

ICS 03.080

CCS 点击此处添加 CCS 号

DB 3205

苏 州 市 地 方 标 准

DB 3205/T XXXX—2025

会展项目策划指南

Guidance for exhibition project planning

(征求意见稿)

2025 - XX - XX 发布

2025 - XX - XX 实施

苏州市市场监督管理局 发布

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由苏州市策划协会提出。

本文件由苏州市市场监督管理局归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

会展项目策划指南

1 范围

本文件提供了会展项目策划的项目策划要素、会展项目策划原则、展览项目策划、会议项目策划、活动项目策划及评价与持续改进等方面的指导。

本文件适用于苏州市范围内会展项目策划工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 26165 经济贸易展览会 术语

LB/T 085.4 旅游类专业学生实习规范 第4部分：旅游类专业学生会会展实习规范

3 术语和定义

GB/T 26165、LB/T 085.4界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

会展 meeting, incentive, conference/convention, exhibition/exposition&event (MICE)

各类会议、奖励旅游、展览、节事活动等商业或非商业活动的统称。

[来源：LB/T 085.4—2024]

3.2

会展项目 MICE project

经过立项策划并计划付诸执行的各类会展活动的统称。

[来源：LB/T 085.4—2024]

3.3

展览策划 exhibition planning

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，使之达到预期目标的活动。

3.4

会议策划 conference planning

根据会议的目的借助一定的科学方法和艺术，为决策、计划而构思、策划设计、制作策划方案以达到最终的效果。

3.5

活动策划 event planning

拥有共同目的联合起来并完成一定社会职能的动作的总和，并提高市场占有率的有效行为。

4 项目策划要素

会展项目策划要素为项目成功的关键组成部分，要素包括但不限于：

- a) 策划主体：会展主（承）办方或受委托的专业策划机构；
- b) 策划依据：会展项目产业和市场发展趋势、同行业竞争和参展企业自身优劣势；
- c) 策划目标：会展项目期望目标，包含主办方、承办方、参展商和专业观众的期望目标；
- d) 策划对象：会展项目获得举办所制定的流程环节和内容；
- e) 策划方案：实现会展项目策划目标而创造性设计的活动实施方案；
- f) 策划效果评估：评估会展项目策划目标实现程度，分析其原因。

5 会展项目策划原则

5.1 展览项目策划原则

5.1.1 市场需求原则

感知、把握和科学分析市场需求，了解目标受众（包括参展商和观众）的兴趣、需求和期望，确保项目的成功实施和参展商、观众的满意度。

5.1.2 发展战略原则

充分考虑组织者的战略目标、品牌定位、市场地位等因素，确保会展项目能够为组织者的长期发展提供有力支持，需要策划者具备前瞻性和全局观，预见市场变化和行业趋势，为组织者的未来发展提供战略指导。

5.1.3 资源配置原则

合理调配和利用各种资源，包括人力资源、物资资源、财务资源等，以确保项目的顺利实施和高效运作。根据项目的实际情况和预算限制，制定合理的资源配置方案。

5.1.4 可操作性原则

充分考虑各种可能的风险和挑战，并制定相应的应对措施和预案。同时，需要策划者具备丰富的实践经验和专业知识，根据实际情况灵活调整策划方案，确保项目的顺利推进和成功实施。

5.1.5 风险规避原则

充分识别、评估可能存在的风险，并制定相应的预防和应对措施，以降低风险发生的概率和减轻风险带来的损失。

5.1.6 品牌培育原则

注重品牌建设和推广，通过提升品牌形象和知名度来增强项目的吸引力和竞争力。

5.2 会议和活动项目策划原则

5.2.1 明确性原则

会议和活动应明确具体目标，确保所有策划工作紧密围绕目标展开，做到活动的内容和形式与目标保持一致。

5.2.2 针对性原则

深入了解目标受众的特点、需求和期望，根据受众的特点来定制活动内容和形式。

5.2.3 可行性原则

在策划过程中，充分考虑人力、物力、财力等资源的限制，制定合理的预算和资源配置方案。识别潜在的风险因素，并制定相应的预防和应对措施，确保活动的顺利进行。

5.2.4 创新性原则

在会议和活动的策划中融入创新元素，如新颖的主题、独特的互动环节等，以提高活动的独特性和吸引力。关注行业动态和市场变化，不断学习和借鉴先进经验，对活动内容和形式进行持续改进和优化。

5.2.5 安全性原则

确保活动场地的安全设施完善、人员安全有保障，并制定详细的安全预案以应对可能出现的紧急情况。对活动过程中可能出现的安全隐患进行提前排查和整改，确保活动的安全有序进行。

5.2.6 细节性原则

在活动的每一个环节注重细节的处理和打磨，如邀请函设计、座位安排到音响设备的调试等，提升参与者的体验感和满意度。

6 展览项目策划

6.1 展览项目策划内容

6.1.1 企业和组织战略策划

6.1.1.1 明确展览项目的总体目标，如提升品牌知名度、拓展市场、促进销售、建立行业关系等。

6.1.1.2 研究目标市场的需求、竞争态势、潜在观众等，为展览项目定位提供依据。

6.1.1.3 调动企业内外的各种资源，包括人力、物力、财力等，保障展览项目顺利进行。

6.1.2 内部机制策划

6.1.2.1 成立专门的展览项目团队，明确各成员的职责和任务。

6.1.2.2 制定详细的项目流程图，明确各阶段的任务、时间节点和责任人。

6.1.2.3 建立有效的内部沟通机制，确保信息的及时传递和问题的解决。

6.1.3 立项策划

6.1.3.1 深入了解市场需求、观众偏好和竞争对手情况，根据调研结果，确定展览的主题和定位。

6.1.3.2 编制详细的项目预算，包括场地租赁、搭建费用、物料采购、宣传推广等各项开支。

6.1.4 公共关系策划

应建立与各方的关系，包括但不限于：

a) 媒体关系：建立与媒体的良好关系，邀请媒体进行宣传报道；

b) 合作伙伴：寻求与行业协会、政府机构、其他企业的合作机会，共同推动展览项目的开展；

c) 观众邀请：通过邮件、社交媒体、行业渠道等方式邀请专业观众和潜在客户参加展览。

6.1.5 开幕式和现场管理策划

6.1.5.1 策划详细的开幕式活动，吸引观众的注意力和兴趣。

6.1.5.2 制定详细的现场管理方案，包括展位布局、人流控制、安全保障等。

6.1.6 广告策划

选择适合的广告宣传渠道，并设计具有吸引力的广告内容，突出展览的亮点和特色。

6.1.7 市场营销策划

市场营销策划要求包括但不限于：

- a) 营销策略：制定有针对性的市场营销策略，如优惠促销、互动活动等；
- b) 销售渠道：拓展多种销售渠道，如线上平台、代理商、分销商等；
- c) 客户关系管理：建立完善的客户关系管理体系，维护与客户的长期合作关系。

6.1.8 财务分析

财务分析包括但不限于：

- a) 成本控制：控制项目成本，保证在预算范围内完成展览项目；
- b) 收入预测：根据市场情况和历史数据预测范围内完成展览项目；
- c) 盈利能力评估：对项目的盈利能力进行评估。

6.1.9 应急预案制定

宜制定应急预案方案，包括但不限于：

- a) 风险识别：识别影响展览项目的各种风险，如市场风险、技术风险、安全风险等；
- b) 风险评估：识别的风险进行评估，确定可能性和影响程度；
- c) 应急预案：针对可能发生的风险制定相应的应急预案，定期进行演练和评估。

6.2 展览项目策划流程

6.2.1 计划组织

6.2.1.1 宜集合各方面专业人士，共同进行会展项目的策划和执行，各类成员包含项目主管、策划人员、文案撰写人员、展览设计人员、市场调查人员、媒体联络员以及公关人员等，明确各成员职责，维护企业形象。

6.2.1.2 采用科学的方法，如问卷调查、访谈、数据分析等，调查内容包含环境调查、市场潜力与限制分析、参展商和观众需求分析以及支持协助单位调查等，确保调查数据的准确性和全面性。

6.2.1.3 采用 SWOT 分析、财务分析等工具进行评估利用，调查市场需求分析、竞争环境分析、内部条件分析和预期效益和风险评估等，确保研究成果的准确性。

6.2.1.4 宜打造具有独特性和吸引力的展览项目品牌，挖掘项目特色、创意设计，做到品牌塑造和知识产权保护，注重创意与实际的结合，确保创新成果具有可行性和市场竞争力。

6.2.1.5 宜提交项目申请书、可行性研究报告以及相关证明材料，确保申请材料的真实性和完整性，积极配合主管部门的审查工作。

6.2.2 启动运行

6.2.2.1 宜制定招展招商项目策划，内容包括但不限于：

- a) 招商方案与目标客户群：明确招商目标和策略，确定目标客户群体，如行业领军企业、新兴创新企业等；

- b) 发布展览信息与招商邀请函：利用多渠道发布展览信息，向目标客户发送招商邀请函；
 - c) 多渠道推广：通过电话、邮件、拜访等多种方式与目标客户沟通，介绍展览亮点和优势，邀请其参展；
 - d) 筛选参展商资质，签订参展合同：对报名的参展商进行资质审核，确保参展商的质量和展览的专业性，签订参展合同以明确双方权利与义务。
- 6.2.2.2 应制定参展商和展品选的策划项目，内容包括但不限于：
- a) 参展商筛选：根据展会定位和主题，选择符合要求的参展商，确保参展商的展品和服务能够吸引目标观众；
 - b) 展品要求：明确展品的质量、创新性、安全性等要求，确保展品能够展示行业最新趋势和技术水平；
 - c) 展位分配：根据参展商的需求和展会的整体布局，合理分配展位位置，确保展会整体效果的美观和有序。
- 6.2.2.3 宜制定宣传与公共关系活动策划项目，内容包括但不限于：
- a) 制定宣传推广策略：根据目标观众群体的特点和习惯，制定合适的宣传推广策略，包括线上宣传（社交媒体、网站广告等）和线下宣传（海报、宣传册等）；
 - b) 开展公共关系活动：通过新闻发布会、行业研讨会、媒体专访等活动，提升展览的知名度和影响力。同时，加强与政府、行业协会及媒体的沟通与合作，为展览营造良好的外部环境；
 - c) 现场宣传与执行：在展会现场设置宣传区域，利用 LED 大屏、音响设备等播放展会信息和广告，同时安排专人进行现场讲解和引导，提高观众的参观体验。
- 6.2.3 实施管理
- 6.2.3.1 宜做好各项活动的前期准备，内容包括但不限于：
- a) 处理参展商提交的申请材料，组织单位审核，获得指定展位使用权；
 - b) 准备各类展览证件，内容包含参展商证、车辆通行证、参观证、贵宾证、媒体证、施工证等；
 - c) 准备一定数量的邀请函，供参展商邀请自身客户前来参观、洽谈。
- 6.2.3.2 宜根据项目策划，做好展览项目现场管理，内容包括但不限于：
- a) 展位布置与展台搭建：根据设计方案进行展位布置和展台搭建工作，确保展台结构稳固、色彩搭配和谐、照明效果良好；
 - b) 人员安排与培训：配备足够的工作人员，包括讲解员、技术支持人员、清洁工和接待人员等。对工作人员进行培训，确保他们了解展览内容、产品知识、销售技巧和展会流程；
 - c) 观众引导与安全管理：设置清晰的指示牌和参观路线，引导观众有序参观。配备安全人员，负责现场的安全管理和突发事件处理；
 - d) 活动协调与执行：协调展会期间的各种活动，如开幕式、研讨会、产品发布会等，确保活动顺利进行，并提供优质的客户服务，及时处理观众和参展商的投诉和需求。
- 6.2.3.3 收集展览期间的观众数量、参观时长、销售数据、观众反馈等信息。对收集到的数据进行分析，评估展览的效果和影响力。

7 会议项目策划

7.1 会议项目策划内容

会议工作方案宜制定召开会议的具体实施计划，内容包括但不限于：

- a) 会议的名称、时间、地点和规模；

- b) 会议的议题;
- c) 编制会议议程;
- d) 确定会议的主讲人和听众;
- e) 会议的召开方式;
- f) 会议资料的准备;
- g) 场地布置和会议召开;
- h) 制订会议危机管理方案;
- i) 会后总结。

7.2 会议项目策划流程

7.2.1 确定会议主题

- 7.2.1.1 明确会议的目的、目标和期望成果。基于企业的实际需求、市场趋势、业务发展等因素。
- 7.2.1.2 注重当前热点话题和前沿领域，确保会议主题具有吸引力和前瞻性。
- 7.2.1.3 考虑参会人员的背景和兴趣，确保主题能够引发他们的兴趣和参与热情。
- 7.2.1.4 考虑跨学科和综合性问题，推动学科交叉和交流，增强会议的广度和深度。

7.2.2 会议经费与赞助办法

- 7.2.2.1 根据会议规模、地点、时间等因素，编制详细的会议预算，包括场地租赁、设备租赁、餐饮住宿、交通费用、宣传费用等各项开支。
- 7.2.2.2 经费筹集方法包括但不限于：
 - a) 设立会议筹备资金：设立专门的会议筹备资金，用于满足会议的各项需求；
 - b) 收取会务费用：向与会人员收取一定的会务费用，以减轻企业负担；
 - c) 企业赞助：积极寻求企业赞助，为会议提供资金支持。赞助形式可以包括垄断性赞助、平摊性赞助和等级性赞助等。
- 7.2.2.3 为赞助企业提供相应的回报，如会议冠名权、广告展示机会、发言机会等，以增强赞助企业的参与感和荣誉感。

7.2.3 准备会议方案

- 7.2.3.1 根据会议主题和参与人员情况，选择合适的会议时间和地点，确保会议的顺利进行。
- 7.2.3.2 制定详细的会议议程，包括开幕式、主题演讲、分组讨论、闭幕式等环节，确保会议内容丰富、紧凑有序。
- 7.2.3.3 准备会议所需的各项资料，包括会议手册、演讲 PPT、参会人员名单等，确保参会人员能够充分了解和参与会议。

7.2.4 会议危机管理方案

- 7.2.4.1 制定明确的会议安全政策，增强员工和参会人员的安全意识。
- 7.2.4.2 针对可能出现的各种突发情况，制定详细的应急预案，确保能够及时有效地应对和处理。

7.2.5 邀请主讲人员

- 7.2.5.1 根据会议主题和参会人员需求，选择具有权威性和专业性的主讲人员。
- 7.2.5.2 制作正式的邀请函，详细说明会议的时间、地点、主题以及主讲人员的介绍和演讲内容。
- 7.2.5.3 通过电子邮件或书信方式发送邀请函，并适时跟进以确认主讲人员是否接受邀请。

7.2.6 会议召开

7.2.6.1 宜按照会议方案进行会场布置，包括主席台布置、座位安排、设备调试等。设置签到台和接待处，为参会人员提供便捷的签到和接待服务。

7.2.6.2 按照议程安排进行会议的各项活动，确保会议顺利进行并达到预期效果。

7.2.7 会后总结

7.2.7.1 整理会议期间的各项资料，包括会议记录、照片、视频等，并进行归档保存，并根据会议预算和实际开支情况，进行经费的结算和报销工作。

7.2.7.2 对会议效果进行评估和总结，包括参会人员反馈、会议成果等方面，为今后的会议策划提供参考。

8 活动项目策划

8.1 活动项目策划内容

宜制定活动项目策划工作，内容包括但不限于：

- a) 组织机构；
- b) 明确主题和创意；
- c) 表演的内容；
- d) 采用合适的表现形式；
- e) 表演舞台和场地；
- f) 落实表演者、主持人和嘉宾；
- g) 观众组织；
- h) 做好有关报批和审批工作；
- i) 制定有关危机管理方案。

8.2 活动项目策划流程

8.2.1 活动前期策划

8.2.1.1 确定活动的核心目的，如品牌宣传、销售增长、用户互动等，根据目标设定具体指标，如参与人数、销售额、社交媒体曝光量等。

8.2.1.2 确定活动主题，明确传达活动的核心价值和内容，参考行业热点、竞品活动、往期复盘等，确定独特且具有吸引力的主题。

8.2.1.3 详细描述活动的时间、对象、简述、流程和规则，确保活动描述清晰明了，便于后续的执行和推广。

8.2.1.4 制定详细的推广方案，包括推广渠道、推广内容、推广时间等，准备推广所需的物料，如海报、文案、视频等。

8.2.1.5 根据活动规模和内容，编制详细的费用预算，包括奖品、宣传、场地租赁等各项开支。

8.2.2 活动准备策划

8.2.2.1 对活动方案进行进一步细化和完善，确保所有环节都有具体的执行方案和责任人。

8.2.2.2 将细化活动方案提交给相关部门或领导进行审批，确保方案符合公司战略和预算要求。

8.2.2.3 获得审批后，正式立项并组建项目团队，明确团队成员的职责和任务；准备活动所需的各项物资，如奖品、宣传品、场地布置材料等。活动涉及线上平台或技术支持，宜提前做好技术准备和测试。

8.2.3 活动执行策划

按照推广计划进行宣传推广，提高活动的知名度和参与度。实时跟进活动进度，确保各个环节按计划顺利进行，如活动为线下活动，做好现场布置、签到、接待、安全等工作。

8.2.4 活动复盘策划

8.2.4.1 分析活动目标的达成情况，评估活动的整体效果，总结活动过程中遇到的问题和不足之处，提出改进建议。

8.2.4.2 提炼活动中的成功经验和亮点，为未来的活动提供借鉴。根据复盘结果，对活动方案进行优化和提升，为下次活动做准备。

8.2.5 后续跟进策划

8.2.5.1 利用活动后的余热进行后续宣传，巩固活动成果；收集客户反馈意见，了解客户需求和期望，为产品和服务提供改进方向。

8.2.5.2 将活动相关的资料、照片、视频等进行归档保存，为后续的宣传和复盘提供参考。

9 评价与持续改进

9.1 评价

建议会展主（承）办方或受委托的专业策划机构每年对会展项目策划工作进行评价，出具评价报告并给出改进意见，评价需考虑的因素包括：

- a) 由具体负责人主持，组织人员对会展项目策划工作进行评价，可聘请外部专家进行；
- b) 对会展项目策划的展览项目、会议项目、活动项目等策划流程进行评价；
- c) 对会展项目策划工作的策划主体、策划依据、策划目标、策划对象、策划方案、策划效果评估及内部审核等进行评价。

9.2 持续改进

9.2.1 制定改进方案

针对会展项目策划工作的评价结果出具改进意见，制定改进方案，结合会展主（承）办方或受委托的专业策划机构实际运行情况进行改进，以适应发展需要。

9.2.2 内部审核

具体负责人组织人员对会展项目策划工作组织内部审核，内部审核建立审核指标，并出具审核意见。

9.2.3 监督检查

具体负责人宜按照发展战略对会展项目策划的运行进行监督检查并保留检查记录。

9.2.4 分析

根据审核意见和监督检查结果，分析知识产权管理体系实施所取得的效果、存在的问题与不足。

9.2.5 改进

根据分析报告，从会展项目策划工作的实施环境、目标规划执行等方面制定和落实改进措施。改进措施与所遇到不符合事项的影响程度相适应。
