

## 国际教育展立项策划书 4 篇

### xx 中国(杭州)国际教育展览会立项策划书

#### 一、展会简介

中国(杭州)国际教育展览会每年举办一届,自 xx 年起,今年将进入第九届,作为例展,该展览会以规模大、影响广、内容全、品牌好、人气足的特点“领衔”国际教育展示会。该展是经中华人民共和国 \_\_\_\_\_ 批准,由中国教育国际交流协会在其年会期间主办。展会同期,众多海外国家机构,联合其驻华大使馆、领馆和知名院校在现场组织多场名校专场推介会,重点推介所在国的正规院校、签证要求及教育质量认证制度,“洋教授”答疑解惑,观众可以面对面接触,信息详实实用,这些推介会将使留学者接触到最新的留学动态信息,掌握必要的政策法规与申请技巧,形成参观者与留学展的互动。xx 中国国际教育展将于 7 月 20 日在杭州拉开帷幕,于 7 月 25 日结束,为期六天。

#### 二、市场环境分析

##### (一) 产业环境

xx 年浙江省的人数达 29.8%,比上年同期增长 4.5%,其中初中生占 5.9%,高中生 10.1%,高中毕业生赴海外就读大学以及攻读硕士博

士的 13.8%。据浙江新通服务中心介绍，今年上半年咨询的顾客比去年同期增长了 60%。高分考生、工薪家庭孩子出去的也多了，许多高分考生的高考分数远远超过了本科重点线，最多的超过了 70 多分。留学人数猛增的因素是多方面的，由于国内大学扩招，最近几年大学毕业生的数量增长很快，这就造成了毕业生的就业压力不断增大。因此，为了增强自身的竞争力，增加就业机会越来越多的学生选择去国外留学。

## （二）举办地的经济环境

xx 年，杭州市国民经济快速发展，经济总量迈上新台阶。生产总值（GDP）突破两千亿，达到 2092 亿元，按可比价格计算，比上年增长 15%，连续十三年保持两位数增长，是 1996 年以来增幅最高的一年。经济总量继续位居全国省会城市第二、副省级城市第三、全国大中城市第八。按户籍人口计算的人均生产总值达 3.27 万元，比上年增长 13.9%，按现行汇率折算达到 3950 美元。xx 年全市财政总收入达 329.71 亿元，比上年增长 28.2%，其中地方财政收入 150.39 亿元，增长 31.3%。

## （三）举办地的社会环境

杭州是浙江省会城市，政治、经济、文化集中度高，每年都会举办多次大型展会。比如，每年农历8月18日的萧山钱江（国际）观潮节。还有开创中国博览会先河的展会的“西湖博览会”，最早创立于1929年，与1893年的“芝加哥博览会”、1900年的“巴黎博览会”和1927年的“费城博览会”一起扬名世界，并被公认为四大国际性的盛典。到目前，西博会已成为在国内外具有一定知名度和影响力的综合性、国际性博览会。

### 三、展会基本框架

#### （一）展会名称

xx 中国（杭州）国际教育展览会

#### （二）展会地点

杭州市国际会议展览中心

#### （三）办展机构

批准单位

中华人民 \_ \_

主办单位

中国教育国际交流协会

承办单位

杭州市人民政府

杭州\*\*\*展览服务有限公司

(四) 办展时间

布展时间 xx 年 7 月 18 日—7 月 19 日 08:00—20:00

展览时间 xx 年 7 月 20 日—7 月 25 日 08:30—16:30(对展商)

观众开放 xx 年 7 月 20 日—7 月 25 日 10:00—16:00

撤展时间 xx 年 7 月 25 日 17:00—21:00

(五) 办展频率

每年一届

#### (六) 展品范围

1. 海外预科学校、学院和大学(学历、学位经所在国家政府教育主管部门或其授权的权威机构承认或注册以及具有接收海外国学生资质的院校)

2. 海外职业培训学校

3. 海外语言培训学校和机构

4. 海外政府教育机构

5. 使(领)馆

6. 留学相关服务(银行、住宿、航空公司展会规模)

#### (七) 展会规模

展览总面积 46000 m<sup>2</sup> 平方米 国际标准展位 600 个 特装展位 5000 平方米。

#### (八) 展会定位

自 xx 年起，今年将进入第九届，作为例展，该展览会以规模大、影响广、内容全、品牌好、人气足的特点“领衔”国际教育展示会。其中众多国家展团是其最大的特色，而且最大的亮点则是其主宾国机制，以充分聚焦和展示其国家的和优势院校。

### 四、展会价格和展会初步预算

#### (一) 展位费

标准展位 23000 人民币/展位

光地展位 2800 人民币/平米

#### (二) 财务支出预算

展览场地费以及搭建费 100 万；装饰费 10 万；会展宣传推广费 60 万；招商招展费 100 万；交通食宿费 50 万；工作人员费用 30 万；

人工费 3 万；管理费 2 万；观光娱乐费 20 万；杂费 3 万；税收 2 万；  
突发事件不可预测费 50 万

(三) 财务收入预算

(四) 利润预算 1700 万

## 五、展会工作人员分工计划

(一) 展会筹备委员会

1. 策划委员会（主要工作职责）

- 1) 制作展会计划、招商计划及宣传推广计划
- 2) 制作展会调查问卷、对展会进行可行性分析
- 3) 确定展会目标、日期、选址及持续时间
- 4) 确定与会人群
- 5) 确定后勤工作人员

6) 制定展会财务预算

2. 秘书处（主要工作职责）

1) 联系登记参展商和专业观众

2) 提前确定并邀请嘉宾

3) 与媒体合作，宣传好整个展会

4) 收集参展商资料—制作会刊及宣传手册

5) 负责展会过程中的与会者登记及其他服务。

3. 招商委员会（主要工作职责）

1) 展会的赞助商、服务商及广告商的邀请及确定

2) 负责本次循展会专业观众、参展商的邀请

3) 协助参展企业办理参照手续

#### 4. 招展委员会（主要工作职责）

- 1) 负责招展工作
- 2) 进行展位分配
- 3) 处理展台设计，协调站台搭建

#### 5. 公关部（主要工作职责）

1) 协调本组织与社会各部门尤其是政府和新闻媒体的公关工作，  
保证循展会顺利举办

2) 联系文艺表演单位，确定相关现场活动的演出顺利进行

### （二）展会现场管理委员会

#### 1. 综合服务组（主要工作职责）

- 1) 负责来宾、专业观众的接待和引领

## 展会现场停车管理

- 3) 负责展会过程中的现金收支管理
- 4) 负责展会过程中计划临时变动的协调应对
- 5) 协助参展商和服务商办理相关手续
- 6) 对展会的所有工作进行监督和考评

## 2. 现场管理组(主要工作职责)

- 1) 展会过程中的水、电管理
- 2) 对参展商布、撤展进行监督与管理
- 3) 管理现场工作人员和设备
- 4) 应对突发状况，解决参展商的即时问题
- 5) 对场馆设备进行管理与维护

· 安保组（主要工作职责）

- 1) 制定现场安全保护工作方案
- 2) 维护现场秩序，避免意外事件发生
- 3) 管理现场人员，避免偷窃等违法事件的发生

## 六、招商计划

### （一）目标观众分析

地域：全球范围

对象：海外院校/教育机构、中外合作办学院校、语言学历培训机构、留学配套服务机构

### （二）观众邀请函的派送

通过传真、电子邮件、网站、邮寄、请柬、拜访等方式向目标观众、国内各大院校及国内教育机构。

### 三) 招商活动规划

1. 邀请国内权威教育会参观

2. 向参展商发送展会请柬、门票等 请参展商邀请本企业的客户到会洽谈、参观

3. 会展前举办多次宣传活动 进行多方面的展会推广宣传推广计划

## 七、招展计划

### (一) 制定展位价格

1. 标准展位 23000 人民币/展位

展位包括

- 中英文楣板

- 铝合金框架

白色保利板封闭面(2.5米高)

- 0.5米宽侧板

- 一个 220V/5A 的电源插座 两盏日光灯

- 两张咨询桌(1.8米\*0.45米)

- 四把折椅

- 一个废纸篓

- 地面铺设地毯

2. 光地展位 2800 人民币/展位

参展商需直接与展览会指定装修代理公司联系，以落实展台的设计、装修、布展和展具的安排等，并自行承担展台搭建费、场地管理费及电费等。

3. 特装展价格请具体咨询招展服务部

## （二）招展函的编制与发送：招展函（略）

将招展函电子邮件、邮件等方式发送到各个国家和区具有参展资格的院校机构手中，并拨打电话提醒。

## （三）展位营销

1. 产品策略：按参展国家划分展位，合理安排展位，突出展会的核心价值，以吸引海外院校和教育机构参展。

2. 促销策略：电话促销——邀请海外院校和机构参展；公共关系促销——与各个国家使馆和国际教育交流协会进行洽谈；开新闻发布会。

3. 渠道促销——申请国家 \_\_ 批准与支持，由中国国际教育交流协会委托各国国际教育交流协会代理，加强与教育机构的合作。

4. 价格促销——不同展位类型，不同价格。

数量折扣：展位面积 30 到 80 平米折扣 5%

展位面积超过 80 平米折扣 10%

## 八、筹备进度

(一) 会展预备阶段的文案（展会立项策划书、展会项目立项可行性研究报告、参展说明书、展会招展方案、展会招展函、招展进度计划、观众邀请函、

参展合同、展出工作方案、展会费用预算表、展会宣传推广计划、广告文案等。）

(二) 展会立项策划（设计出展览会的基本框架，提出计划举办的展览会的初步规划内容，主要包括：展会名称和地点、办展机构、展品范围、办展时间、展会规模、展会定位、招展计划、宣传推广和招商计划、展会进度计划、现场管理计划、相关活动计划等。）

## 九、展会现场管理计划

### (一) 展会现场管理计划展会现场布置

在举办开幕仪式之前，将开幕现场布置好。

### (二) 媒体的接待和管理

展会开幕前，与有关媒体取得联系，邀请媒体记者对展会开幕现场和展览现场进行采访和新闻报道做准备。

### （三）展会设备设施管理

1. 设备管理，保养、修理、更新等。
2. 环境管理，养护、保洁、绿化等。

### （四）展会现场的安全管理

1. 制定安全应急策略，按照制定的应急策略。
2. 防止危险品进入展场。
3. 安全责任实行问责制。

### （五）展会现场的其他服务

### （六）撤展计划

1. 展位的拆除。

2. 参展商租用展具的退还。
3. 参展商展品的处理和回运。
4. 展品出馆控制。
5. 展场的清洁。
6. 撤展安全保卫。

#### 十、展会期间举办相关活动

在展会举办期间，为丰富展会内容，扩大展会声势，吸引广大参与者 除进行参观、交流等活动外，还会一系列的配套活动，以促进海外院校进行自我展示。如：1. 留学教育专家座谈会。

2. 留学生代表交流会。
3. 归国留学生职业招聘会。
4. 归国留学生的联欢汇演。

## 十一、展会结算计划

对展会整体费用进行统计结算，包括人工费用、材料使用费用、预支成本和其他费用。

## 展会立项策划书 前言

枣庄汽车后市场产业可理解为遍地小而广，缺少大而精。遍布城乡大街小巷，没有形成较大的综合性产业区和专业市场。买卖全国，年交易量超十万的二手车，维修、保养等一系列服务，均在枣庄完成。当地所需产品大多依赖济南、临沂代理商供给，相关行业利润并不高。“造车鼻祖、奚仲故里”；中国新兴赛车之城，每年全国汽摩越野赛、拉力赛、卡车大赛等；杨峪国际赛车场不断吸引着周边及苏鲁豫皖各地汽摩运动爱好者的到来；交易量排名第一的“中国二手车交易示范基地”；加上国家对于改装车辆政策的放开。这一系列都为枣庄汽车改装行业发展奠定了坚实的基础。

### 一、办展市场环境分析

#### 1、改装方面

xx 年 8 月 11 日，央视 CCTV 13 频道的《新闻直播间》栏目播出了一段关于“改装车 10 月将有合法身份”的新闻。其着重说明了，汽车制造商推出的经过厂家检验合格的个性化定制改装车，车主在上牌照时无需在提供额外的改装证明直接可以上牌。

新闻内容还指出，在 10 月份的《新机动车等级规定》中，对改装车限定有所松动，车身和车架的改装均可在改装之后再行登记。改装变更手续也简单多了，机动车所有人在改装 10 日内到车辆管理所申请变更登记即可。不过，新闻内容没有说明具体内容，但这无疑是改装行业的利好消息。

## 2、汽车后市场方面

随着中国汽车市场的日趋成熟，“售后服务”越来越被企业重视。

中国售后服务发展速度并没有与市场的快速成长相匹配，反而在一定

程度上制约了中国汽车行业的发展，削弱了中国汽车的竞争力。

在“微

增长”时代下服务显得十分重要，不应只看到产销，更应重视汽车后

市场。

我国汽车后市场发展空间巨大，有业内人士曾以“3000 亿元市

场规模、40%利润率”来概括未来几年的中国汽车售后服务市场。

一

辆新车购买两三年后，车辆保养将成为车主的主要消费。另外随着私

家车主年轻化，他们对车辆的个性需求越来越多，对汽车内饰从材质

到样式的要求也越来越高，这是未来汽车后市场发展的一个巨大商

机。另外，目前的汽车租赁、二手车交易、汽车用品、车载信息、汽

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/927015116014006122>