

## 展会成功举办需要注意的几个事项

核心提示：会展业的发展，不能照搬，要植根于现实经济需要，不断的创新。在我国，大多是企业还未将会展作为产品推销或争取订单的最佳场合，会展还没能成为供需双方接洽的最佳场合。所以类似德国等西方国家的行业会展，在我国的成功率并不高。目前，需要针对现实行情，确定新的会展主题。

会展业的发展，不能照搬，要植根于现实经济需要，不断的创新。在我国，大多是企业还未将会展作为产品推销或争取订单的最佳场合，会展还没能成为供需双方接洽的最佳场合。所以类似德国等西方国家的行业会展，在我国的成功率并不高。目前，需要针对现实行情，确定新的会展主题。

招商会展是一个不错的选题。当前各地方政府、开发区等组织，最迫切的任务，莫过于通过招商引资短平快的促进本地经济的飞速发展。无论是在国内还是在海外，各种散兵游勇形式组织的招商活动不计其数，招商质量参差不齐，但每年为此花费的资金，据称在数亿元以上。这是一个巨大的市场空间，专业的有知名度的招商会展，在当前中国热的大潮中，在各地招商引资的大潮中，需要绝地而起。

在招商会展中，几个注意事项，是关系会展成败的关键：

第一，具有吸引力的主题。要组织大规模的招商，吸引国内的开发区批量参加，需要固定的主题，逐渐形成品牌。比如，德国企业集群招商会，或德国机械业中国投资推广会，形成一个长期的机制，连续几年办下去，可以吸引足够的国内人员参加。

第二，邀请有吸引力的德方参加。要注重知名度和现实性的结合，世界500强之内的企业一定要有，知名的、公众的政府或协会组织也要有，增强会展的宣传效应。但更多的与会者，应当是在德国确实有投资意向的德国企业，将企业所属行当，合作项目名称等，一一向中国企业明示。

第三，在中国地方政府和开发区中的推广。最终，参会者和赞助方，才是会展的主要收入来源。在好的主题以及德国参会方的前提下，让地方政府和开发区等受益者出钱，才是最主要的。这需要认真的策划。

第四，会展形式的多样性。在会展之前的宣传，往往是关键，既包括会议之前的主题等宣传，打造自我的名声和品牌。也包括对与会双方的需求，在网上的初步对接，形成网上和会上交互的双重效果。会展本身，包括展示、推介会、座谈等各种形式，加强双方接触和成交的几率。

第五，会展的可持续性。一炮打响，而后虎头蛇尾，是众多看似成功的会议的通病。形成会展的品牌，需要持续不断的运作。需要过硬而有严格的会展流程，需要高素质的运作队伍，需要稳定的专家团队，需要长期的信用。