、会展期间及前后可供选择的商务考察和观光休闲旅游的线路和安排等。会展旅游信息主要是为了方便参展商及观众的日常生活服务的。

(8)相关表格。是有关参展商在筹展和布展过程中需要使用的各种表格，主要包括展览表格和层位搭装表格两种。展览表格主要有贵宾买家服务表、聘请临时服务人员申请表、额外工作证。

和邀请卡申请表、研讨会和技术交流会申请表、刊登会刊广告申请表等。

参展说明书编制成功以后，可以印刷成册，在展会开幕前适当的时间寄给参展商，也可以将其内容发布在展会的专门网站上供参展商阅览和下载，如果展会有海外参展商，还要将参展商手册翻译成外语文本。

(三)《参展说明书》的作用

《参展说明书》主要是为方便和指引叁展商顺利进行筹展、布展、展览和撤展等服务的，它不仅对参展商进行参展筹备有着十分重要的指引作用，也对办展机构对展会的布展、展览和撤展等各坏节进行有效的现场管理有很大的帮助和影响：

1、参展说明书对参展商的指引作用。参展商手册分别对展览场地、展会基本情况、展会规则、层位搭装、展品运输和会展旅游等作出详细的说明，参展商在得到参展说明书以后，就可以按照该说明书的指引对叁展的各项准备工作进行筹备，如安排展品的运输、准备展位的搭装材料和设计等;在展会布展现场，参展商将按该说明书的有关要求进行展位搭装和布展，避免布展期间的盲目和违规;在展览期间，参展商可以按该说明书的要求布置展品演示;在撤展期间，参展商可以按照该说明书的指引有条不紊地撤展;展会结束后，

参展商还可以按照该说明书的指引选择适合自己需要的会展旅游。在参展说明书的指引下，参展商可以更有效地准备和完成参加展会各工作环节的各项事务。

2、参展说明书对展会现场管理的作用。参展说明书对展会在筹展、布展、展览和撤展期间的各项规定，不仅有利于指导各参展商按规定办事，也有利于办展机构按该手册的规定监督展会现场的各种事宜，并按手册的规定为参展商提供各种服务。参展商手册是办展机构对展会筹展、布展、展览和撤展等环节进行现场管理的重要依据之一，它为展会各阶段制定了大家必须遵守的行为规范，有利于办展机构按此规范对展会各环节的现场进行管理。

3、参展说明书对观众的作用。除了对参展商的指引和对展会现场管理的作用外，参展说明书对展会观众也能起一定的作用。比如，手册对展馆平面图、馆内服务设施分布图、交通路线、指定接待酒店和展会开放时间的说明，就对观众参观展会有较大的帮助。

观众在展馆交通路线图的指引下可以更方便地达到展馆，在馆内服务设施分布图的指引下可以找到自己需要的服务提供点，可以享受展会指定接待酒店的优惠价格待遇。在展会开放时间说明的指引下可以合理地安排自己的参观时间等等。

一般来说，展会的观众有很大一部分是各参展商自己邀请来的，参展商一般都会将上述信息通知其邀请的观众，这样，参展说明书对观众所起的作用将更大。

四、编制《参展说明书》的基本原则

从参展说明书所起的作用我们可以看出，参展说明书是展会筹备过程中的一个重要文件。要让参展说明书在展会筹备过程中切实地起到上述作用，在编制参展商手册时，我们必须做到：

第一、实用。参展说明书所包含的内容必须是对参展商进行筹展、布展、展览和撤展等有较大的指引作用，或者是对办展机构对展会筹展、布展、展览和撤展各环节进行管理有较大帮助，或者对参展商邀请其老客户来展会参观有辅助作用，否则，该内容就不能进入参展商手册。

第二、简洁明了。参展说明书对各方面内容的说明和叙述应该简洁，文字不要太多，篇幅不要太长，能说明问题就行;参展说明书对各方面内容的说明和叙述必须准确、具体，让人看得明明白白，不能让人看不懂，更不能让人产生歧义。否则，在展会筹展、布展。

展览和撤展等环节的具体执行中就会引起争议，既不利于参展商展出，也不利于办展机构对展会现场进行管理。

第三、详细全面。对于参展说明书提到的各项内容要尽量详细，如对布展和撤展加班时间的规定可以具体到小时和分钟，对各种表格的返回最后期限的规定具体到某月某日等等，这样更有

利于展会具体操作和管理;对于参展说明书提到的各项内容要做到没有遗漏。

如对展览场地基本情况的说明中，对展馆人口的高度和宽度、对展馆的地面承重能力、对消防的注意事项等要一一列明，不能遗漏，否则，现场操作就会出现问题，比如，如果没有提到展馆入口的高度和宽度，就有可能会使一些较大较长的物品进不了展馆。

第四、美观。参展说明书的排版和制作要美观大方，印刷讲究，尽量不要出现错别字和其他印刷错误;参展说明书的制作和用纸与展会的档次和办展机构的品牌与声誉相符，不能让人产生不好的联想。

第五、专业。参展说明书的遣词造句要符合行业习惯和规范，要使用行业熟悉的语言，所涉及的术语要规范，不能想当然地使用一些行业比较陌生的词语;内容编排要符合参展商筹展的筹备程序，不能让他们翻来覆去地寻找自己需要了解的内容。

第六、国际化。如果展会是国际性的展会，或者展会有向国际化方向发展的打算，那么，参展说明书的内容编排和制作也要尽量做到符合国际参展商的需要，如除要有中文的文本外还要有外文的文本。外文文本的参展说明书，其翻译一定要准确，因为海外参展商就是根据该说明书来筹备各项参展事宜的;如果翻译不准确，将会给他们带来极大的不便。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找