

最新策划书的写作要求不包括 策划书的写作技巧(汇总13篇)

运动会是让学生们了解体育运动的规则和精神的重要途径。如何设计一份有创意的运动会宣传材料，引起大家的关注和兴趣？在这个运动的季节，让我们一起奔跑、挥汗、尽情释放激情！以下是一些富有创意的运动会宣传语，希望能够为大家带来乐趣和动力。

策划书的写作要求不包括篇一

选择继续支持a的原因有很多，可能因为前面基调已定无法修改，亦可能所有论点比较一下，没有任何一方有压倒性优势，支持a支持b都会遇到上述问题，即直接可用的论点不足。亦可能是作者主观上就是想支持a即便例子一下想不全。

其解决方案无非有二。其一是开阔托福考生思路。确保他们能想到足够多的分论点以供使用。这点可以通过万能理由，破题方法，段落展开等等手段来达到。但我们仍需要从其它角度再提供备选方案。方案二就是，如何变废为宝，如何黑白颠倒。换言之，批评你可否不说你的缺点，而改为抨击你的优点？支持我是否可以不说我的优点，而转为反驳我的劣势？这样理论上，无论你想到的论点是a+,a-,b+,b-,我们都可以用它们来支持任意一个观点。这个原则我叫做好坏正反说，或者叫有利原则，即一切评价取决于评价者所站立场。

例如托福课上的一个例子是比较小说和电影，你更喜欢哪个。直接思维的结果是，我觉得小说有好处是比较方便，有一本书哪里都可以看。电影的优点是在家里看比较舒服，而且特效丰富比较精彩直观。传统上，我只能写支持电影，中间写两段。但如果我偏偏喜欢小说。或者写了一段小说方便后才发现没得写了。这个时候如何保住作文分数？甚至写出一篇

好的托福文章？颠倒黑白即可。例如，有人说看电影舒服，可是那有啥好的？往家里一坐也不动缓，垃圾食品吃着，碳酸饮料喝着。不健康非常不好。另外有人说特效丰富好。好啥好？一点想象空间都没有了，我就不喜欢那个女演员为什么让她来演小说里面的女一号？毁了我所有期望。我就觉得地下精灵世界是那样的，为啥你拍出来这么不靠谱？你这不是强加给我我不喜欢的东西么？没想象力的人才喜欢看电影。如法炮制，我们最终发现，相当论点是啥完全没关系，我们可以把它们变化一下，用来支持任何我们想支持的观点。

策划书的写作要求不包括篇二

28、想像使情感丰满，并使你进入到一个真正的情感世界；

29、所谓创作的冲动，是指你的情感酝酿已久，到了不得不发和出口成章的地步；

30、好文章，是情感的产物。

字里行间，应该有泪在飞；

31、阅读图书和观看戏剧，可使你的情感世界得以丰实；

34、真挚的情感使人感动，夸张的情感令人不适；

35、让语言浸濡情感的泉水，叫词句表达你内心的涌动；

策划书的写作要求不包括篇三

一、小型活动的定义及其作用

小型个体活动是指时间跨度小，内容、形式单一的活动，它直接作用于协会内部成员，虽然活动气势不大，“影响”较小，但效果不可低估。小活动可以小中见大，通过它可以充

分挖掘协会潜力，发现人才、利用人才。

二、小型活动的策划

(一)确定活动目的。协会小活动一般目的均在于提高协会成员的素质，使他们都能“有所得”；通过活动能增强协会的凝聚力，促进协会内部建设的发展。只有正确给活动定位，才可能策划出高质量的活动。

(二)精心策划。无论什么活动，都应事先拟定一个切实可行的规划。在一个活动具体实施之前，必须通盘考虑，精心筹划好每个步骤，每道程序，然后才能按部就班，有条不紊地展开，去实现期望中预定目标。

(三)要做充分准备。要使活动圆满成功，就必须得有充分准备来保障，按岗位责任制的要求，投入人力、物力、精力和时间，考虑周全，计划周到，组织周密。

三、操作实施过程应注意的问题

1、小活动虽小，但“五脏俱全”，小活动是大活动的缩影。他同样需要我们周密策划，认真对待，因为活动不管大小谁也不愿意办砸。

2、小活动的创意需要集思广益，发挥集体的智慧，共同研究讨论，只有这样依据协会成员的要求才可能策划出形式多样、丰富多彩、新颖高效的活动。

3、小活动的形式、内容难度不易太大，必须控制在协会人员能力、精力、时间和社团可承担经费范围之内。

4、不可过于频繁的举办小活动，因为过频的举办活动，一方面质量得不到保证，另一方面协会的举办活动势必会影响协会成员作其他事情，比如学习、交友、周末回家，这样久而

久之因举办活动耽误他们太多的时间，也会“忍痛割爱”，这正所谓过犹不及。

如何策划大型活动

一、大型活动的定义

大型活动是一项有目的、有计划、有步骤地组织众多人参与的社会协调活动。这一定义要把握三个重要概念：

第一、大型活动要有鲜明的目的性。大型活动往往耗费很多资源，包括人力、物力、，这是大型活动的目标。没有目的而耗费资金做活动是不可能的，目的不鲜明也是不值得的。

第二、要有计划性。凡事都应有计划，大型活动更不例外，而且更要求有周密的计划。

第三、众多人参与是大型活动重要的概念。既然是大型活动，就应该有众多的人参与，但并不是参与人数多就是大型活动。大型活动和小型活动的根本区别不仅在于参与人的数量，而且还在于活动的质量的高低和影响力的大小，对于校园活动来说要看其是否能真正意义上打造社团精品并促进校园文化建设。

二、大型活动的策划

从程序上说，大型活动策划和实施，一般要经过以下几步：

第一、立项。就是要把活动作为一个项目确定下来，这个活动要不要做？为什么做？一定要很清晰。

第二、进行调查和可行性研究。可行性研究，是一个十分重要的工作步骤。研究范围包括大型活动的校园适应性，包括校园环境和活动范围的适应性。财力适应性、效益的可行性。

从效益的角度考虑，做这样的活动是否有利于我们宣传方面节省费用？如户外活动要考虑天气的情况，野外活动考虑更多的是安全设施问题，等等这些都是我们要进行可行性研究的范畴。

第三、提炼主题，进行创意。

第四、方案论证。

1、成立活动筹备组，召开筹备会议。由筹备组成员共同协商对本次活动进行宏观总策划，最终将活动涉及到的工作分成诸如宣传、外联、物品筹备、节目等几大部分，并将每一项工作选出负责人，同时选出本次活动的总负责人。

2、根据筹备会议精神，认真制定活动计划书，将其作为工作的指南，一切行动原则上必须按照活动计划书进行，同时将活动程序表、活动日程安排表等关于活动的基本资料打印装订成册，保证个负责人人手一份，这样有利于活动的有序进行。

4、最后的一点是总结提高。对社团活动而言，要不断总结、反思，做到既有一定的模式，又有突破和创新，而非一直在一个套路中打转。不开动脑筋，不去创造一些学生喜闻乐见的新活动，社团活动就会缺乏吸引、缺乏新意。要使社团充满活力，一定要解放思想，在实践中摸索，与时俱进，开拓创新。这样的社团才会永葆生机，活动才能凝聚人心，汇聚人气，社团之路才会越走越宽广。

三、操作实施过程应注意的问题

1、进行必要的现场模拟。从经验看，我们应该非常重视计划方案的现场模拟。我们看到一些协会的活动，都存在这样的问题：计划很好，但是由于缺少演练或彩排，在操作过程中出现很多问题，违背了原创精神或者没有达到原创水平。所

以，在原则方案确定以后，还要进一步进行现场模拟。

2、实施操作程序的管理。程序化管理是一种科学的管理意识，只有程序化实施，才能有标准化、科学化管理，因而实施设计，重要的是设计出操作的规范程序，这在活动中其实就是对细节的把握和处理。

3、方案培训。在大型活动里，为了保证活动参与人员的素质，进行培训显得尤为重要，这样不但保证了活动的质量，而且会极大地调动活动参与人员的积极性，使其感觉到参加活动的意义在于学习和自身素质的提高而不是最终的输赢，更重要的是维护了社团的声誉和影响力。比如音乐爱好者协会、舞蹈协会、风行吉他社、演讲与辩论协会、各球类协会在举办活动的时候都可以进行培训，同时培训还有一层意思是是对活动工作人员培训，假如参与的工作人员不了解全局的策划意图，他们就不能为大型活动策划实施提供建设性的劳动，因而需要对工作人员进行方案培训，只有知情才能出力，这些往往以讲座、专门辅导、召开会议等进行，既简便又高效。

四、策划的技巧

在策划方面讲两个技巧性的问题，一个是策划的“眼”，这个“眼”的概念是我从文章的“文眼”，或者唱歌的“歌眼”引申出来的。大型活动策划需要创造这样一个非常精彩的地方，像一个文眼，歌眼，我们的.活动之眼，这时候往往是我们创意大型活动过程中应该重点考虑的问题，要有高潮，要有精彩的地方，要把这个活动表达的更有传播性，关键看这个高潮是不是设计的好?如果一个活动创意的核心在哪里?这应该是关键。

五、大型活动策划案例

社团十周年庆典

十载风雨，十载收获，社团的十年是不同寻常的十年，十年意味着所有社团人不懈的努力、无悔的追求和顽强的拼搏。为了见证社团十年的发展，我们把社团十周年庆典的相关活动作为工作的重点和核心。

为了筹备好本次庆典，在学期之初常委会成员马上成立了筹备组，对本次庆典进行了宏观规划，同时将工作分为活动组、公关组、宣传组、日常管理组，并一致通过由张志鹏主席带领公关部、秘书部负责公关组 and 日常管理组的工作；由肖英杰副主席带领活动策划部负责活动组的工作；由彭涛副主席带领宣传部进行宣传组的工作。

经过筹备会议的召开，活动策划部马上依据会议精神制定出活动计划书，并对各协会上报的协会系列活动进行审核和指导同时也展开了庆典晚会节目征集工作；公关部独立召开了全体公关人员会议，对本次庆典所需经费进行了合理分析并进行了对我校周边商家基本情况的分析，同时交流了拉赞助的方法及措施，他们在选定商家后便及时开始了经费筹集工作。

宣传部展开了庆典的相关宣传活动，他们为各协会的活动进行及时的宣传并积极的筹备社团宣传手册；秘书部在作好庆典的相关工作的同时，主要负责社团的日常考核和管理。就这样一切工作进入了正常轨道。

在各项工作有序开展的过程中，我们更注重的是相互协作的团队精神培养。社团四大职能部门于每周三汇报工作进展情况，并及时总结分析近期工作开展情况。公关部在成功取得商家赞助意愿时，其他三大部协助公关部共同与商家进行谈判并签订合作意向书；由于庆典期间各协会活动较多，活动策划部不能对每一项活动进行协助和考核，因而其他三部门也积极配合活动策划部的工作，帮助各协会活动开展活动。在庆典晚会的当天公关部、宣传部负责嘉宾及领导的接待；秘书部负责社团成员的入场、落座，荧光棒发放等工作；活动策划部负责演员的化妆及舞台的布置。

社团十年庆典取得了圆满的成功，我们的工作始终能有条不紊地开展，首先源于严密、细致、合理的工作计划，再就是各部门及各协会人员对工作的认真负责，实干+精干+巧干的结果，同时我们得到的深刻启示是大型活动的程序繁琐复杂，因而明确分工、各司其职、及时协调、相互合作是我们必须坚持的原则和工作的方法。

策划书的写作要求不包括篇四

1、条理一定要清楚，分类要合理，一般包括以下几部分：

活动目的、可行性分析、活动内容(这个最重要)、分工(含工作推进)、预算

2、活动内容这一块应包含以下几个方面的内容：

宣传(包含宣传形式以及宣传日程)

报名(又叫参赛方式，含报名时间、报名方式、参赛要求等等)

活动形式(这才是真正意义上的活动内容，包括活动分为哪几个环节，每个环节都是些什么内容，如果是体育类比赛就应包含赛程赛制规则等等。)

活动流程(这个应从两方面写，一是大流程，即整个活动期间各个环节应该干的事，什么时候宣传，什么时候都是哪个阶段的比赛等等；二是小流程，即正式比赛或活动当天的流程，严格来讲这一部分的流程不应出现工作人员要干的事情，而只出现活动相关的内容，类似于晚会节目单，只出现观众和比赛人员应知道的. 流程。一般情况给外人看的策划只出现小流程)

评奖(含奖项设置、评奖办法、平分细则等等), 注意事项(具

体活动具体分析)

- 3、分工要按照“工种”给工作人员分类，同时著名各项工作完成时限(这一块一定要细，要责任到人)
- 4、预算要合理(实地考察)、有周转空间、同时应学会“该花的不能吝啬，该省的一定要省”
- 5、如果是要拉赞助的活动一定要单独做赞助邀请
- 6、策划的语言一定要精炼、书面化，不能罗嗦或是出现大白话
- 7、策划要讲求格式统一，该空行的地方统一空行，包括行间距、字体大小、缩进度都得保持一样，这样才清楚整齐。

注意事项

- 2、如有附件可以附于策划书后面，也可单独装订；
- 3、策划书需从纸张的长边装订；
- 4、一个大策划书，可以有若干子策划书。

组织募书活动的策划书

志愿服务是一项高尚的事业。志愿者所体现和倡导的“奉献、友爱、互助、进步”的精神，是中华民族助人为乐、扶贫济困的传统美德和雷锋精神的继承、创新和发展[]xx大学xx工程学院青年志愿者协会准备在20xx年国际志愿者日到来之际与海外中国教育基金会合作组织一次为贫困地区的中小學生捐助图书的活动。

一、活动背景：

宣传志愿者在社会和经济发展中的作用。每年的这一天，世界各国都开展庆祝活动，以推动志愿者服务活动的开展。

二、活动目的：

弘扬志愿者精神，为贫困地区的中小学生的教育事业贡献一份力量。

三、活动简介：

院青协计划于xx年x月x日左右举行一次大型的宣传活 动，并借助此次宣传将募书活动持久开展下去（考虑到同学们手中适合中小 学生阅读的书籍较少，我们计划将第一阶段的活 动延续至下学期，以保证同学们能利用放假回家的机会带来一些合适的书 籍。预计第一阶段活动将持续到20xx年3月）。如果各方面条件成熟，可 以考虑将此项募书活动作为xx工程学院青协的传统逐届开展下去。

四、活动地点及负责人：

宣传活动地点：校本部饮食文化中心前□xx大学南校区食堂前

校本部负责人□xxx南校区负责人□xx

五、活动步骤：

1. 活动申请；

2. 设计宣传板ocef组织有特制的宣传板报，可供直接使用；

3. 设计及复印海报和宣传单可参考ocef组织的特制海报和宣传单；

6. 制作书籍募集明细表供集书负责人登记捐书者个人以及所

捐书籍的详细。

策划书的写作要求不包括篇五

第一部分 会展预备阶段的文案

第一节 会展预备阶段的文案简介

一、会展预备阶段的文案的概念：

会展预备阶段的文案是指一次会展从确定展览题材、收集信息、进行展览项目立项策划一直到会展正式开幕前的预先准备阶段涉及到的所有文本文案。

二、会展预备阶段的文案种类：

一般来说，会展预备阶段的文案包括展会立项策划书、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。

第二节 会展预备阶段的文案写作

一、《展会立项策划书》的写作

（一）《展会立项策划书》的概念：

所谓展会立项策划，就是根据掌握的各种信息，对即将举办的展览会的有关事宜进行初步规划，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。

《展会立项策划书》是为策划举办一个新展会而提出的一套办展规划、策略和方法，它是对以上各项内容的归纳和总结。

（二）展会立项策划书的内容结构：

一般地，《展会立项策划书》主要包括以下内容：

- 1、办展市场环境分析：包括对展会展览题材所在产业和市场的情况分析，对国家有关法律、政策的分析，对相关展会的情况的分析，对展会举办地市场的分析等。
- 2、提出展会的基本框架：包括展会的名称和举办地点、办展机构的组成、展品范围、办展时间、办展频率、展会规模和展会定位等。
- 3、展会价格及初步预算方案。
- 4、展会工作人员分工计划。
- 5、展会招展计划
- 6、展会招商计划。
- 7、展会宣传推广计划。
- 8、展会筹备进度计划。
- 9、展会服务商安排计划。
- 10、展会开幕和现场管理计划。
- 11、展会期间举办的相关活动计划。
- 12、展会结算计划。

（三）展会立项策划书的写作要求：

1. 展会名称

展览会的名称一般包括三个方面的内容：基本部分、限定部分和行业标识。如“第93届中国出口商品交易会”，如果按上述三个内容对号入座，则基本部分是“交易会”，限定部分是“中国”和“第93届”，行业标识是“出口商品”。下面分别对这三个内容作一些说明：

- 基本部分：用来表明展览会的性质和特征，常用词有：展览会、博览会、展销会、交易会和“节”等。

- 限定部分：用来说明展会举办的时间、地点和展会的性质。

展会举办时间的表示办法有三种：一是用“届”来表示。二是用“年”来表示，三是用“季”来表示。如第三届大连国际服装节、2003年广州博览会、法兰克福春季消费品展览会等。在这三种表达办法里，用“届”来去示最常见，它强调展会举办的连续性。那些刚举办的展会一般用“年”来表示。

展会举办的地点在展会的名称里也要有所体现，如第三届大连国际服装节中的“大连”。

展会名称里体现展会性质的词主要有“国际”、“世界”、“全国”、“地区”等。如第三届大连国际服装节中的“国际”表明本展会是一个国际展。

- 行业标识：用来表明展览题材和展品范围。如第三届大连国际服装节中的“服装”表明本展会是服装产业的展会。行业标识通常是一个产业的名称，或者是一个产业中的某一个产品大类。

2、展会地点

策划选择展会的举办地点，包括两个方面的内容：一是展会在什么地方举办，二是展会在哪个展馆举办。

策划选择展会在什么地方举办，就是要确定展会在哪个国家、哪个省或者是哪个城市里举办。

策划选择展会在哪个展馆举办，就是要选择展会举办的具体地点。具体选择在哪个展馆举办展会，要结合展会的展览题材和展会定位而定。另外，在具体选择展馆时，还要综合考虑使用该展馆的成本的大小如何、展期安排是否符合自己的要求以及展馆本身的设施和服务如何等因素。

3、办展机构

办展机构是指负责展会的组织、策划、招展和招商等事宜的有关单位。办展机构可以是企业、行业协会、政府部门和新闻媒体等。

根据各单位在举办展览会中的不同作用，一个展览会的办展机构一般有以下几种：主办单位、承办单位、协办单位、支持单位等。

主办单位：拥有展会并对展会承担主要法律责任的办展单位。主办单位在法律上拥有展会的所有权。

承办单位：直接负责展会的策划、组织、操作与管理，并对展会承担主要财务责任的办展单位。

协办单位：协助主办或承办单位负责展会的策划、组织、操作与管理，部分地承担展会的招展、招商和宣传推广工作的办展单位。

支持单位：对展会主办或承办单位的展会策划、组织、操作与管理，或者是招展、招商和宣传推广等工作起支持作用的

办展单位。

4、办展时间

办展时间是指展会计划在什么时候举办。办展时间有三个方面的含义：一是指举办展的具体开展日期。二是指展会的筹展和撤展日期。三是指展会对观众开放的日期。

展览时间的长短没有一个统一的标准，要视不同的展会具体而定。有些展会的展览时间可以很长，如“世博会”的展期长达几个月甚至半年；但对于占展会绝大多数的专业贸易展来说，展期一般是3-5天为宜。

5、展品范围

展会的展品范围要根据展会的定位、办展机构的优劣势和其他多种因素来确

定。

根据展会的定位，展品范围可以包括一个或者是几个产业，或者是一个产业中的一个或几个产品大类，例如，“博览会”和“交易会”的展品范围就很广，如“广交会”的展品范围就超过10万种，几乎是无所不包；而德国“法兰克福国际汽车展览会”的展品范围涉及到的产业就很少，就只有汽车产业一个。

6、办展频率

办展频率是指展会是一年举办几次还是几年举办一次，或者是不定期举行。从目前展览业的实际情况看，一年举办一次的展会最多，约占全部展会数量的80%，一年举办两次和两年举办一次的展会也不少，不定期举办的展会已经是越来越少了。

办展频率的确定受展览题材所在产业的特征的制约。我们知道，几乎每个产业的产品都有一个生命周期，产品的生命周期对展会的办展频率有重大影响。产品的投入期和成长期是企业参展的黄金时期，展会的办展频率要牢牢抓住这两个时期。

7、展会规模

展会规模包括三个方面的含义：一是展会的展览面积是多少，二是参展单位的数量是多少，三是参观展会的观众有多少。在策划举办一个展会时，对这三个方面都要作出预测和规划。

在规划展会规模时，要充分考虑产业的特征。展会规模的大小还会受到会观众数量和质量的限制。

8、展会定位

通俗地讲，展会定位就是要清晰地告诉参展企业和观众本展会“是什么”和“有什么”，具体地说，展会定位就是办展机构根据自身的资源条件和市场竞争状况，通过建立和发展展会的差异化竞争优势，使自己举办的展会在参展企业和观众的心目中形成一个鲜明而独特的印象的过程。

展会定位要明确展会的目标 参展商和观众、办展目标、展会的主题等。

9. 展会价格和展会初步预算

展会价格就是为展会的展位出租制定一个合适的价格。展会展位的价格往往包括室内展场的价格和室外展场的价格，室内展场的价格又分为空地价格和标准层位的价格。

在制定展会的价格时，一般遵循“优地优价”的原则，即那些便于展示和观众流量大的展位的价格往往要高一些。展会

初步预算是对举办展会所需要的各种费用和举办展会预期以获得的收入进行的初步预算。

在策划举办展会时，要根据市场情况给展会确定一个合适的价格，这样对吸引目标 参展商参加展会十分重要。

10、人员分工、招展招商和宣传推广计划

人员分工计划、招展计划、招商和宣传推广计划是展会的具体实施计划，这四个计划在具体实施时会互相影响。

人员分工计划是对展会工作人员的工作进行统筹安排。

招展计划主要是为招揽企业参展而制定的各种策略、措施和办法。

招商计划主要是为招揽观众参观展会而制定的各种策略、措施和办法。

宣传推广计划则是为建立展会品牌和树立展会形象，并同时为展会的招展和招商服务的。

11、展会进度计划、现场管理计划和相关活动计划

展会进度计划是在时间上对展会的招展、招商、宣传推广和展位划分等工作进行的统筹安排。它明确在展会的筹办过程中，到什么阶段就应该完成哪些工作，直到展会成功举办。展会进度计划安排得好，展会筹备的各项准备工作就能有条不紊地进行。

现场管理计划是展会开幕后对展会现场进行有效管理的各种计划安排，它一般包括展会开幕计划、展会展场管理计划、观众登记计划和撤展计划等。现场管理计划安排得好，展会现场将井然有序，展会秩序良好。

展会相关活动计划是对准备在展会期间同期举办的各种相关活动作出的计划安排。与展会同期举办的相关活动最常见的有技术交流会、研讨会和各种表演等，它们是展会的有益补充。

二、《展会项目立项可行性研究报告》的写作

（一）《展会项目立项可行性研究报告》的概念

完成了《展会立项策划书》，并不意味着该立项的展会就可以举办了。项目立项只是对举办什么题材的展会和如何举办该展会提出了一个初步的意见，制定了一套初步的方案，至于该展会是否真的可以举办和该方案是否真的可行，还需要对该展会项目及方案进行可行性分析。可行性分析的结论及其他必须考虑的因素，才是决定最后是否可以举办该展会的最终依据。

《展会项目立项可行性研究报告》就是在对展会立项进行可行性分析的基础上完成的研究报告。展会立项可行性分析是展会项目立项策划的继续。展会项目立项策划主要是在掌握各种信息的基础上，初步提出计划举办的展会“是什么样的”；展会立项可行性分析则是在仔细研究各种信息的基础上，深入分析举办展会立项策划提出的“那样的展会”是否可行，为最后是否举办该展会提供科学的决策依据。

如果展会立项策划通过可行性分析，证明计划举办展会的市场条件具备，项目具有生命力，各种执行方案策划合理，项目在经济上可行，风险较小且有一定的社会效益，就可以通过该展会立项策划，决策举办该展会了。

（二）《展会项目立项可行性研究报告》的内容结构

《展会项目立项可行性研究报告》要对展会立项是可行还是不可行作出系统的评估和说明，并为最终完善该展会项目立

项策划的各具体执行方案提供改进依据和建议。因此，《展会项目立项可行性研究报告》主要包括以下几项内容：

1、市场环境分析

（1）宏观市场环境：包括人口环境、经济环境、技术环境、政治法律环境、社会文化环境等。

（2）微观市场环境：包括办展机构内部环境、目标客户、竞争者、营销中介、服务商、社会公众等。

（3）市场环境评价□swot分析法，即内部优势、内部劣势、外部机会、外部威胁分析。

2、展会项目生命力分析

（1）项目发展空间：即分析举办该展会所依托的产业空间、市场空间、地域空间、政策空间等是否具备。

（2）项目竞争力：包括展会定位的号召力、办展机构的品牌影响力、参展商和观众的构成、展会价格、展会服务等。

（3）办展机构优劣势分析

3、展会执行方案分析

1) 对计划举办的展会的基本框架进行评估，具体包括：

(1) 展会名称和展会的展品范围、展会定位之间是否有冲突。

(2) 办展时间、办展频率是否符合展品范围所在产业的特征。

(3) 展会的举办地点是否适合举办该展品范围所在产业的展会。

(4) 在展会展品范围所在产业里能否举办如此规模和定位的展

会。

(5)展会的办展机构在计划的办展时间内能否举办如此规模和定位的展会。

(6)办展机构对展会展品范围所在的产业是否熟悉。

(7)展会定位与展会规模之间是否有冲突。

2) 招展招商和宣传推广计划评估

(1) 招展计划评估

(2) 招商计划评估

(3) 宣传推广计划评估

3、展会项目财务分析

(1) 价格定位

(2) 成本预测

举办一个展会的成本费用一般包括：

1)展览场地费用。即租用展览场馆以及由此而产生的各种费用。这些费用包括：展览场地租金、展馆空调费、层位特装费、标准层位搭建费、展馆地毯及铺设地毯的费用、展位搭装加班费等。

2)展会宣传推广费。包括广告宣传费、展会资料设计和印刷费、资料邮寄费、新闻发布会的费用等。

3)招展和招商的费用。

4) 相关活动的费用。包括技术交流会、研讨会展会开幕式、嘉宾接待、酒会、展会现场布置、礼品、请展会临时工作人员的费用等。

5) 办公费用和人员费用。

6) 税收

7) 其他不可预测的费用

(3) 收入预测

举办一个展会的收入一般包括：

1) 展位费收入

2) 门票收入

3) 广告和企业赞助收入

4) 其他相关收入

(4) 盈亏平衡分析

(5) 现金流量分析

1) 净现值分析

2) 净现值率分析

3) 获利指数

4) 内部收益率

5、风险预测

(1) 市场风险

(2) 经营风险

(3) 财务风险

(4) 合作风险

6、存在的问题

包括通过以上可行性分析发现的展会项目立项存在的各种问题、研究人员在可行性分析以外发现的可能对展会产生影响的其他问题等。

7、改进建议

针对上述问题，提出对展会项目立项策划的改进建议，指出要成功举办该展会应该努力的方向等。

8、努力的方向

策划书的写作要求不包括篇六

广告-企业策划人员

销售管理-销售经理

从业六年多，自己经历了不同的工作岗位，也积累了更多的人生阅历；但不论何时何处，都能踏实、敬业、勤勉的工作，不断地给自己设定目标并努力去实现个人的价值人生。

.9月至.7月， 重庆大学；本科， 经济学与工商管理

时间：.3.22——5.18

2、1月一年底 在杭州学校担任美术教育，美术教师一职。

主要承接全案工作，从初期市场调研，到设计方案提案，再到年度设计推广且执行等一系列项目类工作。

细数过去几载，自己经历了不同的`工作岗位，但不论何时何处，都能踏实、敬业、勤勉的工作，不断地给自己设定目标并努力去实现。

从业六年多，自己经历了不同的工作岗位，也积累了更多的人生阅历；但不论何时何处，都能踏实、敬业、勤勉的工作，不断地给自己设定目标并努力去实现个人的价值人生。

策划书的写作要求不包括篇七

社团联合会学工部苏欣缘学社

xx年5月14日

有一种享受是阅读，有一种美丽是静谧，有一种境界是诗意地栖居。喜欢在“人散后，一钩残月天如洗”的静夜，沏一盏清茶，点一盏心灯，伴一窗幽竹，持卷低吟。在书香的氤氲中，一洗尘心。“书卷多情似故人，晨昏忧乐每相亲。眼前直下三千字，胸次全无一点尘。”对于我们大学生来说，读书不仅可以拓展我们的知识面，更是属于一种修身怡性的个人行为。在文学社中，我们学会了把阅读当成一种生活习惯，让自己能在阅读中获一份特殊的至情至爱，有时甚至可以读得出书中故人的心境。现在，让我们大家一起走进苏欣缘，走进文学的世界！

本活动旨在传播优秀的校园文化，一路走来，我们一直在感悟着文学对我们的熏陶，一些出色的诗、词，也不乏在我们的成长的足迹中留下不可抹去的记忆。随着青涩的岁月在我们的生活中不断淡淡的退出，我们的感情也在慢慢的淡化。

那曾经的幼小的心灵也不再容易的触动。且让我们保持内心的触动，感发于生活多读优秀的文章，书籍，在文学的海洋中翱翔。

参与“我是文曲星”活动，不断的提高自身的素质与内涵，做一个兼内外优异的当代学生，为促进校园社团建设做出自己的贡献。

- 1、丰富校园社团文化
- 2、促进各社员之间的交流与合作
- 3、增进社员之间的感情、加强彼此的交流与合作
- 4、为有才华的学生提供展示自我的舞台
- 5、促进优秀的文学流行校园，使校园内氛围和谐，积极向上。

心灵的触动文学的灵魂

放飞青春的梦想，打造苏工院文学

苏州工业职业技术学院c楼305教室

（一）、总负责：刘项

负责人：苏缘欣学社各部部长

（二）、参加人员：全院有意参赛人员

（三）、工作人员：苏欣缘学社全体社员

此次活动由社长刘项担任总指导，张波波负责监督每次活动的完成质量，各部门的部长具体指挥，监察部负责赛场秩序，具体操作方法于下周三社团例会再安排事项。

（一）、活动前期工作

小组人员分工

每小组人员4人，共分成四组，其中1人，负责找不同题材的文章，1人收集并整理，其余人负责在这其中选出优秀的作品，并分类好。

准备物资

碳黑笔一支

8张16k的纸

(具体物资看赛场需要临时安排)

（二）、活动中各部门的分工

组织部：负责人员调动，活动后资料整理

外联部：负责人员与其他社团之间的流动

宣传部：负责本次活动中宣传报名活动，出海报

记者部：负责活动中，对其他学生的采访，意见反馈

策划部：商议本次活动的流程以及活动策划书

后勤部：负责本次活动中所需的各种物资

（三）活动流程

原创诗歌比赛

文学朗诵比赛

谜语问答比赛

（四）活动后期工作

后勤部：清理活动现场

组织部、宣传部：将活动资料进行整理，照片的筛选

一等奖：授“文曲星”头衔并评为苏工院最佳写手、精品书一套、苏欣缘文学社期刊

二等奖：授“才子”头衔、精美得利佳硬面笔记本一本、苏欣缘文学社期刊一本

三等奖：授“秀才”头衔、精美黑色签字笔一支、苏欣缘文学社期刊一本

参与奖：赠文学社期刊一本

另外凡是获奖作品，我们将统一编成文学社刊物，每人一册

- 1、各社员要意气风发，充满活力，显示当代青年人的蓬勃朝气。
- 2、院社团各部门一定要各按其职做好分内的事务。
- 3、进入场地后，各社员一定要遵守纪律，切勿大声喧哗、打闹。
- 4、各社员一定要听从指挥，切不可自作主张。
- 5、活动结束后，志愿者务必将场地清理干净。

策划书的写作要求不包括篇八

同生活中一样，在商业活动中，第一印象也非常重要。在通常情况下，你同客户的第一次接触是以文字的方式开始的——通过信件、宣传册子、销售材料或年度报告等等。下面是一些基本的写作指南，它可以帮助你提高写作技巧，让你在写作商务材料方面成为一名称职、思维清晰，而且知识渊博的行家里手。

清晰易懂，简明扼要。避免使用不纯正、不必要的词语，当然也没有必要用复杂的句子

□

不要画蛇添足。如果用一句话就够了，就不要用几句话说明。举例来说：能用“现在”就不要用“在当前这段时间里”；能用“因为”就别用“由于这个原因”等。

尽量使用简单而不是复杂的词语。如果“使用”就可以了，干吗还要用“付诸应用”呢？

语气要强而有力——它会让你倍感自信。坚决不要让下列词语出现在你所撰写的商业材料当中——“有一点儿”、“有几分”、“相当”、“非常”——这些词语会减弱你的说服力。比如，下面这种句子将会是致命的：“这是一种相当好的好产品，我非常相信你一定会喜欢它的。”

多用主动语态，少用被动语态。“他将棒球击出了左外场的围栏”当然比说“棒球被他击出了左外场的围栏”好得多。

不要撒谎或夸大其词。一旦被人发现，哪怕只是虚构一个小小的谎言，你在报告或信件中所说的每句话都将会引起他人的怀疑。

使你的文字看起来通俗易懂、活泼有趣。引用趣闻轶事，在适当的地方多用小标题、补充内容、粗体圆点标记和图形。要以一种对话式的风格去写，态度友好，但是千万不能粗心大意或使用粗俗的话语。

要想提高你的写作水平，最好的办法就是学会多修改。哪怕只有一页纸的内容，也要仔细检查，删除多余的句子或例子、被动语态的句法结构以及不必要的客套话。最重要的是，你要时刻保持头脑清醒，知道你想要表达的意思。记住：思维混乱也会导致文字混乱。在你写作的时候，找些工具书放在手边，这个方法一定会起到帮助作用，比如写作指南、词典以及其他能够指点写作的工具书都可以。

策划书的写作要求不包括篇九

性 别：女 身 高：162

婚姻状况：未婚 籍 贯：江西南昌

政治面貌：共青团员 目前所在地：

- 求职意向

期望职位：企业策划

职位类型：均可 工作地点：义乌市

工资待遇：1500-元 住房要求：面议

- 工作经验

工作经验：1年

工作经历：

- 教育背景

最高学历：大专 毕业院校：江西南昌工程学院

所学专业：电子商务 毕业时间：0-0

第一外语： 水平：普通

计算机能力：熟练 其它能力：

策划书的写作要求不包括篇十

第4阶段：写作就是生活。

一些孩子在大量读写中，在老师的帮助下会顺利走到第三阶段，甚至第四阶段；但是也有很大一批孩子无法跨越第二阶段。

传授的技巧就是针对这些部分孩子。家长完全可以在家里运用以上技巧对孩子进行有针对性的训练。

而对于那些已经走到第三、第四阶段的孩子，爸爸妈妈需要做的就是保证他们大量的阅读，鼓励他们的个性创作。

熟能生巧，经过练习，笔头熟了，素材多了，写起来必须也就得心应手了。

总之，在作文教学过程中，引导学生擦亮慧眼找材料，指导学生学会模仿、迁移，鼓励学生记日记积累，组织学生创作投稿，必然能激发学生写作兴趣，提高学生的写作能力。

学之道——善学者，事半而功倍，又从而悦之。不善学者，事倍而功半，又从而厌之。

策划书的写作要求不包括篇十一

策划名称(策划主题)：要尽可能具体地写出。比如，“培训策划书”，仅仅这样写是不够的。必须要清楚地写出“8月公司全体营销人员第一期培训策划书”。

当然，也可以把名称简单写为“公司第一期营销培训策划书”，但一定要加上副标题：“于198月以全体营销人员为对象”。

策划者姓名(小组名称、成员名称)：写明所属部门、职务、姓名。若是小组形式，就写出小组的名称、负责人、成员的姓名(包括所属部门、职务)。如果有外界人员参与的话，也应明白记载。

策划制作年月日：这是指编制完成时的日期。为方便起见，通常都以评审日或前三日为准。如果完成时间已久的话，可以写为某年某月某日编制，某月某日修正，较接近评审日期，则印象较为深刻。

策划目的以及策划内容之简要说明：要很技巧地把策划目的、要点用简短的几行写出，同时也把策划的核心构想或画龙点睛之处明确地写出。

口和理由太多的话，会影响策划的说服力和信赖性。

策划内容之详细说明：这是说明策划内容的正文部分。表现方式要简单明了，使评审的人一看一听就很容易明白。不要单单用文字表示，可适当地加入一些图表。这时尤其要考虑对方的理解力和习惯，千万不要只站在自己的立场自导自演，不亦乐乎。

策划实施时之步骤说明以及计划书(时间、人员、费用、操作等之计划表)：对策划的实施操作步骤、程序都应做成计划。

这些实施程序、时间表(从准备执行到成果之综合整理以至反省时间)等各项计划都要附在计划书里。至于费用计划、人员计划、作业计划、对外委托部分，也都要编制成计划书。

要有效果与结果的预测

策划之期待效果、预测效果：对于该策划实行之后所能期待之效果与预测可得到的效果，应尽可能依据足以信赖的根据来提出。同时，费用与效果所表示出来的效率，或对公司内外无形有形的效果等，也要说明清楚。

对本策划问题症结之想法：不论什么策划，要达到一百分是很困难的。对策划中出现的短处、问题症结不应回避，要在汇报中一一列明，并写出自己的想法。

可供参考之策划案、文献、案例等：从说服的观点来看，如果能把本公司或其它公司的成功例子，或文（编辑整理）

献上记载的成功案例拿来作为参考，合格的可能性就会增加。

如有第二、第三备择方案时，列出其概要：如果策划不止一个(其实这是更加科学的态度和作法)，在策划书也应一并说明，以起到参考意义。对此下节有详细的说明。

对策划实施应注意之点及希望事项：策划书是以实施为前提而编制的，有许多要特别注意的事项，对这些要做成备忘，并且很技巧地把它们整理出来附在策划书上。

同时准备第二方案、第三方案

当拟定策划书时，并没有硬性规定一定只能做一个策划案。对于同一个主题，同时做出两个或三个策划案也是可以的。当然，有时策划人员会过于自信，认为自己的工作完美无缺的。但从企业的实践而言，在对策划进行审查时，一定会

有种种的意见出现，所以事先准备替代方案是明智的。

套来巩固防线。总之，与其让第一案一遭否决，就使自己全军覆没，倒不如事先准备后备方案，使成功的概率大为提高。

突出重点，勿面面俱到

在策划过程中，过分贪求是要不得的。贪求无厌表示一个策划里面纳入太多的构想，变成目标过多。

对一个善于思考的人来说，就某个问题产生很多的想法是个大优点，但如果想把过多的想法都纳入策划之中，这是一个危险的陷阱。若策划书中的观点和想法太多，就未免太过于热闹，这样一来，到底哪个是策划的焦点和主体、哪一个效果是最可期待的，就变得模糊不清了。

一个优秀的策划人员一定不可贪心，他们会把构想浓缩，即使有很好的方案，只要与主题无关，就会舍得删除，留待下次再用。要记住：适当的舍弃是重要的策划技术。

策划书的写作要求不包括篇十二

1960年代出生的人，大概都在作文中写过：永做革命事业的红色接班人；

1970年代出生的人说，写作文一定要背，考试前主要任务就是背诵范文；

1980年代的孩子，则一定不会对“扶着老人过马路”、“捡了钱主动交给警察叔叔”等情节感到陌生。

“80后”冯俏蕾记得小时候写作文时，最喜欢用的就是“豆大的雨点”、“红领巾”、“黄杨木精神抖擞地站立”。她说：“我人生第一句谎言就是从写作文开始的。”

不同年代的学生都有自己独特的写作“套路”，并习惯于在作文中加入主观臆想，编作文。也许我们还未学会“比喻”、“拟人”、“排比”等修辞手法，已掌握了如何“虚构”。

大概也正因对作文本说过谎的相同经历，才让今年7月出版的两本《民国小学生作文》迅速成为热议话题，书中那些词句优美、富含真挚情感的文章，让不少人为之感动：“现在的中文系学生都未必能写出这么漂亮的文章。”

面对“民国小学生”自愧弗如

在小学语文教师于淼的班上发生过这样一个故事。

她曾给班上学生留了一篇作文，题为：一件难忘的事。待收来同学作文后，她啼笑皆非：“班里有十几位同学写的都是搀扶老人过马路，我对孩子们说，我们班一下涌现出十几个活雷锋。”

于淼笑称，其实在自己儿时，班里同学也写过同样内容的作文。

十几年过去，作文中的故事竟如出一辙，并不是因为扶老人过马路已成为一种必要的礼貌，更主要的原因是，大家知道什么是“作文的规范路线”。

如果说这些套话还只是因为小朋友语言贫乏，那么有一些就是童言无忌的“谎言”了：写妈妈辛苦必然满头白发，于是他们的妈妈30多岁就被“白发苍苍”；写老师必然鞠躬尽瘁，于是很多老师就被“带病”给他们上课。

是什么让孩子们有了这样的作文“模板”？

《民国小学生作文》的策划人符马活给中国青年报记者讲述了发生在自己孩子身上的故事。

“孩子的作业中，有一道看图作文题。图中，画了一盏灯，有个孩子伏在桌上写东西。我的孩子便这样写：天黑了，我打开灯，在写作业……老师看到便问他：‘你仔细观察了吗？灯没有开，并不是晚上。’我孩子就晕了，他疑惑，有灯为什么不能开，为什么不能是晚上？”符马活认为老师跟小孩的看法不一样时，不能把意志强加于孩子，那会抹杀孩子们的想象力，让他们唯老师是从。

用《萌芽》杂志主编赵长天的话说：许多孩子已被“调教”得甚好，他们很懂得迎合老师，就像大人会奉承领导一样。

看罢现在的`孩子的困惑，不妨再看一下民国小学生的作文水平又如何：

很难想象，这出自十几岁的孩童之手。难怪许多人在看过民国小学生的作文后会自愧弗如。

允许合理虚构，还是必须以真动人

“高考考生写作文热衷编故事，父母不死就离婚。作文阅卷老师感慨考生假悲情不能博取真同情，鼓励孩子多写真人真事。”这样一个新闻报道，促成了杭州的“真性情作文大赛”。这是一个没有题目要求、没有字数限制的特殊作文比赛，唯一要求是：要写新鲜事、真感情。于是有孩子写坐电梯遇险、有孩子写去新疆遇到泥石流……一切都是生活中的事。

负责作文大赛的工作人员胡信昌说：“我们收到的投稿数千篇，但不少作文仍存在着标准范文的痕迹。”

而一篇名为《我可以没有压岁钱，我不可以没有爸爸》的作文，虽只有区区几百字，却打动了一众评委。

“我曾经有钱，放在一格小小抽屉。最多有8571元。我从没

用过……后来爸爸妈妈总为钱吵架……一次爸爸打电话给我，说再也不回来，但会给我寄压岁钱。”文章的结尾这样写道：我不要压岁钱，也不要爸爸给我寄压岁钱。我希望，爸爸把自己寄回来。

一句一段，表达了小作者希望爸爸回家的真实心情。可见，唯以“真”才可“动人”。

小学生小小今年四年级，暑假作业中有五篇作文，没有题目限制可以随意发挥。小小为其中一篇命名为——《看那一条小河静悄悄》。这是一篇关于水的用途的文章，而“小河”就在小小家附近。

小小这样写道：“一条小鱼在水上欢快地跳跃，每一滴水都要为鱼群制造氧气。雨水落在土壤上，干裂的土瞬间变得水淋淋的。雨水落在小草上，小草那不起眼的衣服变得引人注目。”可以看出小小在用词上颇为用心，虽然不一定用得准确，却是很努力地在学习。小小得意地说：“我用了比喻哦！”

小小的母亲章碧虹觉得孩子的这篇作文写得很生动活泼。

好作文的标准究竟如何？是合理想象、感动老师为大，还是质朴纯真、真情实感最妙？赵长天认为，作家创作也会虚构，虚构和真实并不矛盾。“真”源于情感的真实，虚构也要弄假成真。而多数孩子的虚构只是为迎合老师，文章写出来自然就难看。“小学生作文的最高标准是童心童趣，因为孩子可以看到大人看不到的东西。但现在孩子却只写老师要求的话，最后来一句：这个说明了……”赵长天看到的大量作文都如此。

从“假大空”回归“真善美”

符马活在北京潘家园淘书时，偶然发现一本民国小学生的作

文书，看后深受感动，才有了策划出版《民国小学生作文》的念头。“现在许多孩子的文章写得太假了。我希望他们回到‘真善美’的年代。”他对中国青年报记者说。

孩子们该如何回归？一本作文书的推动力远远不够。

赵长天认为，语文教育方式应该有所改变：“现在的作文往往要求突出某一主题，其实没必要，我认为如果一个文学作品就是为了说明某一思想，那它可能只是三流作品。好的作品是多意的。”

此外，赵长天指出：“文字是一种工具，掌握它有一定规律和标准，不可能完全避免，但是不能因此就把教学工作变得教条、死板，这会把学生越教越傻。”他鼓励孩子们多阅读，读得多了，自然就会写了。

除了课堂学习外，家庭教育也不容小觑。章碧虹是小小的母亲，她很少指导女儿的作文，最多就是改几个错别字。“我们不能轻率地否定孩子的想法。”章碧虹说，“小孩子可以有很多想法，比如我女儿说过以后的职业理想是退休，那家长的责任就是告诉她，不工作就退休是不对的。”

“孩子的想法时效很短，比如这一刻想看电视，便忘记第二天还要交作业。家长应该加以引导，但是在孩子的作文里并不一定要思想正确，孩子大可写自己喜欢的。”不过，章碧虹也认为，在中国的教育体制下，作文是一种技巧，直接的受益者和受害者都是孩子，“大人不应该鼓励小孩子说谎，但也要教他生存与生活。”

事实上，孩子去经历和感知世界，才是写作灵感的最大源头。

杭州作家陆琪在点评学生作文时说：“学生写文章，最讨厌的是‘憋’，硬要憋出一篇自己不懂也没经历过的东西，定然粗糙不堪。但只要是经历过和观察过，无论怎么写都是下

笔如有神，有哭有笑。无他，都是发自真心。”

可是许多学生的生活似乎被本末倒置了。“现在的学生放学后还有补习班、兴趣班，等学习结束、写完作业，已经没时间阅读课外书，更没时间关注身边人、感受自然。孩子们面对作文题目无从下笔，是因为根本没有经历和感受可写。”看到孩子们大量课余时间都被课外补习占据，于淼也很无奈。

小低年级数学智能培养知识大全

决战成外特等奖学金家长自述

策划书的写作要求不包括篇十三

第一部分 会展预备阶段的文案 第一节 会展预备阶段的文案简介

一、会展预备阶段的文案的概念：会展预备阶段的文案是指一次会展从确定展览题材、收集信息、进行展览项目立项策划一直到会展正式开幕前的预先准备阶段涉及到的所有文本文案。

一、《展会立项策划书》的写作（一《展会立项策划书》的概念：所谓展会立项策划，就是根据掌握的各种信息，对即将举办的展览会的有关事宜进行初步规划，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。

《展会立项策划书》是为策划举办一个新展会而提出的一套办展规划、策略和方法，它是对以上各项内容的归纳和总结。

(二 展会立项策划书的内容结构：一般地,《展会立项策划书》主要包括以下内容：

1、办展市场环境分析:包括对展会展览题材所在产业和市场的情况分析,对 国家有关法律、政策的分析,对相关展会的情况的分析,对展会举办地市场的分析等。

2、提出展会的基本框架:包括展会的名称和举办地点、办展机构的组成、展 品范围、办展时间、办展频率、展会规模和展会定位等。

3、展会价格及初步预算方案。

4、展会工作人员分工计划。

5、展会招展计划

6、展会招商计划。

7、展会宣传推广计划。

8、展会筹备进度计划。

9、展会服务商安排计划。

10、展会开幕和现场管理计划。

11、展会期间举办的相关活动计划。

12、展会结算计划。

(三 展会立项策划书的写作要求：1. 展会名称

展览会的名称一般包括三个方面的内容:基本部分、限定部分和行业标识。如 “第 93届中国出口商品交易会”,如果按上

述三个内容对号入座,则基本部分是“交易会”,限定部分是“中国”和“第93届”,行业标识是“出口商品”。下面分别对这三个内容作一些说明:

- 基本部分:用来表明展览会的性质和特征,常用词有:展览会、博览会、展销会、交易会和“节”等。
- 限定部分:用来说明展会举办的时间、地点和展会的性质。

展会举办时间的表示办法有三种:一是用“届”来表示。二是用“年”来表示,三是用“季”来表示。如第三届大连国际服装节、2003年广州博览会、法兰克福春季消费品展览会等。在这三种表达办法里,用“届”来去示最常见,它强调展会举办的连续性。那些刚举办的展会一般用“年”来表示。

展会举办的地点在展会的名称里也要有所体现,如第三届大连国际服装节中的“大连”。

展会名称里体现展会性质的词主要有“国际”、“世界”、“全国”、“地区”等。如第三届大连国际服装节中的“国际”表明本展会是一个国际展。

- 行业标识:用来表明展览题材和展品范围。如第三届大连国际服装节中的“服装”表明本展会是服装产业的展会。行业标识通常是一个产业的名称,或者是一个产业中的某一个产品大类。

2、展会地点

策划选择展会的举办地点,包括两个方面的内容:一是展会在什么地方举办,二是展会在哪个展馆举办。

策划选择展会在什么地方举办,就是要确定展会在哪个国家、哪个省或者是哪个城市里举办。

策划选择展会在哪个展馆举办，就是要选择展会举办的具体地点。具体选择在哪个展馆举办展会，要结合展会的展览题材和展会定位而定。另外，在具体选择展馆时，还要综合考虑使用该展馆的成本的大小如何、展期安排是否符合自己的要求以及展馆本身的设施和服务如何等因素。

3、办展机构

办展机构是指负责展会的组织、策划、招展和招商等事宜的有关单位。办展机构可以是企业、行业协会、政府部门和新闻媒体等。

根据各单位在举办展览会中的不同作用，一个展览会的办展机构一般有以下几种：主办单位、承办单位、协办单位、支持单位等。

主办单位：拥有展会并对展会承担主要法律责任的办展单位。主办单位在法律上拥有展会的所有权。

承办单位：直接负责展会的策划、组织、操作与管理，并对展会承担主要财务责任的办展单位。

协办单位：协助主办或承办单位负责展会的策划、组织、操作与管理，部分地承担展会的招展、招商和宣传推广工作的办展单位。

支持单位：对展会主办或承办单位的展会策划、组织、操作与管理，或者是招展、招商和宣传推广等工作起支持作用的办展单位。

4、办展时间

办展时间是指展会计划在什么时候举办。办展时间有三个方面的含义：一是指举办展的具体开展日期。二是指展会的筹

展和撤展日期。三是指展会对观众开放的日期。

展览时间的长短没有一个统一的标准，要视不同的展会具体而定。有些展会的展览时间可以很长，如“世博会”的展期长达几个月甚至半年；但对于占展会绝大多数的专业贸易展来说，展期一般是3-5天为宜。

5、展品范围

展会的展品范围要根据展会的定位、办展机构的优劣势和其他多种因素来确

定。

根据展会的定位，展品范围可以包括一个或者是几个产业，或者是一个产业中的一个或几个产品大类，例如，“博览会”和“交易会”的展品范围就很广，如“广交会”的展品范围就超过10万种，几乎是无所不包；而德国“法兰克福国际汽车展览会”的展品范围涉及到的产业就很少，就只有汽车产业一个。

6、办展频率

办展频率是指展会是一年举办几次还是几年举办一次，或者是不定期举行。从目前展览业的实际情况看，一年举办一次的展会最多，约占全部展会数量的80%，一年举办两次和两年举办一次的展会也不少，不定期举办的展会已经是越来越少了。

办展频率的确定受展览题材所在产业的特征的制约。我们知道，几乎每个产业的产品都有一个生命周期，产品的生命周期对展会的办展频率有重大影响。产品的投入期和成长期是企业参展的黄金时期，展会的办展频率要牢牢抓住这两个时期。

7、展会规模

展会规模包括三个方面的含义：一是展会的展览面积是多少，二是参展单位的数量是多少，三是参观展会的观众有多少。在策划举办一个展会时，对这三个方面都要作出预测和规划。

在规划展会规模时，要充分考虑产业的特征。展会规模的大小还会受到会观众数量和质量的限制。

8、展会定位

通俗地讲，展会定位就是要清晰地告诉参展企业和观众本展会“是什么”和“有什么”，具体地说，展会定位就是办展机构根据自身的资源条件和市场竞争状况，通过建立和发展展会的差异化竞争优势，使自己举办的展会在参展企业和观众的心目中形成一个鲜明而独特的印象的过程。

展会价格就是为展会的展位出租制定一个合适的价格。展会展位的价格往往包括室内展场的价格和室外展场的价格，室内展场的价格又分为空地价格和标准层位的价格。

在制定展会的价格时，一般遵循“优地优价”的原则，即那些便于展示和观众流量大的展位的价格往往要高一些。展会初步预算是对举办展会所需要的各种费用和举办展会预期以获得的收入进行的初步预算。

在策划举办展会时，要根据市场情况给展会确定一个合适的价格，这样对吸引目标参展商参加展会十分重要。

10、人员分工、招展招商和宣传推广计划

人员分工计划、招展计划、招商和宣传推广计划是展会的具体实施计划，这四个计划在具体实施时会互相影响。

人员分工计划是对展会工作人员的工作进行统筹安排。

招展计划主要是为招揽企业参展而制定的各种策略、措施和办法。招商计划主要是为招揽观众参观展会而制定的各种策略、措施和办法。宣传推广计划则是为建立展会品牌和树立展会形象，并同时为展会的招展和招商服务的。

11、展会进度计划、现场管理计划和相关活动计划

展会进度计划是在时间上对展会的招展、招商、宣传推广和展位划分等工作进行的统筹安排。它明确在展会的筹办过程中，到什么阶段就应该完成哪些工作，直到展会成功举办。展会进度计划安排得好，展会筹备的各项准备工作就能有条不紊地进行。

现场管理计划是展会开幕后对展会现场进行有效管理的各种计划安排，它一般包括展会开幕计划、展会展场管理计划、观众登记计划和撤展计划等。现场管理计划安排得好，展会现场将井然有序，展会秩序良好。

展会相关活动计划是对准备在展会期间同期举办的各种相关活动作出的计划安排。与展会同期举办的相关活动最常见的有技术交流会、研讨会和各种表演等，它们是展会的有益补充。

二、《展会项目立项可行性研究报告》的写作（一《展会项目立项可行性研究报告》的概念

完成了《展会立项策划书》，并不意味着该立项的展会就可以举办了。项目立项只是对举办什么题材的展会和如何举办该展会提出了一个初步的意见，制定了一套初步的方案，至于该展会是否真的可以举办和该方案是否真的可行，还需要对该展会项目及方案进行可行性分析。可行性分析的结论及其他必须考虑的因素，才是决定最后是否可以举办该展会

的最终依据。

《展会项目立项可行性研究报告》就是在对展会立项进行可行性分析的基础上完成的研究报告。展会立项可行性分析是展会项目立项策划的继续。展会项目立项策划主要是在掌握各种信息的基础上,初步提出计划举办的展会“是什么样的”;展会立项可行性分析则是在仔细研究各种信息的基础上,深入分析举办展会立项策划提出的“那样的展会”是否可行,为最后是否举办该展会提供科学的决策依据。

如果展会立项策划通过可行性分析,证明计划举办展会的市场条件具备,项目具有生命力,各种执行方案策划合理,项目在经济上可行,风险较小且有一定的社会效益,就可以通过该展会立项策划,决策举办该展会了。

(二 《展会项目立项可行性研究报告》的内容结构

和建议。因此,《展会项目立项可行性研究报告》主要包括以下几项内容:

1、市场环境分析

(1 宏观市场环境:包括人口环境、经济环境、技术环境、政治法律环境、社会文化环境等。

(2 微观市场环境:包括办展机构内部环境、目标客户、竞争者、营销中介、服务商、社会公众等。

(3 市场环境评价:swot 分析法,即内部优势、内部劣势、外部机会、外部威胁分析。

2、展会项目生命力分析

(1 项目发展空间:即分析举办该展会所依托的产业空间、市

场空间、地域空间、政策空间等是否具备。

(2) 项目竞争力:包括展会定位的号召力、办展机构的品牌影响力、参展商和观众的构成、展会价格、展会服务等。

(3) 办展机构优劣势分析

3、展会执行方案分析

1对计划举办的展会的基本框架进行评估,具体包括:(1)展会名称和展会的展品范围、展会定位之间是否有冲突。(2)办展时间、办展频率是否符合展品范围所在产业的特征。(3)展会的举办地点是否适合举办该展品范围所在产业的展会。(4)在展会展品范围所在产业里能否举办如此规模和定位的展会。(5)展会的办展机构在计划的办展时间内能否举办如此规模和定位的展会。

3、展会项目财务分析(1) 价格定位(2) 成本预测

举办一个展会的成本费用一般包括:1展览场地费用。即租用展览场馆以及由此而产生的各种费用。这些费用包括:展览场地租金、展馆空调费、层位特装费、标准层位搭建费、展馆地毯及铺设地毯的费用、展位搭装加班费等。

2展会宣传推广费。包括广告宣传费、展会资料设计和印刷费、资料邮寄费、新闻发布会的费用等。

3招展和招商的费用。

4相关活动的费用。包括技术交流会、研讨会展会开幕式、嘉宾接待、酒会、展会现场布置、礼品、请展会临时工作人员的费用等。

5办公费用和人员费用。6税收

7其他不可预测的费用(3 收入预测

5、风险预测(1 市场风险(2 经营风险(3 财务风险(4 合作风险

6、存在的问题 包括通过以上可行性分析发现的展会项目立项存在的各种问题、研究人员在可行性分析以外发现的可能对展会产生影响的其他问题等。

7、改进建议 针对上述问题，提出对展会项目立项策划的改进建议，指出要成功举办该展会 应该努力的方向等。