# 会展立项会议计划书（最终5篇）

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-02-04

*第一篇：会展立项会议计划书会展立项会议计划书主办：上海市政府承办：苏州展客会展有限公司时间：2024年5月25日-28日地点：国际汽车会展中心◆ 会议议程：上海汽车展前期准备展会费用预算展中服务及注意事项展后撤展及人员安排◆ 会议安排时间...*

**第一篇：会展立项会议计划书**

会展立项会议计划书

主办：上海市政府

承办：苏州展客会展有限公司时间：2025年5月25日-28日地点：国际汽车会展中心

◆ 会议议程：

上海汽车展前期准备

展会费用预算

展中服务及注意事项

展后撤展及人员安排

◆ 会议安排

时间：5月15日—5月18日

地点：展客有限公司会议室多功能厅

◆会议具体事项

人员接待：服务部门工作人员

茶水：给每位议会人员提供上好的龙井茶

席卡：塑料席卡套、将与会人员名字打印在粉色卡片上 座位安排：

设备安排：

名称

投影仪电源耳麦电脑设备鲜花宣传字牌水牌背景画“签到处”牌 文件夹台布礼仪服装矿泉水

数量

摆放位置

1厅内讲台前2讲台1讲台1讲台1大束讲台

21进门处1厅外左侧1进门处2咨询处1签到处6套2箱使用人周磊周磊陈丹陈丹客户顾问会场布置会场布置会场布置咨询人员签到人员 礼仪人员 6位礼仪小姐

注意事项：

1、各组工作人员必须严格按筹备工作计划的进度要求推进工作；

2、市场督察负责督促各工作组的工作按时完成；

3、会议期间公司人员必须统一着装，佩带工作牌

4、会议期间各工作人员必须提前达到现场，不得迟到、早退和无故缺席

**第二篇：会展立项策划书**

2025苏州秋季住房博览会立项策划书

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

2025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

1．展会名称: 2025苏州秋季住房博览会

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

5、办展时间 :2025/10/1至2025/10/4

展会日程报到：2025年9月27日 13:30-17:00

布 展：2025年9月28日-30日 8:30-20:00

展 览：2025年10月1日-4日 9:30-16:30

撤 展：2025年10月4日 16:30-24:006、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

展会周期1年2届

8、展会规模

观众数：15000

本届展会面积：30000

标准展位数量：15009、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

现代大道地产展区： 3A 馆 A类：1000元/m2B类：1200元/ m24A 馆--800元/ m2

VIP展区： 1200元/ m2

海外地产展区： 15000元人民币（3m×3m＝9m2展位）含搭建费用

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。

**第三篇：会展立项策划书**

2025年广州高尔夫球博览会立项策划书

会展市场环境：据市场调研结果显示，中国是目前世界上最具有潜力的高尔夫产业市场。因此主办方有信心利用多年积累的庞大国际客户资源以及行业经验，将“中国高尔夫球博览会”打造成为亚洲乃至全世界极具影响力的产业峰会；同时也将在中国南方打造一个全新的“亚洲国际高尔夫球博览会”。据悉，未来的中国高尔夫球博览会将加大培训力度，聘请海内外专家分享先进技术及先进管理经验，并加大高质量买家的邀请，使中国高尔球博览会成为真正意义上的集信息交流、新技术新产品展示、教育培训、商业联络为一体的高尔夫产业促进平台。

政策支持：去年5月份，由广州市经贸委主办了首次全市性会展业工作会议，提出未来5—10年，广州将力争会展业主要指标位居亚洲前列，成为广州市现代服务业的支柱产业之

一。随后，广州市政府出台《关于加快会展业发展的若干意见》，从多方面促进会展业发展。紧接着，广州市经贸委下发了《关于组织申报2025年广州市会展业发展专项资金项目的通知》，要求各部门做好会展补贴的申报工作。这表明历时近一年、备受关注的广州市会展补贴政策终于出台。最近，广州市《关于加快经济发展方式转变的实施意见》把会展中心列入广州的六大服务区之一。由此可见，广州市对于会展产业的高度重视和大力扶持。

展会基本框架

名称：2025年广州国际高尔夫球博览会

举办时间：2025年10月20日至2025年10月22日

主办单位：中国高尔夫球协会，北京励展光合展览有限公司 承办单位：北京励展光合展览有限公司

举办地点：广州锦汉展览中心

展会规模：展览面积约18208平米，预计展商200个，参观人士超过2025人

展会定位：目标参展商是涉及高尔夫产业方面的设计企业、制造企业，与高尔夫密切相关的高尔夫球俱乐部，目标观众是高尔夫爱好者和一般的普通大众

办展目标：加强展会的国际知名度，使其成为参展商开拓市场，提升品牌形象

办展频率：每年一次

展品范围：球场及练习场设施设备及建设用品展区

高尔夫个人用品消费品及OEM生产展区

高尔夫设计建造行业/服务及媒体区

高尔夫球具特卖区

会展价格：光地展位 A区/B区/ ￥1,100.00/平方米 36平方

米起租

注：展位双面开口加收10%，三面开口加收20%

C区 ￥1,000.00/平方米

F区 € 220.00 /平方米

标准展位 A区/B区 ￥1,250.00/平方米 规格：3\*3

平方米

注:

1、标准展位包括：展位租金、三面围板、展

位号和公司楣板字、地毯、一张问讯台、两把折

椅、一个500w/220v的电源插座、两支灯；

2、展位双面开口加收10%，三面开口加收20%

会展地点的选择：广州锦汉展览中心位于广州市商业中心地带，西侧紧邻中国出口商品交易会流花馆，南面是两家五星级酒店-中国大酒店和东方宾馆。中心直通广州地铁2号线，乘坐地铁可以快速到达市区及周边各地。中心与周边酒店、休闲设施及便利的交通构成一个成熟的商务会展区域，是高质量，专业型，公共性和消费型展览会的理想举办场所。自2025年10月正式投入使用以来，中心业务取得快速的增长，每年举办约40场展览会，并正不断吸引更多的知名展览会在此举办。

人员分工计划

1.安保工作。聘请有安保经验的人员到现场维持秩序，门票的验收，保证现场的有序。

2.清洁人员。可以委托当地的清洁公司负责场馆每天展后的清洁，保证第二天展会尽可能的清洁干净。

3.翻译人员。聘请2、3个翻译人员到展台前负责必要的翻

译工作。

4.柜台人员。主要负责参展商办理参展的手续。

5.指引人员。主要在馆外给观众指引到展馆的道路。

6.后勤人员。负责展物的搬运，展会期间一些琐碎的事务，表演活动所需的物资。

招展计划

大会宣传

1.通过大型户外广告牌进行宣传；

2.通过电视、报纸、杂志、广播、网络及其它大众传媒进行全面的宣传推广；

3.通过智能交通、安防、消防、网络等行业专业媒体进行全面宣传推广；

4.在国内外具有规模和影响力的同类和相关专业展览会进行宣传推广，通过与国外对口专业组织合作，进行国际采购招商与推介；

5.出版博览会电子期刊，专题介绍安博最新动态、论坛及评

选活动组织情况、推介交流会等有关活动的情况；

6.建设博览会官方网站，除与业内知名网站、展商网站进行链接外，还将与阿里巴巴等商务网站合作，将博览会相关活动及参展企业信息在网上进行宣传推广；

7.通过积累的行业资源及广大客户网络，进行精准性的宣传推广。

会展策划的可行性报告

1.总论

(1)社会、经济意义：A.加快企业树品牌创名牌步伐

B.加快国内高尔夫球产业的发展

C.有利于国内高尔夫球市场的发展

D.有利于当地高尔夫球运动的发展壮大

E.推动当地经济发展

2.会展项目的SWOT分析

优势：A.展馆地理位置条件优越

B.展会所在城市经济发达，市场潜力巨大

C.专业性强

劣势：A.高尔夫球在会展举办城市还不普及

B.会展品牌不够响亮

对策: 政府可出台政策让高尔夫运动深入普通大众；会展公

司加大对展会的宣传力度

机遇：A.高尔夫产业在中国有巨大的市场潜力

B.广州经济发达，将有越来越多人参与到高尔夫运动中 挑战：A.国外同行知名品牌展会的竞争

B.展会历史短，举办经验不足

对策:寻求外国知名会展公司合作，发展自己的品牌；向国外学习先进办展经验

3.项目执行方案：

A.展览事务部（负责高博会招展招商、展位安排和展馆现场管理和服务等工作）

B.环境卫生部（委托清洁公司负责展会期间的清洁卫生）

C.新闻宣传部（负责展前展中的宣传工作）

D.安全保卫部（负责展会期间的安全保卫工作、现场秩序维持工作）

E.后勤接待部（负责参会宾客的后勤保障等工作）

4.进度安排

布展:2025年10月18日---10月19日

展览:2025年10月20日---10月22日

撤展:2025年10月22日---10月22日

5.经费预算

收入：展位双面开口加收10%，三面开口加收20%

注:

光地展位 A区/B区/ ￥1,100.00/平方米 36平方米起租

注：展位双面开口加收10%，三面开口加收20%

C区 ￥1,000.00/平方米

F区 € 220.00 /平方米

标准展位 A区/B区 ￥1,250.00/平方米 规格：3\*3

平方米

支出：场馆租金、人员聘请、广告宣传费用、有关公司的委托费用

**第四篇：会展立项策划书**

会展立项策划书

第五届国际茶叶茶文化博览会

一会展市场环境

2025年，成都市第十次党代会提出把成都建设成为“辐射全国、面向世界的会展之都”的战略目标，标志着成都会展经济进入了快速发展阶段。进过几年的努力，成都会展已经成长为起点高、发展快、辐射广贡献大的新兴产业和拉动经济发展的重要力量。目前，成都市会展产业资产规模为85亿元。2025年产值达9.68亿元，同比增加21%，增加值5.8亿元。会展经济每年对成都经济的带动作用在70亿元左右，成都会展产业链发展水平和综合竞争力明显提高。成都举办会展的主题涉及电子、汽车、建材、医药、医疗设备、花卉、食品、美容等行业，这对成都工业、农业、科技商贸等的结构调整、市场拓展发挥了激活作用，有力于推进产业结构优化升级。成都会展业正日益成为成都经济发展的新增长点和成都“新财富”，成都会展带来大量人流、物流、信息流的聚集，从而带来显著的经济效益。

二茶的基本种类

1.绿茶

绿茶是不经过发酵的茶，即将鲜叶经过摊晾后直接下到一二百度的热锅里炒制，以保持其绿色的特点。名贵品种有：龙井茶、碧罗春茶、黄山毛峰茶、庐山云雾、六安瓜片、蒙顶茶、太平猴魁茶、君山银针茶、顾渚紫笋茶、信阳毛尖茶、平水珠茶、西山茶、雁荡毛峰茶、华顶云雾茶、涌溪火青茶、敬亭绿雪茶、峨眉峨蕊茶、都匀毛尖茶、恩施玉露茶、婺源茗眉茶、雨花茶、莫干黄芽茶、五山盖米茶、普陀佛茶。

2.红茶

红茶与绿茶恰恰相反，是一种全发酵茶（发酵程度大于80％）。红茶的名字得自其汤色红。名贵品种有：祁红、滇红、英红。

3.黑茶

黑茶原来主要销往边区，像云南的普洱茶就是其中一种。普洱茶是在已经制好的绿茶上浇上水，再经过发酵制成的。普洱茶具有降脂、减肥和降血压的功效，在东南亚和日本很普及。不过真要说减肥，效果最显著的还是乌龙茶。

4.乌龙茶

乌龙茶也就是青茶，是一类介于红绿茶之间的半发酵茶。乌龙茶在六大类茶中工艺最复杂费时，泡法也最讲究，所以喝乌龙茶也被人称为喝工夫茶。名贵品种有：武夷岩茶、铁观音、凤凰单丛、台湾乌龙茶。

5.黄茶

著名的君山银针茶就属于黄茶，黄茶的制法有点像绿茶，不过中间需要闷黄三天；

6.白茶

白茶则基本上就是靠日晒制成的。白茶和黄茶的外形、香气和滋味都是非常好的。名贵品种有：白豪银针茶、白牡丹茶。

三展会基本框架

名称：2025第五届国际茶叶茶文化博览会

举办时间：2025年10月18日

主办单位：四川省农业厅、四川茶文化协会

承办单位：中国天福茶叶集团

举办地点：四川省科技馆

会展规模：展览面积1000平方米，设置标展50个，预计参观人士超过1000人次。

展会定位：目标参展商和观众是茶叶采集制造企业、加工企业、餐饮企业、其他文化企业等

办展目标：推广中国茶文化，促进茶的发展

展会的主题：展、论、品---博大精深的茶文化

办展频率：每年一次

四办展地点的选择

四川科技馆坐落在诶里富饶的天府之国四川省的省会，成都市的城市中心—著名政治、文化和商业中心天府广场的北侧。四川科技馆地标特征明显，主体建筑极具民族特色，醒目的“四川科技馆”五个大字竖立其上，高大的汉白玉毛主席塑像耸立在其正南面。周围的交通网络十分发达，数以十计的公交站点，成都地铁的一、二号线的交汇于此地。灵位，周围的商业、餐饮、宾馆等非常密集发达。

五展会的价格

国内企业：3×3国际标准展位：4500元/个；（一桌两椅、两只射灯、220W电源插座）

国外企业：800美元/国际标准展位

空地：每平方米600元（18平方起租，不含任何设施）

广告宣传价格：基本横幅2500元，展板2800元

入场卷价格：免费

六展品种类

茶叶及茶制品

各地名茶；加工茶与茶饮料；有机茶及茶高科技产品；茶叶的制造工序 茶具专区

各种茶具；各种茶艺术品；

茶机械专区

茶机械与检测企业；采茶机、茶园工作机等

茶文化区

茶书画、笔墨纸砚、根雕、竹艺等

茶点专区

中式茶点、港式茶点、西式茶点

七工作人员分工

1、展览会总协调、管理由专人负责。

2、展览会翻译、资料由专人负责，与立展公司做好协调。

3、展览会展品运输、布展、撤管由专人负责管理，与物流做好协调。

4、参展商证件由专人负责，与办展公司做好协调。

5、展览会后勤工作（吃住行）由专人负责，与酒店做好协调工作。

6、展览会礼品由专人负责。

7、展览会采购商资料、参展商反馈意见表由专人负责收集。

8、展览会财务工作由专人负责。

9、展览会展位、人员安全由专人负责。

10、展览会有两个咨询服务处。

八展览招商设计

前期宣传推广目标侧重于招展：采用在报纸、杂志、会展会刊和网站、邮件等方式

后期宣传推广目标侧重于招商：利用大众传媒如报纸、电视、广播以及户外的广告等。发出邀请函，活动规划

九宣传推广

新闻发布：在行业报刊、杂志、专业网站及大众媒体进行宣传推广活动，发布大会主题、主要活动、最新消息。

广告宣传：四川电视台、成都日报、华西都市报、公交站牌广告栏等

网站：通过官方网站，提供最新展会信息、参展商介绍、网上展厅、观众预先登记等服务。

宣传网站：商品资源网、中国国际商贸网、四川文艺网、四川旅游网。

**第五篇：会展计划书**

2025常熟春季红木家具展

一.项目概况

1．项目名称：2025常熟春季红木家具展

2．目的和意义：

为提升常熟红木家具的知名度和销售量，展示红木家具的经典，复古，高雅与魅力，常熟红木家具将与常熟市人民政府、常熟市商务局联合举办2025常熟春季红木家具展示会。届时，我们将诚邀全国知名的家具厂家、业界人士、其他省市家具协会参加，将其办成层次高、影响广、精品汇粹的一次红木家具盛会。本展会以“传承红木经典，创造复古新时尚”为主题，通过有效组织红木家具企业和专业客商参展，构筑常熟红木家具品牌形象、洽谈合作贸易、了解行业动态、交流业界技术、培育产品品牌、拓展优势的平台和联系供求商的金桥，是参展红木家具企业迅速占领常熟市场及苏州市场乃至全国市场、扩大知名度和美誉度的最佳平台。

3．组织单位：

主办：常熟市人民政府

常熟市商务局

承办：常熟市国际会展中心

二．组织机构

本次常熟春季红木家具展示会由常熟市人民政府、常熟市商务局和常熟国际会展中心共同调派精干人员组成会务组，负责展示会的组织实施：

总 指 挥：\*\*\*

副总指挥：\*\*\*

1.外联组（6人）

负责事项：政府、嘉宾联系邀请；确定开幕式嘉宾；主持人确定；发放邀请函、请柬；嘉宾接送、交通；礼品发放。

2.会务组（15人）

负责事项：会场布置安排；会刊制作；嘉宾讲话稿；主持稿；休息场地安排；商务酒会安排。

3.宣传组（10人）

负责事项：广告投放；新闻媒体邀请；新闻稿；现场礼品安排；现场拍照；摄影；文艺演出组织；团购节组织。

4.安保组（25人）

负责事项：会展期间的嘉宾保卫；影视明星的特别保卫；现场安全；车辆指挥。

5.布展组（12人）

负责事项：会场现场气模、横条幅布置；户外广告（从伍家岭到浦沅桥的芙蓉路沿线布置灯箱广告牌或POP彩旗）；会展展台布置管理安。

三．活动流程

（一）新闻发布会

1.时间：2025年03月24日(周日)，上午10：00

2.地点：常熟国际会展中心一楼大厅

3.嘉宾：政府领导、新闻媒体、业内人士、客户

4.主题：正式宣布2025常熟春季红木家具展示会启动

5.现场布置要点：

①一楼大厅布置讲台，尺寸为6×3×0.3米，租用音响、话筒一套； ②一楼大厅布置一个6×3米背景板，背景文字如下：

传承红木经典创造复古新时尚

2025常熟春季红木家具展示会

新闻发布会

主办：常熟市人民政府

常熟市商务局

承办：常熟市国际会展中心

③一楼大厅地板铺6×9米红地毯；

④市场内外布置若干气模、横幅、条幅；

6.活动流程：

①市领导致辞；

②红木家具企业领导致辞；

（二）开幕、剪彩仪式

1.时间：2025年03月24日，上午11：00—12：00

2.地点：常熟市国际会展中心

3.嘉宾：政府领导、影视明星、参展客商、新闻媒体、公司领导

4.主题：宣布2025常熟春季红木家具展示会开幕

5．现场布置要点：

①布置舞台一个，一个背景板，租用音响一套；

②市场内外布置若干气模、横幅、条幅。

6．活动流程：

11：00红木家具企业领导致欢迎辞；

参展客商代表致辞；

11：20市领导宣布2025常熟春季红木家具展示会正式开幕；

嘉宾剪彩；

11：25嘉宾参观会展；

（三）文艺演出

1.时间：上午场：2025年03月24日，上午9：30—11：00；

下午场：2025年03月24日，下午15：30—16：30；

2.地点：常熟市国际会展中心

3.演出嘉宾：戏曲和中国风歌舞表演

4.主题：活跃现场气氛，渲染浓浓的文化气息。

5.活动流程：（略）

（四）商务酒会

1.时间：2025年03月24日，中午12：00—13：00

2.地点：天铭大酒店

3.嘉宾：政府领导、参展客商、新闻媒体

4.主题：共同洽谈合作贸易、了解行业动态、交流业界信息

5.活动流程：（略）

（五）明星签名、合影活动

1.时间：2025年03月24日，下午13：30—15：30

2.地点：常熟市国际会展中心

3.嘉宾：影视明星（具体人员待定）

4.主题：明星签名、合影

5.活动流程：

13：30幸运顾客签名；

14：00幸运顾客合影；

14：30接受媒体专访；

15：30活动结束。

（六）持续展示期

1．时间：2025年03月24日至2025年05月30日

2025年江苏国际服装节秋艳企业参展计划书

一．活动背景和目标

1.背景

由江苏省举办的国际性“服装盛宴”——2025江苏国际服装节将于01月10日—25日举行。届时，江苏卫视视晚会为2025江苏国际服装节隆重揭幕，开幕式与晚会合二为一。省长，市长，市委书记，大型文艺晚会以及服装展会的有关负责人等，《扬子晚报》、《服饰导报》、《江苏商报》等20多家新闻媒体参加发布会。目前，国内服装行业竞争激烈，大大小小的服装企业数不胜数，加上实力雄厚的国外服装品牌不断进入，中国服装市场的版图在此消彼长中不断改变。

借助服装节的契机，我公司将进一步推广企业产品，以拓展更大的市场空间，获取品牌溢价，进而跻身于全国顶级服装品牌行列。以强势媒体为平台，整合各方资源，为品牌升级确立战略方向。通过娱乐营销，让秋艳的品牌知名度、美誉度得到极大的提升。

2.目标:

根据2025年公司的发展推广计划，确定招商和品牌形象的宣传两个目标：

1)拓展直营店（全国二线城市的购物中心或商场）

2)招加盟代理商：（在展会上努力实现40%-50%的洽谈）

(明确：a.重点是那里的加盟商，b.大约要多少个加盟商 c.什么水平的加盟商)

3.提高秋艳品牌的知名度，以利于今后发展战略的推行和品牌稳定而良好的发展，并且依此作为机会，为以后秋艳在全国的推广奠定基础。

二．活动概况

1.参展时间：2025年03月10日至30日

2.参展地点：常熟国际服装城

3．参展人员：

1.）总负责：

2.）现场接待人员：

3.）翻译负责：

4.）现场咨询：

4.参展纪律：

1.）未经允许，不得擅自离开展位，特殊情况可向管理人员请假；b顾客到展位三步距离，必须微笑迎接；

2.）有顾客在展位的情况下，不得占坐顾客接待位。

三．参展安排

(一)展位布置：

三个关键布置流程：

A.接待服务区布置

B.嘉宾休息洽谈区布置

C.服饰展区布置

(二)展前

A.展台准备：1.参展主题的确定 2.展位的确定3.展位的布置

B.代理商邀请及策略：

1.）由渠道人员提前通过发送邀请函的方法约好意向代理商参加展会，2.）准备一些可以一分为二的礼品，把其中之一在展前先随邀请函寄给代理商，让他们必须到展位上才能凑成完整的一份礼品。

C.媒体报道：1.）公司网站进行同步报道； 2.）江苏媒体报道；

(二)展会期间

A.如果有可能在馆外墙上悬挂代言人宣传画和LOGO

B.新闻媒体的采访，包括报纸记者，电台记者，时尚杂志记者等，可根据需要进行邀请，或者邀请服饰界的领导来参观。

C.时装展示，可参加会展中心的统一品牌展示。

D.公司形象宣传资料的发送。

由于时装表演的申请和在展会现场的广告宣传的申请时间已经过去，所以我们公司只有靠自己的宣传手段，从各个细节来提高公司的整体形象，通过自己统一良好的形象展示和高水准的服务质量来提自己的宣传。

（三）展会后

这时主要是针对会上所洽谈的目标商场和目标加盟商的跟踪追访。把在展会上的火热场面刻成光盘，进行形象整合，再包装。

四．预算

1.展示厅的搭建费

2.宣传物品的制作费用

3.相关礼品的准备

4.广告费用

5.参展人员的住宿饮食费用

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！