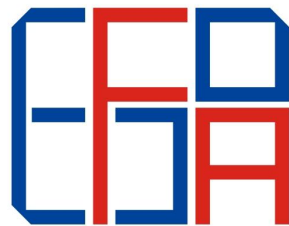




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

二月刊 2025 年 2 月 28 日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

- * 张凡：中国会展业怎样在存量时代拓展增量
- * 2025 年全球会展和活动产业发展趋势展望

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】.....12

【广东会展资讯】.....13

【会展交流】.....21

张凡：中国会展业怎样在存量时代拓展增量 21

张凡：会展公司如何做好人资管理 24

2025 年全球会展和活动产业发展趋势展望 27

全球会展市场增长预测：亚洲和中东将引领未来几年 29

2025 新年新机遇：会展销售如何应对新的挑战，抢占市场先机！ 33

会展销售的面试，这三个问题就够了！ 35

中国进出口商品交易会展馆

2025 华南际口腔医疗器材展览会暨技术研讨会

开展时间：2025. 3. 3-2025. 3. 6

主/承办单位：广东科展国际展览有限公司（会员单位）

第三十一届华南国际印刷工业展览会、2025 中国国际标签印刷技术展览会

开展时间：2025. 3. 4-2025. 3. 6

主/承办单位：中国对外贸易中心集团有限公司、雅式展览服务有限公司（会员单位）

第三十一届中国国际包装工业展览会、中国国际啤酒、饮料及液态包装工业展览会

开展时间：2025. 3. 4-2025. 3. 6

主/承办单位：雅式展览服务有限公司（会员单位）、北京雅式展览服务有限公司、雅式展览服务（深圳）有限公司

第 66 届中国（广州）国际美博会、2025 广州国际化妆品供应链博览会（春季）、第 10 届广州国际医疗健康博览会、养生大健康博览会、第 15 届中国（广州）国际家用医疗康复护理及福祉辅具展览会

开展时间：2025. 3. 10-2025. 3. 12

主/承办单位：广州佳美展览有限公司（会员单位）、广州腾美展览有限公司、广州佳美金晔展览有限公司

第五十五届中国（广州）国际家具博览会（民用家具展）

开展时间：2025. 3. 18-2025. 3. 21

主/承办单位：中国家具协会、中国对外贸易中心集团有限公司、红星美凯龙家居集团股份有限公司、广东省家具协会、香港家私装饰厂商总会有限公司

第五十五届中国（广州）国际家具博览会（办公环境及商用空间展）

开展时间：2025. 3. 28-2025. 3. 31

主/承办单位：中国家具协会、中国对外贸易中心集团有限公司、红星美凯龙家居集团股份有限公司、广东省家具协会、香港家私装饰厂商总会有限公司

2025 中国广州国际家具生产设备及配料展览会

开展时间：2025. 3. 28-2025. 3. 31

主/承办单位：中国对外贸易中心集团有限公司、德国科隆展览有限公司

保利世贸博览馆

2025 广州国际分析测试及实验室设备展览会暨技术研讨会（CHINA LAB 2025）

开展时间：2025. 3. 5-2025. 3. 7

主/承办单位：国药励展展览有限责任公司、广东科展国际展览有限公司（会员单位）

2025 广东国际水处理技术与设备展览会

开展时间：2025. 3. 5-2025. 3. 7

主/承办单位：上海荷瑞展览服务（集团）有限公司

第九届广东国际泵管阀展览会、2025 广州给排水技术设备展

开展时间：2025. 3. 5-2025. 3. 7

主/承办单位：上海荷瑞展览有限公司、Informa Markets

HST2025 第九届广州国际氢科技产业博览会

开展时间：2025. 3. 5-2025. 3. 7

主/承办单位：广东氢科会展服务有限公司

第 31 届门窗幕墙新产品博览会

开展时间：2025. 3. 11-2025. 3. 13

主/承办单位：广州城博建科展览有限公司

第五十五届中国（广州）国际家具博览会（民用家具展）

开展时间：2025. 3. 18-2025. 3. 21

主/承办单位：中国家具协会、中国对外贸易中心集团有限公司、红星美凯龙家居集团股份有限公司、广东省家具协会、香港家私装饰厂商总会有限公司

第 14 届广州定制家居展暨轻高定展

开展时间：2025. 3. 27-2025. 3. 30

主/承办单位：广州博骏家居科技有限公司（会员单位）

南丰国际会展中心

（易行）广州第 25 届南方车展

开展时间：2025. 3. 8-2025. 3. 9

主/承办单位：北京飞天久益文化传媒有限公司

第 8 届广州国际复合材料及制品展览会

开展时间：2025. 3. 10-2025. 3. 12

主/承办单位：广州复材展览有限公司

AP 动漫游戏嘉年华

开展时间：2025. 3. 15-2025. 3. 16

主/承办单位：杭州漫点文化传媒有限公司

世纪家博会

开展时间：2025. 3. 21-2025. 3. 23

主/承办单位：广州世纪家博展览服务有限公司

2025 广州国际眼镜业博览会

开展时间：2025. 3. 28-2025. 3. 30

主/承办单位：广州瑞鸿国际展览有限公司

广州国际采购中心

华夏家博会

开展时间：2025. 3. 7-2025. 3. 9

主/承办单位：广东华墨展览有限公司

2025 春季金花地渔具博览会暨广东休闲渔业博览会

开展时间：2025. 3. 21-2025. 3. 23

主/承办单位：广州市金花地渔具物业管理有限公司

2025 第七十一届广州国际采购车展

开展时间：2025. 3. 29-2025. 3. 30

主/承办单位：广州车行情网络科技有限公司

灵感创新展馆

FAW 第三届灵感香氛艺术周

开展时间：2025. 3. 8-2025. 3. 11

主/承办单位：灵感展览（广州）国际有限公司

南沙国际会展中心

得意电子 2025 年供应商大会

时间：2025. 3. 28

主/承办单位：番禺得意精密电子工业有限公司

广州白云国际会议中心

粤港澳大湾区医疗美容学术交流大会

开展时间：2025. 3. 7-2025. 3. 9

主/承办单位：南方医科大学南方医院

华南医院信息网络大会

开展时间：2025. 3. 21-2025. 3. 23

主/承办单位：广东省医院协会

广州白云国际会议中心国际会堂

2025（第四届）电力建设数智化大会暨第四届电力建设数智化技术装备展

开展时间：2025. 3. 18-2025. 3. 19

主/承办单位：中国电力建设企业协会

第 26 届南方心血管病学术会议

开展时间：2025. 3. 20-2025. 3. 23

主/承办单位：广东省医师协会、广东省药学会、广东省介入性心脏病学会

富力环球时尚博览中心

2025 年 CAAF 建筑声学及噪声控制产业博览会、2025 年 CPSHOW 中国国际泳池桑拿设备及暖通配套设施展览会、2025 年 CPSHOW 南部花园大会暨中国庭院与花园产业博览会

开展时间：2025. 3. 23-2025. 3. 25

主/承办单位：莱比锡会展(上海)有限公司

广州空港博览中心

第二届广州国际航空维修工程及地面服务展

开展时间：2025. 3. 18-2025. 3. 20

主/承办单位：广州爱铂翼商务会展有限公司

知识城国际会展中心

2025 航天航空国防科技展（广州站）

开展时间：2025. 3. 28-2025. 3. 30

主/承办单位：宜兴市贴贴吗文化传媒有限公司

广州越秀国际会议中心

第十六届大湾区升学教育展

开展时间：2025. 3. 1

主/承办单位：广州新东方国际教育

深圳国际会展中心

2025 深圳国际智慧出行、汽车改装及汽车服务业生态博览会

开展时间：2025. 2. 28-2025. 3. 3

主/承办单位：深圳九州恒业会展传媒科技有限公司、广东九州国际会展传媒科技有限公司（会员单位）

ISLE 国际智慧显示及系统集成展(深圳)

开展时间：2025. 3. 7-2025. 3. 9

主/承办单位：中国光学光电子行业协会、广州交易会广告有限公司（会员单位）、中国对外贸易广州展览有限公司（会员单位）、深圳海展会议展览分公司

深圳家居设计周暨第 40 届深圳国际家具展

开展时间：2025. 3. 16-2025. 3. 19

主/承办单位：深圳市德赛展览有限公司（会员单位）

华为中国合作伙伴大会 2025

开展时间：2025. 3. 20-2025. 3. 21

主/承办单位：华为技术有限公司

2025 深圳医疗器械供应链生态展

开展时间：2025. 3. 26-2025. 3. 28

主/承办单位：深圳市医疗器械行业协会、环盛展览（深圳）有限公司

第二十六届深圳国际工业制造技术及设备展览会

开展时间：2025. 3. 26-2025. 3. 29

主/承办单位：深圳市协广会议展览有限公司、深圳市环悦会议展览有限公司（会员单位）、环盛展览（深圳）有限公司

深圳会展中心

COSP2025 深圳国际户外展、2025 深圳高尔夫展

开展时间：2025. 2. 27-2025. 3. 1

主/承办单位：中展世信（深圳）会展有限公司

深圳名品家博会（春季）

开展时间：2025. 2. 28-2025. 3. 2

主/承办单位：深圳市世纪东方会展有限公司

2025 粤港澳大湾区（深圳）婚博会（春季）

开展时间：2025. 3. 1-2025. 3. 2

主/承办单位：深圳市世纪东方会展有限公司

2025（春）深圳国际家纺布艺暨家居装饰展览会、2025 深圳创意设计周

开展时间：2025. 3. 7-2025. 3. 10

主/承办单位：深圳市博奥展览有限公司

第十三届深圳国际宠物用品展览会暨全球宠业跨境电商交易会

开展时间：2025. 3. 13-2025. 3. 16

主/承办单位：深圳市华艺时代文化展览有限公司

2025 深圳华夏家博会春季展

开展时间：2025. 3. 14-2025. 3. 16

主/承办单位：深圳华墨展览有限公司

深圳•AB 动漫游戏嘉年华

开展时间：2025. 3. 15-2025. 3. 16

主/承办单位：杭州琉璃星空文化传播有限公司

第四届 CHWE 出海网全球跨境电商展（深圳）

开展时间：2025. 3. 20-2025. 3. 22

主/承办单位：出海网跨境电商（广州）有限公司

2025 深圳国际消费类电子及家用电器展

开展时间：2025. 3. 20-2025. 3. 22

主/承办单位：广东潮域展览有限公司（会员单位）

第 20 届中国（深圳）国际品牌内衣展览会暨深圳国际贴身衣物供应链展

开展时间：2025. 3. 25-2025. 3. 27

主/承办单位：深圳市盛世九州展览有限公司（会员单位）

Fashion Source 时尚之源深圳展暨第 30 届深圳国际服装供应链博览会、AW2025 深圳原创时装周

开展时间：2025. 3. 31-2025. 4. 2

主/承办单位：智奥鹏城（深圳）展览有限公司

深圳国际传感器与应用技术展览会

开展时间：2025. 3. 31-2025. 4. 2

主/承办单位：深圳晶知科技有限公司

第三届深圳国际复合材料工业技术展览会

开展时间：2025. 3. 31-2025. 4. 2

主/承办单位：北京中实联展科技有限公司

深圳坪山燕子湖国际会展中心

仰望商业研究院会议

时间：2025.3.8-2025.3.9

主/承办单位：深圳仰望汽车销售有限公司

第八届国际智能工业大会

时间：2025.3.29-2025.3.31

主/承办单位：中国光学工程学会

潭洲国际会展中心

CMES 华机展、佛山国际机床展

开展时间：2025.3.13-2025.3.15

主/承办单位：佛山华墨会展服务有限公司

南海国际会展中心

Botball 国际教育机器人大会（佛山站）

时间：2025.3.2

主/承办单位：广州雪羊科技有限公司

佛山市顺德前进汇展中心

第 47 届国际龙家具展览会

开展时间：2025.3.17-2025.3.20

主/承办单位：佛山市前进汇展中心有限公司

广东现代国际展览中心

2025 春季东莞家博会

开展时间：2025.2.28-2025.3.2

主/承办单位：东莞链马展览服务有限公司

东莞 ACF 动漫游戏展

开展时间：2025.3.1

主/承办单位：深圳市好麦网文化传播有限公司

第 15 届东莞国际连接器、线缆线束及加工设备展览会

开展时间：2025.3.3-2025.3.5

主/承办单位：深圳贸发会展服务有限公司

第 53 届国际名家具（东莞）展览会

开展时间：2025. 3. 15-2025. 3. 19

主/承办单位：广东现代会展管理有限公司（会员单位）

2025 东莞国际家具机械及材料展

开展时间：2025. 3. 15-2025. 3. 19

主/承办单位：广东现代会展管理有限公司（会员单位）

2025CXPE 东莞印刷包装技术博览会

开展时间：2025. 3. 23-2025. 3. 25

主/承办单位：东莞共赢汇会展服务有限公司

2025 大湾区国际智能纺织制衣、鞋机鞋材工业设备展、数码印花工业展、华南国际缝制设备展

开展时间：2025. 3. 25-2025. 3. 27

主/承办单位：讯通展览公司、东莞讯通会议展览有限公司

2025 年 CPCO 全国消杀大会暨全国 PCO 优秀企业经营经验分享会

开展时间：2025. 3. 30-2025. 3. 31

主/承办单位：全国卫生产业企业管理协会有害生物防制分会

珠海国际会展中心

第四届珠海世纪家博会

开展时间：2025. 2. 28-2025. 3. 2

主/承办单位：广州世纪家博展览服务有限公司

2025 环梦 AI 智能机器人科普展

开展时间：2025. 3. 15-2025. 3. 16

主/承办单位：票小云信息科技（河南）有限公司

中山博览中心

2025 世纪家博会

开展时间：2025. 3. 14-2025. 3. 16

主/承办单位：佛山世纪家博展览服务有限公司

2025 中山以旧换新消费周

开展时间：2025. 3. 21-2025. 3. 23

主/承办单位：中山报业传媒股份有限公司、广东联合会展管理有限公司

中山黄圃国际会展中心

第 35 届中国家电交易会暨电商新渠道选品会

开展时间：2025. 3. 7-2025. 3. 9

主/承办单位：慧聪集团、中山市黄圃镇工商业联合会、广州慧聪网络科技有限公司（会员单位）

灯都古镇会议展览中心

第 32 届古镇灯博会

开展时间：2025. 3. 18-2025. 3. 21

主/承办单位：中山古镇灯都博览有限公司

广东珠西国际会展中心

第四届江门世纪家博会

开展时间：2025. 3. 28-2025. 3. 30

主/承办单位：广州世纪家博展览服务有限公司

惠州会展中心

2025 第一届惠州中博家居博览会

开展时间：2025. 3. 21-2025. 3. 23

主/承办单位：惠州市中博展览策划有限公司

汕头国际会展中心

第 4 届潮汕国际纺织服装博览会

开展时间：2025. 3. 18-2025. 3. 20

主/承办单位：中国针织工业协会、汕头市纺织服装产业协会

潮汕博览中心

2025 汕头家博会

开展时间：2025. 3. 7-2025. 3. 9

主/承办单位：汕头市中汕会展服务有限公司

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

1.2025 年 2 月 5 日，我会受邀出席全省高质量发展大会“高水平推进‘五外联动’，提升产业国际竞争力”分论坛，交流学习。

2.2025 年 2 月 12 日，广州博览会组委会来访协会，沟通交流。

3.2025 年 2 月 12 日，我会会员单位南海国际会展中心来访协会，沟通交流。

4.2025 年 2 月 20-22 日，“2025 国际会展活动产业链大会暨产业生态展暨第十届国际组展人之声”在广州南沙国际会展中心举办，本次活动由广东会展组展企业协会、中国会展经济研究会文商旅融合专委会等单位联合主办，共邀请 1500 位嘉宾参会观展，百亿招采和供需对接会累积参加企业 300 余家，其中百亿招采意向入库率超过 90%，160 多家参展商，来自海南、江苏、福建、香港等全国各地的 9 大城市组团参展、举办推介活动。同期，举办广东会展组展企业协会第三届会员大会第二次会议暨理事会第三次会议。

5.2025 年 2 月 21 日，南京市贸促会在 2025 国际会展活动产业链大会暨产业生态展同期举办“‘会’约羊城‘展’现金陵”为主题的“南京推介活动”，与业界交流行业信息并宣传推介南京会展。我会受南京贸促会委托共邀请 60 余家粤港澳大湾区组展企业对接洽谈，达成 6 项战略合作签约。

6.2025 年 2 月 26 日，中博家博会来访协会，沟通交流。

7.2025 年 2 月 28 日，我会受邀出席“2025 中国会展业数字化与创新大会”，共同探讨会展数字化。

广东

1、广东省商务厅关于印发 2025 年“粤贸全国”活动目录的通知

2 月 7 日，为落实全省商务工作会议部署要求，做好 2025 年“粤贸全国”工作，帮助广东省企业用好线下展会渠道更好开拓国内市场，经比选确定 302 场境内展会作为 2025 年“粤贸全国”活动目录。

来源：广东省商务厅

广州

1、广州市商务局关于转发 2025 年“粤贸全国”活动目录及做好重点经贸活动工作的通知

2 月 11 日，广州市商务局转发 2025 年“粤贸全国”活动目录，并倡导广州市内各单位提前谋划、重点发动，组织有关行业龙头企业、消费精品、老字号、外贸生产型企业参展参会，宣传推介广货精品品牌，支持外贸企业出口转内销。

来源：广州市商务局

2、2025 第三届迪培思纺织印花+刺绣技术展成功举办

2 月 15 日-17 日，2025 第三届迪培思纺织印花+刺绣技术展在广州琶洲保利世贸博览馆 1-6 号馆与广交会展馆 C 区 14.1-15.1 号馆成功举办。从广告制作全产业链到纺织印花领域，DPES CHINA 2025 全方位满足了国内外采购商对高质量、多元化产品的采购需求，为行业树立了新的标杆。

来源：迪培思广告标识展

3、填空白、树标杆！首届 IEEC 展链会圆满收官

2 月 20 日-22 日，2025 展链会共有 73 位嘉宾上台演讲或参与圆桌谈论，1500 位参会观展，百亿招采和供需对接会累积参加企业 300 余家（亿级头部买家 20 家），其中百亿招采意向入库率超过 90%，160 多家参展商，来自海南、江苏、福建、香港等全国各地的 9 大城市组团参展、举办推介活动。从数据来看，是华南区规模最大、人数最多、产业链参与度最高、成交最活跃的会展行业盛会。

来源：2025IEEC 展链会

4、2025 中国（广州）家芭莎家博会春季展会隆重举办

2 月 21 日-23 日，2025 中国（广州）家芭莎家博会春季展会在广州琶洲·保利世贸博览馆 5、6 号馆圆满举行，本届家博会汇聚了近 200 多个商家，涵盖家装采购的所有品类，

为新修业主提供一站式采购服务的大型展会,为有需要装修及置换的业主一次性解决所有问题,是家居全产业链消费类展会盛典。现场到场消费者 3 万多人,商家成交活跃。

来源: 广州婚博会

5、2025 中国（广州）婚博会春季展会隆重举办

2 月 22 日-23 日, 2025 中国（广州）婚博会春季展会在广州琶洲·保利世贸博览馆 4、5、6 号馆圆满举行, 本届婚博会汇聚了 200 多家涵盖婚纱摄影、婚纱礼服、婚宴酒店、婚礼策划服务、珠宝首饰、蜜月旅拍、婚礼用品、婚房家装、婚车、新娘美容等核心结婚消费行业的企业, 顶住了年轻人结婚需求下降的压力, 现场到场人气旺盛, 商家成交活跃。到场消费者逾 5 万人次, 达到了需求两旺。

来源: 广州婚博会

6、2025 广州工业科技展、亚洲国际模具展—广州站、广州国际 3D 打印展览会、广州国际铸造压铸锻压工业展览会及广州国际轴承及专用制造装备展成功举办

2 月 25-27 日, 2025 广州工业科技展、亚洲国际模具展—广州站、广州国际 3D 打印展览会、广州国际铸造压铸锻压工业展览会及广州国际轴承及专用制造装备展在广交会展馆盛大开幕。三展并行将发挥巨大协同效应, 全面汇聚工业及生产制造业上下游产业链各领域人士, 加速打造工业领域全产业链商贸及技术交流合作平台, 满足不同行业买家对新型工业化及智能制造技术的各种需求。

来源: GIT 广州工业科技展

7、2025 SPS 广州智能制造展圆满闭幕！

2 月 25 日-27 日, 广州国际智能制造技术与装备展览会（SPS - Smart Production Solutions Guangzhou）在广州·广交会展馆 A 区 5.1 馆&4.1 馆顺利开幕, 圆满收官。500 余家展商同台竞技, 助力各行业实现更高效、更智能的生产制造并推动数字化转型的深入发展。

来源: SPS 广州智能制造展

8、第三十一届迪培思（广州）国际广告标识及 LED 展精彩收官

2 月 15 日-17 日, 第三十一届迪培思（广州）国际广告标识及 LED 展聚焦广告制作行业及纺织印花行业全产业链发展态势, 展出内容涵盖喷墨打印、UV 喷墨印刷工业应用、激光雕刻、切割、LED 光源、照明、标识标牌、展示器材、广告打印耗材、图文快印、数码纺织直喷、热转印机、丝网印刷、刺绣机、白墨烫画、DTG 等多个领域。众多国际知名品牌携最新技术与产品亮相, 现场展示行业前沿技术及解决方案, 为观众带来一场视觉与科技的双重盛宴。

来源: 迪培思广告标识展

9、第十八届中国零售商大会暨零售商业智能设备及商品博览会盛大落幕

2月28日，由中国商业联合会、广东鸿威国际会展集团联合主办的第十八届中国零售商大会暨零售商业智能设备及商品博览会在广州·保利世贸博览馆圆满落下帷幕，3万多人次专业观众汇聚于此，智能设备矩阵与全球顶尖零售解决方案展开对话。这场横跨支付科技、智能硬件、商品供应链的超级盛会，超4万平方米的展陈面积，见证了世界零售业发展的新篇章。

来源：鸿威国际会展集团

10、圆满结束！第12届亚洲自助售货及智慧零售博览交易会成果丰硕

2025年2月28日，为期三天的第十二届亚洲自助售货及智慧零售博览交易会（CSF）在广州·保利世贸博览馆圆满落下帷幕。作为亚洲规模最大、影响力最广的行业盛会之一，本届博览会汇聚了全球多个国家和地区的品牌和采购商，专业观众及海外观众数再创历史新高，涵盖零售运营商、技术开发商、投资机构及行业协会代表，形成供需对接、技术交流、跨界合作的高效生态圈。展览总规模约8万平方米，覆盖自动售货、AI智能售货、无人零售等产品。

来源：亚洲自助售货及智慧零售展

11、圆满收官！2025 亚洲乳业博览会精彩落幕！

2025 亚洲乳业博览会于 2 月 28 日在广州琶洲·保利世贸博览馆 3 号馆圆满落下帷幕。本届博览会汇聚了 200+家乳业产业链上下游企业，通过展览、品鉴、技术交流等多环节、多形式的活动，全方位展示了乳业的发展成果与未来趋势。共吸引海内外观众逾 2 万人次参观，共同见证这场乳业盛宴。

来源：亚洲乳业博览会

深圳

1、深圳市商务局发布关于延长 2025 年境外展会征集时间的通知

2月6日，深圳市商务局发布关于延长 2025 年境外展会征集时间的通知，为进一步支持企业拓展海外市场，将网络填报截止时间延长至 2025 年 2 月 14 日（星期五）18:00。

来源：深圳市商务局

2、深圳市商务局发布关于延长会展业发展扶持计划 2024 年 4-12 月展会场租资助、专业展会培育期资助等两个项目申报受理时间的通知

2月25日，深圳市商务局发布关于延长会展业发展扶持计划 2024 年 4-12 月展会场租资助、专业展会培育期资助等两个项目申报受理时间的通知，将网络填报时间延长至 2025 年 3 月 3 日 18:00，纸质材料提交时间延长至 2025 年 3 月 4 日 17:30。

来源：深圳市商务局

3、173189 人次共襄盛举，2025 深圳春季全食展圆满闭幕

2月25日下午16时，深圳国际会展中心（宝安）内气氛依然热烈，第24届全球高端食品展览会在此迎来了圆满闭幕。本届全食展为期三日，共吸引了173189人次的专业观众前来参观。来自美国、德国、瑞典等全球30多个国家和地区的2800余家食品企业踊跃参展，联合发布了近两万款2025春季年度新品。这些新品广泛覆盖休闲食品、乳品饮料、速冻食品、冰淇淋等多个细分领域，为现场的专业观众带来了一场震撼的视觉与味觉盛宴。

来源：全食展

4、2025 深圳国际智慧出行、汽车改装及汽车服务业生态博览会圆满闭幕

2月28日-3月3日，由中国汽车贸促会与九州国际联合举办的亚洲规模最大、品类最全汽车生态大展——2025九州汽车生态博览会（简称：九州展），在深圳宝安国际会展中心盛大举行。本届九州展面积达42万平米，共有120家整车品牌、5600家改装品牌参展，1000款个性化定制改装车型、20000款爆品同台展出，20万观众参观、采购。

来源：深圳国际车展

东莞

1、东莞市商务局发布关于支持境外参展和境内重点综合展相关事项进驻市镇政务服务大厅综合窗口的公告

2月8日，东莞市商务局发布关于支持境外参展和境内重点综合展相关事项进驻市镇政务服务大厅综合窗口的公告。为深入贯彻《东莞市人民政府办公室关于印发〈东莞市关于深化政务公开促进政策兑现的实施方案〉的通知》（东府办函〔2024〕507号）文件要求，现定于2025年2月10日起将支持境外参展和境内重点综合展相关事项进驻市镇两级政务服务大厅综合窗口，申报单位可选择到市或镇街（园区）政务服务中心综合窗口提交申报材料。市、镇政务服务中心综合窗口收件后，相关材料将通过内部流转至市商务局审批。

来源：东莞市商务局

2、东莞市商务局发布关于报送第137届广交会支持性展位专项需求的通知

2月8日，东莞市商务局发布“关于报送第137届广交会支持性展位专项需求的通知”，申报企业应符合如下标准：一是业务对特定市场依赖度高，受单边加征关税影响大。二是确有参展需求，且无广交会展位。三是优先支持专精特新“小巨人”、制造业单项制造冠军等企业。对本次专项申报安排的企业，将优先安排展位位置、减按50%收取展位费、定向邀请参加对接活动等。

来源：东莞市商务局

3、东莞市商务局发布关于 2025 年东莞市重点境外展会目录的第二次公示

2 月 17 日，东莞市商务局根据实际情况遴选出一批境外展会拟计划纳入 2025 年东莞市重点境外展会目录，并进行了第一次公示（2025 年 1 月 14 日-1 月 20 日）。根据收到的反馈意见，对目录进行了修改完善，并进行第二次公示（附件）。公示期为 2025 年 2 月 17 日-2 月 23 日（共 7 天）。

来源：东莞市商务局

佛山

1、佛山市商务局关于公布 2025 年佛山市重点推荐组织的境外国际性展会项目（第一批）的通知

为贯彻落实中央、省、市各级稳外贸工作部署，促进佛山市企业通过多渠道开拓海外市场，抢抓国际订单，经比选，佛山市商务局确定了 60 场境外线下重点展会(名单见附件)作为 2025 年佛山市重点推荐组织的境外国际性展会项目(第一批)。参加列入佛山市重点推荐展会项目且符合相关条件的企业，可申报佛山市经济高质量发展项目专项资金(外贸方向)。

来源：佛山市商务局

中山

1、中山市商务局关于开通 2025 年“百展千企”境外展览备案系统的通知

2 月 17 日，中山市商务局发布关于开通 2025 年“百展千企”境外展览备案系统的通知。为进一步落实中央经济工作会议、省委经济工作会议有关精神，根据市委、市政府相关部署，今年中山市商务局将继续开展“百展千企”拓市场计划，组织企业“出海”参展抢抓订单。为及时掌握中山市企业赴境外参展情况，为后续组织相应经贸活动以及政策制定做重要参考依据，现开通中山市 2025 年“百展千企”境外展览备案系统，企业需提前扫码完成参展报备（开展前 30 天以上），备案系统开通前已举办的境外展会也可以扫码完成补报备。

来源：中山市商务局

2、中山市商务局关于公示 2024 年五一车展拟补贴消费者（第三批）名单的通知

2 月 18 日，中山市商务局发布关于公示 2024 年五一车展拟补贴消费者（第三批）名单的通知。为加强财政专项资金管理，自觉接受社会各界监督，将 2024 年五一车展拟补贴消费者（第三批）名单予以公示，向社会广泛征求意见，欢迎社会各界监督。资金拨付最终将以资助计划下达文件为准。

来源：中山市商务局

珠海

1、关于第 137 届广交会服务机器人专区展位申请事宜的通知

2月13日，珠海市商务局发布关于第137届广交会服务机器人专区展位申请事宜的通知。为深入贯彻落实习近平主席致广交会重要贺信精神，落实李强总理打造“引领市场”广交会有关指示要求，发挥广交会平台引领作用，突出展示新质生产力，促进高质量发展，第137届广交会将增设服务机器人专区。珠海交易分团将组织相关企业申报该展区。

来源：珠海市商务局

2、珠海市商务局关于组织企业参加第五届中国国际消费品博览会的通知

2月19日，珠海市商务局发布关于组织企业参加第五届中国国际消费品博览会的通知。为落实广东省贸易高质量发展要求，开展“粤贸全国”工作，进一步激发消费潜能，促进珠海市企业拓展国内国际市场。结合广东省产业特点和消费需求，拟重点组织智能制造、电子信息、珠宝服饰、国货潮牌、老字号、外贸生产型、“百千万工程”等企业参展，并突出广东外贸优品中华行。同时借助“消博会”平台，推介珠海发展新优势，增进投资贸易交流合作，珠海市商务局将组织珠海市经贸代表团赴海口参展和观展。

来源：珠海市商务局

3、关于2025年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配方案的公示

2月25日，珠海市商务局发布关于2025年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配方案的公示。2025年2月10日省商务厅印发《关于下达2025年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）项目计划的通知》（粤商务交函〔2025〕17号），珠海市33个项目共获得资金31,780元。

来源：珠海市商务局

4、第137届广交会珠海分团新增奖励展位分配方案公示

2月25日，珠海市商务局公示第137届广交会珠海分团新增奖励展位分配方案。根据商务部《关于第137届广交会部分一般性展位数量安排结果的通知》及省商务厅展位分配情况，珠海市获新增奖励展位共3个。现将第137届广交会珠海分团新增奖励展位拟安排情况予以公示。

来源：珠海市商务局

5、关于印发《珠海市2025年迎新春开新局 暖企稳岗惠民行动方案—鼓励企业办展项目申报指南》的通知

2月26日，珠海市商务局发布关于印发《珠海市2025年迎新春开新局 暖企稳岗惠民行动方案--鼓励企业办展项目申报指南》的通知。根据《珠海市2025年迎新春开新局暖企稳岗惠民行动方案》（珠发改综〔2025〕5号）的要求，珠海市商务局制定了《珠海市2025

年迎新春开新局 暖企稳岗惠民行动方案--鼓励企业办展项目申报指南》以供惠企利民。

来源：珠海市商务局

湛江

1、关于公布第 137 届广交会湛江分团线下展一般性展位(第二次追加)安排方案的通知

2月28日，湛江市商务局发布关于公布第137届广交会湛江分团线下展一般性展位(第二次追加)安排方案的通知。根据《关于第137届广交会部分一般性展位数量安排结果的通知》和《中国进出口商品交易会出口展一般性展位数量安排办法》，结合湛江市企业展位申请需求的实际情况，对第137届广交会部分线下展一般性展位(第二次追加)进行了安排，并履行公示程序。

来源：湛江市商务局

韶关

1、关于征求《韶关市 2025 年境外重点展会计划》意见的通知

2月7日，韶关市商务局发布关于征求《韶关市 2025 年境外重点展会计划》意见的通知。为引导企业开拓多元化国际市场，优化进出口商品结构和国际市场布局，积极发挥政府引导作用和企业主体作用，结合韶关市进出口实际和重点市场情况，经研究拟定了《韶关市 2025 年境外重点展会计划》。符合条件的参展企业，可以享受有关扶持资金支持，实际扶持标准根据年度预算安排规模调整。

来源：韶关市商务局

2、关于提供第 137 届广交会有关宣传资料的通知

2月18日，韶关市商务局发布关于提供第137届广交会有关宣传资料的通知。为更好发挥广交会市场引领作用，广交会将聚焦新质生产力及市场热点，用好媒体资源、提高宣传声量，助力企业品牌推广，推动培育新质生产力，助推贸易高质量发展。韶关市分团正开展第137届广交会优质企业及其展示亮点相关材料征集工作。

来源：韶关市商务局

河源

1、关于广东交易团河源分团参加第 137 届广交会部分展位拟追加安排方案的公示

2月25日，河源市商务局发布关于广东交易团河源分团参加第137届广交会部分展位拟追加安排方案的公示。根据广交会展位管理有关规定和省交易团下达河源市的第137届广交会展位数量，并结合河源市企业申请参加第137届广交会的展位需求情况，现初步制定了河源分团参加第137届广交会部分展位拟追加安排方案，并将该拟追加安排方案予以公示。

来源：河源市商务局

阳江

1、关于第 137 届广交会一般性展位安排的公示

2 月 25 日，阳江市商务局发布关于广东交易团河源分团参加第 137 届广交会部分展位拟追加安排方案的公示。根据广东交易团《关于第 137 届中国进出口商品交易会出口展展位申请事宜的通知》的有关规定，经研究，将第 137 届广交会一般性展位安排予以公示。

来源：阳江市商务局

揭阳

1、关于第 137 届广交会揭阳分团增加一般性展位拟安排企业名单的公示

2 月 21 日，揭阳市商务局发布关于第 137 届广交会揭阳分团增加一般性展位拟安排企业名单的公示。经研究，将第 137 届广交会揭阳分团增加一般性展位拟安排企业名单进行公示。

来源：揭阳市商务局

2、关于第 137 届广交会揭阳分团部分一般性展位调整安排的公示

2 月 28 日，揭阳市商务局发布关于第 137 届广交会揭阳分团部分一般性展位调整安排的公示。根据企业提出的调整申请，经研究，同意企业调整申请，将第 137 届广交会揭阳分团部分一般性展位进行重新安排，将拟安排企业名单进行公示。

来源：揭阳市商务局

张凡：中国会展业怎样在存量时代拓展增量

2024 年年尾，在北京约访某跨国展览公司高管。长达两个多小时的交流受益良多。其中，会展项目如何在存量环境中拓展增量的讨论，令我印象深刻。本篇小作文反映了近来我对这个问题的一些思考。

1. 会展业进入存量时代的状况

我认为，中国会展业自 2019 年已进入存量时代。经过疫情三年，这一状况更趋明显：

2023 年全国展览总面积及展会数量不及 2019 年。其中，线下展会 7852 场，较 2019 年减少 3181 场，降幅超过三成。面积在 1 万平方米左右的小型展会大量停办，是导致展会数量大幅减少的主因。这些展会多分布于二三四线城市，集中于中西部地区。

由于所服务的行业及其市场需求发生变化，部分展会因参展商减少而致展览面积萎缩。许多 B2B 性质的专业展对此感受强烈。

疫后两年来，新展会的创办难度大大超过 2019 年及其之前。因营业收入难以覆盖成本，经营亏损令主办方举步维艰而避免涉足。

政府展的市场化转型，将对 2024 年展览业总量产生影响：一方面，保留的政府展许多改为两年举办一次；另一方面，多数政府展改为非政府机构主办，展览体量明显缩小。

与展览业并存的会议业（会展业是会议业与展览业的合称），由于国际知名会议来华举办的项目减少，国内企业年会规模缩减，加之中央调控政府论坛活动、整顿医疗行业会议，疫后两年中国会议业的总体规模应不及 2019 年（这是本人的判断，但缺乏统计数据说明）。

2. 进入存量时代的原因

中国会展业进入存量时代的内涵是：展览、会议项目减少，既有大中型项目增长缓慢，或难以增长；消费展同主题竞争激烈，低水平重复办展矛盾突出；新项目难以创办，或创办后难以存活；会展企业减少，尤其是主办机构、会展搭建公司明显减少；大型场馆尤其是新建场馆的利用率偏低，提升困难。

中国会展业进入存量时代的大背景是：经过改革开放四十多年的发展，人口、城镇化、大型基础设施建设、经贸全球化等四方面的红利逐步降低。其中，人力密集型产品以及低端制成品出口，在外贸中的占比已从 70% 之上降为 30% 以下（生产力转移到其他国家，如越南）。因此，会展业以数量扩张的发展红利（快速增长+高增长）随之消退。

2023 年 9 月中央政治局会议提出的“一揽子增量政策”，应对中国经济下行压力。政策中的“增量”二字，大有深意。会展业者可从中体会中国经济存量与增量的关系。

3. 存量时代的会展业如何做增量

为简明表达，我从会展业产业链的构成单元逐一分说。

（1）展览主办方

对于既有项目，应紧密跟踪所服务行业的变化，包括市场需求、产业政策、客商构成的变化，积极调整展览范围（拓展新版块、减少市场需求下降的老版块投入），以保持展会规模的稳定或可能的增长。部分知名展会可根据区域市场的需求，依托母展复制子展或连锁办展，或举办会销活动，以扩大市场占有率。

与此同时，强化创办会议（非展览期间的收费会议）、自媒体的内容生产，提升既有项目的技术含量，通过增强客商粘度，达到创造新的营收并反哺展位销售的效果。

围绕各地特色产业创办新项目，是拓展增量的对策。但要以“新会展”模式孵化新项目，即以垂直媒体先行、收费会议试水、进而依靠2万平方米专业展变现。此模式旨在促使展会成为特色产业链条上信息+贸易服务的有机一环，但新项目需要时间沉淀方能见效。

如何服务扩大内需，中西部地区展会（包括二线城市展会）如何提高展位销售价格，也是既有项目寻求增量的题中应有之义。

（2）会议主办方和承接服务方

主办方应围绕传统产业的智能化升级改造、新兴产业发展的需求，创新打造技术交流的会议（包括培训会议）。

服务方应依托行业协会、专业学会，以全案服务的新模式，成为会议主办方的高级顾问。

（3）展览工程服务提供方

加快成为具有绿色搭建IP的主场服务商。积极开拓艺术展览、展厅陈列、海外搭建服务的新赛道。转型成为提供全案服务的活动公司。

（4）会展技术信息服务方

通过服务业务细分及其创新，为会展机构提供更加专业的数字技术工具、参展商/观众邀约、配套活动组织、自媒体代运营、美工设计等细分类别服务。

（5）会展场馆经营方

积极参与孵化会展新项目（重点是润滑商务关系、降低场地租金和参与招展招商三个方面），以增加营收。

充分发挥场馆的建筑功能，融入文旅产业，拓展承接演唱会、文体赛事、企业年会/团建、婚宴活动的新赛道，以提高场馆利用率。

4.高质量发展是做增量的核心

在存量时代做增量，是中国会展业从追求量的扩张转向提升品质，继续保持增长的必然选择。在国内外经济环境的新变化中做增量，是融入构建中国经济双循环新格局，践行会展

业的高质量发展的战略举措。

在存量时代做增量，会展业者不但要有改革精神和创新意识，而且要有危机感和紧迫感。要打破存量时代的路径依赖，改变无所作为、怨天尤人的不良心态，应以 DeepSeeK 开发者、《哪吒 2》电影创造者为榜样，通过务实求新，不懈进取，迎来中国会展业存量时代的增量发展。

来源：张凡的会展洞察

张凡：会展公司如何做好人资管理

人力资源一词的英文为 Human Resources，故而简称为 HR。在企业中，HR 已成为人力资源管理的代称，甚至成为任职人力资源管理岗位的代称。当然，“人资管理”这种说法也常听到。

企业人资管理的职责大体有三：一是计划管理，包括提供人力资源发展规划、薪酬计划和员工业绩考评（KPI）计划；二是员工管理，包括员工评价、招聘、辞退或退休的管理；三是员工的培训管理，包括企业管理制度和业务培训的管理。在薪酬管理上，国企按年度上报薪酬计划，批准后一般不能变动（主要指增加额度）；而民企（包括外资企业）如业绩提高（尤其是利润超额计划指标），薪酬总额会水涨船高。两者激励作用有所不同。

会展企业人资管理的现状

从总体上看，随着中国会展业的规模化发展，会展企业对人资管理的重视程度有了明显提高。

国企的人资管理是从劳资、人事管理过渡而来的。近十年来，在国资系统深化改革的进程中，会展国企的人资管理持续进步，在绩效考核上尤多创新。与此同时，越来越多的会展民企配置 HR 岗位，以适应员工管理的规范化要求（劳动合同及其“五险一金”的管理），以及老员工退休、新员工招聘工作常态化的需要。少数大中型会展民企人资管理的专业化、制度化水平堪比中外合资展览公司。但数量庞大的小微会展企业人资工作无人管、不会管的落后情况，依然普遍存在。

从管理特点上看，大多数会展企业的人资管理呈现“一人岗”与“兼职岗”状况。

在中国，员工超过千人的大型会展企业极少。据我所知，国内员工人数最多的会展企业，应该是经营广州琶洲会展中心和承办广交会的中国对外贸易中心集团公司，其员工总数（含子公司）超过 1500 人。而员工总数在 500-1000 人之间的会展企业，预计全国不超过 100 家。员工总数在 50 人左右的（甚至 10 人左右）会展企业，总量应在万家以上。

由于大多数会展企业的员工人数不多，即便配置 HR，往往只安排一人。而且此人还要兼职行政事务的管理工作。10 人左右的会展企业难以配置 HR。其人资管理工作一般由财务人员兼职，或是老板自己兼管。“一人岗”与“兼职岗”的人资管理，难以提升专业水平。

近两年来，由于疫情期间员工离职较多，加之 70 后员工退休潮和网络业务创新需求，招聘成为大多是会展企业 HR 的主要工作。我熟悉的武汉一家民营会展公司，员工总数 20 多人，但 2023-2024 年面试的应聘者就有 200 多人。

在薪酬管理上，许多民营会展企业对销售人员实行底薪+销售佣金的制度。其中，采用低底薪、高佣金的企业仍有不少。所谓高佣金，一般指佣金占员工个人销售额的 15% 以上。这种制度在存量市场（大多数会展项目的规模发展已达天花板）的如今，激励作用逐步减弱。00 后员工不愿意做销售，往往与这种薪酬制度有关。

新形势下 优化人资管理的措施建议

01 公司当家人要重视人资管理。

会展业属于现代服务业，是人才密集型行业。人力资源是会展企业持续发展的主要生产力。因此，人资管理在会展企业的管理中举足轻重。上述武汉公司的当家人告诉我，小企业的经营管理如履薄冰，但人才是发展之基。因此要花功夫筛选新员工，找到适配的人。我认为，如此认知值得称道。

对于至今缺乏人资管理或没有配备 HR 的会展企业，建议补齐短板。正式员工超过 25 人的公司应配置 HR，其可兼职行政管理工作。小微公司可明确由财务人员兼职，也可由老板分管。

对已配专职 HR 或设立人资管理部门的会展公司，建议对标先进公司（特别是对标国际会展公司），不断提升专业化的管理素质。公司当家人应经常过问人资管理工作，要对人资规划、KPI 考核及薪酬制度、员工培训工作提出具体要求。

02 提高 HR 的工作能力。

HR 不懂会展业务、不了解会展项目管理的情况较为普遍。建议 HR 边工作、边学习，从外行变为内行，努力使人资管理服务于业务经营，解决“两张皮”的问题。

要改变 HR 被动应付公司领导、习惯于打杂的状况。HR 应主动配合经营管理，成为有见识（提供人资管理方案）、有行动力、有绩效、可独当一面的管理者。

03 加强新人培养工作。

中国会展业伴随改革开放而发展壮大，一直是以年轻人为主的事业。在未来高质量的发展中，年轻人依然是支柱力量。目前许多会展企业面临业务骨干新老交替、业务技能新老转型的需求，但新人招不来、留不住、用不上的矛盾比较突出，以致影响企业发展。

HR 应在这方面多用心用力，提出建议，拿出方案，争取支持，促使年轻人成为企业发展的新鲜血液，锻炼成才。

要解决招聘大学生但不重视实习生（管培生）打底、招聘管理性人才（如项目经理）但不重视“背调”、新人上岗但不重视安排师傅“传帮带”等问题。国企在招聘中存在的重学历、轻能力的现象，也是一个问题。

04 切实推动培训工作。

员工培训是会展企业的重要工作。要改变缺少规划、缺乏针对性和形式老套的毛病。对于会展主办方而言，建议在以下方面优化培训管理：

在培训内容方面，应重视外部形势的宣讲，主要包括政策/行业/市场的变化趋势与会展业的发展趋势两方面；应以问题导向方式，安排针对公司及其会展项目经营管理中存在的弊

端、短板，改进方案（包括提高业务技能）的课程。

在培训方式方面，建议根据培训内容分层次进行，可分为管理、业务、员工等层次。培训形式也可以灵活多样。项目团队结合周会、月会可“以会带训”，安排“短平快”的培训。如销售话术怎样创新、新客户怎样拓展、项目自媒体的内容生产怎样促进销售，等等。每年要选派员工参加外部培训，如参加“中国会展集训营”活动。

在培训讲师方面，应建立企业内部讲师与外部讲师相结合的体系。内部讲师来自公司管理层和优秀业务骨干。公司当家人要带头做培训讲师。要鼓励管理层和优秀业务骨干当好培训讲师。外部讲师可分为两类：一是宣讲括政策/行业/市场变化趋势的专家，一是分享会展业发展趋势的专家。在培训课程安排上，应以内部讲师为主，外部讲师为辅。

在培训管理方面，要制定长期规划和年度计划，要有考核制度。

来源：张凡的会展观察

2025 年全球会展和活动产业发展趋势展望

从全球范围内来看，2025 年，除了安全有序运行，会展和活动行业将应对来自伦理的挑战，全行业将在创新与责任之间寻求平衡，利用技术提高产业的包容性与可持续性将成为新的发展方向。

1. 混合型与虚拟活动成为新常态

2025 年，混合型与虚拟活动将进一步占据主导地位，其驱动力来自技术进步和全球可访问性需求。实体活动中将融入沉浸式虚拟组件（如 3D 虚拟舞台、AI 驱动的社交功能等），以吸引远程参与者。会展活动平台将优先考虑互动功能，例如实时投票、分组讨论室和游戏化设计。

此外，成本效益和减少碳足迹将激励更多组织采用混合活动（hybrid event）模式，而参与者则期待灵活的参与方式。挑战在于确保线下与线上参与者的公平参与及互动体验。

2. 可持续性与零碳活动

气候责任将进一步推动会展和活动行业向净零目标迈进。越来越多的活动将采用可再生能源、零废弃实践（可重复使用材料）和碳抵消计划；区块链等数字工具将追踪可持续性指标；拥有 LEED 认证或绿色基础设施的场馆将更受青睐；参与者和赞助方更加青睐环保活动，迫使更多的活动组织者与联合国可持续发展目标（SDGs）保持一致。

3. AI 驱动的个性化体验

通过分析参与者数据（偏好、行为），AI 将打造高度个性化的体验。聊天机器人将处理咨询，而 AI 匹配工具将连接参与者以促进社交。预测性分析将优化观众日程安排、座位分配和内容投放。围绕数据隐私和算法偏见的伦理问题将要求建立透明的 AI 治理框架。

4. 沉浸式技术（VR/AR/元宇宙）

VR 和 AR 技术将更多地应用于创造沉浸式的环境，例如虚拟场地导览或增强现实产品演示等。元宇宙将提供永久性活动空间，支持虚拟化身实时互动。这些技术将模糊物理与数字的界限，吸引 Z 世代和技术先锋群体。例如，耐克、微软等品牌已在元宇宙中尝试活动创新。

5. 健康与安全整合

在后疫情时代，健康协议仍是核心。无接触技术（生物识别签到、电子票务）、空气质量监测和可穿戴健康设备（如紫外线消毒器）等将进一步标准化。涵盖健康和安全相关取消的保险产品和实时人群密度分析技术，将使得卫生和安全风险降低。

6. 超本地化与社区导向活动

为减少出行碳排放并增强社区联结，一些会展活动将转向本地化，并突出文化相关性。快闪活动、社区节日和本地供应商合作将兴起。各种社会影响力方面的主题（如公平、多样性）将引发共鸣，并与基层运动（grassroots movements）相呼应。

7. 体验式与互动内容

参与者不再满足于被动听讲，而是需要工作坊、实时模拟和互动艺术装置等深度参与形式。各种游戏化设计（如寻宝游戏、成就徽章）将提升参与度。会展活动将通过叙事和多感官体验，优先建立情感联结。

8. 多元化收入模式

除门票销售外，收入来源将包括订阅制访问、高级虚拟会员和 NFT 衍生品等，会展组织者的收入模式将更加多元化。更多赞助将升级为内容合作（如品牌 AR 体验）。通过定制/按需/点播内容库（on-demand content libraries）实现活动后变现（post-event monetization）的模式将更加普遍。

9. 强化的网络安全措施

随着会展活动的数字化，勒索软件和数据泄露风险加剧。加密技术、多因素认证和基于区块链的门票系统将保护敏感数据。政府可能进一步加强监管，例如要求遵循 GDPR 等合规框架。

10. 垂直细分领域活动

综合性会议将让位于垂直领域活动，如 AI 伦理峰会、垂直农业博览会。针对特定行业或人群的微活动（Micro-events）将兴起，提供定制内容并为赞助方带来更高的投资回报率。

概括而言，面临新的竞争形势和新技术应用、地缘政治等环境，企业成功的关键在于适应力（adaptability）、以观众为中心（audience-centricity）的理念，以及与全球社会和环境优先事项的协同（alignment with global socio-environmental priorities）。

来源：活动研究

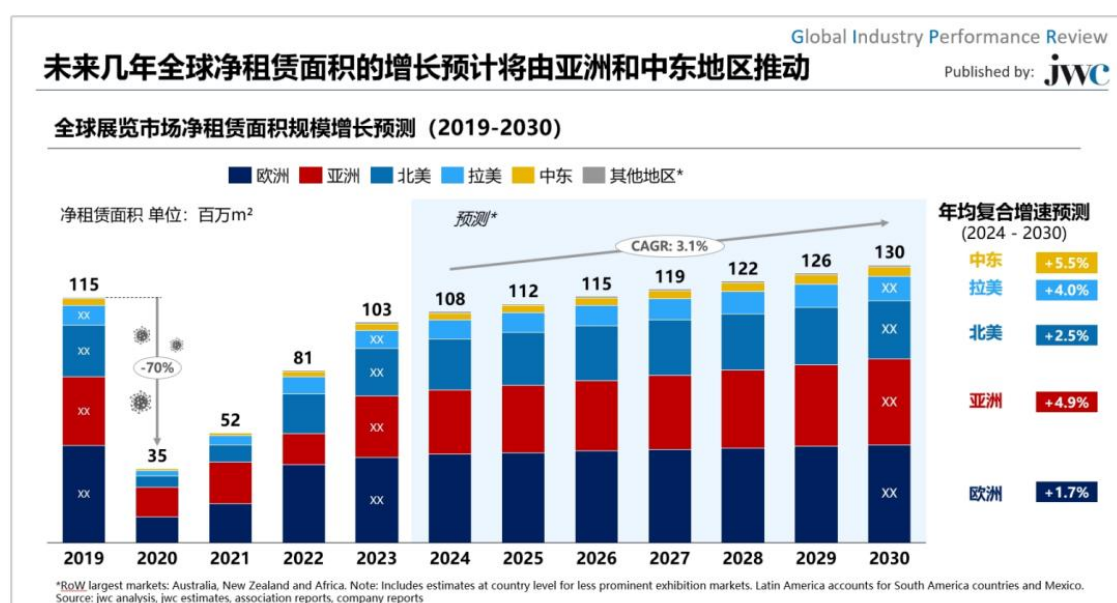
全球会展市场增长预测：亚洲和中东将引领未来几年

全球知名咨询公司德国 jwc 会展咨询最新发布了《全球会展行业发展报告 2024》（简称《报告》），依托其深入的行业洞察与前沿的研究视角，对全球会展行业进行了年度梳理，并为会展行业从业者和相关机构提供决策依据与发展方向指南。

01 洞察全球会展业发展全景

报告指出，2024 年全球会展市场规模（按净租赁面积计）仍未恢复至疫情前水平，较 2019 年低约 6%，主要原因是欧洲地区增长乏力。

除欧洲外，全球多数国家和地区的会展市场预计将于 2025 年全面恢复到疫情前水平，而欧洲市场则需到 2029 或 2030 年才有望回归 2019 年规模。



相比净租赁面积指标之下，全球会展市场收入增速更高，在通胀和价格上涨推动下，主要市场已于 2023 年基本恢复至疫情前水平。

2019 年前，亚洲，尤其是中国，一直是全球会展行业增速领先的地区，但 2021-2022 年中国经历了较长时间的疫情封控，增长轨迹发生变化。

得益于中东市场的早期开放、对会展业的投资和支持力度加大等因素，未来几年中东市场的净租赁面积增速和行业收入增速等指标有望领先。

但由于亚洲（尤其是中国）市场规模庞大，中东市场相对仍然较小，亚洲仍将是全球会展行业的主要增长引擎。

jwc 预测，2024-2030 年全球会展行业净租赁面积将以约 3% 的复合年增长率增长，其中中东地区增速最高，约为 5.5%；亚洲地区增速则约为 4.9%，仅次于中东市场。

02 深度剖析主要市场

jwc 结合其在欧洲、中东、中国、东盟等地区和国家会展业务和数据积累，深度剖析

了主要市场。

(1) 中国

2019 年前，中国会展行业一直保持强劲增长，净租赁面积、展会数量、收入和场馆容量等指标均显著上升。

疫情冲击后，2023 年重新开放的第一年，中国会展行业展现出强大韧性，净租赁面积恢复到 2019 年水平的 90%左右。

然而，2024 年行业氛围不如 2023 年乐观，受市场波动、成本压力和复杂国际形势等多重因素影响，多个行业企业利润下滑，参展营销预算被削减。

尽管大型头部品牌展会仍有增长，但很多中小型展会面临维持规模、参展商和专业观众的挑战。

从中长期来看，中国会展行业前景依然乐观。

中国强大的制造业、蓬勃的服务业、庞大的消费市场和不断增长的出口业务将继续支撑行业增长。同时，场馆设施和基础设施的提升以及政府支持政策也将助力行业发展。

中国会展行业将在全球市场中继续发挥重要作用。

(2) 印度、中东、东盟等新兴市场

除中国外，报告还对印度、中东海湾六国、东盟等国家和地区的会展市场进行了全面分析，涵盖市场规模、重点产业、主要展会、主办方以及发展预测。

这些市场呈现出不同的市场动态，但都有着良好的增长前景。

其中，沙特阿拉伯作为最具活力和发展最快的会展市场之一是中东章节的重点，报告研究了沙特的市场发展现状、发展前景和竞争格局，并概述了国际主办方的市场进入策略。

(3) 追踪全球会展行业 TOP40 企业表现

报告每年对全球主要会展企业进行排名，并追踪分析前 40 大会展企业的财务和运营表现，包括按业务板块和地区划分的详细收入明细、运营绩效等。

2023 年，全球前 40 大会展公司营收已恢复至疫情前水平，但增长速度明显放缓。

2010-2019 年，TOP 40 会展企业的营收复合年增长率达到 5.8%，超过全球 GDP 增速，其中纯主办方的增长率更是达到 8.7%；2019-2023 年，TOP 40 会展企业的营收复合年增长率则仅为 1.2%。

不过，预测显示，2024 年这些领军企业的营收增速将达到同比 6.6%。

全球40强展览公司在23年保持了良好的发展势头， 在经历了三年的挑战之后，总收入超过了2019 年水平

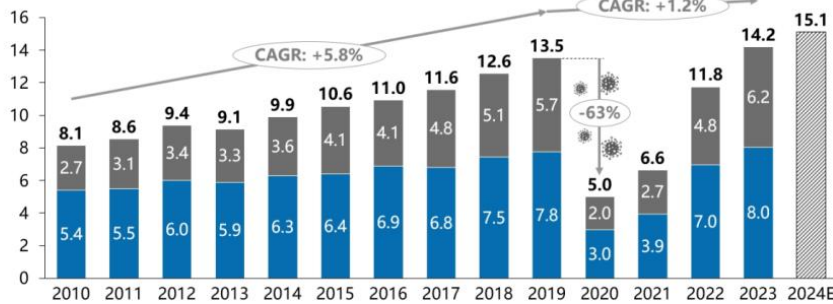
Global Industry Performance Review

Published by: JWC

2010-2024年全球40强展览公司的营收情况

总营收，单位：10亿欧元

■ 纯主办 ■ 展馆+主办



Source: Company reports, press releases, JWC estimates. Note: *Non-venue owners accounts for pure event organizer divisions from companies such as Informa and RX. Includes revenue from services, venue management, digital event-related services and other live events. Includes proceeds from insurance coverage and governmental subsidies for 2020-2021-2022-2023. 2010-2019 growth includes acquisition effects. For companies, whose annual reports were either unavailable or not yet publicly released, estimates were based on verified press releases and/or primary market research.

增长率

2010-19 2019-23
复合增长率 复合增长率

全球 GDP

3.5% 2.6%

全球40强展览公司

5.8% 1.2%

8.7% 1.8%

4.1% 0.8%

全球会展市场相对分散，2024 年，TOP 40 企业合计占行业总收入的约 38%。

TOP 40 会展企业包括英富曼、智奥、励展、法兰克福展览公司、柯莱睿、慕尼黑展览公司、杜塞尔多夫展览公司和高美艾博展览公司等。

报告详尽分析了这些企业的营收、运营成本、人力成本、展会租赁面积、展商数量、观众数量、员工数量等运营和财务情况。

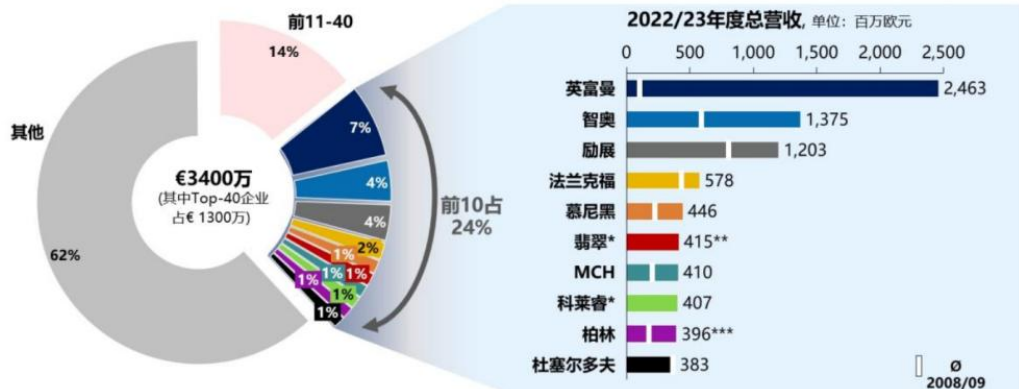
全球展览市场高度分散，营收方面40强企业占38%，前10强占24%

Global Industry Performance Review

Published by: JWC

2022/23年度全球前10展览公司的预估全球市场份额和营收占比

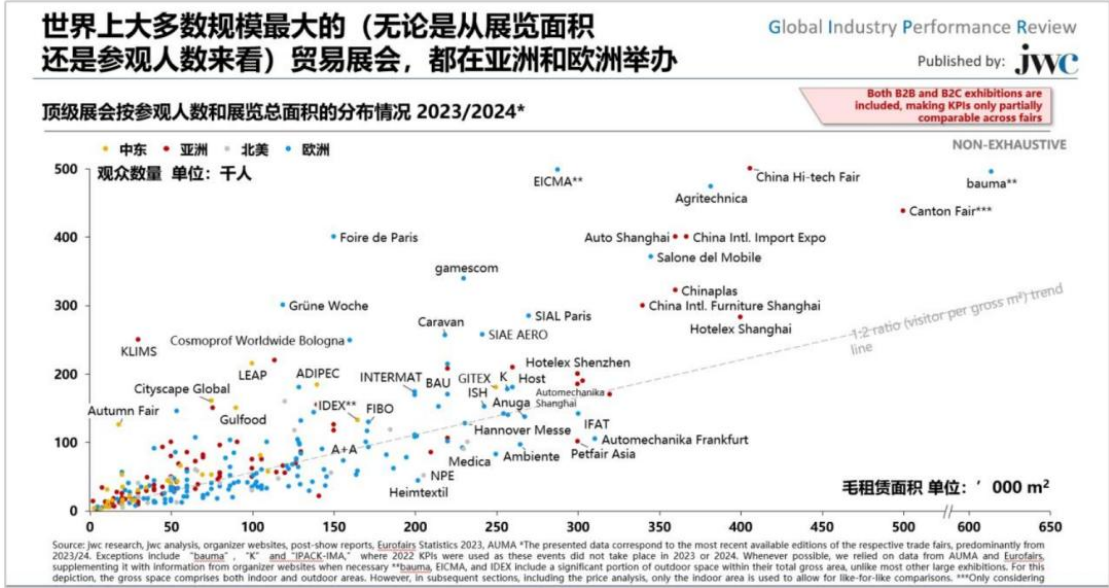
包括其他运营收入



Source: Company annual and financial reports, press releases, JWC analysis, JWC estimates. Note: Currency conversions as of year end spot rates. Figures for Informa include the following business lines: Informa Markets, Informa Tech and Informa Connect. *Missing information on average revenue for 2008/09 ** In 2022, Emerald received about 148 million dollars as insurance litigation settlement. ***The results of Messe Berlin for the years 2022 and 2023 include significant income arising from the use of its facilities as refugee accommodation and vaccination centre

(4) 全球品牌展会深度洞察

报告新增“全球品牌展会分析”板块，聚焦 400 多个全球最具影响力的展会样本，呈现其地区分布、规模、产业主题、主办单位及发展历程，深入剖析行业趋势，帮助业内人士洞察全球会展市场格局。



据统计，最有影响力、在各地区市场拓展复制项目数量最多的展会品牌是法兰克福展览公司的国际汽车零配件及售后服务展（Automechanika），该展会在全球 14 个国家和地区举办。

其次是欧洲展览集团（VNU Exhibitions Europe，隶属于荷兰皇家展览集团 Jaarbeurs）的国际集约化畜牧展览会（VIV），杜塞尔多夫展览公司的国际塑料橡胶工业展（K Show），以及英富曼公司旗下的健康护理展（Medlab & Health）、世界制药原料展（CPHi）、航空维修展（MRO）、健康原料及食品配料展（Hi & Fi）等。这些展会品牌均拓展复制到 10 个以上区域市场，成为当地市场的行业标杆。

报告显示，英富曼集团在全球展会品牌拓展复制方面位居首位，法兰克福展览公司紧随其后。

这些领先的国际主办方凭借丰富的品牌组合，在全球多地成功复制展会，扩大市场影响力，降低对单一市场的依赖。

过去二十年，中国和东盟市场一直是国际主办方拓展品牌的热门选择。近年来，中东地区也逐渐成为品牌复制的新兴热点。

此外，报告对全球主要展会的展位定价进行了深入分析，提供了会展行业最全面的定价结构研究。

研究发现，中东地区展位价格最高，主要由于场馆供应受限；北美次之。亚洲地区展位价格差异较大，受展会规模、位置及市场环境等因素影响。

来源：会展 BEN、会展经济 Plus

2025 新年新机遇：会展销售如何应对新的挑战，抢占市场先机！

进入 2025 年，面对不佳的外部经济环境，会展销售人员可以坚持一个明智的策略，即追求稳定期的发展。当销售进入稳定期时，通常会发生两件值得关注的事情：

一是业绩增长的放缓。在稳定期，销售额可能不再像初期那样快速增长，而是趋于平稳。这是因为市场渗透率逐渐饱和，新客户开发难度加大，同时竞争也日益激烈。

二是客户需求的深化与多样化。随着合作的深入，客户对产品和服务的要求会变得更加具体和挑剔。他们不仅关注产品的质量和价格，还更加注重售后服务、定制化解决方案以及长期合作关系的建立。

在认识到这两点的基础上，我们可以进一步探讨如何在稳定期中寻求突破，保持销售的持续增长。

销售到了稳定期，第一个有趣的事情通常是业绩增长的持续性探索。

在这个阶段，销售人员不再满足于现有的业绩水平，而是开始积极寻找新的增长点，探索新的市场和客户群体，以持续推动业绩的提升。

这种不断探索和进取的精神，是销售稳定期中一个非常有趣且富有挑战性的现象。

会展销售人员在进入稳定期后，发现传统展会项目的增长潜力有限。于是，他开始积极寻找新的市场细分领域，如关注新兴行业的发展趋势，探索与这些行业相关的展会合作机会。通过深入研究市场需求和竞争态势，可以成功开拓新的客户群体，为公司带来了额外的业绩增长点。

同时，他还注重提升个人专业素养和服务能力。他参加专业培训课程，学习最新的销售技巧和市场分析方法，以更加专业的姿态为客户提供服务。此外，他还加强与客户的沟通互动，定期收集客户反馈，不断优化产品和服务，提升客户满意度和忠诚度。

所以，稳定期的第一个问题就是：业绩增长的放缓。

第二个：客户需求的深化与多样化。

当一个公司进入稳定期，其会展销售人员往往会发现，客户的需求不再仅仅停留在基本的产品或服务展示上，而是变得更加深入和多样化。

他们可能会遇到以下情况：

在稳定期之前，客户可能主要关注会展的场地、设施以及基本的展示效果。然而，随着合作的深入和市场环境的变化，客户开始提出更加具体和深入的需求。他们可能希望会展销售人员能够提供更有针对性的宣传方案，以吸引更多目标观众的注意。

比如会展销售人员可以结合目标客户群体的社交媒体使用习惯，制定有针对性的线上宣传策略。例如，在社交媒体平台上发布与会展相关的预热内容，吸引目标观众的关注和兴趣。或者与行业内的意见领袖或网红合作，通过他们的推荐和分享来扩大客户的影响力和知名度。此外，客户的需求还可能呈现出多样化的趋势。不同的客户可能有不同的行业背景、市场定位和目标受众，因此他们对会展的需求也会有所不同。例如，一些客户可能更注重会展的品

牌宣传效果，希望通过会展来提升品牌知名度和美誉度；而另一些客户则可能更看重会展的商务洽谈功能，希望通过会展来拓展业务渠道和合作伙伴。

为了满足客户需求的深化与多样化，会展销售人员需要不断提升自身的专业素养和服务能力。他们需要密切关注市场动态和行业趋势，了解客户的最新需求和期望。同时，他们还需要加强与客户的沟通互动，深入了解客户的业务模式 and 市场需求，以便提供更加精准和个性化的服务。

所以，稳定期有两个事情要做：

第一个是：注意业绩增长的持续性探索。第二个是：满足客户需求的深化与多样化。否则，稳定期一过，接下来就是衰退了。

在会展销售领域，我们需要具备创新、突破和整合资源能力的人员来推动业务的发展。以下是对这三种能力的具体说明：

创新

会展销售人员需要具备创新思维，不断探索新的展示方案、新的展示材料和技术、新方法（如新的营销策略或互动方式）、新渠道（如线上推广渠道或合作伙伴关系）以及新组合（如不同行业或领域的跨界合作）。

突破

突破意味着会展销售人员需要跳出传统的思维模式和市场框架，寻找新的增长点或突破点。这可能涉及到进入新的地域市场、拓展新的客户群体或开发新的业务领域。

例如，一个会展销售人员可以关注到某些新兴市场或地区（如东南亚、非洲等地），尽管这些市场可能相对陌生或具有挑战性，但通过深入了解当地市场需求和文化背景，制定针对性的营销策略，有望在这些市场中取得突破性的进展。

整合资源

会展销售人员需要具备整合资源的能力，将人力、物力、财力和技术等生产条件有效地整合起来，为客户提供高质量的会展服务。这包括与供应商建立良好的合作关系、优化资源配置、提高团队协作等。

来源：会展经济学

会展销售的面试，这三个问题就够了！

在一场针对会展销售的面试中，面试官可以尝试问这几个问题，我觉得就够了。

1. 请描述一次你成功参与一个会展项目的经历，并分享你的销售策略。

为什么要问：

这个问题直接关联到销售人员的工作能力和业绩，能够评估其销售技巧、市场洞察力和客户沟通能力。通过具体案例，面试官可以更好地了解面试者在真实销售场景中的表现。

可能的争议点：

面试者可能夸大销售业绩或策略的有效性。面试者可能未能充分展示销售策略的针对性和创新性。

2. 你如何维护与客户的关系，以确保长期合作和口碑传播？

为什么要问：

这个问题旨在考察面试者的客户关系管理能力，包括客户服务、售后跟进和口碑营销等方面。长期的客户关系维护对于会展销售至关重要，能够带来稳定的业务来源和口碑效应。

可能的争议点：

面试者可能未能充分展示客户关系管理的具体方法和效果。面试者可能过于依赖口碑传播，而忽视其他客户关系维护手段。

3. 在面对竞争会展时，你如何突出我们的会展项目优势并赢得客户？

为什么要问：

这个问题旨在考察面试者的市场竞争意识和销售策略调整能力。在会展销售中，面对竞争对手的挑战是常态，面试者需要能够灵活应对并突出自身项目的优势。

可能的争议点：

面试者可能过于强调竞争对手的劣势，而忽视了自身项目的不足和改进空间。面试者可能未能充分展示在市场竞争中的灵活性和创新性。

面试官追问建议

1. 当候选人提及数据时，追问具体计算口径和来源。
2. 对策略创新点询问"这个方案解决了传统做法的哪些局限"。
3. 要求举例说明遇到过哪些执行障碍及应对方式。

来源：会展经济学

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