

团体标准《展会策划服务规范》 编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

《展会策划服务规范》由苏州市策划协会提出并归口，于2024年6月19日批准立项，项目编号为2024002-T-SZCH。

（二）起草单位

苏州市策划协会、苏州麦斯达夫标准技术服务有限公司。

（三）主要工作过程

1. 项目提案和名称确立

2024年2月，苏州市策划协会成立标准起草项目组，邀请苏州麦斯达夫标准技术服务有限公司共同参与起草工作。

2024年3月，苏州市策划协会着手编写团体标准申请书，确定标准名称为《展会策划服务规范》。

2. 标准预研

2024年4月，项目组开始资料收集和前期调研，包括对该领域标准文件的搜集分析以及走访会员单位，了解不同展会的办展流程和管理要点。

2024年4月20日，邀请行业专家，召开工作组讨论会议，并就标准的题目、范围、框架等核心问题征求了专家意见。2024年5月1日，召开第二次讨论会议，对流程和框架内容进行细化，基本确定了整个标准文本的内容。

2024年5月10日，提交《展会策划服务规范》团体标准草案、申报书。

3. 标准立项

在完成标准草案并征求相关人员意见后，起草小组将标准草案、申报书等所需材料准备完善，2024年6月14日，在麦斯达夫标准化事务所召开团体标准立项评审会。会中，详细讨论了本标准的先进性、科学性、可操作性及协调性，通过团体标准的立项评审会后，为标准顺利进入下一阶段奠定了坚实的基础。2024年6月19日，《展会策划服务规范》团体标准立项计划正式下达，正式立项。

4. 立项后标准研制、调研和优化

标准正式立项后，起草项目组在前期的研究成果上，经过综合分析、反复讨论和修改，最终确定了本标准的主要框架和内容，形成标准初稿。于2024年6月24日，线上召开《展会策划服务规范》团体标准研讨会。会上，标准起草工作组对标准初稿逐一进行技术审查，反复进行磋商、修改、补充和完善。会后，标准起草工作组根据意见和建议，再次修改文本，形成《展会策划服务规范》征求意见稿。

二、标准编制原则和确定主要内容的论据及解决的主要问题

（一）起草原则

1. 先进性原则

本标准根据展会组织管理的最新趋势，将前瞻创新、绿色环保、信息化发展等作为新时期展会组织管理的重要方向，对展会项目的策划、实施、评价改进全过程中的要素提出了指导建议，有助于主办单位尽量系统化、流程化、规范化的办展程序，实现展会项目经验的总结、传承和推广。

2. 广泛性原则

标准研制过程中充分调研征集来自组织方、展会工程方等相关方的意见，充分考虑了展会活动组织管理过程中不同主体的需要；此外，调研对象充分考虑了苏州市内各企业单位的关注点，具有广泛的代表性。

3. 适用性原则

本标准给出的建议和指导来源于苏州市策划协会的展会活动组织经验，以组织方的实践为基础，结合实际操作中的重点问题，提出了流程和要素的管理建议。相关技术内容的编写注重适用性与可操作性，具有较强的实践指导价值。

（二）主要内容

第1章是范围。本章介绍了本标准的主体框架和适用范围。

第2章是规范性引用文件。本章具体罗列了本标准所涉及的7个规范性引用文件：GB 13495.1《消防安全标志 第1部分：标志》、GB/T 30521《经济贸易展览会 数据统计》、GB/T 33170《大型活动安全要求》（所有部分）、GB/T 33489

《展览会信息管理系统建设规范》、GB/T 33490《展览展示工程服务基本要求》、GB/T 41129《绿色展台评价指南》、GB/T 42469《纳米技术 抗菌银纳米颗粒 特性及测量方法通则》；明确引用安全要求、信息管理、工程服务等方面的标准化文件。

第3章是术语和定义。本章就本标准所涉及的术语“组织方”“参展方”“展位”作出解释。

第4章是总体原则。提出展会应遵循的三项总体原则，即培育品牌、专业体系、前瞻创新原则。培育品牌原则旨在解决少数展会组织方急功近利的问题，引导展会组织方立足长远，通过有步骤、有目标地实施品牌战略不断提升展会的品牌价值；专业规范体系原则旨在引导展会组织方通过体系建设和团队培养提升展会的经济效益和社会效益；前瞻创新原则强调了行业的低碳化和信息化发展方向，引导展会组织方运用先进技术和手段不断创新和优化，实现项目可持续发展。

第5章是资质要求。资质要求因行业、领域和特定需求的差异而有所不同。此章根据行业对资质要求进行归纳和概述。

第6章是展会策划。根据展会策划的工作特点和相关方的要求，划分了策划方案、策划团队、展会筹备、营销策划4个工作环节，并提炼了每个阶段应重点关注的12个管理要

素，包括市场调研、需求分析、制定方案、团队、场地、服务商、费用来源、风险管理、信息化、绿色环保、招展招商和广告赞助等。工作阶段和要求的划分有助于引导展览会组织者建立全面的管理框架，并按照展会阶段有序推进工作。

第7章是展会实施。根据展会实施部分的工作特点，划分了项目准备、筹备期工作、执行期工作、收尾期工作4个工作环节，并提炼了每个阶段应重点关注的管理要素；为展会实施部分提供了指导。

第8章是评价与改进。根据项目开展和质量管理要求，提出了展会展后评估、客户投诉意见处理及持续改进方面的建议。

三、主要试验[或验证]情况分析

《2024年政府工作报告》，明确指出：办好进博会、广交会、服贸会、数贸会等重大展会。加快国际物流体系建设，打造智慧海关，助力外贸企业降本提效。

经过近40年的发展，中国在展览馆规模、展会数量、展会面积等方面均已跻身世界前列，但具有国际影响力的中国品牌展会却寥寥可数，这与国内缺乏对组织者管理水平的规范性引导有着直接关系，为响应国家政策效应，苏州市策划协会组织起草标准，引导组织者建立专业化的组织结构和程序，有计划、有步骤地培育具有影响力和竞争力的品牌展会。

国内目前已发布 18 项会展业标准，未涉及展会方面的项目实施和要素规范。因此，本标准的制定满足了展会高质量发展的迫切需求，又符合展会标准化体系基础类标准的整体规划，同时也是对此领域国内空白的必要补充。

四、知识产权情况说明

无

五、产业化情况、推广应用论证和预期达到的经济效果

会展业是引导、带动各个行业技术进步和效益优化的战略先导性产业，对国民经济全面布局和长远发展具有重大引领作用。提高苏州市展会的管理水平，增强展会影响力和竞争力。本文件通过对苏州市展会主办方的经验提炼，给出了展会的服务要求，明确了展会组织的原则、核心环节和关键要素，使组织方和相关方在展会的全程管理中有据可依，有章可循，从而提高展会的质量和效率，更好地促进苏州市行业内的交流和技术合作。

六、采用国际标准或国外先进标准情况

本项标准不是基于某项国际标准起草，暂无引用或采用国际国外标准情况。

七、现行相关法律、法规、规章及相关标准的协调性

本文件与相关法律、法规、规章及相关标准协调一致，没有冲突。

八、重大意见分歧的处理和依据

本标准在制定过程中无重大意见分歧。

九、贯彻标准的措施建议

(1) 制定宣贯计划

根据宣贯目标，制定详细的宣贯计划，包括宣贯的时间表、目标受众、宣贯方式、预算等，在重要的相关会议上部署宣贯计划。

(2) 选择合适的宣贯方式

媒体宣传：利用电视、广播、报纸、网络等媒体，发布标准信息，提高标准的认知度。

组织培训：组织专门的培训班或研讨会，邀请专家对标准进行解读和讲解。

制作宣传材料：制作标准宣传册、海报、视频等宣传材料，方便受众随时了解标准内容。

实地指导：针对重点企业，组织专家进行实地指导，帮助企业理解并应用标准。

(3) 建立沟通机制

建立反馈渠道：鼓励企业和个人对标准提出问题和建议，建立反馈渠道，及时解答疑问，收集改进意见

加强部门间合作：与相关部门建立合作机制，共同推动标准的宣贯和实施。

(4) 加强监督与评估

定期监督：对标准的实施情况进行定期监督，确保标准得到正确执行。

效果评估：对宣贯效果进行评估，了解宣贯工作的成效和存在的问题，以便及时调整宣贯策略。

（5）建立奖惩机制

纳入综合考评，对积极执行标准的单位和个人给予表彰和奖励，激励更多人参与标准的宣贯和实施，对违反标准的单位和个人进行惩罚，形成震慑力，促使全社会共同遵守和执行标准。

十、其他应予说明的事项

本标准不涉及对现行标准的废止。