

专题报告三：

广东会展产业

——国际会展之都如何抓住数字化机遇

作者：曹恩惠

目录

一、	发展现状.....	2
1.	基础硬件设施丰富.....	2
2.	会展业具有先发优势.....	2
3.	激发城市活力.....	2
4.	疫后线上展会解外贸业“燃眉之急”.....	2
二、	问题与挑战.....	2
1.	线上会展难以完全取代线下展会.....	2
2.	办会水平及相关配套有待提高.....	3
三、	政策建议.....	4
1.	促进线上、线下会展业结合发展.....	4
2.	何促进会展业与旅游业融合发展.....	5
3.	整合资源、规范发展、提升水平.....	5

凭借着经济大省的地位和独特的地理优势，广东已经发展成为目前国内前三大重要的区域展览中心。深厚的会展业基础，给予了广东进一步壮大会展业的驱动力。与此同时，随着粤港澳大湾区政策落地和持续推进，广东会展业也迎来新的发展契机。

但随着疫情给会展行业带来的巨大冲击和变革，广东会展业在逐步复苏之时，也需要面临如何在现有的基础之上，再度进化。其所要考虑的是，如何在载体扩容、服务创新、数字赋能等方面，再度激活广东会展业的新活力。

一、 发展现状

广东已是“国际会展之都”，目前已经形成了以“广州-东莞-深圳”为中轴，以“佛山-珠海”为延展，以广交会为切入点的会展体系。总体上看，目前广东会展业以民营展览企业为主体，覆盖设计搭建、展馆服务、展品运输、展会咨询、广告印刷、酒店餐饮、娱乐旅游等方面。

1. 基础硬件设施丰富

根据统计，截至目前，在广东登记的各种形式的展览公司近万家，主营会展服务的有 2000 多家，其中主要代表企业为广州市广百展贸股份有限公司等。

在硬件设施方面，广东省室内可供展览面积达 1 万平方米以上的专业展馆共 27 座，其中，排名前三的分别为深圳国际会展中心、中国进出口商品交易会展馆（广交会展馆）、广东（潭洲）国际会展中心。

2. 会展业具有先发优势

广东会展业自 20 世纪 90 年代兴起，是全国会展业发展最早、会展经济最活跃的省份之一。广东拥有目前中国历史最长、规模最大的会展“广交会”。自 1957 年，第一届广交会在广州开幕，63 年间逐渐变成千年商都一张闪亮的名片。

3. 激发城市活力

会展业的蓬勃发展给主办城市带来诸多益处。以广交会为例，广交会体现了广州“开放包容”的城市文化；以广州名片之姿，成为广州独特的旅游资源；带动广州旅游产业收入，推动旅游相关的产业发展；促进广州旅游基础设施完善，提升城市形象；带动广州周边城市旅游，推动区域联动发展；提供就业岗位，缓解就业压力。

当然，同时也因会展吸引的大量游客进入，侵占主办城市当地居民旅游、交通等资源，但通过前瞻布局与规划及适当的出行及交通安排，是可以将不利影响降到最低的。

4. 疫后线上展会解外贸业“燃眉之急”

2020 年，随着新冠疫情的出现，线上展会的模式加速落地。出现了展馆“静悄悄”，线上直播间一片火热的场景。从 2020 年 6 月 15 日开幕的第 127 届广交会起，广交会移至云端举办。2021 年 4 月举办的第 129 届广交会，共有来自 227 个国家和地区的采购商注册观展，采购商数量稳步增长、来源地再创新高，继续保持了多元化和全球化的特点。

外贸行业成为疫情冲击之下的最严重领域。但在疫情加速外贸数字化的趋势之下，以全球互联为基础的新外贸形式逐渐成型。2021 年一季度，受疫情影响，中国进出口总值同比下降 6.4%，但跨境电商平台进出口增长了 34.7%。在这样的背景下，举办素有“外贸晴雨表、风向标”之称的广交会且转移至网上，最重要的意义就是要解外贸业的“燃眉之急”。

二、 问题与挑战

1. 线上会展难以完全取代线下展会

虽然与线下展会相比，线上展会有成本低、持续时间长、信息传递效率高、便于大数据跟踪及低碳环保等优点，但是，线上会展仍难以取代线下会展，主要是由于：

- 1) 线下会展能为供销商和客户、观众提供一种从见面寒暄中一同了解新产品发布动态的实体体验。但对线下会展来说，这种实体体验是缺失的，即使它是一场“永不落幕的博览会”；
- 2) 举办线上会展对会展企业的数字化要求程度较高，而会展企业的主要组成部分是中小型企业，难以应付举办线上展会所需的设备、资金、人员要求。

2. 办会水平及相关配套有待提高

1) 行政管理仍然缺位

目前会展业仍存在政府缺乏指导，在行政管理上还存在缺位、不到位和越位的问题。一是管理机构缺位。由于政府没有专门部门进行统一管理，因此缺乏协调和总体规划。二是多头管理。目前我国仍对国际实行审批制度，外经贸厅和贸促会等部门都有各自的审批权。举办国内地区性的展览则由当地政府的相应部门审批。造成了市场分割、无序竞争和管理不到位等问题。三是没有发挥行业协会作用。政府对行业协会作用未能重视与扶持，制约了会展业的发展。

2) 办展办会水平不高

从展会规模上看，无论与国际先进国家，还是与北京、上海等先进地区相比，广东省展会规模普遍较小。从品牌化程度看，广东除广交会外，真正能列得上"重量级"的国际展会还没有。

3) 重复办展现象比较严重

部分地区办展的思路不明确，存在着盲目办展的倾向，有的地方出现主题雷同、时间相近的展会。如服装展览方面，每年就有广州、东莞、中山、普宁等地十多个服装展、服装节。

4) 市场秩序不够规范

未经登记擅自发布招展广告并进行招展，主办单位利用格式合同、展览场地进行欺诈，发布虚假宣传，参展商品存在商标侵权、质量低劣等情况时有发生。

5) 展馆建设缺乏宏观规划

目前，广东省会展场馆建设由于没有统一规划和布局，一些地方互相攀比，

抢建滥建之风正在出现。这样一哄而起地建设场馆必然造成国家资源的浪费，同时场馆的规划布局不合理也会导致会展业的过度竞争。

三、 政策建议

广东作为会展业发达的省份，所欠缺的，不再是发展会展业的政策、基础设施，而是如何抓住数字化机遇，实现会展业的服务升级，并与当地旅游业形成耦合协调。

1. 促进线上、线下会展业结合发展

根据目前接受调研的企业负责人普遍认为，未来会展业的发展形势一定是线上线下相结合的。

1) 助推现有场馆和未来待建场馆的智能化升级

在互联网、人工智能、大数据与实体经济融合发展的背景下，“会展城市”要推动展馆建设朝着专业化、智能化方向发展，打造属于自己城市的“智慧展馆”。这种“智慧展馆”，体现在场馆运营的智慧化，提高管理的效率，降低运营成本；体现在服务智慧化，能够通过自动化代替手工，能够根据展会客户的不同诉求，提供差异化的体验服务；体现在基础设施智慧化，通过各类传感器和视频采集设备，实时采集场馆自身的运行数据和用户状况，将数据上传到“智慧展馆”平台进行科学决策等。

2) 积极融合线上线下会展结合模式，互相补充

“我们逐步认识到，会展业以后的发展，不是线下平台的单方面发展，而是需要线上、线下两个平台同时互助发展。”上海博华国际展览有限公司章学强在接受调研采访时认为，“会展业不管线上虚拟经济怎么发展，我们还是需要有体验经济和实体经济的。虚拟经济的发展所带来的线上平台和交流，串联起体验经济和实体经济，整个会展行业会更加有生命力。另外，5G 的出现势必会推动会展行业的线上模式发展，而本次疫情则加速了这一趋势。”

汉诺威米兰展览(上海)有限公司副总经理汪萍认为，未来我们虽然处于互联网大发展的时代，但并不影响我们线下的各项活动蓬勃发展，如果我们能更好地运用线上的工具，对线下也是一个补充。所以未来我们要更加积极地进行这方面的融合——怎样把线上与线下更好地揉在一起。

“线上与线下不是一个对立面，没有排他性，是一个共存的概念。我们有很多企业也尝试了线上的模式，但是并没有打破企业内部原有的非常经典的线下销

售逻辑，这就证明了线上和线下是可以天然共存的。”汪萍解释，线下的展示更注重的是实物的体验，新产品新技术的动态演示，还有人的感情交流。线上更注重信息的获取，是通过一个比较低的成本进行交换，这是线上的优势所在。

“我们感觉，把范围再扩大，未来 B2B 行业的企业这两种的营销模式是互补共存的状态。”汪萍在接受调研时认为。

2. 何促进会展业与旅游业融合发展

1) 加强部门联动、优化服务平台能力

建议由会展业主管部门和旅游业主管部门，共同设立会展、旅游业融合发展部门（小组），通过推荐广东省商务考察、旅游观光、餐饮购物，强化周边会展的投资、贸易、推介。

2) 增强产品思维，设计融合会展和旅游双基因的文旅产品

在会展业与旅游业融合发展过程中，会展企业可以设计策划旅游主题的会展活动，为旅游业发展搭建展示推广的平台。如各种特色主题的旅游博览会、旅游交易会、国际旅游文化节等。这种类型的会展活动促使会展业和旅游业融合度大大提高。与此同时，有影响力的会展场馆也可以成为重要的旅游资源，构成旅游产品的一部分。

3) 加强企业联动、培养复合型人才

企业联动可以体现在——一是会展企业与住宿餐饮行业的协作与联动；二是会展企业与旅游景区的协作与联动；三是会展企业与旅游公司的协作与联动；四是会展业与商场购物企业的协作与联动。而人才培养，需要一方面企业加强与高校合作，共同制定人才培养计划；另一方面则需要，由行业协会与有关管理部门牵头，组织从业者培训和职业技能培养，并进行人才认定。

3. 整合资源、规范发展、提升水平

建议实现六个根本性转变：

- 1) 要从政府办展为主向以行业协会或专业机构办展为主的转变，努力提高会展的市场化程度；
- 2) 要从综合会展向行业会展的转变，努力提高会展的专业化程度；
- 3) 要从区域性会展向国际性会展转变，努力提高会展的国际化程度；
- 4) 要从多头办展向联合办展转变，努力提高会展的规模化程度；
- 5) 要从纯商业性办展向商业与文化相组合的办展转变，努力提高会展的文

化内涵；

6) 要从粗放型办展向集约型办展转变，努力提高会展的总体水平。