# 展会立项策划书

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-06-15

*展会立项策划书（一） 项目背景 中国（长沙）国际汽车博览会是由长沙市人民政府、中国汽车工业协会主办，潇湘晨报社、湖南新物产集团、长沙市会展行业协会、中南国际会展有限公司共同承办的中部第一A级车展，多年来蝉联中国车展“销售王”。长沙国际车展...*

展会立项策划书（一）

项目背景

中国（长沙）国际汽车博览会是由长沙市人民政府、中国汽车工业协会主办，潇湘晨报社、湖南新物产集团、长沙市会展行业协会、中南国际会展有限公司共同承办的中部第一A级车展，多年来蝉联中国车展“销售王”。长沙国际车展与北京车展、上海车展、广州车展成犄角呼应之势，创立中国车展第三极。全球汽车业的跨国公司、国内主要车企拿出压轴之作，展示了49款首发新车，9款概念车、特色车，6款新能源车。号称“东方法拉利”的日本国宝级概念车讴歌NSX、造型梦幻的奇瑞蚂蚁等概念车亮相。一批有着辉煌履历的名车、豪车与观众见面，如世界上公路行驶最快的轿车巴博斯火箭800、首度入华的号称“跑车中的贵族”德国纯手工打造超级跑车威兹曼、传奇赛车冠军雷诺MeganeTrophy等，兰博基尼、宾利、法拉利、玛莎拉蒂等顶级豪车联袂展出。

展会名称：中国（长沙）国际汽车博览会

展会地点：湖南国际会展中心

主办单位：长沙市人民政府中国汽车工业协会

承办单位：潇湘晨报社、湖南新物产集团、长沙市会展行业协会、中南国际会展有限公司

执行机构：湖南展联展览服务有限公司

二．展会预算

估计总体花费在

场地经费

人员开销

模特开销

汽车损耗开销

招待参展人员开销

三、展会工作人员

营销人员，负责接待参展来宾

车模，展示车型最美的一面

解说员，负责解释车辆型号性能

招待人员，招待各方来宾

四、展会招展计划

我方预计招揽搜狐娱乐、腾讯视频、芒果卫视及车辆爱好者前来参展

五、展会招商计划

本届车展赞助商由可口可乐、NBA、NIKE提供赞助。

由搜狐单位联合举办

六、展会宣传推广计划

我方预计前期投出大量广告及插播信息来吸引各方眼球，各大卫视将同步上演车展现场直播，邀请周杰伦、郑凯、李晨、刘亦菲等明星前来站台

七、展会筹备进度计划

见附件

八、展会服务商安排计划

我方将从黄花机场、武广高铁两条路线接待服务商，由专车接送至华天大酒店下榻，安排休息，聚餐等。第二天驱车前往展会参展

九、展会开幕和现场管理计划

开幕地点：南风广场进行剪彩仪式，邀请范冰冰、邓超等人进行剪彩仪式，届时将礼花同放，歌舞人员翩翩起舞。地方官员进行讲话。

现场管理安保人员达数百人，确保活动安全、正常如期开幕。

十、展会期间举办的相关活动计划

闭幕式在南风广场举行，闭幕当天将进行抽奖活动

由车主上台抽奖

一等奖：现金一万元

二等奖：现金五千元

三等奖：消费券二千元

由嘉宾发表讲话，闭幕式圆满结束

十一、展会的结算计划

展会结算交由易信公司来完成

展会立项策划书（二）

一、展会简介

苏州住博会致力于打造华东区规模最大的品牌地产交易盛会，在经历7载地产风雨，苏州住博会已经在苏州房产市场上创造了一个又一个的交易神话。住博会以强大的品牌力和组织力，以本土市场为原点，汇聚长三角市场乃至海外市场最新开发的各类品牌地产项目，创建宣传交易、品牌展示及商务洽谈的最佳平台。作为苏州地产市场发展趋势的“风向标”，面向苏州百姓，服务各大地产开发商，已发展成为“苏州房产第一展”。

二、市场环境分析

20\*\*年苏州商业地产进入了一个全新的发展时期，随着限购令细则的正式出台，改善型和投资型置业者迅速减弱了购房热情，投资取向的改变也引导着行业内项目的转型。商业地产犹如雨后春笋般在苏州市场上遍地开花，万达广场、环球188、印象城、繁华中心、恒达中环百汇广场的屹立带给苏州房地产市场新的发展空间。

三、展会基本框架

2．展会场馆:苏州国际博览中心

3、展会地点:苏州

4、办展机构

主办单位：

苏州国际博览中心

苏州广播电视总台

承办单位：

苏州国华展览有限公司

苏州比斯曼展览工程有限公司

协办单位：苏州华展信息科技有限公司

展会日程报到：20\*\*年9月27日 13:30-17:00

布 展：20\*\*年9月28日-30日 8:30-20:00

展 览：20\*\*年10月1日-4日 9:30-16:30

6、展品范围

不动产项目，拉动住宅、商业及金融投资领域

7、办展频率

8、展会规模

观众数：15000

本届展会面积：30000

标准展位数量：1500

9、展会定位

本届展会将隆重推出长三角品牌商业地产板块，为商业地产如何抓住时代和城市发展的脉动进行深入的解析，同时为投资者寻找新的投资机遇。本届住博会商业地产展区涵盖了城市CBD、高端商业综合体、购物中心、商业街、超级购物中心、主题商场，写字楼等等项目，为商业地产开发商、投资商、运营商、专业服务商及品牌商家搭建一个全景式商业地产产业链展示交易的高端商务平台。

四、展会价格和展会初步预算

VIP展区： 1200元/ m2

住宅部品展区、装饰设计展区、家居饰品展区： 700元人民币/ m2  广告 2500元 /个.

五、展会工作人员分工计划

做好会展的准备工作；客服联系参展商；观众与客户的接待，布展工作，维持会展的秩序；提供帮助，进行收尾工作。

六、招展计划

通过电话、邮件、上门拜访或朋友介绍联系相符合条件的房产公司，进行招展推广工作，并对重要客户及订单进行深入处理和。

深入了解客户需求，并针对性的为企业提供专业全方位的参展推广方案。

七、招商计划

确立目标；广泛收集资料；制定各类招商计划；比较确定最终计划；方案的实施。

八、宣传推广计划

展会通过电视、报刊杂志、广播和网络发布广告造势宣传，辅以路旁看板，公交车身广告、道旗、横幅，实现全方位多层次多渠道狂轰滥炸似的宣传，有人的地方就有展会的消息，达到深入人心的效果。

九、筹备进度

略

十、开幕和现场管理计划

开幕前需要做好开幕和现场管理的计划，首先，根据往年的经验，对观众的数量做一个合理的预测，安排安保人员维持正常的会展秩序秩序，防止现场安全事故的发生，做好必要的医护准备，以备不时之需，安排必要的安保人员巡逻，防止不愉快的事情发生，为观众提供适当的饮料水果和一些纪念意义和会展特色的小礼品。

十一、展会期间举办相关活动

展会期间请一些专业的销售精英进行介绍，

请一些职业模特，以达到吸引观众的目的，也会适当调节观众的视力疲劳，联系受欢迎的影视歌明星，现场进行演唱表演，也可达到扩大影响的效果，还有国内外艺术团进行表演。

十二、展会结算计划

对展会整体费用进行统计结算，包括人工费用、材料使用费用、预支成本和其他费用。

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