

会展组织与策划

主讲：蓝星 副教授
上海对外贸易学院

项目实施的重要性

- 再宏伟的构想和方案，没有实施 -----
等于一纸空文
- 周全的计划，无法付诸实施 -----
执行力不足
- 执行中的计划，半途而废 -----
执行力不强
- 强有力的项目实施是展览会成功的保证

08会展专业

34

2

项目实施要点

- 计划性：近中远期目标，时间节点把握
- 全面性：项目所需的各方面安排和支持
- 可行性：对成功可能的考虑，替补方案
- 预见性：可能出现的结果和问题，及时调整
- 实践性：执行能力，实施落实
- 指导性：团队领导掌握全局，指导阶段性重点
- 面和点：大局的统筹，细节的安排

08会展专业

34

3

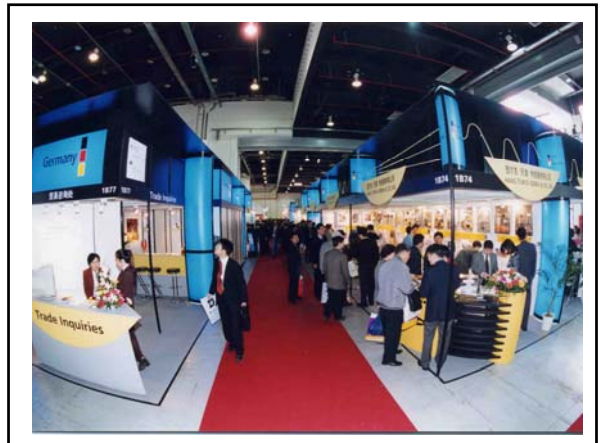
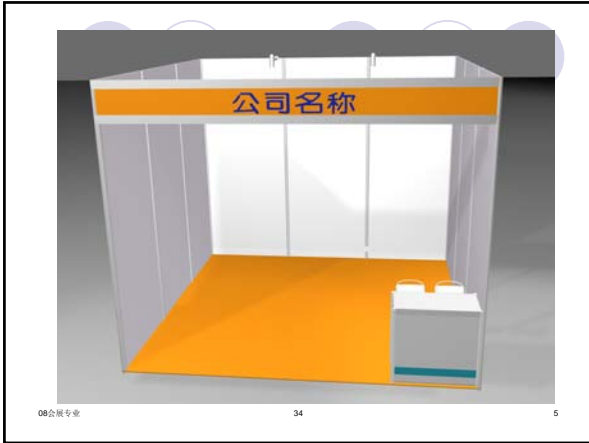
基本概念

- 总面积：展览规模
- 净面积：实际销售的面积
- 标准展台/摊位：9平方米、基本配置
- 铝材、展板：用于搭建标准展台的组合材料
- 标摊变形：增加装饰、加高、楣板变大
- 光地：实际租用的较大展览面积，无任何设施
- 特殊搭建：专门设计，用于光地搭建
- 两面/三面开口：位于转角的展位

08会展专业

34

4



一. 前期准备工作（展前1年—1年半）

市场调研：

1. 市场信息收集
2. 行业数据收集
3. 政府、行业机构合作
4. 同类展览会信息
5. 可行性报告
6. 经济估算

前期准备工作

1. 市场信息收集

目的：办展的必要性、可行性研究调查

渠道：

- | | |
|---------|---------|
| a. 行业情报 | b. 专业协会 |
| c. 媒体 | d. 专业期刊 |
| e. 政府网站 | f. 互联网 |

前期准备工作

2. 行业数据收集

目的：了解熟悉行业情况，招展、组织观众

渠道：

- | | |
|---------|-------------|
| a. 行业名录 | b. 会刊 |
| c. 黄页 | d. 专业机构会员名单 |
| e. 专业网站 | f. 杂志期刊广告 |
| g. 问卷调查 | |

前期准备工作

3. 政府/行业机构合作

目的：获得批文、行业号召力、紧贴市场、学术活动、专业指导、专业观众组织

主要构成：

- | | |
|---------|----------------|
| a. 主办单位 | b. 协办单位 |
| c. 承办单位 | d. 支持单位 |
| e. 赞助单位 | f. 批准单位 |
| g. 接待单位 | h. (指导单位、主管单位) |

请大家参阅实例

展览会组织结构1

2

前期准备工作

4. 同类展览会信息

目的：了解各展优劣势、避开大展、突出本展特色、对比中招展

- a. 国外主要展览
- b. 国内大城市同类展
- c. 本地同名同性质展
- d. 相关产业链展览

08会展专业

34

14

前期准备工作

5. 可行性报告

目的：对各种汇集的信息因素做综合性分析并得出行动结论

用途：研究实施的可行性，递交上级部门审批

要点分析：

- a. 市场成熟度
- b. 行业机构的支持
- c. 市场资源对办展的可行分析

08会展专业

34

15

可行性报告

d. 展览会的主题和目标

e. 展览会组织架构：主办、协办、承办、支持单位、支持媒体等

f. 展览方案和构成：活动形式

g. 宣传方案：具体媒体、网站、专业机构

08会展专业

34

16

可行性报告

- h. 观众组织：构成、邀请渠道、预计人数
- i. 主要工作分工
- j. 总体活动经费和收益预算
- k. 工作时间表

前期准备工作

6. 经济估算

目的：预计收益、控制风险、合理预算

要点：

- 成本支出
- 赢利点
- 风险

金秋盛宴 房车大餐 ——大型交易展览会策划方案

- 攀枝花市自建市以来，全市人民一直兢兢业业、努力工作，希望吃得好点、住得好点、穿得好点，但由于以往经济落后、山区条件差，住房一直非常紧缺，买车更是一种遥不可及的梦想。攀枝花市这几年变化很大，经济条件也大大改善，全市人民对住房和行的需求开始大量增加。有房未必有车，但有车必有房，房与车是联系相当紧密的两个大件产品，因此，为满足攀枝花人对住房和行的需求，也为了活跃房市和车市，特策划本次大型交易展览会。
- 一、策划目的
- 1、集中全面展示本地精品楼盘和时尚汽车，宣传本地房地产和汽车，使市民了解本地房地产发展水平和汽车制造工艺的发展状况，便于购房购车时的比较消费；
- 2、促进房产开发商和汽车经销商的产品快速销售，活跃攀枝花市房市和车市，满足消费者的住房需求和汽车需求；
- 3、进一步激发广大市民对住房和汽车的关注度，利用本次大型交易展览会扩大房地产和汽车对本地市民的影响力。
- 4、帮助企业塑造品牌形象，宣传企业产品，同时促进产品销售。

二、展会策略

1、辉煌大气策略

- 辉煌大气的现场，使人胸襟开阔，从心理学角度上讲，这样的环境更容易使人意乱情迷，人的理性很轻易被感性打败，非常容易激发出消费者潜在的购物欲望，从而出现千百人抢购的现象。

2、现场布置策略

- (1) 现场布置隆重热烈。

- ① 红色氢气球8个；
- ② 条幅8条；
- ③ 火焰气拱门1个；
- ④ 立柱气模1对。

- (2) 现场分为房产展区和汽车展区两个区域，分别展示房产和汽车，使交易更有秩序，人流更易分开。
- ① 房产展区。划条块分割，并编号。
- ② 汽车展区。划条块分割，并编号。
- (3) 房产和汽车同时展出，以房产关注人群带动对汽车的关注，以汽车关注人群带动对房产的关注，营销互动，从而产生超级人气，营造热销的气氛；

- 3、促销策略
- 利用消费者贪小便宜的心理，整体展开促销活动，促进房产和汽车的销售，用强有力的促销活动刺激消费者抢购，促销活动如下：
- 凡在促销期间在本展览会房产开发商或汽车经销商处购车购房者，凭购物发票或有效购物凭证，到领奖处领取以下赠品或参加以下促销活动：
 - (1) 时尚手机一部，价值2000元（限1000部，先买先得）；
 - (2) 送50元红包一个（限100名）；
 - (3) 参加交易展览会消费者评比抽奖活动，奖红包总计20000元；
 - (4) 超市面值50元折扣券（限100人）；
 - (5) 购房前10名，送5m²面积；
 - (6) 持门票购房购车者除原来的优惠外，再额外优惠价格的2%。
- 注：①除第（3）、（5）、（6）项外，其它部分活动由策划组织方出资。
- ②以上优惠过程请公证处公证。

- 5、广告内容策略
- 金秋送爽，风清气爽；丰收时节，喜气洋洋。值此大好季节，特举办四道盛宴：房宴、车宴、银行宴和青春宴，与全市人民同乐，以此庆祝丰收喜气之嘉年。
- (1) 房宴
- “房地产大餐”。本市精品楼盘集中展示，全面展出本市房地产最新发展水平，楼盘展示计划包括远达、南山花园、仁和、春天花园、国际泰隆大厦、凤凰小区、临亚家园、湖光小区、湖光·水岸新天、四季花园、晨雨苑、保果花园、迎宾苑等。
- (2) 车宴
- “汽车大餐”。本市时尚轿车集中展示，全面展出本市车市新款车型，供用户集中选择，汽车展示计划包括奇瑞QQ、金杯海狮、雪铁龙、雪佛兰、上海大众、东风悦达起亚、庆铃、北斗星、奥迪、长安等众多品牌
- 车型。

- (3) 银行宴
- “银行大餐”。本市多家实力雄厚的银行推出的个人买车贷款、个人买房贷款等贷款项目，对广大的本市老百姓来说，不啻于一个好消息，借此良机，各银行将会详细介绍自己的贷款项目和贷款方式。
- (4) 青春宴
- 特别邀请本地青春靓丽少女组合、活力四射的年轻乐队和带有迷人嗓音的歌手，无论是清风送爽的上午，还是浪漫迷人的晚上，都会演唱著名歌星的传世歌曲，进行青春靓丽的现代歌舞表演，演奏青春火热的现代乐曲。在青春宴的衬托之下，房宴、车宴味道更特别。

- 6、广告媒体策略
- (1) 报纸广告。
 - ① 攀枝花日报1/2版, 2天;
 - ② 攀枝花晚报整版, 2天;
 - ③ 攀钢日报整版, 2天。
 - ④ 直接影响人数: 2万人
 - ⑤ 间接影响人数: 10万人
- (2) DM宣传单
 - ① 纸张: 105克铜版纸;
 - ② 规格: 大8K;
 - ③ 质量: 海德堡五色印刷机印刷;
 - ④ 印数: 5万张;
 - ⑤ 发放对象: 一户一道
 - ⑥ 直接影响人数: 25万人(按平均5人/户计算)
 - ⑦ 间接影响人数: 75万人

08会展专业 34 25

- 7、制造新闻点策略
- 为求本次大型房车交易展览会产生轰动效应, 特别制造新闻点“消费者评选活动”, 评选出:
 - (1) 绿化景观最好的攀枝花市楼盘;
 - (2) 建筑外形最好的攀枝花市楼盘;
 - (3) 性价比最好的攀枝花市楼盘;
 - (4) 最经济实惠的攀枝花市楼盘;
 - (5) 服务最好的攀枝花市楼盘;
 - (6) 功能最齐全的攀枝花市楼盘;
 - (7) 攀枝花市外形最时尚的轿车;
 - (8) 攀枝花市功能最好的轿车;
 - (9) 攀枝花市性价比最好的轿车;
 - (10) 攀枝花市最经济实惠的轿车;
 - (11) 攀枝花市服务最好的汽车经销商;
- 说明:
 - ① 评选活动由公证处公证;
 - ② 评选活动不另收任何费用;

08会展专业 34 26

- 8、现场控制策略
- 为避免因人气空前高涨, 现场造成混乱挤压、人员受伤的情况, 特别加强控制现场秩序, 安排人群有秩序地参观和购买, 特请20个保安维持秩序。
- 三、策略实施
 - 1、展会展位图(略);
 - 2、参展企业在指定展位自行布展;
 - 3、展会组织方办理展会相关手续;
 - 4、现场安全秩序由组织方负责控制;
 - 5、广告位竞拍由组织方负责安排;
 - 6、广告及整体促销由组织方负责实施;

08会展专业 34 27

- 四、展会卖点
- 1、全面展示本地精品楼盘;
- 2、全面展示本地车市的汽车车型;
- 3、房地产与汽车的首次联手集中展示, 将前面1、2两大卖点的影响叠加, 这就是1+1>2的经典展现;
- 4、房宴、车宴、银行宴、青春宴四道盛宴吸引众多的眼球关注, 广告创意独特新颖, 以宴会比喻交易展览会, 是对展览会宣传的一种创新;
- 5、现场布置恢弘大气, 场面气氛热烈隆重, 房地产精彩纷呈, 汽车各领风骚, 银行借誉如日中天, 足以令参观者心跳不已;
- 6、促销力度强大, 直接撞击消费者内心之弦, 令消费者内心反复震荡, 欲罢不能;
- 7、宣传力度强大, 无论是广告创意策略, 还是广告媒体策略, 都针对消费者的“弱点”而策划, 广告创意的循循善诱, 广告媒体的反复冲击, 都足以令消费者内心防微一泻千里, 土崩瓦解, 最终高举白旗, 缴械认输。在热烈激情的现场气氛下, 想不动心都难!

08会展专业 34 28

● 五、展会优点

- 1、广告效应突出。如此强度的展会宣传相比任何传统广告，效果都要明显得多，展会的新闻性、轰动性、展示手法等所产生的影响力，远远超越传统广告的广告效应。
- 2、促销效果明显。借助展会的广告效应，再利用强有力的促销手法配合，依据策划者本人多年来的经验，必能产生理想的促销效果。
- 3、费用低廉。与传统广告相比，预计参展企业本次最高投入30000元左右，与传统广告费用相比，费用相当低廉。传统广告仅《攀枝花日报》一版一天费用就是1万多，假如三种本地报纸媒体同时投放，两天就要花掉近4万，再加上其它如电视、电台、DM宣传单等广告投入，其两天的广告费用将超过6万元。如果再加上促销活动，费用将直线上升。相比传统广告促销，交易展览会费用之低，效果之好，优势十分明显，这也是目前许多城市流行展览会的重要原因所在。

08会展专业

34

29

● 六、征求参展企业意见

- 1、对此次参展有何意见，是否愿意参展？
- 2、如果参展，需要多大布展面积？
- 3、对此次促销策略有何意见，力度是否够大？
- 4、对此次广告策略有何意见，是否有更经济更有效的广告策略？
- 5、是否愿意参加本次展会广告夺标，从而在展会上扩大自身的影响力？
- 6、是否有其它更好的展会想法？
- 注：请将以上意见及时反馈给本公司，以便及时做出适当调整，谢谢！
- 七、方案意见征求时间
- 2003年10月21日——2003年11月1日
- 八、方案确定日期
- 2003年11月8日

08会展专业

34

30

● 九、展会组织方 (略)

● 十、企业缴费报到时间

- (1) 2003年11月9日8:00——18:00汽车经销商缴费时间；
- (2) 2003年11月11日8:00——18:00房地产企业缴费时间；
- (3) 2003年11月12日8:00——18:00银行、装饰公司缴费时间。

● 十一、广告位竞拍时间

- 2003年11月15日8:30——11:00，竞拍成功企业须当日付款。

● 十二、广告位竞拍地点

- 攀枝花宾馆二楼会议室

08会展专业

34

31

● 十三、企业布展准备日期

- 2003年11月28日8:00——16:00汽车布展；
- 16:00——22:00房产布展；
- 22:00——24:00银行、装修公司布展。

● 十四、展会时间

- 2003年11月29日8:30——2003年11月30日17:30

● 十五、促销期间

- 2003年11月29日——2003年12月16日，将促销活动延期，能够使促销效果最大化。

● 十六、成本预算

- (略)

● 十七、参会费用

- (略)


● 十八、展会地点

- 体育馆旁

08会展专业

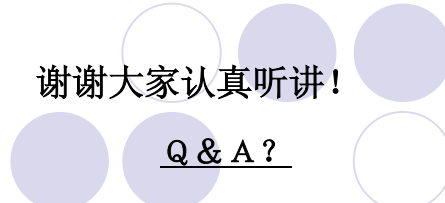
34

32

 自学作业

- “中国（上海）亚洲图形图像技术博览会”规划方案是一个主题明确、内容全面、考虑详尽的可行性报告。
不足之处是，结构不是很清晰，段落层次不明。
按公司总经理指示，委派你对该报告内容进行整理，对主次顺序做适当调整，并分类编号，制作一个报告目录。请参考以下顺序号：
 - 第一级：一、二、三、四……
 - 第二级：（一）（二）（三）（四）……
 - 第三级：1、2、3、4、……
 - 第四级：（1）（2）（3）（4）……你只需将各大小标题写出并编号即可，注意格式。
- 请于9月25日前将作业发至：huizhaniems08@163.com

08会展专业 34 33

 谢谢大家认真听讲！

Q & A ?