# 展会策划书(实用20篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2025-04-12

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧展会策划书篇一展会策划是一项综合性强、...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**展会策划书篇一**

展会策划是一项综合性强、工作量大的项目，为了成功举办一场展会，策划人员需要具备全面的知识和丰富的经验。近期我参与了一场国际贸易展会的策划工作，并负责策划团队的协调和执行。通过这次经历，我不仅深刻体会到了策划工作的复杂性，也获得了宝贵的心得体会。

第二段：前期准备工作及团队管理。

展会策划的前期准备工作十分关键，包括明确目标、制定计划、确定预算等。在团队管理方面，我们采用了分工明确、相互配合的方式，每个成员都根据自己的专业特长分工负责，确保任务合理分配。此外，定期召开团队会议，及时沟通交流，解决问题，确保工作进展顺利。

第三段：创意策划与细节把控。

展会的成功与否在很大程度上取决于创意策划的水平。我们致力于根据展会主题和参展企业的需求，提供个性化的设计和创意，并确保细节的把控。在筹备期间，我们经常与参展企业保持沟通，及时了解他们的意见和要求，并根据情况进行相应调整。展会当天，我们设立了专门的指挥部，负责协调整体进展，确保展览顺利进行。

第四段：客户关系维护及宣传推广。

展会策划的成功还在于维护与客户之间的良好关系。我们通过定期的电话沟通和亲自拜访，详细了解客户的需求，从而能够更好地提供服务。同时，我们还利用新媒体平台进行宣传推广，提高展会知名度和吸引力。通过这些方式，我们与客户建立了稳固的合作关系，为展会的成功做出了贡献。

第五段：总结与反思。

展会策划是一项需要耐心和细心的工作，需要策划人员具备丰富的经验和专业知识以及良好的团队合作能力。通过这次经历，我深刻体会到了这些要素的重要性，并学习到了许多宝贵的经验。在以后的工作中，我将进一步提升自己的专业能力，不断学习和创新，为展会的成功做出更大的贡献。

通过以上五段连贯的文章，我详细讲述了展会策划心得体会。从前期准备工作到团队管理，再到创意策划和细节把控，接着是客户关系维护和宣传推广，最后总结反思。这篇文章旨在分享我在展会策划中的经验，并希望能给读者一些启示和帮助，使他们能更好地进行展会策划工作。

**展会策划书篇二**

--南京艺术学院人文学院首届毕业展览。

二、活动时间。

20xx年5月5日-12日；为期7天。

三、活动地点。

南京艺术学院人文学院一楼大厅。

四、活动宗旨。

四年的时间转瞬即逝，作为南京艺术学院人文学院的“黄埔一期”，学生们用自己的辛劳和汗水一次又一次的在南艺的历史上书写着属于自己的辉煌。在临毕业之际，开展这次展览不仅仅是一种成果的展示，更是一种对过往时光的怀念和对美好未来憧憬的一种表达。学生们可以通过这次展览回顾自己的四年大学生活，展示自己在大学四年生活中的成功与失败，喜悦与痛苦，开心和难过，辉煌和成就;也可以憧憬自己的未来，展示自己梦想和希望。常言道:回顾过去成就辉煌展望未来压力未减。在人生的又一个十字路口，毕业展览犹如一盏明灯为我们照亮前方的道路，也许前方的路艰辛而痛苦，至少在毕业展览中我们得到了指引和关怀，还有更多的温暖。在这最后的展览中，我们可以最大限度的表现自己，表达自己，展现自己，诠释自己。

五、活动主题。

承托希望，放飞梦想。回味过去，展望未来。

六、活动内容。

1、艺术展览区。

艺术展览分为回味过去和展望未来两个主题展区。

在回味过去展区参展者可以根据自我作品的需要在安全，美观，伦理的前提下自己选择展览风格和作品。其中作品不仅可以是参展者在四年内的得力之作，也可以是一些对自己重要时刻的照片的集合，物品的整合，奖状图像的整合，快乐时光的图像集合。更可以通过设计表达自己四年来的成功与失败，喜悦与痛苦，开心和难过，辉煌和成就。。此外在回味过去中还可以留一个视频区放一些学生们在四年来的视频以回顾四年来学生们一起的快乐。

在展望未来展区参展者既可以通过整合将自己任何的物品进行规划，从中抒发自己对未来的畅想和感想，也可以通过图片作品表达自己对未来的憧憬和对梦想的那种追求感。此外在展望区安放一个大展板和许愿瓶，学生可以将自己的梦想写在大展板上，将自己对自己十年后的期盼放进许愿瓶，等十年后大家再在一起时再打开，这既是一个承诺，又是一个目标。

2、交流活动区。

交流活动区以珍惜现在为主题，大致可分为交流和活动2大部分。

交流部分邀请大学四年内教过我们的一些有代表的老师前来以聚会party的形式在该区和学生们沟通交流。在这个部分的设置以聚会party的形式展开，把该部分设有饮料和小吃，被通过设计营造聊天区和合影区，学生可以利用这个大学最后的机会在聊天区和自己喜欢的老师就生活和学习方面就行更直接的交流沟通，并在合影区域与老师和学生进行合影。此外在交流部分学生们也可以互相写毕业留言，赠送毕业礼物。

活动区部分以互动活动和小游戏为主，在这个区域学生们既可以和学生之前也可以和老师之间开展各种丰富多彩的活动：或下棋，或打牌，或做游戏，无论如何要让老师和学生在这个重要的时刻尽情狂欢，让老师和学生一起度过这些令人难忘的时刻。

七、展品选择。

本次展览由于是为了突出自我，表现自我，其展览部分展品主要有以下。

一、来自学生自己的作品，包括素描，油画，工笔，书法等。

三、来自学生设计的作品，其中以大型雕塑和物件为主。

八、预期成果。

本次展览由于是毕业展览，突出的就是每一个即将毕业的学生各自的情感，各自的成长，各自的心情。作为人文学院的一员，我们要突出的是人，以人为本，育人成才。在这毕业之际，突出这次展览，我们可以回顾自己曾经的梦，可以畅想自己未来的梦。可以和老师尽情的交流，互动，可以更好的和学生之间进行沟通。

除了情感方面，在展览方面我们要以梦为主题，实现和突出的不是我们的技术水平，而是我们策划的水平，整合的水平，组织的水平，布置的水平，管理的水平，文化的水平。我们要尽我们的可能，每个人想出最好的各自作品的方案，再集思广益的将他们有机的结合起来，最后呈现出一幅与众不同的，独具风格的展览。

我们预期的成果是展现四年最好的水平给自己，家长和社会。虽然社会上不会有很多人来关注我们的展览，但是我们一定要做出自己的特色，让所有的人看后有一种与众不同的感觉。

九、可行性分析（可开发市场、可利用资源、存在问题）。

1、可开发市场。

2、可利用资源。

本方案可以请一些以前的专业授课老师进行指导，我们可以请长风堂专家对我们场地的设计和布置进行指导和帮助，我们也可以请南京博物院的人前来指导我们的灯光和整体效果的设计，我们还可以请老师和我们一起做，此外这个方案的最大特点是任何人都能够在这找到自己的位置，发挥自己的专长，突出自己的特色。

3、存在问题。

本方案需要大量的时间和精力，不知道是否所有学生都有这个兴趣和时间来执行这个。本方案的成本相对较低，突出的是特色。

**展会策划书篇三**

展会策划是一项复杂的任务，需要综合考虑各种因素，并制定相应的计划。作为一名展会策划人员，我有幸参与了多次展会策划工作，并积累了一些经验。在此，我想分享一些我在展会策划中得到的心得体会。

首先，在展会策划过程中，充分了解目标受众是非常重要的。了解受众的特点和需求，可以帮助我们制定更有针对性的展会计划。在确定目标受众后，我们可以有针对性地选择展会的时间和地点，以及确定展览内容和展示方式。例如，如果目标受众是企业家和商界精英，我们可以选择在商务活动频繁的城市举办展会，并安排高端讲座和论坛活动，以吸引目标受众的参与。

其次，在策划展会时，要注意与相关合作伙伴进行良好的合作。展会通常涉及到多个方面的工作，例如场地租赁、展品运输、搭建展台等。与合作伙伴建立良好的合作关系，可以确保展会工作的顺利进行。合作伙伴一般有专业的经验和资源，可以提供展会所需的各种服务和支持。与合作伙伴保持良好的沟通和协调，可以减少潜在的问题和风险，并确保展会的成功举办。

第三，展会策划需要注重细节的安排。细节决定成败，在展会策划中更是如此。一些看似琐碎的细节，例如展台布置、展品排列、光线和音响效果调整，对于展会的整体效果起到重要的作用。我们应该在策划展会前，提前进行展台布置和展品调整的模拟，确保展台的布局合理、展品的陈列效果好，并且调整好光线和音响效果，以营造出良好的展览氛围。

此外，展会策划中还需注重宣传力度。展会宣传活动的效果直接影响到参展人数和观众数量，因此我们需要采取多种宣传方式，以达到最佳的宣传效果。在社交媒体时代，我们可以通过微博、微信和其他社交媒体平台进行广告推广，吸引更多的观众。同时，我们还可以制作海报、展会宣传册和新闻稿，发送给目标受众，增加展会的曝光度。除此之外，合作伙伴和媒体的宣传支持也是重要的手段，他们可以通过各种渠道扩大展会的影响力，增加观众数量和参展商数量。

最后，展会策划中需要注重活动的后续跟踪和总结。展会结束后，我们需要与参展商和观众进行交流，了解他们对展会的评价和建议。通过这些反馈，我们可以了解到展会的优势和不足之处，并在下一次的展会策划中进行改进。同时，我们还需要对展会的各个方面进行总结和分析，评估展会的整体效果，为下一次展会策划提供参考和借鉴。

展会策划是一项需要经验和技能的工作，但只要我们注重各个环节的细节，注重与合作伙伴和目标受众的合作，认真准备和宣传，同时注重活动的后续跟踪和总结，我们就能够成功地策划一场成功的展会。展会策划不仅是一项挑战，更是一种机遇，可以为企业和参展商提供一个展示和交流的平台。通过展会策划，我们可以加深与目标受众和合作伙伴的沟通和合作，并为企业的发展做出贡献。展会策划是一项需要不断学习和进步的工作，希望我的经验和体会能够对其他展会策划人员有所帮助。

**展会策划书篇四**

绿色节能环保家电产品成为各家电卖场的主打牌随着社会的发展和文明程度，“节约能源，保护环境”的观念已经深入人心，市场上各种节能环保的绿色家电产品竞相出现。随着能源问题的严峻化，节能成为发展经济的潮流。人们日常生活中电器是不可缺少的，节能电器的市场越来越大。节能环保之风在全球劲吹之时，越来越多应用新技术以突出节能、环保优势的家电产品正在走入市场。专家指出，节能环保是家电产品大势所趋，国内相关厂商应尽早布局，加快技术研发，在未来的绿色家电市场中谋得一席之地。普及率最广、使用率最高的家电产品，在全球能耗中处于举足轻重的地位，也是最有节能潜力的方向，因而，近年来，国家在政策上给予了一定的导向。节能标识制度实行后成果有目共睹。珍爱环境，节能排减已经成为家电产品，特别是平板电视发展的一大主题。预计，明年年初我国平板电视产品国际强制性能效标准—《平板电视能效限定值及能效等级》标准也有望实施。

另外一个不争的事实，在今年的金融海啸中，家电产品出口遭遇了前所未有的困难。然而，在这样一个经济萧条的背景下，我国节能家电产品的出口量却保持稳步上升。没有经过节能认证的产品，在绿色标准面前全部败下阵来。

对于家电企业而言，顺应全社会节能环保的大方向，才是企业生存的出路，也是体现一个企业社会责任感的重要方面。可以说，节能环保方向势在必行。

一、办展市场环境分析。

1、宏观市场环境。

（1）人口环境：我国是一个人口众多的国家，总人口达十三亿之多。人多意味着对家电的需求量大。

（2）经济环境：20xx年全球金融危机以来，世界各国的经济受到很大的影响，经济发展出现倒退现象。然而我国经济发展没有倒退，反而保持了良好的发展势头。

（3）技术环境：我国是一个发展中国家，科学技术发展还比较落后。但国家投入了大量的资金发展科技，并注重节能环保技术的提高。

（4）政治法律环境：中国是一个社会主义国家，拥有比较完善的社会主义经济政治体系，对节能环保系列的家电给予了政策上的大力支持。

（5）社会文化环境：随着社会经济政治和文化的发展，中国人们的环保节能意识逐步增强。

2、微观市场环境：我国的展馆虽然总面积在国际上排名稍微落后，但总体上已经形成一定的发展规模，办展设施也在逐步完善。我们的目标市场不仅放在国内，也包括国外的市场。在经济全球化的背景下，竞争也越来越激烈，各种服务商相继涌现。社会公众的消费水平不断提高。

3、市场环境评价。

（1）内部优势：家电产品是中国目前阶段增长最快和最具国际竞争力的出口产。

品，并在一定程度上起着改善中国出口产品结构的作用。中国是一个资源丰富的国家，人口众多，对家电的需求量大，国内市场广阔，为中国家电业发展提供了得天独厚的条件。正是中国巨大的国内市场为中国的家电业提供了足够的发展空间，使其在发展初期有牢固的依托，不必一开始便在国际市场上面临比自己强大得多的竞争对手。中国家电产业，其自身已经建立起了相对稳定的抗风险能力。政府在政策上扶持、在方向上引导。我国家电行业已形成全国三大优势产业区。

（2）内部劣势：我国家电行业虽然已经取得了长足的发展，但仍存在一些突出问题。大多数企业在自主创新方面投入不足，核心技术和关键零部件研发能力不强，与世界家电强国相比存在一定差距；产品同质化现象比较突出，附加值低，高档次产品与国际一流企业相比竞争力较差；出口仍以定牌加工为主，在国际市场上缺乏具有较强影响力的品牌，营销渠道建设尚不完善；部分产品的节能和资源综合利用水平落后于发达国家。金融危机爆发以来，国际市场需求的大幅萎缩，导致我国家电行业长期存在的问题充分显现。还有我国的生产力比较落后，人们的总体生活水平不高。节能环保家电的成本较高，故而零售价也高，普通生活水平的人们消费不起。

（3）外部机会：经济全球化有利于中国家电业实现规模效益。经济全球化会加快各国市场与世界融合，从而使企业面对的不纯粹是自己一国或一个地方的市场。加入wto后，中国家电业面对的将是一个更为开放、统一、稳健的全球市场。挑战越大，便意味着机会越多，入世后的中国家电企业在面对巨大挑战的同时，也敲开了机会的大门。

（4）外部威胁：20xx年中国加入wto以后，既给中国的家电业带来了机遇，也使中国的家电也面临着巨大的威胁。尽管一些专家认为，目前国内家电格局已经形成，新品牌的进入短期内对市场冲击不大。但应该注意到，日本的索尼、德国的西门子、美国的史密斯等发达国家的家电品牌一直占据着国内高端市场。

二、办展的宗旨目的。

1、打造中国第一个节能环保品牌家电展览。

2、展示国内各品牌家电先进节能环保产品。

3、在中国各地区推广使用环保节能家电，节约能源，提高人们的环保意识。

三、展会的基本框架：

1、名称：国内环保节能家电展。

2、地点：南宁国际会展中心。

人同时就餐的大厅、34个包厢和明档区组成，装饰格调高雅，环境舒适，是举办各种宴会的理想之地。展览部分有两层展厅，共有15个不同规格的展厅（最大展厅8100平方米），展览面积达4、8万多平方米，可容纳3360个国际标准展位和300多个非标准展位。行政综合楼建筑面积1、58万平方米，由办公场所、多功能展厅、展具加工间、仓储等组成，同时配有可容300人的会议厅。主建筑展厅加上可搭建110个展位的多功能厅、可搭建203个展位的行政综合楼多功能展厅和集会广场，展览面积达8万多平方米。

3、5万人。

3、办展机构。

（1）主办单位：南宁市人民政府和国家有关部门及有关单位。

（2）承办单位：南宁博盛展览有限公司。

（3）协办单位：南宁环保节能中心。

4、展品范围：节能环保家用制冷器具：冰箱、冷柜等；节能环保家用空调器具：节能环保家用清洁器具：洗衣机、干衣机、洗碗机、吸尘器、扫地机、擦鞋机、烫衣板、电驱蚊器、电熨斗、厕所除臭器等；节能环保厨卫电器设备：电热水器、排油烟机、电饭煲、电烤箱、微波炉、电磁炉、消毒碗柜、电煎锅、节能燃气灶等；节能环保浴室电器：电热水器、浴霸等；取暖电器：电暖器、电热毯、电热炉等；水处理电器：饮水机、净水器、直饮机、软水机等；居室空气调节电器：除湿机、加湿器、空气净化器、负氧离子发生器、小型氧气发生器等；节能环保家用视听产品：电视机（含液晶电视、等离子电视、背投电视、移动电视等）家庭影院、投影机、组合音响等；绿色it产品；信息及技术服务：家电相关电子音像出版物、家电相关刊物、设计公司、认证机构等。

时间：20xx年10月1日至20xx年10月7日。

频率：一年一次。

规模：大中型。

定位：推广中国节能环保品牌家电的使用。

展会价格及初步预算方案：

收费标准：室内800元/平米，室外600元/平米。

5、展会工作人员的分工计划：室内展厅50人、室外展厅50人、停车场20人、仓库20人、服务总站20人。

中国家电品牌排行榜：

（1）海尔。

（2）长虹。

（3）海信。

（4）美的。

（5）tcl。

（6）康佳。

（7）格兰仕。

（8）格力。

（9）创维。

（10）荣事达。

（11）方太。

（12）志高。

（13）厦华。

（14）春兰。

（15）帅康。

（16）老板。

（17）科龙。

（18）东莞乐邦。

（19）东莞乐邦。

（20）亿通。

7、展区安排：分为室内和室外展区。

8、展位划分：室内展厅划分为1000个展位，室外展区划分为500个展位。

9、招商计划：充分利用各种媒介，招揽会展产品提供商与会展服务提供商。

（2）大众媒体：中央电视台、广西电视台、中央人民广播电台、南宁市广播电台。

（3）展会网站：用心沟通，展商需求快速应答，及时全面报道展会进展。

（4）展会专刊：全面收录展商信息，完美展示展商风采。

（5）展会特刊：全力报道参展企业，重点发放有效客户。

会议时间：9月20日至10月7日。

布展时间：9月20日至9月30日。

展出时间：10月1日至10月7日。

展出地点：南宁国际会展中心。

主要活动：

（1）开幕式庆典和文艺演出。

地点：南宁市民歌广场时间：10月1日早上八点。

邀请上级领导、嘉宾、市级领导、新闻记者、与会客商和社会群众等参加。

（2）大型专业产品展览交易会。

12、展会服务商安排计划：提前确定展会服务商，并要求展会服务商提前三天做好相关服务准备活动。

13、展会开幕和现场管理计划：展会定于20xx年10月01日开幕，展会期间配备保安人员进行现场监督，并应用最先进的电子监控系统。

14、展会期间举办的相关活动计划：结合“十·一”国庆长假开展一系列的家电优惠以及“家电下乡”活动。

15、展会结算计划：展会结算将在展会结束三天内得出最终答案。

**展会策划书篇五**

展会策划是一项复杂而详尽的任务，它要求策划者具备良好的组织、协调和沟通能力。通过策划一个成功的展会，我深刻体会到了许多与会者和团队成员的交流，以及对细节的关注和良好的时间管理的重要性。在这篇文章中，我将总结我在展会策划中的心得体会。

第一段：明确目标和定位。

展会的成功与否，往往取决于策划者能否明确目标和定位。在策划展会之前，我会首先了解参展公司的目标和展示的产品或服务，并与他们进行深入的沟通和了解。然后，我会根据公司的目标和定位，以及展会的主题和受众定位，制定出一个整体的策划方案。这样，不仅可以确保展会的目标清晰明确，还可以为后续的工作提供指导。

第二段：细致的计划和组织。

展会策划需要进行大量的计划和组织工作。在策划阶段，我会制定详细的计划，明确每个环节的时间节点和责任人。同时，我会与团队成员保持密切的沟通，及时调整计划，解决问题。在展会现场，我会确保每个细节都得到妥善安排，例如展位布置、设备准备、展品陈列等。只有做到细致入微的计划和组织，才能保证展会的顺利进行。

第三段：合作与沟通。

展会策划需要各个环节之间的合作和沟通。作为策划者，我需要与参展公司、展品供应商、场馆方等多个利益相关方进行有效的沟通。在与参展公司沟通时，我会了解他们的需求和期望，并将其合理融入到展会策划中。与展品供应商和场馆方沟通时，则需要明确要求和注意事项，确保展区的布置和物资的准备能够满足需求。通过合作与沟通，我可以更好地理解不同方的需求，从而更好地满足参展公司和参观者的期待。

第四段：关注细节和提高服务质量。

展会策划中，细节决定成败。参展公司和参观者对展会的期望越来越高，对细节的要求也越来越严格。在展会策划中，我会注意各个环节的细节，例如展位布置、展品展示、活动安排等。同时，我还会时刻关注参展公司和参观者的需求，通过提供个性化的服务，提高展会的质量。通过关注细节和提高服务质量，我可以确保展会的成功。

第五段：总结与改进。

展会策划结束后，我会进行总结和反思。我会回顾整个策划过程，分析成功的因素和存在的问题。在总结中，我会发现一些可以改进的地方，并制定改进计划。通过总结与改进，我可以不断提高自己的展会策划能力，并为以后的展会策划提供有益的经验。

通过策划一个成功的展会，我意识到了展会策划的重要性。明确目标和定位、细致的计划和组织、合作与沟通、关注细节和提高服务质量，以及总结与改进是展会策划中必不可少的环节。通过不断的实践和总结，我相信展会策划能力会不断提高，为未来的展会策划提供更好的支持。

**展会策划书篇六**

南京艺术学院人文学院一楼大厅

四年的时间转瞬即逝，作为南京艺术学院人文学院的“黄埔一期”，同学们用自己的辛劳和汗水一次又一次的在南艺的历史上书写着属于自己的辉煌。在临毕业之际，开展这次展览不仅仅是一种成果的展示，更是一种对过往时光的怀念和对美好未来憧憬的一种表达。同学们可以通过这次展览回顾自己的四年大学生活，展示自己在大学四年生活中的成功与失败，喜悦与痛苦，开心和难过，辉煌和成就；也可以憧憬自己的未来，展示自己梦想和希望。

常言道：回顾过去成就辉煌展望未来压力未减。在人生的又一个十字路口，毕业展览犹如一盏明灯为咱们照亮前方的道路，也许前方的路艰辛而痛苦，至少在毕业展览中咱们得到了指引和关怀，还有更多的温暖。在这最后的展览中，咱们可以最大限度的表现自己，表达自己，展现自己，诠释自己。

承托希望，放飞梦想。回味过去，展望未来。

艺术展览分为回味过去和展望未来两个主题展区。

在回味过去展区参展者可以根据自我作品的需要在安全，美观，伦理的前提下自己选择展览风格和作品。其中作品不仅可以是参展者在四年内的得力之作，也可以是一些对自己重要时刻的照片的集合，物品的整合，奖状图像的整合，快乐时光的图像集合。更可以通过设计表达自己四年来的成功与失败，喜悦与痛苦，开心和难过，辉煌和成就。。此外在回味过去中还可以留一个视频区放一些同学们在四年来的视频以回顾四年来同学们一起的快乐。

在展望未来展区参展者既可以通过整合将自己任何的物品进行规划，从中抒发自己对未来的畅想和感想，也可以通过图片作品表达自己对未来的憧憬和对梦想的那种追求感。此外在展望区安放一个大展板和许愿瓶，同学可以将自己的梦想写在大展板上，将自己对自己十年后的期盼放进许愿瓶，等十年后大家再在一起时再打开，这既是一个承诺，又是一个目标。

交流活动区以珍惜现在为主题，大致可分为交流和活动2大部分。

交流部分邀请大学四年内教过咱们的一些有代表的老师前来以聚会party的形式在该区和同学们沟通交流。在这个部分的设置以聚会party的形式展开，把该部分设有饮料和小吃，被通过设计营造聊天区和合影区，同学可以利用这个大学最后的机会在聊天区和自己喜欢的老师就生活和学习方面就行更直接的交流沟通，并在合影区域与老师和同学进行合影。此外在交流部分同学们也可以互相写毕业留言，赠送毕业礼物。

活动区部分以互动活动和小游戏为主，在这个区域同学们既可以和同学之前也可以和老师之间开展各种丰富多彩的活动：或下棋，或打牌，或做游戏，无论如何要让老师和同学在这个重要的时刻尽情狂欢，让老师和同学一起度过这些令人难忘的时刻。

本次展览由于是为了突出自我，表现自我，其展览部分展品主要有以下

1、来自同学自己的作品，包括素描，油画，工笔，书法等

3、来自同学设计的作品，其中以大型雕塑和物件为主

本次展览由于是毕业展览，突出的就是每一个即将毕业的同学各自的情感，各自的成长，各自的心情。作为人文学院的一员，咱们要突出的是人，以人为本，育人成才。在这毕业之际，突出这次展览，咱们可以回顾自己曾经的梦，可以畅想自己未来的梦。可以和老师尽情的交流，互动，可以更好的和学生之间进行沟通。

除了情感方面，在展览方面咱们要以梦为主题，实现和突出的不是咱们的技术水平，而是咱们策划的水平，整合的水平，组织的水平，布置的水平，管理的水平，文化的水平。咱们要尽咱们的可能，每个人想出最好的各自作品的方案，再集思广益的将他们有机的结合起来，最后呈现出一幅与众不同的，独具风格的展览。

咱们预期的成果是展现四年最好的水平给自己，家长和社会。虽然社会上不会有很多人来关注咱们的展览，但是咱们一定要做出自己的特色，让所有的人看后有一种与众不同的感觉。

本方案可以请一些以前的专业授课老师进行指导，咱们可以请长风堂专家对咱们场地的设计和布置进行指导和帮助，咱们也可以请南京博物院的人前来指导咱们的灯光和整体效果的设计，咱们还可以请老师和咱们一起做，此外这个方案的最大特点是任何人都能够在这找到自己的位置，发挥自己的专长，突出自己的特色。

本方案需要大量的时间和精力，不知道是否所有同学都有这个兴趣和时间来执行这个。本方案的成本相对较低，突出的是特色。

**展会策划书篇七**

展会策划是一项复杂而重要的工作，它需要策划人员具备组织能力、创新能力和沟通能力等多方面的素质。经历了数次展会策划的工作，我深深地体会到了其中的挑战和乐趣。在这篇文章中，我将总结展会策划的心得体会，并分享了解决问题和取得成功的经验。

展会策划是企业与市场对接的重要环节，通过展会可以将企业形象传达给潜在的客户，并获得更多的商机。策划的成功与否直接关系到企业的品牌形象和营销效果。在策划展会时，我们需要从市场调研、目标受众、展台设计等方面全面考虑。同时，展会策划还需要根据预算、组织人员和时间等进行合理安排。只有在充分准备和周密计划的基础上，才能顺利完成展会策划。

展会策划工作中存在着许多挑战。首先，市场竞争激烈，各种展会层出不穷，如何使自己的展会脱颖而出成为重要的问题。其次，展会策划需要考虑多方利益，如企业方、参展商和观众之间的利益平衡。最后，策划展会需要面对计划变动、紧急情况和意外事件等突发性问题，需要具备应变和解决问题的能力。在这些挑战面前，策划人员需要具备良好的沟通能力、团队合作能力和应变处理能力。

第三段：展会策划的关键因素。

展会策划的成功离不开几个关键因素。首先，市场调研是策划工作的基础，只有了解市场需求和竞争情况，才能更好地制定策略和方案。其次，展台设计是展会策划的重要环节，一个好的展台设计可以吸引观众的目光并激发他们的兴趣。再次，策划团队的协作能力和组织能力对于展会策划的成功至关重要。团队成员之间的合作和信息共享可以提高工作效率和质量。最后，与参展商和观众的交流也是展会策划中的重要环节。与参展商的合作可以提高展会的质量，与观众的沟通可以增加对产品或服务的了解和认可。

第四段：展会策划中的问题解决。

展会策划过程中，我们经常会面临各种问题和挑战。在遇到问题时，我们应该及时采取措施加以解决。首先，要保持沟通畅通，及时与团队成员和参展商沟通交流，以便更好地解决问题和调整策划方案。其次，要善于应变，在展会策划过程中，突发情况是难免的，我们需要迅速做出决策并灵活调整策划方案。最后，要注重细节，展会策划中的每个环节都需精益求精，只有细致和周密的工作才能保证展会的成功。

在展会策划中，我积累了一些成功的经验和方法，这些经验和方法对于今后的工作有重要的指导意义。首先，要注重团队合作，只有通过良好的团队合作才能完成重大任务。其次，要善于借鉴学习，在策划过程中积极获取外界的意见和建议，以提高策划质量和效果。最后，要注重反思总结，通过对展会策划过程的总结反思，找出问题和不足，并加以改进。只有不断提升和完善自己，才能不断适应市场的变化和发展。

总结起来，展会策划是一项充满挑战的工作，它要求我们具备全面的素质和能力。通过展会策划，我们可以锻炼自己的组织能力、创新能力和沟通能力，并通过解决问题和取得成功的经验不断提升自己。展会策划是一个持续学习和成长的过程，只有坚持不懈和勇于尝试，我们才能在策划工作中取得更大的成就。

**展会策划书篇八**

一、 总体原则：

在十堰市城区完善营销体系，增建大型的营销网点，树立经典的品牌形象，在家装灯饰市场营建市场美誉度，实现市场投入和产出的平衡。

1、 稳固经典在市场的份额，大力拓展家装灯饰市场，强化市场营销队伍的建设，提高市场的管理和应变能力。

2、 提高市场一线营销人员的推广和沟通能力，加大小区的扫楼活动的力度，确保在市场营销水平优势。

二、 十堰市场营销的目标：

1、 拓展经典在家装灯饰市场的份额，营建在家装灯饰行业的市场知名度每美誉度。

2、 在十堰市场实现销售目标500----1000万，1---2年 进入行业的前3名。

一、 市场前景：

1、 目前来看，十堰市拥有城市人口50万，随着十堰城市新的定位，城市的改造工程将加快速度，市场规模将进一步扩张。笔者作了一个简单的预测：按国务院十五发展计划，到十五计划末城镇人均住房将由现在的13.1平方米上升到22平方米。由此，十堰每年将增加3924.9万平方米的内墙面积，3139.2万平方米的外墙面积。

2、随着收入的提高，市民对生活的品质要求也越来越高，灯饰已经走进了每个家庭的装修计划；等原因导致市场需求进一步扩大。

二、 十堰市场现状：

目前在十堰现阶段最大的建材市场进行的调查，在市场内存在着大大小小的几十家灯饰经销店。其中：

1、 以希莉娜为代表，占据着十堰灯饰市场的高端市场，其市场知名度以及美誉度等综合价值较高，因此是十堰灯饰市场的第一品牌。

2、 大丰灯饰以及的品牌占据设市场的中端市场，利用其合资品牌的资源优势，较为合理的性价比占据着较大的市场份额。

3、还有澳门街，大光明商场等，其中，低廉的市场价格严重的冲击着灯饰行业的市场，并占据了部分的中，低端市场用户。

三、 20xx年的市场压力

1、 随着20xx年11月10日中国的成功入市，外资品牌已经开始全面运作中国市场，随着国家关税的逐渐下调，将导致进口品牌的价格下降，合资品牌的性价比优势将有所减弱。

2、 在行业的产品日趋同质化的环境下，市场的供给能力超过了市场的实际需求。灯饰、灯饰已经由卖方市场完全转换为买方市场。消费者的消费选择日趋科学性、合理性，选择越来越具有个性化。产品的品牌形象，以及产品的市场知名度，美誉度和产品亲和力等综合因素已经成为消费者选择某一品牌的主要原因。

一、 市场营销的必要条件：

1、 要有足够的人才储备，包括市场管理和市场操作人才。十堰作为区域性市场，市场操作的好坏直接影响了整个营销计划的实施，在每个小区的市场人员是面对消费者的第一线，其素质的高低直接影响消费者对经典的品牌印象。

2、 进行区域市场资源的必要整合，依托总公司的品牌资源优势，充分利用十堰市场的市场终端的网络优势，实现区域市场的资源整合，将广宣作为营销的有力武器，整合区域广宣的传播方式。以实现市场差异化的整合行销。

二、 市场营销的规划；

1、 完善并优化十堰市场的销售网点，选择部分小市场进行战略优化，实施重点突破。

2、 在十堰城区建材市场，建立大型经典形象专卖店，树立其在十堰市场的品牌形象。

3、，提高公司硬件平台，使经典的产品品质得到有效的体现。丰富经典在十堰的品牌附加值。

4、 加大广宣的力度，扩大经典在灯饰市场的知名度，和美誉度，实现销售的大幅度提升。

5、 提高市场一线营销代表的营销水平，通过一线和消费者的有效沟通促进销售。

推广和营销的整合是现代企业市场营销的有效方式，在经典的十堰推广中紧紧的围绕市场营销的目标，采取：“户外广宣造市场、公益活动树品牌，小区推广奠基础，终端销售决胜负”的整体思路，将推广活动融入市场的销售，全面拉开十堰市场的攻坚战。

一、 户外广宣—全面树立品牌形象，奠定市场基础

通过户外广告宣传树立品牌的形象，营造市场的影响力，增加消费者对经典的品牌认知，提高消费者的购买欲望，以此来促进市场的销售。

1、 户外形象牌，能迅速有力的在十堰市城区冲击灯饰市场，形成市场缺口，有力于经典灯饰的市场推广。

a、 地点选择：五堰----六堰是十堰市最为繁华的商业中心地带，每天人流量超越了其他地带，一向是十堰市的黄金地带。建议选择xxx楼顶作为经典灯饰的品牌形象广告地点，距同类竞争产品“xxx”灯饰的户外广告不远，能从广告形式和广告主题上超越“xxx”灯饰。

b、 广告形式：高精度的电脑喷绘，灯光采用外置灯光。精美的广告画面能有力的冲击消费者的视觉系统，吸引消费者的注意力，增加对经典的品牌形象记忆。

c、 广告主题：品牌形象广告，重点诉求经典的整体品牌信息。

d、 广告面积：xxxx平方米，巨大的广告形象能加大消费者对经典的记忆力度，强化品牌的形象。

e、 广告费用：xx万/年

f、 效果评估：合理的地点选择加上巨大的广告形象，形成了强烈的品牌诉求力度，在行业内和消费者中，树立了经典的品牌形象。

2、 护栏广告：护栏的覆盖率非常广泛，拥有展露频次高的优点，而且其造价相对来说比较低廉，适合经典的产品特征。能增加消费者对经典的品牌接触率。

a、 地点选择：

a、 人民路地处商业中心地带，人群聚集，能增加消费者对经典广告的有效接触率。

b、 各专业厂区附近是市场宣传的薄弱地带，广告的形式相对较少，因此加大对此区域的推广力度，能延续消费者对经典的品牌记忆。

c、选择相对较好的一个小区，在小区前的护栏广告能有效的针对小区居民加大推广力度。

d、十堰大型建材市场，目标消费群体的集中程度高，具有很好的诉求效果。

c、 广告诉求点：经典的各种功能和环保特征。

d、 护栏数目：共计5块，(地址待定)

e、 广告费用：

a、（火车站）xxxx元/年（正面）

b、人民路（五堰新华书店十字路口）xxxx/年（正面）

c、 邮电街附近xxxxx元/年（正面），共2块计xxxxx元/年

d、 xx路xxxxx元/年（正面）

e、 合计：xxxxx元/年

f、 效果评估：大范围的广告宣传，增加了经典的市场声势，营造了市场的销售氛围，有力的促进销售。

3、 车身广告：公共汽车是广大市民的主要交通工具，具有流动性强，能有效的扩大经典的产品资讯传播范围。

a、 线路选择：在线路的选择的问题上，以公汽的传播范围为主要原则，选择流动范围广，经过中心城区的公汽发布车身广告。建议选择：

a、4路

b、5路

c、 9路

b、 广告形式：采用进口专用灯饰制作，配以小面积的喷绘，通过整体的画面对消费者形成记忆的冲击，促进消费者购买欲。

c、 广告诉求点，公汽车身是一种促销性的广告行为，其主要诉求经典的产品特征，加深消费者对经典的认知。

d、 车身数量：22路车2辆，5路车2辆，9路车2辆，共计6台车身

e、 广告费用：22路、5路、9路在线路上属于a级线路，xxxxx元/台.年。

f、 效果评估：选择线路好的路线，进可能的将经典的品牌和产品特征进行最大范围的传播，增加了广告的传播力度。

4、 广告形式：户外及时贴，张贴在公汽的车眉上。十堰的市场环境，以及消费者的调查结果，每个市民平均每天在公汽站要呆一个小时左右等公汽，其主要的视觉注意力集中在公汽车头，因此公汽的车头贴能有效的利用消费者的视觉注意力，来增加对经典的记忆效果。

a、 线路选择：4路、5路、22路、28路、24路、8路、9路，线路范围广，辐射整个十堰市城区所有主要街道，传播效果好。

c、 广告诉求点：重点突出经典的品牌名称，加强消费者对经典的品牌名称的记忆。

d、 广告费用：a、发布费用：xxx元/台.月，b、制作费：xxx元/台.月，共计xxxxx元。

e、 效果评估：通过这种形式，形成规模优势冲击市场，使经典的品牌在十堰家喻户晓，形成购买意识。

5、 车尾贴：一般性的车尾贴的视觉效果越来越弱，改变车尾贴的形式，通过加大视觉冲击来加大品牌记忆。

b、 数量：建议选择5台车。

c、 广告形式：在车尾窗张贴大面积的喷绘，具有一定的视觉效果，跳出了一般的车尾贴形式，是消费者产生了良好的记忆效果。

d、 广告诉求点：：诉求经典的产品特征，以及环保理念，突出经典的品牌形象。

e、 广告发布面积：车尾窗面积为2m2/台，

f、 费用：发布费：xxx元/月.台，制作费xxx元/米2，合计xxxx元/台，总计xxxxx元。

g、 效果评估：经典的品牌形象和产品特征通过流动的公汽有效的传播出去，扩大了传播的范围，强化了品牌。

6、 广告费用：全年总计xxxxx元。

二、 公益活动—全面提升品牌形象，延伸品牌内涵

通过公益活动的开展来有效的提升经典在十堰市场的品牌美誉度，当产品有了一定的行业市场的美誉度以后，消费者才能产生购买的原动力，以此来推动市场销售。

1、 十堰市经典灯饰学校—培养消费群体

十堰的家装起步较北京、沿海晚，消费者对灯饰的知识少，使消费者在选择家装建材时，不能形成合理的购买动机，一昧的追求品牌，而忽略了选购产品的主要因素—性价比。而经典在市场的主要优势是其合理的性价比，即较“立邦”低的价格，很好的产品品质，因此增加消费者对建材的知识，特别是对经典的认识，是经典开拓其市场的有力方式。

a、 学校目的：培养消费者，使其充分认识经典的产品品质，以此来营建消费者对经典的品牌忠诚。

b、 学校地点：建议选择在建材灯饰材料城内，接近各种建材，有力于消费者的合理性比较。

c、 学校主办单位：经典、消协、灯饰协会、以及著名的灯饰公司。

d、 学校开课时间：每半个月一期.

e、 学校费用：另行核算。

f、 效果的评估：通过学校的开设，培养消费者对经典的品牌忠诚，使其产生购买经典的欲望。

2、 “经典让你亮”活动—扩大经典的市场影响。

灯饰、灯饰作为与消费者息息相关的建材产品，消费者对产品的了解程度，往往决定了消费者对灯饰、灯饰的最终选择。因此通过活动加深消费者对经典的了解，让消费者亲自感受经典的品质，可以增加消费者的购买动机。

a、 活动的地点：活动地点的选择往往决定了活动效果的好坏，在十堰市最为繁华的商业中心地带附近，能吸引消费者对经典的目标注意力，通过活动本身的参与性强，能产生强烈的新闻传播效果，扩大活动的影响范围。

b、 活动时间：选定8月底9月初的某一个星期六，消费者的数量集中，可以加强活动的效果。

c、 活动载体：通过街头的路演活动来承载经典的推广，街头路演有着很强的参与度，通过于消费者之间的互动，能有效的调动消费者的参与。

d、 活动内容：

a、 通过街头路演来吸引消费者的目标注意了，增加消费者的参与。

b、 在活动的过程中，适时的推出产品的推介活动，强化活动的主题。

c、 在活动的高潮，推出经典让你刷的活动，使消费者亲自去感受经典的产品品质。

e、 活动费用：预计xxx元

f、 活动细节：见后期的实施个案

g、 活动效果评估：让消费者亲身去感受经典色彩、手感，优异特质，让活动本身去诉求经典的品质，感受经典绿色环保的理念，能有效的推动市场销售。本次活动在十堰灯饰行业开行业先河，所产生的效应将远远超过活动本身。

3、 十堰市经典灯饰艺术节—提升品牌的内涵

在金秋十月，市民家庭装修的旺季，在十堰市范围内举办“灯饰艺术节”能推动家装艺术的深入，借势推广经典，让消费者感受大经典的涂刷效果，促进其购买欲望，营造消费者对经典的美誉度。

a、 活动时间：预期在国庆节10月1日，消费者有着为期7天的长假，许多人都在这段时间内开始装修，其市场注意力都集中在建材上，因此把握这一时间段，能有效的推动市场的销售。开幕式定于10月1日上午，图片展定于10月1日至7日。

b、 活动地点：在十堰市xx广场。人群集中，流量大，具有很好的传播效果。

c、 活动载体：

a、 艺术节开幕式。

b、 灯饰图片展。

d、 活动内容：

a、 开幕式借助街头路演来有效的吸引目标人群的注意，增加活动的传播效果，在活动中推广经典。

b、 在广场同步举行灯饰图片展，延伸活动的声势，及市场的影响。将经典的品牌全面提升。

e、 活动费用：预计xx万

f、 活动细节：见后期实施个案。

g、 效果评估：这次活动的目的在于提升经典在消费者心目中的市场实用价值，强化消费者的品牌记忆，营造经典的市场氛围，增加市场的美誉度。

e、 活动细节：见后期推广个案

f、 活动费用：预计每次xxx元。费用另行协商。

三、开业期间在各 小区推广活动—大力推广品牌特征，拉动市场销售

小区推广是面对消费者的面对面的推广，其推广效果的好坏直接决定了消费者对经典的品牌印象，影响经典的市场营销。

a、 活动时间：从8月底开始，每周六举行一次。

b、 活动地点：在每个小区流动举行。

c、 活动载体：产品展示，“经典让你亮”活动。

d、 活动内容；产品的展示，促销员的产品讲解，消费者的现场体验

g、 效果评估：将商家的销售以及消费者的购买行为有效的联系起来，加强了消费者对经典的品牌记忆，增加了其购买的概率。

四、 报纸媒介配合—配合其他传播方式，扩大品牌影响。

在大型公益活动举行的时候，在十堰《十堰晚报》上开辟专栏，向消费者详细的讲解有关活动的资讯以及产品的特征。

a、 在《十堰晚报》上举办“经典灯灯饰讲座”将灯饰学校的各种资讯向更多的消费者传播，通过媒体的整合，扩大活动的传播效果。

b、 每半个月一期，在《十堰晚报》上开辟专栏，形成系统化的宣传。延续活动的传播效果。

c、 费用：1.5元/字，预计每期300字，计xxx元。共计20期，计xxxx元。

d、 在开业庆典开幕之日，在《十堰晚报》上刊登一条通栏广告，宣布活动正式开始。费用计xxxx元/期。

f、 报纸媒介的配合让经典的各种品牌活动有效的联系，形成了系统化，整体性的传播，多维的传播方式，将经典的资讯最大程度的传播开去，加强了传播的力度。

五、 销售终端推广—实现销售，占领市场。

1、 中心城区专卖店—品牌形象展示，货物配送中心。

在十堰市的x建材中心x，建立经典的品牌形象店，在市场终端营建经典的市场品牌形象，

a、 市场定位：全方位的品牌形象店，成为十堰市全市范围内的货物配送中心，使之成为十堰市经典的中心点。

b、 店面面积：不低于60m2，体现经典的品牌实力，增加消费者对经典的品牌信任度。

c、 选址：建议选址面向xx路上端的店面，从调查结果分析，xx路下来的人流量远超过上行的人流，因此选址应充分考虑，店面的人流方向。

d、 店面形象见后期设计图纸。

e、 店面费用另行核算。

2、 营销网络终端店—扩大市场触角，实现销售上升。

a、 在十堰市城区现阶段，营销网点较少，市场薄弱地带较多，如葛洲坝，伍家岗，等。扩大市场网点分布密度，能有效扩大经典的市场占有率。

b、 通过网点的完善，实现消费者购买产品价值的最大化，促进销售量的上升。

c、 网点的扩张充分体现了经典的品牌实力，缩短了市场营销的时间，使消费者能方便的购买产品。

通过广宣和市场营销的有效整合，将广宣的作用实现了最大化，让经典从市场中脱颖而出，从而有力的促进了销售。将经典的产品概念做到了深入人心，奠定市场销售的基础，通过网点的完善，实现了传播效果的最大化和产品传递渠道的最短化，充分体现了整合营销的市场功效。

**展会策划书篇九**

围棋是我们汉民族传统文化中的瑰宝，体现了汉民族对智慧的追求，古人常以“琴棋书画”论及个人的才华和修养，其中的“棋”指的就是围棋。为人们形象比喻为黑白世界的围棋，是我国古人喜爱的娱乐竞技活动，同时也是人类历最悠久的棋戏。由于围棋将科学、艺术和竞技三者融为一体，有发展智力，培养意志品质和机动灵活的战略战术思想意识的特点，因而，几千年来长盛不衰，逐渐地发展成了一种国际性的文化竞技活动。

为了增强校园的.文化氛围和青春气息，为同学们提供提供一个展示自我才华、加强彼此交流的平台，通过本次大赛，进一步提高棋艺，共同进步。

展示传统的棋艺竞赛，弘扬中国民族文化;进行激烈的棋艺比拼，发扬时代竞技精神;提倡良好的棋德棋风，增添棋友博弈乐趣。

主办单位：日照市围棋协会。

20xx年10月20日—10月21日。

待定。

1.各学校参赛选手.

2.比赛裁判。

3.服务人员。

(一)执行国家体育总局审定的最新围棋竞赛规则。

(二)各组比赛均采用积分编排制，根据参赛人数确定各组轮次及升段名次。

(一)裁判长及部分裁判员、仲裁由日照市围棋协会选派。

(二)仲裁委员会人员组成和职责范围按照“仲裁委员会条例”执行。

(一)报名。

请于10月13日前将报名表发电子邮件至xxxx截止后一律不再接受报名;不接受个人报名，请挂靠各学院报名。

联系人：辛雨。

电话：13963336521，13012771661172183。

(二)报到。

各队于10日20日上午报到，召开领队会。

参赛队：待定每局比赛时间：

先后手判定方式：为保证比赛公平，比赛采用翻拍的方式决定双方队员先后手。方式：双方队员对两张背面朝上的扑克牌进行翻拍，翻到红色花色的扑克牌执先，翻到黑色花色的扑克牌执后。

积分制评分标准：执后胜者得11分，执先胜者得10分;执后平者得6分，执先平者得5分;负者不得分。

现场人员及分组安排。

a、分组安排：略。

b、人员安排：

每个场地安排一名主裁负责宣读比赛规则以及在比赛选手在不服从副裁判决时进行核查调解并进行最终判决。

第一条、终局1、棋局下到双方一致确认着子完毕，为终局。

2、对局中，有一方中途认输，为终局。凡比赛一方弃3、双方确认的终局，确认的次序应是，先由轮走方，后是对方以异色棋子一枚放于已方棋盘右下角的线外。

第二条、活棋和死棋。

终局时，经双方确认，不能避免被提取的棋，都是死棋。终局时，经双方确认，不能被提取的棋，都是活棋。

第三条、计算胜负。

双方下子完毕的棋局，计算胜负采用数子法。

先将双方死子全部清理出盘外，然后对一方的活棋(包括活棋围住的点)以子为单位进行计数。

双方活棋之间的空点各得一半，一个即为一子。

胜负的基准以棋盘总点数的一半180又1/2点为归本数。凡一方活棋与所属空点的总和大于此者为胜，小于此数者为负，等于此数者为和。采用贴子方式的棋局，胜负标准另行规定。

第四条、贴子。

为了抵消黑方先手的效率，正式比赛在终局计算胜负时，黑方需贴出2又3/4子。

第五条、计时。

计时是保证比赛顺利进行的重要手段之一。一切有条件的比赛应采用计时制度。

1、时限。

根据比赛性质的不同，应事先规定一局棋的每方可用时限。棋手用时不得超过规定时限。

2、读秒。

在采用读秒的比赛中，应事先规定在时限内保留几分钟开始读秒。

读秒时，凡一步棋用时不足一分钟的不计时间。每满一分钟则在保留时间内扣除一分钟，但不得用完规定时间。

读秒工作由裁判员执行。在30秒、40秒、50秒、55秒、58秒、一分种时各报秒一次。每扣除保留的一分钟，裁判员应及时通知棋手“还剩×分钟”。最后一分钟读秒的方式是30秒、40秒、50秒、60秒、然后、1、2、3、4、5、6、7、8、9……以准确的语声逐秒报出。最后的报法是“10，超时判负”。

快棋比赛的读秒办法，可根据具体情况由竞赛大会另作规定。

第六条对局的暂停。

在规定有暂停的比赛对局中(如一日制比赛，中午须暂停等)暂停时间不计入对局时限。

1、比赛结果公布：贴到校宣传栏上公布。

2、各部门对本次活动安排组织情况进行总结，对不足之处提出改进意见(100~200字)，为下一次比赛提供借鉴。

冠名，海报宣传，挂横幅，发适量传单，我们的博客。

a比赛时间及地点。

b比赛流程。

c比赛细则。

b、关于赛场纪律问题：

裁判可对以下违规情况提出警告。每局比赛选手累计三次警告即可对本局比赛判负。

1、悔棋。

2、比赛期间大声喧哗或制造噪音扰乱对手。

3、在比赛结束前30分钟内一方下棋过慢或有意拖延比赛时间，由一方举手示意裁判。裁判审核无误对其警告一次，并派一名副裁对双方进行计时，计时时间为15分钟，每步棋2分钟，违者提出警告。

c、现场突发情况。

对裁判判决不服者，参赛选手有权提出异议，经主裁与副裁共同商议后做出最终裁决。最终裁决不可更改。

1、比赛结果公布：贴到校宣传栏上公布。

2、各部门对本次活动安排组织情况进行总结，对不足之处提出改进意见(100~200字)。

**展会策划书篇十**

努力造就德、智、体、美、劳全面发展的社会主义现代化建设人才，已是成为高职高专教育改革的重要内容，更重要在于培养实践技能与学历文凭相符合的人才，但从目前实际情况而言，我国大学生在校期间普遍缺乏实际操作能力与合作精神，导致许多用人企业单位在招聘是极少考虑应届毕业生。故为了让我们，获得更多的实践机会、实训的平台，提高我们的实践操作能力，特此，由我们会展专业的学生举办此次活动。

通过举办此次展览会，既丰富了校园生活，同时为广大师生提供生活必需品采购平台。我们这次展会主题是。“让我们共同生活的校园变得更美好”，让校园生活充满希望，让希望充满色彩，让色彩充满温暖。

1、项目名称：重庆师范大学首届校园会展。

2、展会主题：友谊联盟，大家一起来。

3、展会时间：

20xx年6月22日（星期五）-6月23日（星期六）。

4、举办场地：学院足球场。

5、活动对象：主要面向全院学生。

6、展会规模：3x3标准展位30个。

特装展位5个。

7、展品范围。

夏季清凉品：防晒衣、电风扇、太阳伞等。

学习用品：文具、书籍、益智玩具等。

生活用品：护肤品、化妆品、洗涤品。

饰品：工艺品、首饰、挂坠、手工制品、十字绣等。

电子产品：鼠标、键盘、mp3、mp4、mp5、u盘，耳机等盆栽：仙人掌、仙人球等各类小型室内植物。

（一）成本主要包括以下几个方面：

1、前期宣传推广费用：校内及校外宣传、相关资料、横幅、传单制作等费用。

2、相关活动费用：开幕式及相关配套活动所需物品及筹备费用等。

3、其他不可预见费用。

（二）收入主要包括以下几个方面：

展位租金：主要是参展商所支付的展位费用。

企业赞助：主要是招展阶段主办方拉到的赞助费用。

1、3mx3m标准展位：

配两张桌子，两张凳子。（如需其他展会配备另议）。

2、收费标准：（预定）。

a、夏季清凉品类100元/2天。

b、电子产品类100元/2天。

c、饰品类100元/2天。

d、生活用品100元/2天。

e、学习用品100元/2天。

f、盆栽100元/2天。

（一）成本主要包括以下几个方面：

1、前期宣传推广费用：校内及校外宣传、相关资料、横幅、传单制作等费用。

2、相关活动费用：开幕式及相关配套活动所需物品及筹备费用等。

3、其他不可预见费用。

（二）收入主要包括以下几个方面：

展位租金：主要是参展商所支付的展位费用。

企业赞助：主要是招展阶段主办方拉到的赞助费用。

**展会策划书篇十一**

展会策划是一个重要的市场推广手段，能够将企业与客户直接联系起来。展会策划的成功往往意味着企业的知名度、品牌价值和销售额的提升。因此，展会策划的规划和执行需要专业的人员和周密的策略。

展会策划的基本流程包括：目标规划、预算制定、场馆选择、参展商招募、展位设计、布置及物流策划、媒体与PR管理、活动策划等。在整个流程中，每一个环节都需要具体化，详细考虑到细节，确保策划过程的全面性与完整性。

三、充分准备和计划。

充分的准备和策划是展会取得成功的基础。首先，展会策划人员应该充分研究市场和竞争对手的情况，并分析自身的优劣势和特点。其次，要充分考虑到预算，明确定义每一个环节的费用，并深入研究场馆、设备和服务的供应商，确保展会能够按计划进行。最后，要制定详细的计划和时间表，跟踪进展情况，及时调整计划并制定相关预案。

四、细致周到的组织和管理。

组织和管理是展会策划过程中至关重要的一环。在组织和管理方面，需要注意以下几点：一是要建立起系统化的管理模式，确保每一个环节有专门负责人，实行行业化分工管理。二是需要作出统一的决策，避免出现冲突和误会。三是要确保有充足的人员支持，不仅要保证“有人”还要保证“有专业人才”，确保能够及时有效地解决问题。

五、完美的执行和态度。

最后，完美的执行和态度是展会策划成功的关键。在展会执行的过程中，需要根据展会的整体风格和企业品牌的特点进行装饰和布置，在展会前练习每一个细节，确保展会顺利进行。在采取坚定的态度，提高参展商的信心和自信，并在展会后及时采取措施做好后续跟踪，确保活动落地和效益的持久化。

展会策划是企业发展的重要手段，不断提高和完善展会策划水平对于企业而言也是至关重要的。通过本文从展会策划的重要性、基本流程、充分准备和计划、细致周到的组织和管理及完美的执行和态度这五个方面的详细阐述，希望可以给正在策划展会的企业提供参考。

**展会策划书篇十二**

展会策划是一项综合性的工作，要求我们在有限的时间内，充分展示公司的产品与服务，吸引更多的潜在客户。在过去的一段时间里，我参与了几次展会策划工作，积累了一些经验和体会，在此进行总结和分享。

首先，展会策划需要提前规划。一个成功的展会策划需要提前准备，精心规划。首先，我们需要确定参展的目的和主题，以及目标客户群体。这有助于我们确定展示的内容和方式。其次，我们需要制定详细的时间表和工作计划，包括筹备期间的任务和展会期间的安排。同时还要预留一定的时间用于协调不可控因素，如物流和设备安装等。提前规划可以帮助我们更好地组织和安排工作，确保展会顺利进行。

其次，设计展台需要注重细节。展台是参展的核心，它代表了公司的形象和实力。在设计展台时，我们应该注重细节的把控。首先，展台的样式和布局要与公司的定位和产品相匹配，以凸显公司的特色与优势。其次，我们要注意颜色的搭配和灯光的运用，营造出良好的视觉效果。同时，展台上的布置要有层次感，突出重点产品和信息。最后，我们要注重展台的功能性和舒适性，使参观者能够方便地了解产品和进行交流。只有注重细节，才能使展台更加出彩，吸引更多的人流量。

第三，要注重团队合作。展会策划是一个团队工作，需要各个部门的协同合作。在展会策划过程中，不同的部门要紧密配合，协助彼此完成各自的任务。例如，市场部门负责进行市场分析和宣传推广，销售部门负责与潜在客户进行交流和洽谈合作事宜，设计部门负责展台的设计和制作等。团队合作的最重要的一点就是沟通。只有各个部门之间沟通畅通，信息共享，才能更好地完成展会策划工作。

第四，要注重展会后的跟踪和分析。展会策划不仅仅是展会期间的工作，还包括展会后的跟踪和分析。在展会结束之后，我们要与潜在客户保持联系，了解他们的需求和反馈，并及时跟进。同时，我们还要对展会的参展效果进行总结和分析，及时修改和改进策划方案。通过展会后的跟踪和分析，我们能够更好地理解客户的需求，提升我们的服务水平，为公司的发展提供有力的支持。

最后，展会策划需要不断提升自身的能力和技巧。展会策划是一个综合性的工作，需要我们具备广泛的知识和技能。在日常工作中，我们要不断学习和积累，提高自身的能力和水平。例如，我们可以通过参加培训课程和专业展会，了解最新的策划理念和展示技巧。同时，我们还要与同行业的人进行交流和合作，学习他们的经验和做法。通过不断提升自身的能力和技巧，我们能够更好地应对展会策划工作中的挑战。

总之，展会策划是一项需要综合考虑各种因素的工作。通过提前规划、注重细节、团队合作、展会后跟踪和分析、不断提升能力和技巧等方面的努力，我们能够更好地完成展会策划任务，达到预期目标，提升公司形象和市场竞争力。展会策划是一个需要不断学习和进步的过程，希望我能够通过继续努力，不断提升自己的能力和水平，成为一名优秀的展会策划人员。

**展会策划书篇十三**

第一段：破题引言（100字）。

在我大学生涯的最后一个学期里，我参加了一门与展会策划有关的综合实训课程。这门课程将理论与实践相结合，让我在真实的场景中体验并学习展会策划的各个环节。在这个充满挑战和机遇的过程中，我不仅充实了自己的专业知识，而且提高了自己的团队合作和组织管理能力。下面，我将分享我在这门课程中的心得体会。

第二段：前期准备（200字）。

在展会策划的前期准备中，我们需要明确展会的目标、主题和受众群体，这是展会成功的基础。在我们的实训项目中，我们选择了以环保为主题的展会，希望通过展览和互动活动，提高人们对环保的意识和参与度。为了实现这个目标，我们进行了大量的调研和分析，确定了展会的内容、形式和活动安排。在准备期间，我们团队成员相互配合，分工明确，充分发挥每个人的才能。通过这个过程，我学会了如何在团队中做出贡献，并体验到团队合作的力量。

第三段：展会实施（300字）。

展会实施是整个策划过程中最关键的环节。我们团队在实施中充分发挥各自的特长和优势，一起组织布置展台，设计展览宣传物料，安排讲座和互动活动等。在展会期间，我担任了主持人的角色。虽然紧张，但我积极准备并且尽力提升自己的演讲能力。展会的顺利进行离不开我们团队的默契配合和高效沟通。通过实施过程，我深刻体会到了团队合作和协作的重要性。

第四段：问题解决与改进（300字）。

在展会实施的过程中，我们也遇到了许多问题和挑战。例如，展示物料的快速制作、现场布局的调整和参与者的疏导等等。这时，我们要能够灵活应对，迅速解决问题。通过和团队成员的讨论和协商，我们能够找到最佳解决方案，并及时调整展会计划。在这个过程中，我学会了如何处理紧急情况和解决问题，并且不断优化和改进策划方案。通过这些经验，我深刻理解到展会策划不仅仅是一次项目实施，更是一个不断学习和成长的过程。

第五段：总结与展望（200字）。

通过这门课程的实训，我不仅提高了自己的专业能力，还培养了自己的组织管理能力和团队合作精神。展会策划的过程充满挑战，但也充满成就感。在未来的职业生涯中，我相信这些经验将对我有很大的帮助。同时，我也意识到还有很多需要学习和提高的地方。我希望在以后的工作中能不断学习和积累经验，成为一名优秀的展会策划师，为社会做出更多的贡献。

在这门展会策划综合实训课程中，我收获了知识、技能和经验。通过实际操作，我深入了解了展会策划的各个环节，并且对团队合作和协作有了更深刻的理解。这种综合实训的方式让我在实践中学以致用，为将来的职业发展打下了坚实的基础。展会策划无论是在企业环境下还是在其他组织中，都是必不可少的。通过这门课程，我相信我已经准备好迎接展会策划带来的挑战，并且我将继续不断学习和提高自己，成为一名优秀的展会策划师。

**展会策划书篇十四**

书法，作为中华文化核心之一，记录着几千年优秀文化，通过其自身演变，世世代代传承发展，构成了一种独一无二民族文化。然而，随着时代进步，科技发展，紧张生活节奏……使得人们对这一传统文化渐渐失去了兴趣，书法艺术濒临着淡忘与不重视境地。对于这一切，我们该行动起来了!所以，书法，从娃娃抓起!

本次活动已展览形式展出了兰州几位小朋友们书法作品。他们都是普普通通生活在市井之间孩子，他们用它们短短几年刻苦努力练习，创作出近百幅代表他们真实水平作品!

这中间没有天才，也没有书香门第背景。正是这样朴实无华，日积月累勤奋，向社会展示他们劳动成果。并唤起社会各界人士对书法这一凝重古老艺术另一面诠释。对于作品本身，我们不能用专业眼光批判，因为学无止境，现在作品仅仅代表他们现在水品，自然有很多地方需要改进，更需要他们今后加倍努力!通过本次展览，使人们忘掉功利，通过踏踏实实付出，总会有回报。本土文化需要发展，首先就是继承，没有继承就没有发展，而继承就得从娃娃抓起!

社会策略：邀请各界人士通过展览对这些孩子们作品进行点评，并通过各方宣传，掀起对书法这种传统艺术重视，了解书法，热爱书法，并对书法感兴趣，成为社会化一种大文化现象。

政策策略：通过此次展览，使社会各部门，尤其是教育部门对中国文化政策从情感上起到倾斜作用。为以后对书法纳入到教学这一过程起到激励作用。

媒介策略：通过对本次展览报道，以点带面，以兰州为起点，将这一文化新闻通过媒介力量传播到所能传播区域，既展示兰州小朋友努力勤奋所创作书法作品，又展示了兰州人民普普通通文化生活方式。对于传播城市文化形象，展示兰州小朋友学习文化精神风貌取得事半功倍效果!

略

**展会策划书篇十五**

近年来，各种展会在各行各业频繁展开，展会策划作为重要的一环，在展会的运营过程中显得格外重要。展会策划不仅要考虑展会的主题和计划，更需要从宣传、招商、场地、设备租赁等方面细节地安排，以达到达到顺利展开的效果。本文作者在参与展会策划过程中，总结出一些心得体会，以供共同参考。

第二段：确定主题，选择合适的场地。

展会是为了展示一个行业或企业的新技术、新产品、新理念而举办的。展会策划要围绕主题，在确定展会的主题后，需要考虑场地选择，根据展会规模、参展商数量等因素综合考虑。比如对于较小规模的展会，可以选择酒店或者会议中心，而对于大规模的展会则需要考虑综合型展览中心。同时，还需要考虑展会前、中、后期的装修、摆放等细节问题。

第三段：招商、宣传。

展会成功的关键之一在于招商，如何吸引参展商的关注和参与是展会策划的重要工作之一。可以通过多种方式宣传和推广展会，如推出相应的报名优惠政策、做好网络宣传，注重线下传播，提高展会知名度等。同时，在展会期间注重观众参与体验，如设置互动环节、安排表演，增加观众与展商互动，提高展会效果。展会策划要做的就是把宣传做好，吸引更多的观众和参展商参与。

第四段：设备租赁、摆放布局。

整个展会过程中需要大量的设备、道具和装饰物的投入，如大屏幕、音响、光源、展台等。展会策划要做的就是合理安排时间，根据各设备使用的需要来确定需要租赁和使用的设备、器材。展会过程中也需要细心安排展位摆放、布局，合理安排展区、流线，以保障展位摆放的美观和舒适，为展商和观众营造良好的会展氛围。

第五段：总结。

展会策划是很有挑战性的一个工作，需要做好策划、执行、管理等方面的工作，展会策划要关注细节并且具备全局观，需要从多个角度出发，构建一个完整和互相支持的展会。总之，展会策划要做到用心策划，注意经济成本，注重效果评估，从而取得最好的展会效果。

**展会策划书篇十六**

为了行之有效的锻炼学生的能力，为了让你对本次的活动有深刻的了解，更为了我们合作愉快和取得圆满成功；我们在总结以往策划活动经验的同时，对此次非比寻常的校园展销会进行了细致的研讨，多角度的考虑，最终要有确保万无一失的把握，胸有成竹的自信，撰写出了本次模拟商品展销策划书。

努力造就德、智、体、美、劳全面发展的社会主义现代化建设人才，已是成为大学教育改革的重要内容，更重要在于培养实践技能与学历文凭相符合的人才，但从目前实际情况而言，我国大学生在校期间普遍缺乏实际操作能力与合作精神，导致许多用人企业单位在招聘的时候极少考虑应届毕业生,所以为了让我们大学生能够获得更多的实践机会、实训的平台，提高我们的实践操作能力，特此，由我们文化与新闻传播学院学院学生举办此次活动。

此次活动主要面向全校师生，旨在扩展同学们的会展方面的知识，提高会展专业知识及实践能力，同时更为了让我们校园展会成为合肥市各大高校具有特色化、品牌化、专业化的展会，进而提高我校的知名度、美誉度。

1.展会名称：安徽新华学院第一届校园商品展会。

2.展会主题：校园展会，让华园更多彩！

3.展会时间：2xxx年10月15日-10月20日。

4.举办场地：翰林广场。

5.活动对象：主要面向全校师生和周边学校学生。

6.展会规模：3\*3标准展位60个。

7.展品范围。

1、3m\*3m标准展位：

配两张桌子，两张凳子、帐篷（如需其他展会配备另议）。

2、收费标准：（预定）。

a、秋季服装类180元/2天。

b、通讯类250元/2天。

c、食品饮料类200元/2天。

d、电子产品类200元/2天。

e、饰品类200元/2天。

f、生活用品180元/2天。

g、学习用品180元/2天。

1、主办方：安徽新华学院。

2、承办方：文化与新闻传播学院。

3、组织结构：

总指挥：待定（负责总体指导校园展会的各项事务）。

第一项目组：组长、副组长（待定）成员有20xx级新闻、广告专业部分同学，主要的工作小组有：招商招展组、宣传组、赞助组。

第二项目组：组长、副组长（待定），组员有20xx级播音主持专业部分同学，主要工作小组有：开幕式组、现场活动组、现场管理组、物资申请组、财务组、仓管组。

主要由20xx级全体成员和20xx级部分同学参与进行。为展会能够顺利开展，特将展会工作人员分成以下几组：

赞助组：主要负责活动赞助工作，与赞助商联系活动等问题。招商组：主要负责活动招商招展活动。

宣传组：主要负责活动宣传工作。

财务组：主要负责统计与计划展会收入与支出问题。

物资申请组：主要负责校内物资申请。

现场管理组：主要负责展会现场管理工作。

机动组：主要负责展会展前展后等协调与后勤工作。

开幕式组：主要负责开幕式相关活动。

展会赞助分为现金赞助和实物赞助两大类：

（1）现金赞助：

分为两种：冠名赞助和独家赞助。

（2）实物赞助：

提供帐篷、饮料、水及其他展会所需的物品。

**展会策划书篇十七**

展会策划是一项综合性的工作，需要我们充分发挥团队合作能力和创新精神。通过参与展会策划综合实训活动，我有了深刻的体会和收获。在实践中，我不仅学到了专业知识和技巧，还锻炼了团队合作和沟通协调的能力。下面将围绕展会策划的准备工作、项目执行、团队合作、问题解决以及自我成长这五个方面，分享我的心得体会。

在展会策划的准备工作中，我认识到了规划的重要性。首先，我们需要明确展会的目标和定位，明确我们想要展示的产品或服务。其次，我们要充分了解目标客户的需求和喜好，制定展会的主题和设计。最后，我们需要编制详细的策划方案，包括展位布置、活动安排和各个环节的预算。通过精心筹备，我意识到一个好的展会策划和准备工作是成功的基石。

在项目执行阶段，团队合作起到了关键的作用。展会策划需要团队成员的分工合作和密切配合。我们要根据每个人的专长，将任务合理分配，确保每个环节的顺利进行。在项目执行过程中，我深刻体会到了团队合作的重要性。只有通过相互协作和相互配合，我们才能克服困难，完成任务，取得成功。

然而，在展会策划的过程中，难免会遇到各种问题和挑战。在团队合作过程中，我发现与同伴之间的沟通协调是必不可少的。大家要充分交流，及时反馈问题和困惑，寻求解决方案，共同解决困难。在解决问题的过程中，我认识到要保持积极的态度和乐观的心态，勇于面对困难和挑战。只有这样，才能迎难而上，找到最佳解决方案。

通过展会策划综合实训的过程，我不仅学到了专业知识和技巧，还有了自我成长。在实践中，我逐渐培养了自己的创新思维和创造力。我学会了主动思考问题，善于从不同角度和层面来思考，从而提出更好的解决方案。同时，我也加强了团队合作的意识，学会了倾听和尊重他人的观点，提高了自己的人际交往能力。

总的来说，通过展会策划综合实训，我收获颇多。我深刻认识到展会策划的重要性，掌握了基本的策划知识和技巧。在实践中，我锻炼了团队合作和沟通协调的能力，解决了各种问题和挑战。同时，我也在实践中不断成长，培养了创新思维和创造力。展会策划综合实训让我更加明确了自己的职业发展方向，并为将来的工作打下了坚实的基础。我相信，在不断的学习和实践中，我会成为一名出色的展会策划师。

**展会策划书篇十八**

中国旅游业要获得较大的发展，立于世界旅游强国之林，就必须高度重视旅游文化建设，深入挖掘旅游文化的内涵，营造旅游文化氛围，建立一套具有中国特色的旅游文化体系，为旅游业的发展提供服务和指南。旅游文化是中国旅游业不可缺少的文化底蕴和灵魂，是中国旅游业保持中国特色、提高国际竞争力的关键。通过此次系列文化讲座，提供给学习旅游的我们一个全新的认知和方向，借以增强同学们的文化修养及内涵。

旅游文化节组委会

1、宣传启动时间：xx年3月10日

2、活动进行时间：xx年3月16日-28日

1、邀请专业老师，景区、旅行社、会展公司或酒店的高层管理者，旅游局、相关协会或商会主要领导，甚至国内旅游界名家进行旅游文化与风土人情、会展文化及相关讯息等文化讲座。

2、作为商业合作回报，邀请赞助企业就专业人才、旅游市场开发和线路设计、会展行业发展现状等方面进行讲演。

3、为推动学院内部跨专业教育交流、促进共同发展，进行一场旅游与会展专业公开课，邀请两位专业教师（旅游专业一位、会展专业一位）讲授公开专业课。

a、活动流程：

1、讲座前三天，以海报等形式做好宣传工作。

2、讲座前两天，发出邀请函，请校系领导及主讲老师。

3、讲座前一天，所有组织人员和工作人员开会，安排讲座现场的人员分工。

4、讲座当天，讲座开始前一个小时，所有工作人员到场，按照既定人员分工，各司其职。

b、讲座流程：

1、主持人介绍主讲人及到场嘉宾

2、系领导讲话

3、讲座开始

4、嘉宾与学生互动（并赠送精美礼品）

5、讲座结束，主讲人及到场嘉宾合影

6、收拾整理会场

本活动主要开支在宣传用条幅、海报、宣传页等宣传品制作和给讲座嘉宾购买礼品，初步估算费用为500元。

1、要安排专门的人员负责维持现场秩序，保护现场人员人身安全。

2、讲座中途多媒体设备出现故障，要及时找到多媒体管理员，马上调试。

**展会策划书篇十九**

展会策划综合实训是大学生职业教育的一项重要内容，通过这次实训，我深刻体会到了展会策划的重要性。在策划和组织展会的过程中，我学到了很多宝贵的经验和技巧。在这篇文章中，我将分享我在这次展会策划综合实训中的心得体会。

第二段：策划阶段的重要性。

展会的成功与否很大程度上取决于策划阶段的工作。在这次实训中，我们首先确定了展会的目标和主题，然后制定了详细的策划方案。在制定策划方案的过程中，我们考虑了参展商、观众需求以及预算等因素。通过这个过程，我学到了要充分调研市场，了解观众和参展商的需求，确保展会的内容和形式能够吸引他们参与。

第三段：组织与执行阶段的挑战。

组织与执行阶段是展会策划中最关键的一部分。在这个阶段，我们需要联系参展商、协调场地、宣传推广等。这次实训中，我深刻感受到了这些工作的复杂性和挑战性。需要与多个参展商商谈合作细节，处理各种意外事项，保证展会的顺利进行。通过这个阶段，我学到了团队合作的重要性，学会了如何与各方保持良好的沟通和协调。

第四段：沟通与协调的重要性。

在展会策划和组织的过程中，沟通与协调是十分关键的。我们需要与参展商、场地管理方、供应商等多方进行有效沟通，协调各个环节的工作，确保展会的顺利进行。在实训中，我学到了沟通技巧和协调能力对于展会成功的重要性。我学会了倾听不同意见，善于解决各种矛盾和问题，并且能够及时调整策略以适应新的情况。

第五段：总结与展望。

通过这次展会策划综合实训，我收获了很多宝贵的经验和知识。我深刻体会到了展会策划的重要性，并通过实践学到了很多策划和组织的技巧。同时，我也认识到了自身的不足之处，比如沟通能力和组织能力需要进一步提高。我将继续努力学习，不断完善自己的展会策划能力，并将所学应用于实践中。展会策划是一项需要不断学习和实践的工作，我相信只有通过不断努力，才能做出真正成功的展会。

**展会策划书篇二十**

会展经济，是经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必须阶段的产物，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，又是一年播种期望的日子，对于企业来说，也是振作精神，一展宏图大志的好时间。此刻，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。所以，临近五一能够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”为主题的十分艺廊·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能够共享的平台。在这个平台，既能够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；又能够聚集人气，构成旺盛的买场，刺激人们的消费，促进销售。

“春煦巴黎花样人生”――十分艺廊·雅居春季嘉年华，将是20xx年万众期待的花都会展业大事。

拟由xx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”――十分十分艺廊·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xx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。

“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境；

4、格调高雅、抒情、生动易于传播，影响深远。

本次活动须到达如下几点的目的：

1、营造xx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xx最新动态信息；

5、树立艺廊装饰良好的企业形象。

活动时间：20xx年4月23---24日或5月黄金周。

活动地点：xx花样巴黎。

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xx公司审定方案，供给场地，负责报批，供给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xx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。

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供给协作。

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坚持同类企业的唯一性。

参展数量与形式：

参展商总量坚持在15家左右，参展商能够进行实物展销、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xx业主和前来参与的活动其它客户供给与其它时间相比的“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景而定，但要求，每位参展必须供给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。

可视具体情景进行调整。

日期

时间。

活动安排。

9：30——9：35。

主持人宣布参展名单，介绍活动资料。

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。

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：每位参展商供给一件产品，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，由参展商供给，奖励参与者。

4、现场游戏：飞镖、寻宝。

5、烧烤与小吃：免费供给烧烤和美食，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，设置奖励视情景而定。

7、表演活动：以上只是界定表演方向，即基本资料，待方案确定以后，再供给详细节目单，供主办方和协办方确认。每场节目、每一天节目资料不一样，演出演员不一样。

展销区分列表演区左右，每展区按标准设置3×3米规格，供给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供给，此处从略。

6、感召力空前。

本次活动由xx集团主办，决定了本次会展活动的影响力与感召力必定会到达一个最高峰，同时，也为众商家供给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，到达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，不仅仅有歌舞的精彩演绎，还有趣味的各种游戏，另外还专门邀请了乐队、劲舞组合，让参众的活力得到无限升温。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。

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，每一天预计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。

xx投入活动审批、场地及展位、负责业主邀请。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找