

展覽規劃與管理試題

說明：請將答案書寫在答案卷上，不必抄題，但務必要標明題號，否則不予計分。

- 一、ABC 展覽公司預定明年在台灣辦理「化妝品展」，您是該展的規劃團隊負責人。請依展覽要件，分別向您的老闆就展期、展品、參展商及買主四個構面，分析「B to B」及「B to C」發展的異同。(本題 20 分)
- 二、試以 Computex Taipei 為例，提出展覽主辦單位對外國參觀買主提供的服務項目有那些？請至少提出四項，並詳細說明。(本題 20 分)
- 三、比利時 EasyFairs 公司是家以低參展成本(只提供制式展示攤位)、高參展/參觀效果(展期兩天，產業主題極為專注)為訴求的展覽公司，自 2004 年成立至今，旗下已有近百個專業展品牌，並以參展廠商總數多在 200 家左右、主要展出地分布於歐洲及拉丁美洲、觀眾人數多在數千人等為特徵。
其更重要的特徵則為：在歐洲等地專業展都對觀眾收取參觀費的現在，EasyFairs 所辦展覽只請觀眾預先上網登錄，並憑參觀證進場參觀，但不收取參觀費用。
請教：此項免費參觀政策，對其所主辦的展覽會，會有什麼樣的影響？(本題 20 分)

四、A 公司於 2011 年 9 月 13 日宣佈，所有該公司主辦並於 2011 年 9 月起開始招募參展廠商的專業展，都將推出一項名為 Online365 Pack™ 的網站服務。該項服務以 195 歐元提供予已報名參展的公司刊登電子型錄、發佈各種訊息、與搜尋此網站資訊者取得聯繫等服務。

請問：如果 A 公司以相同價格開放給未報名參展之廠商購用，則對該展之行銷，會有什麼樣的影響？（本題 20 分）

五、為吸引參觀者，部分參展廠商會於攤位內辦理造勢活動，為擴大聲勢，往往提高音量，終而導致其他廠商爭相擴音，造成展場噪音而使展會品質下降，請擬具可執行的音量管理辦法。（本題 20 分）