

# 目 录

1 广交会参展背景介绍 .....	1
1.1 公司双语介绍 .....	1
1.2 广交会背景双语介绍 .....	2
1.3 参展目的 .....	2
1.4 行业分析 .....	3
2 参展前的准备工作 .....	4
2.1 人员安排 .....	5
2.2 外商客户邀请 .....	7
2.3 展位申请 .....	8
2.4 展品选择 .....	11
2.5 展位布置 .....	12
2.6 产品双语宣传画册设计 .....	14
2.7 经费预算 .....	14
2.8 注意事项 .....	15
3 参展中的具体实施 .....	16
3.1 展中服务与接待 .....	16
3.2 展中宣传 .....	18
3.3 商务洽谈 .....	20
3.4 撤展及仓储 .....	21
4 参展后的跟进联络 .....	22
4.1 联系客户 .....	22
4.2 跟进客户订单 .....	24
参考资料 .....	26

# 广州慕紫有限公司 2024 年秋季广交会参展方案设计

## 1 广交会参展背景介绍

随着中国的服装产业在世界市场上的竞争力越来越强，外贸产品市场也越来越大，因此本公司计划参加 2024 年广交会，向海外开拓市场，推销产品，树立和宣传公司形象，提高企业和品牌知名度。我本次设计的参展方案分为四个板块，分别为广交会参展背景介绍，参展前的准备，参展中的具体实施，展后的跟进联络。

### 1.1 公司双语介绍



图 1-1 公司 Logo

广州慕紫服装有限公司成立于 2009 年，以“时尚中国风”为自主开发设计，是集设计、生产、销售集于一体的现代化服装公司，至今已经有十多年的历史，与 300 多家外国公司及工厂合作，产品已远销美国、英国、澳大利亚、日本等国家。“云思木想”电商品牌于 2013 年 9 月正式上线，开始原创之路，因独特的腔调与极好的口碑，迅速获得第一批中外忠实顾客的追捧，经验丰富的设计师团队，尤其擅长重工艺，用心打造每一件精品，他们不停的穿梭于米兰、东京、纽约、巴黎等时尚重地，捕捉国际最新的时尚信息和潮流趋势。

Guangzhou Muzi Garment Co., Ltd. was established in 2009, with "fashion Chinese style" as the independent development and design, is a collection of

design, production, sales of a modern clothing company, has more than 10 years of history, and more than 300 foreign companies and factories cooperation, products have been exported to the United States, the United Kingdom, Australia, Japan and other countries. "Yun Si Mu Xiang" e-commerce brand was officially launched in September 2013, began the original road, because of the unique tone and excellent reputation, quickly won the first batch of Chinese and foreign loyal customers sought after, experienced designer team, especially good at heavy technology, carefully create every piece of boutique, they keep shuttling in Milan, Tokyo, New York, Paris and other fashion places, to capture the latest international fashion information and trends.

## 1.2 广交会背景双语介绍



图 1-2 广交会 Logo

中国进出口商品交易会，又称广交会，创办于 1957 年秋，每年春秋两季在广州举办，由商务部和广东省人民政府联合主办，中国对外贸易中心承办。是中国目前历史最长、规模最大、商品种类最全、到会采购商最多且分布国别地区最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会。

The China Import and Export Fair, also known as the Canton Fair, was founded in the autumn of 1957 and is held in Guangzhou every spring and autumn, jointly sponsored by the Ministry of Commerce and the Guangdong Provincial People's Government, and undertaken by the China Foreign Trade Center. It is a comprehensive international trade event with the longest history, the largest scale, the most complete range of commodities, the largest number of buyers and the widest distribution of countries and regions, the best transaction effect and the best reputation in China.

## 1.3 参展目的

设定参展目标对参加广交会具有决定性影响，它为公司指明了明确的路径和期望，有利于构建有效的参展策略和执行计划，从而提升参展成果。基于品牌知名度提升、市场分析、商业机会开发、网络关系建设和创新呈现等多元视角，我们致力于在广交会中达成最大的效益目标。本次参展目标的具体规划设计如下：

(1) 了解同行信息。把握同行发展的趋势和发展规律，确定正确的企业发展战略。此外，展会还举办大量的行业论坛、讨论会等，可以通过这些会议进一步了解行业信息。

(2) 展示产品多样性和创新性。参展时，我们将展示其产品线的多样性和创新性，彰显企业的研发能力和技术实力。通过展示高品质的产品，公司将吸引来自世界各地的潜在客户，并展示其在行业中的领导地位。

(3) 寻找国际分销商和代理商。本公司将致力于与海外的分销商和代理商建立联系。通过广交会这一国际性贸易平台，公司可以与感兴趣的买家进行面对面洽谈，建立稳定的合作关系，从而使产品迅速进入国际市场。

(4) 进行全球市场调研和竞争情报收集。广交会将是企业了解全球市场趋势和竞争对手的绝佳机会。通过参与广泛的展览、演讲和研讨会，企业可以获得有关最新市场动态、竞争策略以及新兴趋势的宝贵信息。

(5) 提升品牌形象和知名度。企业将展现其专业素养和承诺，加强品牌形象和知名度。通过高质量的展览布置、推广物料和展台活动，企业将提升在参观者和行业专家中的印象，并为长期品牌建设打下基础。

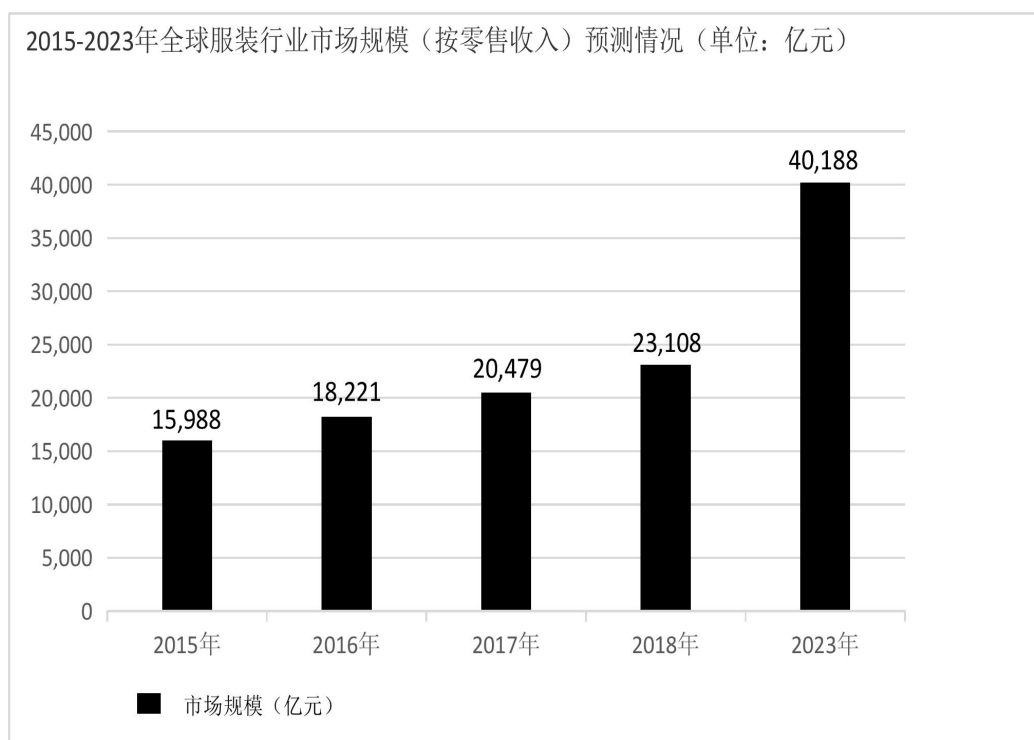
(6) 建立全球合作伙伴网络。企业将积极与国内外的参展商建立合作伙伴关系。这包括与同行业的企业进行合作，共享资源和技术，以及与相关行业的企业进行跨界合作，开展创新项目。

## 1.4 行业分析

国际服装市场规模庞大，并且在过去的几年中持续增长。随着全球经济的复苏和消费者购买力的提高，预计这一趋势在未来几年将继续上升，以下是对国际服装行业的分析：

(1) 市场规模与成长性。服装行业是一个规模较成长性较强的市场。在全球范围内，消费者对时尚、舒适和个性化的需求正在推动服装行业的增长。预测全球服装市场规模将不断扩大，新兴市场崛起将是其中一大增长动力。以下是全球服装行业的分析表：

表 1-1 全球服装行业分析表



(2) 消费者行为和趋势。消费者对时尚趋势和品牌认同的追求不断演变。随着社交媒体的普及，消费者获取时尚信息和购物体验的方式也发生了变化。个性化、可持续性和数字化是当前的主要消费者趋势。

(3) 供应链和生产环节。服装行业的供应链非常复杂，涉及原材料采购、生产、运输和销售等多个环节。可持续发展与供应链透明度近年来备受瞩目，许多企业在重视确保劳工权益议题重要性的同时，也开始重视环保材料与生产模式的使用。

(4) 电子商务和线上销售。随着互联网的普及，电子商务在服装行业中扮演着重要角色。网络销售在更多消费者选择网购的情况下不断壮大和发展。同时，消费者的购物方式也因网络定制、虚拟试穿等技术革新而发生变化。

(5) 竞争和品牌差异化。在服装行业这样一个竞争激烈的市场上，企业要想在这样的竞争中脱颖而出，就必须制定差异化策略，塑造独特的品牌形象、优质产品和服务。消费者对品牌的忠诚度和声誉是取得成功的关键。

(6) 全球化和区域市场。服装行业是一个全球化的行业，各地市场之间存在差异。公司需要进行市场定位和战略调整，以适应各个国家和地区的不同因素，如文化、消费习惯和法规等。

## 2 参展前的准备工作

为顺利参加 2024 年秋季广交会，保障参展质量，增强团队协作，本公司计划从 7 个方面为参展提前做好准备工作，分别是人员安排，外商客户邀请，展位申请，展位布置，展品选择，经费预算，注意事项。

## 2.1 人员安排

通过合理的人员安排，可以确保每个参展人员都能够充分发挥自己的作用，从而提高参展效率。参展工作人员的专业知识和热情服务，可以提升参观者的体验感，使他们对新产品和展会更加感兴趣。

人员安排表设计如下：

表 2-1 人员安排表

部门 Department	职位 Position	职责 Duty
运营部 Operation Department	总经理 general manager	负责展会的整体策划和组织，监督各部门部长的筹备进度，负责展会的展品选择 Responsible for the overall planning and organization of the exhibition, overseeing the progress of the preparations of the ministers of various departments, responsible for the selection of exhibits for the exhibition
	经理助理 assistant manager	协助总经理管理展会 Assist the General Manager in managing the exhibition
	财务员 treasurer	负责展会的财务管理、预算控制 Responsible for financial management and budget control of exhibitions
	秘书 secretary	负责展会的日常文书工作，包括广交会申请书的撰写，以及其他资料的整理和归档等 Responsible for daily paperwork for exhibitions, including the writing of Canton Fair applications, and the organization and filing of other materials.

招商部 Business Department	招商负责人 investment manager	负责安排招商计划 Arrange investment plan
	招商人员 Investment Personnel	负责外方客户的邀约、与参展企业及意向客户的交流以及后续客户的维护等工作。Responsible for inviting foreign customers, communicating with exhibitors and potential customers, and carrying out follow-up customer maintenance work
宣传部 Publicity Department	宣传部长 Minister of Propaganda	负责计划宣传方案 Responsible for planning promotional plans
	宣传人员 propagandist	负责展会的宣传工作，撰写宣传文案，发布展会信息和推广活动 Responsible for the investment promotion of the exhibition, communicate with exhibitors and potential customers, and carry out follow-up customer maintenance work
物流部 Logistics Department	物流人员 Logistics personnel	负责包括展品运输、仓储等在内的展会物流工作 Responsible for logistics work at the exhibition, including exhibition transportation, warehousing, and other related tasks
安保部	安保部长 Security personnel	制定安保方案，安排安保人员 Responsible for developing security plans and arranging security personnel

Security Department	安保人员 Security personnel	负责展会的安保工作，确保展会期间安全有序地开展各项工作 Responsible for the security work of the exhibition, ensuring safety and order during the exhibition period
后勤部 Logistics Department	后勤部长 quartermaster-general	负责组织展会后勤人员 Responsible for organizing logistics personnel for exhibitions
	后勤人员 Logistics personnel	负责包括饮食、卫生安排及管理在内的展览会后勤保障工作 Responsible for the logistics support work of the exhibition, including food, beverage, hygiene arrangements and management such as food, beverages, and hygiene
	技术与搭建团队 Technical and Construction Team	负责现场布展、技术保障及展台搭建等工作。 Responsible for on-site exhibition construction, technical support, and booth construction work

## 2.2 展位申请

根据本公司的计划，本公司将申请一个 18 m<sup>2</sup>的半岛型展位，我们将安排运营部的秘书提前八周，向主办方发送参展申请表。

负责人：运营部秘书

时间：2024 年 8 月 25 日

参展申请表如下所示：

表 2-2 第 136 届广交会展位申请表  
第 134 届广交会展位申请单

参展展区名称	广州市		
参展单位名称	中文	广州慕紫服装有限公司	
	英文	Guangzhou Muzi Clothing Co., Ltd	
参展单位地址	中文	广州市 XX 区 XX 街道 XX 村 XX 工业区 X 路 X 号 X 楼 XXX	
	英文	XXX, Building X, No. X, X Road, XX Industrial Zone, XX Street, XX Village, XX District, Guangzhou City	
邮政编码	51000	E-mail	XXXX@XX.com
联系人	XX	传真	XXXX
进出口商会会员 证号	XXXXXX	电话	XXXXXXXX
		企业性质	私营企业
参展摊位面积	18 m <sup>2</sup>		
是否特装布置	否		
(参展单位盖章)		(批准单位盖章)	
年 月 日		年 月 日	

### 2.3 外商客户邀请

完成展台申请后,我们将邀请国外客商到我们展台参观,并就合作意向进行洽谈。

负责人:招商部招商人员

时间:2024年9月20日

客户邀请准备工作设计如下：

(1) 邀请目的

本届展会将邀请国外客户参展, 扩大商务合作范围, 加强与已有客户的接触, 提升品牌意识。

(2) 邀请对象

邀请对象为行业内具有影响力和业务合作潜力的外商客户, 包括已合作的客户、潜在客户和行业专家。

(3) 邀请时间

展会前一个月发出邀请时间, 给外地客商安排行程充足的时间。

(4) 邀请方式

邀请函, 以邮件方式向外商客户发出包括展会信息、公司简介及联系方式在内的精美邀请函; 电话邀请, 电话邀约发出邀约后, 向国外客商打电话确认是否已收到邀约, 询问有无参展打算; 面对面邀请, 在合适的时间, 与外商客户面对面沟通, 亲自邀请其参加展会。

邀请函设计如下(仅供参考):

尊敬的先生/女士,

我们诚挚地邀请您和您的公司代表参观我们将于 2024 年 10 月 31 日至 11 月 4 日在中国广州举行的第 136 届中国进出口商品交易会的展位, 这是一个专业、世界知名的展会。

广州慕紫服装有限公司成立于 2009 年, 是一家专业的服装设计制造商, 以中式风格女装为主, 包括裙装、西裤、大衣等。

与您所尊敬的新的未来建立长期良好的业务往来, 是我们十分期待的。

因此, 很高兴在展会上与您会面, 以便能向您介绍我们的产品。

附上:

广州慕紫服装有限公司展位号: xx

(联系人: 薇薇安小姐, 手机: 0086-1234567890)

地点: 广州国际会展中心

(中国广州市海珠区友谊中路 380 号)

我们期待在展会上与您相见。

你诚挚的,

xx

Dear Sir/Madam,

We hereby sincerely invite you and your company representatives to visit our

booth in the 136<sup>th</sup> China Import and Export Fair, a professional and famous exhibition in the world which will be held in Guangzhou China from Oct 31th to November 4th 2024.

Guangzhou Muzi Clothing Co., Ltd. is a professional clothing design manufacturer, founded in 2009, the main products are Chinese style women's clothing, including skirts, pants and jackets.

We are very much expecting to establish a long term and good business relationship with your esteemed company in the new future.

Therefore, it is a great pleasure to see you at the exhibition so that we can introduce our products to you.

Enclose:

Booth NO. of Guangzhou Muzi Clothing Co., LTD: xx

(Contact: Ms.vivian, Mobile: 0086-1234567890)

Venue: Guangzhou International Convention and Exhibition Center

(NO. 380, Youjiang Middle Road, Haizhu District, Guangzhou, China)

We look forward to meeting you at the exhibition.

Yours truly,

xx

面对面邀请主要对话设计如下（仅供参考）：

(1) 详细介绍活动：

对活动的目的、内容、日程安排以及预期成果详细说明。在描述时，尽量使用生动具体的语言，让外国客户能够清晰地了解活动的情况。同时，我们也应该强调一下，参与到这个展会当中，可能会给他们带来哪些益处。

We would like to invite you to visit our booth at the Canton Fair from October 31 to November 4. We have samples available for your reference and many special offers on site.

我们诚邀您参观我们在 10 月 31 日至 11 月 4 日广交会上的展位。我们在现场提供样品供您参考，并有许多优惠活动。

(2) 解答疑问与回应顾虑：

在介绍完活动后，客户可能会有一些疑问和顾虑。这时，需要耐心倾听他们的问题，并提供详细的解答。对于他们的顾虑，能够给予正面回应，打消疑虑。

Our company has been established for more than ten years, we are very professional garment manufacturer, we cooperate with more than three hundred

foreign enterprises, we have a strong strength.

本公司成立十余年来，是一家非常专业的服装制造商，与三百多家外国企业合作，实力雄厚。

(3) 发出正式邀请：

当客户对活动有了充分的了解，并且疑虑得到解答后，就可以发出正式的邀请。

We would be honored if you could visit our booth.

如果您能参观我们的展位，我们将不胜荣幸。

(4) 确认与后续安排：

在发出邀请后，询问客户是否接受邀请，并讨论后续的安排。

Will it be possible for you to come to our booth? We will arrange a receptionist to receive you.

您会来我们的展位吗？我们将安排接待人员接待您。

## 2.4 展品选择

在确认客户有意向参加广交会之后，我们将准备展示样品，样品包括我们销售量高的产品以及新产品。为了让客户直接感受到我们产品的质感，我们也会准备产品的样张和宣传资料，还有服装面料的样品。

负责人：运营部总经理

时间：2023年9月30日

产品选择设计如下：

本次参展展品为我公司最新设计的产品，以“时尚中国风”为自主开发设计，产品市场前景广阔。在展会上，我们以模特展示的形式更好的显示服装的优美穿着效果。

产品展示图：



图 2-2 产品展示图

## 2.5 展位布置

在到达场馆现场后，展会开始前，我们将安排搭建团队布置展位。我们选择的是半岛形展台，参观者可以从任意一个侧面进入展台内，因此更能吸引参观者的注意力。一个好的展位布置在提升参展效果、增强品牌形象和提高参观者体验等方面都具有重要的作用，因此，在参展前要认真规划和准备展位布置。

负责人：技术与搭建团队

时间：2023 年 10 月 29 日

展位布置设计如下：

展位采用简约而时尚的布局，在突出品牌形象的同时，以展示服装为主。展位分为三个区域：样品展示区、模特展示区和休息区。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/568105077062007037>