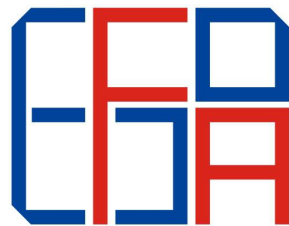




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

十二月刊 2020 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：

*小型展会扩大规模的五条措施

*会展活动需有仪式感

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（020-89231839 转 848），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】	6
小型展会扩大规模的五条措施.....	6
【会展资讯】	7
会展活动需有仪式感.....	7
展览项目的强化、优化与孵化.....	9
当需求驱动会展数字化创新该如何做?	11
绿地国博城会展中心规划首次公示.....	13
广交会展馆四期项目启动 预计 2022 年投入使用.....	15
推动京津冀协同发展 国家会展中心（天津）一期工程全面收尾.....	16
商务部服贸司发布《展览活动新冠肺炎疫情常态化防控技术指南》	18

协会动态

1. 2020 年 12 月 4 日，我会参观广东标准化研究院的标准化展示馆。
2. 2020 年 12 月 7 日，我会受邀出席广州市会展业行业协会成立十五周年庆典。
3. 2020 年 12 月 9 日，全国省级会展行业协会联席会议第四次会议在江苏白马农业国际博览中心举行。会议有 35 位来自全国各地的省级联席会议成员代表及 39 位来自上海市会展行业协会的会员企业代表参加。期间，我会会长刘松萍以“行业协会如何在市场化中寻求发展及对会展企业的启示”为主题，从走特色化发展道路、接市场化政府服务、办品牌化会展活动、重多元化立体宣传、聚全球组展人情感等，介绍了广东会展组展企业协会为会展企业服务的市场化发展道路。
4. 2020 年 12 月 9-11 日，我会受邀参加 2020 中国会展业年会暨第二届溧水会展产业创新发展论坛。
5. 2020 年 12 月 24 日，腾讯公司来访协会，洽谈合作。
6. 2020 年 12 月 25 日，我会拜访中国——东盟博览会秘书处。
7. 2020 年 11-12 月，我会受商务厅委托协助进行广东省会展企业百强认定工作，并于 2020 年 12 月 22 日在我会办公室组织召开专家评审会，相关会展专家出席此次评审会，并提出了中肯的建议。

**展
会
前
瞻**

保利世贸博览馆

广州萤火虫动漫游戏嘉年华

开展时间：2021. 1. 1-2021. 1. 3

主/承办单位：广州萤火虫动漫文化发展有限公司

广州国际房车展

开展时间：2021. 1. 1-2021. 1. 3

主/承办单位：房车之家

澳门•广州缤纷产品展

开展时间：2021. 1. 15-2021. 1. 17

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：2021. 1. 26-2021. 2. 7

主/承办单位：广东博浩展览发展有限公司

深圳国际会展中心

华夏家博会

开展时间：2020. 2. 26-2020. 2. 28

主/承办单位：华墨展览

珠海国际会展中心

2021 迎新年服装服饰商品购物节

开展时间：2020. 12. 28-2021. 01. 10

主/承办单位：润京展览（上海）有限公司

中山博览中心

中山元旦动漫节

开展时间：2021. 1. 1-2021. 1. 2

2021 新春精品汽车展

开展时间：2021. 1. 9-2021. 1. 10

宠物博览会

开展时间：2021. 1. 9-2021. 1. 10

音乐会

开展时间：2021. 1. 15(晚上)

2021 年中国粤菜名城（中山）美食文化节暨粤菜烹饪全国邀请赛

开展时间：2021. 1. 23-2021. 1. 24

拥抱湾区、共赢辉煌各商协会联欢年会

开展时间：2021. 1. 23

2021 年中山市特色产品博览会暨第七届中山年货博览会

开展时间：2021. 1. 28-2021. 2. 1

2021 年中山迎春花卉展

开展时间：2021. 2. 2-2021. 2. 11

中山黄圃国际会展中心

第十四届中山黄圃品牌服装购物节暨美食节

开展时间：2021. 1. 13-2021. 1. 24

主/承办单位：深圳市喜源达贸易有限公司

2021 年黄圃镇迎春花市

开展时间：2021. 1. 28-2021. 2. 11

主/承办单位：中山市圃江文旅传媒发展有限公司（会员单位）

惠州会展中心

2020-2021UNIVERSE 宇宙音乐嘉年华

开展时间：2020. 12. 31-2021. 1. 1

年货购物节

开展时间：2021. 1. 12-2021. 1. 24

惠州第 5 届 AS 动漫游戏展

开展时间：2021. 1. 31

小型展会扩大规模的五条措施

在业内，谈起展览项目的发展问题，经常是讨论如何扩张展会规模。这个话题的内涵一般包括三个层面：

- 一是展览的面积能不能扩大？
- 二是展览项目的营业收入能不能增？

三是展览项目的影响力能不能提升？

对于大多数主办方而言，尤其是中小型主办方，扩大展览面积往往是话题的核心。因为，展览面积不能扩大，营收就不可能增长，影响力则无从谈起。

能否扩大展览面积，要做具体分析。

先看市场环境。缺乏市场需求的项目，如 B2C 的年货展，因受众老化，很难扩大规模。

同一城市同主题项目竞争，偏弱的项目难以扩大规模。

再看内部状况。缺乏创新能力的主办方和项目经理及其团队，很难突破发展瓶颈。投入不足也是制约因素。

对于经营 5 年以上、展览面积在 2 万平方米以下的小型专业展（B2B）项目，如果市场需求仍然存在，且竞争对手并不强劲，可以采取以下措施做大规模：

一是，分析项目增长迟缓的原因。

尤其是内部原因，找出主要问题，确定解决方案。一般情况下，调整项目经理是突破口。

二是，对标同主题先进项目。

举办地非“北上广深”的项目，应在其他城市举办的同主题项目中找到发展水平高于自己的项目作为标杆，通过认真比较，查找差距，而后借鉴学习，提升经营管理水平。

三是，明确发展目标。

对于项目上规模提出具体指标，并通过 KPI 强化激励机制。

四是，切实补上短板。

营销推广落后，专业观众邀约不力，往往是此类项目的短板。要有办法弥补，尽快改善项目品质。

五是，优化团队素质。

对于责任心不强、职业热情减退、业务能力低下的成员，应进行调整。同时要加强内训，不断赋能，增强团队的凝聚力和战斗力。

来源：张凡的会展洞察

会展活动需有仪式感

仪式感，在会展活动中不可或缺。忽视或缺乏仪式感的会展活动，会削弱对受众的吸引力。

本世纪初，在与香港讯通展览公司合作项目时，印象很深的事情，是讯通公司高管出席公开场合都着西装，哪怕是夏日炎炎。在展会举办期间，尤其是开幕当天，公司要求员工必须正装在岗。对于女员工，则要求她们穿出自己最漂亮的衣服。理由是，公司邀请的客人来了，需要盛装相迎。在展商接待处，接待台上要摆放一大束鲜花，以示渲染和热情。

若干年后，我突然意识到，这是在追求会展活动的仪式感。

礼仪之邦 文化一脉

仪式，是礼仪的外在呈现。仪式感，则是受众在参与活动过程中对于礼仪的感受。

中国是礼仪之邦。其核心是礼制。礼制的要义是社会秩序的规范。

礼在儒学中占有重要地位。孔夫子是礼制专家。他一生的政治理想就是恢复和传承周礼。生于春秋时代的孔子，将政治失序评论为礼崩乐坏。从中可知，在 2500 多年前，音乐（泛指在祭祀、典礼场合中的文艺表演）已是礼仪活动的组成部分。

在当代中国，礼仪仍是深入人们日常生活的普遍存在。春节团拜、端午龙舟、中秋赏月，传统节庆的礼仪依然鲜活。在单位里开会，在家庭里聚餐，场面上或桌面上的礼数多有讲究，不能乱套。

改革开放以来，国家重塑或规范了重大活动的礼仪，如升国旗、阅兵、政府公职人员就职宣誓、勋章颁授、公祭等，彰显了大国风范和文化自信。

会展礼仪 不可或缺

仪式感之于会展活动，其必要性有三：

一是，会展是受众在固定时间、固定场所聚集的大型活动，注重仪式可以营造氛围、体现秩序；

二是，会展是受众以视角方式参与的活动，注重仪式可令人赏心悦目，沉浸其中；

三是，会展是受众体验服务的现场性活动，注重仪式既是主办方礼节的呈现，也是受众分享服务的过程。

四方面营造仪式感

会展活动的仪式感，主要体现在下列环节：

举办开幕式——又称为开幕典礼，足见仪式感之强烈与隆重；

布置展场或会场、搭建服务设施——为仪式感创造环境；

设计配套活动议程——展现有秩序的仪式感；

配置工作人员和礼仪人员——体现标准化、人性化服务的仪式感。

增强仪式感 从意识到策划

会展活动仪式感并不能自然产生，必须由主办方营造；

营造仪式感，会展主办方需要有意识地追求，而不应缺乏认知，不予重视；

营造仪式感，要有设计。这种设计应符合会展项目的需要与个性。主办方的审美水准对于仪式的设计与操作，具有举足轻重的作用。

来源：张凡的会展洞察

展览项目的强化、优化与孵化

会展城市如何推动展览业发展，我认为必须抓好项目建设。因为，展览项目是发展展览业的驱动力量。具有广泛影响力的大型、优质展览项目如广交会，是城市经济标志性的服务品牌。

如何促进展览项目的持续成长，是各地编研展览业“十四五”规划中不可回避的课题。

分类指导，各有侧重。

根据既有展览项目情况，并兼顾新项目创办需求，从强化、优化、孵化三个层次推动展览项目的发展，我认为是政府会展业主管机构理清思路、分类指导、突破瓶颈的有用之法。

强化大中型展会。

对于展览面积在 5 万平方米以上的大中型展会，应要求对标国内外同主题知名展会，促使不断做强以扩大行业影响力，夯实成为品牌项目的基础。对于其中展览面积达至上限项目，可促其通过拉长产业链（扩大展览范围）、异地复制、剥离专项展等方式，保持增长活力。

优化小微型展会。

对于市场前景较好、但展览面积在 0.5-2 万平方米的小微型展会，应通过项目诊断促其采取有针对性的措施优化经营管理。凡举办多年但规模徘徊的专业展，一般是营销投入不够、观众邀约方法落后所致。要改变这种情况，需要主办方更新观念，增加预算、培训营销人员，甚至更换项目经理。各地存在类似问题的小微型展会较多，优化管理是当务之急。

孵化新展会。

对于近三年主题创新的展览项目，尤其是服务于新兴产业或特色产业的专业展或消费展项目，政府应在扶持政策上予以倾斜，展馆应在租金政策上给予优惠，促其渡过市场培育阶段，步上良性发展道路。

实施“三化”，务实推进。

以我观察，二线会展城市引进国内外知名公司前来办展的可能性不大，强化、优化、孵化本土项目才是实事求是的选择。

践行“三化”要注意以下问题：

不能只是关注政府主办项目的发展，而应总体谋划所有项目的发展。

小微型展览因数量较多，问题也较多，应是关注重点。优化小微型项目个关键是提升主办方及项目经理素质。

要引导展览项目的创新发展，可以通过展览项目+会议+自媒体+活动+民间社团的“1+4”方式扩展平台功能，促使展会深度嵌入所服务的产业，提升行业关注度和客户满意度。

扶持新项目在“双循环”发展新格局中意义重大。由于培养一般需要三年，给予帮扶可起雪中送炭作用。但新主题是否适合市场需求，评估工作颇为不易。

来源：张凡的会展洞察

当需求驱动会展数字化创新该如何做？

在过去的 2020 年，会展服务模式创新成为新冠肺炎疫情阴霾下会展行业自救的“武器”。于是，被困在疫情下的各类会展活动转到线上举办，随着疫情得到有效控制后，开启了线上或线上线下双线融合的会展模式。这也正在成为会展主办方、参展商、观众逐渐习惯的模式，并将成为今后会展业创新的趋势。

“留量”比“流量”更重要。

受疫情影响，2020 年，会展业数字化进程提速。在过去的一段时间内，衡量一个线上展会是否成功的标准为流量的多少，也就是有多少询盘。但笔者更关心的则是，已有的流量接下来能否变成“留量”，则取决于线上展会对于参展商来说是否有用、是否获取需要的资源、是否提升了投入的时间成本？因此说，新经济下，流量不是最重要的考量标准，但能否产生“留量”却非常重要。

无论线上线下，会展业数字化升级是关键。

线下会展是依托物理空间举办的实体展览，是会展活动主要的收入方式，由于疫情阻断了线下实体展会的举办，催生了线上展会的爆发。但大多数会展主办方未从线上获得收入的模式，又无法摆脱线上商业对各产业带来的变革。线上线下只是形式，会展数字化的本质是提质增效，就是为客户创造更大的价值，以及主办方数字化所投入的成本可量化并可视化。事实上，客户是愿意为效益最大化付费的。因此，无论是线上还是线下，会展的核心是要提升数字化能力，将会展活动的业务流程进行数字化，最终产生提质增效的“利他”行为。

此外，会展活动创新的重要因素就是场景。

按照名词解释：场景即是在某个时间空间下发生的有开始有结尾的事情片段。而会展的场景则指是观众进入场馆后领取证件的数字化流程，就是展会场景了。此前，会展业没有将物理空间的场景和数字空间的场景重构起来，但现在由于技术更趋于成熟，事实上，已经将物理空间和数字空间给重构起来。只是大部分群体还没有意识到。上述的程序完成后，则需要网络协同。做好这一环节，需要打通企业部门之间的壁垒。笔者认为，会展主办方的网络协同，需要通过大规模、多角色的实时互动来解决特定问题。

网络协同是会展数字化的核心。

会展数字化升级实现网络协同，非常必要。进入万物互联时代，产业互联网范式最根本的特质就是“网”——开放的网络结构、自由的多元协同、分布式的自组织体系。人类社会千万年来，个体大脑的进化程度十分有限，但社会在快速发展，原因在于人类的协同能力在迅猛发展。

商业世界里，网络协同正在取代工业时代相对封闭的体系（如传统的供应链体系），成

为互联网时代的基本合作范式。

在 C2B2B2C 模式中，不同的 C 提出不同的需求，而 B（平台）能低成本的满足这些需求的前提是平台上协同了众多的上游产品或服务商。

在会展活动的组织过程中，将有共同理念的人，共同利益的人，通过数字网络协同起来，共同去创造一个有意思的事情。创造可靠的“合作”机制，对于会展活动具有广阔的运用前景。

来源：中国贸易报

绿地国博城会展中心规划首次公示

日前，济南先行区对绿地国博城会展中心项目建设工程规划许可进行了公示。这是绿地国博城会展中心建设工程规划许可的首次公示。在公示中，也首次披露了展馆鸟瞰图、区位图以及效果图。

用地面积近 170 万平方米，会展净面积为 51 万平方米。

该项目总总建筑面积为 168.7 万平方米。建设酒店中心、会议中心、会展中心三大中心，国际会议中心和会展中心总建筑面积 98.7 万平方米，其中会展中心净展览面积 51 万平方米，会议功能面积约 5 万平方米，项目建设规模及标准对标北京国家会议中心及西安丝路国际会议中心，建筑形象气势恢宏，采用整体屋盖及一体化幕墙，屋盖造型如飞檐反曲上翘。

6 个展馆结构基本完成施工。

目前项目正在紧锣密鼓施工。其中 N2-N7 展厅 6 个展馆地上混凝土结构、钢结构、外围护结构及金属屋面结构基本完成施工，机电安装、装饰装修正在穿插施工。S1-S6 展馆桩基施工完成 90%，基础结构施工完成 60%；酒店及地下车库部分桩基完成。

下一步工作中，会展中心项目将采用先进的 BIM、云筑智联等数据管理系统优化施工组织的同时持续增加一线工人、设备数量，合理有效缩短计划工期。绿地国际博览城项目将成为济南城市的新名片和经济新引擎。作为北跨黄河的启动项目和城市新区的引爆点，博览城将为黄河北岸注入充满生机和希望的强大动能，强势助力“北起”。

灵感源自黄河与泰山，嵌入济南元素。

由于绿地国博城会展中心紧邻黄河，项目方案设计以黄河为主题，将屋顶设计成黄河波纹形状。设计团队将其描述为，“象征着黄河之水的中央共享长廊，竖向的律动、局部黄河石造型以及水波样屋顶造型，宛如凝固的音乐，纵情唱响一曲来自历史奔向未来的黄河赞歌”。

一片片“柳叶”形钢桁架同样饶富设计内涵，取义正是源自济南的代表性诗句“四面荷花三面柳”。与此同时，会展建筑群中矗立的配套五星级高端酒店采用双曲线立面造型，寓意泰山。

单片重 58 吨，“柳叶”屋面桁架吊装难度全国居首。

在项目现场，可以看到，一片重达 58 吨的“柳叶”形屋面桁架，作为会展中心“骨架”的核心元素，被徐徐吊起。建设团队所要突破实现的“柳叶”吊装，其难度的特殊性，在国内尚属首次。会展中心展厅的屋顶，由一榀一榀的钢桁架组成，相当于普通民房的一排排“房梁”，而会展中心展厅的每一排“房梁”，正是由两片“柳叶”组成。施工现场，一片片焊制成型的“柳叶”，更像是一艘艘大船。长 63 米，重达 58 吨的“柳叶”需要由 12 名焊工，

焊制 5 天才能完成。这样的“大家伙”在 6 个展厅中，共有 78 片，总重量近 5000 吨。

每一片“柳叶”需要由一台 260 吨位的履带吊车缓缓吊起，放置在两排高差近 9 米的框架柱之上，独立高度超过了 24 米。看似简单的操作，却需要 3 个小时才能实现。据了解，施工团队既要保证框架柱不被压塌，同时需要兼顾“柳叶”形的钢桁架不变形。建筑公司多次协调省内外专家到场指导，经过多次建模验算、多种方案对比，历时 2 个月，最终才确定实施方案。

值得一提的是，每个展厅承担“柳叶”形房梁荷载的结构，并非敦厚笨重的混凝土实体墙，而是 4 排混凝土框架柱。框架结构也为后期会展中心改扩建，比如增设通道，提供了可能。

来源：中外会展

广交会展馆四期项目启动 预计 2022 年投入使用

12 月 18 日，新华社刊发了《广交会展馆四期项目启动 预计 2022 年投入使用》，内容如下：

由商务部、广东省人民政府共建的广交会展馆四期项目 18 日在广州正式启动。该项目建成后，广交会展馆总建筑面积将增加 40%，新增展位 5000 个、会议中心 5 万平方米，将缓解当前会展场馆供给不足的局面。

据了解，该项目占地面积约 22.9 万平方米，总建筑面积约 51.5 万平方米，包括一栋建筑面积达 42.5 万平方米连为一体的展馆和国际会议中心，以及一栋建筑面积为 9 万平方米包含培训、办公和配套设施的指挥中心。

其中，展馆和国际会议中心建设工期预计为 1 年 9 个月，2022 年 7 月底前完工，2022 年秋季广交会投入使用。指挥中心工期为 2 年 9 个月，预计 2023 年 9 月底完工并交付使用。

作为我国对外贸易和对外开放的重要平台，广交会曾 4 次迁址，从中苏友好大厦，到侨光路、起义路、流花路展馆，再到现在的琶洲展馆，展览面积从 9600 平方米增加至 118.5 万平方米，参展企业从 13 家外贸总公司增加至近 2.6 万家各类企业。

随着广交会展馆四期的建设启动，琶洲互联网创新集聚区和会展物流轮候区、过江隧道、地铁等项目建设将同步推进，一并优化场馆周边的空间承载力，增强会议和物流配套功能。项目建成后，广交会展馆将成为全球最大的会展场馆之一。

来源：广交会微新闻

推动京津冀协同发展 国家会展中心（天津）一期工程全面收尾

位于天津津南区的国家会展中心（天津）一期工程建设基本完工，设备进入调试阶段。该项目总面积达 134 万平方米，建成后将成为北方规模最大的国际一流会展综合体。

“2019 年 3 月开工建设，一期工程建设基本完工，设备进入调试阶段。二期工程展馆区展厅主体钢结构将在 2021 年春节前完成。”国家会展中心（天津）有限责任公司工程管理部总经理助理郭济语说。项目总面积达 134 万平方米，建成后将成为北方规模最大的国际一流会展综合体。

今年年初，新冠肺炎疫情突如其来，项目一度停工。为最大限度降低疫情影响，项目制定严格细致的复工计划，采取点对点包车、租车等方式，帮助工人安全返岗。2 月 20 日，工程复工，是天津最早复工的重点工程之一。

俯瞰，展馆犹如一朵朵盛开的巨型伞花。走进由 32 把“巨伞”撑起的中央展厅，简约的玻璃幕墙构建起 2 万平方米的宏大建筑空间。“绿色和智慧，是突出亮点。”郭济语介绍，展馆位于天津生态屏障区域内，周边林草环绕，海河流淌，充分体现绿色生态可持续发展的设计理念。

同时，装配式建筑、地源热泵、光伏太阳能等 100 多项低碳节能环保技术应用其中，每个展厅屋顶都有 1100 多块光伏太阳能板。“再加上 5G、大数据等赋能展馆，会展中心本身就是一件大展品。”郭济语说。

“发挥天津的区位优势和辐射带动作用，通过引展、自办展、合作办展等多种模式，培育一批具有国际影响力的行业大展，推动天津成为具有全球影响力的会展中心城市。”国家会展中心（天津）有限责任公司党群工作部主任邓丽宙表示，项目建成后，将为京津冀城市群提供大型国际会展场所，使环渤海区域与粤港澳大湾区、长三角地区遥相呼应，成为中国会展经济创新发展的新引擎。

国家会展中心（天津）主体项目所在的津南区辛庄镇早早谋划，配套先行。“我们要抢抓机遇，大力发展餐饮、住宿、旅游、文化等产业，建设会展产业特色小镇。”谈起未来发展，辛庄镇镇长傅春有信心十足。

会展中心四通八达，便捷的交通配套设施已造福周边百姓工作生活。“地铁 1 号线东延直达展馆，刚好经停我家附近，上班通勤时间缩短了一半。”津南区咸水沽镇仁恒滨河湾小区居民张畅说。

国家会展中心（天津）距首都国际机场 134 公里、北京大兴国际机场 99 公里、天津滨海国际机场约 10 公里、天津港约 20 公里，多条高速和等级公路交会。“京津冀核心区 1 小时交通圈、相邻城市间 1.5 小时交通圈基本形成，自北京、雄安等周边城市可快速便捷抵达展馆。”郭济语说。

“我们也要搭乘会展中心发展的快车。”在距离会展中心 10 公里的西官房村沽水茂源合作社大棚内，合作社负责人杜艳林和工人们正忙着给君子兰分根。“看到会展中心建在津

南区，就决定回乡发展。”早几年在外经商的杜艳林选择回乡种植君子兰，从开始的两个棚试种，到现在的 20 个棚 5000 多平方米立体种植，仅今年下半年产值就超百万元。

邓丽宙介绍，从 2021 年 6 月首展到明年底，将有 6 场大型展览和活动，在北京举办多届的国际汽车展览将移至天津。“未来，这里会成为更多品牌展会的举办地，为疏解北京非首都功能发挥重要作用。”

来源：中国会展

商务部服贸司发布《展览活动新冠肺炎疫情常态化防控技术指南》

2020年12月31日，商务部服贸司发布《展览活动新冠肺炎疫情常态化防控技术指南》，全文如下：

一、适用范围

（一）本指南适用于中华人民共和国境内举办的展览活动新冠肺炎疫情防控相关工作，主要包括展览活动风险评估、展览场所防控措施、人员防控措施、展品展具防控措施、其他保障措施等。

二、展览活动风险评估

（二）按照展览活动举办地疫情应急响应级别，分别由相应的省级、地市级、区县级疫情防控领导机构对展览活动出具举办必要性和已落实防控举措、具备举办条件的评估意见。

（三）中高风险地区暂不举办展览活动。在严格落实各项防控措施的前提下，低风险地区可举办必要的展览活动。冬春季节及元旦、春节等重点节假日时段应审慎举办展览活动，鼓励和支持展览活动线上举办。

（四）冬春季节举办的展览活动，举办单位应结合呼吸道传染病高发的特点，进一步完善展览活动疫情防控方案和应急处置预案，做好应急演练。地方疫情防控领导机构应加大疫情防控力度，从严做好疫情风险和展览活动举办必要性评估，严格控制举办展览活动数量和规模。

（五）线上展览活动以及线上线下相结合的展览活动，举办单位应针对线下举办的开幕式、展览展示、直播销售及相关配套活动，制定有针对性和可操作性的疫情防控工作方案，落实线下活动疫情防控措施，确保展览活动疫情防控安全。

三、展览场所防控措施

（六）展览场所单位负责展览场所的疫情防控。

（七）展览场所应划定明确的功能分区，如落客区、测温区、安检区、登录区、展览展示区、隔离区等，做好观展线路的指引，有效控制人流和人员活动间距。

（八）合理规划场地分区及展位布局，通道宽度和展位间距要符合防控要求。

（九）展览活动举办前后要对展览场所和设备，特别是空调、通风系统等进行全面检查、清洁消杀。

（十）展览场所单位应配备必要的门禁、安检、测温设备，设置临时隔离区，并配备适量口罩、消毒用品等防疫物资。

（十一）展览活动举办期间要加强展览场所的通风换气，保持室内空气流通。

（十二）每日定时高频做好公共区域、高频接触点位的清洁消毒，并在相关区域更新公示消毒情况。

（十三）通过海报、广播、短信、电子屏、宣传视频等形式加强疫情防控知识宣传，倡导良好卫生习惯，增强健康防护意识，营造文明参展参观良好氛围。

（十四）设置“废弃口罩垃圾桶”，安排专人每日及时收集、集中消毒，并按有毒有害垃圾进行处置。

（十五）加强垃圾密闭化、分类化管理，及时收集并清运，做到日产日清。垃圾桶内外保持清洁，定期进行消毒处理。

（十六）设立专用就餐区，间隔安全距离取餐用餐。加强就餐区卫生管理，做好服务人员的卫生防护，定时做好防疫消毒工作。严格按照国家食品安全相关法律、法规和相关防控措施的规定开展工作。

（十七）发现疑似病例，应立即对相关区域进行封闭隔离管理，并进行全面消杀。

四、人员防控措施

（十八）展览活动主办单位负责参展商和观众参与展览活动的疫情防控，展览活动其他相关单位负责本单位工作人员的疫情防控。

（十九）参展商和观众应持个人有效证件进行线上实名制注册和预登记，主办单位做好信息核验及采集录入，确保人员信息真实准确。

（二十）加强现场人流管控，鼓励使用不接触方式做好参展商和观众登记、自助取证、安检、门禁、顺序入场等服务工作，采取错峰观展、人员限流、实名入场等方式，引导人员有序观展，有序进出。当馆内人员数量达到限值，应暂停参观人员进入，并通过摆放提醒告示、广播等方式引导人流有序疏散，避免人员聚集。

（二十一）进馆人员须落实健康码查验、体温检测、佩戴口罩等措施，对健康码、体温异常，来自中高风险地区人员，要按本地区疫情防控方案要求处理。

（二十二）原则上不邀请境外人员入境参展览展，鼓励境外参展商和观众通过在线方式参展参会，或委托其在华分支机构、代表处或合作伙伴等参加线下展览活动。境外入境人员须严格按照有关管理规定做好筛查隔离，实施闭环管理，严防境外疫情输入。

（二十三）加强监测预警，强化疫情风险识别，发现疑似病例，要立即启动应急预案，配合疾控部门采取隔离措施，做好密切接触者排查追踪等工作，并做好现场管控。

（二十四）建立工作人员健康档案，做好日常健康监测。工作人员须戴口罩，入场须进行体温检测。

（二十五）对相关工作人员开展展览活动防疫培训，解读展会疫情防控政策，介绍展会疫情防控要求，落实各有关单位防控责任，确保防疫措施落到实处。

五、展品展具防控措施

（二十六）展览场所单位和参展商负责展品展具的疫情防控。

（二十七）展览场所单位对所有进入展览场所的展品展具进行全面清洁消杀。

（二十八）展览活动举办期间要加强监测，参展商和展览场所单位应及时做好展品展具的日常清洁消毒。

（二十九）严格控制进口冷链食品入境参展，全面落实国务院应对新型冠状病毒肺炎疫情联防联控机制综合组印发的《进口冷链食品预防性全面消毒工作方案》（联防联控机制综发〔2020〕255号），进口冷链食品参展严格落实专用通道入场、专区存放、专区展售等要求。参展商要向有关单位如实申报进口冷链食品展品信息，配合相关单位开展检验检疫、核酸检测及消毒工作，严格查验并留存相关证明，并做好展品销售记录和流向记录。无检验检疫合格证明、核酸检测证明、消毒证明、追溯信息的进口冷链食品，不得参展。参展商对需打开外包装的货物的内包装实施消毒。展览活动举办单位要落实疫情防控要求，督促参展单位查验展品检验检疫合格证明、核酸检测证明、消毒证明等，防止未经过预防性全面消毒处理的进口冷链食品进入展览场所。

六、其他保障措施

（三十）展览活动举办单位应积极开展应急演练，深入查找薄弱环节，全力补齐短板，严格落实疫情防控各项措施，细化完善应急预案，不断提高应急预案的科学性、针对性和实用性，切实提高应对突发事件能力和风险处置能力。

（三十一）展览活动举办单位和展览场所单位要加强宣传，多渠道开展展会防疫政策解读和宣介，确保所有展览活动参与人员知悉防疫要求，主动配合疫情防控工作。

（三十二）各地应根据疫情形势发展变化和本地区疫情响应级别调整变化，按照国务院联防联控机制和本地区疫情防控总体要求，结合本地展览活动疫情防控需要，因地制宜、因时制宜，及时、动态调整完善展览活动防控措施。

来源：中国绿色会展联盟

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：020-89231839 转 848

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