

## 会展项目立项可行性研究报告的内容结构（下）

### （四）会展项目财务分析

会展项目财务分析是从办展机构财务的角度出发，按照国家现行的财政、税收、经济与金融等规定，在筹备举办会展时确定价格的基础上，分析测算举办该会展的费用支出和收益，并以适当的形式组织和规划好举办会展所需要的资金。会展项目财务分析的主要目的，是分析计划举办的会展是否经济可行，并为即将举办的会展制定资金使用规划。

1. 会展项目财务分析的方法：它所需要的基础数据，如投入资金的多少、成本、收益和利润等，都是来源于前期的市场调查和基于这种调查而作出的预测。

2. 价格定位：办展机构的定价目标主要有以下五种：

- （1）利润目标。
- （2）市场份额目标。
- （3）市场汲取目标。
- （4）会展质量领先目标。
- （5）生存目标。

办展机构最终选择哪种定价目标，主要受三个要素的影响：顾客、成本和竞争。

3. 成本收入预测：在分析了会展的价格是否合理以后，就要对举办会展的成本和收入进行进一步的考察，以便进一步地分析举办该会展是否经济可行。首先，举办一个会展包括下列各项费用：

（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、展位特装费、标准展位搭建费、展馆地毯及铺设地毯的费用、展位搭装加班费等。

（2）会展宣传推广费，包括广告宣传费、会展资料设计和印刷费、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、研讨会会展开幕式、嘉宾接待、酒会、会展现场布置、礼品、请会展临时工作人员的费用等。

（5）办公费用和人员费用。

（6）税收。

（7）其他不可预见的费用。

其次，举办一个会展的收入一般包括：

- （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：在现实中，人们对会展项目进行成本收入预测时，往往想知道的一个重要问题是本会展的展览规模要有多大才能保证会展不出现亏损；或者，如果本会展的展

览规模已经确定，那么，会展价格应该处于怎样的水平时会展才不会出现亏损。

为此，我们必须对会展进行盈亏平衡分析。这是指办展机构举办会展所得到的所有收入恰好能弥补其为举办该会展所支出的所有成本费用，也就是总收入正好等于总成本。能够使会展达到盈亏平衡的会展规模就是会展盈亏平衡规模，能够使会展达到平衡的会展价格就是会展盈亏平衡价格。而最重要的是我们需找到一个盈亏平衡点，这是指能够使会展达到盈亏平衡的会展规模或会展价格，可以按以下公式求得：

盈亏平衡价格（单个展位）= 会展总成本 ÷ 会展总展位数、这是以单个标准展位来定价

盈亏平衡价格（单位展览面积）= 会展总成本 ÷ 会展展览总面积

能够使会展达到盈亏平衡的标准展位数量可以用以下公式求得：

盈亏平衡规模（标准展位数量）= 会展总成本 ÷ 单位标准展位价格

能够使会展达到盈亏平衡的展览面积可以用以下公式求得：

盈亏平衡规模（展览面积）= 会展总成本 ÷ 单位展览面积价格

5. 现金流量分析：包括净现值分析、净现值率分析、获利指数分析、内部收益率分析。不是所有的会展都可以在第一届或是第二届就可以获利的，这需要一个培育的过程。现金流量是指在未来一定期间所发生的现金收支。其中，现金收入称为现金流入量，现金支出称为现金流出量；现金流入量与现金流出量相抵后的余额称为现金净流量。对于需要有培育期的会展来说，现金流入量与前面提到的会展收入的来源项目大致相同，现金流出量与会展成本费用的项目大致相同。不过，在测算现金流量的具体数据时，要剔除沉淀资本，要考虑现金当量和资金的时间价值，不能忽视成本。通过下列指标可对会展是否值得举办作出初步的判断。

(1) 净现值：指会展项目计算期内，按行业基准收益率或其他设定的折现率折算的各届会展的净现金流量的代数和。如果净现值大于零，该会展就值得举办。

(2) 净现值率：指会展项目的净现值占原来投资现值总和的百分比。如果净现值率大于或等于1，该会展就值得举办。

(3) 获利指数：指会展项目举办后按行业基准收益率或其他设定的折现率折算的各届会展的净现金流量现值总额与原始投资现值总额之比。如果获利指数大于或等于1，该会展就值得举办。

(4) 内部收益率：是能使会展项目的净现值等于零时的折现率。如果内部收益率大于资金成本，该会展就值得举办。

6. 资金筹措：办展机构可以根据其自身的经营以及会展筹备工作对资金投入的需要，通过一定的渠道，采取适当的方式获取一定的资金。办展机构在筹措资金时，应遵循以下基本原则：

- (1) 规模要适当。
- (2) 筹措要及时。
- (3) 方式要经济。

(4) 来源要合理。

## (五) 风险预测

主要从以下几方面来对举办会展所面临的风险进行预测和评估：

1. 市场风险。市场风险是指那些由市场和社会宏观环境所带来的对所有办展机构都发生影响的风险，如战争、自然灾害、瘟疫、经济衰退、政治法律因素及国际恐怖袭击等。

2. 经营风险。经营风险是指因办展机构经营方面的原因而给会展举办带来的风险，如会展现场布置不当和设施老化等引起现场火灾和展位坍塌；因通道安排不合理而致人群拥挤并出现事故；因会展定位不当、招展不力、招商不顺、宣传效果不佳、人力资源及人员结构不适合而使会展无法继续举办；展览管理失误而引起参展商“闹展”或“罢展”等。

3. 财务风险。财务风险包括办展机构自有资金和举债筹措办展资金给财务成果带来的不确定性，如办展机构息税前利润不够支付利息，资金安排跟不上会展筹备工作对资金投入的需要等。

4. 合作风险。合作风险是指办展机构和各合作单位之间、办展机构与展馆之间、办展机构与会展各服务商以及各营销中介之间，在合作条件、合作目标和合作事务各环节上可能出现的不协调、不一致和其他不确定性而对会展产生严重的影响。例如，某合作机构中途退出会展、会展指定展品运输商工作失误使展品运输紊乱、展馆因某种原因而延迟会展的排期等。

## (六) 存在的问题

包括通过以上可行性分析发现的会展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会展产生影响的其他问题等。

## (七) 改进建议

针对上述问题，提出对会展项目立项策划的改进建议，指出要成功举办该会展应该努力的方向等。