

ISC 号  
中国标准文献分类号

# 团 体 标 准

T/CWEA002-2025

---

## 活动策划师职业能力水平评价标准

The Evaluation Criterion For Professional Competence Level  
Of Event Planner

(征求意见稿)

2025-02-26 发布

2025-03-15 实施

---

中国智慧工程研究会 发布  
中国标准出版社 出版

# 目 次

前言

1 范围

2 规范性引用文件

3 术语和定义

4 适用院校专业

5 评价原则

6 面向职业岗位（群）

7 职业标准内容

8 基本要求

9 工作要求

10 评价组织

11 评价程序

12 评价管理

附录 A（规范性附录）初级活动策划师职业能力水平评价标准

附录 B（规范性附录）中级活动策划师职业能力水平评价标准

附录 C（规范性附录）高级活动策划师职业能力水平评价标准

附录 D（规范性附录）活动策划师职业能力水平评价申请表

## 前 言

为了加强活动策划与创意服务人才的培养，进一步提高活动策划成果质量，促进活动策划行业规范管理，助推新时期活动策划行业高质量发展，特制定本标准。

本标准按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》、GB/T20001《标准编写规则》、GB/T20000《标准化工作指南》、GB/T 20004.1《团体标准化 第 1 部分：良好行为指南》、《团体标准管理规定》（国标委联〔2019〕1 号）、《关于促进团体标准规范化优质发展的意见》（国标委联〔2022〕6 号）、《团体标准涉及专利处置指南》GBZ 43194-2023、以及中共中央办公厅、国务院办公厅《关于分类推进人才评价机制改革的指导意见》等编写规则和相关规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别该专利的责任。

本标准发起单位：中国智慧工程研究会策划专业委员会、青春创业（北京）管理咨询有限公司

本标准由中国智慧工程研究会策划专业委员会、青春创业（北京）管理咨询有限公司提出，由中国智慧工程研究会归口。

本标准起草单位：中国智慧工程研究会策划专业委员会、青春创业（北京）管理咨询有限公司、武汉商学院、武汉城市职业学院、北京月巴月巴科技有限公司、四川健鹰活动策划有限公司、沈阳飞翔建设集团有限公司、广东领睿设计集团有限公司、天津传媒学院、黑龙江工程学院昆仑旅游学院、安徽工程学院体验产业学院、燕山大学经

济管理学院、北京海归协会、成渝文旅产业创新发展联盟、辽宁省装饰协会、嘉峪关海纳百川文化传媒有限公司、伊吾县金胡杨酒店管理有限公司、商圣范蠡财商经济技术信息研究（湖北）院、策划人才网、承德致寰文化传媒有限公司等。

本标准起草人：王双全、杨建鹰、杨崇君、谭子杰、胡璟、孙久杰、郑雪、刘兴贵、武小宇、崔晓晓、刘林舒、于斌、徐双喜、欧阳国忠、薛保红、李庆雷、范贵宾、逯宝峰、丁举昌、李持坤、李鸿斌、孙淑梅、蔡继鹏、王利军等。

声明：本标准由中国智慧工程研究会授权中国智慧工程研究会策划专业委员会牵头起草，知识产权归属于发起单位，未经中国智慧工程研究会策划专业委员会授权同意，不得印刷、销售。

# 活动策划师职业能力水平评价标准

## 1 范围

本标准规定了活动策划师的基本条件、不同等级活动策划师的能力要求及评价方法。

本标准适用于活动策划师职业培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 24353-2009 《风险管理原则与实施指南》

GB/T 24421.1-2009 《服务业组织标准化工作指南第1部分：基本要求》

DB33/T 770-2009 《会展行业服务规范》

DB45/T 684-2010 《会展场馆安全管理要求》

WH/T 43-2011 《演出场馆设备技术术语舞台灯光》

GB/T 19580-2012 《卓越绩效评价准则》

DB34/T 2445-2015 《会展租赁服务规范》

GB/T 19001-2016 《质量管理体系要求》

GA/T 1349-2017 《大型活动交通组织管理规范》

DB21/T 2830-2017 《会展行业公共信息标志》

GB/T 36682-2018 《展览物流服务基本要求》

GB/T 19666-2019 《商务合同起草与审核指南》

GB/T 38555-2020 《礼仪服务基本要求》

GB/T 35273-2020 《信息安全技术个人信息安全规范》

GB/T 42493-2023 《管理咨询服务指南》

### 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

#### 3.1 活动

是指为了达成特定目标，在特定时间、特定地点，由特定人群参与，并围绕特定主题所开展的一系列有组织、有计划的行为或过程的集合。这些目标可以包括但不限于品牌推广、产品营销、文化传播、社交互动、信息交流等，活动形式丰富多样，如文艺演出、体育赛事、商业促销、学术会议、婚礼庆典等。

#### 3.2 策划

策划就是为达到以最低的投入、最小的代价，让策划对象赢得更高的经济效益、社会效益的前提下，策划人为实现上述目标在科学调查研究的基础上，运用新颖超前的创意和跨越式思维及掌握的策划技能，对现有及可利用资源进行优化整合，并进行全面、细致的构思谋划，从而制定详细、可操作性强的，并在执行中可以进行完善的方案过程。

#### 3.3 活动策划

是对活动进行全面规划与设计的创造性思维过程。它涵盖了从明

确活动目标与主题开始，进行市场调研与受众分析，制定详细的活动方案，包括活动流程安排、场地选择与布置、节目内容策划、人员组织与调配、预算规划与资源整合，以及活动效果预估与风险评估等一系列环节，旨在确保活动能够顺利开展并达到预期效果。

### **3.4 会展**

是以会议类活动为主，展览活动为辅的集体性活动的简称。会展通常在特定的时间和空间范围内，聚集了众多的专业观众、参展商、参会人员等，通过展示品牌、产品、技术、服务、文化等内容，促进信息交流、商务合作、技术推广以及文化传播等多项目标的实现，具有很强的综合性、集聚性和辐射性，往往涉及多个行业领域的参与和互动。

### **3.5 展会**

是以展览类活动为主，会议活动为辅的集体性活动的简称。内容以参展商通过展示实物产品、模型、图文资料等形式，向观众展示企业形象、产品特点、技术优势等信息，以吸引潜在客户、拓展市场、加强行业交流与合作。展会一般有明确的主题和展品范围分类，同时配套有展览场地的规划与搭建、展品运输与布置、现场服务与管理等一系列相关工作。

### **3.6 策划师**

具有良好的政治素质和职业品德，能够运用所掌握的策划基本知识、方法和手段，以及所具备的综合策划执行能力和丰富的实践经验，为党政机关、社会团体、企业等单位以及个人提供策划服务，策划业

绩突出，并参加过系统的策划培训学习，经考试、考核和评审合格，取得第三方机构颁发的相应等级策划师证书的人才。

### 3.7 活动策划师

活动策划师是指具备良好的政治素质和职业品德，参加过系统的活动策划培训学习，通过考试、考核和评审合格，取得第三方机构颁发的相应等级活动策划师证书，能够熟练掌握策划基本知识、方法、手段，具有丰富的实践经验和综合策划执行能力，根据客户需求制定并实施活动策划方案，确保活动顺利进行并取得预期效果的专业人才。

### 3.8 创意设计

在活动策划语境下，创意设计是指通过创新性思维与独特的艺术手法，将活动的主题、目标、品牌形象等元素进行视觉化、体验化呈现的过程。它涵盖了活动现场的空间布局设计，如舞台造型、展览展位设计、观众流线规划等，以营造独特的空间氛围与视觉冲击力；也包括活动宣传物料的创意设计，如海报、宣传单页、邀请函等，运用图形、色彩、文字等元素吸引目标受众的注意力并准确传达活动信息；还涉及活动环节中的互动体验设计，如新颖的游戏环节、沉浸式的表演形式等，旨在增强参与者的参与感与记忆度，使活动从形式到内容都展现出与众不同的魅力与吸引力，有效提升活动的整体品质与传播效果。

## 4 适用院校专业

### 4.1 中等职业学校

会展服务与管理、营销与策划、旅游服务与管理、旅游外语、导



游服务、景区服务与管理、康养休闲旅游服务、航空服务、休闲体育服务与管理、电子商务、礼仪服务、高星级饭店运营与管理、康养休闲旅游服务、市场营销、商务礼仪、文化艺术管理、广告设计与制作、数字媒体技术应用、电子商务等。

#### 4.2 高等职业学院

会展策划与管理、文化创意与策划、市场营销、传播与策划、广告艺术设计、广告设计与制作、数字媒体艺术设计、旅游管理、公共文化服务与管理、研学旅行管理与服务、导游、旅行社经营与管理、景区开发与管理、森林生态旅游酒店管理、商务英语、旅游英语、文物博物馆服务与管理、青少年工作与管理、文化市场经营管理、播音与主持、酒店管理、旅游管理、电子商务、网络营销与直播电商、融媒体技术与运营等。

#### 4.3 应用型本科院校

旅游管理与服务教育、旅游管理、会展经济与管理、会展策划与管理、广告学、新闻学、市场营销、文化产业管理、传媒学、传播学、艺术设计类、教育学、科学教育、人文教育、艺术教育、社会学、市场营销、广告艺术设计、酒店管理与数字化运营、文化创意与策划、商务英语、电子商务、全媒体广告策划与营销、融媒体技术与运营、数字媒体艺术等。

#### 4.4 退转军人群体

从事和活动行业相关工作的退转军人群体。

### 5 评价原则

### **5.1 自愿性原则**

从事活动策划调查研究、文案撰写、执行指导及相关工作的人员，自愿申请参加本评价。

### **5.2 系统性原则**

评价需全面考量活动策划师在知识、技能、素养等多方面的综合表现，涵盖市场调研、创意构思、方案撰写、资源整合、执行协调、效果评估以及后续跟进等。同时评估策划师专业知识、技能、经验与职业素养等综合素养，以全面反映其整体能力，为职业发展提供全面指引。

### **5.3 等级性原则**

依策划师职业阶段分初级、中级与高级，各级别能力要求与考核标准递升。在考核指标的设定与权重分配上，体现等级差异。随着等级的提升，对活动策划师的综合素质、创新能力、战略思维以及行业影响力等方面的考核权重应逐渐增加，以此准确区分不同等级活动策划师的能力水平，为其职业晋升与发展提供清晰的目标与路径指引。

### **5.4 规范性原则**

确立统一明确考核标准与流程，细化考核项目内容、评价方法、评分标准等，规范考核程序各环节，明确时间、要求与责任主体，公正客观考核。结果规范记录存档，为人力资源决策提供依据，保障考核权威性。

### **5.5 实用性原则**

考核标准紧密结合活动策划师的实际工作需求与业务场景，注重

考核内容的实用性与针对性。考核指标聚焦于能够直接反映活动策划师在实际工作中解决问题、创造价值的能力与表现。

考核结果应能够为活动策划师的职业发展提供实际的指导与帮助，具有较强的应用价值。根据考核结果，为活动策划师制定个性化的培训计划与发展建议，帮助其弥补自身的不足，提升专业能力与综合素质，使考核真正成为活动策划师成长与发展的有效工具。

### **5.6 可操作性原则**

考核标准的表述应简洁明了、易于理解，避免使用过于复杂、晦涩的专业术语或模糊不清的语言表达。考核指标应具体、可量化，便于考核者进行客观评价与数据统计。

采用多元化的考核方法，包括且不限于书面考试、实际操作、案例分析、现场演示、团队评价、客户反馈等，充分发挥各种考核方法的优势，全面、准确地评估活动策划师的能力，确保考核方法的科学性与可操作性，使考核工作能够顺利实施并取得可靠的结果。

## **6 面向职业岗位（群）**

活动策划师职业能力等级水平分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

主要面向企业活动策划岗位（企业内部活动策划、企业营销活动策划）、会议与展览活动策划岗位（会议策划、展览策划）、婚庆与礼仪活动策划岗位（婚庆策划、礼仪活动策划）、文化活动策划岗位（文化演出策划、文化节庆策划）、体育运动或赛事活动策划岗位（体育赛事策划、体育活动与体验策划）、旅游活动策划岗位（旅游线路策

划、旅游节庆与主题活动策划)等。

## **6.1 初级活动策划师岗位(群)**

### 6.1.1 活动策划助理

活动策划的辅助性岗位。

### 6.1.2 活动执行专员

活动策划执行的辅助性岗位。

## **6.2 中级活动策划师岗位(群)**

活动策划/项目经理、高级活动策划/项目经理

主要面向中等规模以上的活动策划企业、大型广告传媒集团、知名企业的活动策划部门等,具备对小型活动的策划统筹与运营能力,以及对中型活动的策划执行能力。

## **6.3 高级活动策划师岗位(群)**

高级活动策划/项目经理、活动策划/项目总监

主要面向大型活动策划公司、广告策划公司、营销策划公司、公关顾问机构、跨国企业全球活动策划中心等,具备对各类型活动的独立策划与运营实施能力。

## **7 职业标准内容**

### **7.1 职业概况**

#### 7.1.1 职业名称

活动策划师

#### 7.1.2 职业编码

待定

### 7.1.3 职业定义

活动策划师是指具备良好的政治素质和职业品德，参加过系统的活动策划培训学习，通过考试、考核和评审合格，取得第三方机构颁发的相应等级活动策划师证书，能够熟练掌握策划基本知识、方法、手段，具有丰富的实践经验和综合策划执行能力，根据客户需求制定并实施活动策划方案，确保活动顺利进行并取得预期效果的专业人才。

### 7.1.4 职业技能等级

活动策划师职业技能等级分为三个等级，由低到高分为：初级活动策划师、中级活动策划师、高级活动策划师。

### 7.1.5 职业环境条件

本行业所属从业人员所处的客观工作环境条件为：室内、室外，常温，不同地区及季节存在温差。

本行业所属从业人员特殊环境条件为：

#### 1. 办公环境

相对宽松、舒适的办公环境，适合思考、讨论、创新或实践。

#### 2. 设备条件

具备合适的设备环境，设备包括但不限于具备电脑、平板电脑、手机等适合办公的电子设备，笔记本、黑板（或同类型设施）等适合书写和记录的书写设备，以及电视、投影、显示器等适合演示的演示设备。

### 7.1.6 职业能力特征

#### 7.1.6.1 初级活动策划师能力特征

### 1. 综合策划能力

专注基础构建，熟悉活动基本要素与流程，能开展小型活动策划并撰写简单文案，在实践中培养创意与思维，初步掌握传播策划，为成长筑牢根基。

### 2. 沟通协调能力

具备基本沟通素养，与需求方、供应商及执行团队有效互动，能清晰提案并答疑，逐步积累多元沟通经验，助力融入工作流程。

### 3. 统筹能力

融入团队协作，协同内容模块工作，初步带领团队应对内容需求，配合多部门推进项目，在实践里探索统筹之道。

### 4. 预算管理能力的

初识成本概念，编制小型活动预算并严控成本，学会平衡资源与质量，开启预算管理实践之路。

## 7.1.6.2 中级活动策划师能力特征

### 1. 综合策划能力

具有一定综合策划能力，独立承担中型活动，策略、创意、文案、传播等能力成熟，能够融入基础的整合营销思维，对项目进行可行性评估，具备全面提升活动品质的能力。

### 2. 沟通协调能力

沟通具有专业性，提案逻辑条理清晰，能够深探需求方需求，与供应商合作紧密，构建资源库并灵活调配，促进各方协同达优。

### 3. 统筹能力

具备项目统筹策划能力，能够有效协调和管理内容团队、会务、人员与传播团队，能够对供应商服务进行高效管理，精准预判并响应现场需求，科学构建团队，保障活动流畅衔接与高效执行。

#### 4. 预算管理能力和

成本意识清晰，预算管理娴熟，依成本统筹策划，善用报价技巧，精细调控预算与资源，实现成本效益最优。

### 7.1.6.4 高级活动策划师能力总结

#### 1. 综合策划能力

具有宏观的思维与综合策划能力，能够主导大型活动策划，思维立体，创新模式，内容管理独特，文案、传播、创意、营销能力优秀，能够精准评估控风险，圆满完成活动。

#### 2. 沟通协调能力和

具有优秀的沟通能力，提案吸睛，富有浓郁的个人风格，能够洞察并创造需求，能够主导供应商合作，构建新体系，严控关键要素，塑造高端品牌与影响力。

#### 3. 统筹能力和

统筹全方位主导，润滑团队关系，高效管理团队，能够高效跨部门、跨企业协调工作，全面提升供应链服务能力与效率，科学构建团队，全面统筹项目管理，确保活动卓越达成。

#### 4. 预算管理能力和

能够对预算进行高效管理，精细调控成本结构，突破预算限制，创造超值回报，使活动效益最大化。

### 7.1.7 普通受教育程度

从业人员初入本职业时须具备的最低学历要求。

#### 1. 初级活动策划师

专科以上学历（或同等学力），或高中毕业（或同等学力）后从事活动相关工作一年以上。

#### 2. 中级活动策划师

具有两年内的实战案例，并具备以下条件之一，

高中毕业（或同等学力），从事活动策划相关工作三年以上；

或专科毕业（或同等学力），从事活动策划相关工作两年以上；

或本科毕业（或同等学力），从事活动策划相关工作一年以上；

或通过初级活动策划师职业能力水平评价后一年；

或硕士以上学历（或同等学力）；

#### 3. 高级活动策划师

具有两年内的优秀实战案例，且通过中级活动策划师职业能力水平评价后两年及以上。

### 7.1.8 职业技能评定要求

#### 7.1.8.1 申报条件

申请参加本职业相应等级技能评定的人员应具备对应条件。原则上，各职业的申报年限不应低于规定的要求；国家有特殊规定的从其规定。如需对申报条件进行调整，须提交有关文字说明。

#### 7.1.8.2 评价方式

初级活动策划师的评定采用理论知识考试的方式进行考核。



中级活动策划师的评定采用理论知识考试+营销案例评定的方式进行考核。

高级活动策划师采用理论知识考试+营销案例评定+综合评定的方式进行考核。

理论知识考试以笔试、机考等方式为主，主要考核从业人员从事本职业应掌握的基本要求和相关知识要求。活动案例评定，主要考核从业人员的从业经验、项目运营管理能力和综合实操能力。综合评定通常采取审阅申报材料、答辩等方式进行全面评议和审查。

理论知识考试、案例评定和综合评定均实行百分制，初级活动策划师对应成绩皆达 70 分（含）以上者为合格，中级活动策划师对应成绩皆达 70 分（含）以上者为合格，高级活动策划师对应成绩皆达 80 分（含）以上者为合格。

#### 7.1.8.3 监考人员、考评人员与考生配比

理论知识考试中的监考人员与考生配比不低于 1:20，且每个考场不少于 2 名监考人员；活动案例评定考评人员为 3 人以上单数；综合评定委员为 3 人以上单数。

#### 7.1.8.4 考试与评定时间

理论知识考试时间为单场 180 分钟；

案例评定提交截止日期为当期理论知识考试报名截止日期。结果公布日期为理论知识考试结束后 60 天内。

综合评定的答辩时长为 30 分钟，其中，汇报展示不超过 20 分钟，答辩时长为 10 分钟。

案例评定和综合评定的申报材料提交截止日期为当期理论知识考试报名截止日期；提交的活动案例需为2年内策划实施的案例；评定结果公布日期为理论知识考试结束后60天内。

#### 7.1.8.5 评定场所设备

理论知识考试采用机考方式进行，考试场所需准备满足当场次考生考试的电脑设备；条件不具备的，可采用纸质试卷进行笔试。

综合评定采用现场演示与答辩方式进行，评定场所需准备具有良好使用条件的电脑、电视、投影或其它适合进行内容演示的设备。

## 8 基本要求

### 8.1 职业道德

#### 8.1.1 遵纪守法

包括遵守国家法律、法规和政策；坚持四项基本原则，贯彻新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观。

#### 8.1.2 职业操守和职业信仰

指从业人员在职业活动中的行为标准和职业信仰，是维护职业道德的重要基础。

##### 8.1.2.1 诚实守信

从业人员应该坚持诚实守信、言行一致，不夸大宣传，不承诺无法实现的事情。

##### 8.1.2.2 保密义务

从业人员应该对需求方的商业机密和个人隐私等信息严格保密，不得擅自泄露，确保需求方的商业机密和隐私得到保护。

##### 8.1.2.3 拒绝不正当要求

从业人员应该拒绝不正当要求，包括但不限于向需求方提供违法违规、不道德的服务，对需求方进行索贿受贿等行为，坚决维护行业正常秩序。从业人员应该坚决抵制各种形式的贿赂行为，保持独立、公正、客观的立场。

#### 8.1.2.4 不侵犯知识产权

从业人员应该尊重知识产权，不得抄袭、剽窃他人的作品、设计、想法等。

#### 8.1.3 职业规范和行为准则

指从业人员在职业活动中应遵循的规范和行为准则。

##### 8.1.3.1 责任和义务

从业人员应该明确自己的职责和义务，遵循商业合同约定，确保活动策划过程合法合规。

##### 8.1.3.2 尊重雇主和需求方

从业人员应该尊重雇主和需求方的权益，遵守合同和承诺，不随意更改计划和收费标准，不以次充好，不降低服务质量，确保需求方和雇主的利益得到最大化保障。

##### 8.1.3.3 公平竞争

从业人员应该遵守公平竞争原则，不采取不正当手段谋求个人或团队利益，避免贿赂、行贿、投标串通、价格垄断等行为，维护行业公平竞争的良好环境。

##### 8.1.3.4 尊重团队成员

从业人员应该尊重团队成员的权益，遵循团队合作的原则，积极沟通和协作，共同完成工作任务。同时，从业人员应该关注团队成员的成长和发展，提供必要的支持和帮助，推动团队的进步和发展。

#### 8.1.3.5 尊重合作伙伴

从业人员应该尊重合作伙伴，如供应商、合作企业等，与其保持良好的合作关系，促进合作伙伴共同发展。

#### 8.1.3.6 保持独立性和客观性

从业人员应该保持独立性和客观性，不受个人和外部因素的干扰和影响，客观评估和处理工作任务，确保工作质量和效果。

#### 8.1.3.7 遵循财务规范

从业人员应该遵循财务规范，包括但不限于预算编制、成本控制、收支管理等方面，确保活动策划过程中的财务运作合规合理。

#### 8.1.3.8 尊重文化多样性

从业人员应该尊重文化多样性，关注活动策划过程中的文化差异，了解和尊重不同文化的习俗和礼仪，确保活动策划过程不会造成文化冲突。

#### 8.1.3.9 尊重社会规范和价值观

从业人员应该尊重社会的规范和价值观，不从事有损社会利益的活动，积极参与行业和社会的公益事业，履行社会责任，树立良好的社会形象。

#### 8.1.3.10 注重安全风险

从业人员应该注重安全风险，从活动策划的每一个细节考虑安全因素，确保活动过程的安全性和顺畅性。

#### 8.1.3.11 及时反馈和处理问题

从业人员应该及时反馈和处理雇主、需求方的问题和需求，保持沟通畅通。

#### 8.1.3.12 尊重人权和尊严

从业人员应该尊重人权和尊严，不歧视、不伤害他人，积极维护社会公正和正义。

#### 8.1.3.13 聚焦可持续发展

从业人员应该聚焦可持续发展，推动绿色、环保、可持续的活动策划理念和实践，为未来的可持续发展做出贡献。

#### 8.1.3.14 参与公益活动

从业人员应该积极参与公益活动，为社会做出贡献，发挥自己的职业专长和技能。

#### 8.1.3.15 维护社会秩序和安全

从业人员应该遵守法律法规，不从事违法违规活动，维护社会秩序和安全。同时，从业人员应该遵守相关安全规定和标准，保障参与者和工作人员的安全。

### 8.2 基础知识

职业标准应本着实用、够用的原则，列出与本职业密切相关并贯穿于整个职业活动的核心基础知识。

#### 8.2.1 管理学基础

包括管理职能、管理原则、管理层次、组织结构、管理系统学派、管理科学学派、行为科学理论、战略管理、决策、人力资源管理、沟通、创新管理。

#### 8.2.2 消费者行为学

包括且不限于掌握消费者需求产生机制、信息搜索与处理方式、购买动机与行为类型，以及购后行为与评价等知识，以便精准把握目标客户群体心理与行为特征，为活动策划提供依据。

#### 8.2.3 经济学常识

了解宏观经济学中的经济周期、通货膨胀、利率等因素对市场环境与消费者购买力的影响，以及微观经济学中成本-收益分析、市场结构与竞争态势等知识，辅助制定合理的营销决策。

#### 8.2.4 传播学原理

包括且不限于熟悉传播过程的基本要素（传播者、信息、媒介、受众、反馈），掌握不同传播渠道（如广告、公关、社交媒体、口碑等）的传播特点与效果评估方法，理解信息编码与解码原理，以提升营销信息传播的有效性。

#### 8.2.5 数据分析基础

包括且不限于具备数据收集（如问卷调查、市场监测、数据挖掘等）、整理与初步分析能力，掌握常用统计指标（如平均数、中位数、标准差等）与分析方法（如描述性统计、相关性分析等），能够从数据中提取有价值的信息，为活动策划提供数据支持与决策依据。

#### 8.2.6 商务沟通与谈判

掌握商务沟通的基本原则、技巧与方法，包括口头表达、书面沟通（如撰写策划书、报告等）、非语言沟通等方面，了解商务谈判的流程、策略与技巧，以便在与团队成员、合作伙伴、客户等进行沟通协作与商务往来时能够有效达成共识与合作目标。

#### 8.2.7 法律法规基础

熟悉与营销活动密切相关的法律法规，如民法、经济法、广告法、消费者权益保护法、知识产权法等，确保活动策划与执行过程合法合规，避免法律风险。

### 8.3 专业知识

#### 8.3.1 活动策划专业知识

深入理解活动策划的基本流程、方法与原则,包括活动主题策划、流程设计、环节安排、互动策划等方面的知识;掌握不同类型活动(如交流主导型活动、传播主导型活动、销售主导型活动、综合性活动)的策划要点与特点,熟悉各类活动常用设备设施与会务工作知识,了解活动策划行业的发展动态与趋势,熟悉国内外经典活动案例及其成功经验。

### 8.3.2 市场营销学知识

包括且不限于市场细分、目标市场选择、市场定位(STP)理论,4P(产品、价格、渠道、促销)营销组合策略等基本概念与原理,理解消费者购买决策过程及影响因素,如文化、社会、个人和心理因素等。信息技术与数字化知识

### 8.3.3 品牌管理

掌握品牌定位、品牌形象塑造、品牌传播策略制定与品牌资产维护等知识,理解品牌价值内涵与评估方法,能够通过活动策划提升品牌知名度、美誉度与忠诚度,打造具有竞争力的品牌。

### 8.3.4 数字营销

精通数字化时代的营销技术与手段,包括搜索引擎优化(SEO)、搜索引擎营销(SEM)、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销、移动营销等领域的专业知识,了解大数据、人工智能、物联网等新兴技术在营销中的应用,掌握线上营销平台与工具的操作与运营技巧,实现线上线下营销的有机融合。

### 8.3.5 创意与创新思维

培养独特的创意思维方式与创新方法，如发散思维、逆向思维、联想思维等，能够突破传统思维定式，挖掘新颖的营销创意与概念，为活动策划注入活力与差异化竞争优势。

#### 8.3.6 市场调研与分析

掌握系统的市场调研方法与技术，包括定性调研（如深度访谈、焦点小组讨论等）与定量调研（如问卷调查、统计抽样等）方法，能够设计科学合理的调研方案，收集、整理与深入分析市场信息，精准把握市场动态、竞争态势与消费者需求变化，为活动策划提供有力的数据支撑与市场洞察。

#### 8.3.7 信息技术与数字化知识

掌握基本的信息技术知识，如办公软件(Word、Excel、PowerPoint)的熟练使用，能够运用互联网进行活动相关信息的收集与整理；了解数字化时代下活动策划的新趋势与新技术应用，如活动数字化管理平台、线上活动直播、虚拟现实（VR）/增强现实（AR）技术在活动中的应用等，提升活动策划的数字化水平与创新能力。

#### 8.3.8 基础财务知识

包括会计基础知识、财务报表、预算管理、成本管理、税务基础等。

### 8.4 文化素养

活动策划师应掌握丰富的文化知识，包括文学、哲学、法律等领域的知识；坚持文化自信、文化自觉、文化自强；了解不同国家和地区的文化差异；具有审美感知和人文精神；国际视野和全球意识、创新能力和创造力。

### 8.5 身体素质



活动策划师应具有良好的适应能力和抗压能力，经常从事体育运动，以适应活动策划的高强度策划与实施工作。

## **9 工作要求**

### **9.1 职业功能**

#### **9.1.1 市场洞察与分析**

深入研究市场环境、行业动态、竞争对手以及消费者行为，为活动策划提供精准依据与方向指引。

#### **9.1.2 活动策划与创意生成**

负责从活动的初始构思到详细策划方案的制定，挖掘独特创意概念，构建活动整体框架与流程，确保活动具有创新性与吸引力，满足客户目标与市场需求。

#### **9.1.3 资源整合与协调管理**

整合各类活动资源，包括场地、供应商、合作伙伴、人力等，进行筛选、洽谈、签约与统筹安排，保障资源的有效供应与合理调配，协调各方关系，解决资源整合过程中的问题与冲突。

#### **9.1.4 活动执行与现场把控**

主导活动的现场执行工作，组织活动前的准备工作如彩排、场地布置检查等，在活动期间进行现场指挥调度，及时处理各类突发情况，确保活动按计划顺利进行，保障参与者的体验与安全。

#### **9.1.5 活动营销与传播推广**

制定活动的营销与传播策略，选择合适的宣传渠道与手段，制作宣传资料与内容，与媒体、KOL 等合作进行推广，提升活动的知名度与影响力，吸引目标受众参与，监测推广效果并优化策略。

#### **9.1.6 活动评估与经验总结**

在活动结束后对活动效果进行全面评估，收集反馈数据与意见，分析活动的成功与不足之处，总结经验教训，为未来活动策划提供参考依据，促进自身专业成长与服务质量提升。

## **9.2 工作内容**

### **9.2.1 需求分析与目标确定**

深入沟通营销项目的背景、目的、期望效果以及目标受众等信息，结合市场调研与行业经验，确定营销方案的核心目标与关键绩效指标（KPI）。

#### **9.2.2 市场调研与趋势分析：**

- 1.收集并整理宏观经济数据、行业报告、市场情报等信息。
- 2.开展消费者需求调研，运用问卷调查、深度访谈等方法了解消费者偏好、购买习惯等。
- 3.分析竞争对手的营销策略、产品特点、市场份额等情况，找出差异化竞争优势与机会点。
- 4.跟踪监测市场趋势变化，预测未来市场走向，撰写市场分析报告。

### **9.2.3 策划方案撰写**

基于活动目标，开展创意构思，提出活动主题、概念与亮点元素，设计活动流程、环节安排、互动形式、节目内容等，撰写详细的活动策划方案，包括文字描述、预算规划、执行安排、时间进度表、人员分工安排、预期效果等内容。

### **9.2.4 资源整合与项目协调**

- 1.整合内部资源，如协调市场、销售、研发、财务等部门间的合

作，确保活动策划方案的顺利实施。

2.拓展与管理外部合作伙伴资源，包括广告公司、媒体机构、供应商、赞助商、媒体合作方、行业协会等，进行商务洽谈、合同签订，确保各方资源按时、按质、按量到位，并在活动过程中进行有效协调与监督。

3.组织与协调营销活动相关的人员、物资、场地等资源调配，如活动现场工作人员安排、宣传物料制作与配送、活动场地布置等。

4.建立与维护项目沟通机制，及时向团队成员、上级领导及合作伙伴传达项目进展情况，解决沟通协调过程中出现的问题与冲突。

### **9.2.5 活动的传播**

制定活动传播计划，确定传播渠道与推广策略，制作宣传资料，利用线上线下媒体资源进行活动推广，组织线上线下互动活动，与媒体、KOL、KOC等保持密切沟通，安排媒体采访、报道与宣传合作事宜，实时监测宣传效果并根据数据反馈调整推广策略。

### **9.2.6 活动的执行与现场管理**

1.按照策划方案组织实施营销活动，如新品发布会、促销活动、公关活动等，确保活动按预定流程有序进行。

2.对活动现场进行实时监控与管理，包括人员调度、设备运行检查、现场秩序维护、突发事件应急处理等，保障活动现场安全、高效运行。

3.收集活动现场的反馈信息，如消费者意见、合作伙伴建议等，及时调整活动执行策略，提升活动效果与参与者体验。

### **9.2.7 活动效果评估与反馈收集**

活动结束后，通过问卷调查、现场访谈、数据分析等方式收集参与者、客户、合作伙伴等各方的反馈意见与数据，对活动的效果进行全面评估，包括活动目标达成情况、参与者满意度、品牌推广效果、成本效益分析等；撰写活动总结报告，分析活动的成功经验与不足之处，提出改进建议与未来活动策划的参考方向，将评估结果与客户分享并进行沟通交流。

### 9.3 技能要求

#### 9.3.1 市场分析技能

1.熟练掌握市场调研方法，能够独立设计并执行调研项目，运用数据分析软件（如 Excel、SPSS 等）对调研数据进行有效分析，提取有价值信息。

2.具备敏锐的市场洞察力，能够准确解读宏观经济环境、行业政策法规、技术发展趋势等因素对市场的影响，识别市场机会与潜在风险。

3.善于运用竞争分析工具（如 SWOT 分析、波特五力模型等）对竞争对手进行深入剖析，制定差异化竞争策略。

#### 9.3.2 创意与创新能力

能够突破传统思维模式，快速生成新颖、独特且具有可行性的活动创意概念，将创意融入活动的主题、流程、形式、内容等各个方面，为活动注入独特魅力与吸引力，满足客户个性化需求与市场竞争要求。

#### 9.3.3 沟通与协调能力

具备出色的口头与书面沟通能力，能够与客户、团队成员、供应商、合作伙伴、媒体等各类人群进行有效的沟通交流，准确理解各方

需求与意图，清晰表达自己的观点与方案；拥有良好的协调能力，能够在复杂的活动项目中协调各方利益与工作关系，解决资源冲突、意见分歧等问题，确保活动筹备与执行过程的顺利进行。

#### 9.3.4 组织与管理能力

可以高效地组织活动筹备工作，制定详细的工作计划与任务分配方案，合理安排团队成员的工作任务与时间进度，监控工作进展情况并及时调整；具备较强的项目管理能力，熟练运用项目管理工具与方法，如甘特图、项目管理软件等，对活动的预算、资源、进度、质量等进行全面管理与控制，确保活动按计划、按预算、高质量完成。

#### 9.3.5 市场营销能力

具备营销策划与推广能力，能够根据活动特点与目标受众制定精准的营销推广策略，选择合适的营销渠道与手段，制作有吸引力的宣传资料与内容，有效提升活动的知名度与影响力，吸引目标受众参与活动，实现活动的营销目标。

#### 9.3.6 文案撰写与设计审美能力

具备扎实的文案撰写功底，能够撰写富有感染力与吸引力的活动策划方案、宣传文案、邀请函、新闻稿等各类文字材料，准确传达活动的主题、亮点与价值；拥有一定的设计审美能力，能够对活动的视觉形象设计（如海报、宣传册、舞台布置等）提出合理的创意与审美要求，与设计团队进行有效的沟通协作，确保活动的整体视觉效果符合活动定位与品牌形象。

#### 9.3.7 应急处理与问题解决能力

在活动现场能够迅速应对各类突发情况，如设备故障、人员意外、恶劣天气等，保持冷静，快速做出判断并采取有效的应急措施，最大

限度地减少突发情况对活动的影响；具备较强的问题解决能力，能够在活动筹备与执行过程中及时发现问题、分析问题根源，并提出切实可行的解决方案，确保活动顺利推进。

## 9.4 相关知识要求

### 9.4.1 项目管理知识

了解项目管理的基本概念、知识体系与流程，包括项目启动、规划、执行、监控、收尾等阶段的管理方法与工具；掌握项目范围管理、时间管理、成本管理、质量管理、人力资源管理、风险管理、沟通管理等方面的知识，能够运用项目管理软件（如 Microsoft Project）进行活动项目的计划制定、进度跟踪与资源分配，确保项目的顺利实施。

### 9.4.2 文化艺术与审美知识

具备一定的文化艺术素养，了解不同文化背景下的艺术形式、文化传统与审美观念，能够将文化艺术元素融入活动策划中，提升活动的文化内涵与艺术品位；掌握基本的审美原则与设计原理，如色彩搭配、构图法则、空间布局等，为活动的视觉形象设计与现场布置提供审美指导。

### 9.4.3 营销心理学

对消费者心理和行为的分析，以及如何影响消费者的感知。通过研究消费者需求的形成过程，探讨营销者如何利用信息不对称来引导、改变甚至创造消费者的需求，注重营销者在影响消费者感知方面的作用。

根据活动策划师职业的实际情况，参照《职业能力特征描述要素》

(见附录 D)，列出影响从业人员职业生涯发展的相关法律法规及政策文件另有规定的，从其规定。

## **10.评价组织**

### **10.1 组织机构**

中国智慧工程研究会授权由中国智慧工程研究会策划专业委员会组建内设机构“活动策划师职业能力水平评价”评委会，评委会具体负责活动策划师职业能力水平评价相关事宜。

### **10.2 评委会的主要职责**

组建评审专家组，审定年度评价工作实施方案。审核案例评定资料、笔试和答辩情况，确定活动策划师职业能力水平等级。

## **11 评价程序**

### **11.1 申请**

从事活动策划业务的人员可根据活动策划师职业能力水平评价办公室发布的公告，自愿申请参加职业能力水平评价。

申请人参加活动策划师职业能力水平评价，应提供以下材料：

- 活动策划师职业能力水平评价申请表（附录 D）
- 身份证、毕业证、工作证及培训进修证明材料复印件；
- 项目合同复印件、获奖证书复印件、新闻媒体报道截图等策划业绩证明；
- 代表个人水平的活动策划文案、论文、著作、专家聘书、会议邀请函复印件；
- 二寸白底免冠照片

申请人提供的材料应真实、准确、全面。

## 11.2 受理

接到申请人提交的申请表及相关材料后,评委会根据专家组意见,于 30 日内,通过电话、邮件、微信等方式通知申请人受理结果。

评委会对申请人提交的材料进行审查核实,准确填写申请材料审核表。

## 11.3 笔试

评委会办公室确定在线考试系统<sup>1</sup>,组建笔试题库,确定考试时间,公开发布通知。

申请人提前准备电脑、摄像头、网络符合条件的考试场所,准时参加在线考试。其中,初级活动策划师考试时间为 180 分钟;中级活动策划师考试时间为 180 分钟,其中理论考试 60 分钟,方案撰写考核 120 分钟。高级活动策划师考试时间为 180 分钟,为方案撰写考核。

评委会办公室组织在线批阅笔试试卷,在 60 天内评定笔试成绩。

## 11.4 答辩

评委会办公室在笔试后 10 天内,命制答辩题目,抽取答辩专家,公开发布通知。

申请人提前准备电脑、摄像头、网络、声环境符合条件的场所,准时参加答辩,时间约在 30 分钟<sup>2</sup>。

答辩的主要内容包括:申请人介绍个人基本情况、策划业绩及代

---

<sup>1</sup>说明:笔试和答辩是否采取异地分散在线形式,可再讨论。此处考虑申请人差旅成本、场地安排及相关因素,暂定为在线考试。高级活动策划师可采取现场集中考试的形式。

<sup>2</sup>说明:答辩时长是否需要增加,可再讨论。此处设定依据主要是:个人情况介绍(含策划案例)为 20 分钟,三道答辩题目为 15 分钟,灵活提问时间为 10 分钟。



表成果，抽取并回答答辩试题，就专家的补充提问做出回应。

答辩专家及时填写每位申请人的答辩情况记录表。

### **11.5 综评**

办公室汇总申请材料审核表、笔试成绩和答辩情况记录表后，计算确定综合得分，形成初评报告，在答辩结束后 40 天内提交评委会。

评委会在接到初评报告后 10 天内召开终评会议，提出评审意见。

终评的主要内容包括：核实各项指标得分、给出评价结论，结论为通过、不通过。

### **11.6 公示**

通过各等级活动策划师职业能力水平评价的申请人应予以在中国智慧工程研究会官网或者中国智慧工程研究会策划专业委员会官网上公示，公示时间不少于 10 个工作日。

在公示时间内收到实名举报的，评委会应及时进行查证；查证属实的，应重新确定终评结论。

### **11.7 批复**

对于终评合格并通过公示的申请人，评委会应上报中国智慧工程研究会策划专业委员会给予获得相应等级活动策划师职业能力水平评价证书的批复，并授予证书。

活动策划师职业能力水平评价资质证书由中国智慧工程研究会策划专业委员会统一制作，由通过考核的申请人持有。初级活动策划师证书长期有效，每两年复审一次。中级及高级活动策划师证书自颁

发证书之日起两年内有效，在有效期截止日之前3个月，持证人需凭两年内实践活动案例申请复审。复审通过后，证书有效期自动续期两年，直至下一次复审。

活动策划师职业能力水平评价等级证书可在中国智慧工程研究会官网或中国智慧工程研究会策划专业委员会官网进行查询。

## **12 评价管理**

对因违反法律法规、发生重大事故、造成恶劣影响的取消活动策划师资格，被取消资质的活动策划人员，3年后方可重新申请职业能力水平评定。

附录 A（规范性附录）

初级活动策划师职业能力水平评价细则

A.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 45 课时的初级活动策划培训学习，然后进行初级活动策划师评定，考试合格者，颁发证书。

A.1.1 具有高中毕业(或同等学力)，从事策划相关工作 2 年以上。

A.1.2 取得高等职业学校、专科及以上普通高等学校专业或相关专业毕业证书(含在读应届毕业生)。

A.1.3 取得相关职业初级职业资格(职业技能等级)证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 2 年

A.1.4 累计从事本职业或相关职业工作满 3 年。

A.2 评价方法

A.2.1 评价指标

初级活动策划师的评价指标及权重见下表。

初级活动策划师职业能力水平评价表

一级指标	二级指标	权重
职业素养	道德素养	10%
	政治文化素养	
基础知识	管理学基础	40%
	消费者行为学	
	经济学常识	
	传播学原理	
	数据分析基础	
	商务沟通与谈判	
专业知识	法律法规基础	45%
	活动策划专业知识	
	市场营销学	
	品牌管理	
	数字营销	
	创意与创新思维	
市场调研与分析		

	信息技术与数字化	
	基础财务知识	
相关知识	项目管理知识	5
	文化艺术与审美知识	
	营销心理学	

#### A.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上（含 60 分），“知识结构”得分率均应不低于 60%。

## 活动策划师职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 方案策划	综述	初级策划师应具备独立策划和参与实施 100 人以内线下活动或 500m <sup>2</sup> 以内展览活动，且能够为大中型活动提供执行支持服务的能力。
	1.1 需求理解	1.1.1 能够对活动需求进行简单整理 1.1.2 能够对活动主体情况进行资料搜集 1.1.3 能够搜集活动相关背景资料 1.1.4 能够简单分析活动的核心需求 1.1.5 能够对活动提出自己的基础理解
	1.2 策略思考	1.2.1 能够完成活动策划前的简单问卷设计 1.2.2 能够编辑、发布和搜集调查问卷 1.2.3 能够完成基础的市场分析 1.2.4 能够对活动所面对的核心问题进行简单的策略思考 1.2.5 能够辅助完成构建活动的核心价值 1.2.6 能够辅助完成提出活动的文案概念创意
	1.3 内容策划	1.3.1 能够完成活动基础信息策划 1.3.2 能够辅助完成重点嘉宾策划 1.3.3 能够辅助完成重点环节策划 1.3.4 能够完成活动亮点策划 1.3.5 能够完成整体流程策划
	1.4 传播策划	1.4.1 能够完成基础传播策略策划 1.4.2 能够完成简单的活动传播话题策划 1.4.3 能够完成简单的活动媒体选择策划
	1.5 执行策划	1.5.1 能够根据活动需求提出视觉设计需求 1.5.2 能够根据活动需求完成场地规划 1.5.3 能够根据活动需求完成氛围规划 1.5.4 能够根据活动需求完成房餐会策划 1.5.6 能够根据活动需求完成第三方人员规划 1.5.7 能够根据活动需求完成现场摄制策划 1.5.8 能够根据活动需求完成礼品策划 1.5.9 能够准备应急预案
	1.6 预算规划	1.6.1 能够对线下费用进行简单规划 1.6.2 能够对线上费用进行简单规划 1.6.3 能够尝试提出增量预算建议
	1.7 团队规划	1.7.1 对小型活动的策划执行团队进行整体架构 1.7.2 明确团队成员在活动中的分工与协作 1.7.3 明确执行团队和客户的分工与协作

	1.8 招投标	1.8.1 能够按招投标规定准备相关资料 1.8.2 能够填写招投标相关资料表格 1.8.3 能够描述招投标流程 1.8.4 能够完成标书制作 1.8.5 能够按照要求招标要求完成投标
2. 文案策划	综述	初级策划师应具备撰写各类活动项目文案的基础能力。
	2.1 前期文案	2.1.1 能够根据需求辅助完成基础的项目说明方案 2.1.2 能够根据需求辅助完成基础的招商说明方案 2.1.3 能够根据需求辅助完成基础的政府汇报方案 2.1.4 能够根据需求辅助完成基础的媒体合作方案 2.1.5 能够完成邀请函的基本写作 2.1.3 能够完成合作函的基本写作 2.1.4 能够完成名单信息资料的基本写作 2.1.5 能够完成流程文案的基本写作 2.1.6 能够完成平面视觉文案的基本写作
	2.2 中期文案	2.2.1 能够根据活动需求完成基础宣传品文案 2.2.2 能够根据活动需求完成基础制作物文案 2.2.3 能够根据活动需求完成基础印刷品文案 2.2.4 能够根据活动需求完成基础现场文稿文案 2.2.5 能够根据活动需求完成基础演说稿文案 2.2.6 能够根据活动需求完成基础视频文案文案
	2.3 现场文案	2.3.1 能够完成简单的活动串词文案 2.3.2 能够完成简单的活动嘉宾信息文案 2.3.3 能够完成简单的活动流程变动文案 2.3.4 能够完成简单的活动新闻文案 2.3.5 能够完成简单的活动视频文案 2.3.6 能够完成简单的活动临时制作物文案
	2.4 后期文案	2.4.1 能够完成简单的活动简报 2.4.2 够完成简单的致谢文案 2.4.3 够完成简单的视频文案 2.4.4 够完成简单的宣传文案 2.4.5 够完成简单的活动画册文案
3. 会务执行策划	综述	初级策划师应具备熟悉会务基本工作，且能够进行跨岗位、跨部门的基础工作协调。
	3.1 场地会务	3.1.1 能够完成对场地基础的功能调性考察 3.1.2 能够完成对场地基础的配套与价格洽谈 3.1.3 能够完成对场地基础的空间氛围拍摄 3.1.4 能够完成对基础的场地测量 3.1.5 能够完成会场搭建跟台

		<p>3.1.6 能够完成简单的会场导视系统布置</p> <p>3.1.7 能够推动完成场地摆台与配套布置</p> <p>3.1.8 能够按照要求要求和标准进行场地验收</p> <p>3.1.9 能够熟悉消防、电力安全的活动基础知识，并配合相关部门完成检查</p> <p>3.1.10 能够配合相关部门进行安全监查</p> <p>3.1.11 能够准备并整理相关活动资料，到公安部门完成活动举办的报批报备</p>
	3.2 视频音频 会务	<p>3.2.1 能够了解视频、音频的基础设备与基础知识</p> <p>3.2.2 能够完成搭建跟台，并监督搭建质量</p> <p>3.2.3 能够完成基础的舞台试光</p> <p>3.2.4 能够准备基础的音频素材资料</p> <p>3.2.5 能够根据活动流程完成简单的音频排序</p> <p>3.2.6 能够完成活动现场的各类会议用品测试</p>
	3.3 餐饮会务	<p>3.3.1 能够完成餐饮分类规划</p> <p>3.3.2 能够完成餐型规划</p> <p>3.3.3 能够完成用餐与验证规划</p> <p>3.3.4 能够完成餐厅布置</p> <p>3.3.5 具备基本的商务沟通技巧</p>
	3.4 住宿会务	<p>3.4.1 能够完成住宿分类规划</p> <p>3.4.2 能够完成住宿规划</p> <p>3.4.3 能够完成客房布置</p> <p>3.3.4 具备基本的商务沟通技巧</p>
	3.5 交通会务	<p>3.5.1 能够完成整体用车规划</p> <p>3.5.2 能够完成特殊用车规划</p> <p>3.5.3 具备基本的商务沟通技巧</p>
4. 现场会务	综述	初级策划师应具备能够现场提供文案策划服务，以及能够参与搭建跟场、盯台，现场会务执行的能力。
	4.1 内场统筹	<p>4.1.1 能进行基础的控台统筹</p> <p>4.1.2 能进行基础的舞台统筹</p> <p>4.1.3 具备完成现场助理、催场的能力</p> <p>4.1.4 具备给现场重要嘉宾提供临时性会务服务的能力</p> <p>4.1.5 具备即时响应甲方基础临时需求的能力</p>
	4.2 前台接待	<p>4.2.1 能够完成前台接待引导的基础服务安排</p> <p>4.2.2 能够完成前台接待普通签到的基础服务安排</p> <p>4.2.3 能够完成前台接待贵宾的基础服务安排</p> <p>4.2.4 能够完成前台接待媒体的基础服务安排</p> <p>4.2.5 能够完成前台财务服务的基础安排</p>

	4.3 会务服务	4.3.1 能够按照要求要求现场提供基础会务服务 4.3.2 能够按照要求要求管理第三方人员支持 4.3.3 能够按照要求要求管理交通服务 4.3.4 能够按照要求要求管理演职人员服务
	4.4 现场职能服务	4.4.1 具备活动开始后现场服务嘉宾、主持人临时需求的能力 4.4.2 具备现场随时进行流程调整的能力 4.4.3 具备现场随时进行文案服务的能力 4.4.4 具备现场随时进行新媒体服务的能力 4.4.5 具备现场基础统筹网络专题、速记、摄影摄像、现场直播支持 4.4.6 能够在现场积极响应相关执行需求
	4.5 餐饮现场服务	4.5.1 能够完成餐饮现场导引 4.5.2 能够完成餐饮现场接待服务 4.5.3 能够完成餐饮现场协调服务 4.5.4 能够完成餐饮现场的布置安排 4.5.5 能够妥善规划安排工作人员用餐
	4.6 住宿现场服务	4.6.1 能够完成住宿现场导引与签到 4.6.2 能够根据要求安排酒店完成客房的布置要求 4.6.3 能够现场对嘉宾住宿问题进行协调 4.6.4 能够妥善规划安排工作人员住宿问题 4.6.5 能够妥善安排嘉宾的客房消费问题
	4.7 主题活动	4.7.1 能够完成主题活动的基本流程策划 4.7.2 能够完成主题活动的基本团队配置 4.7.3 能够完成主题活动的执行资源配置 4.7.4 能够组织主题活动的具体实施
5. 媒体传播	综述	初级策划师应具备完成简单媒体传播方案的能力。
	5.1 传播方案	5.1.1 能够简单梳理活动的传播目的 5.1.2 能够简单规划活动的传播节奏 5.1.2 能够根据框架完成简单的传播方案
	5.2 传播资源配置	5.2.1 能够完成新闻媒体资源配置 5.2.2 能够完成广告媒体资源配置 5.2.3 能够完成自媒体传播资源配置
	5.3 传播会务	5.3.1 熟悉媒体接待的基本流程 5.3.2 熟悉新闻中心服务的基本要求 5.3.3 能够完成简单的嘉宾采访接待 5.3.4 能够完成活动新闻的媒体发布 5.3.5 能够完成活动的媒体简报



6. 协调管理	综述	初级策划师需具备基本的团队沟通与客户沟通能力，对外积极响应和解决客户合理需求，对内润滑团队关系，协助推动项目前进。
	6.1 方案阐述	6.1.1 具备基础沟通与表达能力 6.1.2 具备流畅清晰阐述策划方案的能力 6.1.3 能够解答与方案相关的基础疑问，展现出对方案每个细节的深入了解。
	6.2 沟通协作	6.2.1 能够快速响应客户，处理客户合理需求 6.2.2 能够即时通报处理不了的需求 6.2.3 能够平衡客户需求与项目权益，保障项目在预算内能够顺利推进。 6.2.3 能够与供应商进行基础的专业沟通 6.2.5 能够监督供应商按照合同完成项目要求
	7. 费用规划	综述
	7.1 预算规划	7.1.1 能够制定活动预算的基本框架 7.1.2 能够编制基本完整的活动明细 7.1.3 能够掌握基础的活动各项支出价格 7.1.4 能够根据活动需求，完成预算规划
	7.2 结算规划	7.2.1 能够根据合同要求对供应商的服务进行评价 7.2.2 能够代表项目与供应商进行结算协商 7.2.3 能根据合同和活动需求完成供应商结算流程
	7.3 决算规划	7.3.1 能够在活动结束后整理相关的费用支出 7.3.2 能够根据实际费用支出制作活动决算表格
	7.4 商务洽谈	7.4.1 具备基础的供应商服务能力判别的能力 7.4.2 价格洽谈能力 7.4.3 具备基础的供应商服务周期洽谈能力 7.4.4 具备基础的供应商服务账期洽谈能力 7.4.5 具备基础的判断合同权利义务与潜在风险的能力
	7.5 市场调研	7.5.1 具备不定时调研市场最新供应成本的能力 7.5.2 具备不定时调研市场最新供应产品的能力 7.5.3 具备不定时调研市场最新合作模式的能力

## 附录 B（规范性附录）

### 中级活动策划师职业能力水平评价细则

B.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 35 课时的中级活动策划培训学习，考试合格者，进行中级活动策划师评定，评定合格后颁发证书。

B.1.1 申请人应具有大学专科毕业(或同等学力)。

B.1.2 获得初级活动策划师等级证书 3 年以上。

B.1.3 申请人从事策划工作 5 年以上，策划业绩突出，所策划的项目对促进地方招商引资或经济发展起到重要作用。

B.1.4 出版策划相关著作 2 部以上或在主要媒体期刊上发表策划直接相关的具有独立创新成果 2 篇以上。

B.1.5 成立 5 年以上并取得显著经济效益的相关企业主要领导。

B.1.6 参加厅级以上党政机关、事业单位、社会团体等机构举办的与活动策划相关的创意大赛、营销大赛、策划大赛，以第一作者身份获得奖项者（特等奖或一等奖，包括组织的比赛）。

B.1.7 具有相关专业中级职称，累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。

B.1.8 以主策划身份，完成 3 次厅级以上单位主办的活动策划项目，或商业端市场活动规模 500 人以上，消费端市场活动规模 3000 人以上，策展面积 10000m<sup>2</sup>以上项目的策划师。

#### B.2 评价方法

##### B.2.1 评价指标

中级活动策划师的评价指标及权重见下表。

中级活动策划师职业能力水平评价表

一级指标	二级指标	合计分值
职业素养	道德素养	10%
	政治素养	
基础知识	管理学基础	35%
	消费者行为学	
	经济学常识	
	传播学原理	

	数据分析基础	
	商务沟通与谈判	
	法律法规基础	
专业知识	活动策划专业知识	50%
	市场营销学	
	品牌管理	
	数字营销	
	创意与创新思维	
	市场调研与分析	
	信息技术与数字化	
	基础财务知识	
相关知识	项目管理知识	5%
	文化艺术与审美知识	
	营销心理学	

### B.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上，“职业素养”“知识结构”“核心能力”的得分率均应不低于 60%。

## 活动策划师职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 方案策划	综述	中级策划师应具备独立策划和参与实施 500 人以内线下活动或 3000m <sup>2</sup> 以内展览活动，且能够为大型活动提供执行支持服务的能力。
	1.1 需求理解	1.1.1 能够对活动需求进行深度整理 1.1.2 能够对活动主体情况进行资料搜集 1.1.3 能够搜集活动相关背景资料 1.1.4 能够深度分析活动的核心需求 1.1.5 能够对活动提出自己的深度理解
	1.2 策略思考	1.2.1 能够策划具有针对性的调查问卷 1.2.2 能够编辑、发布和搜集调查问卷 1.2.3 能够完成较为详细市场分析 1.2.4 能够对活动所面对的核心问题进行简单的策略思考 1.2.5 能够完成构建活动的核心价值 1.2.6 能够完成提出活动的文案概念创意
	1.3 内容策划	1.3.1 能够完成活动基础信息策划 1.3.2 能够完成重点嘉宾策划 1.3.3 能够完成重点环节策划 1.3.4 能够完成活动亮点策划 1.3.5 能够完成整体流程策划
	1.4 传播策划	1.4.1 能够完成具备高执行性的传播策略策划 1.4.2 能够完成具有吸引力的活动传播话题策划 1.4.3 能够完成高性价比的活动媒体组合策划
	1.5 执行策划	1.5.1 能够根据活动需求高质量完成视觉设计需求 1.5.2 能够根据活动需求高质量完成场地规划 1.5.3 能够根据活动需求高质量完成氛围规划 1.5.4 能够根据活动需求高质量完成房餐会策划 1.5.5 能够根据活动需求完成第三方人员规划 1.5.6 能够根据活动需求完成现场摄制策划 1.5.7 能够根据活动需求完成礼品策划 1.5.8 能够准备应急预案
	1.6 预算规划	1.6.1 能够对线下费用进行详细规划 1.6.2 能够对线上费用进行详细规划 1.6.3 能够提出具有较强可行性和吸引力的增量预算建议

	1.7 团队规划	1.7.1 对中型以下活动团队进行整体架构 1.7.2 明确团队成员在活动中的分工与协作 1.7.3 明确执行团队和客户的分工与协作
	1.8 招投标	1.8.1 能够按招投标规定准备相关资料 1.8.2 能够填写招投标相关资料表格 1.8.3 能够描述招投标流程 1.8.4 能够完成标书制作 1.8.5 能够按照要求招标要求完成投标
2. 文案策划	综述	中级策划师应熟练掌握撰写各类活动项目文案的能力。
	2.1 前期文案	2.1.1 能够根据需求完成项目说明方案 2.1.2 能够根据需求完成招商说明方案 2.1.3 能够根据需求完成政府汇报方案 2.1.4 能够根据需求完成媒体合作方案 2.1.5 能够完成邀请函的写作 2.1.3 能够完成合作函的写作 2.1.4 能够完成名单信息资料的写作 2.1.5 能够完成流程文案的写作 2.1.6 能够完成平面视觉文案的写作
	2.2 中期文案	2.2.1 能够根据活动需求完成宣传品文案 2.2.2 能够根据活动需求完成制作物文案 2.2.3 能够根据活动需求完成印刷品文案 2.2.4 能够根据活动需求完成现场文稿文案 2.2.5 能够根据活动需求完成演说稿文案 2.2.6 能够根据活动需求完成视频文案文案
	2.3 现场文案	2.3.1 能够完成高质量活动串词文案 2.3.2 能够完成高质量活动嘉宾信息文案 2.3.3 能够完成高质量活动流程变动文案 2.3.4 能够完成高质量活动新闻文案 2.3.5 能够完成高质量活动视频文案 2.3.6 能够完成高质量活动临时制作物文案
	2.4 后期文案	2.4.1 能够完成高质量活动简报 2.4.2 够完成高质量致谢文案 2.4.3 够完成高质量视频文案 2.4.4 够完成高质量宣传文案 2.4.5 够完成高质量活动画册文案
3. 会务执行策划	综述	中级策划师应具备熟悉会务工作，且具备跨岗位、跨部门执行的能力。
	3.1 场地会务	3.1.1 能够完成对场地完整的功能调性考察 3.1.2 能够完成对场地完整的配套与价格洽谈

		<p>3.1.3 能够完成对场地完整的空间氛围拍摄</p> <p>3.1.4 能够完成对完整的场地测量</p> <p>3.1.5 能够完成会场搭建跟台</p> <p>3.1.6 能够完成完整的会场导视系统布置</p> <p>3.1.7 能够推动完成场地摆台与配套布置</p> <p>3.1.8 能够按照要求要求和标准进行场地验收</p> <p>3.1.9 能够熟悉消防、电力安全的活动基础知识，并配合相关部门完成检查</p> <p>3.1.10 能够配合相关部门进行安全监查</p> <p>3.1.11 能够准备并整理相关活动资料，到公安部门完成活动举办的报批报备</p>
	3.2 视频音频 会务	<p>3.2.1 能够了解视频、音频的基础设备与基础知识</p> <p>3.2.2 能够完成搭建跟台，并监督搭建质量</p> <p>3.2.3 能够完成基础的舞台试光</p> <p>3.2.4 能够准备完整的音频素材资料</p> <p>3.2.5 能够根据活动流程完成音频排序</p> <p>3.2.6 能够完成活动现场的各类会议用品测试</p>
	3.3 餐饮会务	<p>3.3.1 能够完成餐饮分类规划</p> <p>3.3.2 能够完成餐型规划</p> <p>3.3.3 能够完成用餐与验证规划</p> <p>3.3.4 能够完成餐厅布置</p> <p>3.3.5 具备良好的商务沟通技巧</p>
	3.4 住宿会务	<p>3.4.1 能够完成住宿分类规划</p> <p>3.4.2 能够完成住宿规划</p> <p>3.4.3 能够完成客房布置</p> <p>3.3.4 具备良好的商务沟通技巧</p>
	3.5 交通会务	<p>3.5.1 能够完成整体用车规划</p> <p>3.5.2 能够完成特殊用车规划</p> <p>3.5.3 具备良好的商务沟通技巧</p>
4. 现场会务	综述	中级策划师应具备能够现场统筹文案策划服务，以及具备完成现场跨部门协作的能力。
	4.1 内场统筹	<p>4.1.1 能进行全流程控台统筹</p> <p>4.1.2 能进行全流程舞台统筹</p> <p>4.1.3 具备完成现场助理、催场的能力</p> <p>4.1.4 具备给现场重要嘉宾提供临时性会务服务的能力</p> <p>4.1.5 具备即时响应甲方基础临时需求的能力</p>
	4.2 前台接待	<p>4.2.1 能够完成前台接待引导的统筹服务安排</p> <p>4.2.2 能够完成前台接待普通签到的统筹服务安排</p> <p>4.2.3 能够完成前台接待贵宾的统筹服务安排</p>

		4.2.4 能够完成前台接待媒体的统筹服务安排 4.2.5 能够完成前台财务服务的统筹安排
	4.3 会务服务	4.3.1 能够按照要求安排现场会务服务 4.3.2 能够按照要求合理管理第三方人员 4.3.3 能够按照要求合理管理交通服务 4.3.4 能够按照要求管理演职人员服务
	4.4 现场职能服务	4.4.1 具备活动开始后现场服务嘉宾、主持人临时需求的能力 4.4.2 具备现场随时进行流程调整的能力 4.4.3 具备现场随时进行高质量文案服务的能力 4.4.4 具备现场随时进行高质量新媒体服务的能力 4.4.5 具备现场统筹网络专题、速记、摄影摄像、现场直播支持 4.4.6 能够在现场积极响应相关执行需求
	4.5 餐饮现场服务	4.5.1 能够统筹安排餐饮现场导引 4.5.2 能够统筹安排餐饮现场接待服务 4.5.3 能够统筹安排餐饮现场协调服务 4.5.4 能够统筹安排餐饮现场的布置安排 4.5.5 能够统筹规划安排工作人员用餐
	4.6 住宿现场服务	4.6.1 能够统筹安排住宿现场导引与签到 4.6.2 能够统筹安排酒店完成客房的布置要求 4.6.3 能够现场对嘉宾住宿问题进行协调 4.6.4 能够统筹安排工作人员住宿问题 4.6.5 能够统筹安排嘉宾的客房消费问题
	4.7 主题活动	4.7.1 能够完成主题活动的流程策划 4.7.2 能够完成主题活动的团队配置 4.7.3 能够完成主题活动的执行资源配置 4.7.4 能够带队组织主题活动的具体实施
5. 媒体传播	综述	中级策划师应具备完成媒体传播方案与调度媒体资源的能力。
	5.1 传播方案	5.1.1 能够清晰梳理活动的传播目的 5.1.2 能够清晰规划活动的传播节奏 5.1.2 能够根据框架完成完整的传播方案
	5.2 传播资源配置	5.2.1 能够调度有效资源、优化新闻媒体资源配置 5.2.2 能够调度有效资源、优化广告媒体资源配置 5.2.3 能够调度有效资源、优化自媒体传播资源配置
	5.3 传播会务	5.3.1 能够统筹安排媒体接待 5.3.2 能够统筹安排新闻中心服务 5.3.3 能够统筹安排嘉宾采访接待

		<p>5.3.4 能够统筹安排活动新闻的媒体发布</p> <p>5.3.5 能够统筹完成活动的媒体简报</p>
6. 协调管理	综述	<p>中级策划师需具备良好的团队沟通与客户沟通能力，对外积极响应和解决客户合理需求，对内管理团队关系，推动项目前进。</p>
	6.1 方案阐述	<p>6.1.1 具备基础沟通与表达能力</p> <p>6.1.2 具备流畅清晰阐述策划方案的能力</p> <p>6.1.3 能够解答与方案相关的基础疑问，展现出对方案每个细节的深入了解。</p>
	6.2 沟通协作	<p>6.2.1 能够快速响应客户，处理客户合理需求</p> <p>6.2.2 能够即时通报处理不了的需求</p> <p>6.2.3 能够平衡客户需求与项目权益，保障项目在预算内能够顺利推进。</p> <p>6.2.3 能够与供应商进行基础的专业沟通</p> <p>6.2.5 能够监督供应商按照合同完成项目要求</p>
7. 费用规划	综述	<p>中级策划师应具备成本意识，并能够做出详细的活动预算方案。</p>
	7.1 预算规划	<p>7.1.1 能够制定活动预算的基本框架</p> <p>7.1.2 能够编制基本完整的活动明细</p> <p>7.1.3 能够掌握基础的活动各项支出价格</p> <p>7.1.4 能够根据活动需求，完成预算规划</p>
	7.2 结算规划	<p>7.2.1 能够根据合同要求对供应商的服务进行评价</p> <p>7.2.2 能够代表项目与供应商进行结算协商</p> <p>7.2.3 能根据合同和活动需求完成供应商结算流程</p>
	7.3 决算规划	<p>7.3.1 能够在活动结束后整理相关的费用支出</p> <p>7.3.2 能够根据实际费用支出制作活动决算表格</p>
	7.4 商务洽谈	<p>7.4.1 具备基础的供应商服务能力判别的能力</p> <p>7.4.2 价格洽谈能力</p> <p>7.4.3 具备基础的供应商服务周期洽谈能力</p> <p>7.4.4 具备基础的供应商服务账期洽谈能力</p> <p>7.4.5 具备基础的判断合同权利义务与潜在风险的能力</p>
	7.5 市场调研	<p>7.5.1 具备拓展供应链的能力</p> <p>7.5.2 具备拓展最新市场技术与产品的能力</p> <p>7.5.3 具备拓展商务合作的能力</p>



中级案例评定权重表

考核项目	分值	备注
市场分析	10	案例形式： (1) 承担项目 (2) 研究成果 (3) 赛事奖励  城市、区域、全国性 案例分别按 102%、 105%、110%赋分。
策划创新	20	
项目管理	20	
沟通协作	20	
项目实施	20	
财务管理	5	
应急管理	5	

案例形式：

(1) 承担项目

参与或主持过一定数量和规模的活动策划项目或营销规划中的策划部分，项目实施后取得经济、社会、生态效益或得到委托方、社会各界的积极评价。

(2) 研究成果

参与过的实践案例进行跟踪观察、回顾反思与总结提升，形成相关案例、报告、论文，通过网络、会议、报纸、期刊、杂志、教材、专著进行分享交流。

(3) 赛事奖励

参加各类与营销创意、策划、设计相关的方案征集（比选）、比赛竞赛、优秀成果评选，争取相应的奖励和荣誉。



## 附录 C（规范性附录）

### 高级旅游策划师职业能力水平评价细则

C.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 35 课时的高级活动策划培训学习，考试合格者，进行高级活动策划师评定，评定合格后颁发证书。

C.1.1 具有大学本科毕业(或同等学力)，从事相关工作不低于 10 年；

C.1.2 取得中级活动策划师职业等级证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 4 年。

C.1.3 取得相关职业副高级以上职称、职业资格、职业技等级证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。策划业绩或建言献策被地方政府或企业采纳执行并取得显著经济效益的。

C.1.4 累计从事本职业或相关职业工作满 10 年，并有 3 个以上取得重大经济效益和社会影响力的策划案。

C.1.5 单独或合作（署名前三）出版活动策划类教材或专著 3 部以上者。

C.1.6 参与相关标准（国家标准、行业标准、团体标准、地方标准）的编制或修订工作的。

C.1.7 从事活动策划相关工作并获得省部级各类人才称号，或对地方策划行业发展做出其他重大贡献的特殊人才。

C.1.8 以主策划身份，完成 3 次以上省部级及国家一级协会以上单位主办的活动策划项目，或商业端市场活动规模 1000 人以上，消费端市场活动规模 10000 人以上，策展面积 30000m<sup>2</sup> 以上项目的策划师。

#### C.2 评价方法

##### C.2.1 评价指标

高级活动策划师的评价指标及权重见下表。

高级活动策划师职业能力水平评价指标表

一级指标	二级指标	合计分值
职业素养	道德素养	10
	政治素养	
基础知识	管理学基础	20
	消费者行为学	

	经济学常识	
	传播学原理	
	数据分析基础	
	商务沟通与谈判	
	法律法规基础	
专业知识	活动策划专业知识	60
	市场营销学	
	品牌管理	
	数字营销	
	创意与创新思维	
	市场调研与分析	
	信息技术与数字化	
	基础财务知识	
相关知识	项目管理知识	10
	文化艺术与审美知识	
	营销心理学	

### C.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上，“职业素养”“知识结构”“核心能力”

得分率均应不低于 60%。

## 活动策划师职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 方案策划	综述	高级策划师应具备独立策划和参与实施 500 人以上线下商务活动、或 5000 人以上的线下大众活动、或 10000m <sup>2</sup> 以内展览活动活动的的能力。
	1.1 需求理解	1.1.1 能够深度分析活动需求 1.1.2 能够对活动主体情况进行结构性资料搜集 1.1.3 能够准确提取背景资料的核心信息 1.1.4 能够创造性分析活动的核心需求 1.1.5 能够对活动提出自己的创造性理解
	1.2 策略思考	1.2.1 能够策划具有针对性的调查问卷 1.2.2 能够将策划与调研结合，完成调查问卷收集 1.2.3 能够对市场从品牌、营销角度进行宏观分析 1.2.4 能够对活动所面对的核心问题进行创造性、整合性的策略思考 1.2.5 能够创造性地构建活动的核心价值 1.2.6 能够创造性地提出活动的文案概念创意
	1.3 内容策划	1.3.1 能够完成活动基础信息策划 1.3.2 能够以品牌和营销为切入点，高度整合资源，并完成重点嘉宾策划 1.3.3 能够以品牌和营销为切入点，高度整合资源，完成重点环节策划 1.3.4 能够以品牌和营销为切入点，高度整合资源，完成活动亮点策划 1.3.5 能够以品牌和营销为切入点，高度整合资源，完成整体流程策划
	1.4 传播策划	1.4.1 能够完成具备品牌和营销视角的传播策划 1.4.2 能够完成具有吸引力的活动传播话题策划 1.4.3 能够完成具备高吸引力和性价比的效果类媒体组合策划
	1.5 执行策划	1.5.1 能够根据活动需求指导团队完成高质量视觉设计需求 1.5.2 能够根据活动需求指导团队完成高质量场地规划 1.5.3 能够根据活动需求指导团队完成高质量氛围规划 1.5.4 能够根据活动需求指导团队完成高质量房餐会策划 1.5.5 能够根据活动需求指导团队完成第三方人员规划 1.5.6 能够根据活动需求指导团队完成现场摄制策划 1.5.7 能够根据活动需求创造性地提出礼品策划 1.5.8 能够准备应急预案，并预见可能发生的应急情况

	1.6 预算规划	1.6.1 能够对线下费用进行详细规划和资源优化配置 1.6.2 能够对线上费用进行详细规划和资源优化配置 1.6.3 能够提出具有高反馈效果的增量预算建议
	1.7 团队规划	1.7.1 对大型以下活动团队进行整体架构 1.7.2 明确团队成员在活动中的分工与协作 1.7.3 明确执行团队和客户的分工与协作
	1.8 招投标	1.8.1 能够指导团队按招投标规定准备相关资料 1.8.2 能够指导团队填写招投标相关资料表格 1.8.3 能够指导团队完成标书制作 1.8.4 能够指导团队按照招标要求完成投标
2. 文案策划	综述	高级策划师应具备创造性完成各类活动项目文案，以及指导团队高质量完成文案工作的能力。
	2.1 前期文案	2.1.1 能够根据需求高质量完成或指导团队完成项目说明方案 2.1.2 能够根据需求高质量完成或指导团队完成招商说明方案 2.1.3 能够根据需求高质量完成或指导团队完成政府汇报方案 2.1.4 能够根据需求高质量完成或指导团队完成媒体合作方案 2.1.5 能够高质量完成或指导团队完成邀请函的写作 2.1.3 能够高质量完成或指导团队完成合作函的写作 2.1.4 能够高质量完成或指导团队完成名单信息资料的写作 2.1.5 能够高质量完成或指导团队完成流程文案的写作 2.1.6 能够高质量完成或指导团队完成平面视觉文案的写作
	2.2 中期文案	2.2.1 能够高质量完成或指导团队宣传品文案 2.2.2 能够高质量完成或指导团队完成制作物文案 2.2.3 能够高质量完成或指导团队完成印刷品文案 2.2.4 能够高质量完成或指导团队完成现场文稿文案 2.2.5 能够高质量完成或指导团队完成演说稿文案 2.2.6 能够高质量完成或指导团队完成视频文案文案
	2.3 现场文案	2.3.1 能够高质量完成或指导团队完成活动串词文案 2.3.2 能够高质量完成或指导团队完成活动嘉宾信息文案 2.3.3 能够高质量完成或指导团队完成活动流程变动文案 2.3.4 能够高质量完成或指导团队完成活动新闻文案 2.3.5 能够高质量完成或指导团队完成活动视频文案

		2.3.6 能够高质量完成或指导团队完成活动临时制作物文案
	2.4 后期文案	2.4.1 能够高质量完成或指导团队完成活动简报 2.4.2 能够高质量完成或指导团队完成致谢文案 2.4.3 能够高质量完成或指导团队完成视频文案 2.4.4 能够高质量完成或指导团队完成宣传文案 2.4.5 能够高质量完成或指导团队完成活动画册文案
3. 会务执行 策划	综述	高级策划师应能够完整掌握会务工作框架与流程，且具备跨岗位、跨部门、跨项目团队执行的能力。
	3.1 场地会务	3.1.1 能够高质量完成或指导团队完成对场地完整的功能调性考察 3.1.2 能够高质量完成或指导团队完成对场地完整的配套与价格洽谈 3.1.3 能够高质量完成或指导团队完成对场地完整的空间氛围拍摄 3.1.4 能够高质量完成或指导团队完成对完整的场地测量 3.1.5 能够高质量完成或指导团队完成会场搭建跟台 3.1.6 能够高质量完成或指导团队完成完整的会场导视系统布置 3.1.7 能够通州完成场地摆台与配套布置 3.1.8 能够按照要求要求和标准进行场地验收 3.1.9 能够熟悉消防、电力安全的活动基础知识，并配合相关部门完成检查 3.1.10 能够配合相关部门进行安全监查 3.1.11 能够准备并整理相关活动资料，到公安部门完成活动举办的报批报备
	3.2 视频音频 会务	3.2.1 熟悉视频、音频的基础设备与基础知识 3.2.2 能够统筹完成搭建跟台，并监督搭建质量 3.2.3 能够统筹完成的舞台试光 3.2.4 能够准备结构性的高质量的音频素材资料 3.2.5 能够根据活动流程完成音频的高质量排序 3.2.6 能够统筹完成活动现场的各类会议用品测试
	3.3 餐饮会务	3.3.1 能够统筹完成餐饮分类规划 3.3.2 能够统筹完成餐型规划 3.3.3 能够统筹完成用餐与验证规划 3.3.4 能够统筹完成餐厅布置 3.3.5 具备良好的商务沟通技巧
	3.4 住宿会务	3.4.1 能够统筹完成住宿分类规划 3.4.2 能够统筹完成住宿规划

		<p>3.4.3 能够统筹完成客房布置</p> <p>3.3.4 具备良好的商务沟通技巧</p>
	3.5 交通会务	<p>3.5.1 能够统筹完成整体用车规划</p> <p>3.5.2 能够统筹完成特殊用车规划</p> <p>3.5.3 具备良好的商务沟通技巧</p>
4. 现场会务	综述	高级策划师应具备能够现场统筹文案策划服务，以及统筹现场全执行团队的能力。
	4.1 内场统筹	<p>4.1.1 能进行全流程控台统筹</p> <p>4.1.2 能进行全流程舞台统筹</p> <p>4.1.3 具备统筹安排完成现场助理、催场的的能力</p> <p>4.1.4 具备统筹安排给现场重要嘉宾提供临时性会务服务的能力</p> <p>4.1.5 具备即时响应甲方基础临时需求的能力</p>
	4.2 前台接待	<p>4.2.1 能够统筹完成前台接待引导的统筹服务安排</p> <p>4.2.2 能够统筹完成前台接待普通签到的统筹服务安排</p> <p>4.2.3 能够统筹完成前台接待贵宾的统筹服务安排</p> <p>4.2.4 能够统筹完成前台接待媒体的统筹服务安排</p> <p>4.2.5 能够统筹完成前台财务服务的统筹安排</p>
	4.3 会务服务	<p>4.3.1 能够按照要求安排现场会务服务</p> <p>4.3.2 能够按照要求合理管理第三方人员</p> <p>4.3.3 能够按照要求合理安排管理交通服务</p> <p>4.3.4 能够按照要求管理演职人员服务</p>
	4.4 现场职能服务	<p>4.4.1 具备活动结束后现场服务嘉宾、主持人临时需求的能力</p> <p>4.4.2 具备现场随时进行流程调整的能力</p> <p>4.4.3 具备现场随时进行高质量文案服务的能力</p> <p>4.4.4 具备现场随时进行高质量新媒体服务的能力</p> <p>4.4.5 具备现场统筹网络专题、速记、摄影摄像、现场直播支持</p> <p>4.4.6 能够在现场积极响应相关执行需求</p>
	4.5 餐饮现场服务	<p>4.5.1 能够统筹安排餐饮现场导引</p> <p>4.5.2 能够统筹安排餐饮现场接待服务</p> <p>4.5.3 能够统筹安排餐饮现场协调服务</p> <p>4.5.4 能够统筹安排餐饮现场的布置安排</p> <p>4.5.5 能够统筹规划安排工作人员用餐</p>
	4.6 住宿现场服务	<p>4.6.1 能够统筹安排住宿现场导引与签到</p> <p>4.6.2 能够统筹安排酒店完成客房的布置要求</p> <p>4.6.3 能够现场对嘉宾住宿问题进行协调</p> <p>4.6.4 能够统筹安排安排工作人员住宿问题</p> <p>4.6.5 能够统筹安排嘉宾的客房消费问题</p>



	4.7 主题活动	4.7.1 能够统筹完成主题活动的流程策划 4.7.2 能够统筹完成主题活动的团队配置 4.7.3 能够统筹完成主题活动的执行资源配置 4.7.4 能够带队组织主题活动的具体实施
5. 媒体传播	综述	高级策划师应具备完成媒体传播方案、高效调度媒体资源、整合媒体资源的能力。
	5.1 传播方案	5.1.1 能够创造性策划活动的传播目的 5.1.2 能够清晰规划活动的传播节奏 5.1.2 能够根据框架完成完整的传播方案
	5.2 传播资源配置	5.2.1 能够调度与整合有效资源、优化新闻媒体资源配置与传播效率 5.2.2 能够调度与整合有效资源、优化广告媒体资源配置与传播效率 5.2.3 能够调度与整合有效资源、优化自媒体传播资源配置与传播效率
	5.3 传播会务	5.3.1 能够统筹安排媒体接待 5.3.2 能够统筹安排新闻中心服务 5.3.3 能够统筹安排嘉宾采访接待 5.3.4 能够统筹安排活动新闻的媒体发布 5.3.5 能够统筹完成活动的媒体简报
6. 协调管理	综述	高级策划师应具备优秀的管理客户预期,引导客户需求,消解客户摩擦,并对内高效进行团队管理,推动项目前进的能力。
	6.1 方案阐述	6.1.1 具备卓越沟通与表达能力,有明显的个人风格 6.1.2 具备卓越的阐述策划方案的能力 6.1.3 能够妥善解决与方案相关的各项疑问,展现出对方案的整体统筹与细节把控
	6.2 沟通协作	6.2.1 能够快速响应客户,处理客户合理需求,拒绝不合理需求 6.2.2 能够需求资源解决处理不了的需求,或调整客户预期 6.2.3 能够创造客户需求,增加项目权益,既保障项目的高效、高质量执行,又能够提高项目利润 6.2.4 能够与供应商进行专业沟通 6.2.5 能够带领供应商共同策划项目,并超出合同需求高质量完成项目增值服务
7. 费用规划	综述	高级策划师应具备清晰的成本意识与预算控制能力,并能够做出详细的活动预算方案。
	7.1 预算规划	7.1.1 能够制定活动预算的整体框架 7.1.2 能够编制基本完整的活动明细 7.1.3 能够掌握活动各项支出价格

		7.1.4 能够根据活动需求，完成预算规划 7.1.5 具有高质量报价的技巧与能力
7.2 结算规划		7.2.1 能够根据合同要求对供应商的服务进行评价 7.2.2 能够代表项目与供应商进行结算协商 7.2.3 能根据合同和活动需求完成供应商结算流程 7.2.4 能够妥善解决供应商纠纷
7.3 决算规划		7.3.1 能够在活动结束后整理相关的费用支出 7.3.2 能够根据实际费用支出制作活动决算表格 7.3.3 能够对活动决算进行分析复盘
7.4 商务洽谈		7.4.1 具备成熟的供应商服务能力判别的能力 7.4.2 具备卓越的价格洽谈能力 7.4.3 具备卓越的供应商服务周期洽谈能力 7.4.4 具卓越础的供应商服务账期洽谈能力 7.4.5 具备卓越的判断合同权利义务与潜在风险的能力
7.5 市场调研		7.5.1 具备拓展与整合供应链的能力 7.5.2 具备拓展与整合最新市场技术与产品的能力 7.5.3 具备拓展商务合作的能力

### 高级案例评定权重表

考核项目	分值	备注
市场分析	5	案例形式： (1) 承担项目 (2) 研究成果 (3) 赛事奖励  城市、区域、全国性 案例分别按 102%、 105%、110%赋分。
策划创新	20	
项目管理	20	
沟通协作	20	
项目实施	20	
财务管理	10	
应急管理	5	

### 高级答辩权重表

考核项目	分值	备注
商务礼仪	5	案例形式： (1) 承担项目 (2) 研究成果 (3) 赛事奖励  城市、区域、全国性 案例分别按 102%、 105%、110%赋分。
案例创新	20	
方案呈现	15	
案例演说	20	
答辩质量	20	
项目效果	20	

附录 D (规范性附录)

中国智慧工程研究会策划专业委员会

活动策划师职业能力水平评价申请表 (样例)

编号: 2024—001

填报日期: \_\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

姓名		性别		政治面貌		
身份证号		工作单位				
通讯地址					邮编	
联系电话		电子邮箱		微信		
从业年限		学历		毕业院校		
培训情况	_____年__月__日参加_____组织的_____培训					
申报等级	<input type="checkbox"/> 初级 <input type="checkbox"/> 中级 <input type="checkbox"/> 高级					
策划案例 (名称)						
研究成果名称				发表途径		
所获奖励名称				颁发机构		
受理意见	<input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 不同意					
评价得分		终评结论	<input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 不通过			
证书编号				发放时间		
公示时间				公示结论	<input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 不通过	
评委会办公室意见			评委会意见			
(盖章)			组长签字:			

说明: “策划案例”“研究成果”“所获奖励”相关材料附后。