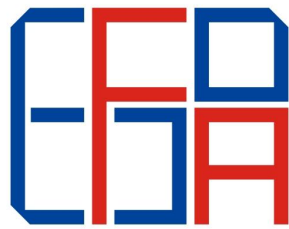




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

七月刊 2023 年 7 月 31 日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

- * 刘松萍：珠三角会展重新找回“烟火气”
- * “绿色发展” / “可持续发展” / “高质量发展” / “生态会展” / “绿色会展”，请问您能清晰区分吗？

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】.....14

【广东会展资讯】.....15

【会展交流】.....19

商务部：办好进博会、广交会、服贸会等一系列重要展会 | 支持企业境外参展营销 19

刘松萍：珠三角会展重新找回“烟火气” 21

李伯文：复苏后展会火爆现象能持续多久？ 23

二季度中企海外参展表现如何？权威解读来了！ 25

张敏：依托会展平台 构建世界市场 28

“绿色发展” / “可持续发展” / “高质量发展” / “生态会展” / “绿色会展”，请问您能清晰区分吗？ 34

绿地东北亚国际会展中心，最新进展！ 39

中国进出口商品交易会展馆

2023 第十七届国际真空展览会

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：中国真空学会

2023 第 13 届亚太国际电源产品及技术展览会、2023 亚洲数据中心科技博览会

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

第 7 届亚太洁净技术与设备展览会

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 亚洲供热暖通、热水、烘干干燥及热泵产业博览会（AHE2023 亚洲供热展）、2023 第 18 届广州国际热能科技博览会、广州国际电热展

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 广州国际储能及清洁能源博览会、2023 世界太阳能光伏产业博览会

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 广州国际制冷、空调、通风及冷链技术展览会

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 世界电池产业博览会暨第 8 届亚太电池展

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）、广州硕信展览有限公司

2023 世界氢能与燃料电池产业博览会

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）、广州硕信展览有限公司

2023 第七届广州国际高端医疗器械展览会、2023 第七届广州国际检验医学与体外诊断产品暨体检中心展、2023 第七届广州国际医疗器械设计与制造技术展、2023 广州国际医院建设、装备与管理展览会

开展时间：2023. 8. 9-2023. 8. 11

主/承办单位：中国医疗器械行业协会、上海江云会展有限公司、集众拓（上海）展览服务有限公司

Ani-Expo 艾妮潮玩、模玩嘉年华、艾妮世界动漫游戏博览会

开展时间：2023. 8. 12-2023. 8. 15

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 广州国际住博会

开展时间：2023. 8. 14-2023. 8. 16

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 广州国际砂石技术与设备展

开展时间：2023. 8. 14-2023. 8. 16

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 第 13 届亚太地坪展、2023 广州国际混凝土技术设备与砂浆材料展

开展时间：2023. 8. 14-2023. 8. 16

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2023 中国跨境电商交易会（秋季）

开展时间：2023. 8. 18-2023. 8. 20

主/承办单位：中国对外贸易中心集团有限公司、商务部外贸发展事务局、福建荟源国际展览有限公司、中国对外贸易广州展览有限公司（会员单位）

2023 年南国书香节

开展时间：2023. 8. 18-2023. 8. 22

主/承办单位：省委宣传部、各地级以上市委宣传、广东新华发行集团股份有限公司（会员单位）

第六届广州国际新型建筑模板脚手架及施工技术与设备展览会、第六届广州国际非开挖技术、海绵城市暨地下管线管廊展览会、2023 第三届广州国际建筑产业博览会、2023 广州国际散装水泥、预拌混凝土、预拌砂浆、混凝土预制构件发展与应用展览会

开展时间：2023. 8. 21-2023. 8. 23

主/承办单位：中国模板脚手架协会、广州市博展展览有限公司（会员单位）

2023 粤港澳大湾区(广州)国际玻璃幕墙门窗与建筑防火展览会、2023CGE 广州国际玻璃展

开展时间：2023. 8. 21-2023. 8. 23

主/承办单位：广州瑞鸿展览服务有限公司（会员单位）

粤港澳大湾区（广州）智慧交通产业系列博览会

开展时间：2023.8.24-2023.8.26

主/承办单位：广东省交通运输协会、广东省港口协会

第七届中国（广州）国际养老健康产业博览会

开展时间：2023.8.25-2023.8.27

主/承办单位：广东跨采展览有限公司（会员单位）

FLCEAsia2023 亚食展暨预制菜展、2023 亚洲肉类食品及加工设备展览会、FLE2023 广州国际冷链产业博览会、FLE2023 广州国际生鲜供应链及冷链技术装备展览会、2023 广州国际生鲜包装及餐饮食品包装展览会

开展时间：2023.8.25-2023.8.27

主/承办单位：中膳国际团餐产业集团、广州奥莎德展览服务有限公司

CCH2023 第 12 届国际餐饮连锁加盟展览会

开展时间：2023.8.25-2023.8.27

主/承办单位：广州军创展览服务有限公司

第 31 届广州博览会

开展时间：2023.8.25-2023.8.28

主/承办单位：广州市人民政府

2023 华南国际机场展览会

开展时间：2023.8.28-2023.8.30

主/承办单位：励展（中国）投资有限公司

保利世贸博览馆

第十九届中国国际聚氨酯展览会 PU China 2023

开展时间：2023.8.2-2023.8.4

主/承办单位：五色之矿（北京）国际展览有限公司、中国聚氨酯工业协会

2023 第 8 届中国美陈展·广州和广州国际仿真花·绿植精品展

开展时间：2023.8.3-2023.8.4

主/承办单位：商之美（上海）展览有限公司

第 20 届沸点会、私域电商大会、（广州）直播+社群团购货源供应链展览会、第 20 届社群团购大会、第七届全国团长大会、一件代发货源展、CNRE 中国新零售博览会、全国地标美食博览会

开展时间：2023.8.8-2023.8.9

主/承办单位：沸点会展（广州）有限公司（会员单位）

TSCI 第六届国际纺织供应链工业博览会、国际数码印花工业应用展、国际印染工业暨功能性后整理应用展、国际面料二次工艺创作博览会

开展时间：2023. 8. 13-2023. 8. 15

主/承办单位：广州丰鸿会展服务有限公司

GESC 国际服装电商供应链博览会

开展时间：2023. 8. 13-2023. 8. 15

主/承办单位：聆听会展（广州）有限公司

中国（广州）国际针织品博览会暨广州内衣供应链博览会

开展时间：2023. 8. 13-2023. 8. 15

主/承办单位：广东省内衣协会、深圳市纺织行业协会

2023 世农会中国食品电商节、2023 世农会大湾区预制菜及设备展、2023 世农会直供粤港澳农产品预制食品产销对接展

开展时间：2023. 8. 18-2023. 8. 20

主/承办单位：广州奥盛展览顾问有限公司

广州第八届初物语动漫展

开展时间：2023. 8. 18-2023. 8. 20

主/承办单位：西安梦安文化传播有限公司

第二十八届迪培思广州国际广告展

开展时间：2023. 8. 25-2023. 8. 27

主/承办单位：广州市保轩展览有限公司

第五届 Comicap 广州同人展

开展时间：2023. 8. 26-2023. 8. 27

主/承办单位：广州摩都文化传播有限公司

广州国际采购中心

2023 第五十八届广州国际采购车展

开展时间：2023. 8. 19-2023. 8. 20

主/承办单位：广州车行情网络科技有限公司

南丰国际会展中心

第 20 届沸点会（广州）直播+社群团购货源供应链展览会、第七届全国团长大会

开展时间：2023. 8. 10

主/承办单位：沸点会展（广州）有限公司（会员单位）

广州燃梦共创创作交流展 C0C03

开展时间：2023. 8. 12-2023. 8. 13

主/承办单位：广州燃创文化传播有限公司

2023 广州第十五届易行车展

开展时间：2023. 8. 19-2023. 8. 20

主/承办单位：北京飞天久益文化传媒有限公司

富力环球时尚博览中心

2023 中博家博会花都站

开展时间：2023. 8. 25-2023. 8. 27

主/承办单位：广州市中博策划展览有限公司

深圳国际会展中心

2023 第四届深圳国际胶粘剂及密封剂展览会、2023 第十届深圳国际导热散热材料及设备展览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：深圳励悦展览有限公司、博寒展览（上海）有限公司

2023 深圳国际半导体展览会、2023 第四届深圳国际新材料展览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：深圳励悦展览有限公司、博寒展览（上海）有限公司

2023 深圳国际医疗器械展览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：上海聚亿展览服务有限公司、深圳聚亿展览服务有限公司

2023 深圳国际检验医学及体外诊断试剂展览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：上海聚亿展览服务有限公司、深圳聚亿展览服务有限公司

2023 深圳国际消毒博览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：上海聚亿展览服务有限公司、深圳聚亿展览服务有限公司

2023 深圳国际康复博览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：上海聚亿展览服务有限公司、深圳聚亿展览服务有限公司

第五届 5G 加工产业链展览会、第五届精密陶瓷展览会、第四届雾化物产业链展览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：深圳市艾邦智造资讯有限公司

第七届深圳国际智能装备产业博览会暨第十届深圳国际电子装备产业博览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：深圳市电子装备产业协会、深圳市智能装备产业协会

深圳国际增材制造、粉末冶金与先进陶瓷展览会

开展时间：2023. 8. 29-2023. 8. 31

主/承办单位：广州光亚法兰克福展览有限公司（会员单位）、新之联伊丽斯（上海）展览有限公司

深圳会展中心

2023 第六届全球跨境电商节暨第八届深圳国际跨境电商贸易博览会

开展时间：2023. 7. 31-2023. 8. 2

主/承办单位：深圳市跨境电子商务协会、深圳市三青鸟国际会展有限公司

2023（秋）深圳国际居家软装博览会

开展时间：2023. 8. 7-2023. 8. 9

主/承办单位：深圳市博奥展览有限公司

CAFEEX 2023 深圳咖啡与饮品展览会、BAKERY EXPO 2023 深圳焙烤展览会

开展时间：2023. 8. 11-2023. 8. 13

主/承办单位：深圳钦诺展览有限公司

LINK FASHION 服装品牌展

开展时间：2023. 8. 12-2023. 8. 14

主/承办单位：上海傲展会展服务有限公司

2023 第九届深圳国际现代绿色农业博览会

开展时间：2023. 8. 12-2023. 8. 14

主/承办单位：深圳市绿然展业发展有限公司

ICBE2023 深圳国际跨境电商交易博览会、ICIE2023 深圳国际网红直播电商交易博览会

开展时间：2023. 8. 17-2023. 8. 19

主/承办单位：深圳扩展展览服务有限公司

第四十二届安居博览会暨三十九届深圳家装节

开展时间：2023. 8. 18-2023. 8. 20

主/承办单位：深圳市点耐特网络信息有限公司

首届“新国潮·新文创·新消费”文化展览会

开展时间：2023. 8. 18-2023. 8. 20

主/承办单位：深圳华荟国际文化传播有限公司

深圳国际电子展暨嵌入式系统展 ELEXCON2023

开展时间：2023. 8. 23-2023. 8. 25

主/承办单位：博闻创意会展（深圳）有限公司（会员单位）

第五届深圳（国际）智慧显示系统产业应用博览会

开展时间：2023. 8. 23-2023. 8. 25

主/承办单位：融华智显（深圳）会展有限公司

2023（秋季）亚洲充电展

开展时间：2023. 8. 23-2023. 8. 25

主/承办单位：深圳电酷网络科技有限公司

国际电动汽车智能地盘大会暨世界智能电动车技术博览会

开展时间：2023. 8. 23-2023. 8. 25

主/承办单位：纵思（上海）汽车技术咨询有限公司

SIAL 西雅国际食品和饮料展览会

开展时间：2023. 8. 28-2023. 8. 30

主/承办单位：爱博西雅展览（展览）有限公司

2023 全球数字经济产业大会

开展时间：2023. 8. 28-2023. 8. 30

主/承办单位：高维会展（深圳）有限公司

深圳坪山燕子湖国际会展中心

大湾区数码供应链展览会

开展时间：2023. 8. 8-2023. 8. 10

主/承办单位：深圳唐古拉展览有限公司

深圳智能网联创新峰会

时间：2023.8.28-2023.8.29

主/承办单位：坪山区发改委

潭洲国际会展中心

第26届佛山（顺德）电器博览会

开展时间：2023.8.5-2023.8.7

主/承办单位：慧聪集团、慧聪拿货商城、佛山市慧聪展览有限公司等

南海国际会展中心

苏宁易购广东地区零售云交流交易大会

时间：2023.8.8-2023.8.9

主/承办单位：广东苏宁易购销售有限公司

2023年世界中医药创新创投大会暨第七届中国国际中医药大健康博览会

开展时间：2023.8.12-2023.8.14

主/承办单位：中国国际中医药大健康博览会组委会

车惠聚8月购车节

开展时间：2023.8.26-2023.8.27

主/承办单位：浙江车聚惠会展服务有限公司

车企展（内部产品展）

开展时间：2023.8.30-2023.8.31

陈村花卉世界展览中心

评选“广东岭南盆景艺术大师”“广东岭南盆景艺术家”大赛

时间：2023.8.12

主/承办单位：陈村花卉世界物业管理有限公司

佛山世纪家博会

开展时间：2023.8.18-2023.8.20

主/承办单位：佛山世纪家博展览服务有限公司

第24届佛山秋季茶博会

开展时间：2023.8.24-2023.8.28

主/承办单位：广州市弘阳展览服务有限公司（会员单位）

广东现代国际展览中心

2023 第四届中国创新食品大会暨粤港澳大湾区食品博览会

开展时间：2023.8.4-2023.8.6

主/承办单位：东莞市星汇云海会展服务有限公司

东莞·松果游戏动漫嘉年华·CV 专场

开展时间：2023.8.5-2023.8.6

主/承办单位：广东松果动漫文化有限公司

2023 东莞国际设计周

开展时间：2023.8.18-2023.8.21

主/承办单位：广东现代会展管理有限公司（会员单位）

2023 中国（广东）国际家具机械及材料展（秋季）

开展时间：2023.8.18-2023.8.21

主/承办单位：广东现代会展管理有限公司（会员单位）

第 50 届国际名家具（东莞）展览会

开展时间：2023.8.18-2023.8.21

主/承办单位：广东现代会展管理有限公司（会员单位）

2023 东莞国际房车露营展览会

开展时间：2023.8.25-2023.8.27

主/承办单位：广东南桥会展有限公司

珠海国际会展中心

珠海第八届 AS 动漫展

开展时间：2023.8.5

主/承办单位：珠海星锋文化传播有限公司

第七届珠澳婚博会暨家博会

开展时间：2023.8.5-2023.8.6

主/承办单位：珠海世纪枫潮会展有限公司

WIN 冠军少年

时间：2023.8.5-2023.8.6

主/承办单位：南京宏一商业有限公司

2023 南国书香节

开展时间：2023.8.19-2023.8.23

主/承办单位：珠海传媒集团有限公司

广东省医学会麻醉年会

开展时间：2023.8.25-2023.8.27

主/承办单位：广东省医学会

中山博览中心

中山简爱家博会

开展时间：2023.8.11-2023.8.13

主/承办单位：中山市家博会展览服务有限公司（会员单位）

中山书展

开展时间：2023.8.18-2023.8.22

主/承办单位：市委市政府、中山日报

中山广播电视台“夏季”中山国际车展

开展时间：2023.8.25-2023.8.27

主/承办单位：广东声屏传媒股份有限公司

中山黄圃国际会展中心

第 32 届中国家电交易会暨中国家居用品交易会

开展时间：2023.8.8-2023.8.10

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

惠州会展中心

惠州中博家居博览会

开展时间：2023.8.4-2023.8.6

主/承办单位：惠州市中博展览策划有限公司

健康中国 2023 第七届（惠州）国际大健康养生产业博览会暨夏季养生文化节

开展时间：2023.8.18-2023.8.20

主/承办单位：广东国智铭展览有限公司

AS 动漫展

开展时间：2023. 8. 19-2023. 8. 20

主/承办单位：珠海星尚文化传播有限公司

2023 夏季汽车博览会

开展时间：2023. 8. 25-2023. 8. 27

主/承办单位：团圆网络科技（北京）有限公司

阳江国际会展中心

2023 南国书香节阳江分会场暨阳江书展

开展时间：2023. 8. 18-2023. 8. 22

主/承办单位：中共广东省委宣传部、中共阳江市委、阳江市人民政府

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7月3日，我会拜访广东省发展和改革委员会并探讨会展推动产业发展。
2. 2023年7月5日，新加坡星域展览集团海外业务总裁 Mel Shah、新加坡星展银行董事刘志敏、星域世展展览(广州)有限公司董事总经理綦宜龙一行来访协会，就广东会展的发展、会展行业收并购等问题进行了深入的探讨。
3. 2023年7月10日，我会受邀出席江西会展项目招商交流活动（广州站）。活动以“共享机遇·共创未来”为主题，以两地“会展赣军”为纽带，通过交流座谈、城市推介、企业走访、项目考察等多种形式，推动粤赣两地会展项目深度合作。
4. 2023年7月10日下午，我会随江西省商务厅先后拜访我会会员单位广东鸿威国际会展集团、广州国坤立升展览有限公司、广东跨采展览有限公司、中展(广东)会展策划有限公司，了解企业运营模式，学习先进经验，探讨双方合作方向。
5. 2023年7月10日下午，我会会员单位广东讯展会议展览有限公司、广东亚联展览股份有限公司来访协会。
6. 2023年7月12日，我会批准立项《会展会议服务规范》等2项团体标准。
7. 2023年7月13日，由我会会员单位广东琦亚展览有限公司举办的粤贸全球自办展“亚洲时尚展”在泰国 BITEC 展馆隆重开幕，我会受邀参观并参与开幕式、2023 亚洲时尚(越南)展签约仪式等活动。
8. 2023年7月18日，我会领导随广东省商务厅领导拜访广东省市场监督管理局，就广东省会展业标准化的发展情况和相关工作进行了详细汇报。
9. 2023年7月21日，我会受邀出席海名集团乔迁庆典和青岛会展（红岛）论坛等活动。
10. 2023年7月26日，我会刘松萍会长受邀出席汕头市会议展览业协会成立大会及汕头市会展经济高质量发展论坛，并担任主题演讲嘉宾。
11. 2023年7月27-29日，我会刘松萍会长受邀出席第三届中国会展主办创新大会暨第七届江西会展产业发展大会，并担任“江西会展业转型升级的实践构想”的对话嘉宾和“淄博烧烤现象给中国会展业的创新发展带来的思考”的主持嘉宾。
12. 2023年7月31日，《2022年广东省展览业发展白皮书》专家评审会在我会办公室召开，多位会展业专家出席此次评审会，就展览业白皮书内容进行了探讨，并提出了中肯的建议。

广东省

1. 发布《会展会议服务规范》等 2 项团体标准的立项公示及通知

7 月 5 日及 7 月 12 日,广东会展组展企业协会发布 2 项团体标准立项公示及通知,分别为《会展会议服务规范》、《会展综合体环境管理规范》。

来源: 广东省会展业标准化技术委员会

2. 广东省全面实施标准化战略领导小组办公室发布关于征集 2023 年第二批地方标准制修订计划项目的通知

根据 7 月 11 日的通知,社会团体、企业事业组织以及公民可以向省人民政府有关行政主管部门提出地方标准立项建议,项目可通过“广东省市场监督管理局标准化业务综合管理平台”申报,材料报送省市场监管局的截止时间为 7 月 30 日。

来源: 广东省全面实施标准化战略领导小组办公室

广州

1. 第 25 届中国建博会(广州)圆满闭幕

第二十五届中国建博会(广州)于 2023 年 7 月 8 日在广交会四期新馆开幕,持续至 7 月 11 日。本届中国建博会(广州)以“建装理想家,服务新格局”为主题,形成“定制、系统、智能、设计、材艺”五大主题展区及一个卫浴博览会的全新布局,展览面积 40 万平方米,吸引了来自全国 25 个省(市、自治区)的近 2000 家企业参展,展会期间举办各类高端会议论坛活动近 100 场,重点打造 5 个设计特展及近 30 场设计会议论坛,到会有商业价值的高质量专业观众达 255078 人,继续稳居大家居建装行业全球第一展,对提振行业信心、扩大家居消费具有十分重要的意义。

来源: 中国建博会

2. 2023 广州(国际)空间展示及会展产业展览会圆满闭幕

7 月 8-10 日,2023 空间展示展在广州·广交会展馆 B 区开幕,本届展会围绕商业空间设计及装修、智慧绿色会展、商业空间照明、广告标识及设备 etc 题材,以“让商业空间多姿多彩”为主题,打造商业空间设计、装修及材料、技术及设备的一站式解决方案的商贸合作交流平台。

来源: 美通社

3. iPDM 美妆供应链展完美落幕

7月4日,为期两天的2023 iPDM 美妆供应链展在广州白云国际会议中心完美落下帷幕,在现场有着超 5000 名专业观众流连忘返。本届 IPDM 沿用了“论坛+展会”的模式,有 1 个新营销论坛,9 个专业分论坛,200 家精选企业,800 多个 VIP 采购天团,10000 多个专业观众。

来源: 美妆网

4. 2023 广州家芭莎·家博会完美落幕

7月28-30日,2023 广州家芭莎·家博会,在广州保利世贸博览馆举行。本次家博会还提供了有关家居装修,和家居装饰的技术讲座和产品展示,让参观者更好地理解家居的潮流动态,了解家居装饰的最新理念,掌握最新技术,让家居装饰更加精致、更有趣。

来源: 家芭莎家博会

5. 中国婚博会(广州): 掀备婚“热”潮, 筑梦幻婚礼

2023 年 7 月 29—30 日,中国婚博会(广州)在琶洲保利世贸博览馆盛大举行。这个夏天,中国婚博会(广州)为准新人们带来了一站式品质筹婚体验订购服务,让年轻人筹婚更轻松、更高效。第一天成交额达 2.21 亿元!中国婚博会(广州)的举办,进一步释放“千年商都”的消费潜力,让消费复苏“后劲”更足,带动区域经济发展,助力广州国际消费中心城市城市建设。

来源: 中国广州会展

6. 广交会发布展区优化调整事宜通告

据 7 月 11 日发布的通告显示,为推动广交会创新发展,更好助力外贸稳规模、优结构,经广泛征求各方意见,广交会从第 134 届起,对各展期展区进行优化调整,优化调整后,广交会出口展共设展区 55 个。

来源: 广交会微新闻

深圳

1. 第 27 届深圳春季茶博会完美收官

7月9日,2023 中国(深圳)国际春季茶产业博览会圆满落幕。本届茶博会聚焦“恢复和扩大消费”,以订货采购、加盟经销、大宗贸易为导向,汇聚全球 69 个产茶国家/地区的 1000 多家优质参展企业,共吸引来自国内外超十万人次专业买家前来参观采购。作为国内茶行业规模最大、最具影响力的品牌盛会,本届茶博会向全世界呈现了一场特色鲜明、成果

丰硕、影响深远的茶业盛会。

来源：深圳茶博会

2. 2023 年华南国际美博会圆满落幕

7 月 26 日-7 月 28 日，为期三天的 2023 年华南国际美博会在深圳会展中心完美落幕。本届展会总展示面积近 20,000 平方米，汇聚近 700+美妆品牌、供应链企业参展，迎来 15,000+专业观众前来观展。展会以“新科技、新消费、新风尚”为主题，选品层次从开品研发到包装设计，并一如既往链接大湾区美妆品牌及供应链市场，满足等多元需求，揭示下半年美妆市场的新潮流趋势！

来源：SCBE 美博会

3. 促进跨境医疗融合发展，第十八届 CMTF 深圳医旅展召开

7 月 26-28 日，由正和会展、世界医疗旅游产业联盟等单位组织的第十八届深圳国际医疗旅游展览会暨 2023 国际医疗旅游与健康产业大会于深圳隆重举办，本次展会汇聚了 25 个国家和地区的近 200 家国际医院和医疗旅游服务机构，为粤港澳大湾区跨境医疗和全球医疗旅游行业提供了重要的交流和合作平台。

来源：燕赵晚报

4. 2023 深圳华夏家博会圆满落幕

7 月 1-2 日，2023 深圳华夏家博会夏季展完美落幕。这次展览呈现出整体化方案吸引力强、智能化高端家居产品兴起、让顾客亲身体验的特点。随着人们对家居智能化、个性化、适老化等方面的需求，家居行业也被认为将迎来广阔前景，相信“科技之都”+“家具大城”的深圳，也将迎来更大的产业蓝海。

来源：深圳家装节

东莞

1. 2023 华夏家装博览会圆满结束

2023 夏季东莞家博会于 7 月 28-30 日在广东现代国际展览中心举办，本届东莞家博会展出涵盖：家装、卫浴、陶瓷、地板、门窗、家具、家电、家纺、建材等装修所需，为东莞市居民提供一站式高品质装修服务。

来源：华夏家博会

珠海

1. 《横琴粤澳深度合作区会展产业发展扶持办法》正式印发

7月10日,《横琴粤澳深度合作区会展产业发展扶持办法》正式印发,共二十八条,涵盖初创型展会补贴、成长型展会补贴、品牌展会补贴及奖励、行业会议补贴以及国际性会议补贴等19项支持。

来源:横琴粤澳深度合作区网站

汕头

1. 汕头市会议展览业协会成立

汕头市会议展览业协会于7月26日正式揭牌,同时举行了成立大会暨中国(汕头)会展经济高质量发展论坛。在成立大会上,粤东产业会展联盟也正式启动,标志着汕头市会展业将朝着市场化、专业化、品牌化迈进。同时,粤东地区会展业将步入平台共建、机遇共享的新阶段。

来源:中经网会展

商务部：办好进博会、广交会、服贸会等一系列重要展会 | 支持企业境外参展营销

关于上半年中国外贸运行情况，商务部对外贸易司司长李兴乾在7月19日国新办举行的发布会上作出解读：“今年以来，中国外贸面临的外部挑战明显增多，国务院及时出台政策措施，全力支持外贸企业开拓市场。总的来看，面对严峻复杂的外部环境，上半年外贸顶住了压力，展现了较强的韧性。”

受外需萎缩等因素影响，上半年中国外贸进出口承压，5、6月份中国进出口增速下滑。“这是世界经济复苏乏力在贸易领域的直接反映。”李兴乾说：“尽管如此，我们也要看到，外贸运行正在积蓄新的活力，虽然5、6月份进出口同比增速下降，但是环比保持增长。交通部门监测的全国港口外贸货物和集装箱吞吐量也在增长，实际货物进出仍然比较活跃。因此，对下半年外贸的前景我们保持乐观预期。”

“当前国际市场需求回落是外贸发展的一个大背景。拉长时间轴来看，当前全球贸易正处于向疫情前趋势回归的过程，疫情三年全球贸易的年均增速是9.7%，明显高于疫情前2010—2019年2.4%的年均增速。”李兴乾认为，疫情期间这样的高增长是阶段性的、不可持续的。

李兴乾表示，展望下半年，外贸面临很多不确定、不稳定和难预料的因素，经济因素和非经济因素相互交织，形势极为严峻。一方面，全球经贸增长乏力。生产、消费、投资这三大需求都处于低迷状态，全球制造业PMI已连续9个月低于荣枯线，主要经济体的通胀也仍然处在高位，商品消费复苏相对缓慢。另一方面，非经济因素的干扰在上升。部分国家强行推动“脱钩”“断链”，以及所谓的“去风险”，人为设置障碍，阻碍正常的经贸往来。企业反映，个别国家将贸易问题政治化，导致了订单和产能被迫向外转移，损害的是供采双方的经济利益。

李兴乾坦言：“在正视这些困难和挑战的同时，我们依然是充满信心的。中国外贸产业链供应链有强大的韧性，中国外贸企业是在国际市场竞争当中锤炼成长起来的，具有内在的创新能力。最近，我们对重点外贸行业和企业跟踪调研后注意到一些积极变化，比如跨境往来在进一步畅通，国际航班数量也在稳步恢复；新签订单持平或增长的企业占比在回升；电子信息等压力较大的行业中间品进口在上扬，这也意味着下半年可能会迎来转机。”此外，中国外贸优势竞争产品，如电动载人汽车、锂离子蓄电池、太阳能电池等“新三样”产品仍会保持较快的增长。“一带一路”、自贸协定等多双边贸易合作也正在释放贸易增长的潜力。

李兴乾表示，下半年，商务部将继续坚持问题导向，会同各地各部门形成政策合力，全力推动外贸促稳提质。主要有三个着力点：首先，继续帮助企业稳订单拓市场。要办好进博会、广交会、服贸会等一系列重要展会。支持企业境外参展营销。推动加快签证办理和国际航线复航增班。其次，保障产业链供应链稳定。要提升加工贸易发展水平，

动态调整综合保税区维修产品目录，要加强贸易风险监测预警，帮助企业积极应对不合理的贸易限制措施。同时，要更加积极主动地扩大进口。再次，深化外贸创新发展。支持中国有竞争力的优势产品持续提档升级。指导跨境电商品牌培育和标准建设。推动贸易单据数字化发展和应用。同时，还要分行业举办新业态、绿色低碳贸易、自贸协定等相关培训，帮助企业加强贸易能力建设。

来源：国际商报

刘松萍：珠三角会展重新找回“烟火气”

从越来越多的城市发展实践证明，产无会展不兴、城无会展不旺。从会展业与其他产业的关系看，其具有强大的产业带动效应和溢出效益。因而，会展业被誉为经济发展的晴雨表，产业发展的风向标和助推器，在促进产品销售、加快链式发展、激发创新动能、推动贸易投资、带动品牌宣传等方面发挥着重大的作用。广东省作为全国展览业发展的排头兵，率先掀起行业复苏之风。

据不完全统计，2023年上半年，广东省展览数量349个，同比增加289个，增长481.67%；展览面积1249.88万平方米，同比增加1069.86万平方米，增长594.30%。较2019年同期，展览数量增加66个，增长23.32%；展览面积增加222.32万平方米，增长21.64%。

2023年上半年，广东省特大型展览会相继举办，其中展览规模大于或等于10万平方米的共有21个，总展览面积为588.23万平方米，中国家博会、广交会（春季）、深圳文博会、东莞名家具展等品牌展会，远超2022年同期水平，并且已经超过2019年同期水平。同时，上半年共计35个广东省会展百强项目举办，如华南国际口腔展、广州美博会、广州国际照明展、深圳机械展、深圳礼品展、佛山陶瓷展、广印展等。

3月份，为期8天的中国家博会吸引了来自166个国家和地区的380763名专业观众，比疫情前的2019年增长了27.88%。4月份，第133届广交会在广州全面恢复线下举办，参展企业数量约3.5万家，展览总面积150万平方米，均创历史新高。6月份，深圳文博会文化产业招商大会面向全国广泛征集文化产业投融资项目，通过线上线下平台持续推广和撮合，项目总成交34.2亿元，再创历史新高。

为应对疫情冲击，中央提出充分发挥国内超大规模市场优势，逐步形成“双循环”格局。产业展会作为产业链和供应链中的重要环节，把生产和需求、市场、消费都连接起来，发挥着桥梁、润滑作用，可以加速国内大循环中产业链、供应链、消费链、价值链的循环。在后疫情时代，产业展会在“双循环”发展中将发挥重要的平台作用。

从广东省2023年上半年举办的大型品牌展会来看，产业上下游参展览展意愿非常强烈，展会人气旺盛，不少展会的观众数量已经超过疫情前的2019年。在B2B领域，产业展会仍然是许多行业极其重要的营销渠道，产业展会的价值得到行业利益相关者的肯定。从受访的展会主办方了解到，大家对2023年展览业发展充满信心，产业展会将在促进产业复苏发展方面发挥出重要作用。

境外展热度上升。进入2023年以来，我国赴境外参展办展企业数量明显上升，拓展境外市场热度持续升温，1月至2月，全国贸促系统累计签发原产地证书等各类证书87.26万份，同比增长13.44%。

广东是我国第一外贸大省，长期以来大力支持外贸企业通过参展境外展会的方式开拓国际市场。2023年广东将组织242场“粤贸全球”境外展，展览类别涵盖广东省主要产业门类，带动“千团万企”出海拓展市场，并对企业境外参展给予资助。从2023年“粤贸全球”

展会目录可以看出，一是 RCEP 将成为广东展览业国际合作的重点区域。二是双边、区域性展览进一步加强。三是展览业“走出去”步伐进一步加快。广东展览业注重“走出去”战略，积极开拓国外市场，将广东展览公司、展览品牌植入国际市场。

新冠疫情期间，线上线下加速融合，线下展会加速“触网”，新技术在展会中的运用越来越多，参展商、专业观众也逐步适应了云逛展、云会议等新方式。2023 年，线下展会全面复苏，线上直播将成为许多展会的重要一环。

首先，是展会主办方的直播活动。如在展会现场设立直播间，展会同期会议活动全程直播，邀请专业主播走访展会现场。对各展区、各展位的逐一走访，为无法到达现场的行业人士提供关注服务。其次，是展会参展商的直播活动。不少参展企业也会对自身展品、活动等进行全方位直播，与潜在买家进行互动，扩大企业的影响力。再次，是行业媒体及自媒体的直播活动。展会作为行业资源的集聚平台，吸引了大量行业媒体及自媒体参与，在展会期间进行直播，也是行业媒体及自媒体生产媒体内容的重要方式。

来源：广东会展组展企业协会

李伯文：复苏后展会火爆现象能持续多久？

疫情后服务行业的快速恢复，给会展业带来了过去 3 年难得见到的火爆场面。即使已经进入下半年的 7 月，依然有多个大型专业类展会的参观人数超出历届展会创新高。不可否认，业界期望如此的大好形势得以延续，但同时又忧虑下半年经济不确定以及未来会展发展瓶颈。

近期，多个平台对会展行业未来发展进行了调研和分析，结果也在意料之中——喜忧参半。鉴于此，笔者从营销角度进行分

首先，上半年恢复后的展会，普遍为“旺人不旺财”。业内很多同行已经提出了这一现象，在国内展会上，获取订单、客户见面、获取资讯、品牌营销是最重要的 4 个目的。疫情前，参展是企业市场部获得线索最重要的渠道之一，而经过 3 年疫情，企业数字化营销能力普遍提升，为了营销线索而参展这一动机正在受到数字技术带来的挑战，见面、信息交流正在成为线下参展最重要的目的，因此可以说展会行业已遭遇数字化升级带来的冲击和影响。

其次，公域流量的使用接近“阈值”。以信息流广告为代表的公域拉新被各展会广泛使用，投入规模不断扩大。当然有很大原因是疫情 3 年展会的停办，导致自有数据转化率低，不得已投入大量费用从公域拉新。相关调查显示，已有展会的到场观众，近一半来自公域。需要提出的是，这一营销分配模式是不合理、也是不可持续的，一方面成本相较于自有数据转化高很多，而且流量费还在上涨；另一方面国家对于数据安全政策日渐趋严，如果出现突然某天巨量引擎飞鱼 CRM 无法导出手机号，也未可知。因此，扎实建立自己的数据库、私域以及展会品牌，才更踏实。

最后，参展商与采购商、专业观众追求更优质的展会服务。会展本质上是服务，参展商和采购商、专业观众之所以要参加展会，是希望通过展会平台得到组委会提供的各种服务，如贸易成交、信息交流、品牌曝光等，如果参加展会享受不到这些服务，展会对参展商和采购商、专业观众而言则是一种时间与精力的浪费。疫情后，由于经济压力及数字化进程，参展商与采购商、专业观众对展会服务需求的质量在不断提高，如果服务跟不上，无疑会被淘汰出局。

那后续的展会营销，应该做什么样的调整呢？

一是提升数字化。

展会受到 Martech 企业的挑战越来越大。企业采购一套合适的数字化营销工具，就可能少参加多个展会，这是残酷的现实。因此须要进行数字化转型，从粗狂式发展转而向精准提升，利用双线展览等系统，在“见面”“精准撮合”等多个层面上下功夫。企业是愿意为“和目标客户喝茶”这个服务埋单的。

二是持续重视数据建设和品牌升级。

无论是信息化时代、互联网时代，还是数字化时代，对于会展企业而言，最终目标都是培育并树立起自己的品牌会展，形成品牌产权，这个长期主义在任何时候都不能丢掉。数据是会展企业最重要的特殊属性资产，最显著的特性是数据在使用时不会被消耗掉。在不同时期不同行业，有效数据的形式不太一样，它可能是手机号、微信粉丝、标签，也可能是展品、采购意向、订单，但最终，数据的高效、安全使用才是根本目的。

三是从追求规模效应向追求单位价值转变。

换句话说，就是提供高效的服务。按照市场营销 4P 理论，产品 Product 是营销重点。面对市场形势的重大变化，“展位”这个产品已经不能满足参展企业需求，需要衍生和发展出一系列配套服务，为企业服务，也为自身长久发展构建新的会展服务体系。

来源：中国贸易报

二季度中企海外参展表现如何？权威解读来了！

赴外参展是外贸企业展实力、拓市场、找订单、促交流、多学习的重要方式之一，也是外贸发展的晴雨表。今年上半年，我国外贸企业积极赴外参展，政府部门、贸促机构也主动发挥作用，提供组团、签证、包机、外联等服务，帮助企业顺利参展，这为外贸稳定发展打好基础。中贸智库对今年第二季度中企赴外参展的情况进行了数据抽样分析，以期对企业、政府部门、贸促机构更好参加、组织外展提供参考。

报告主要分为以下四部分：

01 中企赴外参展呈现七大特征

今年上半年，尽管地缘政治动荡、世界经济复苏路途曲折，但从全球展场数据来看，已经有超过 20 万家中企赴外参展，中贸智库共抽取有效样本 27726 家企业。具体到二季度（Q2），有效样本达到 17698 家，涉及 44 个大行业与 687 个小行业、包含 61 个国家和地区的 329 个展会项目。报告对中国参展商数量规模进行了排名，分别列出了中企参展数量 TOP10 的国家或地区、展会以及赴外参展企业数量 TOP10 的省份、城市和行业类别。总体来看，抽样企业赴外参展呈现出以下特征：

1. 赴外参展数量大幅提升。从同一比例抽取的有效样本数量来看，从 Q1 的 10028 家增长至 Q2 的 17698 家，大约提升了 76%。这是由于疫情干扰因素逐步消退，国际航班逐步增加，企业国际交流的意愿增强，全球会展活动也逐步进入到活跃期。数据显示，截至 6 月底，中国贸促会已完成 2023 年度 3 个批次，共 75 个组展单位赴 57 个国家和地区实施出国展览项目计划批复 1137 项，计划展出面积 69.6 万平方米。

2. 赴外参展目的地集中度较高。与 Q1 赴 TOP10 国家或地区参展企业数占到了抽样企业总数的 99.80%相比，Q2 的 TOP10 国家或地区参展企业数占抽样企业总数的 91.95%，集中度有所下降，但仍主要集中于 TOP10 国家或地区。Q2 的 TOP10 国家或地区分别为德国（4618 家）、中国香港（3898）家、俄罗斯（1930 家）、泰国（1480 家）、新加坡（1261 家）、美国（847 家）、越南（656 家）、巴西（590 家）、土耳其（498 家）、印度尼西亚（496 家）。这也从另一个侧面说明，各国多地区展会活动恢复迅猛，吸引企业前往参展，全球会展呈现复苏态势。

3. 赴外参展东西方平分秋色。Q2 中企参展数量 TOP10 国家或地区中，德国、美国为西方发达国家，这两国企业参展数占 TOP10 总数比例为 33.58%，占总样本展商数比例为 30.88%。前往俄罗斯及亚洲的泰国、新加坡、越南、土耳其、印度尼西亚等国家参展的中企比例分别占 TOP10 总数的 38.84%，占总样本展商数比例为 35.72%。

4. “一带一路”沿线国家和地区是出展热门地域。在 TOP10 国家或地区中，俄罗斯、泰国、新加坡、越南、巴西、土耳其、印度尼西亚等均为“一带一路”沿线国家。赴上述 7

个国家的中企展商数量占 TOP10 展商总数的比例为 42.47%，占总样本展商数的比例为 39.05%。

5.头部展会仍然是中企赴外参展的首选。Q2 的 TOP10 展会展商数量占有所有抽样展商数量的 37.38%。Q2 的 TOP10 展会分别为 2023 年中国香港国际礼品及赠品展览会（1122 家）、2023 年新加坡城国际葡萄酒、烈酒和啤酒展览会（818 家）、2023 年德国汉诺威工业展览会（788 家）、2023 年德国腓特烈港国际自行车贸易展览会（690 家）、2023 年中国香港国际家庭用品展览会（688 家）、2023 年德国杜塞尔多夫国际金属加工技术展览会（602 家）、2023 年中国香港国际春季灯饰展览会（510 家）、2023 年俄罗斯莫斯科国际工程建设展览会（504 家）、2023 年印度尼西亚雅加达国际运输展览会（495 家）、2023 年德国慕尼黑国际太阳能技术博览会（398 家）。

6.各省市赴外参展积极性有所提高。从赴外参展展商数量 TOP10 的省份和城市来看，外贸大省强市依然是参展主力军，其余省份也在奋起直追，河北省、河南省进入 Q2 的 TOP10 榜单。这也体现在 TOP10 省份参展展商数量占比有所下降，达到 37.46%，而 Q1 这一比例达到 50.53%。Q2 赴外参展展商数量 TOP10 的省份分别是浙江省（1590 家）、广东省（1546 家）、江苏省（903 家）、山东省（546 家）、福建省（542 家）、香港特区（516 家）、上海市（381 家）、河北省（219 家）、北京市（211 家）、河南省（175 家）。

7.我国出口优势产业参展表现优异。Q2 中 TOP10 大行业展商数量占总样本展商数比例达到 44.93%，TOP10 小行业展商数占总样本展商数比例为 11.91%。Top10 大行业分别为机械（1464 家）、建材（1268 家）、电子（868 家）、汽车配件及售后（721 家）、食品（707 家）、电工（635 家）、工程机械及配件（617 家）、照明（594 家）、包装（560 家）、化工（518 家）。

Top10 小行业分别为其他电子（462 家）、塑料（255 家）、其他照明（239 家）其他汽车配件（202 家）、石材石料（192 家）、其他食品（170 家）、其他包装（167 家）、风机排风设备（166 家）、家用电器（129 家）、其他机械设备（125 家）。

02 样本城市简要分析

报告对不同城市赴外参展的重点国别、行业进行了考察。中贸智库项目组选择了中企赴外参展数量 TOP10 的城市作为样本，进行简要分析。TOP10 城市分别是深圳市（608 家）、香港特区（516 家）、上海市（381 家）、宁波市（373 家）、杭州市（257 家）、厦门市（246 家）、广州市（234 家）、苏州市（216 家）、北京市（211 家）、温州市（210 家）。总体来看，这些城市占抽样展商总数的 18.37%。

03 赴 RCEP 区域和中国香港特区参展简要情况

今年 6 月 2 日起，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）对菲律宾正式生效，标志着 RCEP 对东盟 10 国和澳大利亚、中国、日本、韩国、新西兰等合计 15 个签署国全面生效。

自 2022 年陆续生效以来，RCEP 各签署国经济都从中获益，此次全面生效，将进一步提升各签署国履约信心，使得区域间经贸往来更加密切。对于中国企业来说，利用 RCEP 规则，不仅仅是用好原产地规则以享受关税优惠，更要在 RCEP 内进一步优化产业链、供应链布局，用好区域一体化的大市场。因此，RCEP 区域也成为中企赴外参展必须关注的区域。

值得一提的是，中国香港特区对加入 RCEP 持积极态度。鉴于香港特区在国际经济，特别是亚太地区经济活动中所扮演的重要角色，本报告首次将中企赴香港特区参展和 RCEP 参展情况一并进行分析。目前来看，中企赴 RCEP 区域和香港特区参展呈现以下特征：

1. 高度重视赴 RCEP 区域和香港特区参展。一方面，二季度 RCEP 国家和香港特区展会数目多、类别多、影响力大，抽样到的数目达到 67 个展会，占抽样展会总数比例的 20%；另一方面，Q2 中企赴香港特区和 RCEP 国家参展商总数达到 8138 家，占抽样展商总数的 45.98%。

2. 赴 RCEP 区域和香港特区参展数量高度集中。中企赴香港特区参展数量远远多于 RCEP 国家数量。这一数量排名先后是中国香港特区（3898 家）、泰国（1480 家）、新加坡（1261 家）、越南（656 家）、日本（443 家）。这 5 个国家和地区的展商总数占 RCEP 区域和香港特区中企参展总数的 95.08%，占总样本展商数比例为 43.72%。

3. 头部展会对中企吸引力较大。赴 RCEP 区域和香港特区 TOP5 展会展商总数，占 RCEP 区域和香港特区展商数比例为 43.36%，占总样本展商数比例达到 19.94%。这五大展会分别是 2023 年中国香港国际礼品及赠品展览会（1122 家），2023 年新加坡城国际葡萄酒、烈酒和啤酒展览会（818 家），2023 年中国香港国际家庭用品展览会（688 家），2023 年中国香港国际春季灯饰展览会（510 家），2023 年泰国曼谷国际机械制造展览会（391 家）。

4. 参展行业多集中在制造业领域。赴 RCEP 区域和香港特区大行业展商数量 Top5 分别是照明（442 家）、机械（423 家）、建材（387 家）、食品（309 家）、电子（299 家）。小行业展商数量 Top5 分别为其他照明（203 家）、其他电子（166 家）、塑料（130 家）、其他包装（82 家）、风机排风设备（82 家）。

04 思考与启示

当下，全球经济复苏缓慢，地缘政治动荡、高通胀、俄乌冲突等因素依然对我国外贸发展带来影响，特别是外需不足对企业通过海外参展来拓展订单构成挑战。在这样的背景下，企业要在进一步练好内功，提高产品和服务竞争力的同时，也需要通过进一步细化明确参展目标、搭建特色鲜明展位、创新展览展示内容等途径，展示自身实力，从而提高参展效率。对于政府部门和贸促机构而言，在做好常规参展服务同时，还要在引导企业分享参展经验，鼓励中国企业到境外自办展，强化风险防控等方面下足功夫，护航企业海外参展。

来源：中国贸易报社、中贸智库

张敏：依托会展平台 构建世界市场

《依托会展平台 构建世界市场》是上海会展研究院执行院长、上海大学博士生导师张敏教授 2023 年 7 月发表于《中国会展》第 13 期（总第 541 期）的最新文章。今日发布，感谢分享。

市场是紧缺资源。进博会、广交会、服贸会所代表的每年全国一万多个经贸类国际化会展平台，作为贸易投资的世界市场，以主题细分、定向邀请、供需集聚、直接沟通、充分竞争、多样选择、分散决策、周期性举办机制，形成了全球资源配置、科技创新策源、高端产业引领、对外开放枢纽功能，集中体现着中国式现代化的市场决定加政府作用的竞争优势，成为加快国内国际大循环双循环的驱动引擎，中国参与全球竞争与合作的独有优势。未来应在政策立法、营商环境、百强展会、市场主体、配套服务、基础设施等方面持续发力，全面建设和发展会展产业集群，依托展会平台强化贸易交往，巩固和扩大中国发展的战略优势，为开放型经济构建全球功能最强大、影响最深远的世界市场。

01 强化大循环双循环的驱动引擎

进博会是世界上第一个以进口为主题的国家级展会，成就了国际贸易发展史上的一大创举。当此全球化遭遇逆风逆水的紧要关头，进博会站出来，通过进口主题向世界开放中国市场，为各国企业敞开大门，支持自由贸易多边贸易；通过定向式邀请组织中国企业采购，促进市场竞争、推进品牌建设；通过现场集聚实现直接沟通，降低交易成本、提高交往效率，促进转型升级和创新发展；通过便利化营商环境和最发达交往设施扩大国内外贸易投资，强化企业交往、经济交往、民间交往；通过减税降费、让利天下，为国内外消费者提供实惠，顺应人民对美好生活的向往；通过让展品变商品、展商变投资商，迎五洲客、计天下利，让中国大市场成为世界大机遇。

在这里，我们看到了中国式现代化的贸易方略，那就是通过举办进博会、广交会、服贸会、消博会、投洽会等每年上万个经贸类国际化博览会，致力于全方位开辟国内外企业间市场，促进商品、服务、资源、要素中间交易繁荣，更高效地实现国内外市场联通、要素资源共享、规则标准磨合、商品周转流通，为国际采购、投资促进、人文交流、开放合作提供交往平台，让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场，为构建新发展格局、推进高水平开放，提供全球共享的国际公共产品。

市场的本义是商品交换的场所，可引申为人类社会服务于商品交换的地方。其特点是供需集聚、公平竞争、认知互动、自主交易，以及营商环境适宜、法治保障可靠。市场以产权明晰、竞争中性、进出自由、公正监管为原则，其作用在于促进专业分工、协调供需发展、实现资源配置的帕雷托最优，为人类社会获取生活资料持续提高生产效率。一部人类文明史，就是通过深化分工、扩大交往，不断提高投入产出效率、不断满足人类生活需求的过程。分工愈深入，意味着市场愈发达。发达市场和深入的分工，成为现代化的两个翅膀。

市场是紧缺资源。市场化是人类社会不约而同的选择。然而从自发走向自觉、从无序走向合法、从分散走向规模，进而从零售走向贸易、从本土走向外地、从国内走向世界，中间需要政府发挥更好作用，通过公共服务为市场提供交通、通讯、治安、监管、规则、标准、外交、法治，乃至安全和防务等公共产品。市场决定与政府作用，事实上是相互依存、彼此促进的一体包容关系，而非替代排斥、非此即彼的二元对立关系。市场促进经济社会发展、面对所有主体一视同仁，尤其是能够从根本上解决分工所带来的人的专一化和需求多样性之间的矛盾，因而天然具有公共产品的属性。

改革开放是中国的国策。中国的改革是市场化改革，开放是面向市场的开放。改革开放贯穿中国式现代化全过程，即从顶层战略决策、摆脱计划经济起步，渐进式走向市场经济和市场体制机制，进而在市场决定和政府作用下，开辟和发展世界市场。中国式现代化的关键一招，是中国 2001 年主动加入世界贸易组织，20 多年全面履行入世承诺，将关税总水平由 15.3% 降至 7.4%，低于 9.8% 的入世承诺，进而成长为两个市场融合的市场化国家；中央政府清理法律法规 2300 多件，地方政府清理 19 万多件，最终确立了市场体制的法律地位，全面激发了市场活力。

企业间沟通促成中间交易。随着产业分工日益深入，市场细分也在不断发展。时至今日，人类社会从匮乏短缺走向富裕过剩，市场也从卖方主导走向买方主导，大体上形成了商品市场、服务市场、要素市场、资本市场，形成了终端消费市场、中间交易市场，乃至国内市场、国际市场。这中间，所谓终端消费市场，即销售企业面向终端消费者的市场（B2C），主要表现为商场超市，特点是生活方式商品化；所谓中间交易市场，即生产企业面向生产或销售企业的国内外贸易（B2B），集中表现为经贸类会展平台，特点是国内外市场融合、跨地域组织生产与消费。两者的内在联系，是同样基于市场规则、参与市场竞争、接受市场选择、最终由市场决定。

正是由于市场天然具有公共产品属性，作为贸易即中间交易实现途径的会展平台，客观上体现出公共产品的特征。进博会之所以被看作全球共享的国际公共产品，就是因为举办进博会使世界各国普遍受益，因而具备了国际公共产品的基本属性，即产品受益的非排他性和产品消费的非竞争性。只不过相较于一般公共产品，国际公共产品的受益范围更广，惠及所有参加进博会的国家，不仅包括发达国家，而且包括发展中国家，乃至最不发达国家。

尽管全球共享的国际公共产品是人类社会发展必不可少的前提和保障，但由于其外部效应难以补偿其供给成本，且大都存在供给能力的实际门槛，因而一般国家很难单独生产或供给，导致供给不足。这里体现的是全球化组织生产与消费的必要性和组织成本的可能性之间的矛盾。只有像中国这样拥有 14 亿人口的大市场、致力于建设开放型经济的大国，只有像上海这样的国际贸易中心、致力于全球交往的世界城市，只有既确信全球化方向、享受全球化福祉，又具备全球化胸怀、拥有全球化力量的市场主体，才既有能力又有动机维护和发展世界市场，为上下求索的世界各国提供像进博会这样的国际贸易投资平台。

面对百年奋斗大接力和百年不遇之大变局，中国决定加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局；上海奋力打造国内大循环的中心节点、国际国内双循环的关键链接。为了加快构建新发展格局，进博会等国际会展平台，正在努力发挥其有目的策划、双边式集聚、竞争性展示、多样化选择、认知性互动、分散式决策、周期性举办等机制化功能，强化国内外大循环双循环的驱动引擎。

02 构建最大最好的世界市场

中国未来发展要求不断融合国内外市场、持续提升贸易投资的能力和水平，着力构建最公平最便利最大规模的世界市场。上海历来是中国的“大码头”、国际贸易中心城市，担当着建设开放型世界经济的重任，引领中国企业“深度参与全球产业分工与合作，维护多元稳定的国际经济格局和经贸关系”。《上海市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》提出，未来上海发展要在新的起点上全面深化“五个中心”建设，强化“四大功能”，加快构筑新阶段上海发展的战略优势，加快建设具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市，更好地服务全国改革开放发展大局。为此，上海必须深入贯彻新发展理念、加快构建新发展格局、着力推动高质量发展，“依托我国超大规模市场优势，以国内大循环吸引全球资源要素，增强国内国际两个市场两种资源联动效应，提升贸易投资合作质量和水平。”

贸易作为企业间交易，在市场经济中担负着中间交易的功能，其特点是跨地域连接生产商与经销商（或生产商），以市场机制规模化组织国际化生产和消费，进而与终端消费共同构成现代市场体系的基本内容。作为世界市场的集中体现，贸易是全球化的具体内容。上海作为国际贸易中心，不仅是国际消费中心城市，而且首先是全球贸易和投资中心。就此而言，上海的职责和任务，就是全力打造世界一流营商环境、维护和发展国际贸易中心，为中国式现代化构建世界市场。

从市场的角度看问题，上海建设经济、贸易、金融、航运和科创“五个中心”，贸易是其中的关键性变量，牵一发而动全身。这是因为贸易构成了航运的内容、金融的对象、经济的实质和科创的出发点与归宿。贸易经营和发展世界市场。世界市场决定经济、金融、航运和科创。正是在这个意义上，巩固和发展国际贸易中心，要求上海加快建设“五个中心”，持续聚焦全球城市能级提升，全力强化全球资源配置、科技创新策源、高端产业引领、对外开放枢纽“四大功能”。

十三五以来，上海基本建成“五个中心”，持续强化“四大功能”，经济增速在全球城市中处于领先地位，总量规模跻身世界前列，全员劳动生产率超过 28 万元/人，位居全国前列。人均 GDP 超过 2.3 万美元，居民人均年可支配收入超过 7.2 万元人民币，保持全国领先。上海全力打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌，成为推动高质量发展、创造高品质生活的重大举措。以现代服务业为主体、战略性新兴产业为引领、先进制造业为支撑的现代产业体系加快建立，服务业增加值占全市生产总值比重稳定在 70%

以上，全社会研发投入占比 4.1%；集聚跨国公司地区总部累计 771 家，金融市场交易额超 2200 万亿，商品销售额 14 万亿元，口岸货物进出口、客流、货邮、集装箱吞吐量连续多年位居世界最前列。

上海未来发展要求全面提升世界影响力，着力巩固全球枢纽和节点地位，大幅跃升城市核心功能，全面增强城市软实力，力争综合实力尽早迈入全球顶尖城市行列。为此，必须在多重目标中寻求动态平衡，为高质量发展探索系统优化，积极参与国际合作与竞争、提升城市能级与核心竞争力，依托展会平台扩大贸易交往，在企业间交往全球化的基础上，构建全球最大最好的世界市场。

03 鼓励会展平台争创世界一流

会展是中国参与全球合作与竞争的战略平台。会展的本性是对外开放。会展业构建市场化平台，提供以有组织现场集聚为特征的交往沟通服务，主要通过主题化细分、目的性策划、定向式邀请和跨地域集聚，围绕商品服务和资源要素分类，创办各擅胜场的会展活动，为供需各方一视同仁提供竞争性展示、多样化选择、认知性互动和分散式决策的市场化平台，在直接沟通、充分竞争和创新激励的基础上，促进全球化的企业间交往，确保开放合作平台的性价比最优化和交易效率最大化。

与此同时，受规模报酬递增律驱使，会展业发挥自身主动性、积极性和创造性，引领市场主体从城际、省域、国际、洲域走向全球，从而为人类社会更高效率的分工和更大规模的合作，提供专业化全球化交往沟通服务。

进博会是国际贸易史上独一无二的存在，同时具备国际化会展平台的共同特征，集中体现为组展方为全球生产商经销商创办的一系列展示竞争、选择比较、洽谈互动、信任交往的市场化平台，通过买家卖家间高密度低成本面对面沟通，促成大范围选择性高效率合作，引导商品流、技术流、信息流、人才流、资金流向开放主体集聚，不断激励创新、创意和创造，推动市场主体转型升级和自我超越。

上海建设五个中心、强化四大功能，要求会展业构建世界一流开放平台。上海的目标，是到 2025 年全面建成国际会展之都。上海以开放、创新、包容为追求，长期领中国开放风气之先，已经形成了自身独有的开放品格、开放优势、开放作为。开放、创新、包容成为上海最鲜明的品格，成为新时代中国发展进步的生动写照。

数据表明，十三五期间上海会展业多项业绩创历史新高。2019 年全年办展总面积 1941.67 万平方米，其中 5 万平方米以上的大型展会 1168 平方米，10 万平方米以上的超大型展会 895 万平方米，三项核心指标均居世界首位。2020 年虽因新冠疫情遭受冲击，办展总面积降至 1107.79 万平方米，比上年缩减 43%。然而相较于全国缩减 48%、全球缩减 68%、德国缩减 72%，仍保持了世界会展城市业绩榜首的地位。其中国际展 874 万平方米，总量占比 78.9%，逆势同比提升 1.5 个百分点，中流击水世人瞩目。

目前，上海会展业拥有场馆基础设施 75.36 万平方米，在世界会展城市中雄居榜首，形成了以国家会展中心和新国际博览中心两大超级场馆领衔的“2+7”展馆布局；拥有世界百强商展 12 个，展览面积 324 万平方米，在世界会展城市中位列第一，推出了以进博会为龙头的工博会、汽车展、汽配展、纺织展、太阳能、美博会、酒店用品、食品饮料、地材铺装等一系列最具感召力的国际展会品牌。市场主体强劲成长，涌现出国展中心、新国际博览中心、东浩兰生、国贸集团、博华国际、百文会展、法兰克福、万耀企龙等一批会展企业，构建起国有、民营、外资三位一体的市场主体结构。2020 年 5 月发布实施《上海市会展业条例》，2022 年 10 月发布实施《上海市服务办好中国国际进口博览会条例》，同时还出台了以“备案制”为代表的一系列支持会展业加快发展的法规政策，形成了系统完备的法治框架和世界一流的营商环境。

04 着力产业集群高质量发展

未来发展有必要着力会展业平台集群化成长，引领经济社会高质量发展。持续扩大进出口、内外贸、引投资的市场化能力，强化全球资源配置、创新创业策源、高端产业引领、对外开放枢纽功能。在这方面，进博会为平台集群高质量发展带来了重大利好。比如，确立了政府服务市场的关系，变矛盾冲突为一体合作，以“两只手”协同发挥中国式现代化的优势，通过“多对多、一对多、一对一”的平台式交往，实现市场化沟通、提高办展办会效率。

再如，激发内需主导新动能。扩大进口以促进消费升级，增强内生动能，通过两个市场融合发展，为“一业兴百业”“一行带万行”开拓新空间。又如，促成注意力经济。办展办会需要各界支持。有了社会关注和政府支持，会展业进一步节约成本、提高效率有了更大空间。

再又如，优化营商环境，特别是带动减税降费，使中小企业有余力加大投入创新研发和商务交往，在融入世界中形成特色优势，为创新创业提供更多可能。最后，强化竞争与合作。跨国集团云集中国，其鲶鱼效应将为会展市场激发出更强活力，倒逼企业加大投入、奋发进取，尊重知识和人才，加快推进专业化、国际化、市场化、品牌化、数字化、生态化进程。

新时代高质量发展，中国需要更多主场话语权、合作动力源和资源配置的全球化平台，需要大力构建世界市场。会展业必须为高质量发展提供先导性服务，巩固和发展战略优势。为此，似有必要重点考虑如下工作：

一是聚焦开放平台核心功能。以世界一流会展平台为目标，为全球化创新研发和商务交往、为区域经济一体化提供大会展产业集群，持续提升国际公共服务品的能级和水平，着力构建开放型经济。

二是着力培育百强商展。扶持细分市场各领域专业化龙头展会，融入对象产业、融入世界市场，带动产业链延伸、产业群集聚，加快形成“支撑先进制造业、引领现代服务业、发展战略性新兴产业”的会展项目体系。

三是支持市场主体成长。通过股份制改造、并购重组、跨地域合作等途径，加快形成“以跨国组展商为龙头、中小型专业公司为主体、科技艺术服务为支撑”的金字塔型会展企业布局。

四是规划新建基础设施。切实解决城区拓展致使个别场馆身陷重围所引发的问题，巩固和扩大基础设施优势，确保全球资源配置、科技创新策源、高端产业引领、对外开放枢纽功能，着力建设会展强国。

五是规划论证会议中心。用好大循环双循环战略优势，解决大型国际会议流失问题，为世界市场提供更多专业化、枢纽型、高规格会议平台，为战略性新兴产业和会展主场城市提升全球影响力和行业话语权。

来源：中国会展

“绿色发展” / “可持续发展” / “高质量发展” / “生态会展” / “绿色会展”，请问您能清晰区分吗？

在中国会展经济蓬勃发展的背景下，学界业界常会频繁接触一组重要的关键词，包括“绿色发展”、“可持续发展”、“高质量发展”、“绿色会展”、“生态会展”等。这一组关键词具有明显的关联性，充分体现了中国会展业发展的一大趋势——产业生态化发展。同时，它们之间存在一定的差异性。尽管这些词都很有发展前景，但即便是学界专家来区分它们，也并非易事。有鉴于此，本文试着对这组词作些细致辨析，更多地让业界从业人员明晰其关联性与差异性，尽可能减少不必要的思维混淆，得以朝着更明确的发展目标坚定前行。

绿色发展、可持续发展与高质量发展

在平时，这三个关键词常会被混淆。为取得更好的经济发展，三者的共性与差异需要清晰把握。“可持续发展”（sustainable Development）和“绿色发展”最早分别出现在 1980 年和 2006 年，而“高质量发展”却最早出现在 2017 年。明白三个术语出现时间的先后，对理清三者的异同大有益处，更容易理解“可持续发展”的几乎无处不在，也更能明白“高质量发展”在当下大行其道的原因。

1. 绿色发展与可持续发展

“可持续发展”于 1980 年最早出现在《世界自然保护大纲》中，但其概念的第一次阐述，来自于 1987 年世界环境与发展委员会的报告《我们共同的未来》。国际层面从多个层面介入的可持续发展定义很多，被广泛接受影响最大的仍是《我们共同的未来》中的定义。“可持续发展”又称“持续发展”，指的是“既满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展”。可持续发展强调“发展是有限制的，没有限制就没有发展的持续”。

在里约热内卢召开的“环境与发展大会”（1992 年）之后，中国首次把可持续发展战略纳入国家经济和社会发展的长远规划。中共十五大（1997 年）和中共十六大（2002 年）分别把可持续发展战略确定为我国“现代化建设中必须实施”的战略，把“可持续发展能力不断增强”作为全面建设小康社会的目标之一。可持续发展包括社会可持续发展、生态可持续发展和经济可持续发展。实施可持续发展战略，有利于促进生态效益、经济效益和社会效益的统一。可持续发展要求人类在发展中讲究经济效率、关注生态和谐和追求社会公平，最终达到人的全面发展。可持续发展战略的目的是要使社会具有可持续发展能力。人与环境的和谐共存是可持续发展的基本模式。自然资源的可持续利用是实现可持续发展的基本条件。2003 年 7 月提出的“科学发展观”坚持以人为本，基本要求是全面、协调、可持续发展，根本方法是统筹兼顾，经党的十七大审议并写入《中国共产党章程（修正案）》。可见，可

持续发展是科学发展观的基本要求之一。2019 年 10 月，首届可持续发展论坛在北京召开，公布了《中国落实 2030 年可持续发展议程进展报告(2019)》。

“绿色发展”与“可持续发展”一脉相承。“绿色发展”是对“可持续发展”的继承，也是可持续发展中国化的理论创新，是中国面对世界生态环境恶化问题的鲜明应答。“绿色发展”受很多理论的支持，其中包括可持续发展理论、两山理论（“绿水青山就是金山银山”）等。值得指出的是，中共十八届五中全会（2015 年）在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中明确提出“五大发展理念”（即后续常说的“新发展理念”），主要包括创新、协调、绿色、开放、共享五个方面的发展理念。绿色发展的目标是实现经济、社会 and 环境的可持续发展作为。“绿色发展”的价值取向是人与自然和谐，主要原则是绿色低碳循环，基本抓手是生态文明建设。“绿色发展”要求将环境资源作为社会经济发展的内在要素，“绿色发展”的主要内容和途径是经济活动过程和结果的“绿色化”和“生态化”。循环发展、低碳发展是“绿色发展”的具体化，“绿色发展”是通过循环发展、低碳发展等形态表现出来的。由此可见，“绿色发展”与自然、低碳、环境、循环、资源、生态、生态文明建设等内容都密切相关，自然和“可持续发展”结合很紧密。

“十三五”纲要提出，“坚持绿色发展，着力改善生态环境”，“坚持绿色富国、绿色惠民，为人民提供更多优质生态产品，……协同推进人民富裕、国家富强、中国美丽”。2010 年，绿色发展指数年度报告的研究在国内开启，《2010 中国绿色发展指数年度报告》是国内第一套绿色发展的监测指标体系和指数测算体系。在其后，国内提得更多的是按照以人为本、全面协调可持续的要求，培育壮大绿色经济，主要从低碳排放、体制机制、绿色技术等五个方面大力推动“绿色发展”。

2.绿色发展与高质量发展

党的十九大（2017）最早提出“高质量发展”这一术语，并同时提出要“建立健全绿色低碳循环发展的经济体系”。这是新时代高质量发展的方向。党的十九届五中全会（2020）提出，“十四五”时期经济社会发展要以推动高质量发展为主题，要坚持质量第一，注重效率优先，推动质量变革、效率变革、动力变革。2021 年，党中央、国务院在 3 月初接连强调“高质量发展”，提出“深入贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，推动高质量发展，为全面建设社会主义现代化国家开好局起好步”。3 月底，中共中央政治局召开会议，提出“我国经济加快从速度规模型向质量效益型转变，要在高质量发展体制机制建设等方面取得显著进展”。党的二十大（2022）提出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。2023 年 3 月，习近平总书记在十四届全国人大一次会议江苏代表团审议时，阐述了全面建设社会主义现代化国家的首要任务——“高质量发展”，为全国的高质量发展作出了重要部署。

绿色发展是我国从速度经济转向高质量发展的重要标志。党的十九大（2017 年）提出“高质量发展”这一术语，认为“中国经济正在由高速增长阶段转向高质量发展阶段”。因

此，在当前阶段，中国经济更多地从追求量而转向追求质的层面。换句话说，中国经济并不是不注重量，只不过在这个阶段要把注意力引导到高质量上来。高质量发展的根本在于经济的活力、创新力和竞争力。而最能体现高质量发展特征的经济活力、创新力和竞争力等内容，都与绿色发展密不可分。没有绿色发展，经济发展就会因缺少活水源头而失去活力，其创新力与竞争力就会缺乏根基与依托。因此，绿色发展对高质量发展而言至关重要。

由上可知，绿色发展与可持续发展一脉相承，是可持续发展的中国化，而高质量发展是基于新发展理念的发展，其中新发展理念（五大发展理念）包含有绿色发展。从目前来看，最为应景的发展就是高质量发展。在当前，大量知名学者、业界精英等在众多场合重点论述高质量发展的形势及其主要途径，自然也就顺理成章了。

绿色发展、绿色会展与生态会展

“绿色发展”这一说法，最早出现于 2006 年的《环境保护》杂志，是基于传统发展基础的以效率、和谐、持续为目标的经济增长和社会发展方式的创新模式。“绿色发展”，单纯而言显然没限定某行业或者产业，而“绿色会展”与“生态会展”则直指会展业，是会展业发展的特定形态。从总体上看，无论是“绿色会展”还是“生态会展”，甚至其他相关内容，都可以从属于会展业“绿色发展”，都表明了当下中国会展业的发展开始摆脱二位数的高增长，逐步呈现会展产业常态化发展状态，相比以往更大程度地关注会展业发展的质量问题。

“绿色发展”几乎适合于任何产业经济，概念十分丰富。因而，从根本上看，会展业的绿色发展，未必非要称为“绿色会展”。“生态会展”只要内容明确，符合逻辑，照样是会展业的绿色发展。要不然，这样的基本术语可能会禁锢“绿色发展”的思维。“绿色会展”与“生态会展”，更多仅仅是学者在科学研究中形成和运用的一些术语，甚至可以理解成一个符号。从根本上讲，这两个词或者符号无明显差异，最关键的是看两个术语究竟如何被定义，看这两个符号具体代表了什么。从现有文献来看，“绿色会展”相对更侧重于绿色搭建、绿色展装及其如何降低环境污染等内容，范围多少有些狭窄，而“生态会展”则不仅涵盖前面提及的“绿色会展”的内涵，还包含例如优质资源整合、上中下游企业协调、数字化管理等更为系统和全面的内容，因而用“生态会展”来全面表达会展业的“绿色发展”，相比之下更为合适，也更加符合会展业的发展现实。

由上可知，“生态会展”比“绿色会展”的内容更丰富，研究视野更开阔。至今为止，多数学者更倾向于“绿色会展”从属于“生态会展”的观点，“绿色会展”是“生态会展”其中的一小部分内容。“生态会展”则范围较广，远远超脱于“绿色会展”所涵盖的内容，格局更大。比如会展界很常见的资源整合，属于“生态会展”范畴，但基本不会被认为是“绿色会展”。当然，由于不同学者对“绿色会展”和“生态会展”的理解有差异，定义可能基于不同层面，所以认为两者之间具有从属关系或者交叉关系，一定程度上都有道理，恰恰反

映了会展学术界的“百花齐放，百家争鸣”。然而，值得指出的是，尽管两者存在一定差别，它们却都是会展业的“绿色发展”，都是会展业更加重视“质”这一层面的足够体现。

生态会展、会展业可持续发展与会展业高质量发展

在现实中，由于约定俗成的关系，关于会展业发展，我们常会提及“会展业可持续发展”、“会展业高质量发展”，很少会直接说“可持续会展”或者“高质量会展”。“会展业可持续发展”及“会展业高质量发展”这两个关键词，更多都是在重点表达会展业发展的层次、质量、格局、方向等内容，尤其是“会展业高质量发展”在近年来使用相当频繁。同样，“生态会展”近五年在国内会展界也相当热门，以不同的角度多次进入重要展会论坛的主题范畴，体现了国内会展界对会展经济发展精度及其环境保护的高度关注。相对而言，“会展业可持续发展”的提法尽管有一定的普适性，但总体比较笼统，近些年逐渐被“会展业高质量发展”和“生态会展”所替代。

“绿色发展”是“会展业高质量发展”的重要组成部分。绿色发展是以效率、和谐、持续为目标的经济增长和社会发展方式。绿色发展要求把生态化作为主要内容，注重生态经济建设。绿色发展既要重视经济发展，同时要重视生态稳定。绿色发展要促进经济向生态型转变，提出要建设资源节约型、环境友好型社会。因此，生态经济建设是绿色发展的基本内容、基本途径和基本目标。因此，在会展业发展中，“生态化”特征逐步往其充分渗透，学界逐步在“会展产业发展”与“生态化发展”之间形成“会展产业生态化发展”的概念，即业界经常提及的“生态会展”。因而，“生态会展”与“会展业高质量发展”自然也就成为近年来会展业发展的高频词，充分表征了会展经济在发展过程中高度重视环境保护与资源优化整合，力求在经济发展与生态发展中取得平衡。

根据以上关于绿色会展、可持续发展及其高质量发展的分析，从目前国内会展学者的总体研究来看，“生态会展”是“会展业可持续发展”和“会展业高质量发展”的主要形式或者落脚点。生态会展要求会展产业在发展过程中既要遵循经济发展规律，也要注重环境发展规律，要更好地达到经济效益、社会效益与生态效益的统一。会展经济的发展，要倡导“生态会展”，在经济发展与生态发展中找到平衡，积极形成相对和谐的会展生态。从更加笼统的层面上看，无论是“生态会展”还是“会展业高质量发展”，都是“会展业可持续发展”，体现了会展业的可持续发展特征。由于可持续发展高度重视自然资源的可持续利用，因而学界在“生态会展”的内涵中包含有很大比例的资源整合的内容，要求自然资源能不断地得到循环使用，杜绝不必要的浪费，降低环境污染，同时要高度优化产业资源，注重与其他产业发展在高度关联中取得更好的综合效益。

“会展业高质量发展”，是会展业基于新发展理念（创新、协调、绿色、开放、共享）的发展，其中的“绿色发展”是“生态会展”的重要内容。无论从过程还是结果上看，“生态会展”强调会展业要实现“绿色化”、“生态化”。而创新、协调、开放、共享这四个方面的发展同样与“生态会展”具有明显的交叉关系。因此，可以认为“生态会展”与“会展

业高质量发展”具有高度的重合性，在很大意义上讲，“会展业高质量发展”与“生态会展”所包含的内容十分相似。一方面，“生态会展”强调要坚持“绿色发展”，设法降低能源与材料的巨大浪费，最大程度地减少因为会展业发展而带来的大量的环境污染；另一方面，“生态会展”高度强调各个层面的资源整合，既体现在行业上中下游的优质资源协调与配置，也强调会展产业与其他产业的深度融合，在“产业会展”思维中寻求更多的发展空间与科学对策。由于会展业发展具有明显的综合性，在不同的阶段呈现了很多的新特征，因而“生态会展”的内容在产业发展过程中正在得到不断的丰富与深入，从而使得“生态会展”在发展中具有顽强的生命力与美好远景，始终十分生动地呈现会展业高质量发展的最新动态与强劲势头。

来源： 明说生态会展

绿地东北亚国际会展中心，最新进展！

据绿地集团 7 月 24 日消息，近日，绿地哈尔滨东北亚国际会展中心项目、大庆金融中心项目建设取得重大进展。绿地东北亚国博城将加速建设成为东北亚国际贸易会展产业高地，绿地大庆金融中心也将加快脚步打造成为东北地区重要的金融产业集聚区。

哈尔滨新区绿地东北亚国际会展中心项目加快建设施工仪式近日圆满举行，标志着会展中心项目建设进入新的阶段。目前，会展中心地库结构及回填已完成，A-E 展厅混凝土结构封顶，AB 展厅钢结构完成 50%，C 展厅钢结构完成 50%。

建成后，绿地东北亚国际会展中心将成为东北的“对外开放新窗口”。该项目建筑面积约 18 万平方米，拥有约 8.5 万平方米净展空间，可提供约 4200 个国际标准展位。会展中心 AB 展厅计划于今年年底正式投入使用，整体于 2024 年 6 月建成竣工。未来投入运营后，绿地将与国际一线会展公司汉诺威合作，以国际化标准打造会展经济平台，连接世界资源，使其成为哈洽会、中俄博览会、绿色食品产业博览会等大型会议的永久举办场地，打造黑龙江新时期“改革创新的重要战略平台”和“对外开放的重要展示窗口”。

该项目规划以国际会展中心、国际会议中心、全球商品贸易港、星级酒店群等四大中心业态为核心，于 2019 年 9 月启动，总规划占地面积 2580 亩，规划建筑面积 495 万平方米，预计总投资额超过 500 亿元。截至目前，该项目已开发近 200 万平方米，累计投资额超过 135 亿元。

大庆金融中心 G2#办公楼及三期“世纪峯汇”项目目前已全面开工建设，绿地将聚焦优质资源，全力保障施工进度，按下施工“加速键”。大庆金融中心将打造成为东北地区重要的金融聚集区。该项目总占地面积约 26 万平方米，建筑面积 55 万平方米，分两期开发建设，一、二期住宅及商业已全部交付使用。其中在建项目 G2 办公楼计划 2023 年 9 月 30 日外立面完工。三期住宅项目计划于 2025 年 10 月全面建成竣工，将成为大庆市新地标、新名片，进一步发挥金融中心优化区域资源配置优势，满足城市不断升级的发展需求，助推大庆经济发展再上新台阶。

绿地集团表示，截至目前，绿地集团在东北地区十一个城市累计开发项目 63 个，开发面积超过 1850 万平方米，实现了地产、商业、酒店、会展、产业园多元产业协同发展，以全产业、多维度践行“振兴东北”国家战略，携手东北地区开展全方位合作，共同打造合作发展新高地，实现互利共赢新发展。

来源：中国证券报·中证网

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