

2012 安徽茶叶展览会策划书

目录

第一部分 展会前期策划分析

一、茶叶市场背景分析

- (1) 茶叶行业分析
- (2) 举办地市场分析
- (3) 举办场馆分析

二、展会分析

- (1) 展会目的
- (2) 展会主题
- (3) 展会内容
- (4) 展会战略
- (5) 展会形式

三、预期效果分析

- (1) 展会规模
- (2) 展会安排
- (3) 参展单位预期利益

四、展会招展计划

- (1) 建立参展商数据
- (2) 展区、展位划分
- (3) 展位价格制定

- (4) 招展策划及价格
- (5) 编制招展函
- (6) 招展总体进度计划

五、展会招商计划

- (1) 建立目标观众数据库
- (2) 编制观众邀请函
- (3) 招商活动规划

第二部分 展会的主体策划

一、会展基本概论

- (1) 会展时间安排
- (2) 会展地点
- (3) 办展机构
- (4) 展品范围

二、展会的宣传推广计划

- (1) 市场推广策略
- (2) 推广目标
- (3) 媒体安排

三、展会的服务安排计划

- (1) 大会服务区域
- (2) 展台搭建、展品运输服务
- (3) 餐饮、住宿、旅游
- (4) 交通配套服务

(5) 其他服务

四、展会的筹备计划

五、展会财务初步预算制定

第三部分 展会的实施计划

一、展会的开幕策划及管理

(1) 会场布置

(2) 现场接待工作

(3) 媒体的接待和管理

(4) 展会开幕

二、展会的现场管理

(1) 布展期间展会的现场管理

(2) 开展期间展会的现场管理

(3) 撤展阶段的现场管理

三、展会期间工作执行计划

(1) 展前协调工作

(2) 展会资料保密工作

四、展会危机管理计划

(1) 危机类别

(2) 应对措施

五、展会的评估

(1) 展会结算计划

(2) 展会分析与总结

附件

附录

前言

茶叶起源于中国，是我国重要的农产品之一，也是我国传统的大宗出口商品。

安徽有十大名茶：

黄山毛峰、六安瓜片、太平猴魁、祁门红茶、屯溪绿茶、霍山黄芽、岳西翠兰、泾县特尖、涌溪火青、敬亭绿雪。安徽是产茶大省，振兴茶业经济，对促进农民增收、农业增效意义深远。举办此次会展有利于促进安徽茶业发展。

2012 安徽茶业展览会

一、 茶叶市场背景分析

(1) 茶叶行业分析

茶业的起源。我国茶业文化及在国际上的地位。我国茶的主要种类及其出口情势。我国茶叶主要产地。我国知名茶业品牌。

(2) 举办地安徽茶叶市场分析

安徽是产茶大省，振兴茶业经济，对促进农民增收、农业增效意义深远。安徽茶叶在全国茶叶的地位。安徽茶文化。安徽各地名茶发展现状。安徽茶业的品牌化和质量提升。安徽茶业企业的产业化，规模化。

(3) 举办场馆分析

安徽国际会展中心的场馆，展览区，会议区介绍。安徽国际会展中心的地理位置优势分析。安徽国际会展中心建设标准和服务功能介绍。安徽国际会展中心的图片展示。

二、 会展分析

(1) 会展目的

此次会展的目的旨在提高我省茶叶在全国的名气，打响安徽茶叶的品牌，同时通过与全国各地的名茶企业交流学习，调动我省茶叶企业的进取积极性，提升他们的制造技术，加强品牌化观念，强化茶叶标准化生产。振兴茶叶经济，促进农民增收！

（2）展会主题

品一杯香茗，享千年风情！

（3）会展内容

开幕式、闭幕式

旅游活动

组织各茶业企业家，茶专家参观安徽各地名茶产地

展览

中国名茶展：8000 平

中国茶艺展：2000 平

中国各地茶文化展览：5000 平

会议论坛

主论坛：

2012 中国茶文化与茶业发展论坛暨企业家峰会

主题论坛：

2012 中国茶业市场走向论坛

2012 中国茶文化发展论坛

2012 安徽茶业品牌化论坛

2012 中国茶业交流论坛

行业应用论坛

2012 中国茶业信息化大会

2012 中国 5 大茶类现状分析论坛

2012 中国茶业出口状况分析

区域合作论坛

2012 浙苏皖绿茶交流会

2012 中国南部茶艺交流会

技术交流会议

2012 中国茶艺人才招聘会

2012 中国茶业企业家品茶会

（四）会展战略

会展战略

打响安徽茶业的在我国的名气与品牌，争做国内优质绿茶

战略步骤

通过展会宣传安徽名茶，打响名气

通过各方论坛表明安徽茶叶在我国茶业中的地位

通过技术交流提升安徽茶业的制造工艺

办展频率

每 4 年一次

战略实施的可行性分析

安徽每年产茶量在全国每年的产茶量得比重

安徽茶业出口情况

安徽茶业历史

安徽各名茶在我国的名气及其在同类茶中的品质分析

三、 预期效果分析

（一） 会展规模

全国性的茶叶展览会，邀请全国各名茶产地的茶业企业参展。

（二） 展会安排

1. 贵宾：我国著名的茶专家 著名品茶师 社会各界的爱茶名人（明星） 著名主持人和记者

参展领导：安徽省政府的相关领导 各茶业企业领导 茶业行业协会领导

2. 展会现场工作人员

各企业现场工作人员 （3-5 人）

保安人员	(馆外 20 人, 馆内 50 人)
服务人员	(100 人)
礼仪人员	(20 人)
保洁人员	(30 人)
志愿者与其他工作人员	若干

(三) 参展单位预期利益分析

参展商

为参展商提供优质的参展通道与参展环境

吸引各地优秀企业参展, 提高展会质量, 构建良好的信息交流平台

将专业观众与参展商的比例控制在 16:1

赞助商

努力创办优质会展, 扩大会展规模, 提升会展名气

加大宣传力度, 户外广告, 报纸, 电视, 广播多方宣传, 并署名赞助单位

影音宣传手册, 报刊, 小册子等署名赞助单位

举办宣传活动

四、 会展招展计划

(一) 建立目标参展商数据库

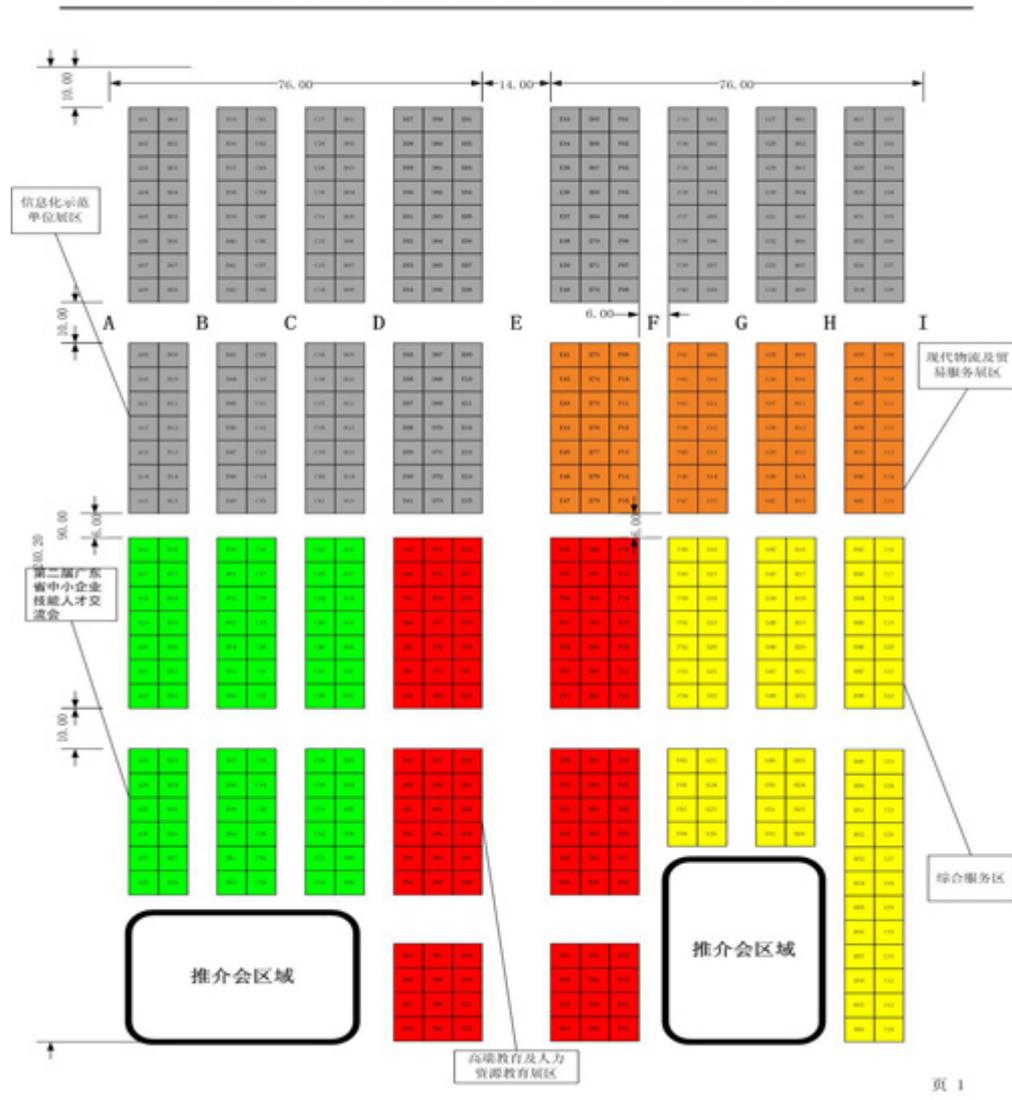
可以通过茶业行业协会的企业目录, 政府主管部门, 专业网站及黄页手机数据。

(二) 展区、展位划分

- ①展位种类: 标准展位 3×3 平方米
特装展位 36 平方米起租

- ②展位规划:

第五届中博会中小企业服务馆展位规划图



(三) 招展策略

实行定向招展和社会招展相结合。省政府的相关部门负责区外企业的招展。

优先挑选策略。以市为单位统一布展的先选，特装企业优先。

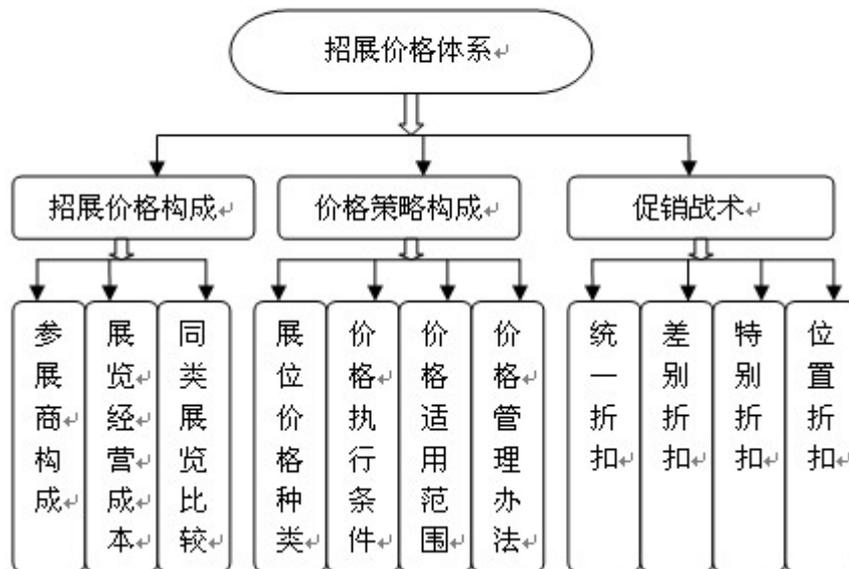
(四) 招展

①招展范围

全国范围内的优质茶业企业与单位。

②展位价格的制定

招展价格体系构成



③招展函的编制及发送

招展函的编写要求简单实用，内容全面准确，便于邮寄和携带，美观大方。

招展函的内容应包括 2012 安徽茶业展览会的举办时间和地点，会展的名称、标识，办展机构，办展起因和目标，会展特色，展品范围和标明会展的各种价格。

还要确保招展函及时准确的发送到招展目标企业手中。

④招展预算

⑤招展总体进度

时间	招展措施	推广展位	计划完成的招展任务
2011. 9. 1~9. 31	广告宣传启动	一期展位	60%
2011. 10. 1~12. 28	各种媒体宣传	二期展位	80%
2012. 1. 7~5. 31	推广强盛期	三期展位	90%
2012. 6. 1~10. 20	进入开展准备阶段	剩余展位销售	50%

五、 会展招商计划

(1) 建立目标观众数据库

展会目标观众的信息来源可以通过以下渠道来收集：

通过行业企业名录收集

通过商会和行业协会收集

通过政府主管部门收集

通过专业报刊收集

通过同类展会收集

通过外国驻华机构收集

通过各种专业网站收集

通过各地电话黄页收集

(2) 编制观众邀请函及回执表

观众邀请函主要内容包括：2012 安徽茶业展览会的基本内容，展会招展情况，展会期间计划举办的相关活动，参观回执表等。

(3) 招商活动规划：制定招商方案的依据

展会招商分工

展会通讯及观众邀请函的编印和发送计划

招商渠道和措施

招商宣传推广计划

招商预算

招商进度安排

(4) 招商进度计划

展会的宣传推广计划：展览范围

市场推广

推广目标

媒体排期：前期、预热期、强攻期

(5) 会展的服务安排计划：

大会服务区域

展台搭建、展品运输服务

餐饮、住宿、旅游

交通配套服务

其他服务（医务服务，天气预报，保险）

六、 展会的评估

（一）展会的结算计划

根据在会展的展前、展中、展后的收入和支出上进行结算，分析其盈亏状况。建立数据库加以核算，做会后的最后总结。

（二） 展会的分析与总结

运用一定的科学方法对展会的各个方面进行评估，具体包括对本次会展的举办环境评估，展会中间商评估，参展商评估，相关配套服务设施的评估，展会的宣传效果评估，主要对本次展会所带来的经济效益与社会效益进行评估，从而有利于展会的主办方加强管理，醋精展会的良性循环发展。有利于提高展会的项目管理水平，创建展会的品牌。

附件：

参展申请表

展览名称	2010年莫斯科国际食品展				
申请展位	展位数：()个×9 m ² /标摊= () m ² ； 出展人数：人；				
参展单位名称	中文：				
	英文：				
参展单位地址	中文：				
	英文：				
联系人	联系人		E-mail		传真
	手机		电话		公司网址
参展产品	(中文)				
	(英文)				
是否需要我司提供任务		是 () ； 否 ()			

参展条款：

1. 在双方充分了解展会信息基础上，主办单位与参展企业在自愿、平等互利的基础上签订此参展申请表；
2. 以上表格内容将作为申报批文及出展楣板文字、宣传资料用，请认真填写；每个 9 平方米的摊位，原则上参展人数为 2 人；
3. 参展企业必须遵守展会的有关规定，如禁止在展会上拍照、不得提早撤展、筹撤展时不得乱扔废物或样品、展览期间不得在展品未完税的情况下销售零售样品、不得损坏展览有关设施和聚众闹事等，如因违规而造成不必要的损失，参展企业要接受相应的处罚；
4. 严禁携带侵权产品参展，由此而引起的法律纠纷与展会无关；
5. 为了保证顺利参展，参展企业务必按展会的“筹展日程安排”办好护照、展品运输、行程确定、摊位配置等工作；在境外，自觉遵守国家外事纪律、展团纪律和安排；

参展单位：

主办单位：安徽中设国际会展公司（盖章）

（盖章）

负责人：

负责人：

日期：

日期：

附录：

展览策划人：孙阿珍

展览主办方：XXX

展览承办方：XXXXXX

展览的举办时间：XXXXXXXXXX

相关负责人的联系方式：XXX 13*****

XXX 15*****

.....