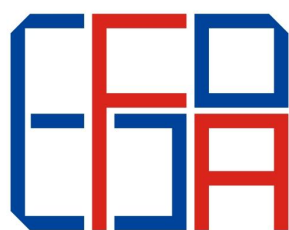




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

十二月刊 2023 年 12 月 31 日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

- * 李铁成：搭好会展平台 助推共建“一带一路”八项行动和会展业高质量发展
- * 储祥银：会展是提升产业链供应链效能的重要平台

免责声明：以下信息主要来源于网络，仅供学习之用，如侵犯您的权利，请与协会秘书处联系（020-22281170），秘书处将及时删除，谢谢！

本期目录

【展会前瞻】.....3

【协会动态】8

【广东会展资讯】.....10

【会展交流】.....14

李铁成：搭好会展平台 助推共建“一带一路”八项行动和会展业高质量发展 14

兰馨：复盘 2023 | 聚焦 2023 会展业六大关注点 17

张凡 ：从搭建公司到活动公司 22

储祥银：会展是提升产业链供应链效能的重要平台 24

"会展拼多多"，下一个会展蓝海？ 27

福建省规模最大！厦门国际博览中心举行开馆仪式 30

无锡国际会议中心正式开业！无锡会展业再添 " 砝码 " 32

保利世贸博览馆

萤火虫动漫游戏嘉年华广州站 31st

开展时间：2023. 12. 30-2024. 1. 1

主/承办单位：广州萤火虫动漫文化发展有限公司

2023 第二届广州插画艺术节

开展时间：2023. 12. 30-2024. 1. 1

主/承办单位：广州插画艺术文化有限公司

UTa 有它人宠互娱生态展

开展时间：2024. 1. 6-2024. 1. 7

主/承办单位：微臣有礼宠物文化传播（广州）有限公司

2024 澳门·广州缤纷产品展

开展时间：2024. 1. 19-2024. 1. 21

主/承办单位：澳门贸易投资促进局、广州市商务局

第十六届广州年货展销会

开展时间：2024. 1. 24-2024. 2. 5

主/承办单位：广东省商业联合会

FES2024·广州特别纪念展

开展时间：2024. 1. 26-2024. 1. 28

主/承办单位：上海幻电信息科技有限公司

南丰国际会展中心

沸点直播年货节

开展时间：2024. 1. 15-2024. 1. 16

主/承办单位：沸点会展（广州）有限公司（会员单位）

深圳会展中心

第四十四届安居博览会暨第四十一届深圳家装节

开展时间：2023. 12. 30-2024. 1. 1

主/承办单位：深圳市点耐特网络信息有限公司

第五届深圳国际潮玩节

开展时间：2023. 12. 30-2024. 1. 1

主/承办单位：前域文化展览（深圳）有限公司

FastMoss 全球短视频大会暨选品展览会

开展时间：2024. 1. 18-2024. 1. 19

主/承办单位：北京有乐今天科技有限公司

“嘿卡甄选”嘉年华

开展时间：2024. 1. 19-2024. 1. 21

主/承办单位：深圳市太和物联信息技术有限公司

2024 第 13 届深圳迎春年货博览会暨农副产品采购展

开展时间：2024. 1. 24-2024. 2. 4

主/承办单位：深圳市励为展览管理有限公司

深圳坪山燕子湖国际会展中心

比亚迪商用车经销商大会

时间：2024. 1. 10

主/承办单位：比亚迪汽车工业有限公司

潭洲国际会展中心

2024 佛山新芙蓉国潮动漫节

开展时间：2024. 1. 28-2024. 1. 29

主/承办单位：长沙漫城文化传媒有限公司

南海国际会展中心

广汽 T68 车展

开展时间：2024. 1. 5-2024. 1. 7

主/承办单位：东莞市新思维市场信息咨询有限公司

德技优品门窗年会

时间：2024. 1. 5

主/承办单位：广东德技优品门窗有限公司

贝壳年度会议

时间：2024. 1. 10

主/承办单位：贝壳找房（佛山）科技有限公司

DK 少儿高定时尚周

时间：2024. 1. 20-2024. 1. 21

主/承办单位：广州亚伊文化传媒有限公司

兴海集团年终总结会与兴海集团年会

时间：2024.1.26-2024.1.27

主/承办单位：兴海集团

陈村花卉世界展览中心

2024年第40届陈村迎春花市（主入口芳华大道）

时间：2024.1.31-2024.2.8

主/承办单位：佛山市顺德区陈村花卉世界物业管理有限公司

2024全球好物迎春年货节

时间：2024.1.31-2024.2.8

主/承办单位：广州市弘阳展览服务有限公司

广东现代国际展览中心

东莞航天科普体验展

开展时间：2024.1.21-2024.2.18

主/承办单位：星链航天控股（深圳）有限公司

2024迎春年花年货购销会

开展时间：2024.1.27-2024.2.9

主/承办单位：东莞市和美互动文化传媒有限公司

东莞·松果动漫游戏嘉年华 02

开展时间：2024.1.27-2024.1.28

主/承办单位：广东松果动漫文化有限公司

中山博览中心

粤港澳大湾区美食嘉年华

开展时间：2023.12.28-2024.1.3

主/承办单位：中山市人民政府

元旦车展

开展时间：2023.12.30-2024.1.1

主/承办单位：中山报业传媒股份有限公司

2024中山迎春消费嘉年华（年货节）

开展时间：2024.1.25-2024.1.29

主/承办单位：广东联合会展管理有限公司

2024 中山迎春花卉展

开展时间：2024. 1. 25-2024. 2. 9

主/承办单位：广东联合会展管理有限公司

2024 迎春动漫展

开展时间：2024. 2. 3-2024. 2. 4

主/承办单位：广东联合会展管理有限公司

中山黄圃国际会展中心

2024 年黄圃镇迎春花市

时间：2024. 1. 26-2024. 2. 9

主/承办单位：中山市三六九墟市场管理有限公司

惠州会展中心

欢乐时光嘉年华

开展时间：2024. 1. 13-2024. 2. 28

主/承办单位：惠州市鑫洋经济信息咨询有限公司

2024 粤港澳大湾区少儿舞蹈大赛（惠州）暨惠州市国际标准舞（体育舞蹈）青少年市队选拔赛

时间：2024. 1. 20-2024. 1. 21

主/承办单位：惠州市国际标准舞协会

惠州 AS07 动漫游戏展

开展时间：2024. 1. 27-2024. 1. 28

主/承办单位：珠海星尚文化传播有限公司

（超级年会）罗格朗智能电气（惠州）有限公司 2024 年年会

时间：2024. 1. 31

主/承办单位：罗格朗智能电气（惠州）有限公司

汕头林百欣国际会议展览中心

2023（汕头）城市购物节全国名优特食品展

开展时间：2023. 12. 29-2024. 1. 28

主/承办单位：深圳鼎峰锋展览服务有限公司

阳江国际会展中心

动漫展

开展时间：2024.2.15

主/承办单位：佛山无瑕展览有限公司

注：以上信息主要来源于展馆排期及网络搜索，请以实际展出为准

1. 2023 年 11 月 30 日至 12 月 2 日，我会受邀出席“2023UFI 中国会员年会、2023 中国会展创新者大会”，期间开幕式现场举行了重庆会展发展国际专家顾问团授牌活动，我会刘松萍会长被聘为重庆会展发展国际专家顾问团。
2. 2023 年 12 月 4-7 日，我会受邀参观第 44 届中东（迪拜）五大行业展。
3. 2023 年 12 月 8 日，广州市贸促会联合广东会展组展企业协会开展《2023 年广州市展览业发展专题调研报告》专家评审会，相关会展行业专家出席此次评审会，就发展报告内容进行了探讨。
4. 2023 年 12 月 11 日，浙江省会展业代表团来访协会，组织召开两地会展业交流座谈会。我会组织广东会展企业参加座谈，就粤浙两地会展业交流合作进行深入沟通交流。
5. 2023 年 12 月 12 日，广东省市场监督管理局批准下达 2023 年第二批广东省地方标准制修订计划。其中，广东会展组展企业协会及相关会展机构参与起草的四项标准《会展综合体环境管理规范》《绿色展装要求》《品牌展会版权保护指南》《线上数字展览（会）服务规范》成功获批立项。
6. 2023 年 12 月 15 日，我会应邀出席 2023 中国会展业年会暨郑州会展经济高质量发展论坛。
7. 2023 年 12 月 17 日，我会受邀参观第十六届美沃斯国际医学美容大会、美沃斯医疗与美容科技博览会。
8. 2023 年 12 月 17 日，《2024 年“粤贸全国”系列展会比选》专家评审会召开，我会作为第三方审核单位组织相关会展专家出席此次评审会，各位专家就现场评审资料进行了探讨，并提出了中肯的建议。
9. 2023 年 12 月 19 日，《佛山中德工业服务区（佛山三龙湾科技城）促进潭洲国际会展中心发展扶持办法》专家评审会在佛山召开，我会作为第三方审核单位组织相关会展专家出席此次评审会，各位专家就现场评审资料进行了探讨，并提出了中肯的建议。
10. 2023 年 12 月 19 日，霍克展览举办了“绿色会展，智变未来|2024 易展宝新品发布会”，我会刘松萍会长应邀出席，并分享了题为《绿色会展的运用与实践》的主题演讲，阐述了绿色会展的发展现状及趋势。
11. 2023 年 12 月 20 日，第四届中国会展活动新技术新设备新服务展览会暨中国会展跨界合作交流峰会在无锡国际会议中心举办，我会刘松萍会长应邀出席并担任峰会主持嘉宾。
12. 2023 年 12 月 22 日，广州市贸促会组织召开《2023 年广州市展览业发展专题调研报告工作会议》，广东会展组展企业协会及相关会展高校老师参加会议，对广州市存在的问题及对策建议进行了深入地探讨交流。

13. 2023 年 12 月 22 日，灵通展览系统股份有限公司来访我会，共同探讨绿色会展发展。
14. 2023 年 12 月 26 日，“广东省科协团体标准联合体工作交流会议”在广州召开，广东省会展业标准化技术委员会秘书处作为联合体成员受邀参会。
15. 2023 年 12 月 28 日，我会拜访澳门会展旅游业协会，商讨合作，共赢商机。

广东省

1. 广东省标准化突出贡献奖评选表彰工作领导小组办公室发布“关于广东省标准化突出贡献奖申报名单的公示”

2023 年 12 月 6 日，广东省标准化突出贡献奖评选表彰工作领导小组办公室发布“关于广东省标准化突出贡献奖申报名单的公示”，将通过形式审查的标准项目奖、标准化组织奖、标准化成就奖、优秀青年奖的名单予以公示。

来源：广东省市场监督管理局

2. 广东省市场监督管理局发布“关于印发 2024 年度促进经济高质量发展专项资金项目库申报指南（第一批）的通知”

为全面加强广东省市场监督管理工作，2023 年 12 月 9 日，广东省市场监督管理局发布“关于印发 2024 年度促进经济高质量发展专项资金项目库申报指南（第一批）的通知”，以便组织开展 2024 年度促进经济高质量发展专项资金项目库入库工作。

来源：广东省市场监督管理局

3. 广东省市场监督管理局发布“关于印发 2023 年度促进经济高质量发展专项资金项目库申报指南（第二批）的通知”

为全面加强广东省市场监督管理工作，2023 年 12 月 9 日，广东省市场监督管理局发布“关于印发 2023 年度促进经济高质量发展专项资金项目库申报指南（第二批）的通知”，以便组织开展 2023 年度促进经济高质量发展专项资金（标准化战略第二批）项目库入库工作。

来源：广东省市场监督管理局

4. 四项会展地方标准获批立项

2023 年 12 月 12 日，广东省市场监督管理局批准下达 2023 年第二批广东省地方标准制修订计划，其中，广东会展组展企业协会及相关会展机构参与起草的四项标准《会展综合体环境管理规范》《绿色展装要求》《品牌展会版权保护指南》《线上数字展览（会）服务规范》成功获批立项。

来源：广东省会展业标准化技术委员会

广州

1. 高定展 | 多城市泛家居设计圈 共探未来高定生活新篇章

由中国对外贸易中心集团有限公司旗下中贸展、广州中居联会展有限公司、罗浮宫家居广州艺术中心联合主办的 2023 广州国际高端定制生活方式展览会于 12 月 11 日，在主会场广交会展馆 C 区、分会场罗浮宫家居广州艺术中心圆满落下帷幕。此次活动旨在促进业界

之间与业界之外的交流与互动，共同探索未来高定生活的发展趋势和创新方向，同时将最贴近高定生活的“女性力量”作为活动重要组成部分展现公众之前，为“高定生活”的探索照见多元。

来源：高定展

2. 2023 广州华夏家博会圆满落幕

2023 年 12 月 15-17 日，2023 广州华夏家博会，在广州保利世贸博览馆开展。本次华夏家博会，集家装设计、施工管理、建材家居等全产业链，为一体的家装生活服务平台，为中国城市居民提供一站式高品质装修服务。

来源：家博会

3. 广州市海珠区科技工业商务和信息化局发布“关于开展 2022 年度海珠区会展业高质量发展扶持奖励项目申报工作的通知”

为组织开展海珠区会展业高质量发展扶持奖励项目申报工作，促进海珠区会展业发展，2023 年 12 月 15 日，广州市海珠区科技工业商务和信息化局发布“关于开展 2022 年度海珠区会展业高质量发展扶持奖励项目申报工作的通知”。

来源：广州市海珠区科技工业商务和信息化局

深圳

1. 国际电子电路（深圳）展览会(HKPCA Show)盛大开幕

2023 年 12 月 6 日，全球线路板及电子组装行业领航盛会——国际电子电路（深圳）展览会(HKPCA Show)在深圳国际会展中心（宝安）5、6、7 和 8 号馆盛大举办，其中 SMF 智能制造与科技创新主题区在 5 号馆精彩亮相。本次展会展期共三天，规模升级，汇聚了海内外 600 多家展商同台展示业内多款顶尖的技术及创新产品，还带来了更多有助于数字化转型升级的解决方案。该展览会是全球规模最大及最具代表性之一的线路板及电子组装行业盛会，观众包括 5 万 PCB 和电子行业人士参与，其参展商是华南智能制造与科技创新展览会重要的买家群体。

来源：FPCworld

2. 2023 博华深圳联展暨 2023 深圳国际酒店及商业空间博览会隆重开幕

2023 年 12 月 14 日，首届博华深圳联展盛大开幕。本届展会涵盖食、住、行、健康、休闲等全品类，激发全产业链上下游活力，是联通粤港澳大湾区，辐射东南亚市场而全新打造的创新型、多维度、综合类超级大展。展会涵盖了深圳国际酒店及餐饮业博览会、深圳国际营养与健康产业博览会、深圳国际酒店与商业空间博览会以及深圳国际酒店家具、商用定制和软装设计展四大板块。展会总面积近 20 万平方米，参展商达到 2000 多家，展品大类超

过 40 个，持续推动了展品签约落地，创造了更大的市场机遇，放大展会在华南地区的溢出效应。

来源：酒店与商业空间博览会 Hotel Plus

3. 2023 深圳食博会 12 月 1 日启幕

12 月 1 日至 3 日，深圳食博会在深圳会展中心举办。展会面积 5.25 万平方米，包含展览、论坛、赛事和产销对接会等一系列内容，突出区域协作、国际交流、市场对接、产业赋能、文化互动、深圳特色六大亮点。展会期间举办百场产销对接活动，并邀请了一批头部采购商企业参加展会，推进一二三产业融合发展，实现从田间到餐桌的全产业链融合。

来源：深圳特区报

4. 2023CBME 大湾区孕婴童展圆满成功

12 月 7 日-9 日，2023CBME 大湾区孕婴童展在深圳市福田区会展中心举办。本次展会聚焦泛珠三角区婴童市场发展趋势，探索大湾区市场商机。本次展会现场 45,000 平方米展览面积，吸引了来自中外 10 个国家的 560 多家优质品牌商，及 20,808 位独立专业买家到场。

来源：CBME 孕婴童展

5. 2023 深圳亚太口腔医学高新技术博览会圆满收官

12 月 6 日-12 月 8 日，“2023 深圳亚太口腔医学高新技术博览会”在深圳国际会展中心（宝安）9 号馆成功举办，本届展会，分为国际品牌、高新技术、民族品牌、数字化应用、护理感控、综合品牌六大展区，涵盖口腔设备、新技术、新应用、新材料等领域；学术会议，设立 1 个主会场和 18 个分会场，邀请了 150 多名国内外知名口腔专家，就口腔医疗的热点和实用技术进行分享。

来源：深圳亚太口腔展

6. 2023 第 21 届沸点会暨直播+社群团购货源供应链展览会（深圳）圆满成功

第 21 届沸点会|第八届全国团长大会于 2023 年 12 月 12-13 日在深圳会展中心开展。沸点会于 2019 年创办了全国首届社群团购大会，2021 年创办了首届全国团长大会，以及同期举办的直播带货+社群团购货源展览会、一件代发货源展，形成了社群私域领域颇为重要的商业活动，沸点会坚持为推动社群电商（团购）产业高效发展方向，促进供需双方联系更为紧密、产销链接更顺畅，助力渠道平台搭建供应链体系，让链接更高效、更简单。

来源：沸点天下万朋

7. 2023 中国（深圳）国际秋季茶产业博览会圆满成功

深圳秋季茶博会作为每年度备受瞩目的中国茶产业盛会，一直被视为茶界的“晴雨表”、行业的“风向标”。本届茶博会基于传统拳头版块，发挥华巨臣平台交流、资源汇聚、产业

链联通等优势，设 4700 个国际标准展位，汇聚全球 1400 多家优质参展商，全面展示行业新概念、大热点以及业内标准化、智慧化、品牌化等特色展品。

来源：深圳茶博会

8. 《深圳市推动总部经济高质量发展的实施意见》发布，鼓励总部企业举办影响力强的大型展会

近日，为促进深圳市总部经济高质量发展，培育壮大具有核心竞争力的总部企业集群，大力发展具有全球影响力的总部经济，进一步提升经济中心城市的辐射带动力，深圳市发布《深圳市推动总部经济高质量发展的实施意见》（以下简称“《意见》”）。《意见》提出，鼓励总部企业在本市举办影响力强、带动效应显著的行业峰会、专业论坛、大型展会和新品发布会，市、区政府部门在场地租赁、媒体宣传、业务指导等方面给予支持，并按照会展业发展相关扶持政策给予补助。

来源：深圳发布

东莞

1. 2023 东莞家博会冬季展圆满落幕

12 月 8-10 日，2023 东莞家博会冬季展在广东现代国际展览中心举办，本届家博会展出涵盖家装、卫浴、陶瓷、地板、门窗、家具、家电、家纺、建材等所有装修所需，现场还推出了各种福利活动及让利展品来回馈逛展市民。

来源：逛展趣

2. 2023 首届东莞莞企莞货交易会开幕：促进内外贸一体化 打响东莞知名品牌

12 月 15 日，“促进内外贸一体化·打响东莞知名品牌”主题活动暨 2023 首届东莞莞企莞货交易会开馆仪式在广东现代国际展览中心举行。本次展会是东莞首次打造以本土优秀品牌企业为参展商，以“B2B+B2C”的办展模式，集中展示“东莞制造”的交易会，将进一步推动消费品工业发展，为在莞的销售方和采购方搭建便捷高效的互动平台，助力品牌破局。

来源：东莞商务局

惠州

1. 2023 惠州国际工业博览会暨惠州工业品采购节隆重开幕

2023 年 12 月 7 日，由市工信局、市商务局、市科技局、市金融局、市贸促会（惠州国际商会）作为指导单位，惠州市会展行业协会、广东亚联展览股份有限公司联合主办的 2023 惠州国际工业博览会暨惠州工业品采购节在惠州市会展中心隆重开幕。展会续聚焦工业品全品类，为广大采购商提供丰富的采购和一站式对接场景。

来源：惠州国际商会 ccoic

李铁成：搭好会展平台 助推共建“一带一路”八项行动和会展业高质量发展

中国支持高质量共建“一带一路”八项行动，是第三届“一带一路”国际合作高峰论坛的重要成果之一。八项行动客观上对中国会展业发展提出了新要求，也提供了新思路，既是新机遇，又是新挑战。做好“一带一路”会展这篇大文章，助推高质量共建“一带一路”八项行动，既是展现中国会展业服务发展全局的意识、能力和水平的契机，也是撬动会展业自身高质量发展的动力。

会展是推进高质量共建“一带一路”八项行动的交流载体

会展是能够促进贸易投资、汇聚创新要素、整合产业资源、链接生产—流通—消费、沟通本地与世界的产业促进平台、信息交流平台、创新推动平台、国际交往平台和政策宣传平台，其综合性的平台功能和强大的溢出效应在国家发展中发挥着越来越显著的作用。随着双循环战略、经济高质量发展和中国式现代化进程的持续推进，会展内涵不断丰富，实现了从文化经贸类展会到主场外交平台等外交、经济、社会、文化等综合功能的延伸，会展产业的战略性凸显。

共建“一带一路”倡议为世界经济增长注入新动能，为全球发展开辟新空间，为国际经济合作打造新平台。十年来，“一带一路”国际合作取得了丰硕成果。这其中，会展业既直接“登台唱戏”收获掌声，精彩纷呈的文化年、艺术节、博览会、展览会等多种会展活动轮番登场，更多的是搭台助力、收获果实。

如在政策沟通方面，中国已举办三届“一带一路”国际合作高峰论坛，为各参与国家和国际组织深化交往、增进互信、密切来往提供了重要平台；在多边合作方面，共建国家依托中国—东盟（10+1）合作、中非合作论坛、中阿合作论坛、中拉论坛等重大多边合作机制平台，不断深化务实合作；在文化旅游合作方面，中国与共建国家和地区共同举办文化年、旅游年，互办文物展、电影节、艺术节、图书展、音乐节等活动，内容丰富多彩；在媒体和智库合作方面，共建国家连续成功举办六届“一带一路”媒体合作论坛，多项双边多边合作机制化开展，成果令人鼓舞；在文明交流互鉴方面，丝绸之路（敦煌）国际文化博览会、“一带一路”·长城国际民间文化艺术节、丝绸之路国际艺术节等活动品牌，吸引了大量民众参与；在青年交流方面，“一带一路”青年故事会、中国—中东欧国家青年创客国际论坛等活动，成为共建国家青年深化友好交流合作的重要平台。

在新时期高质量共建“一带一路”八项行动推进过程中，会展既是重要的组成部分之一，也必将继续发挥其独特的平台作用，成为不可或缺的交流合作载体。

搭好“一带一路”交流平台是会展业的使命也是发展机遇

中国会展业服务国家发展全局的独特使命，在于搭建全方位、全覆盖、全功能的交流合作平台体系。通过搭建“一带一路”交流平台，中国会展业既可以在未来更有力地助推高质量共建“一带一路”八项行动，又能够丰富会展内容，拓展会展功能，提高发展质量。从“一带一路”会展平台现状看，在中国举办的贸易投资类展会是主体，其中国家级展会发挥着中坚作用；其次，以“一带一路”为主题的区域性经贸投资文化类展会是最为庞大的主体，发挥着活跃市场的重要作用；此外，由中国在“一带一路”共建国家举办的贸易类展会或有中国企业参加的“一带一路”共建国家贸易类展会对我国中小型制造业企业开发国际市场十分必要，也发挥着补充作用。

目前，以中国国际服务贸易交易会、中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会和中国国际消费品博览会为代表的国家级展会从北到南形成了中国主动与世界分享发展机遇的国家级平台矩阵。在这些国家级展会中，“一带一路”是主要内容之一，对推动“一带一路”倡议发挥着重要作用。

以“一带一路”为主题的区域性经贸投资文化类展会类型多样，分布广泛。丝绸之路国际博览会暨中国东西部合作与投资贸易洽谈会、丝绸之路（敦煌）国际文化博览会、广东21世纪海上丝绸之路国际博览会、中国—阿拉伯国家博览会、中俄博览会、中国—中东欧国家博览会、中国—东盟博览会等重点展会影响不断扩大，有力促进了共建国家之间的经贸投资合作。由中国主办或参与的“一带一路”共建国家专业性经贸展览是中国境外展的重要组成部分，在搭建中外企业对接平台，促进中国与“一带一路”共建国家贸易交流合作，扩大“一带一路”朋友圈等方面发挥了积极作用。

优化“一带一路”交流平台为中国会展业发展注入新动能

八项行动的开花结果、落地生根，需要共建国家倾心注力、浇水施肥，期间离不开交流平台发挥凝聚共识、互通有无的基础性作用。八项行动的落实，需要以更优质的交流平台为依托，对高质量的交流平台提出了更高要求。着眼于高质量共建“一带一路”八项行动和中国会展业的高质量发展，应在“一带一路”交流平台优化上持续发力。

完善现有交流平台体系。应在现有交流平台基础上，摸排现有展会的空白点，以八项行动坐标，挖掘新的“一带一路”题材，开发新的“一带一路”会展平台。如共建国家在健康、绿色、创新、数字丝绸之路建设等新领域合作上已稳步推进，国际合作空间十分广阔，可考虑在新领域合作方面创建专门的会展平台。在设施联通上，“空中丝绸之路”是其中重要一环，近年来建设成效显著，共建国家民航交流合作机制已较为健全，但是缺少以“空中丝绸之路”为主题的专业博览会，可考虑整合国内外资源，创办此类型的博览会等。

打造一批高光主题会展。十年来，“一带一路”主题展会已初具规模。随着八项行动的推进，“一带一路”主题展会也将同步进入品牌塑造的高质量发展期。在品牌塑造上，“一带一路”主题展会要在招展展商、宣传推广、项目管理、服务体系、绿色会展、标准化等方面形成品牌内涵，形成标准化体系；要大力推动科技赋能，在会展数字化、管理智能化、服

务智慧化等方面达到世界一流水平等。

扩大与共建国家的合作。会展本身就是一个国际化程度比较高的产业之一，而服务于共商、共建、共享的“一带一路”倡议，必然使“一带一路”主题展会的国际化色彩最为浓烈。在世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开的宏大背景下，会展业更应践行合作共赢的理念，通过国际合作建设更为开放的交流平台。加强与“一带一路”共建国家的会展业交往与合作，必将促进中国会展业的高质量发展。为此，现有“一带一路”展会均应在扩大国际会展交往与合作上切实付出努力。

突显会展业的丝绸亮色。展望未来，八项行动的实施将进一步夯实“一带一路”主题展会发展的基础，使之成为中国会展业中的“丝绸亮色”。中国会展业中的“丝绸亮色”，应主要体现在以下几方面：一是作为交流平台，“一带一路”展会在推进“一带一路”倡议上具有强大的赋能效应；二是作为组成部分，“一带一路”展会在中国会展业版图上具有鲜明的国际化特色；三是作为后起之秀，“一带一路”展会在中国会展业高质量发展上具有一定的创新引领作用等。

来源：中国网·中国发展门户网

兰馨：复盘 2023 | 聚焦 2023 会展业六大关注点

2023 年，会展活动链接两端：一端是外贸企业出海的供应链，一端是拉动国内消费市场的产业链。为帮助企业“走出去”，部分会展主体由国内市场转至境外，开启了“出境展元年”。作为地方政府招商引资的高效载体，会展活动发挥着重要作用。

与此同时，会展企业的数字化升级未曾停止，既要面对技术与产业融合的挑战，又要盘算展览项目持续办下去的生存压力。下一个赛道已浮现，会展作为促进经济发展的载体，仍将发挥无可替代的平台价值。

政策篇 发挥展会平台效应

国务院办公厅 12 月 7 日印发的《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》（以下简称《若干措施》）提出，加快内外贸一体化发展是构建新发展格局、推动高质量发展的内在要求，对促进经济发展、扩大内需、稳定企业具有重要作用。《若干措施》提出了五方面 18 条工作措施。

《若干措施》在第二方面“促进内外贸市场渠道对接”项下提出，组织开展外贸优品拓内销系列活动，加强市场对接和推广，鼓励开展集中采购，支持优质外贸产品进电商平台、进商场超市、进商圈步行街、进工厂折扣店、进商品交易市场。

加强外贸新业态新模式及相关政策宣传和业务培训，支持内贸企业采用跨境电商、市场采购贸易等方式开拓国际市场。推动高质量实施 RCEP 等自由贸易协定，拓展企业的国际发展空间。

《若干措施》明确提出，发挥平台交流对接作用。培育一批内外贸融合商品交易市场，完善国内国际营销网络，强化生产服务、物流集散、品牌培育等功能，促进国内国际市场接轨。推动境外经贸合作区提质升级，鼓励内外贸企业以合作区为平台开展跨国经营。

今年 4 月 11 日，国务院办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构的意见》（以下简称《意见》）。《意见》第一条“强化贸易促进拓展市场”明确提出，优化重点展会供采对接。推动国内线下展会全面恢复。办好中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会等重点展会。支持中国进出口商品交易会优化展区设置和参展企业结构，常态化运营线上平台。各地方和贸促机构、商协会进一步加大对外贸企业参加各类境外展会的支持力度，加强组织协调和服务保障，持续培育境外自办展会、扩大办展规模。

《意见》明确，便利跨境商务人员往来。加强对外沟通，提高 APEC 商务旅行卡办理效率，加大工作力度推动其他国家畅通我商务人员申办签证渠道、提高办理效率。继续为境外客商办理来华签证提供便利。研究优化远端检测措施。尽快推进国际客运航班特别是国内重点航空枢纽的国际客运航班稳妥有序恢复，推动中外航空公司复航增班，更好为商务人员往来提供航空运输保障。

《意见》强调，加强拓市场服务保障。我驻外使领馆通过完善合作机制、加强信息交流、推介重点展会等举措，创造更多贸易机会，加大对外贸企业特别是中小微外贸企业开拓市场的支持力度。发挥贸促机构驻外代表处作用，做好信息咨询、企业对接、商事法律等方面服务。发布相关国别贸易指南，想方设法稳住对发达经济体出口，引导企业深入开拓发展中国家市场和东盟等区域市场。

技术篇 数字赋能：链接无限

数字经济的核心是数字技术创新。数字技术也在驱动全球新模式和新结构的变化。相关数据显示，目前，超过 170 个国家和地区发布了数字化国家或者区域战略。

在华为公共事业系统部数字政府首席架构师聂俊宇看来，随着海量链接和海量数据的产生，企业的云服务将由上云转为云原生。未来的终端将从小屏跨入到无屏。每一个屏幕都可能作为个人终端的展出和输出，将人与环境融成一个智能体。当下，很多新技术在不断地与实际应用场景相结合，比如元宇宙以及 metaverse3.0。未来，网络、元宇宙和人工智能，是基础设施构建的三个关键核心要素。通过融合创新，将从技术裂变到商业裂变新模式。现阶段，线下实体展览进入 2.0 时代。未来，展会将摆脱过去季节性、时效性、地域性和空间性束缚，成为 365 天线上和线下无时不在的会展，收入将更加多元化。

与此同时，在线上线下融合的趋势下，场馆将进入参观体验的 4.0 时代。这表明，以人为本的展会参与者及体验场景更加多元化。

“产城融合将成为未来会展中心发展的必然趋势。”聂俊宇表示，随着我国城镇从简单的产业聚集人口模式进入城、人、产发展模式，会展将作为链接上下游企业的支点，形成以会促聚的新思路，运营模式也从单一场馆租赁向一站式综合性服务转变，并延伸出运营场景和运营空间。

就技术创新而言，深度数字化已赋能会展业。随着数字技术的应用，整个会展服务体验和运营管理效率得到极大提升，如云上看馆、3D 展位、云端会议、5G 直播互动。

多元场景逐渐满足各类用户需求后，场馆方将关注有序进场、安全参展等，主办方则关注观众是否通过无感参会模式、及时获取会议信息、完成会后跟踪等。鉴于此，传统场馆运营亟须升级智慧化运营模式。

聂俊宇认为，实现智慧化场馆运营，需要构建五大智能化体系，即场馆保证能力、会展运营能力、服务体验能力、数据运营能力、基础设施供给能力，需要强大数据平台、云计算平台、人工智能平台以及算力，如此才能提供保障运营和体验服务能力。

聂俊宇建议，智慧会展在数据运营上，需要构建多元化数据应用生态，激活数据资产价值，创新整个会展业务运营。数字经济的核心，其实是以数据信息作为关键生产要素。如何将获取到的海量历史数据与主办方数据实时结合，投入未来策展过程中，是未来创新业务运营的关键，如此将拓展新的市场空间与合作机会。

城市篇 提升营商环境

今年以来，各地政府将发展会展经济、创造营商环境、提高城市形象、吸引国内外投资纳入年度目标，中部城市长沙和郑州在城市营商环境上进行了较多投入和政策扶持。

据长沙市人民政府副秘书长李晓斌介绍，在 2022 年度中国会展城市竞争力指数发布会上，长沙排名总榜单第 8 名、省会城市第 1 名。

长沙会展按照“一核两翼”，进行多点布局。其中，长沙国际会展中心面积 11.4 万平方米，室外展览面积 10 万平方米，是中部地区面积最大、功能最强的综合性展览中心之一，是中部地区面积最大的会议中心。长沙已经形成了酒店、物流、安保、展会搭建等完整的配套服务体系。

此外，长沙的会展机制完善，实现了会展审批一窗式受理、一站式服务，简化办展流程，创建了会展智慧服务平台，便利展会服务，创新了自贸区会展安保服务管理资质，实施了会展高端人才融入长沙人才政策 45 条计划，享受落户、购房、子女入学等等便利。为吸引高端人才落户，长沙提出引育世界 500 强企业研发中心和高端人才最高分别给予 10 亿元支持和 1 亿元资助。

目前，湖南省正在起草会展业支持政策，长沙市也在出台支持条例，将形成具有长沙特色和影响力的会展体系和营商环境。

相对长沙，郑州聚焦“四高地、一枢纽、一重地、一中心”和郑州都市圈建设，以推动会展业实现新跨越。去年年底，郑州出台了政策法规《郑州市会展业条例》。2023 年，郑州航空港区出台支持会展业优先发展的若干意见以及配套的专项资金管理办法。根据该办法，航空港区每年将安排 3000 万元会展专项资金支持会展项目的举办，并在重要展会的招商对接、产业对接、宣传推广上给予协助。

12 月 8 日，随着郑济高铁的全线贯通，郑州建成“米”字形高速铁路网，郑州枢纽的通达性位居全国首位。随着中原国际会展中心开业运营，郑州成为继上海虹桥之后又一个“空铁联运+会展”城市。

郑州方面提出，要从交易场所向产业发展平台转型，将从会展场馆所在区域和城市发展出发，连接产业链的上下游资源，推动产业和城市发展，实现产城融合的会展新生态。

企业篇 创新与裂变

新冠肺炎疫情后恢复的会展市场发生了很大改变：一方面，细分领域孵化更精准题材展览；另一方面，资本的注入加快属地化布局。

“运用创新与发展，产生裂变。”上海华墨展览服务有限公司（以下简称华墨展览）董事长王国平表示，疫情期间，华墨展览主办了 3 个新展览项目，遇到了不小的瓶颈。现在回头看，所积累的失败经验为今后发展之路提供了有益借鉴。

王国平介绍，华墨展览一直坚持“两大底层逻辑，三步路径创造一个新展项目”。第一

个底层逻辑是建立外部视觉，以客户为中心。第二个底层逻辑是商业竞争，其实是用户心智之争。当下，碎片化信息占据了消费者的大脑。在这一背景下，将展览内容植入消费者心智的难度加大。但也有规律可寻。根据市场调研，华墨展览总结了四大规律：一是消费者会记住不同的地方；二是消费者只会记住主角；三是消费者相信权威；四是符合常识。

鉴于此，在实施三步路径方面，要扫描行业心智，明确战略定位，找准目标群体。发动关键战役特别是绝胜的关键战役，要有强大的冲击力，如此才有可能实现目标。如华墨展览于2019年举办食品类展会。众所周知，饮料、生鲜、食材、糖烟酒等品类的展会市场已经有多个品牌展，在市场调查后，华墨展览决定做预制菜。遵循规律，华墨展览抓住机会，展览项目实现了初期的小目标。

“连锁产业展是华墨展览的特色标签。”王国平解释说，多年来，华墨展览的展览模式是连锁产业展。在他看来，商业底层由三个要素组成，即成本、效率、用户价值。连锁产业发展的逻辑是扎根国内市场，通过规模化优势提升参展商的参展效率，降低参展成本，将溢出效率转化成客户价值。

王国平表示，早在2015年，华墨展览就获得资本投资，这也是连锁产业展发展战略产生的结果。多年来，华墨展览的项目涉及多个行业，其中，华夏家博会已成为家装行业的营销通道。

华墨展览通过数字化营销聚集行业的品牌，利用数字化将其推向市场。华墨展览从实践中发现，这一模式得到了行业、资本的认同。目前，B2C展会的趋势即是数字链接更多可能。如何将数据转化成更大的价值，是华墨展览当下就市场布局所做的思考。

出展篇 “出境展元年”

今年以来，赴境外主办展会成为趋势。这与此前组织企业出境参展有着本质的不同。其中最大的区别在于，出境自办展是针对“中国制造”“走出去”量身打造的具有自主知识产权、自主品牌、独立运营的展览营销平台。因此，2023年被称为“出境展元年”。

在出境举办自办展上，米奥兰特国际会展（以下简称米奥兰特）作为最先“走出去”的会展企业，已成为一个出境自办展“符号”。《中国贸易报》记者在调查采访中了解到，2023年，米奥兰特在印尼、波兰、阿联酋、越南、墨西哥、土耳其、南非等国家主办出境展项目17个，国内参展企业1万余家，总面积近30万平方米。

“目前有少部分企业通过‘造船出海’模式为‘中国制造’‘走出去’服务。”米奥兰特国际会展董事长潘建军表示，为帮助外贸企业“走出去”，国内代理境外展会服务商组织企业参加海外展，那一阶段是“借船出海”期，但疫情三年，这一势头受到极大冲击。

潘建军告诉记者，米奥兰特出境自办展，到不同区域市场的买家“家门口”搭建平台，方便当地采购商采购中国商品。目前，出境自办展的主要功能是帮助中国产品卖出去，为其搭建贸易平台。现阶段，出境展还处在初创阶段，这也是今年被定义为“出境展元年”的原因。未来，将有不同行业的专业展主办方陆续“走出去”，到境外采购商聚集的区域举办出

境自办展。

今年初，米奥兰特启动了搭建海外专业展孵化平台工作，这被认为是米奥兰特出境自办展运营模式的第二阶段。据悉，第一阶段为国别综合展。米奥兰特今年5月组织国内展会主办方到印尼考察，并于下半年在印尼落地了几个专业展的出境展项目。米奥兰特组织16家国内展览主办方考察印尼市场环境，并举办了“中国展览走出去”圆桌论坛，探讨接下来专业展项目如何在海外落地。

潘建军表示，未来出境展的目标是，每一个专业展都要打造一个全球营销平台，并与国内的展览平台形成功能互补。简单地说，将展览从单一贸易功能迭代为“贸易服务+行业交流”功能，从而实现从“借船出海”到“造船出海”的平台功能转换。

融合篇 打造新生态

这一年，PRIME行业提到最多的关键词就是“会展新世界”。“研究新变化、探寻创新、寻找新机遇，提升竞争力。”据智海王潮传播集团（以下简称智海王潮）总裁湛立雄解释，PRIME——PR即公关公司，I即整合营销和奖励旅游，M即会议，E即创意活动和展览。

“市场越是变化不断，就越有发展机遇。”湛立雄表示，新世界以创新、向外拓展和高质量发展为标志，中国将从会展大国走向会展强国。当前会展企业面临着与以往大不相同的新环境、新趋势、新机遇。

纵观2023年，“会展新世界与PRIME新成长”出现了9个关键词，即“内贸外贸一体化：全球化产业链新机遇”“B+C一体化：营销业大趋势”“私域运营：高增长高稳定客户回报池”“个人及活动IP化：起步正当时”“深耕下沉市场：会展拼多多机会多”“拥抱年轻化：得年轻者得天下”“方法论竞争：知识产权溢价时代正到来”“政府活动也跨界：多种需求，同时满足”和“出海寻成长：2023年，中国会展出海元年”。

湛立雄认为，在9个关键词中，“内外贸一体化”和“出海寻成长”与国际化关联紧密、密不可分。

业界将面临不确定性与复杂性的当下定义为“乌卡时代”。对此，中青博联整合营销股份有限公司有关负责人表示，首先要纵向做到专、精、强，从客户所属行业提供专业化服务，其次是横向延展，在做好自身优势的同时，通过创新拓展更多领域。

“在‘乌卡时代’，你要不停地奔跑才能留在原地。”对于“乌卡时代”的市场环境，长狄公关董事总经理汪湔表示，当下国内市场的“内卷”前所未有，必须从业务方向、客户筛选、人才招聘、巩固优势、突破自我等企业经营管理的细节做出提升，从而拓展公司的边界，增加利润。针对这一现状，智海王潮山东公司总经理张龙认为，当前会展行业“内卷”、会展企业竞争加剧的主要原因之一，在于企业扎堆、同质化严重。未来，会展行业生存模式将从传统竞争转移到价值竞争，内容创新将成为新动能。

来源：中国贸易报

张凡：从搭建公司到活动公司

展览工程服务，是会展业的重要组成。提供展览工程服务的企业，被习惯称为搭建公司。

在中国会展业中，搭建公司数量应有数万家之多。以武汉为例，搭建公司近 200 家，但会展场馆只有 4 个，主办方不超过 40 家。

搭建公司之所以多，并非市场需求大，而是因为客户多（1 万平方米展会的参展商在 50-200 个之间，而且中小型展商居多），办公司投入小，来钱快（接单营收，完成一个单不超过 3 个月，而主办方基本是按年营收）。

正因为搭建公司数量多，其市场竞争的激烈程度远超主办方和会展场馆。这也是搭建服务价格长期低迷的原因（每平方米搭建费在 1000 元左右徘徊）。

近十年来，搭建公司在竞争中通过业务创新增加发展活力：

接单+设计与制作+施工相分离。年展览面积在 200 万平方米以上的城市，都有专业从事展台制作+现场施工的搭建工厂，其服务于接单+设计的搭建公司。这样的分工，降低了搭建成本，提高了服务效率。

拓展主场服务市场。2015 年后，展会主场服务由东向西，在二线会展城市次第开拓，目前规模在 3 万平方米以上的展会，主办方大多委托搭建公司承担主场服务。此项服务减轻了主办方现场管理的负担，提高了展台、展位搭建的安全系数，增加了搭建公司的营收。

进军展厅陈列领域。为博物馆、大型企业、特展主办方提供展厅陈列服务，简称为“展陈”。2017 年起，部分搭建公司跨入此一领域，其中的佼佼者已将“展陈”作为主营业务。此举使公司营收大幅增长。

主办+搭建公司增多。主办+搭建的公司早已有之，如上海灵硕。疫情以来，部分组展公司开拓搭建业务（包括主场服务）。但很少见到搭建公司开拓组展（主办）业务的。这种情况加剧了搭建市场的竞争，也反映出搭建公司能力偏弱，尤其是人才短缺的问题。

在会展业高质量发展的大背景下，搭建公司如何应对，如何在竞争中做强做优，本人有以下看法：

关于竞争形势判断

环保搭建乃大势所趋。这既因为中国政府对实现“双碳”目标有国际承诺，还因为推行环保搭建虽有成本问题，但政府一旦强制施行，成本将不是问题。政府强制施行环保搭建的这一天，迟早要到来（欧盟就是强制施行）。

基于这一判断，我认为，赚快钱、赚小钱、仅在一个城市赚钱的小微型搭建公司（年营收 500 万元左右），将难以存活。而规模化发展——年营收 5000 万元以上，多地推展服务、业务多元的大中型企业，将主导未来的展览工程市场。

关于转型为活动公司

搭建公司的业务多元，除拓展主场服务、展厅陈列外，还可以转型为活动公司。搭建公司转型的活动公司，即为活动主办方提供承接服务的机构。

活动主办方所办的活动，包括会议、节庆、赛事、组团参展四类。这一市场的规模不亚于展览。

活动主办方所需要的服务，除场地搭建外，还有项目识别系统设计、自媒体运维、现场服务、线上直播等。如受主办方信赖，服务事项还有活动安全许可报备、资料、证卡设计印制、招徕受众（包括销售业务）、招募志愿者、安排交通住宿、财务协助等事项。成都励翔公司就是由搭建公司转型为活动公司的样板，其年营收在疫前就超过亿元。2012年创立的武汉德玛吉公司，其创始人曾是我的同事。该公司自2018年向活动公司转型，现营收中的临展搭建仅占20%。为政府部门组团参展提供服务，已成为公司的重要业务。

关于人才创新

会展企业的高质量发展必须依靠人才。搭建公司同样如此。要适应环保搭建，尤其是要转型为活动公司，人才比拼是市场竞争的前置条件。

为进一步创新业务，一要延揽“写手”，以适应“展陈”、活动项目文案策划（比稿）的需要；二要培养市场推广“高手”，以适应承接“展陈”、活动项目公关服务的需要（公司领导要参与其中，亲力亲为）；三要训练活动操盘的项目经理，以适应活动主办方的需要；四要优化员工队伍构成，增加懂营销、会AI、善于内容生产的多面手员工，以适应公司发展的需要。

此外，活动公司因服务于主办方，理解主办方意图、善于与主办方关键人物共情，十分重要。能够成为主办方的顾问，可以为主办方的活动出谋划策，为活动发展提供建设性意见以及难题的解决方案，那就是创意型高端服务商了。倘能若此，承接活动的生意将会稳定而持久。

来源：张凡的会展洞察

储祥银：会展是提升产业链供应链效能的重要平台

11月28日，首届中国国际供应链促进博览会（简称链博会）在北京中国国际展览中心（顺义馆）拉开序幕，这是全球首个以供应链为主题的国家级展会，直接“以链为名”举办博览会，将实际诠释会展助力产业链、供应链运转效能，提升价值链功能作用。

产业链是各个产业部门之间基于一定技术经济联系和时空布局关系而客观形成的链条式关联形态。产业链涵盖产品生产或服务提供的全过程，包括动力提供、原材料生产、技术研发、中间品制造、终端产品制造乃至流通和消费等环节，是产业组织、生产过程和价值实现的统一。随着产业链的发展，产业价值创造由不同部门间的分工合作转变为在不同产业链节点上的分工协作。产业链还可以促进产业价值的最大化，体现“1+1 大于 2”的价值增值效应。

供应链是从配套零件生产开始，涵盖中间产品、最终产品制造，通过销售网络把产品送到终极消费者手中的市场、流通过程中，将供应商、制造商、分销商直到最终用户连成一个整体的功能网链结构。供应链管理是通过企业间的协作，谋求供应链整体最佳化；成功的供应链管理能够协调并整合供应链中所有活动，形成无缝连接的一体化运营。

价值链源于企业内的部门分工，是企业为创造价值而进行的一系列活动；企业内部互不相同但又相互关联的生产经营活动，构成了一个创造价值的动态过程，这就是价值链。价值链概念最初由迈克尔·波特于1985年提出。波特认为，“每一个企业都是在设计、生产、销售、发送和辅助其产品的过程中进行种种活动的集合体。所有这些活动可以用一个价值链来表明”。随着科学技术的进步和国际分工的深化，这种企业内的价值创造功能分工日益拓展成为国际化的分工协作，极大地延展了价值链链条的长度和提升了价值创造的效能。

产业链强调产业间的关联，关注产业联系、企业布局和分工协作，供应链则侧重于企业间的关联，注重资源的转换、传递等供应关系；产业链以优化产业间技术经济关联、寻求整个产业链条最大效益、提高产业效率和产业链综合竞争力为主要目标，供应链以降低总生产成本、提高供应效率为主要目标；产业链受产业和企业的内部关系及国家宏观政策等外部关系的影响和制约，供应链则主要受企业发展战略和产业链长度、宽度的影响和制约。产业链以产品为对象，可以是有形产品，也可以是无形服务，以价值增值为导向，产业链中的企业从上游到中游再到下游是一个不断增值的过程，直到用户买走产品实现了产业链的价值为止；供应链则通过整合多样化资源，降低物流成本，提高物流效率以及整体产品或服务质量，为企业提供竞争优势并提高客户价值。产业链和供应链之间存在着紧密的联系，两者都反映了生产经营过程中不同要素的关联关系，在形态上都表现为链网状态。产业链包含供应链，供应链是产业链中的一部分，是产业链生成的基础。产业链属于经济学范畴，供应链属于管理学范畴。在分工和协作日趋深化和细化的现代化、国际化生产、消费中，产业链、供应链、价值链是国际商品、服务等生产和价值实现的重要载体和通道。

会展是一种介质。物理学定律认为，波动能量的传递需要某种物质基本粒子的准弹性碰

撞来实现。这种物质的成分、形状、密度、运动状态，决定了波动能量的传递方向和速度；这种对波的传播起决定作用的物质，称为这种波的介质；比如，声音的传播需要物质，物理学中把这样的物质叫做声的介质。会展也是一种介质，是社会再生产的介质媒体，媒介成商品、服务、要素的交易与协作，加速产业链、供应链流转；通过会展介质平台，汇聚各类发展要素，促进优质要素组合配置，提高要素使用效率，提升产业质级，优化产业结构，增加产品、服务附加价值，带来价值链提升。

在社会再生产过程中，生产是起点，消费是终点，分配和交换属于中间环节。交换是社会分工的必然产物，有分工，就有交换，随着社会分工的深化，交换的重要性愈显重要。生产者的产品只有通过交换进入消费才能实现自己创造的价值，消费者支付货币获取自己需要的产品，才能满足消费需求；进而，社会再生产才能得以延续。商贸是交换的主要形态，没有商贸活动的链接，相互分离的专业生产者就失去了彼此之间协作的可能，孤立的消费者的多样化消费需求就无法得到满足；商贸活动还可以打破生产和消费在时间和空间上的限制，在更长时间、更远区域、更大范围、更集中或更分散的条件下进行商品交换；商贸活动的活跃，市场规模的扩大，可以促进生产更大规模的发展和消费需求更高程度的满足。商贸是社会分工的产物，是链接生产和消费的桥梁，是生产者价值实现和消费者消费实现的通道，是促进生产和消费的媒介。社会化大生产过程中，不同生产部门、行业、企业之间、生产和消费之间联系、协调日趋复杂和困难，存在多种形式的耽搁、延误和停顿，导致资源配置的不合理和生产效率的低下。会展是商贸活动，是根据经济社会和产业发展需要，精心策划和组织实施的商贸活动。会展将散布于不同时间和区域的交易机会汇聚到一起，集中展示，促成交易和交易意向，提高交易效率，节约交易成本；会展属于减少社会再生产耽搁与停顿，打破时空限制，提高生产效率，优化资源配置的商贸活动。

会展属于服务业的范畴，《国民经济行业分类》将其归类为“商务服务业”，指以会议、展览为主，也可附带其他相关的活动形式的服务，包括会展活动的项目策划组织、场馆租赁、安全保障等相关服务。2002年版《国民经济行业分类》第一次设立会议展览服务业类别（代码 L7491），界定会展是为商品流通、促销、展示、经贸洽谈、民间交流、企业沟通、国际往来而举办的展览和会议等活动。

会展产业是散布、物化于各类产业中的会展活动总汇。会展是国际产业链、供应链、价值链中不可或缺的重要环节，是链接生产与消费、供给与需求、国际与国内的重要桥梁，是传播新理念，展示新技术、新产品、新服务，促进交易和合作，推动产业转型升级和进步的重要平台。会展根植产业，利用渠道、客户和资源整合优势，汇聚各类发展要素，为产业发展提供更精准信息传递，为流通渠道疏通、市场规模扩大、产品升级换代服务。会展活动加速了商品、技术、资金、信息、人才等要素跨企业、跨行业、跨地区、跨国界流动与组合配置，促进了跨界交流与合作，推动了流通与贸易的发展，是“构建现代市场体系和对外开放体系的重要平台”，是产业链、供应链、价值链正常运转的重要保障和助推器。

汉诺威工业博览会经过几十年不断发展与完善,已成为当今规模最大的全球性国际工业盛会,被认为是联系全世界技术领域和商业领域的重要平台。汉诺威工博会创立于1947年,时值二战结束,德国作为战败国经济凋零,工业破产,食品短缺。为了让企业家、工人和政治家看到经济的复苏的希望,汉诺威市政府决定举办展览会,展出适合出口的“德国制造”产品。展会于1947年8月18日至9月7日举行,取得了令人满意的效果,来自53个国家的736000名观众参观了展会。1300名展商在总计3万平方米的展馆内展出了他们的产品;签约订单1934份,成交额达到3160万美元左右。汉诺威工博会的成功举办,为二次战后德国经济恢复及其制造业产业链、供应链的重建做出了重大贡献。

中国(北京)国际科技产业博览会曾促成了诺基亚星网工业园落户北京亦庄经济技术开发区。从2000年到2006年,星网工业园一期累计投资100亿元人民币,入园企业20家,涵盖诺基亚手机研发、销售、零部件加工和物流等产业链流程;2005年销售额超过700亿元人民币,50%的产品出口,50%的入园企业引入了研发功能。2006年星网工业园二期启动,在当年举办的科博会期间,9家诺基亚供应商与诺基亚、北京经济技术开发区签约,联合向星网工业园增资约24亿元,加入诺基亚的全球供应链体系。展会有力地推动了北京亦庄经济技术开发区高新技术产业的聚集和诺基亚对全球资源的整合,将产业链、供应链上下游汇聚一处,带来成本节约与效率提升。

经过多年努力和打造,中国已形成了广交会、服贸会、进博会、消博会等国际经济贸易会展体系,中国—东盟博览会、中国—亚欧博览会、中国—东北亚博览会等周边国际经济贸易合作机制性会展体系,中国—中东欧博览会、中国—非洲经济贸易博览会、中国—中亚峰会等多边机制性国际会议展览体系,中国西部博览会、中国中部国际博览会等区域经济贸易合作会展体系,数字经济、智能制造等新兴产业和市场化、专业性会展体系和世界博览会、世界园艺博览会、世界专业组织会议、展览申办、举办体系等一整套全方位、立体化的会展体系。去年、今年新创办的“全球数字贸易博览会”和“中国国际供应链促进博览会”,无疑将进一步推进中国重大会展题材体系的完善和提升。中国会展体系的不断创新与完善,对于促进经济社会发展、促进国际交流合作、保障产业链、供应链正常运转发挥了积极作用,必将为产业链、供应链强链、补链、再构和价值链韧性水平和安全提升做出新的贡献。

来源:中国贸易报

"会展拼多多"，下一个会展蓝海？

自上月底开始，拼多多市值一度超越阿里，成为市值最大的中概股公司。

在阿里和京东几乎将市场瓜分殆尽之时入局，到市值超越二者，拼多多仅用了八年的时间，就证明了“下沉市场”的无穷潜力。

不过，以拼多多创始人黄峥的眼光来看，有潜力的并非是“下沉市场”，而是“最广大的老百姓”。

在中国，最广大的老百姓在哪儿？

三四线城市及以下的县域，涵盖中国 81.9%的人口。无疑是跳出“卷不动”的一二线，最具开发潜力的增量市场。

对于会展活动行业，一二线城市的国家级、国际性盛会无法直接复制到下沉市场，怎么办？

在成功打造多场有影响力的实战案例后，山东智海王潮会展&传播机构总经理、思远文旅产业发展董事长张龙总结出一套行之有效的方法论，在刚刚落幕的会展三新展上两次登台，向同行们和盘托出，分享近年来公司在打造城市盛事的实践中获得的感悟和经验。

“MICE 公司在关注大趋势的同时，更需关注局部市场、本地区域。”

在今年上半年第三届 PRIME 新势力大会上，智海王潮传播集团联合创始人、总裁谌立雄再次强调了这一点。

这个观点得到山东公司张龙的高度认同，他认为在会展活动集中扎堆、行业活动同质化严重的形势下，会展公司只有在一个领域深耕，并建立自己的独有优势，才能求得高质量发展。

“要打破固化标签，围绕客户的需求转变建立更完善的业务体系，深度链接上下游产业资源，提升价值竞争力。

活动，仅是品牌传播链中的一环，会展公司要苦练社会洞察和创意呈现、内容生产和渠道传播、信息服务和数据处理等基本功。”

张龙将“价值竞争”和“内容创新”视为未来的两大主流趋势，以此为目标导向，带领团队探索值得深耕的业务方向，最终瞄准了“城市盛事”。

今年 9 月 16 日，第 28 届中国·砀山采梨节开幕，作为承办单位，智海王潮山东公司在复制先前举办盱眙龙虾节等节庆活动的成功经验基础上，从三个维度做了运营升级，推出了“城市盛事节庆 4.0”。

01 品牌升级

系统化打造，围绕“砀山酥梨”产业品牌进行系统化创意化的视效提升；

02 规模升级

1+X+N 模式，1 个主会场、X 个分会场、N 个系列板块，扩大办节范围及节庆辐射力；

03 产业升级

三产融合，以节为媒，赋能砀山酥梨产业专业化发展、促进砀山农文旅三产融合。

今年的砀山采梨节，吸引了数万人参与打卡互动、数百万视频播放量及文章阅读量、关联话题覆盖近 1.2 亿次！无论是从活动形式、影响范围还是经济效应，都以其巨大的号召力和影响力，持续激发了节庆经济的火热，为区域经济发展注入了源源动力。

此外，活动还通过多样化的综合活动交互进行，紧抓电商平台、城市活动及国际性赛事等时代机遇，在为全国人民呈现了一场文旅盛宴、在提升砀山酥梨的品牌形象和影响力的同时，成功领跑信息化时代文旅融合发展新赛道，蹚出了一条文旅融合发展新路子，加快推进建设砀山文化旅游强县的步伐。

“产业会议能够成为：城市新智库、产业路由器、集成创新者、整合运营商、传播新势力、招引发动机等等。”——智海王潮关于产业会议在地方经济方面所发挥作用的重要观点

不可否认，上述总结既是对产业会议的深刻洞察，也成为衡量一场产业会议成功与否的重要标准。张龙团队在实践过程中，又总结出一套“城市盛事节庆 4.0”的独特打法，为打造下沉市场的城市盛会提供了可资借鉴的宝贵方法论。

城市盛事节庆 4.0，指的是：以价值增益为先导，通过全产业链“节庆×”模式，运用视效、内容、流量、体验四大维度的赋能，提供“全价值链的 IOR”服务体系，实现产业咨询、节庆打造、整合运营、执行管理一体化服务，完成品效合一到品销合一的生态化升级。同时，坚持以节庆为城市锻造盛事，以盛事吸引流量的理念，服务和打造诸多拥有可持续发展的节庆 IP。

目前，张龙的节庆 IP 已经发展为两大集群，一是城市更新，二是乡村振兴。

无论是城市更新还是乡村振兴，变化的是流量来源和产业形态，不变的是以品牌思维和传播思维去着手内容创新，用盛事吸引流量，围绕地方产业打造全生态链节庆 IP。

他将这一套方法落地到不同的城市和县域，屡试不爽。除了前面提到的砀山采梨节，公司还成功举办过脐橙节、黄河流域跨境电商博览会等重要城市盛事。每一场节庆活动，都带来超预期的长尾影响，让活动期间的“网红”城市，变成产业生态进一步繁荣的长红城市。

今年 7 月底，国新办举行国务院政策例行吹风会时，商务部明确提出，鼓励地方、引导地方把重点展会延伸为城市盛会。

发展县域会展助力特色产业发展，已经成为业界专家共识。中国会展经济研究会首席研究员储祥银曾经指出，“要发挥会展平台功能，提高资源、要素使用效能，让要素流向最能发挥效能的部门和地区，形成最佳、最优化社会生产格局。”

上周落幕的第四届 PRIME 新势力大会上，智海王潮公布了他们这几年发现的新市场：“一二线城市竞争白热化，‘深耕下沉市场’将为会展公司带来广阔前景，‘会展拼多多机会多’！”

拼多多与会展下沉市场

“会展拼多多”，更多强调“下沉市场”的会展机会。具体来讲，是以县域经济中的主导产业作为开发基础，突破会展形式，通过打造的一系列和产业相关的“会展奖节演赛”来赋能地方经济和地方产业，获得企业发展空间。

“任何一个城市都缺一个产业综合运营服务商”。

在一二线城市越来越卷的当下，中国的 2800 个县域，对于会展公司来说存在巨大的想象空间；对于县域的主政者而言，他们也需要有城市品牌和产业会展运作经验的会展公司下沉到县域产业，用会展语言，讲好产业故事，推动当地城市和经济发展，双方需求碰撞出来的机遇，正是会展业发展的新蓝海。

来源：智海王潮传播集团

福建省规模最大！厦门国际博览中心举行开馆仪式

12月15日，由国贸控股集团旗下国贸会展建设运营的厦门国际博览中心在展览中心东登录厅举办开馆仪式。2024年，厦门百货展、中国国际电池技术交流会展览会、厦门国际服装供应链博览会等六大会展项目将在厦门国博中心举办。

厦门市委副书记李辉跃，厦门市人民政府副市长庄荣良，国际展览业协会名誉主席、全国会展业标准化技术委员会主任陈先进，法国智奥会展集团大中华区总裁吉娜思，翔安区委副书记、区长李毅，厦门市国资委党委副书记、二级巡视员傅建洪，国贸控股集团党委书记、董事长许晓曦，国贸控股集团党委副书记、总经理郭聪明，厦门翔安新城片区指挥部常务副总指挥叶德传，厦门市会议展览业协会会长陈李升，厦门市商务局副局长、市会展局局长喻皓等领导嘉宾共同为厦门国际博览中心开馆启动。

来自全国会展业的百余位嘉宾莅临洽谈交流，共同为厦门国际博览中心开启崭新篇章，为厦门会展业展示国际影响力搭建崭新平台。

厦门市人民政府副市长庄荣良上台致辞。他表示，厦门是国内较早布局发展会展业的城市之一，历经30多年培育，拥有优越的会展环境、完备的会展设施、有力的扶持政策、系统的服务保障，多次荣获“中国最具竞争力会展城市”等美誉。厦门国际博览中心作为全省最大的会展中心、我市国企投资本地基础设施规模最大的项目，是厦门深入实施跨岛发展战略的标志性工程，也是加快打造旅游会展千亿产业链和国际旅游会展中心的重要载体，将为我市会展业高质量发展增添新的动能。

许晓曦董事长致辞时表示，国贸控股集团积极响应市委、市政府跨岛发展战略布局，在翔安投资建设厦门国际博览中心，期待未来其作为厦门会展业发展的新平台和主战场。国贸控股集团将积极发挥自身“市场化、产业化、国际化、证券化”的经营优势，共同推动厦门会展业大发展、大繁荣，为把厦门建设成为国际会展名城贡献出国贸力量。

今年7月份，国贸会展与法国智奥会展集团、凯辉基金强强合作，成立了厦门市首家中外合资的国际展览机构——厦门国贸智奥国际会展有限公司，法国智奥会展集团大中华区总裁吉娜思在开馆仪式上致辞，她表示很高兴合作公司能够有幸落地于厦门，希望通过分享法国智奥在全球的运作经验，与厦门的合作伙伴和同行协力合作，助力厦门会展业发展。

2024厦门百货展，中国国际电池技术交流会展览会，首届野生植物保护利用展，厦门国际服装供应链博览会暨厦门原创时装周、品锐至尚厦门展，实验医学·体外诊断盛宴，2024厦门国际新能源智能汽车博览会暨移动出行展等多个将在2024年落户厦门国际博览中心的重要项目举办了签约仪式，为未来的合作发展打下坚实基础。

随后，国贸会展与华为进行了打造智慧化场馆全球样板点的签约仪式。该全球样板点将展示先进的智慧化场馆技术和创新应用，推动厦门会展行业向智能化的转型。华为中国政企大企业业务部总裁王辉，国贸控股集团党委委员、总经理助理兼国贸会展党委书记、董事长詹志东代表双方签约。

除签约环节外，现场还开展了厦门国际博览中心推介活动，极潮嘉年华、厦门国际新能源发展大会暨光储供应链对接会探馆，场馆智慧运营中心（IOC）参观等系列活动，为活动嘉宾提供了近距离感受厦门国际博览中心独特魅力的机会，进一步扩大厦门会展业在行业内的知名度和影响力。

未来，国贸会展将抢抓会展新机遇、耕耘行业新动能，全面推动会展与产业高质量融合发展，聚力城市会展业发展，助力厦门市构建“4+4+6”现代产业体系。

厦门国际博览中心是目前福建省最大的专业展览中心和会议中心，展馆展览面积达 30 万平方米，室外广场面积 10 万平方米，将有效助力厦门实现办展办会能级跃升。2023 年 11 月，厦门国际博览中心承接的第 63 届药机展，展览面积达 23 万平方米，创造了药机展和厦门史上规模最大展会的“双纪录”。

厦门国际博览中心由厦门国贸会展集团有限公司规划建设运营，是厦门市会展业高质量发展和厦门市跨岛发展的战略性工程。厦门国际博览中心位于翔安新城片区，是厦门新地标、会展新平台。展览中心拥有 11 个室内无柱展厅，净展览面积约 30 万 m²，室外广场 10 万 m²；会议中心净会议面积 4.2 万 m²，拥有 46 间会议室（含 1 间 1.1 万 m²无柱多功能会议室，45 间 300~1500 m²会议室）和 27 间贵宾室。厦门国际博览中心是目前福建省规模最大的专业展览中心和会议中心。

来源：国贸控股集团

无锡国际会议中心正式开业！无锡会展业再添 “ 砝码 ”

12月20日上午，无锡国际会议中心正式开业，无锡国际会展产业园同步开园。

无锡国际会议中心位于清舒道与尚贤道之间，毗邻尚贤河湿地公园，总建筑面积12万平方米，拥有目前国内唯一超过一万平方米的无柱式多功能会议厅、1216座阶梯式大会堂及60余间大小会议室和6000平方米中央大堂，是无锡规格最高、规模最大的会议中心。

无锡国际会议中心是全市首个综合性国际会议中心、世界物联网博览会永久会址。

太湖新城集团党委副书记、总裁张琦海说，无锡国际会议中心正式开业，将带动会议、宴会、演出、展览、节庆、赛事全面 “ 爆发 ”，同时激活赛会相关全产业链经济。

这不是一座单一的会议中心。未来，片区将开发包括会展、餐饮、商业、产业、旅游在内的全域产业。

太湖新城集团相关负责人表示，将联动集团旗下项目建设、文商旅、城市管家等平台，促进会展业与产业壮大、消费升级良性互动，形成全产业链融合发展的会展产业 “ 生态圈 ”。

无锡国际会议中心启用，将推动无锡市会展项目向高端、专业化方向发展。

2010年，一路之隔的 “ 姐妹花 ” 太湖国际博览中心投入使用。眼下，无锡国际会议中心则补齐了板块举办大规模、高规格的会议活动硬件设施不足的短板，与毗邻的太湖国际博览中心互为呼应，形成了会展产业集聚效应。

太湖新城集团相关人士表示，以无锡国际会议中心为 “ 坐标 ”，连同周边太湖国际博览中心、在建奥体中心等大型会馆，形成 “ 会 + 展 + 酒店 + 配套商业 ” 一体的会展集聚区，统筹展览、酒店餐饮、长租公寓、康养产业发展，逐步实现展会运营承办商到城市会展经济综合服务商的华丽 “ 转身 ”。

据悉，会议中心南侧同步打造的洲际、英迪格酒店即将启用，为会展业提供多样化交流消费体验，打造太湖新城展会新名片、文化新高地、生活新空间。

伴随着无锡国际会议中心开业，无锡国际会展产业园同步开园。

无锡国际会展产业园按照 “1+3+N” 体系，构建 “1 核驱动引领、3 大特色片区协同、‘ N ’ 个会展支撑设施 ” 的会展业发展格局，拥有国际会议中心、太湖博览中心、奥体中心、文化艺术中心、国际网球中心、世界跆拳道中心等丰富的会展设施，全方位覆盖 “ 会、展、节、赛、演 ” 五大领域。

以 “ 展 ” 为媒、盘活经济、“ 融 ” 通四海、拥抱世界，为城市竞争力、影响力提升打开更大想象空间。

值得一提的是，国际会议中心试运营仅一月有余，就接待了中华医学会烧伤外科学分会2023年学术年会、江苏省物流产业促进会年会、一汽解放2024商务年会等500人以上大型会议活动6场，2024年已预订千人以上活动超10场。现场的硬件设施与专业服务得到了各活动主办方的一致好评。

随着无锡国际会议中心的启动，以无锡国际会议中心、太湖国际博览中心为主的会展片区与奥体中心、K11 综合体相望，与地铁 4 号线、硕放机场交通相连，更好地为太湖新城聚集人气、带动人流，形成会议与展览联动发展的优势区域，为驱动产业引擎、提升城市能级、扩大国际影响力再添 " 砝码 "。

来源：中国会展

主 送：广东省商务厅 广东省贸促会 省各有关部门 省各研究机构 协会专家顾问 各会员
企业、战略合作服务商、个人会员

签 发：会长 刘松萍

热线电话：020-22281170

地 址：广东省广州市海珠区中洲中心南塔 A 座 2404

电子邮箱：gfoa29@163.com 网址：www.gdfoa.com