第一图书网, tushu007.com

# <<会展策划>>

## 图书基本信息

书名：<<会展策划>>

13位ISBN编号：9787308079433

10位ISBN编号：7308079430

出版时间：2010-9

出版时间：浙江大学

作者：华谦生

页数：274

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

## 前言

会展是一项计划性和系统性非常强的活动，良好的策划与组织是会展能够成功举办的重要前提。不论新创立的会展还是已经连续举办了多届的会展，策划都是必不可少的。
可以说，没有良好策划的会展往往是先天不足的会展，没有严密组织的会展常常是错漏百出的会展。

在我国，会展业是一个发展很快但又很年轻的产业，在会展策划与组织方面的相关理论研究远远跟不上会展业发展的实际需要，一些会展策划和组织理论还照搬一般的策划理论，脱离我国会展业的实际，这些理论和由这些理论引导出来的会展策划和组织方法，使我国会展策划与组织的理论研究和实务工作严重脱节：我国多年的会展策划与组织实践经验没能从理论上加以总结和提升，而既有的会展策划和组织理论又远远满足不了启发和指导国内会展策划与组织实践的需要。

正是基于我国会展业的这一现状，经过多次赴德国、美国、法国、日本和意大利等会展业比较发达的国家考察当地的会展经济，我在长期从事会展策划与组织等实践工作的基础上，借鉴国外会展业先进的理念、模式和办法，对多年的会展策划与组织实务工作进行理论提升和经验总结，其成果凝结成了本书。

本书是根据策划和组织举办一个会展，从最初的立项策划和可行性分析，到会展招展、招商和宣传推广，直至会展开幕、现场管理的内在联系和顺序来写的，在写作中，注意使“理论和实务并重，基础和前沿兼顾”，既注意对会展策划与组织一般理论的阐述，也注意对具体可行的实际办法、策略和方案的介绍，力争做到“原理阐释简洁有层次，方法和策略完整实用，兼收并蓄国内外办展理念和最新战略与策略”。

## 内容概要

本书是根据策划和组织举办一个会展，从最初的立项策划和可行性分析，到会展招展、招商和宣传推广，直至会展开幕、现场管理的内在联系和顺序来写的，在写作中，注意使“理论和实务并重，基础和前沿兼顾”，既注意对会展策划与组织一般理论的阐述，也注意对具体可行的实际办法、策略和方案的介绍，力争做到“原理阐释简洁有层次，方法和策略完整实用，兼收并蓄国内外办展理念和最新战略与策略”。

本书的案例极为丰富。

全书精选了来自世界一流的知名展览会和会议的一手资料，汇集成30多个经典案例和近50个具有实用意义的图表，并按照全书各章节的实际需要，有针对性地分布在各有关章节中。

通过这些案例和图表，读者不仅能更好地理解书中阐述的一些理论、流程和管理原理，还可以加以借鉴与发挥，增强自己的实际操作能力和理论水平。

## 作者简介

经济学硕士，国际商务师，“2004年度中国会展业十大会展理论人物”，“2004年度广东省直机关青年岗位能手”；毕业于四川大学世界经济专业，长期以来一直从事会展的策划、营销和经营管理工作，曾参与策划和组织了中国(广州)国际汽车展览会、中国(广东)国际体育用品博览会、马来西亚中国出口商品展览会、东亚商业展览会中国展区等多个大型国际展览会，多次带领中国企业展团到世界各地参加展览；并数次到德国、美国、意大利、法国、日本、波兰以及香港等国家和地区考察会展经济，于会展策划、会展营销、会展管理及会展组织等实务操作和理论阐述都颇有心得；著有《中国中小企业资本运营论》和《国际投资理论与实务》(与人合作)两部著作，发表关于会展业和国际经济领域的论文数十篇，并有论文获广州市政府召开的“加快个体私营经济发展研讨会”优秀论文奖。

## 书籍目录

第1章 展会立项策划 1.1 信息的收集　1.1.1 产业信息　1.1.2 市场信息　1.1.3 有关法律法规　1.1.4 相关展会的信息　1.1.5 获取信息的方法 1.2 展会展览题材的选定　1.2.1 确定在哪个产业举办展会　1.2.2 新立题材　1.2.3 分列题材　1.1.4 拓展题材　1.1.5 合并题材 1.3 策划展会的基本内容　1.3.1 展会名称　1.3.2 展会举办的地点　1.3.3 办展单位　1.3.4 办展时间　1.3.5 展品范围　1.3.6 办展频率　1.3.7 展会规模　1.3.8 展会价格 1.4 展会发展战略规划　1.4.1 给展会定位　1.4.2 展会总体发展战略规划　1.4.3 展会阶段发展战略规划 1.5 展会立项策划书　1.5.1 展会各种组织实施方案　1.5.2 编写展会立项策划书第2章 展会项目可行性分析第3章 展会品牌形象策划第4章 展会后勤方案策划第5章 招展策划第6章 展会招商与宣传推广策划第7章 展会服务与现场管理方案策划第8章 展会时间管理方案策划第9章 展会危机管理第10章 会议及活动策划后记

章节摘录

5.产品销售方式　　产业的产品销售渠道模式及其成熟度对举办展会的影响也比较大。
例如，如果某产业产品的批发渠道比较发达，大型批发市场较多，则在该产业内举办展会就会遇到很大的困难；或者，如果某产业的销售渠道比较成熟，各企业的销售渠道已经自成体系，则展会招展也比较困难。
另外，有些产业产品的订货和销售的季节性都很强，在这些产业里举办展会，最好结合产品订货和销售的季节性来确定展览时间；如果展会举办的时间忽视了这种季节性，那么展会就很难成功。
一般而言，适合举办展会的产业都是那些以“看样成交”为主的产业，以及那些对产品的外观设计和款式比较看重的产业。
6.技术含量　　产业技术含量主要是指该产业的产品以及生产设备所需要的技术的难易程度以及它们的体积大小和重量等。
了解这些信息，对于即将举办的展会的场地选择有着十分重要的参考意义。
由于各地的展览场馆在展馆室内高度、场地承重、展馆进出通道等方面的技术要求不一样，其对展品的要求也不相同。
例如，对于那些技术含量较高的展品，需要在布置展馆展区时提供较宽的通道和公共空间，以便参展企业进行产品现场演示；另外，对于一些体积较大的展品，则应选择在进出通道较大、室内高度较高的展馆里举办展会；如果展品较沉重，则应选择地面承重量较大的展馆举办展会。

## 编辑推荐

汇集世界一流知名会展的一手资料　30多个经典案例　50多个具有实用意义的图表　国内大型会展运作模式的全程揭秘

第一图书网, tushu007.com



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com