# 建设项目策划书案例 项目策划书免费下载(15篇)

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2024-06-10

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇一(一)市场环境分析网上...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇一**

(一)市场环境分析

网上购物已经被众多的网民接受。随着我们网民的大幅度增加，具有一定消费水平的网民也会相对增多。其实，花店网站，就是将在花的实体店铺中的产品展示到网上。网上有相对多的消费群体。特别是伴随互联网长大的80后和90后。网下的花店市场就不必多说了。网上的花店市场的大小是根据网下的上网人数+能承受的消费群体+对网络购物的认知人数的多少来决定的。在这一类群体中，20岁至40岁的网民占据大多数。我国花卉业从20世纪80年代开始起步，90年代进入快速发展期。据有关部门统计，目前我国花卉种植面积为14.75万公顷，年销售总额达163亿人民币。特别是近几年，随着我国国民经济的快速发展，我国花卉业的发展速度也明显加快。在广东、云南、广西、上海等地，花卉业已经发展成为当地的一项支柱产业。参加99昆明世博会花卉研讨会的200多位中外花卉专家预言，21世纪的花卉大国将在亚洲出现，而且主要是中国。花卉的发展必将推动鲜花业的发展。所以开展电子商务网站有一定的优势。

(二)消费者分析

1有明显的好奇心理，在创新方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

2购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位较低但浪漫色彩较浓的品种。

3人民群众没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

4受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

5影响产品购买的因素依次为:价格，品种，包装，服务等。

6购买行为节日性很强，一般集中在教师节，情人节，圣诞节及朋友生日前后。

(三)产品分析

一)产品介绍

花，是一种很美的植物，它无论在什么环境中都能散发出它高贵的气质。在节日的时候，送上一束鲜花，带上一句问候，给朋友的心里增添了无比的温暖，特别是在社会迅速发展的今天，花的用途随之也越来越广了，无论是企业开张，节日庆典，联欢晚会，家居摆设，还是走访亲戚，就连食品中，也能出现它的踪影。花，总是以不同的身份和不同的气质出现在不同的场合，给人们增添了不少的欢乐。

二)产品分类

主要分为:婚礼鲜花、生日鲜花、慰问鲜花、祭奠鲜花、商务鲜花等。

1)婚礼鲜花:

在婚礼上，鲜花是不可缺少的装饰，珠三角每天结婚的新人有千上万对，所以在婚礼鲜花上的需求也比较大。

2).生日鲜花:

每天都有人生日，所以生日鲜花永远也不会却市场，也没有谁能把这块市场的大蛋糕一口吃掉，据有关调查分析，在生日上收到鲜花的主要是女性朋友，所以我们可以针对女性来设计适合她们的生日鲜花。

3)慰问鲜花:

慰问鲜花主要用来探访慰问的场合，慰问鲜花的设计会给人一种有活力，积极的感觉。

4)祭奠鲜花:

祭奠鲜花的需求量也非常大，祭奠的人每天都有，而且在现实当中的花店很少会有祭奠的花买，这种花主要以白色为主。祭奠鲜花还包括祭奠花圈等

5)商务鲜花:

这种产品主要用于商务场合，例如:接待贵宾，会场装饰，服装装饰等等。

二市场细分与目标消费群选择

(一)市场细分

市场细分，就是企业根据市场需求的多样性和购买者行为的差异，把整个市场(即全部用户)划分为若干具有某种相似特征的用户群(即细分市场)，以便执行目标市场营销的战略和策略。

细分市场三类群体为,年轻情侣一族:是因为鲜花的定价一般在几十元左右，消费不高可以买个新奇。办公室上班族:因为鲜花是装饰办公室的理想产品。公司团体客户:比如公司周年庆典或者开业时,就可以用到了。

(二)目标市场

对任何企业而言，并非所有的环境机会都具有同等的吸引力，由于资源有限，也为了保证资源有效，企业的营销活动必然局限在一定的范围内，确定具体的服务对象，即选定目标市常企业选择目标市场是在市场细分的基础上进行的，通过分析细分市场要求满足的程度，去发现那些尚未得到的满足的需求，相应确定准备为那些细分市场服务。

“香香”网上花店现阶段的目标市场是主要集中在20~40岁的人群。主要以男性为主，他们接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇二**

一、活动目的：

为同学们提供展示个人特长的平台,让同学展示个人魅力.

二、活动背景：

作为大学生的我们,除了在学习上积极向上,在课余生活中有着各种各样的爱好。在每个人有意识的培养下，这些爱好发展成了一个个特长，我们需要一个平台来展示,来表现自我，散发个人独特的魅力。

三、活动单位：

主办单位：华南师范大学南海学院信息工程与技术系第二学委会策划承办单位：华南师范大学南海学院信息工程与技术系第二学委会四、活动具体介绍：

这是一个完全自主发挥的活动，参赛者可结合自己的特色、优点，想出一些适合自己的项目，像世界上一些吉尼斯记录的保持者一样创造一个属于自己的记录。本次活动项目不限，可以是同时摇呼啦圈的个数、单分钟跳绳次数、百米跑最短时间等等比较常见的项目，更可以是自己想象出来的比较独特比较能吸引到观众的项目。只要您有兴趣、有创意、有能力，便能在这个活动里面充分展示你自己的魅力。

然后我们将通过工作人员的汇总，筛选出比较符合实际、能够实现的项目，再适当安排时间进行考证。一些比较有吸引力，比较独特的项目还有机会进入最后的展示晚会，在舞台上将自己的魅力完整地释放出来。

最后我们将结合观众的投票反映，以及专家评委的打分结果，选出最具特色奖，最佳表演奖，最有魅力奖等奖项。届时将颁发证书以及奖品。另外，本次活动所有项目的记录我们都将细心登记下来，留作下一届刷新记录之用。这样，每一年的活动都会出现更多、更强的项目记录。这样的一个活动将一直传承下去。

五、活动具体流程：

学委会提前几周下发比赛通知，举行发布会及安排商业街前面的摊位为各位同学详细介绍比赛具体事项，鼓励同学们积极参加比赛。规定各位有兴趣参赛的同学在展示晚会的前一周或者两周提交报名表。报名表以电子邮件的形式提交到公邮，且规定表格统一命名为“年级专业班级+姓名”，例如：10级电子信息工程3班某某某。

在这一两周内学委会工作人员根据上交上来的报名表，结合报名表内的项目再进行具体验证安排。一些比较不符合实际或者是较不安全的项目不予实施，当作是初赛淘汰不进入终选晚会。参赛项目将会被记录，有关资料将在技尼斯的博客上展出，若下年有新项目，其新旧记录皆会被记录。

六.报名时间:5月11日-5月20日

七.比赛时间: 初赛：5月23日-5月27日(评委评选)决赛(展示与挑战)：6月2日晚上7：30-9：00

八.评分标准： 初选：由指导老师及级委人员选出若干最具特色的项目若干(具体数目示具体情况确定)。终选：以晚会的形式进行，结合大众评委及评委老师的评分来确定最终结果。(其中大众评委及评委老师分数各占50%)

九、参赛对象：华南师范大学南海校区所有学生，一般以个人参赛的形式参加。若有特殊情况需要多人参与的，可以向主办方提出。

十、活动要求：参赛者请认真确定自己有能力做到自己所申报的项目内容，对于一些项目的验证，主办方会根据具体情况给出规定的几次机会尝试。

所申报的项目要求合理，且足够安全。比赛以安全为重，不切实际或安全系数不高的项目，主办方将会在筛选的过程中淘汰。

由于是此次活动是首届举行，所以所有申报项目会成为记录登记在案。在以后来年的比赛中，将推出刷新记录这一项目。

十一、奖项设置：最具吸引力一、二、三等奖，优秀奖(奖品加奖状)。

十二、注意事项：1.晚会展示的项目将提前公布，当晚接受现场挑战。若挑战成功并在所有挑战者中成绩最高，将获得礼品一份。且其成绩记录在技尼斯记录内,但不纳入奖项评选。

2.所参加的项目需要有关资料证明(如照片、视频、音频等)，若无足够资料证明参赛项目的真实性，该项目作废。

十三、活动主要负责人联系方式：

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇三**

一、活动主题：

201x相约，清凉一夏。

二、活动目的：

为了丰富广大员工的文化生活、完善公司福利，感谢各位员工辛勤的付出和努力的工作。通过本次活动促进员工之间的相互了解，增强相互之间的团结及友谊。

三、活动宗旨：

1、加强团队凝聚力与团队协作能力;

2、激发职员参与公司各项活动的热情;

3、加强和巩固职员对公司的管理制度、企业理念、产品知识等的熟悉;

4、休闲娱乐，缓解工作疲劳;

四、活动项目：

漂流，一天游(仅作参考)

五、活动时间：

201x年 5月 1日

六、参与范围：

全体职员工

七、主办部门：

行政管理部

八、协办单位：

东莞市明珠旅行社

九：活动安排：

1、在东莞驶往两个钟头的路程中，在车上组织全体职员及领导猜谜、男女同事集体对歌;

2、就地组织全体参与的娱乐活动，包括文艺节目表演、企业知识竞答;

十：活动流程：

1、车上2小时的猜谜与唱歌由导游及领队主持，全体同仁积极互动;

2、首先到达景区后跟随导游游览美丽的湖光山色，欣赏青山夹着碧绿宁静的江水，仿佛沉静在美的画中，全身心的放松，感受这一刻的宁静吧。 3、午餐后在导游的带领下来到漂流景区，依次先更换好衣服，在指定地点按顺序登车，前往漂流起点，经验票后领取救生设备、划桨、头盔。并按要求穿好救生衣，在救生员指引下开始漂流。漂流过程请服从救生员指挥。

十一、活动其它项：

交通：全程空调旅游车(按45-53座车，600人，共安排11辆旅游大巴)一车安排一个导游及一个公司领队

门票：旅行社购买景点首道门票

餐饮：正餐十人一桌，八菜一汤

导游：优秀中文导游服务

保险：旅行社责任险(旅游意外险建议客人购买)

十二、注意事项：

1、在旅游过程中，请大家随时注意自身安全，如无特殊原因，请勿擅自离团自由活动。全程必须服从旅行社统一安排。

2、在游览过程中请大家务必遵守时间，听从导游和领队安排。

3、去旅游前请大家准备点现金、身份证，以备旅途中使用。旅行中务必小心保管自己的行李、手机、钱包、相机及其他贵重物品。

4、如有晕车、晕船等现象者，请提前备好药品。并在出行时提前告诉导游和领队。以防途中发生异常反应。

5、旅行中，每次出发或返回时，请各小组组长认真确认本组成员是否到齐。如有任何异常请知会领队及导游。

6、旅行时，请大家特别要注意服装和鞋子，尽量要轻装出行，少带杂物，以减轻负荷;鞋子要选用球鞋、旅游鞋，勿穿高跟鞋，以免造成行、走登山不便和有碍安全。

7、大家在游览景区、景点时应注意无照游商围追兜售和宰客欺客的现象。这些无照商贩经常向过往行人和旅游团队兜售水果、饮料和小纪念品，请大家谨慎购买。

8、大家在景区游览时要注意景区内的各个标识牌,避免造成走失或迷路等不必要的麻烦。必要时请用笔记录下来，以便查看。

9、大家在景区游览时如果要暂时离开团队，如去洗手间，请告知导游、带团负责人、组长或其他团友。

十三：漂流前的准备：

1、 多带套衣服：漂流不可避免会“湿身”，上岸后没有干衣服换是很难受的。参加漂流不要穿皮鞋，平底拖鞋、塑料凉鞋和旅游鞋都可以。坏天气水上冷，好天气水上晒，要注意防寒防晒，太名贵的服装鞋帽最好不要用于漂流。

2、上筏只带饮用水，另手机、证件和现金……怕水的东西都不要带。

漂流注意事项

★游客参与漂流请先更换好衣服，在指定地点按顺序登车，前往漂流起点，经验票后领取救生设备、划桨、头盔。并按要求穿好救生衣，在救生员指引下开始漂流。漂流过程请服从救生员指挥。

★游客漂流前请将自己的贵重物品保管好或交保管室保管，一切怕湿物品不要随身携带。

★游客在漂流过程中不得脱掉救生衣等救生设备，遇有急流险滩时双手紧抓

游艇两边的扶手，禁止在非游水区游泳。

★漂时不要做危险动作：一般来说，漂流河段都是比较安全的，只要不自作主张随便下船、不互相打闹、不主动去抓水中的漂浮物和岸边的草木石头，漂流筏不会翻。一旦“翻船”也没关系，憋住气，小心不呛水就行，因为你穿有救生衣;

★漂流船通过险滩时要听从船工的指挥，不要随便乱动，应紧抓安全绳，收紧双脚，身体向船体中央倾斜;

★漂流过程中注意沿途的箭头及标识，它可以帮助你找主水道及提早警觉跌水区。

★近视的朋友请记住用小绳子固定眼镜

十四、工作职责：

领队：

导游：(一) (二) (三)

小组组长：第一组长： 第二组长： 第三组长： 第四组长： 第五组长：

十五、行程安排：

空中漂流，一天游

行程特点：领略中国最出名漂流之乡万种激情，探出人生感悟真谛，感受岭南温泉文化，品尝广东第一鸡，品味北江小三峡渔家风味餐。

8：00

于指定时间地点集中出发，途经广深高速、北二环高速、广清高速到达美丽的广州后花园——清远市。一路上参与开心娱乐节目。全程高速约2.5小时。

11：00

前往码头乘船游览，它位于升平镇以南1公里处的北江河上，平静、莲碧、倒影、绿意构成一幅百里北江山水画廊，两岸连绵的 青山夹着碧绿宁静的江水，还有许许多多曲折幽深的库湾，形成一幅湖光山色的崭新图景，如画廊般连绵百里，慷慨地呈献在世人面前。

12：00

在船上品尝农家风味河鲜宴(八菜一汤，十人一桌，以河鲜风味餐式为主!)

14：00

往清远【漂流景区】到达清远飞来峡漂流景区，体验惊险刺激的空中漂流运动，也可自由享受日光浴，沙滩浴，在沙滩上免费参与打排球，踢足球等运动。空中勇士漂起点是360米瀑布底下，在壮观迷人的瀑布下起漂，巨浪随落差突然往下冲，水电密密麻麻打来，浓密的林荫下，冰凉舒爽的快感油然而生;紧接着是20xx米的激情勇猛漂，双人艇快速带你进入绿树掩映、怪石嶙峋的峡谷之间，随汹涌奔腾、跳跃跌宕的急流一路尽情碰撞，呼啸而下，冲到水深处，终于着底了，果然够刺激;尾段是700米的逍遥漂，有惊无险的历程过后是一片片绿油油的果园，鸟语花香，1小时的游程，亲密相伴，真可谓：“看云要去张家界，漂流要到飞来峡!

15：30

前往，游客可自由选购各种鹿制品，如鹿茸、鹿筋、鹿鞭、鹿尾 、巴等名贵药材，鹿茸具有滋补养颜、活血通脉、增强机体活力、降低肌肉疲劳、提高工作能力、增加食欲等作用，并可自由选购手信。继而返回东莞，结束愉快行程。

十六、具体行程见旅行社安排，旅行中请大家注意自身形象，做一名精神尚佳的达电人，谢谢!

祝大家旅途愉快!!!

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇四**

(一)市场背景

国内最大的二手服务商“易趣、淘宝”其注册用户有61%为在校大学生，其他占25%为社会人士注册，他们每年与学生的交易量占总交易量的85%以上。

“易淘”均不向交易双方任何用户提供商品质保和售后服务，所有89%的商品一经售出，一概不理，他们最大的弊端在于交易期的漫长等待，互相信任度低，不提供对而售商品的技术鉴定和评估，让买方始终不放心，优点:规模大，先入市场，利用完善的电子商务网络交易，成本低廉，对商品的详细信息把握到位有一定的透明度。

鉴于“同一周期内，大学里学生需求有相似性与差异性，对而售商品需求日益旺盛，一些商品耐用性强，一部分大学生为减轻家庭负担，宁愿购买二手，校内交易可信性高，方便廉价无欺。“大四毕业生大多在忙于找工作，离家远东西托运不方便，不愿意浪费时间亲自处理自己带不走的东西，目前高校内部交易混乱各自位为政，甚至互相压榨坑害自己同学，另一面针对大学生提供专门的服务的市场在中国还是一片空白，潜力巨大在校学生生活单调，精神心理空虚不振等日益暴露，大四出去找工作，要面临好多困难，往往四处碰壁心灰意冷甚至自寻短见，即使找到一般的工作也会有住房对当地不熟安全等一系列社会问题发生而无助。

(二)项目概况

在对以上的情况数据进行分析推理基础上，我们决定在北院采用“电子商务网+固定电话+固定店址”经营方法，利用统一数据库技术，针对大学生群体提供完美的二手商品售前售中售后服务及其他相关力所能及的服务等，在对内部交提供坚强售后服务后盾的基础上，采用“拿货，送货”等措施加快交易速度，保证交易双方成功，保护我们学生自己的利益，我们的宗旨:以二手商品为先导，一流服务为坚强的后盾!同时利用我们的网络和平台，实施针对北院大四毕业生提供全面人性服务，针对在校大学生推出定期校园活动，力选新人挖掘学生内在潜力，活跃大学生业余生活。

(三)市场调研和可行性分析

1、你在过去的两个月内是否曾经买过二手商品?

2、你在何时何地以何种方式多少钱购买?

3、在交易中有何满意的和不满意的地方?

4、如果有一个“二手交易平台”你是否愿意去交易?

5、你还希望能提供什么服务?

没有二手交易的情况下:

1、你不喜欢二手商品，还是其他什么原因呢?问卷调查告诉我们:53%的人在过去的两个月内购买国二手商品类型为电子类书籍类电器类和小商品类等一半以上人抱怨二手质量太差没有相关售后服务，27%称自己想购买二手但是没有找到合适商品或者想卖东西只是长时间卖不出去或者不能以满意的价格卖出去，10%的人称自己暂时没有购买的欲望，如果学校有家专门的提供二手商品信息量大的商店，表示愿意去试试，甚至可能买其他自己没有打算买的东西。10%的人完全对二手不感兴趣，或者根本不放心去尝试，有钱就买新的，同时表示要出售自己手头一些不要的商品，苦于找不到买家只能长期的闲置。

“目前，所有高校校内的二手交易仅限于电子类，图书类等有销售先例的商品，其实他们不知道有些东西一样存在潜在买家，不过只是卖家单方认为没有渠道和市场而已”!

对本校毕业出外找工作的同学50人进行了详细谈话发觉:44人表示找工作的确遇到麻烦，不得不跟认识的同学一起找工作这样安全可靠，可是又限制了活动自由，人生地不熟，信息不明确，很是失落，当问及要是能有一家大学生自己的组织能随时随地帮忙怎么样?大多惊讶说太好了。6人表示一切无所谓，饿死也不求人!

(四)核心竞争力与文化理念

我们免去卖家销售中的麻烦，矛盾和误区，向所有的买方提供完善体系售后服务，保障交易公平，诚信度。让买家最短时间最合适价格买到最满意商品。我们的文化理念:“关注大学生，帮助大学生，造福北院”!

(五)远期战略

由大学北院二手市场入手逐步包围其它大学市场!

(六)实施步骤

第一步:先自己组织一部分物品，以此带动卖家前来出售，销售价格为稍加手续费的市场行价，观察出售商品的类型，数量，成色和成交价等，充实自己的经验，招募人才，扩大影响!逐步形成自己的经营理念和规则!

第二步:当在此市场达到一定规模，组织有经验的市场开拓团队一起去其它大学寻找合伙人和商业机会，探寻其他高校市场情况，开始发掘最佳合伙人。

(七)风险规避

前期，尽量避免重置成本浪费，投资金力量使用各种手段在广告宣传，加强服务多样化。

后期，分散经营风险给所有的合伙人，避免一招失误，全盘崩溃!

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇五**

项目名称：情系中秋节，爱驻光荣院

项目负责人：

指导教师：

项目方案：

1.项目名称

2.项目主题

3.项目服务对象：

4.项目背景

5.项目设计的意义

6.项目实施地点介绍及服务对象需求分析

7.项目目标及其目的

8.项目介入方法与策略

9.项目开展注意事

10.项目经费预算

11.项目评估

一、项目名称

情系中秋节，爱驻光荣院

二、项目主题

“老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼。”关爱老人，共度中秋。

三、服务对象：光荣院入住老人及工作人员

四、项目背景：

一年一度的中秋佳节即将到来，老人们热切盼望与家人团聚，欢度佳节。由于各种原因，老人们不能够与家人团聚，缺少慰藉感，每逢佳节倍思亲的心理使老人们在生活上感到更加孤单寂寞。

光荣院有入住老人7名，都在60岁以上有四名工作人员。其中大部分是生活能够自理的老人，少部分老人因为各种病症需卧床休养。除了给予老人生理上的照顾，还要更多的丰富他们的精神生活。

针对以上问题以及现实情况，我们小组成员决定在中秋节开展一次活动。

五、项目设计的意义：

本次项目秉承“情系中秋节，爱驻敬老院”的理念，通过慰问活动，

为光荣院的老人提供力所能及的帮助与服务，给他们带去温暖的同时丰富他们的精神文化生活。从而我们的同学们也可以利用本次机会，在活动中充实自己。

老年人像夕阳一样，虽然逐渐隐去，但仍然散发着自己的光辉，在社会生活中贡献着自己的力量、体现着自己的价值，也表达了对老年人的希望，希望他们通过一系列的康复活动，能够克服生活中的困难，以积极的心态思考生命的意义、体验晚年的全新生活。

六、项目实施地点及服务对象需求分析

前期工作准备：联系好光荣院的工作人员，取得他们的支持与配合，向参与人员讲述活动的安排，以及活动中的各项注意事项； 实施地点：光荣院

服务对象需求分析：大多数老年人通过政府救助和儿女的支持，基本都解决了温饱问题，但他们同时又受到其他许多问题的困扰。首先一个比较突出的是生理健康问题。

人到老年，或多或少有些病痛，许多老人更受到慢性疾病的长期困扰，加上平时缺少锻炼或无力照顾自己，如何加强自我保健、多获取一些有关保健方面的信息成为许多老人急需了解的问题。

其次是心理健康或情绪健康方面的问题，儿女由于生活或工作方面的压力，大多很难做到天天到老人面前探望、嘘寒问暖或听老人说话，加上很多老人丧偶独居，或是交往多年的老友一个个故去，他们由此缺乏与人分享交流的机会以及亲友的心理支持，许多老人“留守”

在家里面对“空巢”，倍感生活空虚、情绪低落和孤独寂寞。

再次是精神健康问题，这主要是指许多老人对晚年生活不习惯或不适应，觉得失去生活目标和希望或感到自卑，开始怀疑自身存在的价值。这些问题和需要都要求我们小组工作能有所作为，能为这些老人提供帮助。

结合以上问题与小组与活动的实际情况，我们将针对老年人的心理健康和精神健康开展相关服务。

七、项目目标及其目的：

目标：减轻老人的孤独感，让老人感受到节日快乐的气氛。增强养老机构对机构老人的人文关怀。

目的：

1.引导养老机构加强组织老人自我保健和自我锻炼。

2.帮助老人通过分享消除孤独，加强老人与老人之间和老人与工作人员之间的沟通交流。。

3.引导养老机构增强对老人的人文关怀，提高对老人心理健康的关注度。

八、项目介入方法与策略：

介入方法

小组（社会工作）是一个很好的分享和支持的场所，同时比个案工作更经济，其成果更加明显，适用于小群体中开展。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇六**

一、项目名称

《美国英语》(杂志)

《宝宝智力开发》(16开本彩色图片杂志)

二、英语学习和出版市场分析

1.英语学习产业与市场分析。

英语学习市场被认为是我国目前最大的经济热点之一，它与房地产市场和汽车市场并驾为我国三大消费热点。英语学习已成为一个产业。

据统计，全国有13亿人，至少有x亿人学英语，从未有过这么多人热爱这样一种

特别是加人wto后，现正掀起一股学习英语的热潮，以适应涉外交流和出国学习考察的需要。现在各地方政府均推出政策，要求各地学习英语，以提高国民的素质。

现有的从事英语学习的企业和个人正在赚取惊人的利润。如《千万别学英语》已发行万套，每套x元。仅在广东x、公司近两年己赚取纯利润(税后)xx余万元。新英语据报道每年有x万元的收人。

现出版公司是全国x大英语出版品牌之一，在全国和世界上都享有较高的声誉。

2.出版市场分析。

当前我国存在四大垄断行业：电力、电信、烟草、文化出版，前述三大行业，即电力、电信、烟草，随着人世将被打破，垄断利润将被瓦解c

而文化出版属于意识形态，受到特别的保护，将不向外开放。所以文化出版产业，将不会受到冲击，仍然有很高的利润。

一般企业与个人如果能与垄断行业合作

，将可以得到丰厚的回报。

所以说，投资出版市场是有相当前景的。英语学习的热点产业和出版垄断，将给投资人

带来巨大的利润空间。

三、项目介绍

1.《美国英语》：

(1)《美国英语》的出版发行(略，商业机密)。

(2)《时尚英语》出版次数及定价(略，商业机密)。(3)《美国英语》的读者对象及市场定位。

(美国英语》的宗旨是将英语与时尚结合起来，介绍世界上时尚的英语材料，为读者提供服务。

主要读者定位：大、中专学生、城市高中生以及白领读者。为其提供学习英语、出国留学、求职、求学等服务。

(4)《美国英语》编辑力量和人才力量(略，商业机密)。(5)前景预测。

如果《美国英语》能创品牌，发行量可上升到每月x万册以上

(6)同类英语杂志比较参考。

①非(系外人借

②((广场》(、x教育出版社出版，现每期x万册，有上升趋势，没有进行好的策划和宣传)。

(7)出版计划。

20xx年x月底组好稿件。

20xx年x月正式出版推出市场。

2、《宝宝智力开发》：

(1)《宝宝智力开发》出版发行由广东xx公司出版发行。如《宝宝智力开发》服务宗旨和市场定位(略，商业机密)。

(3)编写人员。

本书由xx大学组织医生、营养师、摄影师、儿童心理专家编写。

出版时间：估计15个月后推向市场。

3.项目进展情况：

上述项目均已安排好人选进行编写，并做好出版计划，与经销商沟通。一旦投资到位，即签订各种经营合同，20xx年后工作全面展开。

四、市场推广方式

《美国英语》和《宝宝智力开发》均需采取创品牌的方式。

通过专家的

利用xx公司的品牌效益和销售网络，联合书商共同推广。采取一些促销手段：如与外语学习的电子工具企业合作.以及与生产婴儿用品和食品的公司合作推广促销。

五、项目合作单位和合作方式(略，商业机密)

六、项目风险

1.系统风险，整个出版行业衰败，或者国家政策出现重大变化。

2.组织稿件失败或稿件质量差。

3，宣传策划不到位或市场上出现较多同类书籍。

4.出版公司违约。

七、项目投入、项目预计收入、投资者盈利分配、风险承担(部分略，商业机密) 1项目投人：

(1)《宝宝智力开发》。

模特儿：约x万元，从怀孕开始至小孩出生至喂养到、周岁为止，要拍摄全程照片，且有一部分必须是x照。

稿酬：约xx万元。

摄影：约、x万元。

其他：(差旅、招待等)约xx万元。

印刷：平均每套约xx元，与初步商定由我方承担

%.、交(万套)、x、义、%二x、(万元)。

合计：约x万元。(2)《美国英语》。

制母带：\'

以上三项每套成本约xx元(一套为一本配一碟)。压碟：xx元顾集。

杂志：x元/本。

包装：x元/l

版税：x元/套。

印刷：平均每本约x元，(万套)%=(万元)。

合计约：(万元)。

2.项目预计收人(略，商业机密)：

(1)《宝宝智力开发》三种版本初步定价如下(略，商业秘密)。

(2)《美国英语》预计发行量(前期为刊，逐步发展为刊)为万套，定价为xx元/套，全年预i于收入(略，商业机密)。

3.投资者盈利分配及风险承担：

采用项目合作终身制：即投资者有权参与该项目一版至多版的所有净收人的分成，分成比例视投资者投人资金及所愿承担的风险等情况共同协商确定

八、法律：知识产权的取得与保护

知识产权―版权的取得是与著作者订合同而购得版权，出版业务符合中国的《著作权法》、《新闻出版条例》和《合同法》。枫岛公司的是有10余年执业经历的执业律师，能够保护相关的权益。

九、枫岛公司管理团队组成

总经理，男，35岁，文学博士生，律师，副教授，组织出版企管与外语图书近100余种。

副总经理，男，36岁，本科，注册会计师。

市场部经理，个体书商、拥有发行和营销网络。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇七**

你是不是不想每天都在食堂吃那些天天都一种口味的菜?

你是不是又不想到外面餐馆去吃那些美味却不太安全的饭菜?

你是不是想体验和同学一起下厨的神秘感觉?

大学生厨房就非常对你的口味，把你从烦闷徘徊中解脱。

同学们只要买来自己喜欢的菜肴，这里有完备的厨房设施和就餐设备，所有像家里一样的厨房设备和餐厅设备都一应俱全，营造了一个自由的空间，这是一个史无前例的、结构单一的，集中出租房灶台的店。它的结构鲜明，一个厨房四台灶，加一个餐厅，构成一个单元，一个店可由或多或少地几个单元组成，每个灶台在某个就餐时间可轮流由几组顾客使用。大学生厨房的成本比较少，每单元仅2024-2500元/年大概可在一学期内收回成本，下半年的收益可用来扩展设备设施。

因为本项目专门针对大学生的饮食和娱乐问题所设计的，而且调查到很多同学，他们都很期待大学生厨房的开业，很愿意去尝试一下，并且说会每隔一段时间就会请朋友或和室友一起下厨。所以它的吸引力是无限大的。每年一届的新生又为大学生厨房增添新的顾客源，所以它将是经久不衰的。

它的规模可大可小，而且前景可观，成本低。可能随时没模仿，所以要严格管理各项工作，提升它的品味，不断地从原有基础上创新，从学生中不断反思和改革，来提高我们的竞争力。

它的管理模式很简单，分内外部管理。外部管理主要是宣传，和大中规模订租的合理安排;内部管理主要是为大学生厨房营造自由、洁净的气氛。

快来大学生厨房，和朋友一起享受下厨的快乐吧!

1、性质：大学生厨房是一种面向全体大学生出租厨房的一种服务性项目。

2、设备设施：大学生厨房以单元制形式存在，一个单元有一个厨房和一个餐厅。一个厨房中有四个灶台，四套炊具和燃气灶，和一个砧板台，多套切菜工具，和一个橱柜，里面碗具、油盐等调料一应俱全，配备自来水龙头和多只篮、桶等洗菜工具，和几个油烟机;餐厅里有大小桌子五、六张，电风扇，饮水机，电冰箱，消毒柜，电饭煲，时时提供热饭。

3、项目服务内容：大学生们只要提着自己喜欢的菜来到大学生厨房来，根据时间或者规模交付一定的租金就可以到指定的灶台上去烹饪了，一个厨房四个灶台、可以同时烹饪。在一个中餐或晚餐时间内，一个灶台又可连续地让几组同学烹饪。这样一个单元的厨房：中餐时间(11:00-2:00)之间大概可以烹饪28(4个灶台\*7组/灶台)组同学。同学们可以在这里吃完再走，也可以带出去吃，一切自便。

我们大学生厨房还搭配有一个大冰箱，若是一个常客，且有吃不完的菜，或需要存储的剩菜我们将替他们存储，只需将它们密封好后放入一封闭的篮子，然后写上姓名或其他标记，放入冰箱即可，但因考虑到用电情况和冰箱空间问题，若存放的时间超过一天则支付2元/天的寄存金。

4、项目目的：大学生厨房的产生是我组深刻了解到很多大学生们抱怨食堂的饭菜天天一个样，味道不可口，没有一点新意，还有部分学生又觉得在外餐馆的饭菜，卫生状况不好，嫌油不多，而且价格不低。在只有两种选择的情况下，除了抱怨，只有抱怨，所以我们想到了大学生厨房这个既对大学生的口味，又锻炼大学生自己动手能力的厨房。

5、大学生厨房室内的装饰：可由学生来创造设计，设计核心为自由舒适，绿色环保。主要体现简单美。大学生自己种的花草，手工剪贴画，废物利用等些有创意的设计都可用来装饰大学生厨房。

1、我们将顾客分为大、中、小规模。

大规模(20-40人)：如某班同学聚会，或者是某同学的生日，这样需要出租一个单元的大学生厨房，这需要提前预订。根据要求或者约定一个厨师来帮忙，或请个人来打理杂事。

中规模(10-20人)：如某寝室联谊，或一个小型的庆祝会，也需提前预约，无厨师配备。

小规模(1-10人)：随时安排厨灶。

2、在大学生厨房里，仅需雇佣一个中年的女性员工来打扫收拾大学生厨房，并且在大学生烹饪期间时时检验液化气灶台的安全性。

3、其他管理人员：宣传负责人，厨具、餐具负责人，财务管理人，顾客预订负责人，值班收银人员等均可由学生来担当。

4、若有大型的聚会或聚餐，可向顾客预订负责人提前预订，他/她可以提前做安排，中型的(10-20人)也由预订负责人安排，小规模的顾客群，则按先来后到使用灶台。

5、财务管理人，负责清算每星期水电费，煤气灶和雇佣人员费用和“大学生厨房”的总收益，适当调整价格，大、中型规模顾客群有固定的订租价格，根据预订厨房的次数来决定下周小规模顾客群前来做菜的租金。

6、政府批文：大学生厨房要获得营业执照，问题主要是卫生和安全。因为我们雇佣了人员来打扫大学生厨房和时时刻刻检验并教导学生使用液化气等危险设备，且在大学生厨房内配有灭火器、消防设备。安全和卫生本来就是大学生厨房核心管理的问题，所以能够取得政府批文的，若大学生由学生自主创业可向学校申请资金和批文。

①宣传

我们将通过传单、海报、校论坛、个大学生的qq群，和大学生中的关系网来宣传。我们将邀请各院系的一些好朋友相聚到一起来免费体验一下在我们“大学生厨房”中的自由、快乐和满足感，请他们为我们“大学生厨房”做口头宣传。

②客源

既然我们“大学生厨房”的饮食和体验快乐而设计的，那大学生就会有各种各样的理由喜欢我们“大学生厨房”。

a. 在同学面前一展自己的厨艺。

b. 请自己的好朋友到“大学生厨房”里为自己做一顿香喷喷的美食。

c. 某两、三个男女寝室在这里可以搞个厨艺联谊，不会做菜的顺便学学。

d. 有外地来的同学，让他/她炒炒家乡菜，尝尝鲜。

e. 不满意外面餐馆，也不满意食堂，还不容易自己弄。

在大学生厨房这样轻松自由的环境里，在一个像家里一样可以出入的厨房。我们不仅是吃了一顿饭，更重要的在这个过程里，我们体验到了自己动手的快乐。一起动手的快乐，这里真的就是大学生们自己的厨房。所以有这样多的收获，我们大学生厨房的顾客将络绎不绝。每一年都将有新生的到来，来尝鲜的同学也将连续不断。

③既然大学生厨房是为大学生餐饮和娱乐考虑，那么可以扩展搭配盈利服务，可以出租烧烤工具，卖烧烤配料。卖饮料、啤酒、干菜等易存储的菜类干货。也可搭配免费服务，提供怎样做菜的一类书籍和营养搭配的书籍。

现在看来，还没有同我们“大学生厨房”这样的规模来出租厨房给大学生一样结构、形式的店，即使有、也只可能是将大学生自己做饭菜当成是一种娱乐的形式。所以我们“大学生厨房”是独特的。大学生们都有一种想体验社会实际，体验自己动手的快乐，也想体验新鲜的积极分子。所以我们“大学生厨房”的前景广阔，全国这么多高校(本科、专科、职业学校)那将是多么广阔的连锁空间。也重视“大学生厨房”在学生中的关注度，信誉度来横向发展其他服务，做到大学生厨房的横向连锁。

⑴近期战略目标，在各地不同几所高校周围都建立一个学生厨房。认真组织好内部结构，为学生提供一个方便、舒适、自由、实惠、干净的饮食、娱乐的空间，用自由和洁净来赢得大学生们烹饪就餐的舒适，让他们感觉来了就再来，再来，就想天天来。在半个学期内，在所靠近的学校宣传的众所周知，把名声打造的有界碑，在此期间盈利15%。

⑵近期战略目标：在名声、信誉、关注度都建立很好的基础上可发展更多城市，更多高校的“大学生厨房”，也可横向发展，让“大学生厨房”成为一个品牌，开展其他服务大学生的行业。

固定成本 2500-3200元/单元

可变成本 (房租、水、电、油、粮)3000-7000/单元.年

煤气600元/月.单元 雇佣人员900/月.单元

年总收益 2024-6000元/月.单元不等

因为它的不稳定性，不好估计利润的标准值。估计有半年的时间收回成本，半年时间来盈利。 投资形式可以是合资，也可以一个人投资，“大学生厨房”一年的成本大约在2-2.5万/单元之间。所以大学生投资利润的前景是客观的

strength:①目前还没有出现像大学生厨房一样结构单一、独特的店，所以同行业竞争较少。

②随意性，它比食堂的饭菜更多选择，顺从顾客自己的爱好。它比餐馆更卫生、更实惠，让人放心，它比任何地方都自由。

③灵活性好，适应于客源的淡季和旺季。“大学生厨房”结构简单。灶台都是可移动的，桌椅也是可移动的，而且又是以单元制的(一个厨房、搭配一个餐厅)，在同学们放寒、暑假时，可以减少几个单元，缩小规模，减少可变成本(电费、水费、房租费……)

④适应性好，能面对不同时期的冷热情况，当期终考试临近，同学们都整天忙于复习功课，迎战期终。这时，“大学生厨房”可能会明显的变冷清，这是，在一定的信誉度和关注度的情况下，而且又靠近学校，我们可以雇佣一个兼职厨师。在短时间内提供餐饮服务，不至于期终期间而变得冷清或产生损失。

wealth:因为他是一种服务性的项目，所以不太稳定。

opportunity:同学们都以一种新奇的心情进入“大学生厨房”，以一种轻松地心态享受“大学生厨房”，可以有很大机会纵向发展，和横向发展。

threaten：因为大学生成本少、形式新颖，所以模仿者将紧随着产生，这以后反倒成为一种强大的竞争力量，所以严谨的工作管理安排和不断地创新改革是很重要的。

综合swot分析来看，“大学生厨房”应该确保洁净、自由。组织者以严谨的态度来做好各项管理工作。以诚信作为根本，让同学们信赖。在此基础上，时时保持创新改革的思想来灵活运转它。才能长久地存在并发展。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇八**

各馆根据自身藏品情况，举办丰富多彩的革命文物专题陈列展览，满足广大观众特别是青少年增长知识、接受教育的需要。省博物馆将举办《亲切的关怀--毛泽东、邓-小-平、江-泽-民等党的三代主要领导视察安徽省博物馆特展》，安庆市博物馆将举办……

一、参加范围

全省120家博物馆纪念馆，重点是71家免费开放的博物馆纪念馆。

二、活动内容

(一)举办革命文物陈列展览

各馆根据自身藏品情况，举办丰富多彩的革命文物专题陈列展览，满足广大观众特别是青少年增长知识、接受教育的需要。省博物馆将举办《亲切的关怀——毛泽东、邓-小-平、江-泽-民等党的三代主要领导视察安徽省博物馆特展》，安庆市博物馆将举办《光辉历程——陈独秀等党的早期革命志士在安庆活动史迹展》，泾县新四军军部旧址纪念馆将举办《中共中央东南局史料陈列展》，同时继续完善《新四军军史陈列》。

(二)送展进机关、进学校、进社区、进军营

各博物馆纪念馆利用“三下乡”和文艺演出等活动，将本馆具有代表性的革命文物实物、图片、史料等制作成图文并茂的展板，送展进机关、学校、社区、军营，同时为观众讲解。省博物馆将制作《没有就没有新中国》、《陈毅的壁诗——解放南京》、《时代的楷模——沈浩》等展板，送展进合肥市公安局、安农大、安三孝光明街道、解放军电子工程学院等。同时组织“革命文物宣讲小分队”，走进永红路小学、合肥工业大学、武警指挥学院、江汽集团、蜀山监狱等进行宣讲，宣讲内容有“领袖的风范”、“老政治犯——小萝卜头”、“传奇将军李克农”等，并定期向来馆参观的观众特别是青少年进行宣讲。淮南市博物馆将制作《淮南革命史迹展》送到矿区展览。怀宁县博物馆开展“送展进校园——走进石牌”活动。青阳县博物馆配合文化下乡活动开展送《青阳革命史迹展》进广尝社区和乡村巡展活动。

三、时间安排

2月制定方案并发文部署

3—4月各馆制定陈展方案，各市制定工作方案并上报

5—6月各馆施工制作展览、展板

7月陈列展览对外开放

8—9月送展进机关、学校、社区、军营。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇九**

背景摘要

随着社会的发展人们的生活在物质方面得到了满足。这个时候人们开始追求精神层面的生活方式，而人对精神层面的需求排在最顶尖的就是“自我实现”的需求。这也是近几年来diy(\"亲历亲为\"，自己去做，自己体验，挑战自我，享受其中的快乐的一种精神)兴起的原因。将diy元素融入到餐饮中能让人在满足基本需求的同时得到更高层次的享受和乐趣。另外，diy餐厅也是一种新鲜的体验，对于喜欢尝鲜和刺激的人们来说又多了一个选择。这其中蕴涵着一定的商机。大学生在接受新事物方面走在社会的最前沿，在大学校园开设diy餐厅市场前景将会更加广泛。

项目描述

diy餐饮是一个把餐饮与娱乐相结合的创意产业，而它又不同于传统餐饮与娱乐。diy娱乐餐厅是一个拥有很多厨房、餐厅的半封闭式空间，这里提供做菜做主食的原材料，客人可以自己想吃什么就做什么，会做什么就做什么。一起来的朋友们每人献出自己的招牌菜大家一起品尝，把酒言欢。

市场、竞争分析：

目前，在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题,而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。diy餐饮服务时一个新兴的项目，全国内同类的餐饮服务不多，较多的集中在比较大的城市，据我所知，临沂市没有同类的餐饮服务。临沂市有多所高校，并且是一座旅游名城，是比较有市场的。相较于传统的餐饮服，diy餐饮服务不需要聘请昂贵的厨艺高超的厨师，在费用支出上占有一定的优势。

实施方案：

1、 投资资金：第一期投入的资金大约5万，如果收益显著的

话可以进行更多期的扩大。筹资方式可以为独资也可以实

行合伙制。

2、 地址选择：选择在临沂大学餐厅或者是大学生活动中心，

面向对象主要是在校师生。餐厅的卫生条件也要干净整

洁，餐厅的面积也要求比较大，用比较大的室外场地比较

合适。

3、 主营业务：

(1)、提供diy餐饮服务;

(2)、提供场地出租;

(3)、如果客户不喜欢自己动手，餐厅也可以提供餐饮。

4、 目标客户：

(1)、青年学生;

(2)、热恋情侣;

(3)、教职工;

5、 主要盈利方式：

(1)、提供diy餐饮服务和场地出租的收益，可以按人数收取费用。

(2)、提供原材料的收益，餐厅所提供的原材料价格大概为市场价的200%~300%;

(3)、出租娱乐用具的收益。

6、 广告宣传：向学校、社区大量印发明信片及广告，联系有

关人员推广，与旅行社及公司联合。

财务管理：

1、店面租金100平方大概20xx元/月，服务员2名+助理厨师1名+周末兼职2名5000元/月，装修经营准备5000元，广告宣传费用20xx元，餐厅及相关娱乐用具6000元，沉没成本为13000元

2、预计人均消费20元，工作日接待客户30人，周末接待客户100人，利润率为50%。

风险和应对：

1外部风险

随着中国加入wto，国外大型餐饮公司进军中国，国际品牌既快又多地进入中国大学校园，必将给中国餐饮业带来极大的冲击。餐饮业竞争激烈尤其是来自国外的快餐连锁店，如肯德基、麦当劳在中国的

快餐业中占据很大的市场份额。

2 内部管理风险

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

3 市场风险

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

(1) 在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

(2) 项目生产阶段的风险，如果项目已经投产，但没有生产出适销对路的产品，项目可能没有足够的能力支付生产费用和偿还债务。

(3) 项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。 4 原料资源风险

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

5 应对措施

汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

项目开发阶段进行严格的项目规划，减少项目风险。

进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

6 保险和法律事务健身中心的保险将通过中国平安保险公司购买。资产保险将保险固定资产和私人资产的实际市场价值，商业意外保险保证赔偿由于意外事故而关门造成的固定现金流入损失。为了防止意外事故而造成会员、顾客利益受损所引起的法律诉讼，我们还将购买一般责任保险。当然，中心管理人同会采取有关预防措施，如提供适当指导，给予必要的警告，同会员签署无责任条款合同等。中心的法律事务交由有丰富经验的法律事务所负责处理。

退出机制：

如果经营不善，可以向传统餐饮类转型，或转让或转租他人，或处理设备直接退出。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇十**

a、项目概况

显示屏安装结构框架为轻质钢架，在相应的梁柱部分采用化学铆栓铆固钢板作为承托结构，显示屏钢制框架与铆固定钢板连接;

电源经配电室由电缆传输至显示屏配电柜;显示屏配电柜安装在屏体框架内，由远程开关、plc程序控制器、空气开关、交流接触器、固态继电器和其他控制显示部件等组成。显示屏体与控制室之间采用cat5作为视频信号和各种控制信号传输的媒介;显示屏的控制计算机、视频设备等所有外部设备均安装在控制机房。

全过程包含以下环节：

显示屏深化设计与研发

显示屏设备的生产制造

金属框架的制作和安装就位

电源和通讯线缆的布设

显示屏和控制室设备安装

框架铝板包边装饰

系统调试、试运行和验收

b、项目组织

为使本项目达到合同约定的预期效果，项目组织以达到如下目标进行设计。

工期目标：根据合同确定的工期要求，充分做好生产、技术、人员和物料等方面的准备，保证按期交货到指定的地点完成相关设备的安装、测试。

质量目标：以合同相关技术指标和部分行业标准为原则，制定详细的质量保证计划，确保优质高效地履行合同。

安全目标：制订严密的安全保证措施杜绝一切人身、设备责任事故，保证安装施工期间零事故率。

文明施工目标：科学管理、有序生产、团结协作、多方配合、保护环境及原有设施、场地整洁。

环保目标：遵守国家有关环境保护的规定，确保不污染、不破坏现场环境。为确保上述目标的实现，我司成立由罗霖为组长的项目组，统一进行项目实施的组织和协调工作;现场工作由赵海金主要承担现场协调和设备安装调试工作，主要承担结构制作、包边装饰和其他电器安装工作。

各专业负责人及联系电话如下：

c、质量控制

质量控制目标科学管理、精心设计、严密组织、文明施工，确保工程质量优良。工程优良率达到100%，工程履约率达到100%，顾客满意度达到100%，工程一次验收合格率100%。确保工期目标实现：按业主要求的工期完成本项目的设计、供货、安装、施工任务。项目质量保证体系

通普公司以iso9001质量保证体系的要求对工程技术设计、制造、采购、物流管理、现场安装调试和项目售后服务的全过程进行严格控制，将整个系统工程的各个层次、各个阶段均实现预定的质量目标，最终满足项目质量目标的需要。

项目组长是项目质量工作的第一责任者，对项目实施过程开展全面的质量管理;开展项目过程质量基础教育，不断提高我方工程实施人员和其他项目参与人员的质量意识，以高质量的产品及施工对业主负责;认真落实岗位责任制和工程实施过程的技术交底措施;严格执行公司质量管理规章，严把材料采购、运输、检验等环节的质量关，确保原材料质量;设计变更、材料替代必须经过设计审核，并征得监理和业主同意后办理变更报批手续;建立各个层次的质量检查制度，实行过程控制质量一票否决制;按照iso9001体系要求，建立完备的质量记录，确保项目软硬件设备的质量可追溯性。品质量部及现场负责人有责任确保项目通过质量考核。

材料采购和配件加工管理

材料、设备采购和配件的加工发布严格按照合同和质量管理要求执行，制定采购和加工计划并严格执行，保证采购物品符合规定的质量要求，为生产打好基础。及时提交设备、材料的供应进度表，以便于业主、监理单位及时掌握工程进度，监督采购及加工质量，安排本项目的相关协同工作。所有的采购材料及产品符合国家有关技术规范与质量验评标准，成品、半成品具有合格证、厂方质保书或试验报告。经报验及监理单位认可后按时按质供应。

生产质量管理

严格质量管理，明确生产过程质量责任制，生产部经理对产品出厂质量负责。在品质部专职qc的监控下，实行上道工序对下道工序负责，下道工序是上道工序的质检员，发现问题及时解决。同时，品质部对原材料、制造过程和出厂产品负责质量控制、检验和测试，对工艺过程进行监督，及时发现和纠正采购和制造过程中出现的质量问题，确保检验和测试仪器的计量符合有关标准。

产品老化及检测管理

按照工艺要求的环境和方法对产品进行老化工作，产品老化期间有专人职守，认真填写老化记录，按合同规定的标准进行产品软硬件检验，按合同规定的标准对产品进行测试。

包装和运输

安装显示屏的结构材料、钢管架等使用专车按照城市相关的规定进行运输，显示屏屏体部件采用塑料袋、发泡聚乙烯和纸箱包装，确保设备在运输和存储环节的安全;所有的附属设备均采用原厂包装。采用柜式车辆运输，专人负责监督装卸作业和押运，确保所有产品在装卸和运输过程中的安全。

安装和调试

提前准备好设备安装所需的技术资料、安装规程、必要的技术力量、仪器设备和专用工具、设备等，指派具有丰富经验的安装现场工程师负责技术指导、质量监督、现场测量和质量控制;针对安装现场的难点和临时出现的问题，主动与业主协商，提出解决方案。重点控制安装工艺，重点核查显示屏箱体安装精度，做到牢固端正、部件齐全、安装位置准确，平整度及箱体间隙符合要求，保证安装质量和效果。安装完成后的屏体无划伤裂痕、色泽均匀。接受业主和监理方的监督、管理和指导，对安装过程中发现的供货及质量问题积极采取补救措施。对于安装施工所用的机械工具、设备、材料和系统设备材料及时运到施工工地，进场后进行必要的性能安全检查并派专人进行保管;施工期间随时对已经不必要的机械工具、设备、材料进行清理。

系统调试分为出厂前调试、设备安装后调试和系统试运行、竣工验收测试等。调试遵循招标文件技术规范和合同规定，投标人也将尊重业主提出的有关调试内容和方法的建议。系统安装完毕后，投标人安排具有丰富经验的工程技术人员分别对系统的配电、系统连接、结构安全、绝缘、接地、平整度等安全和外观质量进行自查;邀请业主和监理进行复查;由本项目组长最终确认后，进行全系统现场通电调试。

d、安装现场及安全管理

1、现场管理

严格按业主对施工现场有关规定的要求组织施工建设。服从业主和监理的统一管理。做到统一布置，统一安排。做好对安装调试人员文明施工的宣传教育，定期检查，认真记录。搞好施工现场的场容场貌，施工场地拉好隔离带、安全防护网。现场材料堆放合理，摆放整齐，插表持牌，各种材料不乱堆放，任意抛散，不污染周围环境，工作现场做到人走场清，工完料尽，垃圾和余料集中存放，及时外运。开工前，注意保护现场周围的其他设施，设置明显标志，采取相应之保护措施。电动机械加工、切割、焊接等相关区域的地板、墙面做好防护措施。对于能产生较大噪音的施工将集中10：00至14：00和15:00至20：00时段作业，以确保对周围环境的影响降到最低。

1.1电源施工：

敷设电源线：不在同室取电时须布设线管。室外布线由承包施工方负责隐蔽工程布管布线及开挖恢复等施工。施工中须避让其他管线并尽量减少施工面积。正在敷设的线路不得连接电源。安装负责人进行督导。

电源连接：首先确认供电端处于“分断”状态，必须自用电端开始连接(如设备开关或设备配电箱等)。检查用电端连接无误后方可连接供电端，首先连接保护接地，其次连接零线，最后连接相线。

电源连接后：检查用电端开关或设备配电箱电压，确认无误后“分断”电源。电源线须依颜色区分地线、零线及a、b、c等相线。无条件以颜色区分时，须在线端挂(套)固定标识区分。

1.2通讯线缆施工：

屏体和控制系统不在同室时须布设线管。室外布线、隐蔽工程、及开挖恢复等施工中须避让其他管线并尽量减少开挖面积。安装负责人进行督导。

1.3基础施工：

按照图纸要求施工。基础施工须与管线施工相互配合。安装负责人进行督导。

1.4钢结构施工。按照图纸要求施工。安装负责人进行督导。

1.5装饰及封闭、包边施工。按照图纸要求及客户确认的材料(含颜色)施工。安装负责人进行督导。

1.6设备安装

1.6.1散热设备安装：空调安装由供应商负责，要求安装通电即开机制冷运行，室外机稳固可靠，冷凝水排放符合环保要求。

1.6.2箱体安装：设备搬运。须配备充足人力，确保安全。注意保护设备，不得磕碰造成设备外观损坏。

准备工作：安装吊装挂件、滑轮、绳索或带锁止倒链葫芦进行提升;提升机构使用前必须检查稳固性和可靠性。准备足够的安全防护器材，安全帽、安全带等。进入施工现场必须头戴安全帽。高空作业必须系好安全带，并将安全带的尾绳就近扣在安全、牢靠的固定件上。

逐行就位：拆开箱体包装，利用吊装设施将箱体提升至钢架，按照箱体编号逐行就位，就位后的箱体立即进行预紧固，确保箱体稳定。经过调整后完成紧固，再进行上一行箱体就位。

调整：调整箱体发光面不平整度≦1mm，矫正箱体顶部水平面、侧面垂直面，调整箱体模组之间缝隙≦1mm。每行箱体调整前，须拉好水平线，按照水平线对箱体进行调整，调整后完成紧固。

1.6.3照明设备安装。照明电源不得随意布置，须布设金属或塑胶管线，灯具布置不得影响通行及安装维修作业。

1.6.4配电箱安装。配电箱安装须牢固可靠。保护接地可靠。

1.6.5设备暂时存放须保证安全，确保放置稳固，并防止水、灰、坠落物和其它外力侵害。

2、进度管理

根据施工总体进度做出分部具体施工进度计划表。严格控制各作业准时完成。合理安排施工进度与作业计划，均衡安排施工力量，减少因工序衔接出现的拖延现象，提高施工效率。

3、消防和安全管理

3.1工程实施进行全方位的安全管理以预防为主，任何行为都要对安全负责，严格遵守各项操作规程和技术规范，从意识上、技术上、装备上、管理上来保证人身和设备的安全。

3.2工程现场配备防火安全员，负责防火和安全工作，并按有关规定配置灭火器，采取防火措施。施工人员不得携带火种进入现场，杜绝施工人员在现场吸烟现象。严格执行现场用火制度，易燃材料(主要是漆类和纸箱)集中管理和存放，在临近使用前进场，并设有明显标志，使用后的余料及时撤出现场。使用焊接设备前向业主和防火主管提出申请，并清理场地;使用中设专人进行监督;使用后检查焊接场地和周围环境，确保不留火险隐患。

3.3场施工人员均购买意外伤害保险或工伤保险。加强施工现场的保卫工作，特别是贵重器材和设备保护，对贵重材料、工具及设备及时收回，妥善保管。布置任务与安全教育和提示同步，工序和过程交接必须有安全介绍和说明方面的内容。重视用电安全，所有设备机具均做接地保护，所有临时输电线路的配置符合安全标准和业主的规定要求，电缆穿越建筑物、通道等易受机械损伤场所加保护套管。任何人均有权指出施工现场的安全隐患，安全员负责落实相应的措施，消除隐患。

3.4高空安全

3.4.1作业时离开地面(或楼面)即为空中作业，离开地面(或楼面)1.5米可视为高空作业。

3.4.2使用登高器具时先检查并确保器具牢固稳定，登高人员须精神集中，现场其他人员不得呼唤正在登高人员，登高人员在移动中不得负重，攀爬时移动速度要慢，至少保持方式一只手和一只脚处于稳定状态。登高人员在室外遇风雨天气或照明不足时停止登高作业。

3.4.3作业人员在空中作业时，须正确使用安全带和安全帽，使用前须检查安全器具的完好性，不得使用具有安全隐患的防护用品。作业时不得将工具、部件等所有物品置于无约束状态，不得高空抛物。

3.4.4现场摆放的物品须稳固可靠，依托物必须是固定的。

3.4.5安装现场须配备安全员负责安全施工管理。

3.4.6重复使用的绳索、滑轮、支杆等须经安全可靠性检查，起吊物品时下方禁止人员停留和活动。起吊前须检查物品与挂钩的连接确保可靠，物品移动的路径中不得存在障碍物。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇十一**

为了推进西安“产业强市、文化名市”战略，理清文化产业发展思路，扎实完成文化产业发展的各项战略任务，不断提升城市影响力和综合竞争力，根据市委“”规划《建议》，制定本实施方案。

一、发展现状与趋势

“十x五”时期，是西安贯彻落实科学发展观，加快国际化、市场化、人文化、生态化进程的关键时期。积极推进西安文化产业快速、健康发展，是贯彻落实市委市政府经济社会发展战略，大力发展社会主义先进文化，不断满足人民群众日益增长的精神文化需求的重大举措。随着西安经济社会的快速发展，文化产业初步呈现出门类齐全、优势行业突出、成长态势良好、总体实力不断壮大的新格局。形成了包括广播影视业、文化艺术业、新闻出版业、文化旅游业、健身娱乐业、信息网络业、会展业、文化用品及相关文化产品的生产与销售等各种文化产业行业文化产业骨干门类突出，20xx年，以文化旅游业为主的文化休闲娱乐服务业增加值约占全市文化产业行业门类增加值(gdp)总和18%。按照国家制定的文化产业九大门类进行初步测算，20xx年西安文化产业各门类增加值的总和已达到62.2亿元，约占当年全市gdp比重的4.9%，其作为主导产业的重要地位逐年凸显，为文化产业的快速发展奠定了良好的基础条件。

从西安文化产业的比较优势和发展空间来看，文化产业已具备了更快更好发展的机遇。西安区位优势明显，文化资源丰厚，级别层次较高，个性特色鲜明。作为世界著名的旅游热点城市，文化服务和文化产品市场广阔，辐射能量巨大。高等院校和研究机构云集，文化人才储备雄厚。高新技术产业发达文化产业延伸、提升空间巨大。人均gdp已接近20xx美元，文化消费需求旺盛，市场增长潜力大。这些有利因素，为西安加快文化产业发展提供了后发优势、潜在动力和广阔空间。

二、发展思路和目标

(一)指导思想

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，认真贯彻落实党的xx大和xx届x中全会精神，牢固树立科学发展观和西安“国际化、市场化、人文化、生态化”发展理念，按照“产业强市、文化名市”战略，遵循市场经济规律和文化产业发展特点，坚持社会效益和经济效益统一，资源保护和开发利用并重，整体推进和重点突破相结合，进一步加大改革创新力度，整合优势文化资源，调整布局结构，完善产业政策，不断解放和发展文化生产力，推动文化产业持续快速健康发展，为我市经济社会全面发展提供强大的物质基础和精神动力。

(二)发展目标

“十x五”期间文化产业发展的总体目标是：围绕全市产业结构调整和城市功能分区，科学规划布局，创新发展模式，加大扶持引导，激活产业要素，提高发展质量，培育一批具有一定规模和特色的文化产业聚集带(区、优势文化行业和龙头企业，打造一批具有较高知名度和市场竞争力的文化品牌，建设一批具有较强示范带动作用的文化重点工程和项目，构建一个投资主体多元化、运营模式多样化的文化市场体系，形成一种符合文化产业发展趋势、与城市经济社会发展协调、资源利用效率高、整体实力不断壮大的文化产业新格局，实现文化资源大市向文化产业强市的转变，努力把西安建成一个具有较强文化竞争力的全国文化产业重要基地和国家级文化产业示范区，确保每年文化产业的增长幅度达到18%以上，到20xx年，全市文化产业创造的增加值(gdp)达到142.3亿元以上，占全市gdp的比重逐年增加到5.7%以上。

(三)总体布局

未来5-20xx年，西安文化产业的发展要按照“一带三区”的总体布局思路，创新体制，重组资源，优化结构，拓展空间，加快西安文化产业聚集带、聚集区建设,积极筹划影视、出版、动漫、会展、休闲健身等专业性功能园区，培育和壮大优势文化产业集群，着力打造一批强势文化产业品牌和文化产业集团，形成有先进的文化产业项目示范、有优势文化产业集群带动、有强大的文化产业辅助产业群支持的西安文化产业发展总体构架。

“一带三区”包括：秦岭北麓生态—文化旅游产业聚集带;曲江文化产业核心区;老城(唐皇城)区文化、商贸、旅游产业聚集区;临潼文化产业聚集区。通过这些文化产业聚集带、聚集区建设，加快构建我市文化产品品牌创意、设计、制作、营销等产业互动、联动的舞台，努力提高西安文化产业的行业集中度和空间集聚度，更好地发挥产业集聚和企业孵化功能，成为西安文化产业发展的亮点和示范基地。

三、发展重点

(一)以六大主要行业为重点，以文化产品创新为主导，统筹谋划，加快建设文化产业体系

1、广播影视业

广播电视事业要通过深化“三项制度”改革，不断增强活力，壮大实力。对国家允许的经营性资产、资源和业务逐步从事业体制中分离出来，转换机制，面向市场，开拓产业运作的新途径。尽快实现全市广播电视数字化，争取西安电视台尽早进入卫星传输，推进网络电视、移动电视等新业务，创新赢利模式，提高竞争能力。加快西安广电中心建设，力争20xx年投入使用使其成为西安的广电传播中心和影视制作中心，辐射带动相关产业发展。

以重大历史事件、重要历史人物、重要历史线索为主题，深入挖掘西安历史文化内涵。建立重大影视题材规划机构，有重点、分层次地科学选题;设立影视产业风险投资基金，使更多社会资本进入影视业;建设中国西部电影城等影视基地，做强“西安电影长安院线，延伸产业链，巩固扩大西安影视制作的影响力。积极发展影视动漫产业，以企业孵化、产品研发、生产制作、人才培训等为重点，逐步构建具有一定规模和实力的专业功能区。

2、文化娱乐业

积极推动各级各类专业艺术表演团体整合重组，聚合各文化艺术门类协(学)会、高校人文学科及研究机构的骨干力量，通过政府引导和市场化运作相结合，有效配置文艺生产要素，多出精品、多出人才、多出效益，实现产业化发展。大力扶持发掘西安文化资源、提升文化魅力的原创性佳作。依托名作、名人效应，与旅游、娱乐、收藏等关联行业有机融合，促进文艺产品的深度开发，拓展增值空间。以易俗社老剧场为基础，建立西安秦腔艺术博览院。依托唐代梨园遗址，建设西安梨园教场主题公园。开发利用西安地方戏曲、长安古乐、民俗文化等多种文化艺术资源，精心打造、包装一批集观赏、参与为一体的文化项目。未来5—20xx年，建设与城市品位相匹配、与市场需求相适应的 标志性文化设施：西安歌剧院、西安文化艺术大厦等，构筑一批高起点、高质量的文化展示、交流、消费平台。

借助北郊体育设施和休闲健身场所比较集中的条件，推动产业聚集，并以此为特色形成休闲、健身产业功能区。利用小寨及周边地区高校集中、文化设施项目较多的条件，培育和引导包括文化用品销售、电影超市、图书音像超市、健身娱乐、演艺展示、网络游戏、古玩名人字画市场、文化名人创意工作室、科学与文化艺术报告厅等项目集聚，构建综合性文化服务功能区，满足群众多层次的文化消费需求。

3、新闻出版业

以重要报社、出版社、期刊社为龙头，推动联合、协作或重组，对国家允许经营的部分实行市场化运作，形成集团化、规模化发展的新格局。积极引导社会资本按政策规定进入新闻出版领域，创新经营管理机制，壮大发展实力。加快西安新闻出版中心、西安印刷产业园、西安图书物流配送中心等基础设施项目建设。加快市新华书店股份制改革，筹划组建西安新华发行集团。积极进行体制创新，做大《西安日报》，做强《西安晚报》，不断提高主流媒体的核心竞争力和社会影响力。拓展《美文》办刊思路，巩固和提升其名刊地位。积极开拓音像、电子出版等新的领域，构成新的增长点。

4、文化旅游业

围绕“世界历史文化名城”和“秦岭北麓自然风景区”两大主题，立足于“华夏源脉、千年帝都、丝路起点、秦俑故乡”的形象定位，不断提高旅游产品文化含量，满足游客文化消费，打造具有世界影响的特色文化旅游品牌。通过文化资源挖掘和创意设计，集中打造城市中心区古都文化旅游板块、临潼区秦唐文化板块、秦岭北麓生态文化旅游板块、曲江盛唐文化旅游板块、泾渭氵产灞滨水休闲度假旅游板块以及周沣镐遗址、秦阿房宫遗址、汉长安城遗址、唐大明宫遗址等四大历史遗址板块等六大旅游板块，从而形成西安文化旅游的“金项链、新亮点，不断满足各层次中外游客的休闲、娱乐和审美需求。采取政府引导、多方融资、民间广泛参与、市场运作、有关部门积极推介的方式，有组织地开发高品位的旅游文化产品，提供丰富的文化娱乐项目，提高旅游业的文化附加值。

5、文物及文化保护业

以弘扬西安历史文化名城特色为核心，以建设国际旅游名城为目标，加快文物及文化保护业的规模化、市场化进程，形成具有一定规模，符合国际化标准，又有西安特色的文物及文化保护业体系小雁塔历史文化公园要建成集文物展示、文化交流、旅游休闲等功能为一体的西安旅游产业新亮点;乐游塬公园要建成以青龙寺遗址为中心的宗教文化景观和自然景观相融合的历史文化旅游胜景;高起点、高标准建设含元殿御道、大明宫遗址等一批历史文化遗址保护开发工程;以顺城巷改造、含光门遗址博物馆及护城河水景等建设工程相继启动为契机，逐步形成西安城墙、护城河、环城公园三位一体、辐射带动周边的旅游景观和城市名片。积极推动重要历史文化遗存申报世界文化遗产。

6、广告业

按照城市总体规划的要求和与城市景观美化相协调的原则，通过拍卖和公开招标等方式，盘活户外广告空间资源。借助网络、移动电视等新的投放媒介，增加新的广告服务形式。积极开展与海内外的交流合作，提升行业整体水平。加强行业自律，规范广告业市场秩序，制止恶性竞争，使之成为我市文化产业的重要支撑点。

(二)以构建“一带三区”为核心，形成多层次、多主题、多元化的文化产业新格局

1、文化产业聚集带

依托秦岭北麓天然、密集的生态—文化资源，突出山、水、林、泉与历史文化、宗教文化相融合的区位特色，重点对骊山、王顺山、翠华山、南五台、楼观台、朱雀及太平山这“六大名山”进行整体规划设计和包装推介，完善以生态文化旅游观光和休闲度假为主的配套设施和服务功能，建设生态—文化旅游产业聚集带，实现板块式发展。以秦岭野生动物园为中心区域，向东西两翼扩展，建设旅游观光、温泉沐浴、主题公园、度假酒店、旅游小镇等系列项目，辐射和带动这一聚集带整体快速发展。珍惜和保护区域内的森林、河流等生态资源，加大文物及民俗文化保护力度，坚决防止过度开发建设。

2、文化产业聚集区

——曲江文化产业核心区。充分利用大雁塔北广场、大唐芙蓉园、曲江海洋世界、盛世嘉年华等系列重大文化旅游产业项目建成后产生的巨大效应，进一步建设和完善以盛唐文化为特色的文化产业核心区。打造中国西部第一文化产业品牌，努力争取申报国家级文化产业示范区。加快建设曲江文化旅游、传媒、会展、娱乐、影视、创意、生态休闲等文化产业功能区和文化产业人才培育基地、旅游文化商品生产基地。通过各种文化产业功能区和文化产业基地的建设，加快资源整合，强化市场化运营，辐射带动其它特色文化产业项目和区域的发展，努力使曲江文化产业核心区成为可容纳就业20万人以上文化产业年产值过100亿的中国西部文化产业发展第一高地。

——老城(唐皇城)区文化、商贸、旅游产业聚集区。通过规划立法，有计划地稳步推进恢复唐皇城历史文化古城风貌，逐步强化该区域文化、旅游、金融、娱乐功能，形成历史文化氛围浓厚的文化产业聚集区。实施“皇城复兴计划，使唐皇城文化街区风貌、明城墙风貌、古民居风貌等景点景区和穆斯林民风民俗、地方风味小吃及百年老店集中安置区等有机融合为一体。按照建设文化产业聚集区和市内历史文化一日游精品线路的大思路，对碑林博物馆、湘子庙、钟鼓楼、城隍庙和西五台的周边，以及东大街和南大街商务街区等关联区域进行统一规划建设，实现历史人文景观旅游和现代都市商务观光游览的相互交融。

——临潼文化产业聚集区。加快临潼旅游区域配套设施建设，改善周边环境，努力提升旅游产品文化品位，挖掘、培育高质量的旅游文化延伸项目，促进各旅游景点景区之间的环线联接，加强区域及省际合作，全面提高其市场竞争力。以秦兵马俑、秦始皇陵、唐华清池等世界著名历史文化古迹为主体，以骊山、渭水等自然山水环境为依托，加快形成“四区一线两带五水”有机结合、旅游观光产品与休闲度假产品互补的大旅游文化产业格局(“四区”为秦文化旅游区、唐文化旅游区、仰韶文化旅游区和沐浴疗养区“一线”为沿旅游交通专线形成石榴自然生态观光旅游线“两带”为渭河滨水休闲度假及农业生态观光带和骊山自然风景观光带“五水”为发源于骊山北麓、流入渭河的五条水脉的水环境保护工程及衍生旅游项目)

(三)强化对优势资源和特色产品的策划、宣传，打造一批有较高知名度和较强市场竞争力的文化产业品牌

1、历史文化品牌

以周、秦、汉、唐的历史遗存为依托，精心打造以秦兵马俑、秦始皇陵、秦阿房宫等为代表的秦文化品牌;打造以汉长安城遗址、汉阳陵博物馆为代表的汉文化品牌;打造以唐华清宫、唐大明宫遗址、大雁塔等为代表的唐文化品牌;打造以碑林—书院门古文化一条街，莲湖历史街区、古城墙等为代表的历史文化散步道品牌;打造以东线一日游、西线一日游和市区一日游为代表的历史文化旅游品牌。

2、革命文化品牌

利用西安作为诸多近现代重大历史事件发生地和众多知名人物活动地的条件，与延安革命圣地紧密联结，着力打造以西安事变旧址、革命公园、八路军办事处等为代表的革命文化品牌，形成我市文化旅游新的增长点。

3、民俗文化品牌

深入挖掘和开发独具西安特色的眉户、古乐、曲艺、剪纸皮影、锣鼓社火、高跷芯子、方言歌谣以及礼俗、节会等民俗文化资源，推陈出新，继承发展，精心打造以长安古乐、户县农民画、北院门回民街坊、蓝田玉雕等为代表的独具西安地方特色的民间民俗文化品牌。

4.宗教文化品牌

挖掘西安地区的宗教文化资源，依托大兴善寺、大慈恩寺、兴教寺、华严寺、净业寺、草堂寺、香积寺、悟真寺等佛教祖庭，面向国内外佛教信徒和游客，以佛教历史文化为主题，开展形式多样的文化旅游活动，重点推出玄奘取经归来敕封仪式等文化产品。依托楼观台道教祖庭知名度，举办老子文化节和国际研讨会。开发八仙宫、重阳宫等道教文化旅游活动。以都城隍庙的复原重建，开发都城隍庙文化旅游产品。以回坊民俗风情街和清真寺为依托，开发回族风情和伊斯兰教文化体验旅游产品。大力开发适应市场需求的宗教文化旅游纪念品，形成一批有广泛影响和旅游吸引力的宗教文化品牌。

5、文化艺术品牌

精心编排推出大型历史舞剧《大秦帝国、秦腔歌剧《杨贵妃》和关中民俗风情舞台剧《风情长安，对《梦回大唐、《仿唐乐舞》等歌舞剧进行精加工，使其成为展示西安“秦风唐韵”魅力的艺术品牌。精心打造西安易俗社秦腔艺术博览院、西安“梨园教场”主题公园、西安秦腔剧院等知名文化艺术品牌。扶植壮大西安地区文学、书法、绘画、影视剧创作、戏剧表演等作家、艺术家队伍，推出一批有代表性的名剧作家、名书画家和名演员等，延续和提升“长安画派”和“文学陕军、“影视陕军”等品牌的知名度。强化西安地区历史学、考古学、城市规划等权威学科的建设，提升西安人文社会学科影响力。

6、休闲文化品牌

充分发挥现实文化资源优势继续扶持以大雁塔北广场、钟鼓楼广场、西部电子城广场、德福巷咖啡酒吧一条街等为代表的休闲文化品牌，进一步加快大唐不夜城、大唐西市、唐诗博览园、城隍庙广场等重大休闲文化产业项目的开发建设力度努力打造出一批具有西安古城特色的休闲文化品牌。

7、自然风光品牌

加大秦岭北麓各自然保护区森林公园的建设保护力度，加大泾渭浐灞等河流水系的生态建设和治理力度，加快渭灞三角洲、浐灞三角洲等水环境生态工程建设，精心打造以骊山、终南山、楼观台、朱雀、南太白、王顺山等森林公园和泾渭湿地、野生动物园、广运潭等为代表的自然风光品牌。

8、节庆活动品牌

进一步办好西安古文化艺术节、仿古迎宾入城式、城墙国际马拉松比赛、城墙灯展、西安丝绸之路国际旅游节、曲江论坛等重大节庆文化活动。积极创造条件，尽快开办西部电影电视节，国际文物文化艺术节、汉唐文化艺术节、曲江文化旅游节等节庆活动。

(四)以重点工程为龙头，加快建设一批体现西安特色，具有较强支撑、示范、带动作用的文化产业项目

1、西安城墙景区

该项目是包括西安火车站城墙复原、顺城巷改造、城墙艺术文化活动等在内的项目建设，以政府投资和招商引资为主，总投入117亿元。该项目的建成，将极大地丰富西安古城墙的文化内涵，使西安城墙、护城河、环城公园三位一体，交相辉映，成为展示西安魅力的城市名片。

2、秦始皇陵遗址公园

该项目以国家和省上投资为主，总投资5.5亿元。此项目的建设，将进一步实现对秦文化资源的深度开发，成为彰显秦文化特征文化与旅游完美结合的西安文化旅游新亮点。

3、大唐不夜城

该项目总投资30亿元。建成后,将形成重现盛唐文化特色的历史人文新景观和现代都市观光购物娱乐聚集的中国第一个“文化mall。

4、中国西部影视城

总投资30亿元，包括高科技影视公园、影视拍摄景区、休闲娱乐度假区、滨河生态别墅区、综合开发服务区和影视文化产业延伸区等子项目。建成后，将成为集影视创作、影视科技娱乐、观光旅游、休闲度假、影视艺术人才培训等为一体的西部最大的影视文化产业基地。

5、广运潭生态景区工程

总投资2亿元，由浐灞管委会投入。建成后，将形成集生态旅游、休闲度假、健身娱乐等为一体的西部最大的嬉水休闲娱乐文化产业。

6、大明宫遗址公园和含元殿御道修复工程

文化产业实施策划方案--策划书文化产业实施策划方案--策划书该项目以联合国科教文组织和国家文物局、市政府投资为主，总投资分别为2.72亿元和1.6亿元。该项目的实施，将形成集文、商、旅、餐为一体的较大规模的文化产业版块，从而成为西安世界历史文化名城的一个重要窗口。

7、乐游塬青龙寺遗址保护工程

该项目以政府投资和政府贷款为主，总投资1亿元。建成后，将形成彰显佛教文化特色,融旅游、休闲、观光于一体的典型示范区。

8、西安广电中心

该项目以政府投资和吸引外资为主，总投资5.1亿元。包括广电世纪园、西部明珠影视城、广电科技博览中心。建成后将成为西安广电传播和影视制作的重要基地和平台。

9、西安歌剧院和西安文化艺术大厦

建成后，西安歌剧院将成为西部地区档次最高的歌(舞)剧场和大型演艺活动中心，西安文化艺术大厦将成为集文化艺术创作、研究交流、展示展演、教育培训、消费娱乐为一体的综合性文化艺术场所，成为西安的标志性文化建筑。

10、户县农民画风情园及展览中心

该项目以招商引资和政府投资为主，总投资2.5亿元。此项目的建设，极大地提高户县农民画的知名度，推动户县农民画尽快实现产业化、走向国际化，成为社会效益与经济效益双赢的强势品牌。

11、关中民俗艺术博物馆

总投资6亿元，包括民俗文物展馆区、古镇游览区、休闲度假区等子项目。建成后，将成为集关中民居实物陈列、民俗文化展示展演、民俗风情体验、旅游休闲为一体的具有明清风格的民俗文化新亮点。该项目属民营企业，资金来源为招商引资。

12、阎良区航空文化主题公园

总投资3亿元，招商引资2亿元，政府投资1亿元。建成后，将形成以航空科技文化为主题的公园，辐射带动区域商贸旅游、观光度假、健身娱乐等行业，以科技文化为突出特色的文化产业功能区。

四、主要措施

(一)加强组织领导，强化科学决策

1、成立西安市文化产业发展领导机构，组织协调各职能部门研究制定文化产业发展目标、计划和相关政策，负责全市重大文化项目论证、布局、立项、投资、运营等的决策指导，研究解决文化产业发展进程中的重大问题。

2、成立由知名专家学者和实际工作者组成的西安市文化产业发展咨询机构，为政府制定文化产业发展战略、文化产业政策等提供咨询服务，提高政府统领文化产业发展的决策能力和水平。

3、加快建立西安文化产业数据库。按照国家《文化及相关产业分类》标准，建立完善我市文化产业的综合评价指标体系，加强对全市文化产业发展的动态分析和预测，提高决策的科学性、前瞻性和针对性。

(二)改革管理体制，创新运行机制

1、改革文化行政审批制度，清理和取消不必要的文化项目前置审批。理顺文化市场管理体制，整顿规范文化市场秩序，营造公平有序的市场环境。建立健全国有文化资产管理制度，加强对国有文化资产的监管。

2、全面推进公益性文化事业单位“三项制度”改革，加快推动经营性文化单位建立健全现代企业制度，重塑文化市场主体。整合文化资源，使文化资源的开发利用从部门所有向社会共享转变，促进文化生产要素的合理流动。

3、培育、发展和规范文化产业协会和具有一定社会文化管理职能的文化中介组织，充分发挥其管理、协调、组织、监督等作用，加快形成行业自律，推动文化产业健康发展。

(三)拓宽投融资渠道，建立多元化市场主体

1、盘活国有文化资产存量，提高国有文化企业的运营水平和效益，更好地发挥其在文化产业发展中的主导作用。

2、逐步放宽市场准入条件，拓宽投融资渠道，开放文化资本市场。积极鼓励、引导非公有资本以股份制、股份合作制、合伙制及个体私营等多种形式进入文化产业领域，并可在国家政策允许的范围内参股兼并国有文化企事业单位。探索建立文化产业投资公司、文化产业发展专项资金、风险投资基金、发行文化产业发展债券、资本市场上市等，进一步提高融资能力和投资效益，努力形成国有、民营等多种所有制企业平等竞争、共同发展的产业格局。

3、党报、党刊、电台、电视台等重要新闻媒体的经营部分剥离转制为企业时，在确保国家绝对控股的前提下，允许吸收社会资本;广播电视传输网络公司在广电系统国有资本控股的前提下，经批准可吸收国有资本和民营资本。

(四)强化政策引导，加大财税扶持

1、认真落实国家文化产业的各项政策措施，支持文化产业发展。对凡符合国家关于高新技术企业税收优惠政策规定的文化企业，可享受相应的待遇，并按15%税率征收企业所得税;对政府鼓励的新办文化企业，自工商注册登记之日起(20xx年1月1日至20xx年12月31日，免征3年企业所得税。对重大项目、特殊项目市政府将给予重点支持。

2、加大政府投入，设立文化产业发展专项资金。按照重大文化设施和重大文化产业项目的有关政策规定，20xx年市财政安排1000万元，从20xx年开始每年安排20xx万元，以后根据文化产业发展情况逐年递增，专项用于支持发展文化产业。专项资金的使用和管理由财政部门商有关部门制定具体办法。支持的方式，以项目投入和政策性投入为主，采取贴息、补助等形式，用于项目启动、文化设施和信息网络平台建设、高新技术改造等。对重大文化设施建设、重大文化产业项目实行地方配套资金补贴和项目前期经费补助。

3、允许投资人以商标、品牌、技术、科研成果等无形资产作价入股组建文化企业。

4、为生产重点文化产品引进先进技术或进口所需要的自用设备等，按现行税法规定，免征进口关税和进口环节增值税。对因自然灾害等不可抗拒或承担国家指定任务而造成亏损的文化单位，经批准，免征经营用土地和房产的城镇土地使用税和房产税。

(五)实施“走出去”战略，开拓国内外市场

1、广泛开展文化产业的推介、交流与合作，通过主办或参与各类文化产业(产品)博览、展示和研讨活动等途径，进一步加大对精品旅游线路、地方特色文化产品以及高科技文化产品等的宣传力度。

2、鼓励文化产业开拓海外市场，文化产品出口可按照国家现行税法规定享受出口退税政策。积极开展对外投资和跨国生产合作，构筑海外营销网，利用网络、外国代理商、开发直销、合作经销等多种手段，为西安文化产品走向世界开辟途径。

(六)加快培养引进，构筑人才高地

1、制定文化产业人才计划和人才兴业战略;创新用人机制，制定优惠政策，改革分配制度，建立文化产业人才激励机制。在文化产业发展专项资金中设立专项奖励基金，重奖文化产业领域各门类专业人才中绩效突出的核心人才和领军代表人物。

2、树立大西安的人才理念，充分挖掘和发挥西安地区高等院校高素质文化产业人才资源，积极引进海内外高级文化产业人才，构筑西安文化产业发展的人才高地。

3、建立文化产业人才交流中心，促进具有文化科技创新能力的智能人才、策划人才、经纪类人才等文化产业人才的良性互动、双向交流，为促进西安文化产业的后续发展提供人才保障，积蓄后发优势。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇十二**

时间：20xx年xx月xx日晚上16:30---21：30

地点：机械学院404教室

主题：“狂欢元旦，喜迎新年”

主办单位：16数控高专②班

协办单位：机械学院

目的：为欢庆20xx年元旦，发现优秀艺术人才，加强师生间的沟通，增强班级间凝聚力，给同学们一个真正展示自我风采和勇气的舞台，体现当代大学生的精神风貌。

特点：节目新颖、经典，集多种舞台表演形式(唱歌、跳舞、器乐合奏、朗颂、戏曲、小品)，溶亲情、友情、师生情于一体，对各位辛勤工作的老师致以节日的问候，祝愿他们桃李天下，竞放芬芳;对刚刚升入大学的08级新生致以热烈的祝贺，祝愿他们在未来的道路上“潮平两岸阔，风正一帆悬”。

晚会形式及内容：晚会的主要形式是文艺晚会，演出节目由学生报名参加，经筛选登记录用后方可上演，形式不限。晚会主要是文艺节目，可以使用各种活跃气氛的道具和横幅，也可以有互动节目。晚会中可以拍照和录像，来记录这一时刻，晚会结束后，相关文艺内容可以编辑成册，在系刊上发表。

创意阐述：

1.特色统一性：这是在升入大学以来音乐学两个班班团委组织下的第一台元旦联欢晚会。节目形式不限，歌曲，舞蹈，朗诵，相声小品，乐器演奏，戏曲等均纳为主题，内容清新向上。服装、饰品、鞋等任何一方面都可以有所表现。

2.加强互动性：以节目单为主，先报上固定的节目和表演者，晚会上穿插几个互动性节目，抽到号的同学上来表演。如“模仿秀”(招募舞蹈才能者示范几种舞蹈基本功，也可带简单道具)。

3.扩大参与性：邀请一些知名人士参加，比如：老师、学生会干部、班组长、友人，也就是特邀嘉宾。

4.丰富欣赏性：所有节目的筛选将本着“自愿、公平、公正”的原则进行，参与节目者和节目单要经过严密的审核，固定节目数量控制在20个左右。一些有自己节目才能的学生，都可以有一个专门展示自己才华的机会。个人表演、组合表演都可以。

晚会流程：

1.班主席为晚会致词并宣布晚会开始

2.晚会正式开始(具体内容略)

3.主持人宣布整场晚会结束

4.邀请嘉宾对晚会的举办作评价

晚会组织机构

①晚会总策划、总负责人：刘焱张鑫刘金砺

②管理账目：王健

③节目组：张鑫刘金砺

④后勤保障组：王健江亮亮刘猛

⑤宣传组：李自彪刘凌-锋

⑥保安礼仪组：汤涛方江凯

各任务组主要工作安排

(1)晚会总策划、总负责人：负责确定晚会邀请的嘉宾并且及时送出请柬。负责节目负责人的会议安排负责邀请嘉宾代表对晚会的举办给予评价。负责把所有嘉宾安排在前两排就座，成为晚会的主角色。

(2)管理账目：负责所购物品的登记和账目管理。

(3)节目组：晚会节目将本着“新颖、有趣、多样”的原则，在题材、内容，质量上下功夫，以确保各节目之间的衔接自然流畅，并使整场晚会受到观者的欢迎与好评。

①负责整台联欢会的节目组织与保障。规定节目数量并安排演出顺序，督促和指导各节目编排。

②晚会时间预测。每个节目需要多长时间，每个板块需要多长时间，整场晚会需要多长时间。

③负责联欢会的节目彩排、正式演出的统筹规划与实施。

④负责中场互动节目的策划安排。

(4)后勤保障组：本着勤俭节约的原则，高水平、高质量，圆满地做好联欢会的后勤保障工作。

①负责收齐班费，购买联欢会所需物品，购买物品时要索要发票，回来登记报账。

②负责晚会当日准备好会场服务物品(水杯、茶叶等)，并接待好特邀嘉宾。准备好垃圾袋(箱)，监督维护场内卫生，庆祝结束后，负责清扫全常

(5)宣传组：利用各种方式做好整台联欢会的内外宣传工作。

①负责相关文件和节目单的制作与分发。

②负责书写主题文字和横幅、标语、展板的制作。

③负责安排班内媒体照相与录像等留念工作。负责联欢会全纪录。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇十三**

随着经济不断的发展，人民的消费观念也逐渐开始发生了变化。以前很多人只要一有钱就存在银行里，而不是花出去。到现在居民的消费观念开始变化，很多人已经开始将手中的闲钱构建自己更好的生活了。旅游就是居民消费的另一增长点，发展旅游对扩大内需有着巨大的作用。现在名山大川的旅游资源都已经被开发殆尽，我们应该发展新的旅游资源，乡村旅游成为了其中发展的很重要的组成部分。

乡村旅游，以农民为市场经营主体，以农民所拥有土地、庭院、经济作物和地方资源为特色、以为游客服务为经营手段的农村家庭经营方式。换言之，乡村旅游是以乡野农村风光和活动为吸引物、以城市居民为目标市场、以满足旅游者娱乐求知和回归自然等为目的的一种旅游方式。无论如何理解，乡村旅游作为一种旅游形式，其在旅游业中的产业关联带动、吸纳当地就业和促进改革开放、脱贫致富等诸多方面，都能够发挥独特而显著的作用。

西沟生态村简介:

西沟生态村位于两省(河南、山西)、三县(辉县、修武、陵川)交界处的薄壁镇境内，面积20平方公里，平均海拔在800---1500米之间。森林覆盖率95%，河水流径10余公里，是国家级重点生态林和太行猕猴保护区。

西沟生态村主要特征是：高山林立、奇峰怪石;峡谷万丈、壁立陡峭;泉涌溪流、瀑大潭深;古树参天、鸟语花香;野果遍坡，桃梨满园;深秋时节，红叶漫山;名贵药材，亨誉中原;自然冰雕，别有洞天。生态村内现有景点：潭头瀑布、西沟四级瀑、龙浴湖、黑龙洞、黄龙潭、龙王寨、青苔岩、小寨河、千年龟石、香炉石，还有众多奇峰待命名，这里集雄、秀、奇、幽于一体，揽山、水、林、洞于一沟。专家赞誉西沟生态---贵在原始，美在天然----。

一、项目背景分析

旅游产业的发展必须依赖于一定的旅游资源。旅游资源虽包罗万象，但无外乎自然资源和人文资源两类。我国众多的旅游胜地中，有的以自然资源突出为特色，有的以人文资源突出为特色。随着人们思维方式和审美情趣的改变，自然资源成了旅游中最具魅力的优势资源，并直接影响着该地区经济的发展。而西沟生态村却隐藏着与世隔绝的自然资源。

(一)国家对旅游产业开发的政策形势

当前国家正在大力提倡发展旅游产业，争取把中国发展成为旅游强国，目前我国旅游产业的规模位居世界第7位，但与世界旅游强国还有很大差距，发展旅游业已经成为我国一项基本产业政策。为适应加入世贸组织的要求，中国旅游业将尽快改变政府的主导地位，变政策调节为市场调节，以加速与国际旅游市场的接轨步伐。

(二)国际国内旅游业发展的趋势

1.21世纪世界旅游的发展对景区内涵提出了新的要求。众多旅游专家一致认为，生态、绿色、极限、人与自然、度假、文化、体育等将是未来旅游业的主题。

2.中国旅游景点的开发将从以政府为主导转变为以市场为主导。

3.旅游市场越来越呈现出细分化的特点。

(三)西沟生态村资源开发现状分析

1.成功点

(1)对自然生态环境的保护良好(景区内的水、空气、植被等未受污染和破坏)

(2)近三年来具备一定的知名度(在河南省内)

2.不足点

(1)配套设施几近空白(住宿、饮食、娱乐等设施匮乏)

(2)景区自然景观尚未开发(峡谷内没有步道和安全保护);

(3)景区运营机制未制定(国家所有国家开发的运行模式难以适应市场需求);

(4)尚未市场定位。

(四)景区旅游资源优劣势分析

1.优势

(1)景区有丰富的水资源，适合开展一些水上项目，;

(2)峡谷内有多处适合速降和攀岩运动的天然石壁;

(3)具备良好的植被覆盖，生态环境良好;

(4)景区内有林果种植特色农业。

2.劣势

(1)景区内峡谷较窄，地势复杂，汛期水大无路可行。

(2)景点地理位置相对较偏，交通不便。

二、西沟生态村总体开发规划原则

坚持保护生态、倡导环保，实现可持续发展的原则

坚持突出特色的原则

坚持传统特色与现代理念相结合的原则

坚持统筹规划，分步实施的原则

坚持在保护环境的前提下追求最佳社会效益和经济效益的原则

三、景区远景规划目标

建设成为“河南著名、全国知名”的生态休闲避暑度假区 ;

1.发展特色运动，如短矩离剌激漂流、拓展等，使自然景区成为河南知名的野外拓展训练基地;

2.成为河南省乃至全国知名的青少年生态环保教育基地。

3、建一个世外桃园。

四、阶段性开发规划

(一)第一阶段：立足景区现有景点，完善基础配套设施，开发乡村旅游，加大营销力度，实现景区游客量的较大增长。

1.在景区内统一规范若干个农家旅馆

2.在景区附近建设一座集住宿、餐饮、停车、娱乐于一体的宾馆;(潭头、平甸)

3.对景区内现有游览线路上的泥石路、栈道进行改造或新建;

4.沿游览路线开设数个游客休憩亭，兼营饮品、副食和地方特色小吃;

5.新建景区内的邮电通讯、水电等基础设施;

6.新建景区内的简便医疗点一个、生态环保厕所若干间;

7.建一烧烤一条街

8.设置两处篝火场。

9.开发乡村旅游(农家乐项目)

考察国际上流行的绿色旅游、旅游农业等不同的旅游方式，其实质都是以生态农业、生态林业为背景或载体、人们环境保护意识和旅游回归自然的生活质量意识的加强而发展起来的。因此，大力发展乡村旅游对生态环境的保护尤为重要，应视为取得发展的根本要求和基本保证。如新加坡为了对有限的土地进行综合开发和高效利用，有关部门将高科技引入农业并与旅游事业相结合，兴建了10个农业科技公园，游人不仅可以漫步其中，而且可尽情品尝，如同生活在仙境中，让人大饱眼福和口福。还有日本的观鸟旅游和观光农园及务农旅游、马来西亚的农林旅游区、澳大利亚的牧场旅游、美国的农场旅游、法国的远离城市的绿色旅游、意大利的乡村度假旅游、德国的“森林轻舟”旅游等等。乡村旅游的内容涵盖了上述多种旅游方式，甚至比其更为广泛。

在我们国家，有很多的有特色的乡村遗留下来，特别是像安徽宏村、湖南凤凰村这样的乡村，在全国旅游中都是很重要的、很有名气的乡村。我们重点发展乡村游也是符合旅游发展的客观规律的，相信随着时代不断的发展，乡村旅游又可以成为带动国国民经济发展的一个重要组成部分。即为国家经济作出贡献，又陶冶了城市人的情操，还增长了农民的收入，三管齐下，我们一定要把乡村旅游做到最好!

(本文素材来源于网络，如有侵权，请联系删除。)

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇十四**

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、\*\*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屉的黄金时期，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)相关括动的费用。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

根据展会的办展宗旨和办展目标，在上述分析的基础上，针对存在的问题，提出要办好该展会所需要具备的其他条件和需要努力的方向。

(三)《展会项目立项可行性研究报告》的写作要求

《展会项目立项可行性研究报告》是办展机构进行决策是否要举办该展会的重要依据，因此，《展会项目立项可行性研究报告》的写作必须做到材料真实充分，分析客观科学，判断准确有理。

1、市场环境分析

市场环境分析是展会立项可行性分析的第一步，它是根据展会立项策划提出的展会举办方案，在已经掌握的各种信息的基础上，进一步分析和论证举办展会的各种市场条件是否具备，是否有举办该展会所需要的各种政策基础和社会基础。市场环境分析不仅要研究各种现有的市场条件，还要对其未来的变化和发展趋势作出预测。使立项可行性分析得出的结论更加科学合理。

市场环境分析是从计划举办的展会项目的外部因素出发来分析举办该展会的条件是否具备;展会项目生命力分析则是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会是否有发展前途。分析展会项目的生命力，不是只分析展会举办一届或两届的生命力，而是要分析该展会的长期生命力，即要分析如果本展会举办超过五届以上，本展会是否还有发展前途的问题。

2、展会项目生命力分析

市场环境分析是从计划举办的展会项目的外部因素出发来分析举办该展会的条件是否具备;展会项目生命力分析则是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会是否有发展前途。分析展会项目的生命力，不是只分析展会举办一届或两届的生命力，而是要分析该展会的长期生命力，即要分析如果本展会举办超过五届以上，本展会是否还有发展前途的问题。

3、展会执行方案分析

展会执行方案分析是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会项目立项计划准备实施的各种执行方案是否完备，是否能保证该展会计划目标的实现。展会执行方案分析的对象是该展会的各种执行方案，分析的重点是各种执行方案是否合理、是否完备和是否可行。

需要强调的一点是，对展会基本框架进行评估，重点不是分析构成展会基本框架的某一个因素的策划安排是否合理和可行，而是从总体上分析展会基本框架是否合理和可行。因为，尽管对构成展会基本框架的每一个因素的策划安排可能是合理和可行的，但由这些因素所构成的展会基本框架从总体上看却可能是不合理和不可行的。所以，要避免这种“个体合理，群体冲突”现象的出现，对展会基本框架进行评估就十分重要。

4、展会项目财务分析

展会项目财务分析是从办展机构财务的角度出发，分析测算举办该展会的费用支出和收益。展会项目财务分析的主要目的是分析计划举办的展会是否经济可行，并为即将举办的展会指定资金使用规划。

5、风险预测

从展会立项可行性分析的角度看，风险就是办展机构在举办展会的过程中，由于一些难以预料和无法控制的因素的作用，使办展机构举办展会的计划和举办展会的实际收益与预期发生背离，从而使办展机构举办展会的计划落空;或者是即使展会如期举办，但办展机构有蒙受一定的经济损失的可能性。

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

根据展会的办展宗旨和办展目标，在上述分析的基础上，针对存在的问题，提出要办好该展会所需要具备的其他条件和需要努力的方向。

三、《参展说明书》的写作

(一)《参展说明书》的概念

办展机构在确定了展会的有关日期安排，指定了展会承建商、展会运输代理和展会旅游代理以后，就可以着手编制展会的《参展说明书》了。

《参展说明书》是办展机构将展会筹备、开幕以及参展商参加展会时应注竟的其他问题汇编成册，以方便参展商进行参展准备的一种小册子。编制参展商手册是展会筹备过程中的一项基础性的工作。

(二)《参展说明书》包含的主要内容及写作要求

从某种意义上讲，参展说明书是帮助参展商进行参展筹备的纲领性文件，也是办展机构对展会布展、展览和撤展等各环节进行有效管理的指导性文件，参展商手册所包含的内容涉及到举办展会的各个环节。

一般来说，参展说明书主要包括以下几方面的内容：

(1)前言。主要是对参展商参加本展会表示欢迎，说明本手册编制的原则和目的，提醒参展商在筹展、布展、展览和撤展等环节要自觉遵守本手册的相关规定等。前言一般都很简短，言简意赅。

(2)展览场地基本情况。包括展馆及展区平面图、至展馆的交通图、展览场地的基本技术数据等。绘制展馆及展区平面图时，要注意标明展馆各种服务设施所在的位置、展区和展位划分的详细情况、展馆内部通道和出人口等;在绘制至展馆的交通图时，要注意标明展馆在该城市的具体位置、到展馆可以利用的各种主要交通工具和交通路线、各指定接待酒店在该城市的具体位置等;对于该展览场地的基本技术数据，要清楚准确地列出地面承重、馆内通风条件、货运电梯容积容量、展馆室内空间高度、展馆入口高度和宽度、展馆的水电供应状况等。对展览场地基本情况的介绍。对于帮助参展商准确地找到展馆和自己的展位，进而进行展位搭装和布展有着很好的指引作用。

(3)展会基本信息。包括展会的名称、举办地点、展览时间、办展机构、展会指定承建商、指定运输代理、指定旅游代理、指定接待酒店等。对于办展时间，要具体列明展会的布展时间、开幕时间、对专业观众和普通大众开放的时间、撤展时间、布展撤展加班时间等，对以上时间尽量精确到小时;对于办展机构，要具体列明展会的主办单位、承办单位、支持单位和协办单位等;另外，还要具体列明各办展机构、展会指定承建商、指定运输代理、指定旅游代理、指定接待酒店等的详细联系地址、联系电话、传真和联系人，如果有网址和e—mall也最好能公布，以便参展商在需要的时候方便联系各有关单位。

(4)展会规则。就是展会要求参展商和观众等参加展会时所必须遵守的一些规章制度，包括：展会有关证件使用和管理的规定、展会现场保安和保险的规定、层位清洁的规定、物品储藏的规定、现场使用水电的注意事项、现场展品销售的规定、消防规定、知识产权保护规定、现场展品演示的注意事项等。展会规则是所有与会人员必须遵守的一些制度，对展会现场管理和维护现场秩序十分重要。

(5)展位搭装指南。是对展会展位搭装的一些基本要求和说明，主要包括标准展位说明和空地展位搭装说明等。由于所有的标准展位的基本结构和配置都是一样的，所以“标准展位说明”主要是对展位的标准配置作出说明，列明参展商使用标准展位的注意事项，

提出如果参展商需要增加非标准配置以外的其他配置的处理办法等。

“空地展位搭装说明”主要是对参展商搭建空地展位作出的一些规定和要求，如使用材料的要求、动火作业的规定、消防安全的规定和铺设电线的规定等。层位搭装指南对指导参展商顺利、安全地搭装展位和布展有较大帮助。

(6)展品运输指南。是对参展商将展品等物品运到展览现场所作的一些指引和说明，主要包括海外运输指南和国内运输指南等。不管是海外还是国内运输指南，都要对展品等的运输方式和运输线路、各种货品的交运和文件提交的期限、货运文件的准备和交付、收费标准、包装、海关报关、回程运输、可供选择的自选服务等作出具体说明。展品运输指南对帮助参展商及时安排展品等物品的运输有较大的作用。

(7)会展旅游信息。是对解决参展商及观众等参加展会期间的交通、吃、住、行等需要和展会前后的旅游需要等作出的一些说明。会展旅游信息要详细地列出各指定接待酒店的档次、协议优惠价格、地址、联系电话和传真以及联系人、与展馆的距离等，要列出海外观众和参展商入境的签证办法、会展期间及前后可供选择的商务考察和观光休闲旅游的线路和安排等。会展旅游信息主要是为了方便参展商及观众的日常生活服务的。

(8)相关表格。是有关参展商在筹展和布展过程中需要使用的各种表格，主要包括展览表格和层位搭装表格两种。展览表格主要有贵宾买家服务表、聘请临时服务人员申请表、额外工作证。

和邀请卡申请表、研讨会和技术交流会申请表、刊登会刊广告申请表等。

参展说明书编制成功以后，可以印刷成册，在展会开幕前适当的时间寄给参展商，也可以将其内容发布在展会的专门网站上供参展商阅览和下载，如果展会有海外参展商，还要将参展商手册翻译成外语文本。

(三)《参展说明书》的作用

《参展说明书》主要是为方便和指引叁展商顺利进行筹展、布展、展览和撤展等服务的，它不仅对参展商进行参展筹备有着十分重要的指引作用，也对办展机构对展会的布展、展览和撤展等各坏节进行有效的现场管理有很大的帮助和影响：

1、参展说明书对参展商的指引作用。参展商手册分别对展览场地、展会基本情况、展会规则、层位搭装、展品运输和会展旅游等作出详细的说明，参展商在得到参展说明书以后，就可以按照该说明书的指引对叁展的各项准备工作进行筹备，如安排展品的运输、准备展位的搭装材料和设计等;在展会布展现场，参展商将按该说明书的有关要求进行展位搭装和布展，避免布展期间的盲目和违规;在展览期间，参展商可以按该说明书的要求布置展品演示;在撤展期间，参展商可以按照该说明书的指引有条不紊地撤展;展会结束后，

参展商还可以按照该说明书的指引选择适合自己需要的会展旅游。在参展说明书的指引下，参展商可以更有效地准备和完成参加展会各工作环节的各项事务。

2、参展说明书对展会现场管理的作用。参展说明书对展会在筹展、布展、展览和撤展期间的各项规定，不仅有利于指导各参展商按规定办事，也有利于办展机构按该手册的规定监督展会现场的各种事宜，并按手册的规定为参展商提供各种服务。参展商手册是办展机构对展会筹展、布展、展览和撤展等环节进行现场管理的重要依据之一，它为展会各阶段制定了大家必须遵守的行为规范，有利于办展机构按此规范对展会各环节的现场进行管理。

3、参展说明书对观众的作用。除了对参展商的指引和对展会现场管理的作用外，参展说明书对展会观众也能起一定的作用。比如，手册对展馆平面图、馆内服务设施分布图、交通路线、指定接待酒店和展会开放时间的说明，就对观众参观展会有较大的帮助。

观众在展馆交通路线图的指引下可以更方便地达到展馆，在馆内服务设施分布图的指引下可以找到自己需要的服务提供点，可以享受展会指定接待酒店的优惠价格待遇。在展会开放时间说明的指引下可以合理地安排自己的参观时间等等。

一般来说，展会的观众有很大一部分是各参展商自己邀请来的，参展商一般都会将上述信息通知其邀请的观众，这样，参展说明书对观众所起的作用将更大。

四、编制《参展说明书》的基本原则

从参展说明书所起的作用我们可以看出，参展说明书是展会筹备过程中的一个重要文件。要让参展说明书在展会筹备过程中切实地起到上述作用，在编制参展商手册时，我们必须做到：

第一、实用。参展说明书所包含的内容必须是对参展商进行筹展、布展、展览和撤展等有较大的指引作用，或者是对办展机构对展会筹展、布展、展览和撤展各环节进行管理有较大帮助，或者对参展商邀请其老客户来展会参观有辅助作用，否则，该内容就不能进入参展商手册。

第二、简洁明了。参展说明书对各方面内容的说明和叙述应该简洁，文字不要太多，篇幅不要太长，能说明问题就行;参展说明书对各方面内容的说明和叙述必须准确、具体，让人看得明明白白，不能让人看不懂，更不能让人产生歧义。否则，在展会筹展、布展。

展览和撤展等环节的具体执行中就会引起争议，既不利于参展商展出，也不利于办展机构对展会现场进行管理。

第三、详细全面。对于参展说明书提到的各项内容要尽量详细，如对布展和撤展加班时间的规定可以具体到小时和分钟，对各种表格的返回最后期限的规定具体到某月某日等等，这样更有

利于展会具体操作和管理;对于参展说明书提到的各项内容要做到没有遗漏。

如对展览场地基本情况的说明中，对展馆人口的高度和宽度、对展馆的地面承重能力、对消防的注意事项等要一一列明，不能遗漏，否则，现场操作就会出现问题，比如，如果没有提到展馆入口的高度和宽度，就有可能会使一些较大较长的物品进不了展馆。

第四、美观。参展说明书的排版和制作要美观大方，印刷讲究，尽量不要出现错别字和其他印刷错误;参展说明书的制作和用纸与展会的档次和办展机构的品牌与声誉相符，不能让人产生不好的联想。

第五、专业。参展说明书的遣词造句要符合行业习惯和规范，要使用行业熟悉的语言，所涉及的术语要规范，不能想当然地使用一些行业比较陌生的词语;内容编排要符合参展商筹展的筹备程序，不能让他们翻来覆去地寻找自己需要了解的内容。

第六、国际化。如果展会是国际性的展会，或者展会有向国际化方向发展的打算，那么，参展说明书的内容编排和制作也要尽量做到符合国际参展商的需要，如除要有中文的文本外还要有外文的文本。外文文本的参展说明书，其翻译一定要准确，因为海外参展商就是根据该说明书来筹备各项参展事宜的;如果翻译不准确，将会给他们带来极大的不便。

**建设项目策划书案例 项目策划书免费下载篇十五**

一、指导思想和原则

指导思想：以重要思想为指导，坚持以人为本，按“讲政治、保稳定、促发展”的要求，在城区建筑施工现场发生安全事故时，能以最快的速度、的效能，有序地实施救援，限度减少人员伤亡和财产损失，把事故危害降到最低点，维护城区安全和稳定。

原则：迅速应急、统一指挥、分级负责、单位自救与社会救援相结合。

二、应急预案启动涉及的事故内容与适用范围

本预案适用于城区发生的建筑施工安全事故潜在事件和紧急情况时的应急控制。当施工场区内发生下列情况之一时，应急救援领导小组开始工作，应急救援预案启动：

(一)、场区火灾;

(二)、深基坑开挖塌崩;

(三)、高支模支架塌陷;

(四)、高耸设备设施倾倒;

(五)、触电事故;

(六)、交通事故;

(七)、围墙垮塌;

(八)、高处坠落;

(九)、脚手架倒塌;

(十)、机械伤害;

三、应急预案启动前提

施工场区发生重大事故前兆或事故发生评估预测为：

(一)、死亡数在1人以上;

(二)、直接财产损失在1万元以上;

(三)、对施工场区外的影响有明显的破坏或人身伤亡。

四、应急预案的启动和响应

当事故的评估预测达到启动应急预案条件时，由应急总指挥发出启动应急反应预案令。由应急总指挥、事故现场操作副总指挥同时启动应急反应、建设单位一级应急反应行动组织和项目经理部二级应急反应行动组织。按应急预案的规定和要求以及事故现场的特性，执行应急反应行动。根据事态的发展需求，及时启动协议应急救援资源和社会应急救援公共资源，限度地降低事故带来的经济损失和减少人员伤亡。

五、城区建筑施工安全事故应急组织和职责：

(一)人员组成：

组织指挥组：

通信联络组：

应急行动组：

(二)职责：

1、组织指挥组

组织指挥组接到事故单位报告后，负责应急与响应的组织领导工作，协调各相关应急单位和应急小组的应急与响应行动。

2、通信联络组

接受组织指挥组的指令，迅速与相关部门取得联系通报情况。

(1)、通讯体系：

应急预案中必须确定有效的可能使用的通讯系统，以保证应急救援系统的各个机构之间有效地联系。建立有效的通讯体系，其体系应考虑的因素有：

a、应急人员之间;

b、事故指挥者与应急人员之间;

c、应急救援系统各机构之间;

d、应急指挥机构与外部应急组织之间;

3、应急行动组

负责迅速到达事故现场展开调查，及时通过通信联络组向组织指挥组和相关部门通报情况。

六、应急措施

(一)、应急措施处理程序图

(二)、应急措施处理程序

1、建筑安全事故发生后，组织指挥组应立即启动应急预案和响应计划，向各小组下达配合、协调抢救指令，随时掌握各组最新动态并做出最新决策，要求所有应急人员行动迅速有效。

2、通信联络组迅速与相关部门取得联系，第一时间向建设局、公安、消防、医疗、市建设局、市建筑安全监督站等相关部门报告，通报情况;并及时将事态的发展向组织指挥组报告并将组织指挥组的指令向各抢救部门传达。

3、应急行动组迅速到达事故现场，积极协调、指导相关方展开抢救救助工作，并及时通过通信联络组向组织指挥组和相关部门报告现场情况。

4、采取有效措施防止事故扩大，保护事故现场，需要移动现场物品时，应当做出标记和书面记录，妥善保管有关物证。

5、对事故过程中造成的人员伤亡和财物损失做收集统计、归纳、形成文件，为进一步处理事故的工作提供资料，并按照国家有关规定及时向有关部门进行事故报告。

6、对应急预案在事故发生实施的全过程，认真科学地作出总结，完善预案中的不足和缺陷，为预案的完善提供经验和依据;

7、依据有关规定，对事故过程中的功过人员进行奖罚，妥善处理好在事故中伤亡人员的善后工作，尽快组织恢复正常的生产和工作。

七、应急预案的培训与演练

城区各建设单位及施工企业应经常组织紧急救援知识和救援措施培训，每年组织一次演练，城区建筑施工安全应急救援指挥部应积极指导、协调和督办各单位应急预案的培训与演练。

(一)、应急反应培训

应急预案和应急计划确立后，按计划组织管理部门和施工场区的全体人员进行有效的培训，从而具备完成其应急反应任务所需的知识和技能。

1、一级应急组织每年进行一次培训。

2、二级应急组织每半年进行一次培训。

3、新加入的人员及时培训。

培训的内容：救援器材的使用训练、个人的防护措施、对危险源的突显特性辩识、事故报警、紧急情况下人员的安全疏散、各种抢救的基本技能、应急救援的团队协作意识。要通过演练，使应急救援人员明确“做什么”、“怎么做”、“谁来做”及相关法规所列出的事故危险和应急责任。

(二)、应急反应演练

应急反应预案和应急反应计划确立后，经过有效的培训，应做到管理部门人员每年演练一次，施工场区人员开工后演练一次，不定期举行演练，施工作业人员变动较大时增加演练次数。测试预案和计划的充分程度、应急培训的有效性和应急人员的熟练性、现有应急反应装置、设备和其他资源的充分性，提高与现场外的事故应急反应协作部门的协调能力，通过演练来判别和改进应急预案和计划中的缺陷和不足。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找