# 最新会展策划方案应该包含哪些方面 会展策划方案心得体会(大全8篇)

来源：网络 作者：明月清风 更新时间：2025-05-30

*无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。会展策划方案应该包含哪些方面篇一...*

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**会展策划方案应该包含哪些方面篇一**

随着经济的不断发展和市场竞争的加剧，会展行业逐渐成为现代企业推广产品、扩大影响力的重要手段。作为一个参与会展策划方案的行业从业者，我在实践中获得了一些宝贵的经验和教训。下面我将从五个方面来谈谈我对会展策划方案的心得体会。

首先，会展策划方案的目标和定位至关重要。在制定会展策划方案之前，我们首先要明确展览的目标和定位。一次成功的会展不仅能够展示企业产品和实力，更重要的是要以此促进与潜在客户的沟通和交流，获取合作机会。拟定会展策划方案时，我们要结合企业的整体定位和市场需求，确定展览的主题和内容，以确保会展的目标和定位与企业整体战略的一致性。

其次，会展策划方案需要注重细节和创新。会展是一种新型的市场推广手段，其与传统的销售方式有着明显的区别。传统的销售方式注重产品的功能和性能，而会展要通过独特的展示效果和创新的展览设计来吸引观众的眼球。因此，会展策划方案的细节和创新非常重要。我们要充分考虑展位的设计与布置、展品的陈列方式、展览活动的设置等细节，力求做到舒适、吸引人眼球。同时，我们也要注重创新，通过巧妙的搭配和展示方式，给观众留下深刻的印象。

第三，会展策划方案要注重团队合作和资源整合。会展策划是一个复杂的系统工程，在策划和执行过程中需要各个环节的紧密配合。因此，团队合作非常重要。一个默契的团队能够高效地完成各项任务，确保会展的顺利进行。同时，会展策划还需要借助各种资源来支撑，如人力资源、物资资源等。我们要善于整合资源，让所有的资源得到最有效的利用，从而提升展览的效果和影响力。

第四，会展策划方案需要注重市场调研和数据分析。在制定会展策划方案之前，我们要进行充分的市场调研和数据分析，了解目标市场的需求和竞争状况。只有准确了解市场，才能制定出符合市场需求的会展策划方案，提高会展的成功率。此外，我们还要做好对会展效果的评估和分析，及时调整会展策划方案，以满足市场的需求和变化。

最后，会展策划方案的实施和效果评估是决定会展成功与否的关键。制定了会展策划方案后，我们要认真安排和组织实施工作，确保各个环节的顺利进行。同时，我们还要做好会展效果的评估和分析，及时总结经验和教训，为下一次会展做好准备。

通过对会展策划方案的实践和总结，我认识到会展策划是一项需要综合素质的工作，需要在市场调研、创新设计、团队合作和资源整合等方面充分发挥个人的才能和能力。只有全面提高自身素质，才能更好地完成会展策划工作，为企业的发展做出贡献。

**会展策划方案应该包含哪些方面篇二**

本次校园商品展销会活动是为了服务于培养适应未来营销市场发展需要的、高技能应用性人才，集职业能力锻炼、专业技能比赛、职业态度训练于一体的实战型实践教学平台。

校园商品展销会

5.18—5.2211：30---3：00

格物楼一楼大厅

通过参与商品展销会的实践，从商品展销会整体策划、展销会的筹备分工、招商引资、展会的促销设计到展会现场管理，同时作为参展商又需要从市场机会分析、确定经营商品、了解所选商品行情、采购商品、谈判议价以及确定销售价格、商品陈列、广告宣传、现场推销、网上电子交易和配送等环节的全过程，来体验商品销售技术，增强市场意识、核算意识和经营管理技能，培养学生团队合作、竞争的意识，培养和锻炼沟通技巧、应变能力等职业素养。

序号

实训名称

实训方式

实训地点

商品经营活动

实地参与

商品展销会现场

商品陈列

现场陈列

商品展销会现场

开馆剪裁仪式

现场观摩参与

商品展销会现场

展会现场管理

亲身体验

商品展销会现场

(1)招商引资的策划

由学生游说企业参加或赞助商品展销会活动，不仅增加了学生的核算意识，而且锻炼了学生与人交往的能力，同时，也促使学生了解企业，走向社会。

(2)展会促销的策划

结合市场营销专业的营销策划课程，由专业指导教师指导，为增加商品展销会的吸引力、提高展会销售、增强展会促销气氛设计一份促销方案，使学生的课程学习与实际应用有机结合起来。

(3)商品经营活动

由学生(分组)作为参展商参加商品展销会，指导学生分析市场机会、市场行情、经营方式、商品采购、价格制订。

(4)商品陈列

学习外来参展商的商品陈列方法，根据展位合理设计商品展示陈列方法，并设置摊位奖。

(5)开馆剪裁仪式

让学生观摩庆典仪式的整个流程，熟悉庆典这一公关活动的组织，并在三年过程中有意识地引导学生的亲身体验，由最初的.老师组织逐渐过度到由老师指导学生为主的形式。

(6)展会现场管理

指导学生进行现场促销管理、咨询点设置、现场摊主管理等销售现场常规与非常规事件的处理。

通过以上实践，使学生全程参与整个展销会各环节，不仅体会了展会销售的全过程，演练了一系列经营管理技能，同时也培养了学生团队合作、竞争的意识。

考核内容

(1)根据从展卖开始第一天到结束时各摊位学生所设摊位产品的销售量、销售额为标准。

(2)根据老师、客户的好评率为标准，即为客户服务的售后反馈情况。

在开展商品展销会期间可在场地发问卷调查表，以调查商家满意度为主要对象，涉及服务态度、方式、渠道、理念等，以及参展商品的质量合格、价格合理，无假冒伪劣产品。各商家以摊位编号为调查摊位号，统计差评、中评和好评，好评率的商家为赢家。

(3)根据学生是否创新为标准，即对商铺的策划创意，对经营理念的创新，宣传方式创新等。

(4)对于能为商品展销会拉赞助的摊位，根据赞助状况给予5分以内的奖励。

(5)根据学生撰写的各类策划方案的质量作为考核依据。

(6)商品展销会结束后体会文章(总结、建议)为标准之一。

**会展策划方案应该包含哪些方面篇三**

为丰富大学生的学校文化生活，提高大学生的审美水平，增进大学生之间的交流，提高大学生的艺术素质，培养大学生积极主动的参加学校活动以及提高各校之间的文化交流与合作。我院语言文学协会，特举办此次《为青春奋斗，展现你我风采书画展》，为了更好的举办此次活动，特向各校征集优秀书画做品。

丰富大家的学校生活，展现当代大学生的素质与修养，分享大学生的艺术成果，感受大学生的艺术魅力，享受大学生课外生活的`光彩。同时也为了加强周围高校的相互交流与合作，扩大来自不一样学校的知识面与交友范围，增加各校间的友谊互动。

青春使命书画展(即“五四巡回书画展”)

主办单位：

安徽商贸职业技术学院语言文学协会

承办单位：

安徽师范大学赭麓书画社

安徽工程大学书法协会

皖南医学院艺苑书画社

芜湖职业技术学院朝阳书画协会

安徽机电职业技术学院屺峰书画协会

芜湖信息技术职业学院

(一)前期作品征集时间：

xx年4月23日—xx年4月29日(各高校在本学校内自行安排作品征集)

评选优秀作品时间：

2、xx年5月1日-5月3日请教师评选出优秀的书画作品;

3、xx年5月4日由主办方给获奖人员颁发荣誉证书;

展出时间：

1、xx年5月5日正式展出作品(按照之前抽签的顺序展览出来)

(一)前期策划准备：

1、由主办方安排人员负责联系各高校，确定各高校的合作意愿;

2、主办方负责人员写出书画展的策划书，并发给各高校的负责人;

3、安排时间，各高校负责人讨论书画展的某些细节问题;

活动进程：

1、xx年4月23日—xx年4月29日，各高校在本校内展开书画征集活动;

2、xx年4月30日，各承办方将征集到的书画作品转交给主办方;

3、xx年5月1日—xx年5月3日，主办方请专业教师评选优秀作品;

5、xx年5月5日，按照之前抽签的顺序巡回展出。

(三)活动作品要求：

1、作品能够是毛笔书法、硬笔书法、水彩画、漫画、素描等等;

2、作品要向上，有想法，有艺术感;

3、书法水彩画等作品提议框裱起来;

4、作品要附纸写上参赛选手的学校、姓名、班级系部、联系方式;

(四)活动宣传方式：

1、在学院内张贴相关的横幅和海报，海报由承办方设计;

2、在学院内张贴通知以及红纸海报，并用展板进行宣传;

3、联系学院的广播站进行宣传

2、作品何时归还其他学校，对于别校的作品完全有联系那所学校的理事负责交接;

3、具体的人员安排，每个人的工作要落到实处，联系的人通知的人，出展板的人要明确职责。

**会展策划方案应该包含哪些方面篇四**

活动目的：本次校园商品展销会活动是为了服务于培养适应未来营销市场发展需要的、高技能应用性人才，集职业能力锻炼、专业技能比赛、职业态度训练于一体的实战型实践教学平台。

活动名称：校园商品展销会

活动时间：5.18—5.2211：30---3：00

地点：格物楼一楼大厅

展销会目标：

通过参与商品展销会的实践，从商品展销会整体策划、展销会的筹备分工、招商引资、展会的促销设计到展会现场管理，同时作为参展商又需要从市场机会分析、确定经营商品、了解所选商品行情、采购商品、谈判议价以及确定销售价格、商品陈列、广告宣传、现场推销、网上电子交易和配送等环节的全过程，来体验商品销售技术，增强市场意识、核算意识和经营管理技能，培养学生团队合作、竞争的意识，培养和锻炼沟通技巧、应变能力等职业素养。

展销会内容：

序号

实训名称

实训方式

实训地点

1

商品经营活动

实地参与

商品展销会现场

2

商品陈列

现场陈列

商品展销会现场

3

开馆剪裁仪式

现场观摩参与

商品展销会现场

4

展会现场管理

亲身体验

商品展销会现场

(1)招商引资的策划

由学生游说企业参加或赞助商品展销会活动，不仅增加了学生的核算意识，而且锻炼了学生与人交往的能力，同时，也促使学生了解企业，走向社会。

(2)展会促销的策划

结合市场营销专业的营销策划课程，由专业指导教师指导，为增加商品展销会的吸引力、提高展会销售、增强展会促销气氛设计一份促销方案，使学生的课程学习与实际应用有机结合起来。

(3)商品经营活动

由学生(分组)作为参展商参加商品展销会，指导学生分析市场机会、市场行情、经营方式、商品采购、价格制订。

(4)商品陈列

学习外来参展商的商品陈列方法，根据展位合理设计商品展示陈列方法，并设置摊位奖。

(5)开馆剪裁仪式

让学生观摩庆典仪式的整个流程，熟悉庆典这一公关活动的组织，并在三年过程中有意识地引导学生的亲身体验，由最初的老师组织逐渐过度到由老师指导学生为主的形式。

(6)展会现场管理

指导学生进行现场促销管理、咨询点设置、现场摊主管理等销售现场常规与非常规事件的处理。

通过以上实践，使学生全程参与整个展销会各环节，不仅体会了展会销售的全过程，演练了一系列经营管理技能，同时也培养了学生团队合作、竞争的意识。

考核内容

(1)根据从展卖开始第一天到结束时各摊位学生所设摊位产品的销售量、销售额为标准。

(2)根据老师、客户的好评率为标准，即为客户服务的售后反馈情况。

在开展商品展销会期间可在场地发问卷调查表，以调查商家满意度为主要对象，涉及服务态度、方式、渠道、理念等，以及参展商品的质量合格、价格合理，无假冒伪劣产品。各商家以摊位编号为调查摊位号，统计差评、中评和好评，好评率的商家为赢家。

(3)根据学生是否创新为标准，即对商铺的策划创意，对经营理念的创新，宣传方式创新等。

(4)对于能为商品展销会拉赞助的摊位，根据赞助状况给予5分以内的奖励。

(5)根据学生撰写的各类策划方案的质量作为考核依据。

(6)商品展销会结束后体会文章(总结、建议)为标准之一。

文档为doc格式

**会展策划方案应该包含哪些方面篇五**

一、适用范围：

1.适用于所有正式员工，但不适用于以下人员：

1.1兼职、特聘人员;

1.2实习生;

1.3公司临时工岗位;

1.4独立核算部门(以部门经理提供的标准发放);

1.5年度累计不到岗超过1个月(包括请假与其它各种原因的缺岗，例如：事假、病假、婚假、产假等等)的员工。

2.当年度入职未满1年的员工按以下标准发放(一个自然年为一个周期)：

2.2入职未满半年(即当年7月1日后入职)的员工不享受当年的全勤奖和年终奖。

二、发放标准：

1.销售经理、销售人员的发放标准：当年全勤奖金;

2.其他人员的发放标准：当年全勤奖金+年终奖金

3.全勤奖金和年终奖金的\'具体发放金额由公司管理层视当年的盈利情况确定。

三、考核办法：

※全勤奖金的发放参照以下考核方法：

每年春节前，公司将为符合规定的在岗员工发放一定数额的全勤奖金，发放金额由公司视具体盈利情况及员工当年的出勤情况确定，具体规定如下：

1.全年工作日内无病事假的，享100%全勤奖;

3.入司满半年不满一年(即当年7月1日前入司)的员工将享50%全勤奖。

4.在当年度奖金发放前，有下列情况之一者，不享受当年全勤奖金：

4.1工作年度内有旷工现象的;

4.2工作年度内迟到、早退累计超过15次的;

4.3工作年度内事假累计满10天的;

4.4入司不满半年的;

4.5年度内公司书面通报批评2次以上(含两次);

4.6辞职或解雇者，包括即将办理或正在办理离职手续的员工;

4.7年度累计不到岗超过1个月(包括请假与其它各种原因缺岗)的`员工。

※年终奖金的发放参照以下考核方法：

每年春节前，公司将为符合规定的在岗员工发放一定数额的年终奖金，发放金额由公司视具体盈利情况及员工当年度的绩效考核情况确定，具体规定如下：

1.入职满1年(含)以上的员工，享100%年终奖基数;

2.入司满半年不满一年(即当年7月1日前入职)的员工将享50%的年终奖基数;

3.员工当年年终奖金=年终奖基数x绩效系数

3.1绩效系数为年度12个月绩效系数的平均值，保留2位小数点，四舍五入;

3.3未参加绩效考核或特殊情况导致绩效考核没有考评的当月按1.0计算。

4.在当年度奖金发放前，有下列情况之一者，不享受当年年终奖金：

4.1工作年度内有旷工现象的;

4.2工作年度内迟到、早退累计超过15次的;

4.3入司不满半年的;

4.4年度内公司书面通报批评2次以上(含两次);

4.5辞职或解雇者，包括即将办理或正在办理离职手续的员工;

4.6年度累计不到岗超过1个月(包括请假与其它各种原因缺岗)的员工。

四、发放时间与方式

年终奖金及全勤奖金在每年的1月20日---1月25日以现金形式发放。

五、申诉：

凡员工对全勤奖金/年终奖金数额或绩效系数有异议时，应在拿到奖金后的十日内提出异议，首先应向部门主管/经理反应解决;如不能妥善解决，员工可向人力资源部提出书面申诉，人力资源部需在接到申诉之日起五日内，对申诉者的申诉请求予以答复，如过期申诉，人力资源部将不予受理。

六附则

1.本规定的解释权、修改权归人力资源部所有。

2.本规定自颁布之日起执行。

**会展策划方案应该包含哪些方面篇六**

由天津市人民政府、中国商业联合会、中华全国归国华侨联合会主办的天津第\_\_届投资贸易洽谈会将于20\_\_年4月18开幕，天津空港国际汽车园展贸中心作为展会的三大展场之一，承担着汽车展示、交易的主要任务。为落实市委、市政府关于举办\"高起点、高标准、高水平\"的展会要求，我们将仔细准备，认真策划，保证圆满完成市政府交办的各项工作。车展活动方案内容如下：一、会场基本情况：(一)展览时间：20\_\_年4月18日-4月22日开幕时间：20\_\_年4月18日上午10点预展时间：20\_\_年4月17日撤展时间：20\_\_年4月23日(二)地点：

(三)名称：

(四)主题：

(五)宗旨：

(六)参展范围：

(七)展区布局：1、主展场展览面积3万平米，室内1.5万平米，室外1.5万平米;2、展厅内以进口汽车为主;3、展厅主通道以汽车配件、电子产品、改装用具等为主;4、前广场以国产汽车、特种车、房车展示及互动活动为主;5、汽配城为汽车配件展区;6、4s店、二手车市场自有品牌展示;7、试车道进行试乘试驾活动。

(八)参展品牌：

1、已确定参展品牌

(2)待确定参展品牌

(3)计划参展新车

(九)展会期间主要活动：

现场开幕仪式、厂商新车发布会、厂商表演活动、联合试乘试驾活动、现场抽奖活动、汽车摄影大赛等。

十)展位规划见下图：

二、主要组织单位：

1、主办单位：

2、协办单位：

3、承办单位

4、支持单位：

三、车展筹备机构：设立由相关部门组成的筹备委员会，下设办公室、招商组、宣传组、布展组。全面负责车展的各项准备工作。具体组织机构及分工如下：

1、筹备委员会领导成员：

2、现场指挥部：

总指挥：

副总指挥：

3、各组负责人设置及工作职责

(1)综合服务组

主要工作职责：

a、负责车展主办单位及嘉宾单位邀请;

b、负责门票赠送工作;

c、负责门票的销售、兑换、人员统计等工作;

d、负责班车及线路的确定和管理工作;

e、负责与管委会、控股、中进等股东的联系;

f、负责文件起草、上报和归档工作;

g、负责财务管理，收支预算;

h、会议组织、接待工作。

(2)招商组人员：主要工作职责：

a、展厅内及外广场等展位招商工作;

b、招商品牌统计、汇总、跟进工作：

c、海关、商检等优惠政策申报工作;

d、展费收取工作。

(3)宣传组组长：

成员：娄志斌及市场部全体人员。

主要工作职责：

a、制定展会策划方案、宣传方案;

b、媒体关系维护，最大限度刊发新闻通稿、软文;

c、广告位设立;

d、配合参展商提供促销方案;

e、广告设计制作;

f、参展商布展设计审核工作;

g、手提袋、会刊、门票、海报、等dm材料广告招商工作。

(4)布展组

组长：卞庆华

成员：杨茗及展贸中心人员现场管理人员。

主要工作职责：

a、展位划线、展位详规;

b、展场现场管理工作;

c、消防、保险等工作;

d、区内交通管理部门的协调工作;

e、现场安全管理。

四、车展宣传计划(略)

五、目前工作进度

1、展会策划工作：展会整体策划方案、招商手册、邀请函、工作分工表等系列前期准备文件已经全部准备完成。

2、招商工作：已于3月3日正式召开了园区企业车展动员大会，展会邀请函和招商资料已经发给园区企业，园区企业基本参加本次展会，区外企业招商工作已经正式启动。

3、宣传工作：需与津洽会组委会建立密切的沟通联络机制，在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次车展内容。计划从3月中旬每天提供一片800字左右的新闻通稿报道本次车展总体情况、参展品牌、参展车辆、展会活动、销售量等等。

4、文件上报工作：已正式向保税区管委会上报了车展的相关文件，涉及到展会进口汽车的入关等问题仍需津洽会组委会协调解决。

六、需津洽会组委会协助解决的问题

1、宣传问题：

1)建议在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次大会，车展内容的新闻最好每天能刊出或播出一片。2)鉴于硬性广告对于宣传的巨大作用，建议津洽会组委会能对车展投放的硬广给予大力支持。

3)车展期间的记者邀请及新闻报道请给予大力支持。

4)路牌等户外媒体的发布请给予大力支持。

5)建议建立密切的宣传联络员沟通配合机制。

2、开幕仪式组织问题：需津洽会组委会尽快确定出席开幕仪式的领导、开幕仪式由谁来负责、形式、规模大小等系列问题。

3、行政许可、安防、消防、交通协调等问题请津洽会组委会统一办理重大活动行政许可报批手续，设计安防、消防、交通协调等问题由津洽会组委会统一负责。

4、门票的印制、定价、销售问题历届嘉年华门票定价20元，主要凭车展广告兑换门票，今年建议还采取以上方式。

5、会场之间的交通问题建议开通国展中心到汽车园的免费班车方便观众参观。

**会展策划方案应该包含哪些方面篇七**

会展活动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。下面是有20xx会展活动

策划方案

，欢迎参阅。

xxxxx展览会

策划书

由天津市人民政府、中国商业联合会、中华全国归国华侨联合会主办的天津第xx届投资贸易洽谈会将于20xx年4月18开幕，天津空港国际汽车园展贸中心作为展会的三大展场之一，承担着汽车展示、交易的主要任务。为落实市委、市政府关于举办\"高起点、高标准、高水平\"的展会要求，我们将仔细准备，认真策划，保证圆满完成市政府交办的各项工作。车展

活动方案

内容如下： 一、会场基本情况： (一)展览时间：20xx年4月18日-4月22日 开幕时间：20xx年4月18日上午10点 预展时间：20xx年4月17日 撤展时间：20xx年4月23日 (二)地点：

(三)名称：

(四)主题：

(五)宗旨：

(六)参展范围：

(七)展区布局： 1、主展场展览面积3万平米，室内1.5万平米，室外1.5万平米; 2、展厅内以进口汽车为主; 3、展厅主通道以汽车配件、电子产品、改装用具等为主; 4、前广场以国产汽车、特种车、房车展示及互动活动为主; 5、汽配城为汽车配件展区; 6、4s店、二手车市场自有品牌展示; 7、试车道进行试乘试驾活动。

(八)参展品牌：

1、已确定参展品牌

(2)待确定参展品牌

(3)计划参展新车

(九)展会期间主要活动：

现场开幕仪式、厂商新车发布会、厂商表演活动、联合试乘试驾活动、现场抽奖活动、汽车摄影大赛等。

十)展位规划见下图：

二、主要组织单位：

1、主办单位：

2、协办单位：

3、承办单位

4、支持单位：

三、车展筹备机构： 设立由xxxxxx相关部门组成的筹备委员会，下设办公室、招商组、宣传组、布展组。全面负责车展的各项准备工作。具体组织机构及分工如下：

1、筹备委员会领导成员：

2、现场指挥部：

总指挥：

副总指挥：

3、各组负责人设置及工作职责

(1)综合服务组

主要工作职责：

a、负责车展主办单位及嘉宾单位邀请;

b、负责门票赠送工作;

c、负责门票的销售、兑换、人员统计等工作;

d、负责班车及线路的确定和管理工作;

e、负责与管委会、控股、中进等股东的联系;

f、负责文件起草、上报和归档工作;

g、负责财务管理，收支预算;

h、会议组织、接待工作。

(2)招商组 人员： 主要工作职责：

a、展厅内及外广场等展位招商工作;

b、招商品牌统计、汇总、跟进工作：

c、海关、商检等优惠政策申报工作;

d、展费收取工作。

(3)宣传组组长：

成员：娄志斌及市场部全体人员。

主要工作职责：

a、制定展会策划方案、宣传方案;

b、媒体关系维护，最大限度刊发新闻通稿、软文;

c、广告位设立;

d、配合参展商提供

促销方案

e、广告设计制作;

f、参展商布展设计审核工作;

g、手提袋、会刊、门票、海报、等dm材料广告招商工作。

(4)布展组

组长：卞庆华

成员：杨茗及展贸中心人员现场管理人员。

主要工作职责：

a、展位划线、展位详规;

b、展场现场管理工作;

c、消防、保险等工作;

d、区内交通管理部门的协调工作;

e、现场安全管理。

四、车展宣传计划 (略)

五、目前工作进度

1、展会策划工作： 展会整体策划方案、招商手册、

邀请函

、工作分工表等系列前期准备文件已经全部准备完成。

2、招商工作： 已于3月3日正式召开了园区企业车展动员大会，展会邀请函和招商资料已经发给园区企业，园区企业基本参加本次展会，区外企业招商工作已经正式启动。

3、宣传工作： 需与津洽会组委会建立密切的沟通联络机制，在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次车展内容。计划从3月中旬每天提供一片800字左右的新闻通稿报道本次车展总体情况、参展品牌、参展车辆、展会活动、销售量等等。

4、文件上报工作： 已正式向保税区管委会上报了车展的相关文件，涉及到展会进口汽车的入关等问题仍需津洽会组委会协调解决。

六、需津洽会组委会协助解决的问题

1、宣传问题：

1)建议在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次大会，车展内容的新闻最好每天能刊出或播出一片。 2)鉴于硬性广告对于宣传的巨大作用，建议津洽会组委会能对车展投放的硬广给予大力支持。

3)车展期间的记者邀请及新闻报道请给予大力支持。

4)路牌等户外媒体的发布请给予大力支持。

5)建议建立密切的宣传联络员沟通配合机制。

2、开幕仪式组织问题： 需津洽会组委会尽快确定出席开幕仪式的领导、开幕仪式由谁来负责、形式、规模大小等系列问题。

3、行政许可、安防、消防、交通协调等问题 请津洽会组委会统一办理重大活动行政许可报批手续，设计安防、消防、交通协调等问题由津洽会组委会统一负责。

4、门票的印制、定价、销售问题 历届嘉年华门票定价20元，主要凭车展广告兑换门票，今年建议还采取以上方式。

5、会场之间的交通问题 建议开通国展中心到汽车园的免费班车方便观众参观。

前言

会展经济，是通过举办各种形式的展览、展销，带来直接或间接经济效益和社会效益的一种经济现象和经济行为。会展经济是市场经济发展到一定阶段的产物，也是市场经济竞争中对信息交流的迫切要求。

不管你留意未留意，以各种名义诸如房博会、汽车展的会展业已大步走进我们的日常生活。“会展经济”它已被视为城市经济增长的“助推器”。

春暖花开，万物复苏，又是一年播种希望的日子，对于企业来说，也是振作精神，一展宏图大志的好时间。现在，万众期待的“五一黄金周”即将来临，人们休闲购物的黄金潮又将再一次涌动，对于大型会展活动的期待与关注的热情将再一次升温。因此，临近五一可以说是各位商家不可错过的机遇，既是举办各类促销活动的黄金时间，也是商家占领市场、扩大份额的最佳时机。

以“春煦巴黎花样人生”为主题的非常艺廊·雅居春季嘉年华，就是借黄金周的东风，探索会展经济的新路子，为花都商家搭建一个可以共享的平台。在这个平台，既可以演出各种精彩的文艺节目，大大丰富人们的业余生活，为各位商家建立一个亲民、爱民的形象，进一步提高商家的美誉度;又可以聚集人气，形成旺盛的买场，刺激人们的消费，促进销售。

“春煦巴黎花样人生”――非常艺廊·雅居春季嘉年华，将是20xx年万众期待的花都会展业大事。

第一部分：活动概述

拟由雅居乐集团主办，广州市艺廊装饰有限公司协办，广州市智勇广告有限公司承办的“春煦巴黎花样人生”――非常非常艺廊·雅居春季嘉年华活动，将于20xx年4月23---24日或5月黄金周在雅居乐花样巴黎举行。本次活动设置两大区域：商品展示区和休闲娱乐表演区。商品展示区给商家用于商品展示、商品交易;休闲娱乐表演区用于举办各种娱乐活动、抽奖、游戏。

本次活动在新世纪广场设置免费中巴专线，鼓励人们到现场参与活动。

第二部分：活动主题

“春煦巴黎花样人生”

主题解析：

1、暗含“巴黎”与“花样”，组合而成“花样巴黎”，巧妙地点明活动地点;

3、能够表达出参展商参与活动的喜悦心情;

4、格调高雅、抒情、生动易于传播，影响深远。

第三部分：活动目的

本次活动须达到如下几点的目的：

1、营造雅居乐优雅生活品位;

2、培育业主身份尊崇的心理，

3、满足业主日常生活的需求，

4、传播雅居乐最新动态信息;

5、树立艺廊装饰良好的企业形象。

第四部分：活动时间与地点

活动时间：20xx年4月23---24日或5月黄金周

活动地点：雅居乐花样巴黎

第五部分：合作与活动方式

大型嘉年华会，融商品展示与休闲娱乐于一体的大型会展活动。

由雅居乐公司审定方案，提供场地，负责报批，提供现场协调和维持秩序的人员，但不投入资金;广州市艺廊装饰投入前期启动资金，确保在现场同类企业的唯一性;广州市智勇广告负责整体方案策划，整体宣传，活动运作。

同时确定主办单位为雅居乐集团、协办单位为广州市艺廊装饰有限公司，承办单位为广州市智勇广告有限公司，联合协办单位为各参展商，诸如家居类——装饰装修、建材、家具销售、窗帘布艺、园林绿化等公司;家电类——家电广场、空调、音响、电脑等公司;生活类——通讯、饮水、学校、车辆、服饰、保险等公司等。

第六部分：推广与招商方案

协调各方关系，总体方案确定以后，由广州市艺廊装饰有限公司全面负责活动的招商工作，广州市智勇广告有限公司提供协作。

招商日程安排：

方案确定后至活动举行前一天拟于4.10-4.23日;

招商对象：

家居类——建材、家具销售、窗帘布艺、园林绿化等公司;

家电类——家电广场、空调、音响、电脑等公司;

生活类——通讯、饮水、学校、车辆、服饰、保险等公司等。

l以上招商在执行过程中保持同类企业的唯一性。

参展数量与形式：

参展商总量保持在15家左右，参展商可以进行实物展销、形象展示，在参展过程中要体现出现场促销的“实惠性”，确确实实为雅居乐业主和前来参与的活动其它客户提供与其它时间相比的“实惠”，竭力促进现场成交，活跃现场气氛。

促销手段视商家的具体情况而定，但要求，每位参展必须提供50份价值50元的礼品，以便现场活动免费赠送给业主和观众。

第七部分：活动内容及安排表

可视具体情况进行调整

日期

时间

活动安排

4月23日

9：30——9：35

主持人宣布参展名单，介绍活动内容。

9：35——9：45

参展商讲话，推介产品及服务。

9：45――12：00

大型舞蹈

12：00-----13：00

节目演出，包括房模、车模表演，烧烤，小吃、互动游戏、钢琴演奏、男女声独唱与合唱。

13：00——14：50

14：50――15：15

互动游戏

15：15――15：30

与您有礼大抽奖活动

15：30

产品拍卖

4月24日

9：30——9：35

宣传活动开始

9：35——9：40

参展商讲话，推介产品及服务。

9：40——11：40

11：40——12：00

产品拍卖

13：00——13：05

互动游戏

13：05——15：10

15：50――16：00

与您有礼大抽奖活动

节目、活动说明：

1、产品推介：每位参展商规定5分钟中心舞台产品或服务介绍，说明优惠措施;

2、产品拍卖：每位参展商提供一件产品，一元起拍，按最高价成交;

3、互动游戏：对对碰、夹汽球、成语接龙，送礼品，由参展商提供，奖励参与者。

4、现场游戏：飞镖、寻宝

5、烧烤与小吃：免费提供烧烤和美食，供观众享用;

6、与您有礼大抽奖：统一制作认购、定购产品书，按编号抽奖，设置奖励视情况而定。

7、表演活动：以上只是界定表演方向，即基本内容，待方案确定以后，再提供详细节目单，供主办方和协办方确认。每场节目、每天节目内容不同，演出演员不同。

第八章：活动现场布置

展销区分列表演区左右，每展区按标准设置3×3米规格，提供间隔屏障和配套桌椅一套;

游玩区设置烧烤、小吃品尝区和自助游乐区，规格按3×3米。

周围环境渲染安排8个空飘。

具体现场效果图待整体方案确定以后另行提供，此处从略。

第九章：可行性分析

6、感召力空前

本次活动由雅居乐集团主办，决定了本次会展活动的影响力与感召力必定会达到一个最高峰，同时，也为众商家提供了一个提升档次与品位，增进可信度、美誉度的绝佳机会。

2、十多个相关行业联展

本次活动整合了房地产、装饰装修、建材、汽车、家电、等10多个行业，组成产业优势资源联合参展。这样，即避免了单个行业促销冷场的局面，又不会造成相关目标消费群的流失。

3、会展传播影响力久远

本次活动的举办，整合各行业优势，启动房地产、汽车消费市场，拉动内需，促进经济增长。凡参展商均可共享这一传播效应，达到推广企业形象宣传之目的。

7、群星荟萃，精彩无限

为期二天的会展活动，不仅有歌舞的精彩演绎，还有有趣的各种游戏，另外还专门邀请了乐队、劲舞组合，让参众的激情得到无限升温。一系列丰富多彩的节目，让人们看得开心，玩得开心。除此之外，还为每一个参赛者准备了丰富的奖品及精美的纪念品!互动参与性强。

第十章：活动经费预算

一、活动经费由以下几部分组成：

2、现场布置费用(包括舞台、空飘、音响、背景板、展位布置等)约3万元左右;

3、演出费用，每天预计1万元，2天合计约2万元左右;

总计约：10万元

二、费用分摊：

艺廊装饰投入3万元，用作活动启动资金。

雅居乐投入活动审批、场地及展位、负责业主邀请。

活动目的：本次校园商品展销会活动是为了服务于培养适应未来营销市场发展需要的、高技能应用性人才，集职业能力锻炼、专业技能比赛、职业态度训练于一体的实战型实践教学平台。

活动名称：校园商品展销会

活动时间：5.18—5.22 11：30---3：00

地点：格物楼一楼大厅

展销会目标：

通过参与商品展销会的实践，从商品展销会整体策划、展销会的筹备分工、招商引资、展会的促销设计到展会现场管理，同时作为参展商又需要从市场机会分析、确定经营商品、了解所选商品行情、采购商品、谈判议价以及确定销售价格、商品陈列、广告宣传、现场推销、网上电子交易和配送等环节的全过程，来体验商品销售技术，增强市场意识、核算意识和经营管理技能，培养学生团队合作、竞争的意识，培养和锻炼沟通技巧、应变能力等职业素养。

展销会内容：

序号

实训名称

实训方式

实训地点

1

商品经营活动

实地参与

商品展销会现场

2

商品陈列

现场陈列

商品展销会现场

3

开馆剪裁仪式

现场观摩参与

商品展销会现场

4

展会现场管理

亲身体验

商品展销会现场

(1)招商引资的策划

由学生游说企业参加或赞助商品展销会活动，不仅增加了学生的核算意识，而且锻炼了学生与人交往的能力，同时，也促使学生了解企业，走向社会。

(2)展会促销的策划

结合市场营销专业的营销策划课程，由专业指导教师指导，为增加商品展销会的吸引力、提高展会销售、增强展会促销气氛设计一份促销方案，使学生的课程学习与实际应用有机结合起来。

(3)商品经营活动

由学生(分组)作为参展商参加商品展销会，指导学生分析市场机会、市场行情、经营方式、商品采购、价格制订。

(4)商品陈列

学习外来参展商的商品陈列方法，根据展位合理设计商品展示陈列方法，并设置最佳摊位奖。

(5)开馆剪裁仪式

让学生观摩庆典仪式的整个流程，熟悉庆典这一公关活动的组织，并在三年过程中有意识地引导学生的亲身体验，由最初的老师组织逐渐过度到由老师指导学生为主的形式。

(6)展会现场管理

指导学生进行现场促销管理、咨询点设置、现场摊主管理等销售现场常规与非常规事件的处理。

通过以上实践，使学生全程参与整个展销会各环节，不仅体会了展会销售的全过程，演练了一系列经营管理技能，同时也培养了学生团队合作、竞争的意识。

考核内容

(1)根据从展卖开始第一天到结束时各摊位学生所设摊位产品的销售量、销售额为标准。

(2)根据老师、客户的好评率为标准，即为客户服务的售后反馈情况。

在开展商品展销会期间可在场地发问卷调查表，以调查商家满意度为主要对象，涉及服务态度、方式、渠道、理念等，以及参展商品的质量合格、价格合理，无假冒伪劣产品。各商家以摊位编号为调查摊位号，统计差评、中评和好评，好评率最高的商家为赢家。

(3)根据学生是否创新为标准，即对商铺的策划创意，对经营理念的创新，宣传方式创新等。

(4)对于能为商品展销会拉赞助的摊位，根据赞助状况给予5分以内的奖励。

(5)根据学生撰写的各类策划方案的质量作为考核依据。

(6)商品展销会结束后体会文章(总结、建议)为标准之一。

**会展策划方案应该包含哪些方面篇八**

为保障事情或工作顺利开展，就不得不需要事先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。那要怎么制定科学的方案呢？以下是小编整理的有关会展策划的设计方案，希望对大家有所帮助。

“览庭”

曲水流觞，觥筹交错

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。

“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。

(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。

江苏省国画院

(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)

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn