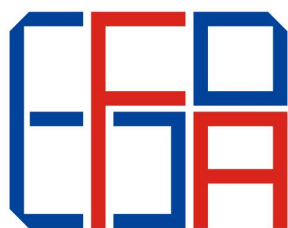




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

四月刊 2018年4月30日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

*会展活动的公共性

*高质量&高效益 今年的广交会不一样！

*“政府引导，市场运作，企业经营”！一文读懂进口博览会特点与机制

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（18813225006），秘书处将及时删除，谢谢！

本期目录

【协会动态】.....3

【展会前瞻】.....4

【会展交流】.....11

会展活动的公共性..... 11

【会展资讯】.....14

“政府引导，市场运作，企业经营”！一文读懂进口博览会特点与机制..... 14

高质量&高效益 今年的广交会不一样！ 16

会展集聚区如何引发“蝶变效应”？19

会展主办方的内部创业与倡导方式.....21

会展经济迎来新变局，广州如何抢得“先手棋”？ 23

商务部鼓励中国会展业，在新时代实现理念和模式创新..... 26

建设国际一流湾区！ 博鳌论坛再现粤港澳大湾区美好前景..... 28

“会议+展览”的融合才会产生世界级的优质会展项目？ 30

1. 2018年4月10日,会展组展企业商务诚信指标地方标准内部讨论会在协会举行,行业规范化、标准化发展有序推进。
2. 2018年4月14日,我会会长刘松萍女士随同省商务厅领导参观香港电子展,并参与香港贸发局座谈会,贸发局在运作展会的过程中不断突破,在小批量采购、线上线下融合、品牌廊、个性化采购等方面都结合行业发展的趋势进行创新,表示值得借鉴。
3. 2018年4月15日,中国国际贸易促进委员会无锡市支会、中国国际商会无锡商会、无锡市会展业发展办公室主任徐惠娟一行到访协会,我会会长刘松萍女士携旗下会员企业广州振威、广东鸿威、广州双威、广州西码、广州赢龙等出席,另外还邀请到广东外语外贸大学南国商学院会展经济系李铁成主任,中展传媒进行现场报道。座谈会上就广东与无锡会展业的合作进行深入沟通交流,针对无锡市产业基础及会员现有展览项目进行对接,未来有很多合作空间。
4. 2018年4月19日,我会会长刘松萍女士随同省商务厅领导参观了上海国际技术进出口交易会,随后拜访了31会展、展桥资本、万耀企龙等会展企业。
5. 2018年4月20日,我会会长刘松萍女士随同省商务厅领导拜访上海市商委会展处,李处、陆处等领导对上海会展发展的特点与做法作出介绍,学习上海在开放市场、国际化、信息化及人才培养等成功经验。
6. 2018年4月20日,我会会长刘松萍女士拜访上海市会展行业协会,并与其协会在行业促进与会员服务方面进行了深入的沟通与交流。
7. 2018年4月22日,我会会长刘松萍女士受邀参加中国会展经济研究会昆明年会及教育论坛,并主持会展产教融合及会展职来职往。
8. 2018年4月27日,四川省博览局刘局一行到商务厅及协会调研,我会会长刘松萍女士携协会会员企业振威、科展、西码、世展与新展、腾威、智展、跨采参加座谈,下午陪同前往中博局调研,并进行了深入的沟通与交流。
9. 2018年4月27日,我会会长刘松萍女士受邀参加《会展组展企业商务诚信指标》标准专家评审会,我会作为标准起草单位之一,为推动行业的规划化发展作出贡献。

中国进出口商品交易会展馆

FLOWEXPO 2018 第 21 届广州流体展暨全球阀门及水暖器材贸易洽谈会

开展时间：2018. 5. 9-2018. 5. 11

主/承办单位：广州流体展览有限公司

2018 广州国际涂料涂装展览会、2018 亚太地坪展、2018 广州运动场地及地材展

开展时间：2018. 5. 9-2018. 5. 11

主/承办单位：广东鸿威国际会展企业集团

广州国际广播电影电视展览会暨 4K 电视技术展

开展时间：2018. 5. 10-2018. 5. 12

主/承办单位：广东录音师协会

2018 广州国际专业灯光、音响展览会

开展时间：2018. 5. 10-2018. 5. 13

主/承办单位：广东国际科技贸易展览公司、广州光亚法兰克福展览有限公司

2018 广州国际乐器展览会

开展时间：2018. 5. 10-2018. 5. 13

主/承办单位：广东国际科技贸易展览公司

2018Cannex 国际制罐工业展览会

开展时间：2018. 5. 15-2018. 5. 18

主/承办单位：广东会展推广有限公司

上海国际酒店投资加盟与特许经营展览会（广州站）、上海国际智慧酒店展览会（广州站）、

上海国际酒店设计与工程展览会（广州站）、上海国际酒店设备及用品采购交易会（广州站）

开展时间：2018. 5. 16-2018. 5. 18

主/承办单位：上海锦江国际会展有限公司

2018 华南宠物用品展览会

开展时间：2018. 5. 18-2018. 5. 20

主/承办单位：上海万耀企龙展览有限公司

2018 中国（广州）国际名酒展览会（春季）

开展时间：2018. 5. 18-2018. 5. 20

主/承办单位：广州科通展览有限公司

中国（广州）特许加盟展览会

开展时间：2018. 5. 23-2018. 5. 25

主/承办单位：北京盟享加信息技术有限公司

2018 第九届广州酒店餐饮业供应商博览会 中国餐饮业联合采购大会

开展时间：2018. 5. 23-2018. 5. 25

主/承办单位：广东省餐饮服务行业协会、广州市浩联展览有限公司

2018 第二十二届中国烘焙展览会

开展时间：2018. 5. 23

主/承办单位：全国工商联烘焙业公会、北京中连鼎和烘焙食品技术有限公司

2018 春季中国（广州）国际茶业博览会

开展时间：2018. 5. 24-2018. 5. 28

主/承办单位：广州益武国际展览有限公司

广州市 2018 年高中阶段学校招生现场咨询会

开展时间：2018. 5. 27

主/承办单位：广州美好前程文化发展有限公司

第二十八届广州国际鞋类、皮革及工业设备展览会

开展时间：2018. 5. 30-2018. 6. 1

主/承办单位：显辉国际展览有限公司、广州市显辉展览服务有限公司

中国国际陶瓷技术装备及建筑陶瓷卫生洁具产品展览会（2018 广州陶瓷工业展）

开展时间：2018. 5. 30-2018. 6. 2

主/承办单位：中国建筑材料联合会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会

保利世贸博览馆

2018 AC-Joy 动漫游戏嘉年华

开展时间：2018. 4. 29-2018. 5. 1

主/承办单位：广州酷展文化有限公司

广州（国际）演艺设备智能声光产品技术展览会

开展时间：2018. 5. 8 -2018. 5. 11

主/承办单位：广东演艺设备行业商会

2018 中国（广州）国际集成住宅产业博览会、2018 亚洲泳池 SPA 博览会、2018 广州国际卫浴进出口交易会、2018 广州国际旅游与度假地产交易会

开展时间：2018. 5. 13-2018. 5. 17

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司

2018 广州（第十三届）国际纺织品印花工业技术展览会

开展时间： 2018. 5. 20-2018. 5. 22

主/承办单位：香港浩瀚资讯传媒集团有限公司

2018 第五届广州国际广播影视设备及影院设施展览会、2018 第五届广州国际摄影影像器材展览会、2018 第 10 届广州国际婚纱摄影及儿童摄影器材展览会

开展时间：2018. 5. 20-2018. 5. 22

主/承办单位：广州市南博湾展览服务有限公司

2018 广州国际文具及办公用品展览会暨首届中国制笔工业展

开展时间：2018. 5. 25-2018. 5. 27

主/承办单位：中国制笔协会、广州展昭国际展览有限公司

2018 第十五届广州国际制浆造纸工业展览会、2018 第十五届广州国际纸业展览会

开展时间：2018. 5. 25-2018. 5. 27

主/承办单位：广东省造纸行业协会

2018 第十八届广州国际鞋机鞋材皮革展览会

开展时间：2018. 05. 30-06. 01

主/承办单位：广东省鞋机协会

广州国际采购中心

2018 中国(广州)国际电动汽车产业生态链展览会 暨全球电动汽车领袖峰会

开展时间：2018.5.9-2018.5.11

主/承办单位：工业和信息化部华盛绿色工业基金会、中国电动汽车充电基础设施促进联盟、广州市世隆展览服务有限公司

2018 第 6 届广州国际数码印刷、图文快印展览会

开展时间：2018.5.19-2018.5.21

主/承办单位：广州环之球会展服务有限公司

南丰国际会展中心

潮玩风尚展 (FanXperience)

开展时间：2018.5.19-2018.5.20

华艺国际 2018 春季拍卖会

开展时间：2018.5.20-2018.5.23

广州惠民团车节

开展时间：2018.5.26-2018.5.27

深圳会展中心

2018 深圳国际宠物展览会

开展时间：2018.5.1-2018.5.5

主/承办单位：华艺时代展览

FASHION SOURCE 深圳国际服装供应链博览会 (春季)

开展时间：2018.5.3-2018.5.5

主/承办单位：鹏城展览

中国深圳电子消费品及家电品牌展

开展时间：2018.5.3-2018.5.5

主/承办单位：广州伯林展览

2018 年深圳国际营养与健康产业博览会暨天然有机展

开展时间：2018. 5. 3-2018. 5. 5

主/承办单位：鑫思宇会展

2018 深港国际教育展

开展时间：2018. 5. 5-2018. 5. 6

主/承办单位：易图资讯

第十四届中国（深圳）国际文化产业博览交易会

开展时间：2018. 5. 10-2018. 5. 14

主/承办单位：文博会公司

第十六届深圳国际电机、磁性材料、线圈工业、绝缘材料展览会

开展时间：2018. 5. 17-2018. 5. 19

主/承办单位：广东智展展览

2018 深圳国际电源工业、充电设备展览会、2018 深圳国际电子变压器及绕线设备展览会

开展时间：2018. 5. 17-2018. 5. 19

主/承办单位：广东智展展览

深圳（国际）集成电路技术创新应用展、中国智慧家庭博览会

开展时间：2018. 5. 17-2018. 5. 19

主/承办单位：思锐达传媒

2018 第 12 届中国（深圳）激光与智能制造博览会&论坛

开展时间：2018. 5. 17-2018. 5. 19

主/承办单位：星之球信息科技

第十三届中国国际电池技术交流会/展览会

开展时间：2018. 5. 22-2018. 5. 24

主/承办单位：化学与物理电源协会

广东现代国际展览中心

第十八届广东国际汽车展示交易会. 春季

开展时间：2018. 4. 28-2018. 5. 1

主/承办单位：东莞中汽会展有限公司

东莞 XiMi 动漫游戏展

开展时间：2018. 4. 30-2018. 5. 1

主/承办单位：广州市无忧展览公司

北京·埃森焊接与切割展览会

开展时间：2018. 5. 8-2018. 5. 11

主/承办单位：中国机械工程学会

中国手机自动化博览会

开展时间：2018. 5. 16-2018. 5. 17

主/承办单位：惠州智能终端制造协会

惠州会展中心

2018 广电传媒·惠州五一车展

开展时间：2018. 4. 29-2018. 5. 1

HD 动漫展

开展时间：2018. 4. 29-2018. 5. 1

2018 惠州会展中心人才招聘会

开展时间：2018. 5. 12

2018（第二届）中国高校科技成果交易会

开展时间：2018. 5. 25-2018. 5. 27

中山博览中心

2018 中山五一车展

开展时间：2018. 4. 29-2018. 5. 1

广东潭洲国际会展中心

广东机床及自动化展

开展时间：2018.5.6 – 2018.5.8

主/承办单位：佛山市运高展览有限公司

中国木工玻璃机械配件博览会

开展时间：2018.5.13 – 2018.5.16

主/承办单位：广东顺德中富盈展览服务有限公司

2018 中国（佛山）国际陶瓷设备及材料展览会

开展时间：2018.5.30 – 2018.6.2

主/承办单位：中陶联盟科技有限责任公司

会展活动的公共性

会展活动的公共性问题是学术界较少关注的。会展活动在主体构成、内容价值、环境服务和传播影响等四个方面都具有鲜明的公共性。会展活动的公共性特点决定了政府部门和公共组织是其中极为重要的主体，值得广大研究者和业界人士高度重视。

会展是指有计划有组织地按照特定主题和程序进行的一次性或临时性的集体活动，学术界较多提到了会展活动的集聚性、联动性、传播性和创新性等特点，极少谈到会展活动的公共性问题。本文就谈谈这个问题。

公共与私人相对，公共的边际范围是与私人相比较而呈现的。高鹏程认为，公共性有三种基本模式。一是基于对象的公共性：当两个或两个以上的具体个人（或主体）同时作用于某个特定对象的时候，那么，对于这两个或两个以上的具体个人（或主体）来说，该对象就具有公共性。从本质上说，这种公共性模式体现了“一对多”的社会关系，即单一对象与多个具体个人（或主体）所发生的联系；二是基于环境的公共性：虽然两个或两个以上的具体个人（或主体）各自作用于不同的对象，但由于这些不同的对象都处于共同的环境中，它们彼此之间存在特定的自然联系和社会联系，那么，对于这两个或两个以上的具体个人（或主体）来说，这些自然联系和社会联系就具有公共性。三是基于结果的公共性：虽然两个或两个以上的具体个人（或主体）在特定时刻各自处于不同的状态中，然而，他们都寻求达到共同的结果，或者说他们都寻求达成未来的共同状态，那么，对于这两个或两个以上的具体个人（或主体）来说，这些结果也就具有公共性（《公共性：概念、模式与特征》见《中国行政管理》2009年第3期）。在现实生活中，公共性在基于对象、环境和结果的三者基础上，还在空间范围、时间延展以及精神意识方面展现出更为复杂的形式。王鑫等认为，公共性集中表现为公开性、整合性和共在性。（王鑫，周育国：《公共性的解读》，《大连海事大学学报（社会科学版）》2010年第2期）从这些视角来审视会展活动，可以发现会展活动具有鲜明的公共性特点。

会展活动的“公共性”体现在四个方面：主体构成的公共性；内容与价值的公共性；环境与服务的公共性；传播与影响的公共性。

第一，主体构成的公共性

会展活动有多方参与主体，体现了主体构成的公共性。一般而言，会议的参与主体有：主办方、承办方、供应商、会议演讲人、参会人员、嘉宾、媒体等；展览的参与主体有：主办方、承办方、供应商、参展商、专业观众、普通观众、媒体、嘉宾等；节事活动的参与主体有：主办方、承办方、供应商、观众、嘉宾、政府部门、社会组织等等。

第二，内容与价值的公共性

“主题性”是会展活动的构成要件之一。会展活动围绕特定的主题来开展，活动内容必须符合社会道德要求和法律规范，符合社会良风美俗，体现了活动内容与价值的公共性；会展活动的主题、内容和价值都必须按照一定程序研究确定，接受社会监督。

第三，环境与服务的公共性

不论是线上的虚拟会展活动，还是线下的实体会展活动，活动的载体都是具有公共性的。线上的网络会展活动平台虽然是虚拟空间，但也是公共空间，是开放的。线下举办场所则绝大多数是公共场所，即使不是公共场所，由于不同的参与主体集聚，共在，共时，共享，此时也属于公共场合。根据会展活动聚集人数的不同，需要配套相应的公共服务支持。离开了大量政府部门和公共组织的公共服务支持，会展活动要正常举办是很困难的。

第四，传播与影响的公共性

会展活动中，每一个参与主体都是传播者，各种参与媒体也都不遗余力地宣传。会展活动，尤其是大型活动，具有强大的社会传播效应和影响力。所以，会展活动中不但有大量媒体参与，而且也吸引了大批广告商和出版机构。会展活动在传播与影响方面的公共性是其最显著的特征之一。

关于会展活动的公共性，有几个问题值得思考。

第一，会展专业的学科归属。

教育部 2004 年在设立“会展经济与管理”本科试办专业时将其设在公共管理类下，从会展活动的公共性角度来看，无疑是正确的。但是，在实践中，三百六十行，行行有会展，会展活动具有全业性特点，以旅游为主体的专家学者和企业率先开展会展研究和实践，英国美国等国家关于旅行活动、旅游休闲活动、体育赛事、商务活动等研究也都在旅游领域开展，所以 2012 年会展专业正式调整到旅游管理类下。这样的调整，并不等于对会展活动公共性的否认。这是从教育管理的实际出发来做出的。

同时，旅游是一个极为复杂的领域，旅游的各种景点和场所都是公共场合，旅游活动本身也具有公共性。把旅游活动理解为纯粹的私人审美活动，这是狭隘的。会展专业置于旅游管理类下具有一定的合理性。

但是，会展和旅游之间毕竟有着显著区别。从发展的角度来看，应该着力构建会展学的概念体系，厘清会展学与各学科之间的关系，科学认识会展学。会展学必定会发展成为独立的学科，而且必定会成为一门显学。

第二，政府是会展活动的重要生产者、参与者、支持者、监管者和保障者。

正是因为会展活动具有典型的公共性，所以政府在会展活动中承担的角色至为重要。一方面，对政府而言，既是会展活动的生产者，也是参与者、支持者、监管者和保障者。政府部门自己也需要办会办展搞活动，“一带一路”高峰论坛、各种重要的国际政府会议也都是政府部门在做，所以政府可以是生产者。至于政府部门作为会展活动的参与者、支持者、监管者和保障者这些身份，都是十分明显的。

另一方面，各种会展活动都离不开公共服务，需要协调公共关系，会展公司要开展公共关系活动，甚至设立公共关系部门。不论是政府主导的会展活动，还是市场主导的会展活动，都离不开政府的支持和服务。所谓政府退出会展活动，进行完全市场化，这是一个假命题。政府和市场从来就不是绝然对立的两个事物，而是对立统一的一组关系，政府也是市场的重要主体，也有监管市场的天然责任。

第三，会展活动的产业分类。

近日，国家统计局发布《文化及相关产业分类（2018）》，这是根据2017年6月30日发布的新《国民经济行业分类》做出的调整。本分类中，将“文化产品生产的辅助生产”大类名称改为“文化辅助生产和中介服务”，把“文化纸张制造”、“手工纸制造”、“油墨及类似产品制造”、“工艺美术颜料制造”和“文化用信息化学品制造”合并为“文化辅助用品制造”中类，将“笔的制造”和“墨水、墨汁制造”合并为“笔墨制造”中类并移至“文化消费终端生产”大类下。该大类修订后还包括“印刷复制服务”、“版权服务”、“会议展览服务”、“文化经纪代理服务”、“文化设备（用品）出租服务”和“文化科研培训服务”，共计7个中类。国家统计局的这个分类，把会议展览服务作为中类归于“文化辅助生产和中介服务”大类下，体现了会展活动的公共性特点。

综上所述，会展活动的公共性是一个值得关注的话题，政府不能因为其公共性就大包大揽，全面管制，还要看到会展活动的全业性特点，自觉维护市场化公平的环境，支持商业领域的市场化会展活动。同时，广大高校的公共管理专业的研究者和教育者，都应该参与到会展学的研究中来，与旅游管理界的专家学者一道，携手研究会展学。

来源：会展学研究

“政府引导，市场运作，企业经营”！一文读懂进口博览会特点与机制

中国国际进口博览会是习近平总书记亲自提出，并在不同场合多次论及的唯一的国家战略大展，经中央深改组第 36 次会议研究通过，由国家商务部和上海市政府举全力保障实施。

中国国际进口博览会（以下简称进口博览会）由政府集中提供国际合作公共平台，以市场化机制启动和扩大消费需求，发挥大纵深国内市场对世界经济复苏的巨大拉动作用，同时抓住技术并购机会和基础设施投资机会，谋求中国利益和全球利益的最大交集。认真学习和深入领会进口博览会顶层设计的战略意图，有助于以进口博览会为新时代统领全局的市场化抓手，推动形成全面开放新格局，加快提高全要素生产率，让人民群众过上更美好的生活。

进口博览会的主题是“进口”，面向世界开放市场，推进新一轮高水平对外开放。这是国际贸易史上的创新之举，是党和国家面对风云变幻的国际局势所作出的重大决策和举措。其目的或可理解为“顶天立地”。所谓“顶天”，就是要让自主品牌直面竞争，进而走向品质化一流化高端化，致力于从根本上解决供给侧发展的不平衡不充分问题。所谓“立地”，就是要以人民为中心，让三次产业在全球化新形势下实现高质量发展，致力于满足人民群众日益增长的美好生活需要。

进口博览会是社会化生产与需求的国际贸易组织者，是全球化供需沟通的市场化平台，必须充分尊重消费者的权利，像希腊神话中的巨人安泰一样，立足于大地母亲这一力量源泉，通过全面开放发动和提升内需，支撑和推动自主品牌走向世界一流。

此前有关跨洋购买“马桶盖”的媒体讨论，反映的正是人民群众对美好生活的迫切愿望与追求。事件一度曾引起社会各界的广泛关注和深入思考，其中既包括普通消费者和诸多专家学者，也包括两会代表乃至部长总理政府高官。

事实胜于雄辩。据欧盟数据，全球研发投入最多的企业，某发达国家差不多是我国的两倍；跨国企业投入的研发经费，某发达国家差不多是我国的四倍。通过讨论，朝野各界达成了共识，那就是必须加快中国制造走向世界品牌的步伐。中国的三次产业必须以世界一流为品质标准，主动实现各自产品的个性化、人性化、多样化，进而让品牌走向世界，把顾客留在国内，真正从源头上消除跨洋购买“马桶盖”现象。

具体要做到三条：进一步扩大商品进口并有效降低关税，进一步加快产业升级并有效提高全要素生产率，进一步培育和发展完善就近消费、放心消费、便利消费的进口市场。或许，这可以视作我们举办以“进口”为主题的进口博览会的初衷。

进口博览会的机制或可理解为“政府引导，市场运作，企业经营”。政府的作用，在于通过国家机构强大而集中的公共服务能力，为国内国外两个市场、两种资源的交往合作，提供市场化平台和公信力背书，对外借助各国政府对中国市场的需求和合作参与的意愿，邀请他们动员和组织本国生产企业前来参展；对内借助各地政府拉动内需的需要与合作参与的意愿，邀请他们动员和组织当地商贸企业前来采购，进而加快形成一个国际化的利益共同体和命运共同体，逐步培育和发展壮大以自由贸易为目标的国内外联动的进口大市场。

经济发展离不开政府作用，实际上古今中外无不如此。只不过当年西方国家开拓世界市场的坚船利炮，今天在我们这里换作了代表和平、秩序与共同繁荣的博览会展和自由贸易。中国改革开放用了四十年的时间，走过了别人几百年的市场化道路。我们所取得的前无古人的发展成就，靠的是市场决定和政府作用两只手的配合。中国发展走的是中国道路，用的中国方案，不可能也没有办法仅仅只用一只手，仅仅依靠分散、自发而盲目的市场力量。

至于进口博览会本身，尽管由政府来搭建，然而却要由企业来唱戏，实际上是一个**市场化的平台**。在这个平台上，应该而且必须根据市场化原则来动作，体现主体平等、贸易自由、公平竞争、决策自主的市场化原则。

作为贸易平台，进口博览会的特点是**以市场为基础、以企业为主体、以项目为对象**，具体内容主要有赖于参与各方特别是企业主体的创新、创意和创造，即供给侧来自一百多个国家的数千家卖方企业，和需求侧来自全国 31 个省市自治区的数千家买方企业，有赖于他们之间各具特点各显神通的交往与合作。

历史将会记录下这样的一幕：2018 年 11 月 5 日到 10 日，来自世界各国和中国内地的数以万计的买家和卖家，将以中国国际进口博览会为平台，有组织地集聚在国家会展中心，形成一种**主要以参展方和参观者为双边主体的多对多认知关系**。这是一种典型的市场关系，在自由参观的行为模式背后，实行的是多样化选择和自主决策的市场原则，进而在充分竞争、深入沟通和反复洽谈的基础上，在买家卖家之间建立信用、信任和信心，进而形成以全球化为基础的一对一合作关系，促进贸易与投资。

作为一项长期性根本性的重大决策和举措，**进口博览会的主要任务是为“一带一路”沿线和相关参与国家提供世界一流的国际合作公共平台**，规模化地生产再生产共同体交往所必不可少的市场认知与合作机会，生产再生产信用、信任和信心，进而在进口博览会周期性举办的过程中，不断发展和深化中国与世界的利益融合命运融合，持续积累和扩大我国的综合实力与全球影响力。有中国政府的诚意和全国人民的支持，有世界各国的理解和广大企业的参与，相信中国国际进口博览会一定能取得成功，并且将走向世界一流。

来源：经济日报-中国经济网

高质量&高效益 今年的广交会不一样！

草木蔓发，春山可望。在全国“两会”胜利闭幕、新一届党和国家领导人带领全国人民开启新征程之际，第123届广交会举办，使命光荣，意义重大。

第123届广交会将于4月15日至5月5日在广交会展馆分三期举办，总面积118.5万平方米，展位总数60475个，境内外参展企业25171家。出口展展区51个，展位总数59483个，其中品牌展位11925个，参展企业24554家；进口展展区分设于第一、三期，展位总数992个，34个国家和地区的617家企业参展。

以专业化为核心着力提升出口展组展质量

持续优化展品专业化分区。继续将展品专业化分区作为提升展览专业化水平的重要举措，在37个展区设置展品专区152个。优化参展结构，提升参展质量。继续实行参展企业年更新率5%的优化措施，积极鼓励自主品牌、高新技术和低碳环保产品参展。启动新一轮品牌展位评审工作，推动品牌企业优胜劣汰，挖掘和培育一批新的品牌企业。扩大展览专业化宣传覆盖面。重点宣传题材覆盖28个展区，目前建立专业宣传资料库的展区比例达73%。

提升进口展办展水平助力进出口平衡发展

本届广交会进口展区积极利用国际国内两个市场、两种资源，助力我国进出口平衡发展，境外参展企业中近六成来自“一带一路”沿线国家和地区。一是不断扩大全球战略合作网络辐射，打造更加开放多元的招商合作网络，共吸引10个国家展团和2个地区展团。二是紧贴市场前沿，加强各题材的专题营销，成功引入国际行业领军企业和世界级产业集群等众多优质境外资源参展。三是继续以专业化思路培育展览题材，电子及家电、面料及家纺等部分境外企业与大陆同题材企业同台展出，实现境内外产品优势互补、共同发展。四是举办形式多样的贸易配对活动，为境外参展企业与国内采购商提供“一站式”供采配对平台，提升贸易实效。

创新招商方式提升国际化水平

本届广交会多措并举做好招商工作。一是突出专业，结合重点行业展区，定位目标市场和重点客户群，加强与全球67个国家和地区的113家专业性行业协会的合作。二是实现精准，在加大力度、广泛宣传的基础上，通过利用六大社交媒体、五大搜索引擎、专业电邮等互联网平台，针对不同用户的不同需求开展精准营销和精准邀请。三是聚焦服务，首次推出供采对接活动激励措施，积极协助地方交易团、参展商和采购商组织供采对接活动，提升对接精准度。四是创新发展，积极应用自动回复机器人、VR视频、AR技术、渐进式网页、人工智能等新技术，提升招商智能化水平。

丰富高端资讯服务打造多功能综合平台

本届广交会继续强化资讯交流服务功能，更好发挥全方位对外开放平台作用。继续优化广交会出口产品设计奖（CF 奖）组织工作。本届有来自 11 个国家和地区的 100 多家优秀设计机构参与设计展示，为企业转型升级提供了丰富资源选择；引入优质合作伙伴，搭建务实交流合作平台，举办系列主题活动，实现设计资源与产业平台的有效对接；继续举办原创设计时尚秀，展示中国原创服装的魅力与商机，强化产品设计与产业对接的效果。

贴合市场需求打造高品质会议论坛。立足企业需求，着力提升论坛举办质量和层次，举办行业峰会、国际市场、设计创新、品牌营销、潮流趋势、技术研发、地方产业推介、企业管控优化等 8 大主题会议论坛，为企业提供更具战略价值的资讯增值服务。

加强知识产权保护为创新发展注入活力

本届广交会继续筑牢知识产权保护之盾，推动企业创新发展。增强知识产权保护理念。将广交会知识产权保护工作取得的成效、经验、典型案例等进行归纳提炼，通过各类媒体广泛传播，确保知识产权保护理念落地生根。健全预防机制。通过展前风险提醒和自查自纠、展中加大巡查力度等措施，实现各展区各环节无死角、全覆盖。提高执法权威。邀请国家和广东省知识产权执法部门和贸易纠纷仲裁、调解专家驻会，各进出口商会、外资协会派专员协助，保证案件处理公平、公正、公开。优化办案环境。继续完善投诉站标识导向，改善投诉办案环境，为权利人开展维权提供便利。

建设智慧广交会提升服务智能化水平

智慧广交会建设是广交会改革发展、提升服务的重要一环，将为服务智能化水平的提升奠定良好基础。本届继续深入推进智慧广交会建设：一是完成 A 区展厅无线网络建设并试运营，届时网络硬件设施将大为改观，WIFI 上网速度有望显著提升。二是建成多层次全面防护网络安全架构，为展客商提供更为安全稳定的网络保障服务。三是提高现场采购商办证效率，对采购商办证系统进行优化改进，全面引入摄像头翻拍、自动裁剪相片、人像识别辅助查找历史办证记录、证件自动绑定等多项智能办证技术，提升采购商信息采集质量和办证体验效果。四是优化采购商证预申请流程，简化采购商电子服务平台（BEST 平台）预申请办证信息提交手续，并将广交会官网的“采购商证预申请”服务专栏与 BEST 平台的预申请界面进行整合，提高预申请办证效率。五是提升大数据看板展示效果，扩充看板展现内容，优化升级展现方式，以实时动态的方式展示广交会大数据成果。六是推进展品搬运服务智能化，指导和敦促承运商提供优化智能化服务手段，加快服务响应速度，为参展商提供便利。

推进绿色发展 2.0 计划提高绿色发展质量

本届广交会继续巩固绿色发展成果，扎实推进《广交会绿色发展 2.0 计划》，不断提升绿色发展质量。编制《广交会绿色发展宣传推广手册》，开展绿色展位奖评选活动，举办绿

色展位奖颁奖仪式，开展线上线下多种形式的互动交流活动，不断提高绿色发展的影响力；强化特装施工企业绿色设计和施工能力，全面推广专业型材的使用，降低安全风险，提升绿色展位的专业性、安全性和展示效果；按照“总量控制、分类管理、定量收集、超量自理”的思路，建立约束机制，出台实施方案，进一步减少环境污染和资源浪费。

减轻企业负担支持贫困地区外贸发展

为贯彻落实中央关于脱贫攻坚的战略部署和国务院支持外贸发展的文件精神，本届广交会加大力度减轻企业参展负担。出口展继续按照第 119 届以来降低后的标准收取展位费，对贫困地区的参展企业免收展位费，继续实施减免 23 项现场服务项目收费等举措，预计共为企业减负约 2.52 亿元。继续设立贫困地区特色产品展区，展位数量 200 个，共有来自 21 个交易团的 181 家企业参展。加强对贫困地区参展企业的成交指导和参展培训工作，切实发挥广交会对贫困地区外贸和经济的拉动作用。

广交会将迎着中华民族伟大复兴的曙光，沿着改革开放 40 年闯出的新路，努力实现更高层次、更高质量的发展，推动中国制造向中国创造转变、中国产品向中国品牌转变，为推动外贸强国建设和开放型经济发展作出新的贡献。

来源：国际商报

会展集聚区如何引发“蝶变效应”？

去年12月，参加由中国经济网和中国会展经济研究会主办的“中国产业会展高峰对话暨中国品牌会展产业集聚区发布会”时，笔者分享了杭州国际博览中心打造会展集聚区的设想。目前，杭州国际博览中心的会展集聚区已进入招商阶段。前期规划的陆续落地引发了笔者新的思考：在会展产业园、会展集聚区、会展小镇等围绕产业会展集聚发展的相关概念不绝于耳，行业有期待也有质疑的情况下，杭州国际博览中心会展集聚区该如何打造不一样的园区？

笔者思考之后发现，园区叫什么名字并不重要，是指行政区域还是指地理区域也不重要。重要的是，集聚区作为产业聚集的载体，如何肩负起集聚优势资源、助推产业升级、服务城市发展的使命。

笔者曾考察过国内一些园区，其中不乏噱头大于实质、概念大于内容的园区，但同样也有兼具创新与活力的范本。比如被誉为东方“硅谷”首席创新创业聚集地的深圳湾创业广场，虽然运营时间不长，但俨然已经成为科技产业的风向标，形成了“北有中关村、南有深圳湾”的发展格局。作为科技行业的“门外汉”，笔者不好从专业角度评判其园区运营的成功与否。但走在这条贯穿于18栋甲级写字楼400米长的创业街区，令人感受到浓浓的科技氛围和创业活力：环绕而立的腾讯全球总部、百度国际总部、A8音乐大厦、三诺大厦等彰显着顶尖的定位，随处可见的京东JD+孵化器、3W咖啡、创新谷等不同孵化空间与众创空间传递的创业活力，无人便利店、超级物种、智慧酒店等各行各业的新物种让人体验新科技的惊喜，便利的餐饮、娱乐、休闲设施让人感受工作之余的放松。创新、时尚、科技的背后由内自外的传递其园区的定位与魅力，不仅奠定了园区成为全球科技产业风向标的自信，更成为园区建设的一个范本。

当然，会展业与创新科技行业不具备可比性，但至少为会展业提供了一定的借鉴和参考。

作为会展集聚区的运营者，笔者认为会展产业园区的建设应该内外兼修，回归会展服务产业发展的本质。尤其应该避免以下几个误区：

第一，园区入驻企业不应该是会展产业链环节的简单集合，而是产业相关主体的有机融合，在以园区运营者为核心的前提下，应该更好发挥产业园的资源聚合价值，让园区所有个体成为共生共荣的利益共同体。

第二，园区运营者不应该是简单的物业管理者，应该充分借鉴孵化空间、众创空间的运营理念，加强公共平台建设，力求为园区企业提供技术、市场、管理、金融、培训等专业领域的系统化服务，最大化发挥资源共享价值，助推园区企业的运营效率。

第三，园区氛围不应该单纯强调工作场所的属性，而是要形成配套空间齐全，能发挥社交属性且具有活力的综合体，打造具备社群价值的“产业社区”。

第四，园区招商的筹码不应该单纯依托政府出台的土地、税收和财政政策，而是通过价值共生形成园区的核心竞争力。

笔者曾经提到过，会展集聚区应该通过“磁吸效应、窗口效应、平台效应”，最终达到“蝶变效应”，形成区域发展的新格局。溯本求源，会展园区运营者要深耕于产业，发挥产业价值；深耕于服务，加强公共平台建设；深耕于生态，让集聚效应形成生态网络，促成产城融合。

客观地说，会展集聚区建设长路漫漫，且任重而道远。但有了目标和方向，就会有实践的动力和信心。

来源：中国贸易报

会展主办方的内部创业与倡导方式

在会展业创业，如从创业者的视角加以考察，其途径有两条：一是自主创业，一是在会展企业内部创业。

关于自主创业，中国首家展览公司自 1984 年在上海面世后，中国会展业至少掀起五波创业潮，形成了而今 2 万余家企业的会展行业。其中，会展主办方企业 0.5 万余家，会展服务方企业 1.5 余家。这是本人的估计，没有统计数据。

在这 2 万余家企业中，民营企业占比超过 99%，其创业者基本是离职创业。

本人正在编辑的《中国展览业大事记 1949-2019》，中国知名展览企业的创办及发展历程是关注的重点。待历史资料搜集到位后，再写文章介绍自主创业的发展概况。

本文着重讨论会展主办公司的内部创业。

提倡内部创业的背景

改革开放以来，通过自主创业的方式进入会展主办方的创业者，尤其是私人业者，大多以创办会展项目为“抓手”，借助少量资本和人脉关系起家。而后，适应市场、抓住机遇、持续改善经营管理，逐步发展壮大。在竞争中，被淘汰出局而黯然退场的创业者不计其数。

改革开放四十年后，中国会展业的面貌已发生巨大而深刻的变化。

在市场竞争激烈、项目主题资源稀缺和企业规模化发展的大环境中，通过自主创办公司进入会展主办方行列，并获得存活发展的空间，已是小概率事件。

在此背景下，内部创业的意义就凸显出来了。

内部创业的意义

内部创业并非新生事物。

中国公司尤其是民营科技公司早已施行多年。华为公司自 2000 年开始，将其零部件生产、基站维护等非核心业务以及通勤公交、职工食堂、培训学院等服务，逐步剥离出来，鼓励员工尤其是老员工以内部创业方式接盘。腾讯公司的微信开发，就是内部创业的成果。

会展主办方的内部创业，旨在实现会展主办方与创业者的双赢：一方面是，会展公司要帮助员工实现创业梦；一方面是，创业员工要在实现个人发展的同时促进企业发展。

对于创业者所在的企业而言，将创新人才通过内部创业的机制留下来，对于企业发展大有帮助。对于创业者而言，在所在企业内部创业，在团队建设、公共关系运用、办公设施财务管理等方面可以借助企业已有资源，比离职创业的风险要小很多。

内部创业的方向与创意

作为主办方的会展公司，其内部创业一般有两个方向：

创办新项目，指创办本公司未有的会展项目；

创办新业务，指创办本公司未有的新业务，如展览工程、主场服务或其他业务。

此外，整顿或改良老项目，也可以作为内部创业的项目。

内部创业所提出的新项目或新业务的创意，应主要来自有强烈创业意愿的员工。

开展内部创业的原则

顶层设计 |

会展公司鼓励员工内部创业，要形成机制，建立制度。

要通过顶层设计，使创业成为企业文化的重要内涵。

在创业者的权益制度的设计上，不但要有吸引力，足以调动员工内部创业的积极性；而且要有符合法律的制度保障，让创业者成功后可以享有实实在在的利益。

孵化培育 |

创业有风险。公司要帮助员工降低创业成本，包括提供办公室、代管财务、补贴薪资等。

更为重要的是，公司要辅导或支持创业者开展项目经营或业务经营，包括市场分析、提供人脉资源、协调处理难点问题等。其中，弥补创业者的短板、避免重大失误，十分重要。

允许失败或亏损，是孵化培育创业项目或业务的应有之意。

权责安排 |

在内部创业中，作为新项目或新业务负责人的创业者，应参与投入以表明与公司共担风险。这种投入，可以是资金（可作为创业项目的股份），也可以是其他资源。

在内部创业的项目中，在权益分配上，往往是公司占大头。

来源：张凡的会展洞察

会展经济迎来新变局，广州如何抢得“先手棋”？

第 123 届广交会火热进行之际，第十届中国加工贸易产品博览会 19 日也在东莞拉开大幕……纵观珠江两岸，除了广交会展馆，东莞现代国际展览中心、佛山潭洲国际会展中心以及深圳明年建成的全球最大国际会展中心等大型场馆正在崛起。

珠三角会展经济会否迎来新变局？有关专家看来，新兴会展城市的崛起，为客商提供新的场馆选择。会展业发展依托的是市场、产业和城市影响力三大要素。会中有展，展中有会，现代会展经济不仅要开拓展览，更要关注高端会议。

广州如何在吸引全球一流会展企业落户、高层次专业展览、国际高端会议等方面抢得“先手棋”？

深度布局广州▶▶全球第二大会展公司落户

上月底，多家重量级的行业龙头把总部放在了越秀区，其中包括来自法国的、世界第二大展览公司——智奥。据介绍，法国智奥集团是总部设在里昂的全球第二大会展目的地管理公司，旗下有 40 个场馆，年均服务 4000 个以上的展览和会议。该公司在巴黎证券交易所上市，在全球 17 个国家建立分支机构，2017 年营业收入为 9.53 亿欧元（约合人民币 73.68 亿元）。

智奥集团携手越秀集团成立的“广州越秀智奥发展有限公司”，注册资本金为 3000 万元，致力于推动广州高端会展业发展。据透露，此次智奥集团落户越秀区将依托流花商务区的强大会展配套功能，以越秀国际会展中心为基础，面向高端企业客户，举办时尚类、消费类及创新类等中小型会议及推广活动，未来将进一步做大做强、做精做细，打造形成国际论坛、行业会议、大型企业年会、精品演艺展览等活动首选目的地。

伴随着城市知名度的提升，越来越多世界级会展企业深度布局广州。“我们近年将国机集团的会展资源向南方汇集，在广州主办了国际新能源、节能及智能汽车等各类展会，仅旗下的中机国际近三年在广州平均办展面积已达 32 万平方米，每年吸引 3000 多家企业参展、超过 22 万专业观众观展。”

中国机械工业集团有限公司董事长任洪斌在早前召开的投资年会上说，将继续培育在广州已有的展会项目，在规模、影响力、竞争力等方面实现突破，将其他城市的优势展会和资源复制或者迁移到广州，结合广州市自身产业特色和优势，合作开辟新的展会领域，创办新的展会项目。

会展业居全国第二▶▶去年广州场馆展览面积 989.6 万平方米

广州光亚法兰克福展览有限公司是由德国法兰克福展览有限公司与广州光亚展览贸易有限公司共同投资 1250 万美元于 2005 年组建，双方各占 50% 股份。该公司副总经理程云告诉记者，依托广州背靠珠三角制造基地的优势，近年来相继在广州举办了照明、音响、智能制造、3D 打印等展览，与佛山、中山等制造业名企密切联动，以展促产、以产辅展。其中，广州灯光照明为全球最大，广州灯光音响展为亚洲最大，在行业内极负盛名。

程云表示，以广州举办的全球工业自动化展览为例，展出面积约 6 万平方米，吸引了包括西门子、ABB、安川等行业巨头和世界 500 强与会，大批与巨头相关的上下游企业也蜂拥而至。

据广州市商务委统计，2017 年，全市重点场馆共举办展览场次 678 场，同比增长 23.0%；展览面积 989.6 万平方米，居全国第二（仅次于上海），同比增长 10.4%；会议场次 7768 场，同比增长 9.0%；参展参观参会人数 1570.3 万人次，同比增长 5.5%。

去年，全市 10 万平方米以上大型展会共 15 个，其中广交会、广州国际照明展览会规模居同行业世界第一，中国广州国际家具博览会、中国（广州）国际建筑装饰博览会、广州国际美容美发美妆博览会等展会规模居同行业亚洲第一。广州国际酒店设备用品展览会、中国（广州）国际汽车展览会、中国（广东）国际旅游产业博览会等大型展会也在原有基础上进一步做大做强。2017 年 10 月，广州获得商务部中国会展经济研究会颁授的“中国最具竞争力会展城市”称号。

中国会展经济研究会常务副会长储祥银认为，从全国会展格局来看，上海、广州、北京位居前三甲。相较而言，“强会议”的北京在展览方面不如上海和广州，背靠珠三角庞大的制造业腹地，加大力度发展高端专业展览，将是广州会展业发展的重要支撑。

引进国际高端会议▶▶国际交往中心功能逐步凸显

近年来，东莞现代国际展览中心、佛山潭洲国际会展中心以及深圳明年建成的全球最大国际会展中心等大型场馆正在崛起，珠三角会展经济格局会否迎来新变局？

在储祥银看来，新兴会展城市的崛起，为客商提供新的场馆选择。会展业发展依托的是市场、产业和城市影响力三大要素，制造业城市依靠“产地牌”与一线城市形成错位，而一线城市要巩固原有的地位不仅要专业办展，更要抓好国际会议这一关键砝码。

上周，2018 全球治理高层政策论坛暨 2018 “一带一路”金融投资论坛在广州举行。这也是该论坛 2012 年举办以来首次在北京之外的城市举办。

近年，广州先后承办了 G20 峰会第二次协调人会议、中国—海湾阿拉伯国家合作委员会自贸区第七轮谈判会议、小蛮腰科技大会、中国风投论坛、中国商业圆桌研讨会等一系列国际性会议。2017 年，还成功举办了《财富》全球论坛，参会嘉宾层次与规模超过历届水平。

2018 年世界航线发展大会、2019 国际港口大会等国际会议已经确定花落广州……一系列会议论坛向全世界展示了广州开放与创新的新形象，在构建全球经济新格局中留下深刻的广州印记。

《广州市城市总体规划（2017—2035）》草案《总规》草案提出，广州的城市性质为：广东省省会、国家重要中心城市、历史文化名城、国际综合交通枢纽、商贸中心、交往中心、科技产业创新中心，逐步建设成为中国特色社会主义引领型全球城市。

城市性质中首次增加“交往中心”的提法备受关注。中山大学城市化研究院院长李郁指出，交往中心代表着全球人流在这里交往密集，伴随着人才的流动，知识、技术、资本等要素也要向广州集聚。从广交会到《财富》全球论坛，广州逐渐成为高端会展和国际会议的“主场”，国际交往中心功能逐步凸显。

“展览呈现产业价值，会议体现的是城市品牌。广州会展业在全国排名一直稳居前三，场馆的硬件设施领跑珠三角，其拥有的 30 多万平方米展览场馆面积也大大高于周边城市。”储祥银认为，基础良好的广州要抓好国际高端会议这一“引擎”，营造有利于会展业发展的环境，进一步吸引优质资源集聚，推动会展业向高端、向国际化发展。

来源：南方网

商务部鼓励中国会展业，在新时代实现理念和模式创新

经济日报-中国经济网 4 月 23 日讯 中国会展经济研究会第十三届年会暨中国会展经济（昆明）论坛 4 月 21-23 日在昆明举办，商务部服务贸易和商贸服务业司副司长丁慧茹在开幕式上作了题为“推进中国展览业的开放与创新”的演讲，对今后一段时期推进展览业创新发展提出了意见和建议。

丁慧茹表示，近些年来，在国家一系列重大方针政策的指引下，经过广大会展业界人士的共同努力，中国会展业取得了显著发展和长足进步，会展业基础性、规范性建设扎实推进，市场化、专业化、国际化、品牌化、信息化进程加快，国际影响力、国际竞争力不断提升。在新的历史条件下，我们要坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向，倡导低碳、环保、绿色理念，培育壮大市场主体，加快展览业转型升级，努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局。具体要从以下八个方面推进新时代会展业创新发展与发展：

一是优化区域布局，促进协调发展。按照国民经济结构调整和区域协调发展战略需要，进一步优化展览业区域布局，推动打造建设一批具有世界影响力的国际展览城市和展览场馆；加快推进京津冀、长三角、珠三角、中西部等会展产业带的建设与协调发展；加强展览场馆建设的宏观指导，适当调控场馆产能扩张，提高场馆设施使用率；健全展览业产业链，形成行业配套、运行高效的展览业服务体系。

二是加强法制建设，出台管理促进办法。加快展览业法律制度建设进程，逐步建立健全展览业法治体系，为展览业改革发展、管理促进、经营运作提供必要的法律依据和法制保障。研究制订展览业管理促进办法，明确各相关行为主体的功能定位和工作职责，明确管理促进的工作程序和工作规范，明确违犯条例的治理办法和惩治力度；修订《展览业知识产权保护办法》，补充对展会本身知识产权保护的内容，加强展会品牌、标识的知识产权保护，加大展会知识产权侵权打击力度。

三是推出展会评估认证试点，加强展览业诚信制度建设。研制行业展览会服务评估标准，积极创造条件，进行展会评估认证试点。服贸司委托研究会研究的展览业综合评价体系课题已经结题，有关展览会评估标准已在研究会海口年会、长沙会议期间组织了反复研讨和征求意见，下一步我们将加大评估体系宣贯力度，鼓励推广运用，选择城市进行试点，总结经验，逐步推开。加强展览业诚信制度建设，研究制订展览业诚信指标体系，加强宣传推广，逐步试行推广展览业诚信认证和披露制度。

四是鼓励理念、模式创新，推动互联网+会展发展。鼓励展览理念创新、模式创新、管理创新和技术创新；推广数字会展、智慧会展理念，鼓励采用大数据、云计算、物联网等先

进技术，助推会展行业创新发展；鼓励运用互联网+技术和理念，加快展览策划、营销、展商服务，场馆服务提供和管理，数据采集、分析数字化、自动化和现代化进程；鼓励互联网企业、会展策划营运企业、场馆运营企业和会展服务提供企业融合发展。

五是深化国际交流合作，增强国际竞争能力。进一步增强与展览业发达国家、国际知名行业组织和展览企业的沟通交流，借鉴国际成熟管理模式，不断提升我国展览业管理、促进水平，鼓励和推进有实力展览企业与海外同行开展务实合作，学习国际先进理念和成熟经验，不断开拓海外展览市场，提升我国展览业的国际竞争力。

六是提升服务水平，培育会展品牌。提倡用工匠精神打造会展服务，精心培育会展服务品牌，建设、培育一批特色会展服务城市和品牌会展服务企业；加强会展产业链建设，优化会展产业链环节服务，全面提升会展业服务质量和水平，增强会展行业的整体核心竞争能力。

七是坚持生态发展，推广绿色会展。研究出台绿色环保展会管理办法和标准体系，鼓励地方和企业根据自身特点制订相关地方、企业绿色环保标准；加大绿色展会宣传执行力度，采取切实措施，加强检查督促，确保绿色会展制度的贯彻落实；建立政策联动机制，奖惩分明，奖励先进，惩治落后，绿色展会不达标不得享受国家、地方优惠政策、待遇和相关荣誉。

八是加强协同合作，推进人才培养。发挥促进展览业改革发展部际联席会议机制职能，加快建立全国会展人才培养、使用、管理制度；提升会展教育地位，理顺会展学科归属，加强重点课程、实训基地建设；建立会展人才培养标准和技术岗位标准，将会展人才管理纳入国家专门技术人才管理体系；鼓励社会重视、支持、参与会展人才培养，鼓励有条件的企业设立会展教育奖学金、奖教金，设立实训基地；加强国际合作，引进先进会展人才培养理念、方法、机制，共同开发会展人才培养项目和教程。

来源：中经网会展

建设国际一流湾区！ 博鳌论坛再现粤港澳大湾区美好前景

4月9日，博鳌论坛共有14场分论坛，其中一场为“粤港澳大湾区论坛”。参加讨论的嘉宾有：香港特别行政区行政长官林郑月娥、广东省省长马兴瑞、澳门财政司司长梁维特、中国深圳综合发展研究院院长樊纲，香港南丰集团总裁梁锦松。论坛分两个环节：一是嘉宾发言，第二个环节就是嘉宾的讨论。

林郑月娥：粤港澳大湾区要成为国际级创新中心

香港特别行政区行政长官林郑月娥认为，已经提升到国家战略发展层面的粤港澳大湾区，其成功取决于它的创新能否为这个湾区高质量发展提供新的动力，能否发挥中国与亚洲其他地区，以及全世界的重要联系。而无论是在创新还是联系方面，香港都可以为大湾区做出重要的贡献。

林郑月娥相信，大湾区利用“一国两制”的制度优势和香港的经济体系和创新网络等优势，有助于区域合作与融合，促进人员、物资与资金流动，建设创新经济，把香港的优势产业医疗金融落户到湾区。

马兴瑞：粤港澳大湾区规划很快出台 有信心打造成世界级湾区

广东省省长马兴瑞在论坛上表示，粤港澳大湾区的规划很快就要出台，推进粤港澳大湾区的建设是新时代中国深化改革开放的重大战略举措。粤港澳大湾区的建设基础坚实，潜力巨大我们完全有条件有信心把它打造成世界级的湾区。纳入大湾区的香港、澳门特别行政区和珠三角的9个市的经济总量接近纽约湾区，拥有16家世界500强企业，粤港澳大湾区发展前景无限。

他表示，为了加强大湾区粤港澳三地的区域协同，广东省将提升宜商宜居环境，为港澳居民提供便利，提高大湾区的竞争力，建成世界一流湾区。

梁维特：澳门与广东将签署2万亿元大湾区合作发展基金

澳门经济财政司司长梁维特在分论坛“粤港澳大湾区”上发表了自己的观点。他认为既要加强统筹协调，建立高层次的协调，又要发挥各方面的积极性和主观能动性。

澳门与广东省合作参与与港澳大湾区的其中一个切入点，已经完成规模为2万亿人民币合作发展基金的工作，将尽快签署有关的协议，并全面启动。

在他看来，“既要鼓励创新驱动，开发新的产业，又要保持传统产业的优势和特色；既要重视大型企业和机构的引领，又要兼顾中小企业青年人的参与，为广大市民参与大湾区建设提供机会，打造平台。”

樊纲：建议粤港澳大湾区设立自贸区联盟

中国（深圳）综合开发研究院院长樊纲在发言时表示，可以在粤港澳大湾区设立自由贸易区联盟，让广州南沙、深圳前海蛇口、珠海横琴这三大广东自贸试验区的片区、香港和澳门两大自由关税区进行对接，先行先试。

他指出，大湾区是中国发展的一个重大战略部署，因为中国正在城市化、工业化、现代化、高科技化，需要大的空间、大的城市群。大湾区就是这样一个新的空间。

梁锦松：内地税太高不利于吸引人才

南丰集团 CEO、香港前财政司长梁锦松从人才、金融、创新、民生等领域为粤港澳大湾区建设提出了四点建议。他认为，可以多采用人脸识别，节省过关过境时间；三地还可以在税务制度上有所创新，“香港个税最高是 15%，（与内地）差异很大”。允许在各自当地所在地交税，吸引国际人才，并推动人民币离岸债券等发行。

博鳌亚洲论坛 2018 年年会为期 4 天，来自全球 60 多个国家和地区的约 2000 位嘉宾将陆续抵达并展开讨论，其中，4 月 10 日，国家主席习近平将应邀出席博鳌亚洲论坛 2018 年年会开幕式并发表重要主旨演讲。

来源：中国会展

“会议+展览”的融合才会产生世界级的优质会展项目？

近年来，无论是展览的主办方还是会议的主办方，都非常重视“会”和“展”的融合。也因此，“会”和“展”的融合发展，是一个被关注的热点话题。此次，笔者以自身从传统展览主办机构，转身到市场化运营国际大型会议公司的切身经历，说说“会”和“展”的融合与发展。

先简述一下，笔者曾在北京市贸促会北京国际展览中心工作 20 多年，从事的主要工作是运营国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会（简称制冷展，今年已举办第二十九届）项目。由于展览期间，为满足与会客商的不同需求，主办方需要策划不同类型的研讨会、技术交流会以及论坛等。但为展览配套的研讨会、技术交流会、论坛等都是围绕该行业内的，相对难度不大。这也导致笔者误以为，会议和展览的运营都是一样的，没有太大的区别和差异。

然而，自加入长城会合伙人之后，在世界不同城市举办以会议为主的大型活动时才发现，会议和展览在组织和运营上存在着很大的差异和不同。

首先，**会议侧重更多的是内容部分**：围绕会议主题、演讲题目，以及演讲嘉宾的权威性等等，投入在内容上的精力更多。而**展览更看重的则是展览面积、参展企业、观众数量等**，同比是否又出现增长，以及增长的数字是多少？

其次，高端会议、论坛项目，探讨产业的战略方向或技术发展，与与会者企业的战略定位及长期发展息息相关，而展览解决的往往是本年度的销售业绩和产品合作的问题。因此，**会议吸引的是企业高层决策者，而展览吸引的是中层管理者以下的企业人员。**

最后，**展览的筹备期相对比较长，会议的筹备相比起来则要短一些**，但会议运营中对于细节把控的要求要比展览高出不少，展览一旦开幕，运营工作就轻松了很多，主角为观众和展商之间的交流，而会议开幕后则有很多细节需跟进：如与会嘉宾的服务引导、设备管理、流程把控等，一直到会议结束，会议运营人员才可以完全轻松下来。

还以制冷展为例，该展会在前十几届时都是以展览为主，期间只有少数的技术交流会。当观众的质量和数量遇到瓶颈时，制冷展组委会又策划了中国制冷空调发展论坛与展览同期举办，收到了良好的效果。每年吸引了世界各地的权威人士，买家团体的数量大幅提升。

长城会每年举办的全球移动互联网大会，在 2015 年也确立了“大展宏图”的发展方向，从会议项目仅仅使用国家会议中心的会议区，拓展了两万多平方米的展览区，极大地增强了大会的行业影响力及传播效果，同时也大幅提升了展览和会议的收入。

如何更好地做到会议和展览的融合发展？笔者建议，以展览为主的项目主办方，要重视展览期间会议论坛的举办。策划与展览内容相一致的行业会议或论坛，并尽早地确定主题

和日程，邀请重量级的演讲嘉宾，越早对外宣传对于带动展览招商越会起到促进作用。策划高端的论坛，对于吸引全球各企业的管理层来参观展览会，参加论坛也是非常有效的。

而对于重视会议的展览项目，往往研讨会、技术交流会以及高端的行业发展论坛会有大大小小几十场的会议活动，因此做到会议信息的传播是非常重要的。除了在展览现场的会议日程信息板以及印刷的参会指南这样的常规方式，制作会展活动的微信公众号、小程序和官方 App 等这些基于智能手机移动互联网的宣传方式越来越重要，会议的详细日程传播给与会观众，提示他们出席适合的会议，指引导航到会议室的位置，这些都会给与会者带来智慧化的参会体验。

当前，越来越多的主办方相信“会议+展览”的融合模式才会产生世界级的优质会展项目。笔者提醒，无论是会议还是展览，都要重视在智慧化服务上的投入。如此，才能做到与时俱进。

来源： 中国贸易报

主 送：协会专家顾问 广东省商务厅 广东省贸促会 广州市商务委员会 深圳市经信委 省各有关部门 省各研究机构 各会员企业
签 发：会长 刘松萍

热线电话：020-89231839 转 848/188 1322 5006

地 址：广东省广州市海珠区中洲中心南塔 A 座 29 楼

电子邮箱：gfoa29@163.com 网址：www.gdfoa.com