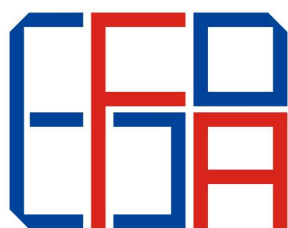




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

二月刊 2020年2月29日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

*疫情下会展行业协会的作为与担当

*疫情后会展业重启的几点思考

*疫情给会展按下的暂停键这样重启

免责声明：以下信息主要来源于网络，仅供学习之用，如侵犯您的权利，请与协会秘书处联系（020-89231839 转 848），秘书处将及时删除，谢谢！

本期目录

【协会动态】.....	3
【延期展会】.....	4
【会展交流】.....	12
疫情下会展行业协会的作为与担当.....	12
【会展资讯】.....	15
疫情后会展业重启的几点思考.....	15
厦门市发布疫情中支持会展发展政策.....	17
疫期怎样组织企业内训.....	19
疫情“飓风”后，会展嬗变的七个断想.....	21
会展业应提升应对突发公共卫生事件的能力.....	24
疫情给会展按下的暂停键这样重启.....	27

1. 2020年2月，我会利用微信公众号平台“广东会展组展企业协会”连续发布《学习强业 | 2019-nCov 疫情下，会展人的自我修炼》系列学习文章，督促企业利用特殊时期进行内训，提高员工专业素养。
2. 2020年2月5-8日，我会针对全体会员发布《关于在会员企业中开展有关疫情影响与诉求问卷调查的通知》，拟形成专项调研报告，上报政府主管部门，传达企业心声，争取政府政策支持。
3. 2020年2月15日，第六期中国好会展-战疫直播厅开播，我会会长刘松萍女士以“上下同欲者胜：防疫战场上会展主办方如何借力群求突围”为主题，在疫情防控的大背景下，立足构建政府和行业沟通桥梁的角度，详细解读了如何通过协会聚合企业需求与共识，寻求行业企业突围的高质量解决方案，与业界同仁分享所见所闻所思。
4. 2020年2月17-18日，我会利用微信公众号平台“广东会展组展企业协会”发布《关于新冠肺炎对会展企业的影响及企业诉求的调研报告》。
5. 2020年2月18日，我会会长刘松萍女士受明说生态会展邀请作为采访嘉宾，此采访重在传递各省市会展协会的主要声音与动态，使各地会展企业及从业人员能在疫情中更有归属感，有更多有效的应对措施。
6. 2020年2月24日，我会利用微信公众号平台“广东会展组展企业协会”发布《广东省2020年2、3月份展览会受疫情影响统计报告》。

延期展会

中国进出口商品交易会展馆

第 55 届全国工艺品交易会

原开展时间：2020.2.27-2020.3.1

主/承办单位：中国工艺美术协会、广东省广轻控股集团有限责任公司

2020 第 25 届华南国际口腔医疗器材展览会暨技术研讨会

原开展时间：2020.3.2-2020.3.5

主/承办单位：广东国际科技贸易展览公司（会员单位）

2020 广州国际商业智能设备产业博览交易会、2020 第八届广州国际自助售货系统与设施博览交易会、2020 第三届广州国际智慧零售博览会、2020 第三届广州国际商业支付系统及设备博览会、2020 亚太生鲜配送及冷链技术设备展览会、2020 亚洲智能展示陈列展示及商超设备展

原开展时间：2020.3.4-2020.3.6

现开展时间：2020.5.10-2020.5.12

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2020 亚洲乳业博览会、2020 亚洲冰淇淋展览会

原开展时间：2020.3.4-2020.3.6

现开展时间：2020.7.16-2020.7.18

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2020 第四届广州国际应用科技交易博览会、2020 第四届广州国际无人机应用产业展览会、2020 第四届广州国际智能机器人产业展览会、2020 广州国际智能穿戴设备展览会、2020 亚太国际摄像模组与光学镜头展览会

原开展时间：2020.3.4-2020.3.6

现开展时间：2020.8.16-2020.8.18

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2020 广州国际玻璃工业技术展览会暨广州国际玻璃展、广州国际防火玻璃与耐火门窗幕墙展

原开展时间：2020.3.4-2020.3.6

主/承办单位：广州瑞鸿展览服务有限公司（会员单位）

第二十七届华南国际印刷工业展览会暨 2020 年中国国际标签印刷技术展览会

原开展时间：2020.3.4-2020.3.6

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

第二十七届中国国际包装工业展览会暨 2020 中国（广州）国际包装制品展览会

原开展时间：2020.3.4-2020.3.6

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

第 54 届中国（广州）国际美博会

原开展时间：2020.3.10-2020.3.12

主/承办单位：广州佳美展览有限公司（会员单位）

第 45 届中国（广州）国际家具博览会--民用家具展

原开展时间：2020.3.18-2020.3.21

主/承办单位：中国对外贸易广州展览总公司（会员单位）

第 45 届中国广州国际家具博览会--办公环境展

原开展时间：2020.3.28-2020.3.31

主/承办单位：中国对外贸易广州展览总公司(会员单位)

2020 年中国广州国际家具生产设备及配料展览会

原开展时间：2020.3.28-2020.3.31

主/承办单位：中国对外贸易广州展览总公司(会员单位)、科隆展览（北京）有限公司

保利世贸博览馆

2020 中国（广州）国际家用医疗康复护理及福祉辅具展览会

原开展时间：2020.2.28-2020.3.1

主/承办单位：广州市金晔展览有限公司

2020 新春国际车展

原开展时间：2020.2.29-2020.3.1

主/承办单位：湖南砖头创客文化传媒有限公司

第 26 届铝门窗幕墙新产品博览会

原开展时间：2020.3.5-2020.3.7

主/承办单位：广州市城博展览有限公司

第五届广东国际水处理技术与设备展览会

原开展时间：2020.3.11-2020.3.13

主/承办单位：上海荷瑞会展有限公司

广州国际分析测试及实验室设备展览会暨技术研讨会

原开展时间：2020.3.11-2020.3.13

主/承办单位：国药励展展览有限责任公司

第45届中国（广州）国际家具博览会--民用家具展

原开展时间：2020.3.18-2020.3.21

主/承办单位：中国对外贸易广州展览总公司(会员单位)

第十届中国（广州）定制家居展览会

原开展时间：2020.3.26-2020.3.28

主/承办单位：广州博骏家居科技有限公司（会员单位）

2020 内衣视界（广州）财智峰会

原开展时间：2020.3.31-2020.4.1

主/承办单位：广州渠道通广告有限公司

广州国际采购中心

2020 华夏家博会（广州）

原开展时间：2020. 2. 28-2020. 3. 1

主/承办单位：广州华墨展览有限公司

2020 第十一届 cpf 国际宠物博览会

原开展时间：2020. 3. 6-2020. 3. 8

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2020 亚洲园林景观产业博览会，亚洲园林景观设计、设施及用品展、2020 亚洲花卉产业博览会、亚洲花艺及花店用品展、亚洲花卉种植技术及设施展

原开展时间：2020. 3. 16-2020. 3. 18

现开展时间：2020. 5. 11-2020. 5. 13

现举办地：保利世贸博览馆

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

2020 广州金花地春季渔具展

原开展时间：2020.3.21-2020.3.23

主/承办单位：广州市金花地渔具物业管理有限公司

南丰国际会展中心

第四届广州娃展沙龙

原开展时间：2020.3.1

主/承办单位：广州顽娃文化活动策划有限公司

第 26 届铝门窗幕墙新产品博览会

原开展时间：2020.3.5-2020.3.7

主/承办单位：广州城博建科展览有限公司

世纪家博会

原开展时间：2020.3.13-2020.3.15

主/承办单位：广州世纪家博展览服务有限公司

Edition2020 年冬季订货会

原开展时间：2020.3.18-2020.3.20

广州惠民团车节

原开展时间：2020.3.21-2020.3.22

主/承办单位：北京飞天久益文化传媒有限公司

第四十五届中国（广州）国际家具博览会—办公环境展

原开展时间：2020.3.28-2020.3.31

主/承办单位：中国对外贸易广州展览总公司（会员单位）

深圳国际会展中心

2020 年大湾区国际智能纺织制衣工业设备展&华南国际缝制设备展&大湾区国际智能鞋机鞋材工业设备展

原开展时间：2020.3.5-2020.3.8

主/承办单位：讯通展览公司（会员单位）

第 32 届国际玩具及教育产品（深圳）展览会、第 11 届国际童车及母婴童用品（深圳）展览会、2020 国际授权及衍生品（深圳）展览会

原开展时间：2020.3.6-2020.3.8

主/承办单位：广州力通法兰克福展览有限公司（会员单位）

2020 年深圳时尚家居设计周暨 35 届深圳国际家具展

原开展时间：2020.3.18-2020.3.21

现开展时间：2020.6.12-2020.6.15

主/承办单位：深圳市家具行业协会、深圳市德赛展览有限公司（会员单位）

2020 年 ITES 深圳工业展暨第 21 届 SIMM 深圳机械展

原开展时间：2020.3.30-2020.4.2

主/承办单位：深圳市环悦会议展览有限公司（会员单位）

深圳会展中心

2020(春)深圳国际家纺布艺暨家居装饰展览会

原开展时间：2020.3.7-2020.3.10

主/承办单位：深圳市博奥展览有限公司

第 17 届名品家博会

原开展时间：2020.3.14-2020.3.16

现开展时间：2020.5.9-2020.5.10

主/承办单位：世纪东方会展

第 27 届婚博会

原开展时间：2020.3.14-2020.3.16

现开展时间：2020.5.9-2020.5.10

主/承办单位：世纪东方会展

深圳国际休闲旅游展

原开展时间：2020.3.14-2020.3.16

现开展时间：2020.7.24-2020.7.26

主/承办单位：世纪东方会展

深圳轻奢艺术家居展

原开展时间：2020.3.14-2020.3.16

现开展时间：2020.7.24-2020.7.26

主/承办单位：世纪东方会展

2020 年深圳国际黄金珠宝玉石展览会

原开展时间：2020.3.14-2020.3.17

主/承办单位：博闻（广州）展览（会员单位）

2020 亚洲橡塑博览会、2020 亚洲包装印刷产业博览会

原开展时间：2020.3.19-2020.3.21

主/承办单位：广东鸿威国际会展集团有限公司（会员单位）

CCH2020 第八届国际餐饮连锁加盟展·深圳站

原开展时间：2020.3.19-2020.3.21

主/承办单位：军创展览

深圳国际进口消费品交易会

原开展时间：2020.3.24-2020.3.27

现开展时间：2020.6.19-2020.6.21

主/承办单位：世纪通展览

中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会暨 NEXT SHOWROOM

原开展时间：2020.3.31-2020.4.2

主/承办单位：环宇时尚展览

潭洲国际会展中心

第十七届中国国际中小企业博览会智能家电展

原开展时间：2020.3.2-2020.3.4

主/承办单位：广州慧聪网络科技有限公司（会员单位）

2020 第十一届中国（佛山）门窗博览会

原开展时间：2020.3.10-2020.3.12

主/承办单位：佛山市中居联会展有限公司

第十七届中国国际中小企业博览会国际家居展

原开展时间：2020.3.17-2020.3.20

现开展时间：2020.7.9-2020.7.11

主/承办单位：中国国际中小企业博览会事务局、广东月星寰博展览有限公司（会员单位）

2020 亚洲国际烘焙工业技术设备应用博览会（2020 粤港澳烘焙工业技术应用大会暨 2020

中国（广东）烘焙技术设备博览会

原开展时间：2020.3.30-2020.4.1

主/承办单位：未创（广州）会展服务有限公司

广东现代国际展览中心

第 43 届国际名家具（东莞）展览会、2020 国际名家具设计展、2020 国际名家具家居饰品

展(春季)、2020 国际名家具机械材料展（春季）

原开展时间：2020.3.16-2020.3.20

现开展时间：2020.6.9-2020.6.13

主/承办单位：东莞名家具俱乐部（会员单位）

中山博览中心

2020 中山春季车展

原开展时间：2020.3.6-2020.3.8

现举办方式：2020.3.16-2020.3.29 以网络方式举办“2020 首届中山云车展”

主/承办单位：中山报业传媒股份有限公司

中山市灯都古镇会议展览中心

第 25 届中国·古镇国际灯饰博览会暨 2020 春季古镇灯饰生产设备、原辅材料及配套服务展

原开展时间：2020.3.18-2020.3.21

主/承办单位：中山古镇灯都博览有限公司

中山黄圃国际会展中心

2020 第 28 届中国小家电交易会暨中国家居用品交易会

原开展时间：2020.3.5-2020.3.7

主/承办单位：中山市圃江文旅传媒（会员单位）、慧聪家电（会员单位）

中山火炬国际会展中心

2020 中山春季车展

原开展时间：2020.2.29-2020.3.1

主/承办单位：深圳市海灵广告有限公司

中山市大涌镇红木文化博览城

2020 中国（中山）红木家具博览会

原开展时间：2020.3.20-2020.3.23

主/承办单位：中山红木家具协会

佛山·顺德龙江镇

第 39 届国际龙家具展览会

原开展时间：2020.3.17-2020.3.20

主/承办单位：佛山市前进汇展中心有限公司

第 29 届亚洲国际家具材料博览会

原开展时间：2020.3.17-2020.3.20

主/承办单位：佛山市前进汇展中心有限公司

疫情下会展行业协会的作为与担当

会 展 交 流

当前，新冠肺炎疫情防控工作仍处于关键时期。疫情的影响已经波及到各行各业，从官方渠道看到，各地纷纷发布限制群众性活动、暂停大型经贸活动等文件，会展业首当其冲。根据目前全国各地发布的通告来看，3月底前的展会延期或停办基本上已成定局，后续举办的展会也将根据疫情防控情况而定。

疫情下的会展业现状

春节期间，广东会展组展企业协会（以下简称协会）对会员企业进行了调研，企业都在积极配合疫情防控工作。从历年情况看，春节过后会展业将逐步进入旺季，受到疫情影响，协会会员有不少于100个自办展会已确定停办或者延期。包括一些行业品牌大展，如广州灯光音响展、广州旅游展、广州广告展、广州工业自动化展、华南口腔展、国际橡塑展、东莞名家具展、深圳机械展、深圳珠宝展等。

从目前反馈的信息了解到，大部分延期展会目前尚未确定具体开展日期，给本届展会带来诸多不确定因素，影响正常工作开展。暂未停办或延期的展会也增加了经营风险，在疫情尚未明朗的情况下，潜在展商和观众对于聚集性会展活动存在一定疑虑，影响参展观展的积极性。停办展会的损失则更加惨重。经济亏损不说，下届展会也前景未明。再者，由于境内外管制导致客流量骤降，对于会展业国际化的发展及出国展影响重大。在本次疫情的重大冲击下，一些展会和会展企业面临严峻考验，能否度过这个难关也是一个未知数。

疫情下会展行业协会的作为

广东会展组展企业协会作为全省会展行业组织，积极做好政府与企业之间的帮手，一方面充分了解企业的困难与需求，一方面积极配合政府主管部门的各项工作。针对疫情，主要做了以下针对性工作：

及时发起倡议，配合防疫工作。于1月29日发布《致全体会员的倡议书》，倡议各会员单位能够积极配合、以身作则、明辨真伪、奉献爱心、关心员工。

深入市场调研，了解企业诉求。于2月5-8日针对全体会员发布《关于在会员企业中开展有关疫情影响与诉求问卷调查的通知》，拟形成专项调研报告，上报政府主管部门，传达企业心声，争取政府政策支持。

密切联系政府，积极献智献策。利用线上平台开展调研，形成《关于新冠肺炎疫情下支持广东省会展业发展的建议》，上报广东省商务厅。

共享专家智慧，倡导企业内训。连续发布《学习强业 | 2019-nCov 疫情下，会展人的自我修炼》系列学习文章，督促企业利用特殊时期进行内训，提高员工专业素养。

疫情影响的主要问题及应对建议

协会经过与会员企业的调研，发现问题主要集中在以下几个方面：

一是展馆调档压力大。据调研结果显示，目前延期的展会大部分均未确认档期，需要与展馆进行协商，但大部分企业均表示希望能调至 5-7 月份。届时，将出现同类型展会扎堆、竞争压力大等问题。

二是企业资金缺口大。一方面，展会在开展前，均做了大量的买家宣传工作、成本已经产生，延期换挡均会造成成本倍增，人工成本、办公成本等也均不会减少。另一方面，企业收入变少，税费租金压力仍然存在，多方面的压力给企业造成了巨大的资金缺口。

三是出国展面临巨大压力。对于国外自办展来说，除了签证、当地政策针对中国游客的限制外，最主要的是展会延期不一定可行，特别是对于如印度等地区来说，往后延期将会碰到财政月份、炎热天气等问题。对于国外代理展来说，境外主办不一定愿意因为中国展商而延期，导致处于劣势地位。

四是行业短期内很难恢复信心。除了以上问题外，销售业务受阻、观众组织困难、人员招聘受阻等方面均是企业共有的压力，对疫情的不确定性容易造成参展商和观众的恐慌心理，会展行业恢复信心将面临着时间的考验。

综上所述，会展业未来可能出现“强者更强、弱者更弱”的马太效应。

经过综合了解企业需求，协会提出了几条建议，希望政府主管部门能够出台扶持政策，企业依靠自身，尽快走出困境。

一是出台会展资金扶持政策。设立疫情特别扶持资金，制定展会延期停办补贴计划，确保对主办方的经营信心，加大投入到招商宣传和服务之中，保证延期后的展会高质量完成。增加会展企业线上线下技术投入的资金支持。对会展企业已产生的酒店预定、交通预定、宣传推广等费用给予适当补贴。响应总理号召，支持外贸企业参加在线展览平台，对于购买在线展览产品参照线下出国展览展位补贴政策给予支持和引导。

二是降低会展企业运营成本。减免会展业上下游企业的税收，对会展企业实现差额税收政策。积极协调展馆，对于延期举办的展会，在租金及服务上给予优惠。减免企业办公租金，优化五险一金缴纳时间。

三是优化会展公共配套服务。加大公共服务的支持，如海关、宣传、公共交通等。对延期或者暂时停办的展会，再次申请举办时，给予审批绿色通道（包括公安、消防、工商等部门）。

四是协调优化展馆排期。优先考虑对疫情影响的大展、品牌展进行排期，确保品牌展的影响力，以大展延续行业信心。结合疫情实际情况，适当降低展馆进行绩效考核标准，实行展馆专项补贴。

五是协调行业主管部门设立行业发展资金。会展是促进行业发展的最佳方式，建议各行各业从维护行业发展角度，设立行业发展资金，对参展企业进行资金补贴。

六是重振行业信心。加强与 UFI、ICCA 等会展业国际组织的联络，避免受到不公平的

待遇，维护自己的利益。邀请专家进行培训，设置如何应对疫情及疫情后如何发展等议题。创新网上展览等办展模式，给予资金补助。制定精准的营销方案，联动有关部门在海内外宣传推广国内健康形象，尽快稳定商业秩序。主动策划或积极承办更多与健康有关的国际展会或论坛，强化国民健康意识。

困难是短暂的，只要会展业的同仁们团结起来，依靠政府、壮大自我，会展业一定会再次迎来发展的黄金期。

来源：广东会展组展企业协会

疫情后会展业重启的几点思考

截至2月26日，依据国家有关法律法规规定和各地新冠肺炎疫情防控形势，已有14个省市相继下调突发公共卫生事件应急响应级别。全国各省市在做好疫情防控工作的前提下，陆续推进企业复工复产，减缓疫情给各行各业带来的影响。

会展业作为受疫情影响最为严重的行业之一，何时能够恢复正常？据了解，部分会展企业已经开始正常上班，大部分会展企业进入3月份也会正常复工。但是，会展活动何时正常恢复，目前尚无明确消息，从整个行业来看，全国2月份、3月份的展会纷纷延期或取消，部分4月份展会也已经调整。国外也有很多展会延期或取消。

商务部于2020年2月21日召开稳外贸稳外资促消费网上政策吹风会。吹风会上，商务部外贸司司长李兴乾在回答记者提出的“今年的春季广交会是否会延期或取消”问题时表示，目前，第127届广交会各项筹备工作正按计划有序进行，对业界来说也是一个大的利好。疫情后展会活动何时重启，相比其它行业，因会展业自身的特点可能更加谨慎、复杂，也更具爆发性、更有价值。

会展业重启更加谨慎

控制人员流动是新冠肺炎疫情防控的重要工作，而会展活动具有人流集聚性、广泛性、密闭性等特征，注定是疫情防控的重点对象。首先是人流集聚性特征。举办一个大型展会，动辄吸引几万乃至数十万人参展商、专业观众以及其他服务人员参与，且是同一时间大量人员的集聚。其次是人员的广泛性特征。参与人员来源非常广泛，可能来自于世界各地，全国各地。最后是封闭性特征。展会基本在展馆举行，在短短几天时间内，所有人员在一个相对封闭、狭小的空间内完成面对面交流。在疫情尚未完全控制的情况下，举办会展活动具有较高的风险。可以预见，会展活动的正常恢复会晚于大部分的行业。

会展业重启更加复杂

会展业牵涉到人流、物流，涉及众多服务行业，需要餐饮、酒店、交通、物流、展示设计及搭建等行业的支撑。目前，这些会展上下游产业均处于严格管控阶段，尤其最基本食、住、行服务都无法满足。此外，在疫情尚未解除的情况下，国际客商参与中国展会的意愿势必降低，海关、签证的难度也会加大。从这个角度看，会展业重启相较于许多行业面临更加复杂的外部环境，只要其中一环尚不稳定，会展业就难以正常启动。在这次疫情下，体现出了会展业面对突发事件更为敏感、也更加脆弱。

会展业重启更具爆发性

首先是制造业振兴平台。疫情过后，各级政府、各个行业、各家企业都需要振兴行业信心、加快行业复苏，行业展会无疑是最直接有效的平台之一。当前，虽然许多展会受到疫情

影响无法正常开展，但是企业对于品牌展会依然保持了很强的信心。据中国食材电商节组委会对展商调查显示，超过 76.5%的企业将持续参展，312 家行业头部品牌更是以高达 96.2% 的持续参展回复，给出了对市场复苏以后会取得巨大发展的肯定答案。会展的兴衰不仅是行业经济的风向标，它更是产业界对一个国家或地区信心的体现。目前许多企业采取有力手段加大宣传，配合会展营销活动。无疑，会展业将成为帮助其他行业走出困境、恢复正常发展的行业之一，彰显出会展业作为“生产型服务业”的力量与价值。

其次吃、住、行等相关行业的带动。会展业本身具有强大的带动效应，通常人们认为是 1:9 的带动效应，广交会是 1: 13.6 的带动效应，会展业重启对于城市经济复苏绝对大有裨益。据估算，在会展业发达城市，每 1 万平方米展览会可以吸引约 1 万名展商和观众参与。根据广东会展组展企业协会对 2020 年 2、3 月份延期展会调查显示，广东省有 80 个展会延期，涉及展览面积 513.95 万平方米。也就是说，广东几个会展城市将有超过 500 万人的“会展人流存量”将在疫情结束后释放出来，并且这些人流是高端商务客人，其消费将远远大于普通旅游客人，这对于促进当地经济发展是一剂很强的“催化剂”。

会展业重启价值更加凸

得益于会展活动的“窗口效应”和“眼球效应”，重启举办国际性会展活动，更是加强国际交流合作、促进国际贸易往来、树立国外对我国正确观感的有力手段，会展项目的相关成果，也将成为产业发展和城市注意力经济的标志。

以香港为例，2003 年 6 月 23 日，世界卫生组织将中国香港从疫区中除名。仅仅 20 天后，世界旅游组织、博鳌亚洲论坛与香港特区政府就在香港会展中心成功举办了“新形势下国际旅游合作大会”，香港借助这个特别的大会向来自 48 个国家和地区的 1200 名代表展示了香港控制非典疫情的成果，展现了香港的魅力。美国也是借助世界经济论坛很快就走出了 911 阴影。2002 年 1 月 31 日至 2 月 5 日，世界经济论坛（达沃斯年会）在纽约举办，各国首脑、企业领袖、经济学家、艺术家、媒体记者共 2700 人云集曼哈顿，它传达出的信心让曼哈顿以一种强有力的方式完成了反弹，美国不仅从 2001-2002 年的经济衰退中恢复了过来，也从 2008-2009 年的经济危机中走了出来（数据素材来源于公众号：会展 BEN）。

因此在当前国际形势震荡的背景下，会展业不仅仅是一本“经济账”，更肩负着一定的“外交使命”。

来源：广东会展组展企业协会

厦门市发布疫情中支持会展发展政策

据会展中国了解，厦门市人民政府办公厅于官网发布《关于应对新型冠状病毒肺炎疫情支持会展企业发展的实施方案》的通知。以下为《通知》全文：

厦门市人民政府办公厅关于印发应对新型冠状病毒肺炎疫情支持会展企业发展实施方案的通知

各区人民政府，市直各委、办、局，各开发区管委会，各有关单位：

《关于应对新型冠状病毒肺炎疫情支持会展企业发展的实施方案》已经市应对新型冠状病毒肺炎疫情加快推进服务业企业有序复工领导小组研究同意，现印发给你们，请认真贯彻落实。

厦门市人民政府办公厅

2020年2月22日

（此件主动公开）

关于应对新型冠状病毒肺炎疫情 支持会展企业发展的实施方案

为深入贯彻党中央、国务院关于加强新型冠状病毒肺炎疫情防控工作的重大部署和市委、市政府的工作要求，落实《厦门市人民政府关于应对新型冠状病毒肺炎疫情支持企业共渡难关若干措施的通知》（厦府规〔2020〕3号）精神，支持我市会展企业发展，制定本方案。

一、加快奖补资金拨付。对2019年第四季度符合《关于进一步促进会议展览业发展的扶持意见》（厦会展〔2017〕24号）和《厦门市会展业发展专项资金管理办法》（厦财企〔2017〕25号）奖补条件的项目加快审核，3月底前完成拨付。（责任单位：市商务局（市会展局）、市财政局、市会展促进中心）

二、加大项目奖补力度。在《厦门市关于进一步促进会议展览业发展的扶持意见》（厦会展〔2019〕58号）政策奖补资金标准基础上，对已报备计划于2020年上半年举办但因疫情延期并在当年度继续举办的会展项目，符合奖补条件的，奖补资金标准上浮20%，对2020年上半年新举办并符合奖补条件的展览项目（不含重大展览项目），奖补资金标准上浮20%，对2020年上半年举办并符合奖补条件的会议项目（不含重大会议项目），奖补资金标准上浮10%。（责任单位：市商务局（市会展局）、市财政局、市会展促进中心）

三、提供会展场地奖励。对已报备计划于2020年上半年举办，但因疫情延期并在当年度继续举办的会展项目，在会展场地提供方维持原有租金不变或降低租金的情况下，按该会展项目上浮前奖补金额的10%标准给予会展场地提供方会展场地奖励。（责任单位：市商务局（市会展局）、市财政局、市会展促进中心）

四、协助宣传推广。对已报备计划于2020年上半年举办，但因疫情延期举办的展会，提供合作媒体资源进行重点宣传推广。疫情结束后，企业派员参加由市会展促进中心组织的

境内会展营销推介活动，给予定额补助 2000 元/人，每家企业不超过 2 人。（责任单位：市商务局（市会展局）、市财政局、市会展促进中心）

本实施方案执行期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日，国家、省、市另有规定的，按就高不重复执行。鼓励各区根据实际情况出台措施支持会展企业应对疫情。各责任单位根据本实施方案制定操作细则并负责解释。

来源：厦门市人民政府官网

疫期怎样组织企业内训

今年1月爆发的新冠肺炎疫情，现已蔓延全国。

为避免交叉感染，聚餐、串门、打牌等小规模的人群聚集，被政府劝阻或禁止。而包括会展在内的大型公众性聚集活动，更属禁止之列。

目前，疫情仍在发展，尚未见顶转缓。因此，会展企业在未来相当长一段时间内（至少60天左右），将面临项目取消（延期）、业务停滞、员工松散的状态。

当此非常时期，在不可抗力面前，会展企业可以静下心来做好两件事：一是谋划未来，二是培训员工。

所谓谋划未来，就是研讨企业的长远发展问题，制定规划，为疫情后的经营扩张或转型做好准备。对此，本文不展开议论。

疫情期间组织员工参加培训，既有时间保障，又可实施业务繁忙时难以顾及的系统化的培训。具体建议如下：

一、明确目标，制定计划

将培训列为疫情期间员工管理的主要工作，订立包括培训课程、师资、时间、参训对象安排在内的详细计划，可以按周实施。

二、结合实际，有的放矢

培训课程应根据企业或业务发展需求而确定，在宣讲大势、大局的同时，力求针对“痛点”，分享实操实战的经验与知识。

培训对象可分为全员、管理层、业务层、项目组等不同类别，以避免“一锅煮”“大杂烩”导致的效果不佳。

三、以会代训，演讲导引

可将谋划未来的议题转为研讨课题，采取会议形式，以管理高层的演讲引导与会者参与讨论，通过头脑风暴达到集思广益的效果。

四、选聘师资，网络上课

企业内训的师资应主要依靠自身力量，来源是管理层及优秀员工。同时，可以选聘业内专家授课。

在当前情况下，通过网络上课是好办法。钉钉、华为、微信等都有用于培训会议的软件，不少是免费的。

五、提高认识，加强考核

会展业作为现代服务业，对于人力资源的素质要求非常高。在业务实践中不断补充新知识，是高素质人才成长的不二法门。因此，集中时间开展培训，既是当前应对疫情的对策，更是符合企业发展需求的战略措施。

管理层要主动担任培训讲师。其好处有三：一是整理思路，提升认知；二是训练表达，改善沟通；三是引领学习，展现素质。

考核及必要的考试，是保证培训工作落到实处、取得成效的方法，要有专门设计和专人负责。

会展主办方内训课程的内容参考

1、大势演讲与研讨，主要是会展业的发展趋势和会展项目所服务行业的发展趋势两方面的大趋势。

2、会展项目的主题创新与业务创新。

3、会展项目的市场营销，包括内容生产、信息传播、观众邀约、活动组织、客户关系维护等方面。

4、会展文案写作，特别是新闻稿写作。

5、会展项目信息化。

6、认知与沟通能力。

来源：张凡的会展洞察

疫情“飓风”后，会展嬗变的七个断想

新型冠状病毒（2019-nCoV）感染的肺炎疫情发生以来，社会各界全面防疫。一时间，旅游、租赁、酒店、地产和院线等服务业也全面响应防疫要求，暂停或启动应急方案。作为生产性服务业的会展业也同样如此。

自1月23日浙江、广东两省率先启动重大公共突发卫生事件一级响应之后，北京、上海、天津、安徽、重庆、四川等于1月24日陆续启动。现在全国31省市都宣布启动一级响应，实行最严格的防控措施。

在此背景下，广东省于1月24日发布了《广东省商务厅关于应对新型冠状病毒感染肺炎疫情的补充通知》，要求“即日起暂停一切大型经贸活动”，广州市商务局随之明确发布了《关于暂停全市大型展览活动的通知》，深圳等地相应遵照省厅通知，暂停展览活动的举办。

从大局出发，会展企业在第一时间积极响应国家和地方政府的号召，顾全大局，北上广深、杭州、成都、西安、厦门等地企业相继宣布延期或取消原计划2月份举办的展会。

据某行业平台动态不完全统计，截止2月2日21:30，全国部分地区宣布延期的展会106个，取消举办的3个，就已宣布延期或取消的展会项目来看，目前均已暂对2月份展会做出延期公告，而随着疫情的不确定性，各地主办和场馆不断降低预期，针对3月份的展会做出延期预案。

当下的趋势问题是，依循当年非典的经验，主办和场馆大多预判将展会延至今年5月相对保险。这种预判将对行业未来走势呈现何种格局迭变？

断想一：重启开展后，展会扎堆，形成“恢复性”反弹的现象。对于一线城市“热门”展馆来说，展会档期特别是黄金档期已满，一是调档压力巨大，甚至无档可调；二是3、4月是传统的会展旺季，很多大型（巨无霸）品牌展会集中于此，因其规模大，如家具展、建材展、美容美发展等，布撤展周期长（10天以上），在展馆档期本身空间很小的情况下腾出时间档，势必挤占其他展会的时间。

断想二：同质化题材展会撞车，影响展商的选择和品牌保护期。专业题材展会的档期选择不是主办一家率性而为的事，是综合了行业采购特点、同类题材展会和竞争对手的情况而做出的最优化决策，改期同样要对变化中的行业态势进行综合把握。而由于疫情影响，档期的调整则是非理性、非专业的选择结果，势必在同一市场或同一展馆发生同质化题材撞车的现象，这也必将给企业参展选择带来痛苦，也给同质化主办的品牌竞争良性保护带来困惑，最后只能自我安慰“非常时期，大家都担待些”，但对未来发展将产生深远影响，尤其对于一个城市的会展题材平衡布局来说。

断想三：强者恒强，高成长值题材屹立，行业因势被动洗牌。由于展会的延期或取消，展商将更加青睐于品牌实力强大的展会及其主办，在选择空间和时间有限的情况下，企业将放弃品牌实力弱的展会，减少参展次数和规模。这源于展览的功能所在，即当下展览仍然以

贸易对接为主要功能价值，春秋两季的商品采购是专业展的重要支撑，当黄金档的品牌展会换期举办，并与其他同类展会档期相近或重叠时，企业参展首选会是品牌展会。同时，如延期展会举办时间与参展企业年度计划相冲突，后者会更加精简参展计划，优选品牌展。不可否认的是，展商在重新选择的过程中会发生横向流失，转场或者离场具有较大可能，部分展会将会失去一些固有展商，观众数量也会产生一定的变迁。

因此，由于专业品牌展会抗风险性强，在这一轮的博弈中，将会出现“强者恒强”的优势，而行业展会将可能会重新洗牌。

然而，因循“飓风过岗，伏草惟存”的“天道”规律，在这轮飓风之中，一些符合时代新消费需求、富有成长价值的展会将会迎来春天，比如电竞游戏、线上娱乐、在线办公、线上教育、医疗卫生、智能自动化、移动互联等。如同 2003 年的非典，使互联网这阵风促电子商务、快递行业尽快走入了大众视野。

断想四：一段时期内，展会有向大城市周边二三线城市下沉的可能，后者“捡漏”，或可催生新的市场。受延改期的影响，大城市大型展馆给不出档期，部分展会将因得不到档期或被迫缩短展期，主办方从项目生存和成本的角度考量，或会考虑将展会移植到周边二、三线城市展馆举办，对于后者将带来“捡漏”的“惊喜”，或可弥补部分因取消展会带来的损失影响。也有可能借此契机，增加本地展览题材的同时，炒热了当地市场，未来裂变出新的题材和规模，现实中不乏其例。

断想五：线上线下展览齐头并进，未雨绸缪，布局数字化办展模式。疫情蔓延以来，各行业从谋求突围和生存的角度，竞相拓展网上办事和商务空间，如保险、旅游、影视等。伴随互联网技术的发展，网上会展的做法已持续了多年，目前不少品牌展具有“双线展”功能，即线上展和实体展并行。然而，就当前的线上展览功能来看，大多停留在“平面式”的静态中，尚未真正发挥全方位动态价值功能，而更多为线下实体展做技术支撑和推广服务。

因而，对于拥有庞大稳定展商和买家资源数据库的品牌展主办方来说，激活线上平台，完善技术功能，未雨绸缪，尽快布局数字化展览模式，应可作为应对不确定因素的战略选择之一。

断想六：年度行业整体收入水平下滑。这主要影响到主办方，如前所述，一线城市展馆的年度签约计划相对固定，延改期展会，特别是大型品牌展会挤占档期空间有限，为保证开展，被迫缩短展期和规模的可能性有之（除非展馆的空档期很充裕），其直接后果是导致利润的减少；对于该类展会，由于其运作流程是全方位体系化的，其成本支出具有不可逆性，因而在成本既定并且为消弭因疫情改期而追加成本的境遇下，盈利水平必然降低。

而对于年展览面积在 5 万平米以下的、展览项目数量少而单一的中小型展览公司，改期或取消展会所带来的营收下滑是显而易见的。该支出的成本已经付出，展会延误期间的各类费用依然承担，为稳定客户仍需追加一定的成本投入。

对于一线城市展馆来说，即使具有一定的档期可调控空间，相对于全年来说，出租面积

增长有限，如果复展时间较晚，整体收入水平也将大打折扣，二三线城市展馆同样面临这一局面，程度不同而已。对于会展产业链上的展览工程企业来说，经营压力会更大。

断想七：逐步“阴跌”可能会累及国际性展会。按照预期经济学派的判断，任何一项政策的出台，会有大约 9 个月的延后效应，市场对政策的预期，会部分降低政策的效果。随着国外对中国形势的关注，也将会对进入中国参展和采购产生一定的影响，特别是国际知名企业，自身有一套参展的考量机制和标准，在不确定性条件下，有可能放弃商机和利润，选择取消参展。同时，传统西方文化强调的生命安全思维会放大其对实际形势的判断，有的国际知名企业会专门先于出国员工到所去国家城市考察入住酒店，然后给出意见，要求入住达其标准要求的酒店，否则安全自负，可见一斑。

我们欣喜地看到，全国上下众志成城抗击疫情，会展业正蓄积着力量，静待东风随春归，发我枝上花。

来源：经济日报-中国经济网

会展业应提升应对突发公共卫生事件的能力

习近平总书记在主持召开中央全面深化改革委员会第十二次会议时强调,要完善重大疫情防控体制机制,健全国家公共卫生应急管理体系。

新型冠状病毒肺炎疫情让我们深切感受到突发公共卫生事件对服务业、尤其是对会展业的影响。由于至今我们尚不明确新型冠状病毒肺炎产生的根本性原因,也意味着很多突发公共卫生事件发生初期难以明确产生的原因和治疗方法,所以也无法从根本上预防各类突发公共卫生事件。会展业作为人员高度集聚扩散的平台,受突发公共卫生事件的影响较大,因此应未雨绸缪,提早防范。那么,我们应如何提升会展业抵御和防范突发公共卫生事件的能力?

一、面对危机会展企业暴露的问题

本次疫情期间,很多省市政府和会展行业协会都对企业受到的影响做了深入系统的调研,也彰显服务型政府的管理理念和行业协会的协调服务功能。通过调研数据我们也可以发现,会展企业在应对危机方面也暴露出一些明显的问题。

1.会展主办企业规模偏小。我国现有的会展企业中,普遍规模较小。很多会展主营企业的注册资本多在100万—300万之间,超过500万的数量偏少。企业的规模较小、业务单一,资金实力不够雄厚,流动性差,难以满足支出需要,抵御风险的能力自然偏弱。

2.缺少高质量的风险预案。一是尽管很多城市会展业主管部门对会展项目主办单位提出制定展会风险预案的要求,但是在实际操作中,往往是政府项目会制定风险预案,很多企业举办的项目却很少设置风险预案。二是风险预案的内容过于肤浅。很多企业认为风险预案不过是个形式,最多也就是知道出了问题应找哪个单位、打那个电话而已,并没有真正思考风险预案对企业一旦出现问题后的实际作用。三是很多风险预案都局限在应对,而没有考虑反败为胜,缺少替代性方案和措施。所以多数会展项目的风险预案并没有达到预期的要求,也难以在危机到来时发挥应有的作用。

3.业务缺少核心竞争力。现有展览项目的运作,大多数是经验主导型,主要是凭借企业主要负责人和技术骨干的业务经验,缺少对国内外项目、展品、市场和展客商供需关系的系统深入的研究,往往是三靠项目:一是靠城市的公共设施资源,二是靠城市产业题材和档期资源,三是靠产业和市场的惯性。项目题材的同质化和展品的大众化,导致项目举办的准入门槛低,项目的附加值低,展位销售价格低,项目收入仅能维持企业的运转,一旦遇到外部风险,企业难以承受,甚至几个月的停摆就会导致企业亏损和濒临倒闭。

4.缺少系统的风险共担机制。迄今为止,我国会展业尚未形成系统规范的会展项目风险防范与补偿机制。政府层面,尚未明确出台大型公共危机补偿方案和规章,很多城市在SARS期间对会展企业的补偿也都是临时性措施,不具有可借鉴、可持续的特征。市场层面,多限于现有的人身、财产保险,缺少直接服务于会展项目的专项保险服务体系,难以形成会展企业风险共担的局面。

二、应对突发公共卫生事件的建议

突发公共卫生事件给企业造成的损失是严重的。为进一步提升会展业发展的质量和可持续性,我们应高度重视突发公共卫生事件的防范应对工作。未来应重点做好以下方面的工作。

1.壮大会展企业自身规模。我国已经有部分城市重视到这一点,并从系统考虑城市会展业发展的角度,组建企业集团,提升城市会展业的综合竞争力。在此基础上,延长产业链、拓展服务领域,提升企业抵御风险的能力。

2.提升会展项目核心竞争力。一是要加强会展基础理论研究工作。会展不仅是门技术,更是一门科学,没有科学价值产业难以创造较高的经济价值,要对会展业发展的动力学、运动学、层次学、结构学等方面的原理开展深入研究,使之成为产业发展的坚强后盾,提高会展业自身的不可替代性;二是强化技术创新理念。要科学分析会展项目题材与规模、展品的信息不对称、展客商供需关系等方面的内在关系,逐步形成科学的评价体系,避免出现会展项目同质同构、项目规模与题材数量不匹配、展客商结构不合理等问题;三是要加强会展行业标准的建设,逐步形成规范的会展业管理体系,提升会展业发展的层次性和科学化,努力发挥会展大国在国际上的引领作用,提升会展项目的质量和综合竞争力。

3.推进会展企业分级管理。不同的会展项目对企业的要求也不尽相同,消费类会展项目的展客商群体主要来自于本市及周边地区,主办单位投入偏低,往往受到公共危机影响偏小。专业类,尤其是国际性的大型专业类会展项目,展客商来源相对广泛,主办单位前期投入较大,一旦遇到公共危机,损失惨重。所以,应重视会展企业评级制度,建立会展业评级标准,发布会展企业评级数据。政府也应根据会展企业的级别和实力,科学选择合适的会展企业举办会展项目,尤其是政府资金投入较大的会展项目。

4.建立会展项目准入机制。展会题材作为会展业最重要的资源,不仅是企业举办会展项目的基础,也是城市的公共资源。对城市重要题材的会展项目,政府对主办企业的规模应该有具体的要求,避免出现“烂尾项目”,浪费甚至是毁坏城市会展项目的题材资源。对政府资金投入的项目,在招投标环节应明确投标企业的规模要求。原则上,企业的注册资本应不低于会展项目招投标的标的额。

5.做好会展项目风险预案。本次疫情结束后,建议会展企业认真考虑制订会展项目应急预案的工作,政府也应对会展主办单位提出明确的要求,没有合格的风险预案不能举办会展项目。风险预案在满足会展危机应对基本要求的同时,也尽可能为会展项目设计各种不同情况下的替代方案,使会展风险预案真正成为企业抵御风险、转危为机的重要手段,以避免危机出现后的被动损失。

6.强化会展产业技术提升。会展是知识密集型和创意密集型产业,会展项目也具有较强的技术特征。在会展项目的举办过程中,应加强会展案例的研究、会展大数据的科学分析和智能智慧手段的运用,从根本上解决会展项目“靠天吃饭”的问题。在理论上,要深入发掘会展产业发展的基本原理和基本规律;在方法构建上,要重视形成会展业与相关产业、相关

环境的内在关系；在数据积累方面，要通过系统构建会展大数据系统，科学分析预判会展业发展可能遇到的形势与问题；在基础设施建设方面，要加大对会展管理相关技术的研发，加快相关设备的开发与生产，为会展业的发展提供科学的保障。

7.建设会展风险共担体系。会展业是一个系统工程，也是社会关联度较高的产业，产业和项目的风险很容易转化为产业和社会风险。要从政府和市场两个层面系统推进风险管理体系建设。政府层面，要积极推进大型会展活动风险补偿机制的构建；市场层面，鼓励保险公司结合会展项目设立会展公共危机险。对投保公共危机险种的企业，政府应从公共安全的角度，给予必要的配套支持。

来源：会展参考

疫情给会展按下的暂停键这样重启

今天上午 10:30, 中经网 iCE Meeting 邀请了来自国际展览业协会、学界、行业协会、企业界的 7 位会展专业人士继续围绕“疫情给会展按下的暂停键如何重启?”主题, 开启了首届会展 AI 峰会下半场。首届会展 AI 峰会上半场上周五推出后引起了会展业的关注。

疫情过后, 线上线下融合将会如何? 国际展览业协会亚太区主席、上海万耀企龙展览有限公司总裁仲刚对此进行了专业的解读。面对疫情, 已经由恐慌到面对挑战再到思考。疫情后如何重启是社会问题, 各行各业都要面对, 转危为机, 思路很重要。仲刚说, 疫情过后, 线上线下融合将成为大趋势, 尤其是 B2B 领域。在这样的情况下, 政府考虑救助企业时应着重关注展览行业的中小型企业, 这是会展行业最活跃的群体。同时, 会展企业和从业者应利用好时间“充电”。最后, 仲刚代表国际展览业协会(UFI)全球总部和 UFI China Club 向所有中国会展人致以最崇高的敬意。

北京第二外国语学院经济学院院长、教授, 中国会展经济研究会副会长刘大可认为, 疫情之后, 要从国家层面和地区层面加强目的地营销为会展业重启带来生机。为什么要重点关注会展业? 他说, 会展业是经济、投资、贸易、技术交流的重要平台, 对各行各业都有影响; 对于城市经济具有明显的拉动效应。那么会展业面临的困难是什么? 他表示, 从短期看, 疫情期间暂停一切会展活动使得业务归零。零收入大支出使企业难以支撑。从准备周期和国际化程度上看, 会展业重新启动不容乐观。疫情对国内影响小于国际影响, 国际市场信心不易恢复。会展业信息沟通渠道不够畅通。活动类别不同造成信心难以完全汇总统一。如何应对疫情下的困境? 他说, 一定要同心协力、客观评估, 通过合理渠道及时反馈情况。竭尽一起努力保护会展项目, 从国家层面和地区层面加强目的地营销。国家资源有限, 企业应当立足于自救。

疫情当下, 作为每年主办行业会展的全国性行业协会负责人, 中国纺织品商业协会副会长韩云钢分享了“为线上会展项目的开发和应用提供机会”话题。韩云钢说, 这次疫情带来的影响大于 2003 年的非典, 疫情对以内贸为主的会展项目有半年的影响。对有国际展商及买家参与的国际展有一年的影响。但困难与希望同在, 希望下半年的展会主办者把功课做足, 借机发展; 给展馆面积足够, 交通、住宿等配套条件较好的会展二、三线城市机会; 同时, 也给线上会展项目的开发和使用提供了机会。

北京北辰时代会展有限公司总经理、杭州国际博览中心总经理唐雪为线上观众分享了重启后的生机: 倒逼企业多元思考。她说, 此次疫情按下的暂停键下的变化有: 线上培训、直播新品发布会应运而生, 纸上谈兵几年的线上会议模式变成了真枪实干的尝试。她相信, 未来线上会议一定会成为线下会议的补充。2018 年初杭州国际博览中心就全力打造第六代场馆, 利用场馆资源优势、平台优势和流量优势激发潜在价值。暂停将会是加速发展的机遇。北京逸格天骄国际展览有限公司副总经理、中国会展经济研究会学术委员会委员李益以他最近的亲身经历向观众们分享了会展行业正在产生变革, 冲击展览服务。他说, 疫情总会过去。

就非典经验看，展览服务企业在疫情中的处境更为凶险，也更容易成就优秀企业。目前，企业面对的主要困境是经营模式和盈利模式，最大威胁来自于两方面：项目来源中断和管理费用，而现金流是压倒企业的最后一颗稻草。现在重启时间不确定，但应该随时做好准备。他给出了三条建议，分别是，一：重新审视自己的主营业务，有得必有失。二：围绕企业核心竞争力，留下精英人才。三：开发客户要从现在开始。他最后说到，一批国际性展会的取消可能会成就另一批展会。

浙江省温岭市会展中心有限公司总经理陈祥标期待首个因疫情宣布延期的专业展会重启。他说，2020 中国温岭泵与电机展览会，是每年正月初七开幕的特别展览模式，人称“开年第一展”。今年，展会与疫情时间相撞，组委会决定展会延期，这也是行业中首个发布新年展延期的展会。就目前来看，大方向对会展业利好，现在应该做的复产工作有，一、进一步调整战略品牌推广，人员素质，验检设施等工作的提升；二、面向参展企业发起线上调研：复工生产情况及对展会选择继续举办有哪些建议及意见；三、综合考虑企业参展意愿和需求程度。

中国会展经济研究会副秘书长、产业会展促进中心主任，广东现代会展管理有限公司副总经理姜淮，代表会展人呼吁《需尽快出台关于复展工作的指导意见》。面对在线观众对会展业何时复工的提问，他说，会展业的复工复展取决于疫情的有效控制和政府的限令放开，复工复展不是开闸放水，是逐步开放的过程。对此他给出的建议有，会展企业自身要做功课准备，特别是应急防疫的培训，必要的物料准备。会展业应该在线上推出智能解决方案，结合红外线、AI 技术、大数据、人脸识别、非接触式实名制数据上传，实现报警功能为一体。要重视展览现场的卫生保障管理。疫情过后，利用品牌展会和行业会议活动提振行业信心。品牌展是施政的重要抓手，是产业经济的风向标。对于疫情改期的品牌展应优先安排档期。应该提高施政的时效性，需尽快出台关于复展工作的指导意见。着力研发和推动绿色展览。同时，会展业存在重复投入问题，要出清一部分多余低端产能有利于行业高质量发展。

首届会展 AI 峰会到此就圆满结束了。疫情给会展按下的暂停键如何重启？13 位会展嘉宾从会展领域的各个方面为在线观众带来的不同角度的分享。上半场 6 位会展嘉宾为观众带来了多数场馆负责人表示：所有因疫情而延期或取消的展会的馆租、订金和其他费用将全部退还，重启后会展业的发展应该打组合战略等的好消息，不仅如此，中国经济网总裁王旭东在线致辞中承诺，三个月内面向各相关部委和全国各大行业协会会展机构等免费开放。今天 7 位嘉宾再次干货满满。希望会展业被疫情按下的暂停键尽快重启，中国经济网对会展业开放的传播平台一直在线！

来源：经济日报-中国经济网

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：020-89231839 转 848

地 址：广东省广州市海珠区中洲中心南塔 A 座 29 楼

电子邮箱：gfoa29@163.com 网址：www.gdfoa.com