

展览会策划方案(10 篇)

展览会策划方案 1

一、前期预热

活动前一个月开始纸媒、电媒、门户网站等各媒介进行活动大肆宣传。制作高端邀请函、DM 广告单发放与高端房地产、珠宝行、高端会所合作，放置活动宣传易拉宝及在其客户短信平台，发送邀约短信短信及活动宣传内容。

二、客户定位

- 1、政府:政府领导
- 2、企业:品牌受用方、品牌输出方;本次活动合作企业的阶层领导

- 3、各界名流

- 4、大众:中高层阶层人群

- 5、红木厂商的合作大客户

三、活动定位

展会全程均已中国古典文化为展会背景，高度衬托出红木家具的典型文化价值，展会流程与布展搭配及活动内容的设置，增强互动性、人文交流性、视觉享受性，给客户、嘉宾留下深刻印象

象，提升客户、嘉宾的活动期待值。打造国际红木家具第一展会，让世界仰望中华文化。

四、展会布置

1、会场外围：

(1) 在展会门前设拱门 1 个，配横幅 1 条(活动主题)；空飘气球、配竖条幅(祝贺单位)；

(2) 由展会门前向大厅内铺设红地毯，两侧放置活动易拉宝(活动主题广告)、红木厂商易拉宝；

(3) 展厅入口安排礼仪小姐，负责嘉宾指引；

(4) 设置咨询处。咨询处有专员负责对与会客户、嘉宾咨询的答复，咨询处放有各红木厂商、合作企业、参展企业的宣传画册，为与会客户、嘉宾提供相关信息；

2、展会区：

(1) 设立展会介绍栏(参展厂商名称，展区位置)，方便参展者找到正确位置

(2) 设立会展区地图公示区，左侧摆放有精品红木厂商展位区易拉宝，为客户、嘉宾提供了红木家具展会的相关信息；

(3) 会展区过道也铺设红地毯。

五、展会内容

1、千年穿越红木家具展

展出的红木家具均配有身着古装、旗袍等具有中国古典风格服装的模特，将中国特色的古典与现代气质的'美相结合，营造视觉的饕餮盛宴，美轮美奂，给客户、嘉宾留下深刻印象。

2、专家美学鉴赏、鉴定、点评

邀请数位鉴定专家现场坐镇，现场与客户、嘉宾鉴赏红木家具，鉴定真假、点评等级，为众多红木家具“验明正身”。

3、红木知识竞猜(有奖问答)

有关红木知识的有奖问答，与会嘉宾激情互动，奖品丰厚。

(奖品可为红木家居配件或订购的价格优惠。另外参加者均可获得精致纪念品。)

4、风水师讲座

风水的搭配，风水师讲解红木对人生的价值，皇室贵族对红木家具情有独钟的原因，红木家具对老人(延缓衰老)，孩子(促进大脑发育)，女主人(美容，永保青春)，男主人(体现身份尊贵)。体现家族的品味和富贵之气。

5、品牌搭配展出珠宝、黄金、翡翠

同档次品牌对接。增加活动分量，吸引客户、嘉宾眼球，提升展会文化与现代相结合的内涵及本次展会的等级。

(起到搭配和点缀的作用，重在主次分明)

6、变脸表演

专业变脸演员进行精彩绝活变脸表演，把展会推向高潮。以中国特色的变脸绝活，衬托出红木家具为中国文化的典型。

7、书画展、木雕艺术展

名人字画的收藏、展出、鉴赏，提升展会活动高度重视的文化性。

8、名人题

邀请一位书法界的名流，为此次展会挥毫泼墨，以祝雅兴，增添活动的艺术氛围，吸引更多的人气。

9、穿越式歌舞表演

穿越式古典歌舞表演衬托展会主题。专业歌舞演员进行表演，调动现场气氛，使展会气氛再度升华。

10、认购摸奖活动

凡现场订购红木家具的客户都可以参与活动，由各红木厂商提供系列大奖。

11、古筝演奏、茶道茶艺表演、品茶

整场活动搭配古筝表演，以古筝乐为背景，突出展会的文化内涵。古筝与茶艺表演相辅相成，即唯美，有多艺术氛围。与会客户、嘉宾可在参展的同时，休憩一会，听着古筝乐、探讨这红木的鉴赏、品着

幽香的清茶。展会现场安排优雅、纯净，着统一旗袍服装的

女模特斟茶。

六、展会亮点

整场展会结合多样具有中国古典典型特色的文化与主角红木家具匹配,同时注重文化的效果也得以加强!气氛渲染,美学鉴赏,买的不仅的家具,更是中华千古文化的传承。展览会策划方案 2

一、活动目的:

1、提高展会现场与观展商的互动机会;

2、为观展商提供现场观摩仪器检测的机会;

3、为观展商提供免费检测服务也是展会现场的宣传炒作方案之一。

二、活动时间:

贯穿整个展会期间

三、活动地址:

展位内

1、邀请函宣传

①国外准客户邀请函宣传

②国内准客户邀请函宣传

(二)、活动的' 操作方案:

2、活动现场分工:

①宣讲、接待人员：2—4名，负责活动的宣讲、观展商的接待、咨询、资料派发、名片交换。

②市场销售人员：5名，对上门客户一一做详细讲解。

2、活动操作流程：

①观展商与宣讲接待人员进行沟通交流(首当其冲的重要一环)；

②观展商被引导到登记台工作人员处

③观展商市场销售人员进行亲密接触(观展商的“取经”之地)。

3、注意事项：

①接待人员要收集客户名片等资料以备会后跟踪客户，另外对被邀请客户要进行区分，视被邀请客户为此次展会嘉宾，同时，对所有观展商都应当有迎有送；

②工作人员应根据现场人数灵活安排。

四、活动时间：

展会期间每天上午和下午各一次，每次持续时间30分钟，具体时间暂时确定为：上午10：30——11：00，下午3：30——4：00(具体时间可根据实际情况临时调整)展览会策划方案3

一、参展时间：

20xx 年 4 月 25 日-28 日

二、地点：

深圳会展中心

三、参展背景分析：

1. 大会分析：

专业性、品牌性、权威性、国际性

第二十届中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会

2. 参展商构成：

礼品|家居.中国”系列展会是由世界第一大展览英国励展集团与深圳华博展览的合资公司——励展华博展览(深圳)有限公司主办的，合资宗旨：打造亚太地区乃至世界规模最大的国际礼品及家庭用品展览会。该展已成功举办 18 年，每年的春季 4 月和秋季 10 月定期举行；规模以每届 20%的速度增长，现已发展成为国内最专业、最具规模、最集人气的业界顶级盛会。

◆深圳礼品展—专业买家：每届展会接待海内外专业买家 13 万人次

◆深圳礼品展—政府支持：拥有 50 多家协会及政府支持礼品展会

◆深圳礼品展—最佳时机：与香港、广州礼品行业展会同期

进行，最佳采购时机

◆深圳礼品展—品牌展会：19 年品牌展，通过全球展业协会 UFI 权威认证，标志为高品质的专业展会。

四、参展目的：

1. 国内销售渠道拓展
2. 公司品牌宣传
3. 国内终端客户拓展
4. 新产品推向市场的造势和推广
5. 对市场的信息动态、国家政策、市场需求的深度把握

五、参展安排：

(一)、展前：

1、展位准备：

- ①参展主题的确定；(可米猫平板电脑的推广)
- ②展位的确定；(3C08)规格 3x3 单开口(9 平米)
- ③展位的布置；包括展台总体设计和物料准备。

2. 代理商和准客户邀请及策略：

①由市场人员提前通过发送邀请函的方法(邮件，电话，传真)约好意向代理商和国内准客户参加展会。

②准备一些礼品，譬如：制作印有公司标志和名称的. 挂绳于现场免费派发给参观者，由于这些挂绳通常都制作精美，所以大

部分参观者得到这些挂绳后都很乐意换在自己的入场证上，参观者佩带着这些醒目的挂绳在场内走动，等于许多流动的广告牌在免费为我们公司作宣传。准备有企业形象的无纺布手提袋，在现场可以派发，手提袋可以起到流动广告的效果(我统计了下，公司还有 500 个左右可米猫的手提袋)

(二)、展中：

1. 产品促销活动：

①促销政策的实施，当场签订代理合作的代理商和签订购机合同的客户给予一定的优惠(待确定)。

②当场签订合同的代理商和客户可以按条件获得譬如：MP3、笔记本内胆包(这个公司有现成的)等赠品。

2. 媒体报导：

①公司网站进行同步报道。

②深圳、北京、上海等国内和国外行业媒体报道。

③各大行业网站论坛/BBS/博客的宣传。(1PAD 网，新浪网，阿里巴巴，百度贴吧，中关村在线)

3. 调动展位现场人气的活动策划：

活动之一：产品体验互动

(三)、展后：

1. 代理商及客户的追踪跟进。

2. 把在展会上的火热场面刻成光盘或做成图片，进行形象整合、再包装。

3. 网站的后续报道。

六、参展物料：

1. 宣传资料：

①公司简介

②产品宣传彩页(可米猫 702. 701 机器的彩页)

③x 展架

④海报

⑤赠品(手提袋，笔记本内胆包)

2、洽谈资料：

①名片

②相关合同书

3. 现场用品：

①客户资料统计表

②嘉宾签到簿

③名片盒：一是放置本公司工作人员的名片，另外是放置嘉宾名片。

七、参展预算

1. 参展费用 8950 元

2. 展示厅的布置费 500 元

3. 宣传物品的制作费用 300 元

4. 相关礼品的准备(利用公司现有的礼品：可米猫手提袋、可米猫内胆包)

5. 媒体费用(暂不需要)

6. 参展人员的饮食费用

八、温馨提示：

1. 展示期间关注平板电脑摆放和演示，防止被人偷窃。

2. 关注被邀请代理商/客户的行踪，何时到达并及时接待。

3. 在展会期间，参展工作人员不能在现场吃东西，要体现出一个国际品牌的水平要求来，保持展厅干净整洁。

4. 每天闭馆后要及时开总结会，总结一天的工作，发现问题及时解决，整理代理意向书，重要的大客户尽量当天晚上就约见。

5. 参展工作人员要着装整齐，体现出公司的良好的精神面貌，和品牌的操作要求。

6. 吃饭时间大家轮流去吃饭，现场一定要保持 3 个人以上同时在展会场。

九、参展人员安排及配置

1. 提高展会现场与观展商的互动机会；

2. 为观展商提供现场体验平板电脑的机会；

3. 为观展商提供体验服务也是展会现场的宣传炒作方案之一，让客户了解可米猫这个品牌。展览会策划方案 4

一、活动名称：

20xxxx 春季大型车展

二、主办单位：

xx 电视台广告部

三、媒体支持：

xx 电视台

xx 分众传媒液晶电视联播网

四、活动日程：

车展时间：4 月 5 日—6 日

展商报名时间：

3 月 5 日—3 月 31 日

五、房车展地址：

xx 广电大厦广场

六、活动目的：

利用多种媒体立体宣传汽车品牌形象，让消费者及时掌握市场信息，同时更好的`拉动汽车销售。

七、展会配合活动：

- 1、大型汽车巡游，从广电大厦到县城主要街道巡游一圈。
- 2、汽车品牌专门展示
- 3、新车试乘试驾
- 4、摄影大赛
- 5、电视公益活动形象代言人选拔赛暨时尚车模大赛 4 月 5 日
决赛
- 6、文艺演出
- 7、幸运观众抽奖：展会期间，从 8 点半至下午 5 点，每隔 1 小时组织者从邀请函中抽取三十名幸运观众，观众将得到电动车、彩电及各种精美礼品奖品总价值 3 万元
- 8、购车抽大奖：5 日 6 日每天下午从购车消费者中抽取一等奖一名，电动车一辆；二等奖一名，彩电一台；三等奖 10 名，玉米油一桶及家纺用品。

八、媒体宣传：

- 1、在前期，主办单位通过电视、广播、网站及户外广告牌对展会进行广泛深入的新闻宣传、造势。
- 2、总量达 2 万份的参观邀请函将通过直投和参展单位派发等方式送达观众手中，吸引观众广泛参与。同时邀请函还可参加抽奖，电动车、彩电等大礼不断，使参与者能得到切实实惠。
- 3、展会期间主办单位将与 xx 新闻、xx 时空、消费前沿、xx

论坛等电视、网络媒体合作，对展会进行现场报道，即时发布展会动态。

4、展会结束后，主办单位将就展会情况做展会总结，并将摄影大赛获奖作品发布到网站，并制作活动光盘赠送各参展商。

九、展位位置及展位费

1、汽车展位：广场南、东，每个车位 500 元。

展位回报

a、每个展位赠送分众楼宇广告费 500 元，三个月内做完

b、赠平面单页宣传：2 万份车展邀请函印有 xx 车市地图，包括车行及汽车品牌

c、时尚车模现场推介：每个参展车型 1 个代言宣传车模

2、电动车展位：广场花坛西，每个展位 1000 元

展位回报

a、每个展位赠送分众楼宇广告费 1000 元，三个月内做完。

展览会策划方案 5

一、展会背景

我们房地产展会主要为了进一步激发房地产市场的活跃性，满足和方便广大邯郸民众购房置业需求，引导邯郸房地产业的健康发展，由邯郸市房地产管理局牵头，邯郸广播电视台主办，邯

邯广电传媒会展部承办的20xxxx“金秋飘香·和谐宜居”秋季房产、家居、建材展览会定于20xx年10月1-3日在龙湖公园隆重举行。在“金秋飘香·和谐宜居”的展会主题下，本届房展会将会为诠释品质生活提供很好的平台。

二、展会目的

1、为了房地产业及相关行业搭建一个展示自己、互相沟通、共同发展的互动平台，提升扩大参展单位的品牌知名度。

2、加强房展会的“房展超市”功能，降低消费者购房的'时间成本，让消费者现场比较、对比选择，引导市民理性消费理念。

3、最大限度的激发消费者的购房欲望，从而尽可能多的完成参展单位的销售目标。

三、展会特色

1、展会时间定于10月1-3日，十一国庆黄金周期间。金九银十的房展销售良机，承接九月，开启十月，加之国庆假期，人们的消费心理比较松动，购买欲望强烈，一年之中绝妙时机。

2、展会地点在邯郸市龙湖公园南门广场。龙湖公园位于邯郸市主城区东部，东临滏东大街，南面人民路，北傍丛台路，交通条件十分便利，地理位置得天独厚，日客流量近万人次，国庆期间可达五万余人次，尤其是本次展会地点公园南门广场是园区客流量之最，可占园区总客流量的2/3，人气爆棚。

3、宣传力度强大，宣传平台广泛。充分发挥邯郸广播电视台的媒体优势和专业展会的集群优势，加大在报纸、电视、电台、网络、户外广告等媒体的宣传推广。

4、新颖的展会形式。在传统展会基础上加入新颖的展会形式，展会现场最具互动的现场活动，丰富的文艺演出、互动游戏环节及吸引力十足的特色策划活动。

四、展会时间、展会地点

20xx年10月1—3日邯郸市龙湖公园南门广场

五、展会主承办、宣传媒体单位

主办单位：

邯郸广播电视台

承办单位：

邯郸广电传媒会展部

媒体支持单位：

邯郸电视台、

支持单位：

六、展览范围

1、房地产开发商

2、房地产代理商

3、家居家装用品供应商

4、建材用品供应商

5、其他房地产相关企业(置业贷款金融机构、交易法律顾问
律师事务所)

七、展会规划

①房展区

A 区特装展位:

费用为 6 万元

A1(13mx8m)、A2(12mx6m)、A3(12mx6m)、A4(10mx8m)

B 区标准展位:

费用为 2.5 万元

②建材家居展区

C1—C3 展位:

费用为 1.5 万元(5mx3m/展位宽度可延伸)

C3—C29 展位:

费用为 1.2 万元(均为 5mx3m)

八、参展说明

1、参展单位须有独立的法人资格;

2、参展单位有相应的《商品房预售许可证》、《营业执照》;

3、参展单位需在 9 月 30 日前缴清展位租赁费用,方可进场
布展;

- 4、展位设计须新颖、美观大方，有开发楼盘模型、公司楣板；
- 5、展位未经组委会许可不得转让他用；
- 3、参展单位应遵守《广告法》进行产品的宣传布展；
- 7、参展楼盘要求：

符合上市销售的要求(具备国有土地使用权证、建设工程规划许可证、建设工程开工许可证、建设用地规划许可证、商品房预售许可证)，没有预(销)售许可证的项目只能进行企业形象、项目展示，不能以任何形式销售房屋。

8、参展单位在展期现场交易的，不得以欺诈行为损害购房者的利益。违反者取消参展资格，展位费用不予退还；

9、参展单位的展位物品自行看管，有损失的，自行负责；

10、参展单位如在 10 月 1 日上午 8：30 前未到展会报到的，组委会有权将其展位另做他用，已付展位费用不予退还。展览会
策划方案 6

一、活动背景

在这盛夏的 6 月，我们即将迎来我市国际“综合展销会”。在认真总结各行各业商品展销会经验的同时，我们对此次活动进行了更为细致地研讨和多角度的分析，增添了一些新的元素。既包含我司领导小组的人脉方面大力支持又囊括展销会入住商家的

竞争。同时此次展销会还将邀请各个行业的商家前来参展，增加了行内外的互动交流。此次活动的目的不仅是为商家带来更大的宣传，为各商家提供不同行业领域的平台，也为商家开拓更多的销售渠道，提高企业知名度，树立企业形象。

二、活动主题

整合各种资源，进一步打造各商家品牌形象且优惠客户达到互惠互利。

三、活动目的及意义

(一)充分发挥“国际广场”的地理资源优势，集聚人气。

(二)充分展现各商家的优秀产品。

(三)搭建多行业综合展销进行联合营销。

(四)加强“国际”与各商家的品牌影响力。

四、活动单位

主办单位：xx 置业有限公司

承办单位：国际广场

五、活动时间

20xx 年 06 月 27 日~20xx 年 06 月 28 日

六、活动地点

山东省济南市天桥区无影山北路与小清河交汇处“国际广场”。 “国际广场”是全济南继泉城广场后第二大广场，东侧临

近泇口商业南、南侧临近建材商业区，且坐落于十字汇处日车流量超过 10 万次，如果展会顺利举行展客将上万人次。

七、活动对象

国际广场及入驻展会商家

八、活动负责人及分组安排

总负责人：贡宪

负责小组：

(一) 统筹组

(二) 招商组

(三) 外联组

(四) 后勤组(应急组)

工作方法：

(一) 各小组定期向负责人汇报进度情况。

(二) 根据实际召开会议讨论各种出现的问题并及时解决。

(三) 集思广益吸收各小组的建议并作出采取相应措施。

九、工作分配

1、招商小组

组成：

负责人：

负责事项：(1) 团队招商及报名统计

商家名称： 签订时间：

(2)展会的前期有效宣传(向各企业发放邀请函，宣传单页)；

(3)利用各种媒体手段包括视听媒体、平面媒体、网络媒体等进行宣传；

(1)向统筹组进行活动申请和场地申请(一定要提前申请)；

(2)邀请各级相关领导莅临展会现场。

2、统筹小组

组成：

负责人：

负责事项：

(1)指挥小组人员负责活动各方面的统筹安排；

(2)活动期间针对各商家负责人员进行考勤、考核；

(3)利用听媒体、平面媒体、网络等方式发布展会进度信息；

(4)对整个活动期间的图片进行整理与存档；

(5)讲解领奖卡片的使用及发放；

(6)制作领奖卡(两万张)印章并发放各商家手中及告知使用方法；

(7)购买用于抽奖用的乒乓球以及抽奖箱的制作；

3、后勤小组

组成：

负责人：

负责事项：

(1) 每天各摊位负责人及时汇报客流数据，领奖数据的统计整理；

(2) 展销会开始前列出财、物总清单，每天进行公共财、物清点、记录；

(4) 整理有关资料，做成书面形式备案；

(5) 维护会展期间的人员组织，会场秩序、人员安全、用电安全并进行不定时检查，包括插线板的连接、收放，以及安全用语；

(6) 对入驻商家推荐的志愿者服务人员做好对应急培训，并对相关工作人员进行安排。做好展销会期间各项突发事件的处理；

(7) 协调展销会期间安全布置并准备应急药品。

(8) 安排停车场停车指挥人员。

4、外联小组

组成：

负责人：

负责事项：

(1) 进行寻找赞助商合作；

(2) 配合后前小组统计赞助物品数量及是否有损坏；

(3) 负责表演活动单位的合作达成。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/886114241240010242>