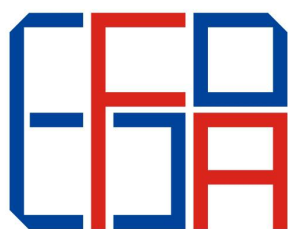




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

五月刊 2017年5月31日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

- *姜淮：“官退民进”何以解决规模与效率？
- *“一带一路”推进贸易畅通，会展业将担大任
- *会展业两项新标准9月正式实行

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】	7
姜淮：“官退民进”何以解决规模与效率？	10
【会展资讯】.....	18
“一带一路”推进贸易畅通，会展业将担大任.....	13
会展业两项新标准 9 月正式实行.....	16
2016 年中国展览业发展统计分析报告.....	18
会展经济的多重效应和未来的发展趋势.....	20
四次转型？ 乌镇变身“会展小镇”	23
“一带一路”峰会 国家会议中心彰显中国服务高水准.....	26
会展与环境保护的思考.....	30
会展业需要什么样的移动应用？	34
会展“内延外拓” 电商引领产业发展.....	36
品牌是会展业可持续发展的重要推动力量.....	38

1. 2017年5月6日，由广州大学会展协会主办，广东会展组展企业协会支持的第二届“会创”对话新论坛在广州大学隆重举行，论坛以“智享互联新媒体，探索营销新引擎”为主题，旨在探讨在新媒体大潮下的媒体营销与会展行业发展的新模式、新思维。本次论坛我会会长刘松萍女士出席并主持了论坛的“会展+营销”讨论环节，嘉宾们从多角度对“组展机构如何搭建高校的新媒体营销管理体系”话题热烈互动，为学生运行自媒体提出“共享思维”、“关注需求”、“走心干货”等专业意见。

2. 2017年5月6日，由我会和广州大学（中法）旅院学院、广州众展网络科技有限公司联合主办，广州大学会展协会承办的首届“会创杯”广东会展之窗营销推广大赛在广州大学隆重举行，本次大赛共吸引来自广州大学、广东财经大学、华南师范大学、广东交通职业技术学院、顺德职业技术学院等多所高校参赛队伍的参与。决赛当天，协会邀请到广州振威国际展览有限公司总经理于勇、广州正和会展服务有限公司总经理牛松、广州金海域传播有限公司总经理刘春和、广州众展网络科技有限公司总经理彭秋菊、益闻科技&快活传播CEO谭文振等业界人士担任评委，评委们纷纷表示此次大赛对于校企合作具有非常重大的意义，并对整个大赛的服务、策划等给予了高度评价。大赛得到众多会展企业，多所高校的积极参与和支持，真正实现了校企对接，让会展企业深入校园，了解到学生的创新思维，同时也为学生提供了展示才华、锻炼自我的平台。

3. 2017年5月19日，由我会主办，小农展览赞助的第一次战略合作服务商早茶会在琶洲缘茗园酒店召开，茶会上，协会各战略服务商交流愉悦，并对目前展览设计新理念、趋势、服务标准以及澳门会展发展等提出很好建议。

中国进出口商品交易会展馆

2017 中国国际陶瓷工业技术与产品展览会，2017 国际先进陶瓷及粉末冶金技术设备及产品展览会，2017 中国日用陶瓷技术装备及原辅料展览会

开展时间：2017.6.1 -2017.6.4

主/承办单位：中国陶瓷工业协会、广东新之联展览服务有限公司

2017 广州国际电线电缆及附件展览会

开展时间：2017.6.9 -2017.6.11

主/承办单位：广州光亚法兰克福展览有限公司

亚洲电力电工暨智能电网展览会

开展时间：2017.6.9 -2017.6.11

主/承办单位：广州博优会展服务有限公司

广州国际照明展览会

开展时间：2017.6.9 -2017.6.12

主/承办单位：广州光亚法兰克福展览有限公司

第 26 届广州国际大健康产业博览会&医药保健&中药饮片&参茸滋补品&健康服务业展、第 18 届广州国际大食品产业博览会&营养品健康食品及有机食品展&第 17 届广州进口食品&农产品&高端饮用水&酵素展、第 11 届广州国际食用油&大米展、第 26 届广州国际食品&粮油机械及包装展

开展时间：2017.6.16 -2017.6.18

主/承办单位：广州市艺帆展览服务有限公司

2017 第六届中国（广州）国际金融交易博览会（金交会）

开展时间：2017.6.23 -2017.6.25

主/承办单位：广东省人民政府金融工作办公室、广州市金融工作局

2017 年广州巨浪金属展览会暨 2017 年广州国际弹簧工业展览会、广州国际冶金铸造工业展

开展时间：2017.6.28 -2017.6.30

主/承办单位：广州巨浪展览策划有限公司

保利世贸博览馆

第十五届中国（广州）国际汽车零部件展览会

开展时间：2017.6.2 -2017.6.4

主/承办单位：广州一流展览服务有限公司

2017 第八届广州国际新能源汽车工业展览会

开展时间：2017.6.2 -2017.6.4

主/承办单位：广州中汽展览有限公司

2017 第八届华南国际幼教产业博览会

开展时间：2017.6.9 -2017.6.11

主/承办单位：中国国际贸易促进委员会广州市委员会

第六届中国广州国际食品食材展览会

开展时间：2017.6.14 -2017.6.17

主/承办单位：中国国际贸易促进委员会广州市委员会

2017 世界食品广州展、2017 广州餐饮连锁加盟及餐饮空间展览会

开展时间：2017.6.14 -2017.6.17

主/承办单位：上海博华国际展览有限公司

2017 中国（广州·夏季）婚博会

开展时间：2017.6.24 -2017.6.25

主/承办单位：广州婚博会展有限公司

第七届中国（广州）国际消防安全展览会

开展时间：2017.6.28 -2017.6.30

主/承办单位：中国国际贸易促进委员会广东省委员会、广东省安全生产协会、广东省应急产业协会

广州国际采购中心

2017 中国华夏家博会(广州)

开展时间：2017.6.2 - 2017.6.4

主/承办单位：商务部外贸发展事務局

南丰国际会展中心

2017 第六届广州海外房产移民展览会，第六届广州国际金融理财博览会，第六届广州国际留学游学展览会

开展时间：2017.6.2 – 2017.6.4

主/承办单位：广州会多展览有限公司

2017 广州国际生鲜配送及保鲜技术展览会

开展时间：2017.6.14 – 2017.6.17

主/承办单位：UBM 上海博华国际展览有限公司、中国国际贸易促进委员会广州市委员会

深圳会展中心

2017（第二十一届）深圳-香港-澳门国际汽车博览会暨首届新能源及智能汽车博览会

开展时间：2017.6.3 –2017.6.11

主/承办单位：联合车展

深圳国际体育博览会

开展时间：2017.6.16 –2017.6.18

主/承办单位：美高体育

第九届深圳国际品牌特许加盟展

开展时间：2017.6.16 –2017.6.18

主/承办单位：深圳贸促委

2017 深圳建筑装饰博览会

开展时间：2017.6.16 –2017.6.18

主/承办单位：华艺时代展览

2017 深圳国际宠物展览会

开展时间：2017.6.16 –2017.6.19

主/承办单位：华艺时代展览

2017 深圳国际充电站（桩）技术设备展览会

开展时间：2017.6.16 –2017.6.18

主/承办单位：广州振威国际展览

2017 深圳国际智能制造展

开展时间：2017.6.22 -2017.6.24

主/承办单位：中瑞展览

第四届深圳国际智能家居/智能硬件展览会

开展时间：2017.6.22 -2017.6.24

主/承办单位：中新材会展

第二十八届中国（深圳）国际钟表展览会

开展时间：2017.6.22 -2017.6.25

主/承办单位：晶品会展文化传播

深圳国际摄影大展

开展时间：2017.6.22 -2017.6.25

主/承办单位：深圳市文联

2017 深圳国际无人机展览会

开展时间：2017.6.23 -2017.6.25

主/承办单位：安博会展

第六届深圳国际智能交通暨卫星导航与位置服务展览会

开展时间：2017.6.23 -2017.6.25

主/承办单位：安博会展

第 19 届华南水展

开展时间：2017.6.28 -2017.6.30

主/承办单位：汉诺威米兰展览

华南国际动力传动与控制技术展览会

开展时间：2017.6.28 -2017.6.30

主/承办单位：汉诺威米兰展览

第十四届深圳茶产业博览会

开展时间：2017.6.29 -2017.7.2

主/承办单位：华臣臣实业

第四届深圳茶器美学创作展

开展时间：2017.6.29 -2017.7.2

主/承办单位：华臣臣实业

第六届深港澳名酒博览会

开展时间：2017.6.29 -2017.7.2

主/承办单位：华臣臣实业

珠海国际会展中心

第三届中以科技创新投资大会

开展时间：2017.6.27 -2017.6.28

主/承办单位：中以两国政府有关部门、珠海市人民政府 承办单位：珠海华发集团、英飞尼迪

广东现代国际展览中心

2017 第五届东莞振宗机械制造工业联盟展，2017 东莞国际机器人及自动化展览会，2017 东莞国际钣金激光、焊接切割展览会、2017 东莞国际 3D 打印展览会，2017 东莞国际无人机展览会

开展时间：2017.6.8-2017.6.10

主/承办单位：东莞市振宗展览有限公司

2017 第五届华南（东莞）国际空压机及气动技术展览会

开展时间：2017.6.8-2017.6.10

主/承办单位：广州市雅斯展览有限公司

2017 第十一届中国（东莞）国际胶粘剂、保护膜及光学膜展览会

开展时间：2017.6.8-2017.6.10

主/承办单位：深圳会多展览有限公司

惠州会展中心

2017 惠州会展中心人才招聘会

开展时间：2017.6.3

主/承办单位：惠州广电传媒人力资源有限公司

千人诵经会

开展时间：2017.6.6

主/承办单位：惠州旭日集团

2017 广电传媒·惠州夏季车展

开展时间：2017.6.9-2017.6.11

主/承办单位：惠州广播电视传媒集团

星艺装饰节

开展时间：2017.6.17-2017.6.18

主/承办单位：广东星艺装饰集团惠州有限公司

首届中国高校科技成果交易会

开展时间：2017.6.22-2017.6.24

主/承办单位：中华人民共和国教育部广东省教育厅

中山博览中心

2017 夏季大型综合性招聘会和毕业生人才交流会

开展时间：2017.6.11

主/承办单位：中山市才通天下信息科技有限公司

2017 第十七届中国（中山）机床模具及塑胶机械展览会

开展时间：2017.6.16-2017.6.18

主/承办单位：中山市亚联展览有限公司

姜淮：“官退民进”何以解决规模与效率？

继 2015 年实施“东莞制造 2025”战略、2016 年聚焦机器人智能制造后，2017 年东莞市政府发布“一号文”，将重点聚焦企业“倍增计划”，精准惠企。

企业是市场创新的主体，东莞将按民营制造企业、外商投资企业、已上市或已挂牌“新三板”企业、高成长性高新技术企业四个类别，各选取 50 家共约 200 家企业作为市一级试点，制订行动方案，力促这些试点企业在“十三五”期间实现收入和资产等规模指标以及利润等效益指标的“倍增”，示范带动各镇街（园区）实施镇级“倍增”计划，推动镇街（园区）实施倍增的企业达到 1000 家，以试点带动全局，引导东莞存量优势企业集约发展做大做强。

随着中国会展业的迅猛发展，东莞厚街作为目前全国唯一的“中国会展名镇”，阶段性地展开制度创新和模式创新，以其雄厚的产业基础和市场优势选择最优化的发展方式。今年年初，东莞推出全国首只公共引导基金，以最高 2 亿元的扶持资金，用于发挥“磁铁”效应，吸引更多优质展览在东莞厚街举办。

近日，东莞厚街镇政府与东莞农村商业银行、广东现代会展管理有限公司、广东现代国际展览中心签署了《厚街会展产业引导基金合作协议》。

按照计划，“厚街会展产业引导基金”的运作模式为“政府引导、社会参与、企业主导”。届时，将由厚街镇政府、广东现代会展管理有限公司、东莞农村商业银行按照 1：1：8 的配资比例发起设立，基金规模最高为 2 亿元。

该基金将主要用于向厚街展览项目、场馆改造、展览相关上下游企业等投融资，解决展览项目举办资金不足等问题，力争发挥“磁铁”效应，吸引更多优质展览在厚街举办，实现厚街会展经济规模与效益的“倍增”。据悉，这是厚街在全国会展城市中，率先发起设立“会展产业基金”，撬动社会资金支持会展产业的发展。

东莞会展业发轫于“产地办展”，依托雄厚的制造业优势，先后打造了享誉全球行业的国际名家具东莞展览会、国际五金模具展、虎门国际服装展、大朗毛织交易会、中国加工贸易产品博览会、广东 21 世纪海上丝绸之路国际博览会、台博会、科技周、广印展、华南机械展等，厚街立足打造“华南工业展览之都”，创建“中国展览名镇”。

产权分属不同主体，经营权统一的“一体化经营模式”解决了同城多个展馆内部竞争问题，形成东莞整体会展品牌，加速提升会展城市综合竞争力，成为国内多个城市争相引入的范例；“展贸联动”模式，有效整合会展、商贸、产业配套三方的资源，回归会展作为生产性服务业的内在价值功能。而上述两种模式的效能基础则是“官退民进”的制度变革。

2005 年，厚街政府将展馆大部分国有股份出售给民营企业，经营权则全部委托。经过 10 年过渡，2015 年股权全部转让，民企担纲，股权与经营权统一。硬件方面，围绕打造“百年会展基业”的格局，民企对展馆进行重金扩规和改造，先后新增 6 万平方米展馆和 40 万平方米展贸综合体；架设覆盖酒店、展馆、商贸的连廊天桥，全方位接驳各大展馆、地铁交通线；对消防、空调、会议室设施等进行全部翻新改造。软件方面，投入 3000 多万元，实现展贸、酒店大区域全网络覆盖，展会登录、现场管理全面实现信息化服务。

作为会展市场的公共依托，厚街政府亦完成从重大展会临时性协调到常态化管理服务的职能转变。作为东莞市会展业核心总部基地，厚街历任政府咬定会展不放松。借鉴发达城市的做法，完善政策服务。今年初，在展馆设立独立警务区，由财政出资，500 多平方米指挥中心与公安系统全面对接，配备 600 名专属警力，其中厚街镇 400 人，市及周边调派警力 200 人，服务于展馆展会的综合保障。

接下来，东莞将通过实施“倍增计划”狠抓存量提升，更加突出企业的主体作用，促进企业创新驱动，创新业态与商业模式，发展总部经济，并购重组，推

进资本运营。狠抓城市更新，充分释放出新的发展空间。这些企业一旦实现倍增，将对东莞提升集约发展水平意义重大。

当前，会展专项资金已进入会展城市“血拼”博弈的节点，如何有效发挥财政资金的杠杆作用，撬动金融资本、社会资本、行业资本等激发市场潜力，东莞“倍增计划”下的厚街亿元引导基金不啻是开启了一扇政策创新的窗口，有待检验其规模、效率与公平这一“亘古”命题的效能。

来源：中国贸易报

“一带一路”推进贸易畅通，会展业将担大任

“一带一路”国际合作高峰论坛高级别会议14日下午举行六场平行主题会议，来自国内外1500多名代表分别聚焦“五通”和智库交流展开深入探讨，签署系列协议，达成多项共识。

其中，由商务部主办的“推动贸易畅通”平行主题会议上，发布了推进“一带一路”贸易畅通合作倡议，根据倡议，中国将从2018年起举办中国国际进口博览会，彰显了会展业对“推动贸易畅通”的重要作用。

博览会设立众望所归

“推进贸易畅通”平行主题会议是“一带一路”国际合作高峰论坛“1+6”高级别会议项下的一场平行主题会议，由我国商务部主办，科技部、海关总署、税务总局、质检总局、贸促会等部门协办，有关部门主要负责人、部分国家及国际组织与会嘉宾围绕促进贸易便利化、振兴相互投资、贸易与可持续发展议题进行了深入交流。

会议宣布通过《推进“一带一路”贸易畅通合作倡议》，倡议参与方认为，在当前全球经济增长动力不足背景下，有必要在尊重各国发展目标的同时，推动更具活力、更加包容、更可持续的经济全球化，促进贸易投资自由化和便利化，抵制保护主义，推进“一带一路”贸易畅通合作，实现合作共赢。

2014年至2016年，中国同“一带一路”沿线国家贸易总额超过3万亿美元，增速高于全球平均水平。与会嘉宾表示，在贸易方面，要积极推动扩大相互市场开放，提高贸易便利化水平，促进企业互动交流，共享“一带一路”商机。将从2018年起举办中国国际进口博览会，既为各国产品进入中国提供便利，也为不同国家商品交易提供国际化平台。

“合则两利，合则共赢。”只要相向而行，就能相遇相知。“一带一路”倡议为全球贸易发展提供了巨大发展机遇、更广阔的发展空间。

“进口展会”百花齐放

熟悉会展业的朋友都知道,中国国际进口博览会绝不是孤芳自赏——中国在进口方面已经拥有多个展览品牌,其中两个商贸之城——南义乌、北临沂,都拥有成熟的进口商品博览会。

在刚刚闭幕的 2017 中国义乌进口商品博览会上,为期 4 天的采购洽谈共达成意向成交额 12.76 亿元,其“推进开放创新、共享全球资源”的主题得到很好诠释。据悉,展览会共吸引了来自五大洲 100 多个国家和地区的 1518 家企业(组织)参展,共设立国际标准展位 2006 个,其中,“一带一路”沿线 64 个国家中有 42 个国家和地区企业积极来义参展推介。

在稍早举办的 2017 中国(临沂)进口商品博览会上,分设欧美澳展区、日韩展区、东南亚展区、一带一路展区和港澳台馆 5 大特色版块,吸引了 32 个国家和地区的 500 多家境内外企业参展参会。同系列的秋季商博会也在紧张筹备中。

此外,由商务部、浙江省人民政府主办的“第三届中国-中东欧国家投资贸易博览会”即将于 6 月 8 日在宁波开幕。再加上脱胎于乌洽会的中国-亚欧博览会、根植于南宁的中国-东盟博览会等,中国“进口展会”已经是百花齐放,中国国际进口博览会的诞生则是业界之幸、花中之魁。

会展行业将担大任

会展业被称为“经济发展的风向标”,在区域合作方面具有重要作用。在“一带一路”倡议下,会展的先天优势将得到更充分利用,承担更重要责任。

1、提升贸易便利化

贸易便利是经贸活跃的前提,也是振兴一带一路的必要条件。中国已经与东盟、新加坡、巴基斯坦等沿线国家和地区签署了自贸协定,并积极推动区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)谈判,与以色列、马尔代夫、斯里兰卡、海合会等的自贸区谈判。

相比自贸区及自贸协定消除贸易壁垒的作用,会展对于国际贸易的影响更加直接、广泛、深入人心,不仅能迅速聚拢人气、推动贸易合作,还能增进民间交流、促进民心相连相通。

2、加强投资合作

博览会的展示功能只是多米诺骨牌的开始,在直观了解之后,展洽双方最终要落地于合作,这种合作有可能是采购,也有可能是代理,同样有可能是更深度的投资建厂等。

同时，会展经济的发展直接影响并带动着旅游、宾馆、交通、运输、金融、房地产、零售等行业的市场景气，以点带面，盘活全局。

3、推进可持续发展

“一带一路”倡议要构建的是一个和谐友好的交流体系，是人类命运共同体的体现。因此，中国将积极推进与沿线国家在生态、气候、医疗、工程技术等共同关心领域的务实合作；加强青年学生之间的友好往来，促进沿线国家和地区的高等院校的合作；积极鼓励沿线各国互办文化年、艺术节、文艺展演等交流活动，联合申请世界文化遗产，共同开展世界遗产的联合保护工作，让各国的宝贵文化资源进一步为全世界所熟知。

而一场高级别的博览会恰好可以涵盖以上项目涉及的科教文卫各领域，通过研讨会、论坛、考察演示等同期活动实现多方联动，并形成长效机制。另外，展会高效便捷的特性相比于点对点的联系本就是“可持续发展”的体现。

来源：中国会展

会展业两项新标准 9 月正式实行

中国会展业在标准这条路上越走越稳健。近日，国家标准化管理委员会（简称国标委）批准发布的 93 项国家标准就包括《展览会信息管理系统建设规范》和《展览展示工程服务基本要求》两项会展业国家标准。这是继 2010 年《经济贸易展览会术语》、2014 年《会议分类和术语》《经济贸易展览会 数据统计》《展览会数据审核规则》之后，会展业在展览会信息管理系统建设和展览展示工程服务上迈出的又一步。

记者从上海市质量和标准化研究院了解到，此次国标委批准发布两项会展业国家标准，是为了落实《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》中“引导企业运用现代信息技术，开展服务创新、管理创新、市场创新和商业模式创新，发展新兴展览业态”的要求，和“健全展览产业链，增强上下游企业协同能力，带动各类展览服务企业发展壮大”的要求。

其中，《展览会信息管理系统建设规范》以“互联网会展业”为导向，旨在加强移动互联网、大数据等信息技术与会展活动的融合，推动信息采集、互通、共享技术在会展业的应用，提升会展运营效率。

《展览展示工程服务基本要求》则以展示工程服务为对象，规范了会展搭建和撤展的程序、内容、要求，将提高过程可控性和展台安全性，降低活动风险，是推动我国会展业标准化建设的重要环节。

据全国会展业标准化技术委员会（简称会展标委会）主任、上海市会展行业协会会长、国际展览业协会名誉主席陈先进介绍，上述两项标准正式立项后，负责起草的单位牵头组织标准起草，并根据展览活动的需要进行增减起草单位，以保证标准的科学性、先进性和广泛适用性。

国家会议中心总经理刘海莹认为，随着我国会展业的快速发展，会展行业的标准建设也日趋成熟。在国际会展业的标准建设方面，更是走在了前列。

据了解，这两项会展业标准将于 9 月 1 日起正式实行。陈先进接受记者采访时强调，这两项标准为推荐性国家标准，其实施动力一方面来自于展览行业发展的内生需求，也就是主、承办单位及场馆运营单位等相关方对展览展示工程服务和展览会信息管理服务的要求，另一方面则来自标准本身的科学性和适用性，以及标准对于促进质量和效率提升的作用。

陈先进表示，展览会信息管理和展览展示服务作为展览活动重要的配套支撑服务，其质量和效率对展览行业的健康有序发展具有重要的促进作用。他认为，这两项会展业标准将推动信息技术在会展业的普及应用，引导“互联网+会展”向纵深发展。同时，也将进一步推动展览展示工程企业提高管理水平、专业素质、服务能力，提升展览展示工程服务能级，满足我国会展活动快速发展的需求。

据透露，会展标委会还在推动几项相关标准的起草，将相继发布实行。

来源：中国贸易报

2016 年中国展览业发展统计分析报告

5 月 27 日，商务部今天发布《中国展览业发展统计分析报告（2016）》（以下简称《报告》）。报告显示，2016 年，中国在专业展览场馆举办的各类境内展览会 5558 个，总展览面积 9475 万平方米。大型展会数量增多，平均单体展览规模持续提升，展览面积在 10 万平方米以上的展会数量达 100 个。

《报告》按照《展览业统计监测报表制度》口径，以全国 37 个省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门组织的展览业重点联系企业填报的信息为主要数据来源，以实地调研、现场访谈及电话函询等多种方式收集的信息为补充，从时间空间分布、产业行业属性等多个维度，对 2016 年度中国展览业整体规模、展会项目运营和展览相关企业经营等情况进行了深入系统的数据统计及分析研究，对展览业发展趋势进行研判。

《报告》显示，2016 年，在各方的共同努力下，中国展览业继续保持平稳发展态势，举办展览会规模和可供展览面积仍居全球首位，经济社会效益持续向好，发展新动能不断积聚。据商务部统计，2016 年，中国在专业展览场馆举办的各类境内展览会 5558 个，总展览面积 9475 万平方米。大型展会数量增多，平均单体展览规模持续提升，展览面积在 10 万平方米以上的展会数量达 100 个。全国可供展览室内面积在 5000 平方米以上且正在运营使用的专业展览馆 211 个，可供展览室内总面积 949 万平方米。2016 年全国展览会平均利润率为 19%，较 2015 年提升 1 个百分点。日用消费品及居民服务，房屋建筑、装饰及经营服务，工业与科技领域展览数量排名居前三位。全国展馆平均出租率为 29%，比 2015 年增加 2 个百分点。

《报告》指出，2016 年，中国展览业发展主要呈现出以下特点和趋势：一是随着政府“放管服”改革的深入推进，市场在行业资源配置方面发挥的作用更加突出，展览业整体格局正逐步优化；二是在供给侧结构性改革的大背景下，展览业对国民经济的贡献及拉动作用不断增强，其行业风向标的作用日益显现；三是信息技术渗透展览产业链每个端点，会展与科技创新进一步融合，数字化、信息化、智能化趋势凸显；四是绿色可持续发展理念渐入人心，成为展览业转型升级新的突破口。此外，国家“一带一路”、“中国制造 2025”、加快自由贸易区建设等重大战略的深入实施，为中国展览业走出去提供了新的契机。与此同时，展览业引进来的步伐也在加快。在展览业的开放发展中，中国与世界实现了共赢。

《报告》认为，我国展览业在快速发展的进程中，也存在一些问题，如区域发展不平衡，展览会质量效益总体不高、知识产权保护意识不强，展览业体制机制尚需完善，市场环境和行业秩序有待进一步规范等。下一步，商务部将深化展览业供给侧结构性改革和“放管服”改革，大力推进简政放权，进一步释放展览市场活力，不断优化政府服务，强化统计监测分析、知识产权保护、诚信体系及法制化建设等重点工作，加强事中事后监管，全面推动中国展览业提质增效升级以及创新和可持续发展。

自 2016 年底商务部印发《展览业统计监测报表制度》以来，各地商务主管部门、行业协会及企业纷纷响应，积极填报展览业数据，为《报告》的起草奠定了坚实的数据信息基础。

《报告》是商务部建立《展览业统计监测报表制度》后首次官方发布的年度统计分析报告，是贯彻落实《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（国发〔2016〕15 号）提出的“健全行业统计制度，完善统计监测分析制度，建立综合性信息发布平台”精神的重要举措。

来源：中经网会展

会展经济的多重效应和未来的发展趋势

导语

会展经济是以会展业为支撑，通过举办展览、会议和节庆活动，形成信息流、资金流、物流、人流，从而创造商机，并带动若干相关产业发展的一种经济现象。由于其具有高效性、带动性、综合性、聚集性、科技性、互动性等多重效应，被称为“经济发展的加速器和助推器”，在国际上被称为“触摸世界的窗口”和“诱人的城市面包”，正越来越被世界各国所重视。

会展经济的特点及多重效应

会展经济具有低投入、高回报的特点

大型会展场馆、会展物流交通基础设施一次性筹建完成后，可以长期重复使用，因此会展业投入和占用资源较少，长期回报率较高。另外，从产业利润率看，会展作为现代服务业的重要组成部分，行业利润率大约在 20%~25%以上，能创造较高的经济价值。比如，国际上会展业的产业带动系数大约为 1：9，即展览场馆的收入如果是 1，相关的社会收入为 9。据统计，近年来全球会展业每年产生的直接经济效益超过 3000 亿美元，为世界经济带来的增长总额超过 3 万亿美元。

会展经济发展具有很强的产业带动效应

举办会展活动，后向可以拉动建筑业、酒店业、餐饮业、通讯业、零售业、交通运输业等，前向可以拉动会展行业名片识别系统开发、展览会 PDA 系统开发和集群式通讯系统开发等业务，旁侧可以带动旅游业、市政建设、环保产业等。

会展经济具有强大的技术引导和展示效应

会展经济的发展及会展活动的举办，打开了世界交流的大门，产品和生产技术、管理经验甚至价值观可以在世界范围传递，从而为经济社会发展带来源源不断的动力。会展经济能

够提供大量就业机会。会展活动的举办需要大量的劳动力作为支撑，并且在成功引进投资项目后还可以为当地提供大量就业机会。

会展经济未来的发展趋势

欧洲会展经济发展规模大、效益好、影响深远，其展览量约占世界的 70%左右。从会展经济在欧洲的发展历程，可以看出会展经济的一些发展趋势。

其一，更加专业化

传统会展主要作用是提供信息，20 世纪 70 年代以后，展览的组织者逐渐将一般性的展览“缩减”为专业展览，目前专业会展成为主体。专业展览可以帮助参观者、参展商找到具有潜力的合作伙伴。

其二，更加市场化

从专业性展览向需求性展览转变，即从以参展商为中心的展览模式逐渐发展到以顾客为中心的模式，目前西欧和北欧国家均采用这一模式。从观众需求入手，根据跨行业参展商的要求设计展览，满足全球参观者的需要，成为 21 世纪以来会展经济发展的重要趋势。

其三，更加规模化集团化

随着会展经济的不断发展，会展业竞争也日益激烈，已由单一或多方面竞争转变为资金、人力资源、合作资源等全方位竞争。大型会展组织者凭借自身优势，通过兼并、收购中小企业不断提升实力，会展经济呈现规模化、集团化趋势。

其四，更加信息化和互联网结合化

随着以移动互联、云计算、大数据、物联网等为标志的新一代信息技术的不断发展，“互联网 +”成为新常态下驱动中国会展经济转型升级的内在引擎。互联网与传统产业的渗透融合以其强大的技术创新、商业模式创新优势，从市场、资本、资源等层面破除行业垄断，促进要素重新分配和产业结构升级。2015 年，《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》提出，加快信息化进程，引导企业运用现代信息技术，开展服务创新、管理创新、市场创新和商业模式创新，发展新兴展览业态。举办网络虚拟展览会，形成线上线下有机融

合的新模式。推动云计算、大数据、物联网、移动互联等在展览业的应用，实现互联网与会展产业的深度融合，成为会展经济创新发展的必然举措。2015 年和 2016 年，近两年，会展经济信息化水平显著提高。

“互联网 + 会展经济”提供的不仅是传统展会所具备的服务与线上资源的相加，还提供“智能化”增值服务。利用网络系统，推进展览活动流程的程式化、智能化、规范化和自动化管理；集成经济有效、自由方便、快速准确、具有极强互动性的网络平台；对会展活动进行展前、展中、展后的全过程管理；全方位重塑主办方、参展商、服务商和观众的体验，实现多方共赢。

来源：掌上世博平台

四次转型？ 乌镇变身“会展小镇”

今年3月，在首届中国旅游投资领袖峰会上，乌镇旅业总裁陈向宏说，乌镇在经历了从观光旅游到度假旅游再到文化旅游的转变后，要开始第四次转型了，那就是——会展小镇。

桐乡市委常委、乌镇镇党委书记姜玮在不同场合表示，下一步，会展经济会成为乌镇的“主业之一”，承接国家级、国际级高峰论坛，展示最前沿的高新技术，让乌镇成为国家、国际和互联网行业内最有影响力的展示区，招商引资的甄选区。

作为世界互联网大会永久举办地的乌镇，打造会展小镇，这不是一个遥远的梦想，而已切切实实走进现实。

抢抓机遇发展会展经济

有着优美环境和优质服务的乌镇，一直备受会议主办方的青睐。乌镇西栅景区自开业至今，已成功接待大小会议团队10000余个，会议数万场，包括国内外政府部门、世界五百强企业以及各类年会、研讨会、市场推广会等活动。

2014年首届世界互联网大会·乌镇峰会落户乌镇，乌镇成为永久举办地。这成为乌镇加速迈向会展小镇的重要契机。连续三年，百余个国家和地区千余名嘉宾齐聚乌镇，乌镇都以细致、个性化的服务赢得大会嘉宾一致好评，高质量的会场服务，专业的配套设施管理和对接保障了大会和数十场论坛的顺利举办。世界互联网大会的成功举办更是成为乌镇有能力、有实力打造会展小镇的注解。也因此，乌镇的高规格活动越来越多，用“接二连三”、“紧锣密鼓”来形容决不为过。

今年初以来，乌镇会展业呈蓬勃发展态势。5月23日至27日，“中国乌镇围棋峰会”将在桐乡乌镇举行，备受世界瞩目的谷歌人工智能AlphaGo与围棋世界排名第一的柯洁将在乌镇展开对决；今年4月，以“聚浪成潮”为主题的浪潮合作伙伴大会在乌镇举行，活动设置了9个分论坛，与会嘉宾3000人；本年度，大众、本田等知名车企新车发布及中国国际时装周闭幕大秀等活动也都在乌镇精彩上演……在一次次大型活动的圆满举办中，乌镇的经济发展迎来了新生机，“会展经济”成为当地政府着力打造的新业态。

全面提升软硬件配套水平

打造会展小镇，住宿、餐饮和会议室是必不可少的“三件套”。在这一方面，乌镇拥有过硬的软硬件配套设施。乌镇景区相关负责人介绍，乌镇景区内现有特色民宿、精品行馆、高档度假酒店等 15 家各具特色的酒店，可同时满足 3500 余人入住，酒店大都临河而建，环境优雅，推窗而出，或许就与小桥流水的江南气息撞个满怀。去年 1 月开业的乌村更是为外界提供了一个回归自然的好去处，在开会之余，与会人员可以在乌村享受田园生活。2017 年，乌镇旅游股份有限公司规划新建互联网宴会中心、帆船酒店、国宾馆等 8 个主要项目，这些项目建成后，将新增客房约 1500 间，新增餐位约 5000 个，新增展馆约 4.5 万平方米。

在餐饮上，除了大城市大酒店里拥有的美食外，乌镇的惊艳还在于美食与美景的结合：千年历史的昭明书院变身室外西餐就餐区；沿街设置长桌宴，千人围炉共品乌镇羊肉；世界互联网大会的主题晚宴“船宴”和“桥宴”更是亮眼……在乌镇，可以拥有不一样的江南味觉盛宴。

在浪潮合作伙伴大会的举办中，乌镇更是采用大数据的方式来支持。每天早上 8 点至 9 点，面对数千人从分散驻地至会展中心的大数量、高密度、高效率接驳挑战，乌镇景区车船管理部结合过往大型会议接驳案例的大数据分析，制定了专门方案，最终用时 45 分钟完成所有嘉宾接驳，精准高效的预案和专业人性化的应变得得到组委会和与会嘉宾的高度赞扬。

在乌镇镇区，各方面的软硬件配套也正在快速提升中。乌镇镇今年新启动或继续实施项目有 61 个，这些项目建成后将进一步改善镇区综合环境，提升配套水平。

特别值得关注的是，今年 4 月 28 日，乌镇镇人民政府与广东南奥文创集团有限公司签署战略合作协议，将建立全面、长期的战略合作伙伴关系。广东南奥文创集团有限公司是大型活动营销机构，也是城市 IP 和特色小镇运营商，有近 20 年大型活动整合运营经验，服务过奥运会、亚运会、全运会、世界互联网大会等。乌镇与南奥合作的目的显而易见。广东南奥文创集团总裁费书生表示，今后双方的合作将依托“世界互联网大会·乌镇峰会”打造会议服务经济，引进和运营相关类型的峰会。同时，以乌镇镇区为载体，打造一系列乌镇标签且具有全国乃至国际影响力的文化、娱乐、体育等赛事活动 IP，打造乌镇国际文创社区和周边配套服务业态等。由此可见，对于打造会展小镇，乌镇已经做好了准备。

人气就是经济

会展业冠有“城市的面包”、“城市的名片”、“城市经济的助推器”之名，对当地经济影响力非同寻常。有专家预测，国际上展览业的产业带动系数大约为 1：9，即展览场馆

的收入如果是 1，相关的社会收入为 9。会展业的快速发展能够有力地带动旅游、交通、运输、餐饮、住宿、翻译、广告、装潢等相关服务行业的全面发展。正是会展经济的高回报率，点燃了乌镇着力培育会展经济的热情。

人气就是经济。乌镇原本就是一个旅游大镇，而旅游则需要人气带动。今年，乌镇正在建设或洽谈的旅游项目很多，乌镇乐+国际汽车露营地、小城故事、子夜路小吃集市等项目顺利推进，乌镇之花、直升机等项目正在洽谈中……今后，乌镇旅游不仅有东栅、西栅和乌村，还有许多不同业态的项目供游客选择。然而，要支撑如此多的旅游项目，势必要有足够多的游客来捧场。那么，每办一次展会活动都是一次绝佳的向游客推介乌镇旅游项目的机会，也是直接吸纳游客的机会。

住宿也同样如此。在乌镇，不论是大酒店还是小民宿，都将成为会展业中的重要一环，特别是对于一些大型的酒店而言，更是可以直接承接各种会展活动。乌镇大城小爱民宿老板谢雨阳则表示，尽管自己只是开了个民宿，规模比较小，但是乌镇通过举办各种展会活动进一步提升知名度后，肯定能吸引更多的客流，届时，像他们这样的民宿的入住率也肯定能有更大提高。

乌镇三珍斋食品有限公司和乌镇泰丰斋公司的负责人也都纷纷表示，希望通过乌镇打造的这一新的经济业态，促进乌镇本地传统食品企业的发展，进一步向外传播三珍斋的酱鸡、酱鸭，泰丰斋的姑嫂饼等的美名，甚至成为乌镇各种展会的“座上宾”。

乌镇的各行各业都对打造会展小镇充满了期待，对此，乌镇正蓄势待发。

来源： 中国经济时报

“一带一路”峰会 国家会议中心彰显中国服务高水准

5月14日，世界目光聚焦中国，“一带一路”国际合作高峰论坛在国家会议中心隆重召开。国家主席习近平出席开幕式并发表主旨演讲。“一带一路”国际合作高峰论坛是中国首倡举办的“一带一路”建设框架内层级最高、规模最大的国际会议，主题是“加强国际合作，共建‘一带一路’，实现共赢发展”，由开幕式、领导人圆桌峰会、高级别会议三部分组成。包括29位外国元首和政府首脑在内的来自130多个国家和70多个国际组织约1500名代表出席此次高峰论坛。

国家会议中心是高峰论坛的开篇主战场和主阵地，于5月14日举办论坛开幕式、高级别全体会议和6场平行主题论坛3项重大活动。另外，国家会议中心还负责新闻中心的服务和保障工作，以及外交部、北京市筹备工作领导小组、办公室工作人员的住宿和用餐保障工作。

高峰论坛与会正式代表总人数约1500人，来自130多个国家和70多个国际组织，包括29位外国元首和政府首脑。高峰论坛使用国家会议中心全馆，其中会议室近70间，用于开幕式、平行论坛、双边会议、贵宾签约等24场会议服务。国家会议中心还为参会代表、记者、工作人员、武警等1万余人提供了餐饮保障。其中，单日用餐最高峰达2万人次。5月14日，仅新闻中心提供早、午、晚正餐和茶歇累计就达1.46万人次。

尽管曾有过6000多场会议及活动的服务经验，但面对此次高峰论坛，国家会议中心全体员工仍然以“零经验，第一次”的态度和高度的政治意识、责任意识和担当精神开展工作，避免经验主义，以最高的标准、最好的状态、最实的措施，按照“安全运行万无一失，服务接待滴水不漏，力争增光添彩”的要求，全面完成了大会的接待服务和运行保驾工作。

作为中国会展场馆的领先者，国家会议中心接待本次峰会任务可以用6个关键词精确概括。

优质

作为国内首家完成国家级服务业标准化试点的会展场馆企业，国家会议中心始终致力于打造会展行业的“金牌标准”，在此次高峰论坛的服务接待上秉承“有标准可依”的宗旨，通过规范化的管理制度、统一的技术标准，向客人提供可追溯、可检验的标准化服务。服务人员经过反复训练可以做到与服务标准分毫不差。

高效

高峰论坛期间，单日用餐最高峰可达 2 万人次。国家会议中心设计出多条人员分流和用餐路线，现场配有志愿者为与会人员指引路线、维护秩序，缓解用餐高峰时期的人流压力，做好会务保障工作。另外，本次高峰论坛的特点在于接待人数多、会议多、功能多、服务单位多，一定程度上增加了场馆安保、分流和餐饮的压力。特别是在 14 日上午的开幕式结束至高级别会议之间的“集结转场”环节，时间紧、任务重，如何在短时间内完成“转场”任务成为场馆面临的一大挑战。国家会议中心服务人员不仅在会前要反复进行演练，达到分秒不差的要求，还要应对现场各类突发状况。对此，国家会议中心提前制定接待服务和应急方案，布署“集结转场”的服务机制和相关安全措施，全力保证下一场会议顺利举行。特别值得一提的是设在国家会议中心展览区 1 号、2 号展厅的新闻中心，该中心设置了十五个功能区，每个功能区都配备工作人员和志愿者。媒体公共工作区共有 538 个记者工位，每个座位前设有电源插口和网线插口，24 小时不断电。开幕式当天，注册中外媒体记者达到 4495 人，国家会议中心为各国媒体记者提供细致周到的服务，除提供正餐、茶歇之外，在环境卫生、电源使用，以及室温控制等方面提供全天候的保障。高峰论坛期间，新闻中心 44 小时不间断运转。

严谨

国家会议中心为高峰论坛进行饰面改造及设备大修的项目共 34 项。各类设备设施维护保养工作共 60 项。其中涵盖了会议厅室推拉隔断、室外旋转门、制冷机组维保、配电设备检测、智能灯光控制系统等共计 20 余项的维保内容。针对大会堂马道清理、高空灯具及风口的摸排工作，展厅地沟内设施检查、室内外

及屋面排水系统测试等 40 余项的隐患排查工作。共计 255 人的保障队伍对各类工程设施进行保障工作。

规范

服务质量好坏，有赖于员工的素质，要提高员工的素质，关键是培训。国家会议中心开展了“一带一路”背景知识普及、礼仪、消防、急救等专项目培训，共计 2496 人次参加，参与高峰论坛服务保障工作人员总人次为 27226 人，其中单日最高峰服务人员达 2608 人。此外，国家会议中心为避免客人对食物过敏，食品标签名称均配有中英文对应文字，细致到把配料和辅料都标记出来。

创新

“什锦迷你饅”其灵感来自于新疆的传统食品“饅”，传统的“新疆饅”如果用作茶歇小吃，则个儿过大、不宜入口，厨师们就针对这个问题反复修改了六次，最终设计成饼干大小，方便食用。为突出当地特色，饅上撒上特产果干儿，更衬西域风情。此外，厨师还用奶和面，改良了“新疆饅”干硬口感，使“什锦迷你饅”更加松软可口。光这一道点心，就试验、修改了十余次，可见师傅们的用心与专业精神。

匠韵

为了更好的契合主题，国家会议中心特意为参与一线接待的服务人员定制了新的服装，蓝色旗袍娟绣上别出心裁的图案，传递的不只是对接待服务的用心和细心，更是形成了会场内一道亮丽的风景线。另外，早在 2016 年，国家会议中心厨师团队的师傅们就开始了高峰论坛的餐饮设计工作。从甄选食材、技能培训的基础工作，再到诸如摆台制作，菜品研发的提升创新，师傅们处处尽心，用专业为与会代表及工作人员提供既饱眼福、又饱口福的餐饮体验。国家会议中心结合“一带一路”会议主题、沿线国家风土人情、文化内涵，用面塑、糖艺、果蔬

雕等工艺设计了 40 余组、近千件特色摆台，作品有“万里长城”、“大漠风情”、“乘风破浪”、“百花争艳”、“四大发明”等。可以说优质、高效、严谨、规范、创新、匠韵的管理理念和服务缔造了国家会议中心从优秀到卓越的神话。

作为中国会展场馆的领跑者，国家会议中心的经营模式、服务标准一直被誉为行业标杆。国家会议中心以高水平、高标准、高品质的准则为高峰论坛保驾护航。高峰论坛也为会展业带来良机，论坛参与国家众多，推动了沿线国家和地区的合作发展，这也为会展业提供了国际化发展良机、有利于推进产业升级，提升会展场馆的平台价值。

国家会议中心从最初为接待专业商务会展活动的场所，历经 APEC 洗礼，成为重大外事国务活动的接待场所，到今天接待高峰论坛，成为中国主场外交活动的接待场所。国家会议中心凭借成熟而优质的软性服务和完善、一流的硬件设施，抓住每一次彰显中国服务的机遇，一步步跨越，一次次腾飞，从打造行业名片的国家级会展品牌到塑造引领世界会展风向标的会展品牌，稳扎稳打，开启世界大门，缔造国际影响力。

来源：王青道

会展与环境保护的思考

国务院《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》中倡导展览业低碳、环保、绿色理念，“绿色、低碳、可持续”已逐渐成为现代展会转型升级的方向。会展产业的未来趋势将是更加重视环保，避免不必要的污染与浪费。近日，笔者采访了业内两位大咖：灵通展览系统股份有限公司总裁黄彪和广州威蓝优展览服务有限公司总经理魏永平，就如何发展绿色会展两位大咖进行了详细阐述。

灵通展览系统股份有限公司是国内从事展览器材开发、研制和生产最早的公司之一，也是目前国内绿色展览搭建的先行者；广州威蓝优展览服务有限公司自成立之日起，就把绿色会展理念，创新会展理念融入到公司文化，并身体力行，是广告喷印行业的推动者。

何为绿色展览搭建，其标准是什么？

随着全球经济一体化及国际社会对环境问题的日益关注，经济发展和环境并重越来越引起各国政府的重视。绿色、创新、协调、开放、共享作为指导我国“十三五”甚至是更为长远时期的发展理念和发展方式，为我国会展业的长远发展指明了方向。所谓绿色展览搭建，黄彪认为，需符合特装简约化、构件标准化、环保化发展趋势，并满足以下四个方面要求：

设计：充分体现 3R 原则：即减量化、再使用和再循环。

材料：采用再生和可循环利用、无毒无害的环保材料或可回收材料。

搭建和拆除：现场拼装模块化、构件化，搭建和拆除有序、可控、方便、安全快捷，在施工过程中，不产生灰尘、噪音、有毒有害气体及废弃物等。

效果：展示效果能够表达企业理念，展示企业文化和产品形象。

判断一个展台的标准：不是看它搭建的展台是不是很华丽、很奢侈，而是看展台所表达的概念、展台的功能性、展台的沟通能力、展品本身及设计，同时考虑好如何能够保持环保、有序安全的撤展。

对比传统搭建，绿色搭建有何优势？

黄彪认为，绿色搭建有利于提高产业资源利用效率，降低展览企业运营管理成本；有利于优化产业发展结构，促进产业链健全发展。具体来讲，就是：

保护环境：绿色搭建提倡环保展具重复循环使用，一次展会举办下来，环保型材均可回收再利用，避免了传统搭建产生大量展览垃圾的问题。除此以外，产品重复利用、节能灯具的使用更是节能降耗最好的典范。

节约时间：中国的展览排档期很紧，在这样一种形势下，快速有效地展台搭建才能最大程度地保证展览的有序开展。

降低展出成本：绿色搭建使用较少的材料实现展位功能，同时展具具有易拆卸、易安装的特点，铝型材及画面既轻便又可重复循环利用，一方面大大降低了展览材料的运输及人工搭建成本，另一方面一套材料可多次使用则大大减少材料的单次使用成本。

综合以上诸多优势，绿色搭建、绿色展览成为展览业未来发展的必然趋势。作为国内外具有影响力的展示系统制造商和服务商，我们也在努力推广绿色展览的理念，进一步推动中国绿色展览的发展。

如何推动国内绿色会展发展？

黄彪认为，绿色会展在中国的发展是一个循序渐进的过程，需要各方的共同推动：

绿色会展的发展必须有政府相关部门的引导：商务部流通产业促进中心牵头发起的中国绿色会展联盟。灵通展览作为第一届的副理事长单位，积极参与了中国绿色会展联盟的筹建和组织工作。联盟本着展览业低碳、环保、绿色发展的理念，构建以会展主办方、会展中心、展览工程服务商为主体，贯穿物流运输、设计搭建、展览展示、会议活动、观众组织等各环节的绿色会展生态体系。

相关标准的定制与完善：灵通展览积极与商务部合作，参与行业标准制定的全过程。例如：已经公布实施的《会展业节能降耗工作规范》（标准号：SB/T 11090-2014）、《会展用拆装桌》（标准号：QB/T4936-2016），《展览器材术语型材展台》（SB/T 11161-2016）、《展台分类及技术规范》（SB/T 11162-2016）和审议通过的《环保展台评定标准》等。通

过标准体系的制定和规范解决了环保展台在设计、材料、环境和施工搭建过程中的问题，促进了行业的可持续发展。

相关人才培养工作必须跟进：灵通先后开展了多渠道的绿色环保材料的设计和使用方面的培训交流活动 22 届，共培训了 5000 多名设计师、施工人员，1300 多个搭建公司。通过培训，让更多的展览从业人员了解如何使用绿色材料，如何实现绿色展览；进一步加大绿色展览器材的研发力度，以满足市场日益增长的需求。在绿色展览推广过程中，最大的难度就是环保型材料如何实现客户的个性化需求，比如大跨度，多边圆弧等，灵通希望通过产品的研发，在保证绿色展览的同时，又保证客户个性化的需求，将两者有机地处理好。

从观念上引导客户使用绿色展具：首先，向客户介绍和展示国际上展览业发达的国家在展台设计方面的新理念以及优秀方案。其次，灵通展览本身也有着丰富的案例和图库，可以给客户呈现出使用绿色展台后实现出来的良好效果，从理念和思路上进行沟通。最后，再用一些新的解决方案向客户展示绿色展台能实现他们的个性化需求，使越来越多的客户能够接受绿色环保材料。相信通过各方的努力，绿色会展生态体系必将形成！

魏永平认为，广告喷印是展会工程搭建的重要一环，其绿色化程度的高低关乎会展绿色水平的高低。具体从以下几方面着手：

从主场做起使用环保材料：很多物料做到重复使用，减少会展垃圾与浪费，比如使用通用型材。

使用可回收材料：许多物料虽然不能多次重复使用，但是其材料可以回收，以后再循环使用。

从展位布置的设计抓起：向每一位参展客商推广绿色会展理念，首先从展位布置的设计开始，避免不必要的污染与浪费，对积极响应企业的创业给予一些优惠措施，引导参展客商向“绿色、低碳、可持续”方向转型升级。

在七月即将举行的“2017 威蓝优国际 UV 喷印及广告标识展览会”，我们将尝试把场地租赁和搭建打包销售，经过精心设计，以最环保，最简洁实用的方式帮助客户布置搭建，既省钱又好看，也保持了展会整体的风格。

魏永平说，去年底，各地都在查环保，作为广告喷印行业也必须顺应环保发展趋势，从设备生产厂商，油墨生产厂商，喷墨介质生产厂商都在积极转型升级。环保概念深入人心，环保使命不可推卸。画面要环保，涉及到油墨和纸张介质，这是一个联动的过程，物料环保了，会展搭建工程自然也就环保了，绿色会展，任重而道远，我们将不懈努力。

来源：现代会展

会展业需要什么样的移动应用？

随着移动网络的普及，包括 WiFi、4G 网络覆盖率不断扩大，智能移动终端设备销量大增，移动互联网可以轻松连接到每一个终端用户。根据预测数据显示，2015 年，中国移动互联网用户规模达到 7.9 亿人。预计到 2018 年，中国移动互联网用户规模将达到 8.9 亿人。移动互联已然成为商务活动的重要基础条件。同时，移动应用的发展也呈现向平台化和垂直化双向发展的趋势。一方面，互联网巨头通过超级 APP 大范围的覆盖用户，围绕自身资源打造生态平台化产品，通过连接各类应用、场景，成为移动互联的中枢。如通过支付宝可与购物、游戏、视频、旅游、金融等多种应用和场景连接。另一方面，随着行业互联网化的进程不断深入，带动中长尾应用根据场景不断裂变，向着垂直领域的专业化、精细化发展。如餐饮行业互联网化根据用户需求场景不同可以拆分出美食攻略、餐饮配送、餐饮预订等多个细分场景。

在会展行业，互联网化同样也在不断深入普及，越来越多的展会组织者和第三方开发商都在提供基于展览和周边服务的移动应用开发，移动应用已成为品牌展会不可或缺的标配之一。但究竟选择何种开发工具，提供哪些服务方面，却存在一些分歧。据笔者观察，就目前大部分展会的移动应用来看，基本可分为工具、平台、媒体这三种方向类型，当然也有把这三种方向结合起来的综合性解决方案。笔者对不同的方向做了一些归纳：

一是以提供查询展会信息、注册报道等工具类的服务应用

对任何一个专业贸易采购商来说，这是低频的特定场景应用。所谓低频，也就是说可能只在展会期间打开，而大部分时间则不会打开。很多展会在工具应用层面做得很好，如慕尼黑黑体博会的 ISPO APP、铸造展的微信公众号等。

二是以提供行业资讯为主的媒体类的服务应用

这种应用以垂直行业的报道、收集、整合新闻资讯为方向，试图打造用户高频的应用。在展会媒体类应用中也有很好的案例，如 CBME 中国孕婴童展览会的“孕婴童微报”。

三是以提供展商和观众的互动、传播、商品展示的平台类的服务应用

这种应用需要企业用户的深度参与，以展会场景为链接点，同时突破展会的时空限制，

保持用户的持续关注是需要解决的主要问题。在平台类应用中同样也有突出者，如瓦楞包装展的“华印纸箱”微信公众号。

那么，对于一个展会组织者来说，究竟应该打造什么样的移动应用呢？笔者认为，开发一款应用至少有三个问题需要弄明白。

首先，市场定位问题，产品设计者要搞明白，这款应用的使用者是谁；能为使用者解决什么样的问题；如何解决；有没有替代方案；为用户带来什么样便捷；如何推广营销？

其次，用户体验方案，使用者的使用场景是什么；多久使用一次；哪些是核心功能；哪些是边缘功能；便捷操作路径怎么建立，如何将功能分布到页面上，页面应该是什么风格样式；最终 UI 方案如何呈现？

最后，程序员开发、测试，选择何种开发方案；选择 APP, 还是微信；开发成本如何；维护成本如何；运维成本如何？

就上述这些问题，当前大部分展会移动应用通常都选择为专业贸易采购商为主要用户群体。服务内容则包括：展会介绍，预先注册，展商、展品、活动和会议查询，基于展位图的导览等等，总体是为方便采购商了解展览会、查询展会和展商相关信息，以及快速入场。在用户体验方面，选择工具类应用开发的较为普遍，对媒体和平台类的应用，因需更高阶的运营执行能力，相对成功者仍然较少。

对于如何实现开发这些移动应用，可以选择通过开发 APP, 或者微信公众号、微信小程序，但各自在开发成本、运营维护要求等方面都存在一定差别。

来源：中国贸易报

会展“内延外拓” 电商引领产业发展

——访中国科技五金城集团董事长兼总经理夏霆

如同门博会，中国科技五金城眼下同样处于稳中趋好的发展阶段。统计显示，2016年，五金城实体市场成交额达436亿元(不包括博览会)，同比增长6.3%；网上市场交易额289亿元，同比增长11.2%。“如今，我们将践行‘1234’行动计划，即瞄准资本上市一个目标，强化电商、会展两大产业，提升金城、金都、‘尚五金’三大市场，深入推进电商引领、展贸联动、‘走出去’发展、品牌强市四大战略。”夏霆说，以此加快从管理市场向经营市场转变，推进市场、电商、会展联动发展，线上线下全面融合发展，继续确保国内五金市场的龙头地位和五金行业的引领发展地位。

“今年我们将把内部资源用足，争取全年办展次数达到35场。”夏霆表示，除了创新办好中国五金博览会和中国(永康)国际门业博览会、文体用品博览会等重点展会，还要“走出去、引进来”：一方面，在引进外地、国(境)外参展企业数量上争取有新的突破，另一方面，则更加主动地“走出去”办展。

今年3月，五金城集团在去年的基础上，承办了第二届中国(北京)国际自动门电动门展览会暨军民融合产品展示交流会；同样是3月，由五金城集团等机构承办的2017中国(金华)新能源汽车展览会在金华举办，为汽车整车企业、零部件企业、流通企业搭建了一个良好交流合作平台。接下来，五金城集团还将继续开启“走出去”办展的第三站——5月29日至6月2日，在云南保山的茂华义乌国际商贸城承办2017中国永康·保山五金博览会。

“市场和会展在本地发展逐渐趋于饱和，我们要带着商户一起走出去，到市场资源丰富的地方寻找商机、到‘水草丰盛’的地方抢占市场，实现由‘农耕’到‘游牧’的转变。”夏霆说。

作为另一大支柱产业，五金城集团不遗余力发展电商产业。如今，在浙江专业市场中，线上线下融合发展取得明显成效的，五金城集团算得上一家。

去年，五金城创建的电商平台“尚五金”开通了2.0版本，开启PC端、手机APP和微商城三网营销新格局。目前，该平台在网销售各类五金产品已达6万余件，辐射全国10多个省市。可以说，以“尚五金”电商平台为核心的“互联网+”营销体系正构建起五金产业

链线上线下融合的新格局。

今年，市场电商发展的目标则是：发展壮大“尚五金”商城、“智慧五金城”，开辟“五金优选”自营平台，激活品牌运营，力争线上市场成交额增长 10%以上。

这其中，上月末刚上线的“五金优选”自营平台是一个重点。“开辟‘五金优选’平台，是为了打造民族品牌。”夏霆说，“五金优选”上的产品都是请专业的工业设计团队设计，与专业工厂合作生产的中高端五金产品，从设计、生产到销售、服务形成了闭环，同时也是商业模式的一种创新。

此外，五金城集团还将在今年建立完整的供应链体系，拓宽营销渠道。夏霆表示，接下来将积极运用好自营平台和宁夏银川、湖北恩施、河南郑州等直销中心，以及跨境电商等，加大营销力度，为“尚五金”品牌产品打开更大的市场，让永康好五金走得更远。

夏霆说，龙头市场对产业的带动作用很大，五金城有特色、有优势、有渠道，办好展会的同时，通过电商引领产业集群实现新腾飞。

来源：金华新闻网

品牌是会展业可持续发展的重要推动力量

中国品牌展会圆桌会 5 月 30 日在北京国家会议中心举行，来自中国会展经济研究会领导、业界专家和国内政府主导的大型品牌展会代表出席了会议。2017 北京国际服务贸易交易会组委会副主任、北京市商务委员会副主任倪跃刚以东道主的身份出席会议并致辞，他表示会展业已成为构建现代化市场体系和开放型经济体系的平台，做大做强会展业，发挥会展业平台作用，对促进经济贸易发展具有十分重要的意义。

“品牌是市场竞争力的重要工具，是会展业可持续发展的重要推动力量，在日益激烈的国内国际会展市场竞争中，展会的品牌化发展，既是会展产业发展的重要趋势，又是国家推进会展业发展的一项战略手段。”倪跃刚介绍说，京交会自诞生之日起，就定位为国家级、国际性、综合型服务贸易交易平台，是全球唯一涵盖服务贸易 12 大领域的综合型展会；2014 年中央把京交会定位为机制性大型涉外展会；2015 年 1 月国务院（8 号文）进一步明确京交会是中国服务贸易龙头展会，同年 3 月国务院出台《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（即国发〔2015〕15 号）；今年 4 月国务院同意将 5 月 10 日设立为“中国品牌日”。作为京交会执行机构，对于如何更好履行国家对京交会赋予的使命，打造京交会品牌，我们深感责任重大。经过四届的培育，京交会已在国内外形成了一定的知名度和品牌影响力。前四届京交会累计参展企业 7500 多家，173 个国家和地区的到会客商 56.2 万人次，实现意向成交额 3217.1 亿美元，39 个国家或地区举办了 66 场展览展示和 54 场专题推介活动，近百个国际组织及商协会组团参展参会，充分展示出了京交会的品牌效应。

倪跃刚指出，目前中国会展业呈现出多层次、全方位发展态势，实现会展业的品质化，创造与中国经济发展、与中国国际地位相适应的会展品牌，已成为摆在业界同仁们面前的重要课题。

倪跃刚强调，研究表明，会展业已从规模化发展逐步转向专业化、品牌化、国际化、信息化，显现出强大的关联效应和经济带动作用。这标志着中国会展业将进入一个优胜劣汰的整合期和品牌建设的黄金期。展会的品牌化发展，需要借鉴发达国家成熟经验。比如，德国高度关注展会的品质化发展，将展会规划、创意、组织、实施，乃至展会品牌资产培育，植入到系统工程理论之中，加以科学运作，取得了瞩目成果。同时，我们也要善于从国内同行中学习成功经验。愿意和来自全国各地博览局的同志，还有相关业内专家多学习，希望大家能围绕展会品牌发展，特别是政府主导型展会的市场化运作和品牌资产的培育进行深入探讨、广泛交流、取得成效。

来源：中经网会展

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：020-8904 8057/188 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