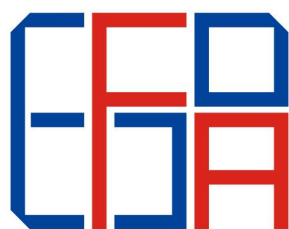




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

三月刊 2017年3月31日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

- *2016 年 UFI 中国会员名单，京粤沪位列三甲
- *潭洲国际会展中心专注工业会展，打造佛山会展品牌
- *构建智慧会展新业态，互联网+是手段也是必由之路

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

 专业观众邀约 为什么 是什么 做什么?10

【会展资讯】.....18

 2016 年 UFI 中国会员名单，京粤沪位列三甲..... 14

 潭洲国际会展中心专注工业会展，打造佛山会展品牌..... 21

 会展业“展能过剩”，亟待由大变强.....28

 世界展商百强现状.....30

 构建智慧会展新业态，互联网+是手段也是必由之路..... 36

 理顺新型“展媒”秩序.....39

 高水平开放型经济新体系，将促广州会展再升级? 41

 会展业与融合发展.....43

 维护会展知识产权 推动行业健康发展..... 46

1. 2017年3月1日，由我会副会长单位广东卫视会展频道主办的“2017创投风向标暨广东卫视《我要去创业》项目创新发布会”在广州东方宾馆隆重举行，这是一场汇集省市领导、国际创业大咖、国内投资机构、驻华外交商业机构、本土优秀企业家的大型千人级创投盛会。我会会长刘松萍女士受邀参加，收获颇多。

2. 2017年3月2日，我会4家会员企业同时办展，科展的华南国际口腔展、雅士的华南华南印刷包装展、鸿威是售货支付与智能设备博览会和光亚法兰克福自动化展，协会领导受邀前去观展，加深企业与协会交流。

3. 2017年3月4日，协会领导前往潭洲会展中心所在地北滘镇与书记、镇长及新城管委会、会展局、会展中心等各级领导就潭洲会展中心的会展功能、场馆所在地配套支持、会展政策、展会项目、展馆服务等方面进行了广泛的沟通交流。

4. 2017年3月8日下午，云南省贸促会、昆明市博览局及滇池国际会展中心领导莅临协会指导，出席会议的领导有云南省贸促会副会长黄姗女士，云南省贸促会秘书长母建生先生，昆明市博览事务局副局长赵斌先生，云南滇池国际会展中心运营管理有限公司副总经理李怀忠先生、副总监何唯先生，云南中马文化传播有限公司总经理贺今朝先生。我会会长刘松萍女士携旗下广东跨采、广东智展、广州汉威、广州正和、广州振威、广州怡佳等会员企业与各领导面对面进行项目对接，双方沟通愉快，并达成合作意向。

5. 2017年3月28日，由广州市政府主办，广州市商务委承办的“2017全球会展（广州）圆桌会议”在白云国际会议中心举行。今年会议的主题是“会聚全球，创新未来”。作为2017中国广州国际投资年会主题分会之一的全球会展圆桌会议得到了广州市委、市政府的高度重视，此次会议的举行有助于政府明确会展产业发展现状和发展趋势，制定针对性强的政策与措施推进广州“十三五”发展规划目标的如期完成，有助于让更多国际会展、会议、会奖组织机构和主办方了解广州，进一步关注、加强和广州的深入交流与合作。此次大会，我会会长刘松萍女士受邀参加，同时携协会20多家企业共同参与，进行了广泛深入的交流。

6. 2017年3月28日下午，由我会副会长单位广东跨采展览有限公司承办的2017 CIEE 中国（广州）国际中老年生活博览会暨第四届广州（国际）养老服务产业项目合作交流会（简称：老博会）首次筹备工作会议在广州养老服务产业协会胜利召开，我会作为老博会的支持单位参加本次会议，会议上我会会长刘松萍女士为老博会积极进言献策，希望各主办方能够精诚合作，整合优势，共同推动老博会的成功举办，并对于如何提高展会效果、更好服务客商提出了专业的建议。同时也表示广东跨采展览有限公司作为协会的副会长单位，协会将发动社会各界资源，全力支持展会。

7. 2017年3月30日，由广东会展组展企业协会、万秀网联合主办的“第五期组展人沙龙”在广州颜值空间（广州鹅公村主题餐厅）隆重举行，同时也是“广东会展之窗”的线下推广活动。沙龙主题为：“实力圈粉”——组展机构如何搭建高效的新媒体营销管理体系，本次我们邀请到24Ways 创意营销创始人、微信运营研究院（GZ）发起人、香港大学哲学硕士周玉清女士（跳格子）做嘉宾分享。周女士曾为励展博览集团等会展企业进行内部培训，并受邀成为江苏省广播电视台“新媒体创业导师”。本次沙龙首次采用直播方式，共吸引了将近500名场外观众学习。本次沙龙报名十分火热，受邀出席的嘉宾除了来自广州本地外，还有来自北京、深圳、东莞、中山等地的会员企业以及高校代表，包括广东工业大学、广州商务会展促进服务中心、雅式展览、博闻（广州）、广州巴斯特、广州振威、怡佳会展、北京谊和永邦、广州保利锦汉、广州世展米兰、深圳捷旅、东莞宏进、广东跨采、光合作用、世隆展览、广州外展、广州环博、广东鸿威、双威展览、广州艺帆、广东科展、中山亚联、柏堡、司途会奖、广州恒斌、广州斯洛伽特、等企业的60余与会嘉宾。

**展
会
前
瞻**

中国进出口商品交易会展馆

第 121 届中国进出口商品交易会（一期）

开展时间：2017. 4. 15 -2017. 4. 19

主办单位：中国对外贸易中心

第 121 届中国进出口商品交易会（二期）

开展时间：2017. 4. 23 -2017. 4. 27

主办单位：中国对外贸易中心

保利世贸博览馆

第八届中国（广州）门业博览会

开展时间：2017. 03. 30 - 04. 01

主办单位：深圳美家美户家居传媒有限公司

第七届中国(广州)定制家居展览会，第七届中国(广州)衣柜展览会

开展时间：2017. 03. 30 - 04. 01

主办单位：广州博骏家居科技有限公司

中国（广州）国际康复设备及福祉辅具展览会

开展时间：2017. 03. 31 - 04. 02

主办单位：中国国际经济技术交流中心、广东省残疾人辅助器具资源中心

第 29 届广州国际玩具及模型展

开展时间：2017. 04. 08 - 04. 10

主办单位：广州力通法兰克福展览有限公司

第 8 届广州国际童车及婴童用品展

开展时间：2017. 04. 08 - 04. 10

主办单位：广州力通法兰克福展览有限公司

2017 广州国际汽车零配件及服务用品展暨：2017 第 14 届广州国际车用空调及设备展览会

2017 广州国际车用散热系统及设备展览会 2017 广州国际汽车电子及服务用品展览会

开展时间：2017. 04. 14 - 04. 16

主办单位：广州市巴斯特会展有限公司

第 35 届广州（锦汉）家居用品及礼品展览会

开展时间：2017.04.21 - 04.27

主办单位：广州市保利锦汉展览有限公司

AC-Joy 动漫游戏嘉年华

开展时间：2017.04.30 - 05.01

主办单位：广州市光合作用展览有限公司、广州漫友文化科技发展有限公司

广州国际采购中心

2017 第四届中国（广州）国际宠物产业博览会

开展时间：2017.04.07 - 04.09

主/承办单位：羊城晚报社、广州明一展览服务有限公司

2017 第 4 届 CPF 国际宠博会·中国广州

开展时间：2017.04.07 - 04.09

主/承办单位：羊城晚报、金羊网、广东省宠物行业协会

2017 第三届广州国际水族展

开展时间：2017.04.07 - 04.09

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司

2017 广州国际数码印刷、图文快印展览会

开展时间：2017.04.14 - 04.16

主/承办单位：广州环之球会展服务有限公司

2017 第四届广州国际摩托车及零部件展览会

开展时间：2017.04.15 - 04.17

主/承办单位：广州乐佳展览策划有限公司

2017 亚太国际物流装备与技术展览会

开展时间：2017.04.19 - 04.21

主/承办单位：广州中汽展览有限公司

2017 广州国际进出口轴承及装备展览会

开展时间：2017.04.19 - 04.21

主/承办单位：广州中汽展览有限公司

2017 第八届广州国际充电桩(站)技术设备展览会

开展时间：2017.04.19 - 04.21

主/承办单位：广州中电国际展览有限公司

2017 广州春季陶瓷工艺品编织品及家居用品展览会

开展时间：2017.04.21 - 04.27

主/承办单位：广州名展展览服务有限公司

南丰国际会展中心

2017 第七届广州国际自行车电动车展览会

开展时间：2017.04.15 - 04.17

主/承办单位：广州乐佳展览策划有限公司

2017 第四届亚太国际 3D 打印产业及模具展览会

开展时间：2017.04.15 - 04.17

主/承办单位：广东省增材制造协会、广州里外展览策划有限公司

YACA 2017 第 52 届五一动漫画展

开展时间：2017.04.29 - 04.30

主/承办单位：YACA 动漫协会

深圳会展中心

2017 中国锂电新能源展

开展时间：2017.04.09 -2017.04.11

主/承办单位：中华人民共和国工业和信息化部、深圳市人民政府

2017 第五届中国电子信息博览会

开展时间：2017.04.09 -2017.04.11

主/承办单位：中华人民共和国工业和信息化部、深圳市人民政府

2017 中国（深圳）国际电子展览会

开展时间：2017.04.09 -2017.04.11

主/承办单位：中国电子器材总公司、中电会展与信息传播有限公司

澳门产品展

开展时间：2017.04.14 -2017.04.16

主/承办单位：南光国际会议展览有限公司

2017 中国（深圳）国际电子烟产业博览会

开展时间：2017.04.14 -2017.04.16

主/承办单位：深圳市创意时代会展有限公司

中国国际人才交流大会

开展时间：2017.04.14 -2017.04.16

主/承办单位：深圳市人力资源和社会保障局

2017 第 12 届深圳国际品牌内衣展览会、第四届深圳国际内衣贴牌及面辅料展

开展时间：2017.04.19 -2017.04.21

主/承办单位：广东省纺织协会、深圳市盛世九州展览有限公司

2017 第十五届深圳国际黄金珠宝玉石展览会

开展时间：2017.04.19 -2017.04.22

主/承办单位：亚洲博闻有限公司、博闻(广州)展览有限公司

2017 第二十五届中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会

开展时间：2017.04.25 -2017.04.28

主/承办单位：励展华博展览（深圳）有限公司

2017 深港国际教育展

开展时间：2017.04.30 -2017.05.01

主/承办单位：易图咨询

广东现代国际展览中心

2017 第十八届中国（东莞）国际纺织制衣工业技术展暨华南国际缝制设备展

开展时间：2017.03.29 -2017.04.01

主办单位：广东省缝制设备商会

2017 第十八届中国（东莞）国际鞋机鞋材工业技术展

开展时间：2017.03.29 -2017.04.01

主办单位：讯通展览公司

2017 第六届中国加工贸易产品博览会

开展时间：2017.04.20-2017.04.23

主办单位：商务部、国家知识产权局、广东省人民政府

2017 第十七届春季广东国际汽车展示交易会

开展时间：2017.04.29-2017.05.02

主办单位：中国汽车工业国际合作总公司、广东现代国际展览中心、东莞市汽车博览中心、东莞中汽会展有限公司

专业观众邀约 为什么 是什么 做什么？

会展交流

上周，中部地区某省会城市一家民营公司的项目经理，通过微信向我咨询有关专业观众邀约工作的考核方法。为了解情况，我们进行了电话沟通。

经交流，得知这位年轻的项目经理在岗已有三年，所做展会属于 B2B 性质。由于销售遭遇困境，已明白参观效果是制约销售的痛点。项目组现已配人从事专业观众邀约，但不懂得怎么考核。我记得，去年在微信上我就回答过这位经理的同样问题。然经过半年，他再次求助。

通过电话沟通，我终于搞清楚了问题所在：对于专业观众邀约工作，这位经理既缺乏专业知识，也没掌握业务技能，可以说不太懂。因此，他不能理解我提供的考核方法，故而难以实施。

认知“为什么”

这是一个典型的案例。充分反映出国内展览公司尤其是民营公司的业务瓶颈和人才短板。

客商之所以参展，目的有三：一是接触用户，二是了解同行，三是展示存在。其中，绝大多数专业展的客商都是把接触用户放在首位的。中西部地区的专业展，参展商往往是产品的经销商，通过接触用户获取订单，更是主要目的。

对于参展商而言，专业观众越多越好。对于中西部地区专业展的参展商而言，专业观众中的买家越多越好。反之，展会效果就不好，参展商就不满意。效果不好的专业展，参展商就会排斥。因此，主办方销售困难，要么展会规模上不去，营收徘徊，利润稀薄；要么做不过三届就关张歇菜！

这些道理并不深奥，相信专业展的主办方都能明白。但为什么仍有本文开头的案例呢（据我所知，这种主办方为数还是不少）。实际是，这些主办方尤其是老板以及高中级管理层并非真明白这些道理！

在我看来，如果是真明白，就应该采取有针对性的措施，刻不容缓地加强或改进邀约专业观众的业务工作，并力促取得成效；如果是真明白，当发现自身缺乏这项业务的专业知识、

专业技能时，就会刻不容缓地学习先进，避免盲人瞎马事倍功半走上迷途；如果是真明白，就会举一反三，全面审视自身是否落伍，是否正在出局者的路上！

弄清“为什么”，不仅仅是理解专业观众邀约对于专业展的重要性，而是要知晓消除痛点之道。从认知能力看，后者比前者高明。

定位“是什么”

在弄清“为什么”的同时，要厘清“是什么”。

“是什么”旨在明确专业观众邀约业务的定位。可分为两个层面：专业展通行的专业观众邀约工作的定位；所在主办方专业展专业观众邀约工作的定位。前者把握共性，后者体现个性。

专业观众邀约工作的共性，可以罗列许多。针对本文案例，我着重强调如下：

一、是专业展不可或缺的业务环节

没有配备工作专班、专人进行观众邀约的专业展，是低水平或品质差的展会。不会邀约或不会管理邀约业务的展会主办方，是管理落后的机构。

二、是主办方需要投入人力、财力、物力的业务

与销售属于“来钱”业务不同，邀约专业观众是“花钱”的业务，在项目成本中通常占10以上，新项目占比更高。

三、是展会营销工作的主要内容

专业展的营销工作主要面向参展商和专业观众，但针对后者的份量更重。

四、是专业人才、核心员工履职的岗位

邀约观众所需的知识与技能，远比展位销售复杂，缺乏学习能力和责任心的人难以胜任。此项工作关乎主办方最具价值的商业资源，缺乏忠诚度的员工不能从事。

专业观众邀约工作的个性，必须根据专业展的主题（指展会所服务的行业）、影响范围（指国际性、全国性或区域性展会）和观众（指观众的来源、构成、喜好）的特点，加以分析归纳，从而形成清晰的定位。

抓实“做什么”

“做什么”就是解决邀约专业观众的业务操作问题。2015年5月，在《张凡的会展洞察》微信公号上，我发表了题为《展会邀约专业观众“七问”》的文章，用以梳理专业观众邀约工作的思路：

一问 谁是专业观众？

二问 专业观众在哪里？

三问 有没有专业观众数据库？

四问 有没有邀约专业观众的方法？

五问 有没有配置专业观众邀约工作的部门或员工？

六问 有没有专业观众邀约工作的投入？

七问 有没有专业观众参观数据的分析？

这七个问题环环相扣，构成邀约工作的全过程。有兴趣的同仁，可以查看这篇文章。

依我经验，安排专班/专人、设定业务流程、建立数据库、多途径/多形式展开邀约，是落实“做什么”的要点。而明确考核指标，制定工作计划、督导工作进程，是保障工作成效的三个“抓手”。

不断深化“三个什么”

“三个什么”是解决工作难题的思想方法。

然而光讲“为什么”，不明“是什么”和“做什么”，就是空讲，没有意义！而只有“是什么”和“做什么”，不能通过思考“为什么”提升认知水平，“是什么”和“做什么”将保守不前，难以与时俱进。“三个什么”应该相辅相成，相得益彰。

近读上海外经贸大学王春雷博士介绍美国展览业的文章，谈到美国展览机构通过调查，对于观众在展会的平均停留天数、平均停留时间、现场密度以及参观意愿进行详尽分析。这一信息告诉我们，发达国家的展览业者不但高度重视邀约观众，而且在专业化方面趋于“高精尖”领域。在这篇文章中，王春雷还披露了上海博华公司执行董事王明亮先生去年12月

发表的观点，即：将观众的增长作为考核奖金的主要指标。我想，王明亮先生所说的奖金应该是项目组的奖金！

由此可见，邀约专业观众是国内外展会主办方的共同课题。

如何邀约，看来“没有最好，只有更好”！

来源：张凡的会展洞察

2016 年 UFI 中国会员名单，京粤沪位列三甲

国际展览业协会 (UFI) 是展览业界唯一的全球化组织, 英语表达为 The Global Association of the Exhibition Industry, 旧称 Union des Foires Internationales, 简称 UFI。1925 年 4 月在意大利米兰成立, 协会原名翻译为“国际博览会联盟”。2003 年 10 月改为现名, 总部在法国巴黎。

会员包括贸易展览会组织者, 展览和会议场馆, 专业展览协会以及展览业的合作伙伴。其宗旨是提高贸易展览会的组织水平, 为会员提供信息, 加强国际合作和交流, 统计和收集全球展览信息, 提供对会员和非会员的专业培训, 定期发布全球展览业晴雨表及其他调查报告。

2016 年 UFI 中国会员名单

序号	公司 (英文)	公司 (中文)	地区
1	Adsale Exhibition Services Ltd.	雅式展览服务有限公司	香港
2	Beijing Asiamachine International Convention & Exhibition Ltd	北京工程机械有限公司	北京
3	Beijing Energy Conservation and Environment Protection Center	北京节能环保中心	北京
4	Beijing Zhenwei Exhibition Co. Ltd	北京振威展览有限公司	北京
5	BIEC - Beijing International Exhibition Center	BIEC—北京国际展览中心	北京
6	Capital Exhibition Services	北京国机展览中心	北京
7	CCPIT Building Materials Sub-Council	中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会	北京
8	CCPIT Sub-council of Chemical Industry	中国国际贸易促进委员会化工行业分会	北京
9	CCPIT Tangshan City Committee Partners	唐山贸易促进委员会	唐山
10	Chengdu Branch of Hubei Tarsus Hope Exhibition Company	湖北好博塔苏斯展览有限公司成都分公司	武汉
11	China Foreign Trade Guangzhou Exhibition General Corporation	中国对外贸易中心广州展览总公司	广州
12	China Investment Promotion Agency of Ministry of Commerce of PR China (CIPA)	中华人民共和国商务部投资促进事务局	北京
13	China Tibetan Carpet Association	中国藏毯协会	西宁

14	Chongqing Lijia Conference & Exhibition Co., Ltd	重庆市立嘉会议展览有限公司	重庆
15	Comexposium (Shanghai) Ltd	高美艾博展览（上海）有限公司	上海
16	Comexposium China	爱博西雅展览（北京）有限公司	北京
17	Cosmoprof Asia Ltd	亚太区美容展有限公司	香港
18	CP Exhibition	华进国际展览公司	香港
19	Diversified Communications Hong Kong	多元商讯(香港)	香港
20	E.J. Krause & Associates, Inc. (China)	美国克劳斯国际展览公司（中国）	北京
21	Exhibition Center of China Light Industry	中国轻工业展览中心	北京
22	Guangdong International Science & Technology Exhibition Co.	广东国际科技贸易展览公司	广州
23	Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co Ltd.	广州光亚法兰克福展览有限公司	广州
24	Guangzhou Poly Jinhan Exhibition Co., Ltd.	广州市保利锦汉展览有限公司	广州
25	Guizhou International Wine Fair Exhibition Co., Ltd.	贵州国际葡萄酒博览会展览有限公司	贵阳
26	Guzhen Lighting Expo Co., Ltd.	古镇灯都博览有限公司	中山
27	Hannover Milano Fairs China Ltd.	汉诺威米兰展览会中国有限公司	香港
28	Hannover Milano Fairs Shanghai Ltd.	汉诺威米兰展览会上海有限公司	上海
29	Hong Kong Exhibition Services Ltd.	香港展览服务有限公司	香港
30	Hong Kong Jewelry Manufacturers' Association (HKJMA)	香港珠宝制造业厂商会	香港
31	Hong Kong Trade Development Council	香港贸易发展局	香港
32	Huanyu Shishang Exhibition (Shenzhen) Co., Ltd.	环宇时尚展览(深圳)有限公司	深圳
33	Informa Exhibitions	英富曼会展公司	上海
34	ITE China	艾特怡国际会展服务(北京)有限公司	北京
35	Jing Mu International Exhibition Co., Ltd.	京慕国际展览有限公司	北京
36	Koelnmesse Co. Ltd. (Beijing)	科隆展览（中国）有限公司（北京）	北京
37	Koelnmesse Ltd. (Hong Kong)	科隆展览（中国）有限公司（香港）	香港
38	Macao Trade and Investment Promotion Institute	澳门贸易投资促进机构	澳门
39	Meorient International Exhibition	米奥兰特国际会展	上海
40	Messe Düsseldorf China Ltd.	杜塞尔多夫展览(中国)有限公司	上海
41	Messe Frankfurt (HK) Ltd	法兰克福展览有限公司(香港)有限公司	香港
42	Messe Frankfurt (Shanghai) Co Ltd	法兰克福展览有限公司(上海)有限公司	上海
43	Messe Muenchen Shanghai Co., Ltd.	慕尼黑展览（上海）有限公司	上海
44	Milton Exhibits Group	弥尔顿展览集团	香港

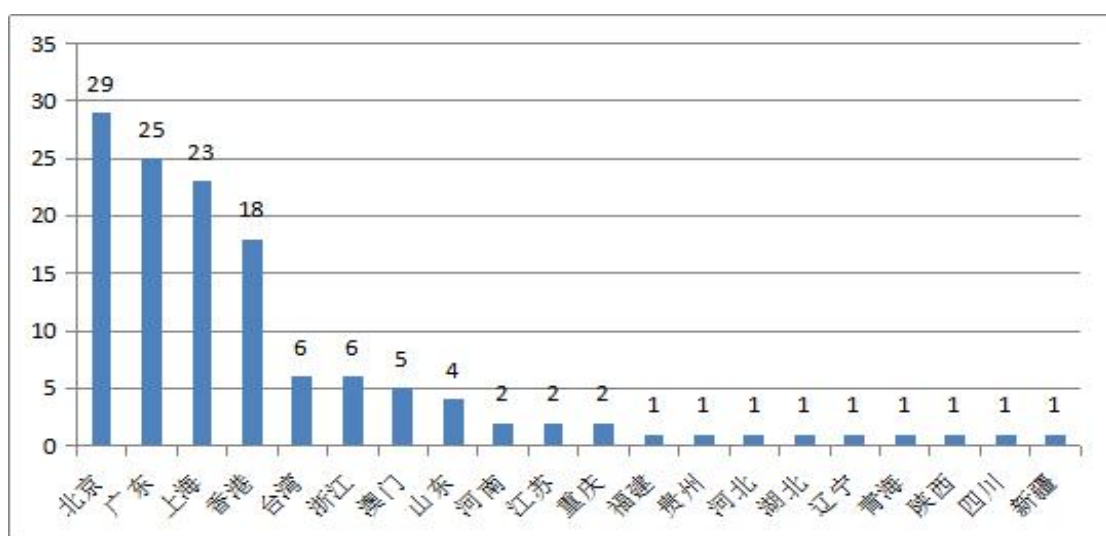
45	MMI Asia Pte Ltd - Hong Kong Branch Office	慕尼黑国际博览亚洲有限公司-香港分公司	香港
46	Nam Kwong (Group) Company Limited	南光（集团）有限公司	澳门
47	Nam Kwong International Conference & Exhibition Co., Ltd.	南光国际会议展览有限公司	澳门
48	Nanjing Ningfei International Exhibition Co., Ltd.	南京宁菲国际展览有限公司	南京
49	Ningbo Hixpo Conference & Exhibition Co., Ltd.	宁波华博会议展览有限公司	宁波
50	NürnbergMesse China Co., Ltd.	纽伦堡会展（上海）有限公司	上海
51	People's Government of Guangrao County	广饶县人民政府	广饶
52	Qingdao Haiming International Exhibition Co., Ltd.	青岛海明国际展览有限公司	青岛
53	Qingdao Jinnoc International Exhibition Co. Ltd.	青岛金诺国际会展有限公司	青岛
54	Reed Exhibitions (China) Ltd. Head Office	励展博览集团（中国）有限公司总部	北京
55	Reed Exhibitions (China) Ltd. Shanghai Branch	励展博览集团（中国）有限公司上海分公司	上海
56	Reed Exhibitions (China) Ltd. Shenzhen Branch	励展博览集团（中国）有限公司深圳分公司	深圳
57	Reed Exhibitions Greater China Head Office	励展博览集团大中华区总部	北京
58	Reed Exhibitions ISG China	励展博览集团国际销售部（中国）	北京
59	Reed Exhibitions Kouzhan (Shanghai) Co Ltd	上海励扩展览有限公司	上海
60	Reed Guanghe Exhibitions Co., Ltd.	北京励展光合展览有限公司	北京
61	Reed Hongda Exhibitions (Henan) Co., Ltd.	河南励展宏达展览有限公司	郑州
62	Reed Huabai Exhibitions (Beijing) Co., Ltd.	励展华百展览（北京）有限公司	北京
63	Reed Huabo Exhibitions (Shenzhen) Co., Ltd.	励展华博展览（深圳）有限公司	深圳
64	Reed Huaqun Exhibitions Co. Ltd.	北京励展华群展览有限公司	北京
65	Reed Sinopharm Exhibitions Co., Ltd.	国药励展展览有限责任公司	北京
66	Shanghai East Best & Lansheng International (Group) Co., Ltd. CIIF Branch	上海东浩兰生国际服务贸易（集团）有限公司	上海
67	Shanghai International Exhibition Co., Ltd.	上海市国际展览有限公司	上海
68	Shanghai Modern International Exhibition Co., Ltd.	上海现代国际展览有限公司	上海
69	Shanghai UBM ShowStar Exhibition Co Ltd	上海博星展览有限公司	上海
70	Shanghai UBM Sinoexpo International Exhibition Co, Ltd	上海博华国际展览有限公司	上海
71	Shenzhen Desy Exhibition Co., Ltd.	深圳市德赛展览有限公司	深圳
72	Shenzhen International Cultural Industry Fair Co., Ltd.	深圳国际文化产业博览交易有限公司	深圳
73	Shenzhen UBM Herong Exhibition Co., Ltd.	深圳贺戎博闻展览有限公司	深圳

74	Shenzhen Watch & Clock Association	深圳市钟表行业协会	深圳
75	China Shenzhen Machinery Association	深圳市机械行业协会	深圳
76	The Bureau of China International SME Fair	中国国际中小企业博览会事务局	广州
77	UBM Asia Ltd - Regional Head Office	亚洲博闻有限公司 — 香港总办事处	香港
78	UBM China (Beijing)	博闻科媒信息技术咨询(北京)有限公司	北京
79	UBM China (Guangzhou) Co Ltd	博闻(广州)展览有限公司	广州
80	UBM China (Hangzhou)	杭州博贝广告有限公司	杭州
81	UBM China (Shanghai)	亿百媒会展(上海)有限公司	上海
82	UBM Trust Co Ltd	广州闻信展览有限公司	广州
83	VNU Exhibitions Asia	万耀企龙	上海
84	Wise Exhibition (Guangdong) Co.,Ltd	广东智展展览有限公司	广州
85	YASN International Exhibition Co. Ltd.	北京雅森国际展览有限公司	北京
86	Yiwu China Commodity City Exhibition Co., Ltd.	义乌中国小商品城展览有限公司	义乌
87	Yuyao CPC Exhibition Co., Ltd.	余姚市中国塑料城展览有限公司	余姚
88	Zhejiang Broad International Convention and Exhibition Co. Ltd.	浙江远大国际会展有限公司	杭州
89	Hong Kong Tourism Board	香港旅游发展局	香港
90	Shenzhen Conference Exhibition Association	深圳市会议展览业协会	深圳
91	Beijing International Convention and Exhibition Industry Association	北京国际会议展览业行业协会	北京
92	China Association for Exhibition Centers	中国展览馆协会	北京
93	Hong Kong Exhibition and Convention Industry Association	香港展览会议业行业协会	香港
94	Shanghai Convention and Exhibition Industries Association	上海会展行业协会	上海
95	Macau Fair & Trade Association	澳门展贸协会	澳门
96	AsiaWorld-Expo Management Limited	亚洲国际博览馆管理有限公司	香港
97	Chengdu Century City New International Convention & Exhibition Centre	成都世纪城新国际会展中心	成都
98	China National Convention Center	中国国家会议中心	北京
99	Chongqing International Expo Center Co., Ltd	重庆国际博览中心有限公司	重庆
100	Continental	中洲国际商务展示中心	广州
101	Guangdong Modern International Exhibition Center	广东现代国际展览中心	东莞
102	Guangdong Tanzhou International Convention and	广东潭洲国际会展有限责任公司	佛山

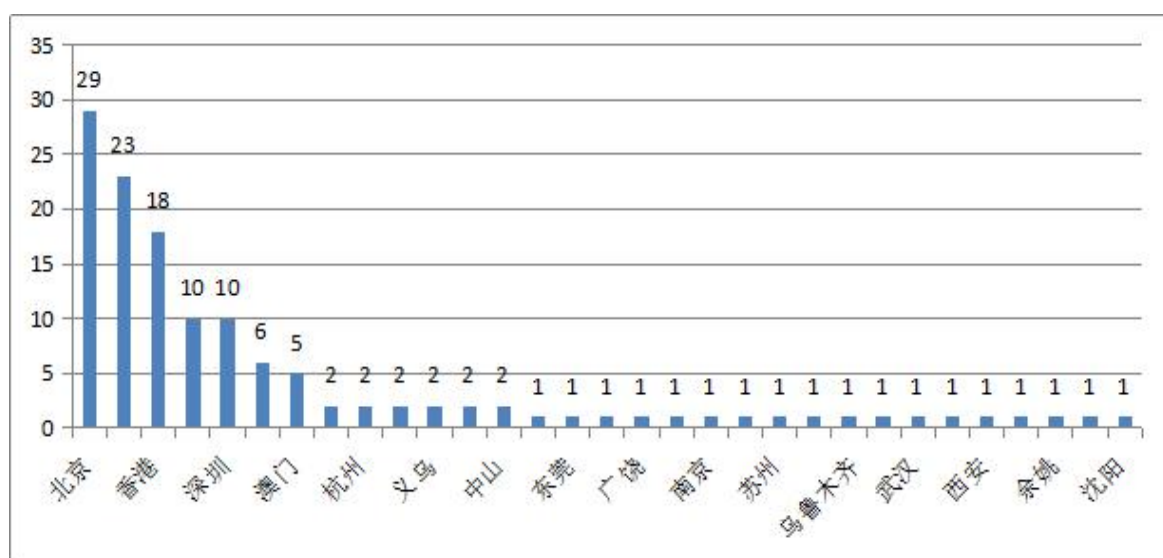
	Exhibition Co., Ltd		
103	Hong Kong Convention and Exhibition Centre	香港会议展览中心	香港
104	Shanghai Convention and Exhibition Centre of International Sourcing	上海跨国采购会展中心	上海
105	Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center	上海世博展览馆	上海
106	Shenyang New World Expo	沈阳新世界国际会展中心	沈阳
107	Shanghai New International Expo Centre Co., Ltd.	上海新国际博览中心	上海
108	Suzhou Culture and Expo Center Co., Ltd.	苏州文化博览中心有限公司	苏州
109	Weifang Shandong-Taiwan Convention & Exhibition Center	潍坊市台湾会议展览中心	潍坊
110	Xi' an Qujiang International Conference & Exhibition Center	曲江国际会展中心	西安
111	Xiamen International Conference & Exhibition Center	厦门国际会议展览中心	厦门
112	Xinjiang International Convention & Exhibition Center	新疆国际会展中心	乌鲁木齐
113	Yiwu International Exhibition Center	义乌国际博览中心	义乌
114	Zhengzhou International Convention & Exhibition Centre	郑州国际会展中心	郑州
115	Zhongshan Expo Centre	中山博览中心	中山
116	Zhuhai International Convention & Exhibition Center	珠海国际会议展览中心	珠海
117	China World International Exhibition Co., Ltd.	中国国际展览有限公司	北京
118	China International Exhibition Center Group Corp.	中国国际展览中心集团有限公司	北京
119	GL events China - Pudong Expo	智奥会展（上海）有限公司	上海
120	Guangzhou YI-WU International Exhibition Co. Ltd.	广州益武国际展览有限公司	广州
121	Shenzhen Convention & Exhibition Centre Management Co. Ltd.	深圳会展中心管理有限责任公司	深圳
122	China International Conference and Exhibition Magazine	中国国际会展杂志	北京
123	Paul Woodward Advisory	Paul Woodward Advisory	香港
124	Shanghai Foison Credit Rating Co. Ltd.	上海正信方晟资信评估有限公司	上海
125	Venetian - Macao - Resort - Hotel	澳门威尼斯人度假村酒店	澳门
126	Chan Chao International Co., Ltd.	展昭國際企業股份有限公司	台北
127	Supperline International Enterprise Co., Ltd	大展國際股份有限公司	台北
128	Taiwan External Trade Development Council	中華民國對外貿易發展協會	台北
129	Taiwan Convention & Exhibition Association	中華國際會議展覽協會	台北
130	Taiwan Exhibition & Convention Association	中華民國展覽暨會議商業同業公會	台北

131	UBM Asia Ltd - Taiwan Branch	亞洲博聞有限公司台灣分公司	台北
-----	------------------------------	---------------	----

据官方网站统计，2016 年 UFI 认证中国会员共 131 个。认证会员主要分布在北京市、上海市、广东省和香港，其中北京市 29 个，广东省 25 个，上海市 23 个，香港 18 个。从认证会员的城市分布上来看，主要分布在北京市、上海市、香港、深圳市、广州市、台北市和澳门，其中北京市 29 个，上海市 23 个，香港 18 个，广州市和深圳市 10 个，台北市 6 个，澳门 5 个。



2016 年全国各省市 UFI 认证会员数量分布



2016 年全国各城市市 UFI 认证会员数量分布

广东省 UFI 中国会员名单

城市	公司（英文）	公司（中文）
广州	China Foreign Trade Guangzhou Exhibition General Corporation	中国对外贸易中心广州展览总公司
	Guangdong International Science & Technology Exhibition Co.	广东国际科技贸易展览公司
	Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co Ltd.	广州光亚法兰克福展览有限公司
	Guangzhou Poly Jinhan Exhibition Co., Ltd.	广州市保利锦汉展览有限公司
	The Bureau of China International SME Fair	中国国际中小企业博览会事务局
	UBM China (Guangzhou) Co Ltd	博闻（广州）展览有限公司
	UBM Trust Co Ltd	广州闻信展览有限公司
	Wise Exhibition (Guangdong) Co.,Ltd	广东智展展览有限公司
	Guangzhou YI-WU International Exhibition Co. Ltd.	广州益武国际展览有限公司
	Continental	中洲国际商务展示中心
深圳	Huanyu Shishang Exhibition (Shenzhen) Co., Ltd.	环宇时尚展览(深圳)有限公司
	Reed Exhibitions (China) Ltd. Shenzhen Branch	励展博览集团（中国）有限公司深圳分公司
	Reed Huabo Exhibitions (Shenzhen) Co., Ltd.	励展华博展览（深圳）有限公司
	Shenzhen Desy Exhibition Co., Ltd.	深圳市德赛展览有限公司
	Shenzhen International Cultural Industry Fair Co., Ltd.	深圳国际文化产业博览交易会有限有限公司
	Shenzhen UBM Herong Exhibition Co., Ltd.	深圳贺戎博闻展览有限公司
	Shenzhen Watch & Clock Association	深圳市钟表行业协会
	China Shenzhen Machinery Association	深圳市机械行业协会
	Shenzhen Conference Exhibition Association	深圳市会议展览业协会
	Shenzhen Convention & Exhibition Centre Management Co. Ltd.	深圳会展中心管理有限责任公司
中山	Guzhen Lighting Expo Co., Ltd.	古镇灯都博览有限公司
	Zhongshan Expo Centre	中山博览中心
珠海	Zhuhai International Convention & Exhibition Center	珠海国际会议展览中心
佛山	Guangdong Tanzhou International Convention and Exhibition Co., Ltd	广东潭洲国际会展有限责任公司
东莞	Guangdong Modern International Exhibition Center	广东现代国际展览中心

来源：广东会展组展企业协会

潭洲国际会展中心专注工业会展，打造佛山会展品牌

“坚守实体经济”成为今年全国两会的热词。全国人大代表、佛山市委书记鲁毅介绍佛山以创新引领实体经济提质增效升级的经验做法，表示佛山要做好“产业提升、产品提质、环境优化”三篇文章，为广东产业转型升级、国家制造强国战略多作贡献。

在“产业提升”这篇文章中，会展业无疑是产业转型升级的助推器。“一业兴百业旺”，展会高度聚合了人流、物流、信息流、资金流，一场走在全国前列的高规格博览会，为城市带来的不仅是经济上的效益，更是城市价值的提升。

起步就与世界同步的广东潭洲国际会展中心，去年9月启用后相继承办了多场大型会展，其专注于工业会展的战略定位愈发显现强大的推动力。随着潭洲国际会展中心软硬件不断完善升级，会展业与佛山优势产业的相互促进效果愈加明显。

新与旧

潭洲展馆打造新窗口

佛山一年大概有数十个大型展会，陶瓷展、龙家具展、华南不锈钢展有一定影响力，但展览场地却一直没有得到提升，且由于专业镇特点形成镇街办展的局面。潭洲国际会展中心恰好满足了本地产业对外展示需求，致力成为佛山传统优势产业的晴雨表和风向标。

3月2日至4日，素有“中国家电第一展”之称的顺德家电展首次在潭洲国际会展中心举行。以往每年3月，顺德有慧聪(顺德)家电交易会和顺德厨卫生活电器展这两大展会。去年9月，潭洲国际会展中心建成启用后，顺德家电人决定将两大展会合二为一并移师潭洲国际会展中心。

本次顺德家电展在场地规模、展品和展馆服务等方面均有较大的提升。得益于潭洲国际会展中心助力，三天展期总计8.12万人次专业买家入场，参展的1200家企业总交易额达12亿元。

广东潭洲国际会展有限责任公司CEO乔伊介绍，顺德家电展作为潭洲的第四场展会、新春后的首场商业展，潭洲国际会展中心严格按照国际化标准，为本次顺德家电展提供从布展、

开展到撤展“一站式”服务，重点保障安保、交通、餐饮等方面的安全，确保会展顺利举办和圆满谢幕。

广东格兰仕生活电器商业有限公司销售部工作人员表示，相比以前在顺德展览中心参展，潭洲国际会展中心的场馆更宽敞舒适、服务好，参展感觉很好。

广东万和新电气股份有限公司国内营销中心常务副总经理方红军表示，顺德家电展持续了10多年，主要服务广东的家电制造企业。作为具有影响力的家电展会，首次在潭洲国际会展中心举行，明显感到人气、环境、场馆等各方面条件比此前在顺德展览中心有了非常大的提升。

这一切，源于顺德在2015年迅速启动潭洲国际会展中心建设项目，并以尊重市场规律为基础落子顺德北部片区；去年9月，潭洲国际会展中心一期工程落成启用，在短短40天时间里，潭洲展馆顺利承接两场各5万平方米的大型展会，经受住日均进出车辆高达6000多车次的交通、3.5天高达31.9万人次的观众人流和“双台风”恶劣天气等多项应急考验。

“办好展会，更需树立品牌”。会展公司成立后，有针对性地加入UFI（全球展览业协会）、香港展览会议业协会、中国会展经济研究会等海内外有影响力的行业协会，迅速在行业内打开会展中心的知名度。此外，还参与发起成立中国会展业联盟。去年，潭洲国际会展中心获得“中国十佳品牌会展中心”、“2016年中国会展产业金手指奖”和“2016年度最佳贡献奖”等一批荣誉称号。

行与思

深耕产业会展的使命担当

佛山因制造业而兴、因实体经济而强。2016年，佛山第二产业占GDP比重接近60%，制造业增加值占第二产业比重超9成，规模以上工业总产值达到2.13万亿元。正是凭借发达的制造业和实体经济，佛山去年全市经济总量达到8630亿元，在全国大中城市排名第15位，经济总量约占全省的11%、全国的1.2%。

在佛山打造国家制造业创新中心、广佛携手打造珠三角世界级城市群核心之际，会展作为生产性服务业，潭洲国际会展中心服务佛山经济发展、打造佛山会展品牌成为必由之路、使命担当。

龙头地位确立。值得关注的另一点是，佛山未来五年将培育壮大一批生产性服务业龙头企业，以潭洲国际会展中心为龙头，统筹全市会展资源，打响会展经济品牌写入佛山党代会报告。“以潭洲国际会展中心为依托，办好珠江西岸先进装备制造业投资贸易洽谈会、中国（广东）国际互联网+博览会，争取中国国际中小企业博览会落户，打造佛山会展品牌。”写入佛山市政府工作报告。

这意味着，昔日的广州、深圳、珠海、东莞竞合格局将被改写，甚至有望打破广交会、高交会两大名展双雄并立格局；同时，珠三角尤其是佛山企业有了更大更专业的展示平台；优质企业将成为展会主角，更多专业客商蜂拥而至。同时，对本土企业的吸引力将更大。

“目前国内的展会非常多，潭洲国际会展中心若能够举办在国内有强大影响力的展会，对于佛山企业来说是好事。”万和品牌部的周伟表示；广东昇辉电子控股有限公司去年参加了在潭洲国际会展中心举行的互联网博览会，该公司副总经理张毅表示，潭洲展馆设施一流，但展会影响力还有很大提升空间；广东万家乐燃气具有限公司总经理余少言则表示，一个展会品质要看参展企业质量，“十年后再来顺德家电展看看哪些企业还在。”

此次顺德家电展期间，市委常委、顺德区委书记区邦敏也到展会现场巡视。看展馆、看产品，与企业家亲切交流，为家电展的收获点赞。同时他指出，顺德家电展、城、节要全面贯穿产业链，推动行业整体发展进步。

记者从潭洲国际会展公司了解到，目前已有超10场大型展会确定今年的档期，正在洽谈意向的展会10多场，涵盖智能制造、家具、家电、陶瓷机械装备等产业。这为会展中心“打造珠三角先进装备制造业和智能制造的国际交流平台，建设以高端制造、研发、会展、物流、文化创新为特色的会展产业城。”大战略奠定坚实基础。

策与谋

进阶会展产业释放新活力

顺德做大会展产业有决心、雄心、信心。顺德区政府去年下半年相继印发《顺德区促进会展业改革发展的若干意见》、《顺德区会展业发展专项资金管理办法》，提出要将顺德打造成工业展览标杆城市和全国数字会展创新地。

到 2025 年，顺德全年举办会展活动达 100~120 个，展览总面积达 150 万平方米；顺德计划届时将拥有较强实力的专业会展企业 30 家；培育形成具有区域影响力的自主品牌专业展会 10~15 个，引进全国性的大型知名品牌展会 3~5 个。

顺德区经科局局长柯宇威介绍，生物医药、会展经济、智能制造是顺德发展的重点。顺德将提升潭洲国际会展中心的品牌价值，将其打造为国内甚至国际著名的工业类展览举办的展览中心，通过承接以装备制造业为主的工业类龙头展会，成为促进珠江西岸先进装备制造业发展的重要平台。

为达成目标，顺德将建立会展产业园区、设立顺德会展业专项资金、成立会展智库、培育与引进专业展览企业、积极引进高端会展人才等。对落户顺德的展览项目、会展企业、会展人才以及会展相关知识产权给予不同程度的补助，一场展会最高有望获得 200 万元补助。

同时，潭洲国际会展中心二期及配套项目已经动工。到 2018 年，潭洲国际会展中心展馆面积将由现在的 5 万平方米增至 10 万平方米。国内首个德国汉诺威机器人学院特色展览、会展酒店、仓库等配套工程同期建成投用。

为扩大产业链、服务佛山企业，广东潭洲国际会展有限责任公司在去年 12 月与德国汉诺威展览科技学院有限责任公司签署合作协议，共同设立和运营佛山机器人学院。潭洲会展公司董事长施伟雄透露，该学院将于今年 4 月在德国汉诺威和潭洲国际会展中心两地同步举行连线挂牌仪式和新闻发布会。届时，德方将负责把世界顶尖机器人生产、集成、使用等企业引入佛山机器人学院。佛山机器人学院将与本地知名企业和高校合作，为佛山乃至中国制

造业企业提供从电气自动化到机器人的全自动化解决方案和相关培训，搭建中国制造 2025 对话德国工业 4.0 的国际交流平台。

佛山机器人学院不但丰富了广东潭洲国际会展中心的业态，还可以吸引更多客商前来参观在潭洲国际会展中心举办的工业博览会。尤为重要的是，借此平台引进德国工业机器人的前沿技术和设备，将吸引更多国际资源，为佛山打造面向全球的国家制造业创新中心提供强有力的支持。

市长朱伟日前到访德国汉诺威展览公司、汉诺威机器人学院等机构，他表示，市政府将积极支持佛山机器人学院打造成佛山制造企业转型升级的重要平台，并结合大众集团职业培训等业务，加强与德国工业 4.0 领域合作，丰富平台内涵。汉诺威市长舒施托克表示，将探索推动汉诺威工业博览会和消费电子展与潭洲国际会展中心的合作。文/佛山日报记者覃征鹏、黄才文

记者观察

潭洲展馆打响会展佛山

观察一个地方、行业、事物，总要有一个平台、一个点。对于佛山雄厚的制造业来说，更多的是从专业市场的交易数据来衡量产业发展水平，缺少一个公共、开放、展示的大型平台。2015 年，顺德启动建设潭洲国际会展中心，用不到一年的时间，将一座既具有国际化特色又紧跟现代潮流，同时结合佛山及珠三角制造业特点的大型专业会展中心建成投用，可谓正当其时。

效果几何？事实胜于雄辩。去年 9 月，第二届珠西装备会成为在潭洲国际会展中心举行的首场展会，迎来约 5 万观众；当年 10 月，第二届中国（广东）国际“互联网+”博览会举行，4 天展期吸引超过 30 万观众入场；今年元旦落幕的中国（佛山）国际汽车博览会是潭洲国际会展中心的首场纯商业展，同样吸引超过 8 万人次入场；3 月 4 日闭幕的顺德家电展也引来超 8 万观众，达成 12 亿元成交额。

佛山作为广东第三大经济体，目前五区正树立雄心壮志助力佛山向“万亿俱乐部”城市行列挺进，这对稳固广东第一经济大省领先优势、提升佛山在城市创新资源争夺战中的竞争优势产生重大的支撑作用。可以预见，在此背景下，潭洲国际会展中心也将随着佛山经济的进一步发展而迎来蓬勃发展期。潭洲国际会展中心将成为观察佛山当下和未来的平台，这既是时代赋予的使命，更是潭洲国际会展中心的担当。

为此，潭洲一方面不断完善运营管理流程，完善对展会的服务力度、国际化水平；另一方面不断加大招展力度，力争更多大展落地潭洲。

广东会展组展企业协会会长刘松萍提醒，会展中心可归类公共产品，除了会展还可深挖其公共属性。在潭洲国际会展中心举行的展会上，除了大量来自全国各地的专业买家之外，记者还在装洽会、“互联网”博览会、家电展等大型展会上，看到不少家长携孩子前来，感受最新最酷炫的科技成果，这何尝不是一种成绩。

这也意味着，潭洲国际会展中心将成为佛山制造业的展示窗口、佛山企业观察行业发展趋势的平台、带动周边产业发展的撬动者、顺德北部片区的“引爆点”、市民增强对佛山制造业认知并提升自豪感的“学校”。（文/佛山日报记者覃征鹏）

专家访谈

中国会展经济研究会副秘书长、产业会展促进中心主任姜淮：

会展是产业载体 产业是会展灵魂

会展作为一种发展方式，依托于产业发展情况。只有产业发展了，才有更加繁荣的会展经济。要发展会展经济，需要具备现代化的展馆、一些大型的品牌展会、完善的配套。从最新的展馆来看，以会展为龙头带动其他诸如酒店、住宿、旅游等产业的发展。

发展会展产业是城市经营的一部分，不仅仅是会展产业，而应该是作为城市发展的部分来看待。

从会展经济的发展特点来看，要辩证地去看待“产业会展”和“会展产业”。一般来说，任何产业都是会展的灵魂，是核心、是根本，而会展是产业的表现形式和载体。顺德则是看准自身在工业制造业的特长，打造工业展馆、办专业展会。

汉诺威展览公司更注重、更擅长在工业装备展会方面的运营，潭洲国际会展中心与汉诺威展览公司合作，体现了潭洲国际会展中心在起点上就更注重国际化，体现了与佛山、顺德的产业定位高度契合，利于佛山及顺德本地工业发展、深挖国际企业和卖家，从而推动佛山、顺德的产业升级优化，也可迅速打造自身品牌和运营团队。可以说，这是一种很专业的合作方式。

来源：佛山日报

会展业“展能过剩”，亟待由大变强

中国每年的展会数量超过 9000 个，但缺乏国际知名展会企业和知名展览。

会展业“展能过剩”，亟待由大变强

进入 3 月，会展业又迎来了传统办展旺季，各种类型的展会在全国各地四面开花，一方面显示了会展行业的蓬勃发展，另一方面也暴露出整个会展市场无序竞争的困境。业内专家呼吁，我国会展业已经出现“展能过剩”，亟待整合调整。

展会过剩市场无序

从跨入新世纪开始，我国就提出了“会展经济”的概念，主要包括展览、行业大型会议等，其上游是展馆等基础设施和信息技术，下游是会展业所服务的国民经济中的各个行业。经过多年的快速发展，2014 年，我国会展业直接产值约 4200 亿元，已经具有相当规模。

据记者了解，目前，中国每年的会展数量超过 9000 个，是世界上展览数量最多、规模最大的国家之一，同时也是欧洲、北美之外全球最重要的会展市场。

早在 2012 年，全国拥有可供展览面积 5000 平方米以上的会展场馆就超过 300 个，总面积达到 1237 万平方米。此后上海国家会展中心、长沙国际会展中心等大型场馆纷纷建成，让我国会展场馆建设更加趋于大型化。

令人遗憾的是，虽然拥有如此大的市场规模和得天独厚的基础设施，受限于行业的粗放式发展，中国的会展业办展质量和效益与这一庞大的规模无法相称。

据了解，我国在国际上知名的展会凤毛麟角，展览的层次普遍较低。由于缺乏有效的宏观调控和行业自律，展会选题雷同、重复办展、规模偏小、品牌影响力低等现象较为普遍。许多展览、展会甚至最终沦为“大卖场”。

记者查阅资料发现，从全国会展的展馆建设情况来看，目前各地都在不遗余力大建展馆，已经出现了过剩局面。据统计，目前我国会展场馆的利用率除北京、上海、广州、深圳几个一线城市能达到 50% 以上外，其他大多数城市的会展场馆利用率在 20% 左右，全国会展场馆的平均利用率不足 25%。

兼并整合追赶国际

多年的快速发展以及入行门槛较低等因素的存在，使得我国会展业散、乱、小的局面越来越严重。

“目前最突出的问题是，许多中小型企业纷纷进入这一行业后，给行业带来了一定的‘产能过剩’。”中机国际总经理韩晓军接受本报记者采访时坦言，“从办展水平来看，我国会展企业与国际一流会展企业相比还有一定的差距，整体还处于大而不强、多而不精的现状。需要尽快培育几家在国际市场上知名的会展企业，打造一些国际知名的会展品牌。”

在这种背景下，兼并重组等行业整合也悄然进行。3月25日，中国机械工业集团下属展览企业中汽国际对外宣布，在整合集团另外两家展览业务的公司后，该企业正式更名为中国机械国际合作有限公司（中机国际）。与此同时，企业也将扩充自己的业务范围：从单纯以汽车领域的展览为主，向整个机械工业行业展览为主转型，并努力抓住国家“一带一路”战略机会，向国外扩展自己的业务。

在中机国际董事长张福生看来，中机国际的整合，恰恰是中国会展业发展到现阶段的迫切需求。

会展业在国外发展已有很长的历史，早在1890年，以德国为代表的欧洲就开始涉足这一行业，欧洲也成为世界会展业的发源地。经过100多年的积累，目前欧洲会展经济整体实力较强，德国、意大利、法国、英国都是世界级的会展业大国。这些国家的许多展览企业，在国际上都具有很高的地位。

“中国的会展业还处于一个由大变强的过程中，一些企业也在努力地追赶国际会展巨头。”韩晓军说，国家相关部门应该在配套服务、门槛制定、诚信体系建设方面给予更多的规范，同时减少一些影响行业发展的限制。

值得关注的是，近几年中国的会展企业在海外办展越来越多。业内专家认为，中国会展业的国际化发展目标，不能仅仅局限于提升国内项目的国际化水平，而是拓展中国会展产业的国际化市场，以及由此带来会展产业国际化市场占有率的提升。

来源：中工网

世界展商百强现状

世界商展百强排名是基于《进出口经理人》杂志推出的“世界商展 100 强排行榜”，以世界范围内的展览为被选对象，以展览地毯面积为主要排行数据，以政府为背景、形象展示功能主导的展览不包括在内。所选展会均为国际上各地区和各领域商展的领先者和佼佼者。世界商展 100 强的发布，其目的在于划定强势展览范畴。榜单以上一年的展览面积为依据，综合了世界上所有参展商每年实际选择展览的结果，而国际展商占 20% 的最低要求保证了入围展览的国际影响力。

商展是世界贸易发展的风向标和世界经济的晴雨表。从国际化商展的发展概况可以窥探世界经济贸易的概况，从而可以推测和分析出行业发展趋势和变化动态。2016 年 7 月，《进出口经理人》杂志推出 2016 年世界商展 100 强排行榜，这是《进出口经理人》杂志第 9 次公布这一榜单。总体看来，2016 年世界商展百强年展览总面积、单个展会平均面积与 2015 年相比均呈现上升趋势。具体而言，2016 年商展百强总展出面积 2021.84 万平方米，比上年同期增长 58.57 万平方米，单展平均面积 20.22 万平方米，比上年同期增长 0.59 万平方米。

2016 年世界商展 100 强排行榜

排名	展会	面积(万平方米)	国家	城市
1	慕尼黑国际工程机械、建筑机械、矿山机械、工程车辆及设备博览会	57.5	德国	慕尼黑
2	汉诺威工业博览会	39.84	德国	汉诺威
3	汉诺威国际农业机械展览会	39.36	德国	汉诺威
4	巴黎国际工程机械展	37.5	法国	巴黎
5	拉斯维加斯工程机械展	35	美国	拉斯维加斯
6	上海国际汽车工业展览会	35	中国	上海
7	法兰克福春季国际消费品博览会	32.84	德国	法兰克福
8	意大利米兰供暖、空调、制冷、再生能源及太阳能展	32.5	意大利	米兰
9	巴黎国际建材及设备展	30	法国	巴黎

10	中国国际工程机械、建材机械、工程车辆及设备博览会	30	中国	上海
11	法兰克福国际汽车零配件及售后服务展	29.64	德国	法兰克福
12	上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会	28	中国	上海
13	科隆国际家具展	27.12	德国	科隆
14	杜塞尔多夫国际塑料及橡胶展览会	26.3	德国	杜塞尔多夫
15	法兰克福国际卫生取暖空调博览会	26	德国	法兰克福
16	科隆世界食品博览会	25.46	德国	科隆
17	杜塞尔多夫国际包装机械、包装及糖果机械展览会	25.46	德国	杜塞尔多夫
18	世界医疗论坛国际展览会及会议	25	德国	杜塞尔多夫
19	汉诺威商用车博览会	25	德国	汉诺威
20	杜塞尔多夫德鲁巴展览会	24.18	德国	杜塞尔多夫
21	欧洲畜牧业展览会	24.11	德国	汉诺威
22	法兰克福国际灯光照明及建筑技术与设备展览会	24.07	德国	法兰克福
23	中国国际塑料橡胶工业展览会	24	中国	广州
24	汉诺威消费电子、信息及通信博览会	23.75	德国	汉诺威
25	米兰国际家具展览会	23.3	意大利	米兰
26	慕尼黑国际环保，能源和资源综合利用博览会	23.3	德国	慕尼黑
27	米兰国际酒店餐饮展	23.16	意大利	米兰
28	法兰克福国际汽车博览会	23	德国	法兰克福
29	北京国际汽车展览会	23	中国	北京
30	中国国际纺织面料及辅料博览会	22.8	中国	上海
31	中国（广州）国际汽车展览会	22	中国	广州
32	德国法兰克福国际家用及商用纺织品展	21.58	德国	法兰克福
33	博洛尼亚国际农机及园艺机械展览会	21.5	意大利	博罗尼亚
34	巴黎国际食品展览会	21.5	法国	巴黎
35	杜塞尔多夫国际船艇展览会	21.34	德国	杜塞尔多夫
36	科隆国际体育用品、露营设备及园林生活博览会	21.13	德国	科隆
37	维罗纳国际石材展览会	20.84	意大利	维罗纳
38	美国消费类电子展	20.4	美国	拉斯维加斯
39	杜塞尔多夫国际零售业展览会	20.03	德国	杜塞尔多夫

40	巴黎博览会	20	法国	巴黎
41	巴黎休闲车展览会	20	法国	巴黎
42	巴黎国际农牧业设备及技术展	20	法国	巴黎
43	拉斯维加斯服装展	20	美国	拉斯维加斯
44	上海国际酒店用品博览会	20	中国	上海
45	中国国际时装展	20	中国	上海
46	欧洲机床展览会	19.75	意大利	米兰
47	汉诺威国际林业木工展览会	19.56	德国	汉诺威
48	意大利米兰国际两轮车展览会	19.5	意大利	米兰
49	科隆游戏展	19.3	德国	科隆
50	科隆国际摩托车和滑板车展览会	18.8	德国	科隆
51	慕尼黑国际建材、建筑系统及建筑更新贸易博览会	18.08	德国	慕尼黑
52	博洛尼亚国际美容展	18	意大利	博罗尼亚
53	莫斯科国际航空展	18	俄罗斯	莫斯科
54	汉诺威国际消防装备展览会	17.82	德国	汉诺威
55	慕尼黑冬季国际体育用品及运动时装贸易博览会	17.76	德国	慕尼黑
56	汉诺威地毯及地面铺装材料展览会	17.47	德国	汉诺威
57	柏林国际轨道交通技术展览会	17.44	德国	柏林
58	中国国际家用纺织品及辅料博览会	17.05	中国	上海
59	法兰克福国际图书展览会	17	德国	法兰克福
60	纽伦堡国际玩具展览会	17	德国	纽伦堡
61	巴黎家居装饰博览会	17	法国	巴黎
62	厦门国际石材展览会	16.6	中国	厦门
63	科隆国际家具生产、木工及室内装饰展	16.3	德国	科隆
64	欧洲国际纺机机械展览会	16.2	意大利	米兰
65	里米尼健康方式展	16.2	意大利	里米尼
66	柏林国际旅游展	16	德国	柏林
67	科隆国际牙科展	15.82	德国	科隆
68	博洛尼亚国际建筑卫浴陶瓷展览会	15.6	意大利	博罗尼亚
69	芝加哥国际制造技术展览会	15.5	美国	芝加哥
70	德纽伦堡国际门窗及技术展览会	15.06	德国	纽伦堡

71	中国(北京)国际工程机械、建材机械及矿山机械展览与 技术交流会	15	中国	北京
72	科隆世界影像博览会	15	德国	科隆
73	柏林—勃兰登堡国际航空航天展览会	15	德国	柏林
74	SNEC 国际太阳能产业及光伏工程(上海)展览会暨论坛	15	中国	上海
75	中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会	15	中国	上海
76	柏林国际消费类电子产品展览会	15	德国	柏林
77	中国美容博览会	15	中国	上海
78	杜塞尔多夫国际房车展	14.77	德国	杜塞尔多夫
79	意大利博洛尼亚国际汽车保养、轮胎及维修展览会	14.6	意大利	博罗尼亚
80	科隆国际五金工具博览会	14.42	德国	科隆
81	汉诺威国际金属板材加工技术展览会	14.4	德国	汉诺威
82	巴塞尔世界	14.1	瑞士	巴塞尔
83	瑞士建筑博览会	14	瑞士	巴塞尔
84	中国国际地面材料及铺装技术展览会	14	中国	上海
85	广州国际木工机械、家具配料展览会	14	中国	广州
86	香港珠宝首饰展览会	13.5	中国	香港
87	法兰克福阿赫玛展览会	13.4	德国	法兰克福
88	慕尼黑国际电子元器件和组件博览会	13.3	德国	慕尼黑
89	慕尼黑国际饮料及液体食品技术博览会	13.25	德国	慕尼黑
90	国际焙烤展	13.2	德国	慕尼黑
91	中国国际五金博览会	13	中国	广州
92	科隆国际食品技术展览会	12.97	德国	科隆
93	德国科隆国际健身健美及康体设施博览会	12.9	德国	科隆
94	德国杜塞尔多夫国际葡萄酒烈酒贸易博览会	12.85	德国	杜塞尔多夫
95	范堡罗航空航天展览会	12.7	英国	范堡罗
96	中国国际机床展览会	12.6	中国	北京
97	巴黎国际游艇水上运动器材展	12.5	法国	巴黎
98	柏林国际绿色周	12.48	德国	柏林
99	杜塞尔多夫安全+工作健康、个人保护设备及工业安全	12.3	德国	杜塞尔多夫
100	纽伦堡电气自动化展览会	12.28	德国	纽伦堡

2016 年世界商展 100 强入围国家分布统计

国家	德国	中国	意大利	法国	美国	瑞士	俄罗斯	英国
入围百强展会数量（个）	52	20	12	8	4	2	1	1
展览总面积（万平方米）	1066.94	385.55	241.15	178.5	90.9	28.1	18	12.7
单个展览平均面积	20.52	19.28	20.37	22.31	22.73	14.05	18	12.7

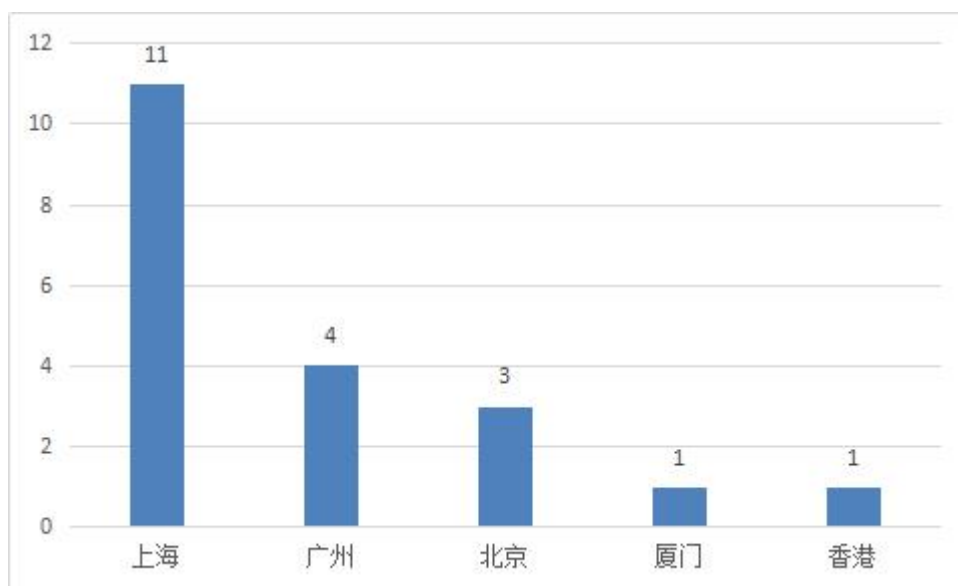
2016 年世界商展百强由德国、中国、意大利、法国、美国、瑞士、俄罗斯、英国八国囊括。德国作为世界大型商展的主导力量至今无人撼动，在世界商展 100 强排行榜中德国展览依然占据半壁江山，稳居第一，在 2016 年世界商展 100 强排行榜中，德国展览达到半数，为 52 席，较 2015 年增长 2 席，展览总面积占百强的 52.78%。中国排名保持第二位，发展迅速，入围百强的商展 20 个，展览总面积占百强 19.06%，中国展览快速崛起，不断攻城略地，主要得益于世界经济重心东移，也有德国展览全球化布局的作用。近几年来，中国入榜的展览越来越多，排名不断跨越超前，展览平均面积也越来越接近世界商展的平均面积和德国入榜展览的平均面积，中国展览表现出不断增长的势头。意大利位列第三，入选展会 12 个，展出面积 241.15 万平方米，占比 11.93%。其后依次为法国、美国、瑞士、俄罗斯、英国。

2016 年中国商展百强排行榜

排名	展会	城市	面积 (万平方米)
6	上海国际汽车工业展览会	上海	35
10	中国国际工程机械、建材机械、工程车辆及设备博览会	上海	30
12	上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会	上海	28
23	中国国际塑料橡胶工业展览会	广州	24
29	北京国际汽车展览会	北京	23
30	中国国际纺织面料及辅料博览会	上海	22.8
31	中国（广州）国际汽车展览会	广州	22
44	上海国际酒店用品博览会	上海	20
45	中国国际时装展	上海	20
58	中国国际家用纺织品及辅料博览会	上海	17.05
62	厦门国际石材展览会	厦门	16.6
71	中国(北京)国际工程机械、建材机械及矿山机械展览与技术交流会	北京	15
74	SNEC 国际太阳能产业及光伏工程（上海）展览会暨论坛	上海	15
75	中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会	上海	15
77	中国美容博览会	上海	15
84	中国国际地面材料及铺装技术展览会	上海	14
85	广州国际木工机械、家具配料展览会	广州	14

86	香港珠宝首饰展览会	香港	13.5
91	中国国际五金博览会	广州	13
96	中国国际机床展览会	北京	12.6

据详细数据统计，2016 年中国上榜的展会有 20 个。其中，排名前 20 强的均为上海的展会。100 强中上海共有 11 个，广州 4 个，北京 3 个，厦门 1 个，香港 1 个。可以看出，广东省国际化的程度远不如上海。



2016 年中国商展百强城市数量分布

来源：广东会展组展企业协会

构建智慧会展新业态，互联网+是手段也是必由之路

当今科技技术的发展正在重构各行各业的商业价值、变革服务边界、提高服务效率和质量，当然，会展业也不能滞后，也要敢于与时俱进，创新运营，从而开创我国会展业发展新局面。正是大时代、大潮流时势的推动，促成了今日的我国会展业对“智慧会展”的热议。

如何定义“智慧会展”

单就“智慧”一词，其是指由智力体系、知识体系、方法与技能体系、非智力体系、观念与思想体系、审美与评价体系等，多个子系统构成的复杂系统。而当“智慧”+“会展”站在一个有互联网技术背景的会展业从业者的自身角度上看，“智慧会展”应该是：以互联网/移动互联网技术为基础，在充分挖掘和利用大数据分析等新一代科技技术的同时，力求建立一个“以用户（人）为核心”的快、准、省的信息交流和资源匹配生态链接平台。

“智慧会展”的核心是以一种更智慧的方法（依托科学技术手段），提供一个实时的信息和资源匹配开放生态链接平台，改变传统形式上的参展商和采购商和观众的相互交流的方式，高效利用和匹配资源，节约成本和时间，改进会展服务，提高商务洽谈的明确性、效率、灵活性和响应速度。

在 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，成为会展业创新发展的必然举措。

由此来看，就“会展+互联网”便是智慧会展了，这还远远不够，智慧会展未来应该是一种行业的生态，是一种全栈资源的链接整合，而“+互联网”应该是要最终实现智慧会展目标的前期和必由手段，离目标达成还有着十分巨大的距离要走。

至于新业态，什么是新业态？新业态是指基于不同产业间的组合、企业内部价值链和外部产业链环节的分化、融合、行业跨界整合以及嫁接信息及互联网技术所形成的新型企业、商业乃至产业的组织形态。说智慧会展是新业态，我相信这绝对没有错，但是如果称“会展+互联网”便是新业态，未免牵强了些，而更加偏向于这是会展业在市场经济发展大潮流、

大趋势下的必然产物，当各行各业都在拥抱互联网/移动互联网的时候，“会展+互联网”也就成为了必然，这只是顺应时势，而造就了行业的迭代优化，是顺其自然的产物，而不应该定性为一种新业态。

在当前，会展行业存在哪些痛点？

1. 人才是根本，国内会展从业人员的专业技能和管理水平与发达国家相比有较大差距

无论是展览组织者、展览管理者、施工人员还是为会展提供其他服务的人员的素质总体来看不是很高其观念更新较慢多是承袭前人的经验或简单地引进国外会展业的经验。而缺乏积极进取的创新精神。同时会展业发展时间短的客观原因造成了我国会展业信息不完整的现状会展理论研究缺乏的状况也使得会展从业人员应用高新技术的能力相对滞后。会展从业人员分工不明确大多数人没有自己的专长。

2. 现有会展基础设施相对落后

我国的展馆配套设施尚不完备，在餐饮服务、交通、通讯等方面与国际化的会展业都市相比都有很大差距，特别是现代化的计算机网络技术已经深入到社会经济的多个层面，而我国的展馆还很少能够全面的提供这方面的服务。

3. 中国会展业市场广阔但发展较慢

我国领土辽阔，这是无可争议的事实，且人口极度众多，会展业理应随着经济的发展而蓬勃发展，但由于体制和历史的原因，中国会展业只是在最近 20 年中才有了相对较快的发展。当前中西部地区的国际展览相当少，“一带一路”的战略的提出，虽然可以肯定的是必将改善该局面，但目前除了为边境贸易服务的部分国际展览会外，真正意义上的国际会展仍然少得可怜。多数的会展依然集中于北京、上海、广州、杭州等沿海经济发达城市。

4. 会展行业管理规范需加速

目前，国内依然尚无具有绝对权威的会展管理部门。过往历史造成了各部委及其所属的工贸公司、外贸公司、协会、商会、及其行业分会和地方分会、地方政府或省市级外贸主管部门、展览场馆、境外展览机构等都能举办展会，虽然在近两年在大力推行脱钩政策，但历史遗留的种种问题促使着进展依然缓慢，市场化经营和运作，依然任重而道远，以往这种多

层次、多渠道办展的局面使得会展业难以实现规模经营，效益低下，领导者依然遥遥领先，而其他依然“维艰”，呈现两极分化。

5. 信息技术，新兴科技技术应用落后

使用为会展业提供配套服务的技术、信息等相对滞后，从而制约了会展业规模经济的发挥，一些科技技术手段在会展业当前只是得到了粗浅的应用，科学技术的价值尚未得到充分的体现，这在某种程度上影响了社会化分工带来的高效率的发挥。同时，为会展业提供辅助服务的行业如会展信息、会展咨询、会展施工、会展评估、会展设计装璜等行业也有待进一步发展，相对手段依然滞后，在创新上，同质化现象非常严重。

数字展会让未来会展更“智慧”

会展的核心在于“展示销售”和提供大数据服务，通俗来讲，融入“互联网+”的会展就是大数据时代的“数字会展”。其本质是以互联网为基础，将云计算、大数据、移动互联网技术和线下各行业展览融为一体构建一个数字信息集成化的展示空间，从而形成全方位立体化的新型展览和服务方式。

随着互联网、移动互联网在中国的进一步普及和深化，以及中国传统会展业在互联网、移动互联网领域的应用，更加有着政策力量的背后推动，会展业+互联网必然成为促进会展业创新发展的驱动力，而最终的智慧会展新业态也许就在不远的明天。

来源：掌上世博平台

理顺新型“展媒”秩序

迄今为止，会展项目推广媒介的顺序是：报纸、杂志、电视、邮寄、电邮、官网、短信、微博、微信等。如何合理分配资源，多渠道、多形式巧妙安排展会卖点，考量着项目管理者的智慧：实际成效、成本投入比例等。

笔者任2015中国加工贸易博览会和广东21世纪海上丝绸之路国际博览会的宣传推广专职顾问后，在反观多年来展会推广的策略选择和各种运用手段中得出结论：“融媒体”是打通传统媒体和新媒体通道的有效方式。

李克强总理在2015年政府工作报告中强调，要“把以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费搞得红红火火”，要“制定‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展”。“互联网+”行动计划即是要发挥互联网对生产要素的配置作用，这对办展模式的创新同样适用，尤其为政府主导型展会专业化拓展出一个新的接口，亦可为商展提供相应的借鉴。

如何实现传统媒体和新媒体的融合？

首先，需作客观的评判。简而言之，传统媒体有其固有的优势，比如相对稳固的受众、报道的深度和权威性、传统的影响力、行业的针对性等。新媒体具有及时便捷、碎片化、关注频率高、注重体验和场景化、覆盖面广等优势。深圳一家专注于打造会展全产业链的网络公司，在其项目论证方案中对互联网风口下的展会作出如此判断：“中国互联网，尤其是移动互联网用超乎想象的成长速度，强悍地扩张着发展边界，颠覆了众多传统行业，成为当今生产力发展的催化剂和推动生产关系变革的新力量”。究其原因，互联网的颠覆作用在于改变了用户对会展信息的获取方式，让信息壁垒逐步消除，会展信息更透明、更广泛，获取成本更低廉，进而让产业链关联方得到充分自由的连接、各取所需。互联网加速脱媒的趋势，冲击着传统展会的客户关系。

其次，需改变展会的组织环境。主办方和服务商将成为合作伙伴，各方都希望更多地挖掘会展的附加值，发动社会力量办展已成趋势，要求会展的策划思维、营销手段、市场推广、会展管理（即时效果掌控、数据分析）等与互联网同步发展。

再其次，倒逼展会重构流程。基于 LBS、大数据和云服务的精准营销，传播触点更多、更直接，传播面更广（没有互动的单向传播遭遇困境），让用户参与感得以释放，也便于主办方对会展效果进行掌控。

最后，亟须促进展会的整体创新。会展 O2O 模式通过线上线下的融合，让会展产业链两端距离缩短，行业边界（持续时间、区域辐射力、产业联动效应等）不断扩展，推动了场景化应用的加速到来，会展的盈利模式也将随之发生改变。

毫无疑问，互联网技术是贯通两者的重要手段。由此，组建由办展机构、新闻媒体和展会专业互联网技术人员参与的策划团队成为展会推广的核心，可命名为“展媒联盟”。相对于展前、展中、展后和招商、招展的不同阶段，依据广而告之、重点关注、及时提醒的新闻规律，策划相应的主题和热点，进行脉冲式和波段式的推广。官网承担着主战场的职责；微信、微博充当着急先锋的角色，并且通过微信的二次开发（微网站等）和不同受众微信公众号的相互联动，充分发掘其技术传播价值；传统媒体如同源源不断的大军，多角度、多层次地解析和拓展主题的深度和广度。

与此同时，在众多媒介之间，可以策划交互“反采访”活动，以微信为纽带，复合传播、制造话题，不断挑逗人的眼球。为投桃报李，主办方还可进行针对媒体的“造星计划”，借助互联网技术，阶段性统计各类媒体的报道情况，对数量、篇幅、版面、关注度等加权评分，设置不同的星级，并给予多形式的激励，调动媒体和采编的积极性。

展会运营的“奥秘”更多在于“不说，你不懂；做了，大家都懂”。当一场展会呈现在公众面前时，往往会得到“也就这样，展会没什么高深”的评价，但展会成功的实质却是“人人心中有，个个笔下无”。当下，各类传播媒介的匹配成为推广成效的关键因素，相较于展会推广的微观层面，互联网技术发挥了合理配置各类媒介要素的作用。期待会展人作出理性的选择。

来源：会展微视

高水平开放型经济新体系，将促广州会展再升级？

2017 全球会展圆桌会议举行广州亮出去年会展业成绩单

展览面积全国第二，会展竞争力全国前三，未来三年国际高端会议陆续有来……作为 2017 中国广州国际投资年会主题分会之一，“2017 全球会展（广州）圆桌会议”于 3 月 28 日在白云国际会议中心举行，广州亮出了去年会展业的成绩单，并提出打造具有全球影响力的国际会展中心的目标和行动计划。副市长蔡朝林出席会议并致辞。

蔡朝林说，广州是中国会展业的中心城市，拥有中国进出口商品交易会展馆、白云国际会议中心等国际一流水平的会展载体，以及支持会展业发展的政策体系，“中国第一展”广交会享誉中外。2017《财富》全球论坛、2018 世界航线大会等国际知名会议花落羊城，会展业综合发展指数位居全国第二。当前，广州正在着力打造高水平开放型经济新体系，积极提升全球资源配置能力和国际交往中心功能。会展业将会成为实现这一战略目标的重要产业支撑。广州市正在抓紧谋划会展业的大发展，积极打造与国际全面接轨的广州会、展、奖发展大格局，努力建设具有全球影响力的国际会展中心。

如何实现打造国际会展中心城市的目标？

市商务委表示，首先要继续优化会展业发展环境。强化政策支撑，加快研究制定促进全市会展业发展的政策。推动会展载体及琶洲会展集聚区相关配套设施的建设运营，优化海关、商检等相关监管服务。加快建设会展业公共服务平台及人才培养体系。

市商务委表示，今年要积极引进和培育会展项目和会展企业。加强与国家级商协会、国际展览业组织、跨国企业的交流合作，吸引国内外知名会展企业来穗设立区域总部、办展机构，并推动其知名品牌会展项目迁移广州。积极向国家部委争取，把更多由国家主办的、具有全球影响力的国际展览和会议引入广州。支持央企、行业龙头企业在穗举办符合广州产业优势和产业发展导向的品牌展会。

与此同时，广州要培育壮大自主的高端会展品牌。办好 2017《财富》论坛，培育壮大“广州国际投资年会”“广州会展圆桌会议”等会展品牌，继续办好“金交会”“留交会”“旅博会”“创交会”等，用好广交会平台，全方位宣传广州城市品牌形象。

数据 国际高端会议陆续来

2016 年，广州市举办展览场次 538 场，增长 11.6%；展览面积 896.5 万 m²，增长 4%，展览面积位居国内第二。全市重点场馆举办 100 人以上国际及区域性会议 1852 场，同比增长 21%。

有“中国第一展”之称的广交会，稳稳步入了第 60 个年头，成功举办了 120 届。去年，广州 10 万平方米以上的特大型品牌展览有 16 场，超 2 万平方米的有 50 多场，同类展览中规模世界第一的有 2 个，亚洲第一的 3 个。

在国际会议方面，2016 年，广州承办了 G20 峰会第二次协调人会议、中国—海湾阿拉伯国家合作委员会自贸区第七轮谈判会议、与世界经济论坛合作举办的 2016 年中国商业圆桌研讨会。2017《财富》全球论坛今年 12 月在穗举办，2018 年世界航线发展大会、2019 国际港口大会等高端会议已经确定花落广州。

来源：广州日报

会展业与融合发展

无论是建设会展城市、亦或建设会展中心城市，都需要会展业和所在城市有机融合。这就是“展城融合”。“展城融合”应该是会展业融合发展的最佳形态。

3月27-29日，本人应邀参加了无锡市会展推介会。3月28日乃农历三月初一，正值踏春时节。莺飞草长、柳绿花红的无锡，令人向往。“逢春不游乐，但恐是痴人”。白居易的诗句道出了与会人士相聚无锡的心境。

27日下午，推介会上的来宾交流环节，主持会议的无锡市会展办主任徐慧娟点我发言。面对会展界老友新朋（其中许多业界大咖）和政府官员，在不到十分钟的即席发言里，我围绕“融合发展”谈了些看法。徐慧娟随即在会上肯定了这个观点，并建议我就此写篇文章。于是，就有了这篇短文。

我认为，“融合发展”的理念对于会展业十分重要，主要体现在以下五个层面：

一、会展设施建设的融合发展

新世纪以来，各地政府对于会展设施的认识不断深化。城市基础设施应包括会展场馆，已成为多数地方的共识。

近十年来，会展设施建设的大型化（展馆室内可供展览面积，大型城市在10万平方米以上，中型城市在5万平方米以上）渐成趋势。与此同时，展览中心、会议中心和酒店“三位一体”成为标配建筑。硬件功能的“三位一体”，体现了融合发展的理念。

无锡市规划在展馆附近新建会议中心，旨在弥补会展设施功能的缺失。而许多城市新建会议中心都有展厅配置（一般为1-4万平方米），同样是为了适应会议与展览融合发展的需要。

二、会展小区的融合发展

凡大型会展设施所在地，无论有没有城建规划，终将成为会展小区。

为满足会展业需要，会展小区及其周边须配建相关服务设施，包括住宿、餐饮、购物、娱乐、仓储、停车、通讯等设施。对于人流、物流集中的会展业而言，会展小区的交通条件必须便利。

通观当前新建大型会展设施的所在地，展馆建设在前、配套设施滞后的状况比比皆是。有的地方新建展馆已投用五年以上，但相关服务设施却迟迟难以配套，以致每逢展会多有不便，造成与会者体验不佳，吐槽甚多。

究其原因，在于主政者和投资者（甚至包括会展建筑的设计者）对于会展业的服务业态缺乏科学认知，不明白大型会展设施的所在地应该是一个会展小区，而这个会展小区必须具备完善的服务功能，以致思谋不周，规划疏失。会展小区的形成，不仅仅是拥有大型会展设施，配套服务设施必须同步建设。如懂得融合发展概念，类似上世纪 70 年代“三线建设”的“先生产、后生活”弊病，就不会频繁发作。

三、会展业与相关产业的融合发展

大型会展设施布局于城市郊区。即便配套服务设施完善，如无其他产业比邻而立，独自发展的会展业及其小区，必陷于人气冷清、淡季少客、配套服务业者难以维持日常经营的困局。因此，在会展小区内规划建设相关产业在所必须。

我认为，新建大型会展设施的所在地，要同时谋划与会展业关联、又可持续带来人气的产业发展，特别是文旅、科创产业。新建主题公园、开办文化性质的博物馆、兴建美食城街等项目，应是文旅产业规划发展的方向。促进以互联网作为平台的科技企业形成产业集群，应是发展科创产业的路子。

仅有会展业的小区，孤岛式的会展业独木难支；而伴有文旅、科创产业的会展小区，才会相互依托，产生合力，共创繁荣。如果相关产业的发展颇具成效，会展小区也可称为会展文旅小区或会展科创小区。

四、展览、会议与活动的融合发展

基于会展设施、会展小区的融合发展，在大型会展设施的所在地，展览、会议与活动的融合发展自然是题中应有之义。

近五年来，在中国市场上，展览与会议融合发展的趋势强劲。其中，非官方会议和会议型展览异军突起，成为当前会展业发展的热门项目。

这里所指的活动，主要是现代节庆、赛事、演艺、团建、奖励旅游等。国内外场馆设施先进、相关服务设施配套的会展小区，举办这些活动已成常态。

五、会展业与城市的融合发展

所谓会展城市，是指会展业对于城市发展具有宣介推广、拉动消费的作用；也指会展业对于城市及其周边地区支柱产业、特色产业或战略产业的发展具有聚合、催化、发散和引领的作用。

所谓会展中心城市，是指会展业对于某一特定区域，如国际、全国、区域具有超越其他城市的影响力。

无论是建设会展城市，亦或建设会展中心城市，都需要会展业与所在城市有机融合。“展城融合”应该是会展业融合发展的最高形态。

以上五个方面的融合发展，从基础设施到环境配套，从会展小区到相关产业，从会展项目到活动项目，直到汇入城市经济，环环相扣，相辅相成，相得益彰，必将促成会展业持续发展的良性格局。

我认为，会展业的融合发展符合国家提倡的创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念。而认知会展业融合发展的必要性和重要性，并用以指导会展业的发展实践，关键在于政府尤其是城市政府。

来源：张凡的会展洞察

维护会展知识产权 推动行业健康发展

前言

知识产权是指权利人对其所创作的智力劳动成果所享有的专有权利。各种智力创造比如发明、文学和艺术作品，以及在商业中使用的标志、名称、图像以及外观设计，都可被认为是某一个人或组织所拥有的知识产权。知识产权遍存于社会生产和生活的方方面面，随着会展业的发展，会展经济的繁荣，会展业中的知识产权问题正逐步受到广泛关注。

一、会展知识产权三大类别

(一)展品设计：专利、商标、著作权、其他知识产权、未申请专利的新产品。

(二)展台设计：对展台设计侵权行为有两种情况，第一种是参展商拷贝其他参展商的展台设计，略加修改成为自己的展台；第二种情况较为复杂，涉及了又一利益主体—展台设计搭建商，参展商以种种借口不让他们的方案中标，然后转手将扣留下来的设计图纸或方案提交给第三方抄袭使用，或略有改动使用。

(三)展具设计：展具设计所涉及的知识产权主要是专利、商标，其中又以专利居多。随着展具设计专利申请的增加，展会中的展具设计知识产权侵权也随之增加。

二、会展知识产权九大现象

以上三个方面的知识产权在会展业发展过程中，主要表现为以下九种现象：

(一)对于国内展会组展商：展会项目被仿冒

作为一些品牌会展项目的所有者，最为关心的是展会项目如何不要被仿冒和克隆，在他们看来，形成品牌的展会和已经成型的展会都应当算做拥有“展会创意”的知识产权而受到保护，光有对展会会标的注册不够，还应对展会的名称进行保护。

(二)对于国外展会组织者：品牌移植中国

国外一些名牌展会向中国国内进行移植的时候，通常需要寻找国内的合作伙伴，有关方面在继续使用原品牌展览会名称、标记的过程中，就有对原展会品牌无形资产(知识产权)

给予认定的问题，不能排除一旦合作破裂，会引发知识产权的纠纷。实践经验表明，这个问题正是双方在合作时应当给予明确规定的的一个重要关键的法律内容。

(三)对于会展项目交易者：品牌交易缺乏标准

会展行业资本运作频繁产生，展会项目的买卖交易逐渐增多，对于这种会展项目所有权的转移和交易，必然要涉及到会展项目的品牌无形资产(知识产权)的转移和交易，但由于操作的程序与规范还没有及时出台，特别是市场交易价值的标准制定参考依据不足，而使得市场显得比较混乱。

(四)对于出国展览组展商：企业被投诉

作为出国展览组展商，比较注重的是在国外参加展览会时，如何处理中国参展商被外商投诉展品侵权或软件及著作权侵权而引发的知识产权纠纷。对此，组展商认为，对出展企业提出一般性的关于遵守知识产权的要求并不难，真正难点在于很难保证和控制所有参展展品都不出问题。所以，他们希望划定责任界限，一旦出现这方面的纠纷，要由有关参展商承担责任，而不要追溯到组展商。

(五)对于国内展会参展商：被组展商欺骗

作为国内展会参展商，最为害怕的是被组展商欺骗性的宣传所误导，从而参加了一些名不副实的冒牌展览会，甚至被骗展，结果是白花钱、没效果。不过，值得研究的是，这种展会的假冒宣传问题，是否真正属于知识产权保护的范畴，骗展是否侵犯了知识产权，尚无明确的定论。

(六)对于展台设计搭建商：抄袭设计方案

作为展台设计搭建商，他们在展台设计投标时最怕的是，参展商以种种借口不让他们的方案中标，然后却又转手将扣留下来的设计图纸或方案提交给第三方抄袭使用或略有改动使用。

(七)对于专利持有者：新型展具被仿制

一些已经广泛使用的标准展具和一些近期开发出来的新型展具确实是进行过专利注册

登记的。因此如果仿制这些展具，就会涉及侵权的问题。但是从本质看，这种侵权只是一种与会展业有着间接关系的制造业方面的知识产权的问题。

(八)对于国家主管部门：被外商投诉

作为国家有关知识产权的主管部门，他们除了负责在总体上的宣传、教育和管理以外，当前似乎更为关注的是如何减少外商的指责和投诉。因此当展览会成为发生投诉事件较多的一种场合的时候，他们就会对展览会主办者提出要求，必须千方百计地采取措施，防止发生类似事件。

(九)对于会展行业协会：管理依据不清楚

目前，全国还没有成立统一会展业协会组织的管理和监督机构，各领域的行业协会基本上由对口上级职能部门管理，专业职能较为明显，会展方面的职能管理处于弱势。另外，已有的会展行业协会对会展业知识产权保护的相关问题重视程度不一。

会展业作为当前我国经济的一个重要增长点，获得了极强的生命力，但如果不能妥善处理期间产生的各种知识产权纠纷，将会严重影响该行业的健康发展。从政策规定到行业规范，从展商自律到他方监督，从上级引导到地方实践，会展知识产权必须得到保护和维护，只有坚持惩防并举，奖惩结合，多管齐下，才能为会展知识产权发展创造清明、和谐、有序的发展环境，才能为会展业健康发展和良性循环做出贡献。

来源：中国会展网

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