# 会展策划的内容

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2025-05-10

*第一篇：会展策划的内容会展策划的内容会展策划的过程是一个综合而又复杂的过程，它是一项整合型的系统工程。它是为卖家和买家提供一定的环境和场所，促使交易达成的过程。会展策划行为离不开市场，所有策划行为都要以市场为导向。在整个策划活动中，以专业...*

**第一篇：会展策划的内容**

会展策划的内容

会展策划的过程是一个综合而又复杂的过程，它是一项整合型的系统工程。它是为卖家和买家提供一定的环境和场所，促使交易达成的过程。会展策划行为离不开市场，所有策划行为都要以市场为导向。在整个策划活动中，以专业的展览服务赢得买家和卖家的支持与信赖尤为重要。会展策划原则上应该以使80％以上的参展商达到参展目的，使70％以上的专业观众达到参观的效果为标准。会展策划主要包括以下几方面内容，即会展的立项策划、会展筹建策划、会展宣传推广策划、会展招展策划、会展招商策划、会展现场管理策划、会展相关活动策划。

（一）会展的立项策划

也就是说在展前进行会展项目的可行性分析，写出相应的立项分析报告。展会可行性分析的关键是要进行展会项目的环境分析、战略分析、可行性分析、风险分析等，在此基础上编写完整的展会项目可行性报告，对展会的各种策划方案进行系统的总结，并提出科学的、结论性的意见和建议。这是会展策划的基础，也是必不可少的一环。

（二）会展筹建策划

会展筹建策划主要包括展会的整体布局、展区的设计和布置、展位的承建、展品的运输方案、展馆的清洁和保安等内容。随着会展业竞争的日趋激烈，对会展的整体要求越来越高，会展的筹建策划是否合理、周全，会影响会展的实施，甚至反映出会展水平的高低。

（三）会展宣传推广策划

会展宣传推广策划是围绕会展基本目标制订的、有目的有计划地举行的一系列促进招展、招商和建立会展形象的宣传推广活动。会展宣传推广策划主要包括确定宣传推广策略、宣传推广渠道、宣传推广时间和地域及会展宣传推广的费用预算。

在实施会展宣传推广策划方案时，必须结合宣传推广阶段的不同目标，分别选择最佳的宣传推广渠道，一方面让这些活动实现不同阶段的具体目标；另一方面要全面系统地进行整体的规划和部署，使得各项活动相互辉映，共同服务于整体目标。

（四）会展招展策划

这是会展的关键环节，也是会展策划的重心之所在。会展策划人员根据会展策划书的计划与安排进行广告宣传工作，组织招展工作。参展商在会展价值链中居于核心地位，参展商的连续参展也是会展主办者的利益所在，组织招展工作一定要重视目标参展商的个性化需求，实施定制服务；客户数据库要能实现互动反馈，追踪客户的需求变化；建立科学的绩效评估措施，来改善客户关系。

（五）会展招商策划

就是如何招揽观众参观会展，具体就是通过各种方式将那些对拟办会展展示的产品有需要和感兴趣的采购商和其他观众引进会展，＿“招商比招展更重要”，“会展成功的关键在招商”。建立一个动态的目标观众数据库就显得非常重要，目标观众的信息采集是招商方案的基石，也是会展成功与否的关键。目标观众数据库与招展阶段的参展商数据库保持适当的对接，也是吸引潜在参展商的一种行之有效的方法。

（六）会展现场管理策划

会展现场管理策划主要指开幕现场的管理策划、会展现场管理策划等，会展现场管理策划直接影响会展的现场管理，因此，策划方案一定要周全，对会展现场如何管理，提供哪些服务，将达到怎样的效果等，都应该考虑到，以便会展顺利、有序地开展。

（七）会展相关活动策划

会展相关活动策划是指在会展举办期间的相关活动的计划安排，如会展开幕表演活动、专业研讨会和技术交流会活动、产品发布会和产品推介会活动、现场表演活动及其他相关活动等，这些相关活动已成为会展不可分割的重要组成部分。在会展期间策划举办会展相关活动，能丰富会展的信息功能，扩展会展的展示功能，强化会展的发布功能，延伸会展的贸易功能；对提升会展档次、扩大会展的影响发挥着非常重要的作用。

**第二篇：会展策划**

一、会展的概念

1.会展英文简称MICE，国际上所称的会展业（MICE industry）包括会议（meeting）、奖励旅游（incentive travel program）、协会/团体组织会议（convention）和展览（exhibition）。

2.会展的含义：会展是会议、展览、展销和节庆等活动的简称，是指在一定的地域空间、定期或不定期的、制度性或费制度性的集体性活动。它包括各种类型的大型会议、展览展销活动、集中性商品展示及交易活动。

二、会展的特点：1.产业带动能力强2.综合效益高3.有利于提升城市整体形象4.发展潜力大

三、会展发展的一般条件：1.经济条件2.社会、政治和法律条件3.科学技术条件4.区位（腹地）条件

四、会展发展的特殊条件：1.会展发展的特殊条件主要指会展发展的特殊环境竞争力，其基本要素包括办展条件、办展管理、办展成本、国际化水平等。

2.中国初步形成的三个各具特色的展览产业带：一是珠江三角洲展览产业带、二是长江三角洲展览产业带、三是环渤海及东北区展览产业带。

五、会展发展的趋势：1.国际化趋势2.专业化趋势3.品牌化趋势4.多元化趋势

六、网上会展与传统会展的异同比较：1.组织手段不同2.展出场所不同3.展出手段和内容不同4.参展费用不同5.展出期限不同6.观众范围和参观方式不同7.交流方式不同8.契约方式不同

七、网上会展与实物会展的关系：1.网上会展可对实物会展市场形成一定冲击2.网上会展不能代替实物会展的主要角色3.网络技术是实物会展的有益补充4.网络技术应用于会展活动意义重大。

八、会展目标定位：1.会议2.展览3.世界博览会

九、会展目标确定：确定会展目标原则：一是前瞻性。二是独特性。三是综合性

十、会展策划的含义：会展策划是对会展的整体战略与策略的运筹规划，是对于会展决策和会展计划实施并检验全过程作预先的考虑与设想。

十一、会展项目财务分析

1、成本预测:（1）展览场地费用（2）展会宣传推广费(3)招展和招商的费用(4)相关活动的费用(5)办公费用和人员费用(6)税收(7)其他不可预测的费用.2、收入预测:(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

3、盈亏平衡分析:(1)现金流量分析(2)净现值分析(3)净现值率分析(4)获利指数(5)内部收益率

十二、会议主题的确定

以会议的主办单位、可分为公司、协会组织和非盈利机构三类组织主办的会议。

十三、展览主题的确定

1．展览题材的选择：展览题材可分为新立题材、分立题材、合并题材和延伸题材四类。2.展览对产业和行业的选择。

十四、会展主体的概念

会展行业的企业主要分为主（承）办企业、展馆企业、会展服务企业三大类。

十五、会展主体策划的准备工作：1.市场调研2.营造声势3.突出服务

十六、会展服务手册主要包括内容：展览内容方面、订购单方面及其他相关服务方面。

十七、会展时间选择的原则：一是订货的及时性、二是季节适宜性、三是观众可参与性。

十八、会展的空间策划：1.会展空间策划的原则：一是市场推广可行性、二是观众可达性、三是场地适宜性。2.标准展台其中以9m2的最为常见

十九、选择开会的时间：上午8:30-10:30是会议最可能取得高效率的一段时间，下午3:00-5:00也同样如此。上午的开会效果要比下午开会效果明显好一些。

二十、的会议业展示会有：

1.“奖励旅游和会议经理展示会”（通常称为ＩＴ＆ＭＥ）

北美最大的贸易展示会（是大型“激励展示会”的组成部分），于９月和１０月份在芝加哥的麦科马克召开。由Hall Erikson公司主办。

2.EIBTM（欧洲奖励旅游、商务旅游和会议展览会）

是一个名副其实的国际性展览会，于5月份在日内瓦德Palexpo召开（从2024年12月份移到西班牙的巴塞罗那）由Reed旅游展览公司主办。

3．IMEX

2024年（4月份）首次在德国法兰克福举办的一个新的展览会。

4.ternational Confex

是英国规模最大的展览会，在伦敦的Earls Court展览中心举办（通常在2月底3月初）。由CMP信息公司承办。

二十一、会议需要的主要视听设备:1.屏幕投影机2.灯光3.音响系统

二十二、重视会议突发事件对策的策划(1)预测不可知的情况2.尽早策划3.二次策划4.在活动开始之前再次进行策划

二十三、奖励旅游的概念:奖励旅游是指企业用旅游这种形式来表彰优秀员工和联络公司客户，这是现代企业经营管理的一种激励机制。奖励旅游实际上是一种现代管理和经营手段，因此也被视为一种商务旅游。

二十四、奖励旅游的类型和特点1．励旅游的类型：（1）传统型（2）参与型

2.奖励旅游的特点：（1）参与者必须通过特定的审核资格（2）奖励旅游消费档次高、要求高（3）奖励旅游产品专业性强（4奖励旅游效用显著（5）利润高，季节性不强（6）会奖结合扩大交流（7）带薪、休闲、免费的旅游活动。

二十五、展览会的名称:展览会的名称一般由三部分构成：基本部分、限定部分和附属部分。其中基本部分和限定部分构成展览会名称的主体。

二十六、招展和招商策划工作的要点

1.招展策划工作要点：招展主要是依靠联络手段————一种双向的信息交流方式进行工作，它要求主办单位也潜在客和目标客户之间进行双向交流信息和沟通，深入了解情况，掌握第一手资料，为参展商做好服务。其主要工作步骤如下：(1)做好项目预算（2）建立参展商信息库（3）制作设计宣传资料和各类调查表、征询表。（4）召开新闻发布会、酒会。（5）设计软广告和硬广告（6）电话联系或者发送传真件，并通过因特网发布信息。（7）准备印刷宣传资料，包括招展邀请函、征询函、调查表、展商须知（或参展手册）、招商邀请函以及门票、会刊和纸袋等。（8）上门拜访一些主要的牵头参展企业。

2.招商策划工作要点：(1)收集所属展览行业的专业采购名单，形成专业买家和目标观众数据库。（2）对专业买家进行专程拜访和电话联系；对目标观众进行展览的推广宣传，如寄发信函；也可以用电子邮件、传真等形式发送信息。（3）对参观者比较集中的地区进行针对性的集中宣传，如召开新闻发布会。（4）进行全面的广告宣传，具体包括大众媒体，专业的刊物、报纸以及户外广告等。

二十七、制定宴会营销计划:

1、市场竞争分析

2、明确关键市场，确立正确且详细的市场定位

3、确立销售目标

4、制订具体行动计划

5、销售效果的评估与跟踪。

二十八、现代化展览中心的特征和存在的问题

1.现代化展览中心的特征：一是规模宏大、二是设施齐全、三是智能化与经济实用

相结合、四是规划设计以人为本、五是具有政府的支持。

二十九、西部三大展馆:兰州国际博览中心、程度国际会议展览中心、四川展览馆。

三

十、展览馆功能分区:展览馆布局按功能分区大致包括展览展示区、观众服务区、加工制作区、会议研讨区、行政办公区、中心广场及绿化设施等八个主要功能区。

三

十一、展位划分原则:(1)统筹兼顾的原则2.有利于提高展览会形象的原则3.有利于展会现场服务和管理的原则4.有利于提高参展商的展出和参观者的参观。

三

十二、确定开幕式举行的具体时间和地点注意的事项

开幕式一般安排在展览的第一天，具体时间不宜过早，但要安排在展览会对外接待时间之前，持续时间也不能太长。开幕式的地点一般选在展览会的广场，要注意搭建防雨棚，以防天气不测。如同时安排表演活动，要注意排好时间，以配合展览会开幕式的举办，烘托气氛。三

十三、会展策划评估的概念:会展策划评估是对会展活动的内容、主题、形式和效果等方面进行系统、深入的考核和评估，是会展整体运作的一个重要环节。

三

十四、会展评估的对象:会展策划评估的对象主要为会展项目的单项评估。评估的内容侧重于会展的规模、参加人数、展览会成交额、会展活动的社会经济效益等。

三

十五、会展策划评估的指标:1.观众质量指标2.观众活动指标3.会展有效性指标

三

十六、会展评估的方式:(1)数据收集2.观察3.任务报告会4.问卷调查

三

十七、会展问卷调查表的设计:1．设计会展调查问卷的主要因素。2.什么问题应采取多项选择题。3.问题要具体，尽量避免笼统。4.不要在一个问题中问及两件或两件以上的事。5在问及有关个人情况时，姓名、地址这类问题要标为可选题。6.告诉与会者你将网上公布评估结果。7.文件调查表的外观和内容同样重要。8.如果你的会议还连带着展览会的话，那么

第八条尤为有用。9.语言要尽可能通俗易懂。10.不要忘了在调查问卷表发表的最后感谢与会者的积极配合。

**第三篇：会展策划**

会展策划，是由会议策划（meetings,con-ventlons)和展览策划

(exhibitions)两部分组成的。按照其会展类型大致可以分为五种会展形式的会展策划：国际会议会展策划，协会会议会展策划，公司会议会展策划，展销会会展策划，文人、艺术、体育盛会会展策划。

会展业与其他行业相比，其特征是：“在最短的时间，在最小的空间里，用最少的成本作出最大的生意”。

成功的会展必须建立在周密的系统的科学策划基础上，运用整和策略，方能全局一盘棋，胜算了然于胸。

1、会展策划高远、明晰。有战略高度，能统揽经纪发展大势，并着眼于长远和未来。

2、会前真正了解参会客商的要求（客商的投资意向、投资领域、相关费用标准、项目材料要求等等)。

3、会展主题概念要深远有感召力。所有工作都一定要围绕核心主题来展开。

4、会展策划流程清晰。实施规范化的作业模式。

5、会展技巧。应急程序的设计。

随着市场竞争更加激烈，产品市场日益细分化，会展作为一个有效的商务平台，具有其他营销媒介不可比拟的优越性。成功的会展将对企

业进行产品推广、树立品牌形象起到重要的推动作用。本公司将为您提供包括市场调研、计划制定、展位选择、展品汇集、展场布置、客户邀请、广告宣传等一系列的整体会展策划服务。

**第四篇：会展策划**

会展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收集和掌握的信息，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，成功的会展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进行整合的过程，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。从会展策划系统看，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。

服务项目

视听设备租赁，展示道具制作，展厅专卖装潢，舞台设计灯光表演，花草租赁，美工制作，拆装运输，大型仓储，大型活动安排，礼仪，司仪，各地巡演，舞台制作、租赁。

**第五篇：会展策划**

会展策划与管理

主要课程：会展概论、会展布局与设计、消费心理学、会展政策与法规、旅行社经营管理、会展英语、广告策划与创意、会展场馆管理、会展策划与管理、会展营销、饭店管理、旅游财务管理基础、节庆策划与管理、会展物流管理、管理运筹学、会务接待与服务、会展文案写作、企业参展实务、市场调查与预测等。

就业方向：

1、各类会展服务公司、会展策划公司、会展物流公司、广告公司、会展场馆、星级酒店、旅行社、企业会展部门从事展会策划、营销、运营管理、场馆布置以及展会期间综合服务等工作。

2、各类行政及大型企事业单位从事参展、接待、会务、咨询、新闻、文秘等服务及管理类工作。

3、专升本或自考套读本科。

4、推荐至澳门、新加坡、美国、澳大利亚、迪拜等国家和地区就业。

会展策划与管理（文理兼收）

本专业培养具有大学专科层次，既具有一定会展专业经营管理、营销管理、财务管理等管理知识，懂会展业务，懂市场、懂管理，又有熟练的实际操作技能和技术的高素质业务骨干，及能组织和管理国际和国内各种会展的第一线管理人才。

本专业实行一张文凭，多种技能证书相结合的教学方针，学生在校学习期间须参加上海市紧缺人才培训工程“会展策划与实务”考核办公室组织的《助理会展师》、《会展师》岗位资格证书考试。

就业方向：会展企业各业务部门中的基层管理；会展企业市场拓展部的管理；会展企业项目策划部、管理部等管理；会展项目经纪人及其他企业大型活动的组织与策划。

主要课程：会展英语、会展策划、会展管理、会展营销学、会展文案、国际国内会展法规、会展公关与礼仪、会展展示与设计、会展财务管理、大型活动的组织与管理、网页设计与制作、计算机图像处理等。

转自:成人高考网

会展策划与管理

【专业特色】

教学方式分为角色模拟、项目模拟、实训教学、到校内真实项目操作、企业真实项目参与、企业专家来校培训、在企业现场培训等形式，因此，学生的专业能力得到企业的高度认可。

从入学第一年就开始就参与实践学习具有会展职业理念，从实验教学中，学生能体验会展职业。

速录技能、客户沟通技能、会展礼仪、客户营销技能、招商招展技能、会展初步策划技能、会展组织和服务技能、办公自动化操作技能。

学生毕业之后可以到各类会展组织公司、会展服务公司、各种单位的销售展览部、行业协会、旅行社和酒店的会展部、婚礼策划礼仪公司等相关会展企业就业。

【培养目标】

本专业培养系统掌握会展理论知识和营销、策划技能，具备各种展事活动的服务、营销、策划与管理能力的应用性专门人才。

【培养要求】

比较系统地掌握会展、旅游等方面的专业理论和专业技能，熟悉经济、商务、法律等方面的相关知识。掌握会展行业的特点及运作流程，了解其发展现状及发展趋势。

【主要课程】

会展概论、策划学、节事旅游策划与管理、会展项目策划、会展英语、会展政策与法规、会展服务、会展展示设计与实务、会展信息管理、会展文案、广告学

【就业方向】

毕业生可在会展服务公司、会展策划公司、会展中心、酒店、旅游文化产业等企事业单位从事会展服务、营销、策划、管理等工作。

【学历】

修完教学计划规定的全部课程，成绩合格颁发专科毕业文凭。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！