

编委会主任

郑世钧

编委会委员

柴英杰 丛日芳 张晋云 黄彪 朱云 张焱

张伟杰 李余良 张燕萍 潘子万 陈舒冬 王侠

主编

郑世钧

责任编辑

王晓华 李娜娜



请扫描二维码，关注中国展览馆协会官方微信

征稿启事

为了更好地搭建会展企业之间、展览行业和政府之间的交流平台，宣传各企业内部的会展理论和企业文化，扩大会展企业在业界的影响力，充实《展协通讯》内容，中国展览馆协会向业界专家和各会员单位诚邀新闻通稿。

请各会员单位指定一位通讯员，及时向我们提供具有新闻价值的公司信息。

具体要求：内容为企业内部的有关展览方面的新闻动态信息（非保密性），如公司例会、公司计划和实施情况、领导出访和参加会议及发言稿等。字数不限。

来稿请发到邮箱：caec@caec.org.cn

咨询电话：010-84600956

征稿启事长期有效。

特此鸣谢。

中国展览馆协会秘书处

《展协通讯》编委会

2020年1月

目 录

近期工作

警惕不法分子利用疫情实施诈骗
中国展览馆协会第九届四次常务理事会议延期召开
中国展览馆协会会费改开电子版票据
中国展览馆协会加强疫情防控常态化办公
请尽快缴纳 2020 年度会费

会员动态

深圳国际会展中心举办展会火灾事故应急演练
东方环球会展集团成功中标海南国际会展中心二期运营委托管理服务项目
四大会展场馆方舱医院获批关舱 武汉会展复工复产全面有序启动
银川国际会展中心按下重启键 迎来疫情防控常态化形势下的“银川第一展”

行业新闻

特色展会

会展业重振旗鼓 做好疫情防控常态化
中国国际贸易促进委员会关于退出主办 44 个境内展会的通告
第 17 届中国—东盟博览会延期举办 七国确定包馆参展
亚洲消费电子展永久停办，3 月曾因疫情宣布延办
受疫情影响，香港多个展会延期 德国汉诺威市取消年内所有国际性展会
工业园变身大花园 我国海拔最高园博园开园迎客
淡季变旺季 上海会展业信心满满
青岛即墨会展业：政策精准助区域产业恢复
甘肃会展业：数字创新推动飞跃
YUE 过山丘！ 2020 中国汽车先锋论坛蓉城举办
任正非：“看展馆”是华为销售三板斧中的第一斧
产品展馆兴起，中国企业迎来“第三馆时代”
展馆设计分段位，青铜和王者相距一个 VI 距离

新策发布

商务部：充分发挥电子商务平台及知名展会等渠道优势 推动产销对接
三部委联合发布关于展览活动防疫指导意见
发改委：会展中心成“特色小镇”产业配套必要设施

目录

北京市新型冠状病毒肺炎流行期间三级响应下会展行业防控指引

厦门将制定会展业促进条例 会展人才可享受多重政策扶持

确保重点展会不断档 烟台市四项举措推动消费市场回暖

海关总署发布多项支持第三届进博会便利措施

南京会展业：线上线下融合模式促复展

浙江对会展等财政资金压减 20%

新馆启动

冬奥会北京场馆今年底全面具备办赛条件

青海国际会展中心建设项目主体结构封顶

雄安会展中心封顶

国际动态

Viparis（巴黎展览馆集团）将于 9 月 1 日重新开放（展协秘书处翻译）

柏林展览中心的光伏系统（展协秘书处翻译）

MECC 将举办首届社交距离展览会

2020 年 10 月底之前不再在科隆举办主场展览会

意大利将出台防疫新法 将展会等公众场所重启时间延后 2 周

Cvent 推出全球场馆数据库

IMPACT 展馆部署疫情防控工具

新会员介绍（共 39 家）

北京侨信装饰工程有限公司

北京天德腾润公关策划有限公司

博润建设集团有限公司

承一品牌策划（上海）有限公司

东方梦幻（北京）建筑设计有限公司

福州每天传媒有限公司

福州瑞尚文化传媒有限公司

广州市六池美裕数字科技有限公司

广州悦享环球文化科技有限公司

河北鹏祥展示广告有限公司

宏瑞文博集团股份有限公司

环球国际会展（天津）有限责任公司
济南齐鲁园林古建筑工程公司
江苏八斗才建设有限公司
江苏宏阳创意科技有限公司
江苏苏立信文化展馆产业有限公司
玖零六（北京）展览展示有限公司
南京名声广告有限公司
厦门尊创文化传媒有限公司
山东欣艺会展服务有限公司
山东智森传媒有限公司
上海吉广文化传播有限公司
上海乐维展览服务有限公司
上海神颂文化传播有限公司
上海臻祺建设（集团）有限公司
深圳市恒润达建设工程有限公司
深圳市智汇艺术设计有限公司
苏州影橙互动科技有限公司
伟联（广东）展示设计工程有限公司
武汉普诺展览展示有限公司
西安国际会展中心（西安丝路国际会展中心有限公司）
西安迈孚会议展览服务有限公司
西部国际会展有限公司
烟台飞龙集团有限公司
银川视博数字创意集团有限公司
鹰视（上海）环境艺术设计工程有限公司
云南尚客会展有限公司
浙江核趣科技有限公司
重庆梧台科技有限公司

近期工作

近期工作

警惕不法分子利用疫情实施诈骗

全国人民勠力同心，抗击新型冠状病毒肺炎疫情之际，仍有不法分子利用疫情实施电信网络诈骗，性质极其恶劣。广大会员务必要提高防范意识，避免企业、个人财产和合法权益遭受损失。

据会员反应，近日有不法分子声称：可代办中国展览馆协会各项资质业务，使用虚假公司、添加虚拟号微信等非法手段。中国展览馆协会再次郑重声明：从未指定任何企业或个人作为代办机构，除评审费外，不收取任何额外费用。请大家务必提高警惕，避免上当受骗！切勿给陌生人转账汇款。

各项工作通知请以展协官方网站（www.caec.org.cn）和官微为准。联系电话 010-84600962 或 84600953。

中国展览馆协会第九届四次常务理事会延期召开

根据民政部社会组织管理局《关于疫情防控常态化下全国性社会组织召开会议的形式答复口径》和当前疫情防控最新形势，经研究，将延期召开中国展览馆协会第九届四次常务理事会（原定时间7月中下旬召开），具体时间将根据上级通知和疫情防控情况，经报请协会领导会商后，另行通知。敬请关注中国展览馆协会网站（www.caec.org.cn）和微信公众号，及时获取最新资讯。

感谢大家的理解和支持！

中国展览馆协会秘书处

2020年7月1日

中国展览馆协会会费改开电子版票据

根据财政部财政票据监管中心通知，自2020年2月3日起，财政部财政票据监管中心暂停办理纸质票据验旧领新业务，各用票单位可在线申领财政电子票据，具体恢复时间另行通知。

根据通知要求，中国展览馆协会会费票据将改开电子版，电子版会费票据将以邮件形式发送至各单位联系人邮箱。如有联系人和邮箱变动，请及时与秘书处联系。

联系人：李老师 010-84600956

邮箱：caec2011@126.com

中国展览馆协会加强疫情防控常态化办公

7月20日起，北京市应急响应级别由二级降至三级。北京市目前防范境外输入和本市及国内扩散风险形势严峻，必须抓紧抓实抓细各项防控措施。根据上级主管单位国资委和中国工业经济联合会的通知，请各会员单位加强领导、落实责任，继续严格落实常态化疫情防控的各项举措，密切关注疫情信息和本单位可能出现的风险，绷紧疫情防控这根弦，督促指导全体干部职工时刻保持防护意识、切实做好个人防护，严格认真落实所在辖区防控工作要求。

鉴于当前北京市疫情防控常态化形势，请各会员单位近期不要前往秘书处，相关事宜可通过电话咨询和网上办理。如有特殊紧急情况，请提前电话联系秘书处。中国展览馆协会官网（www.caec.org.cn）和官微将及时更新，大家可登录了解和查询。

感谢各会员单位的积极配合和大力支持！

秘书处各部门联系方式：

入会业务办理：010-84600956；010-84600702

资质评审咨询：010-84600962；010-84600953

财务：潘老师 010-84600966，13146734786。

请尽快缴纳 2020 年度会费

在全体会员单位长期以来对协会工作的关心、支持与参与下，中国展览馆协会 2019 年各项工作得以顺利开展，协会规模和影响力不断发展壮大。按照中国展览馆协会章程规定，作为中国展览馆协会的会员，缴纳会费为每个会员单位应尽的义务。根据国家民政部门和中国展览馆协会章程的有关规定（中国展览馆协会章程第二章第六条），会员所缴纳的会费，主要用于为会员服务，信息采集，网站维护，召开业内会议等，以保证协会业务的正常开展。

《关于缴纳 2020 年中国展览馆协会会费的通知》已在中国展览馆协会网站（www.caec.org.cn）发布，并通过电子邮件发送至各会员单位。希望各会员单

近期工作

位自觉、认真履行会员义务，及时、足额缴纳会费，并积极参加协会组织的各项活动。

深圳国际会展中心举办展会火灾事故应急演练

近日，在深圳市商务局的指导下，宝安区应急局、宝安区商务局、福海街道办事处、深圳国际会展中心、深圳市东部通用航空有限公司、宝安区消防救援大队等单位在深圳国际会展中心14号展馆联合举办了展会火灾事故应急演练。各相关政府部门领导现场观摩。招商蛇口副总经理聂黎明、安全总监李树明等全程参加。深圳市招华国际会展运营有限公司总经理马军担任此次演练总指挥。



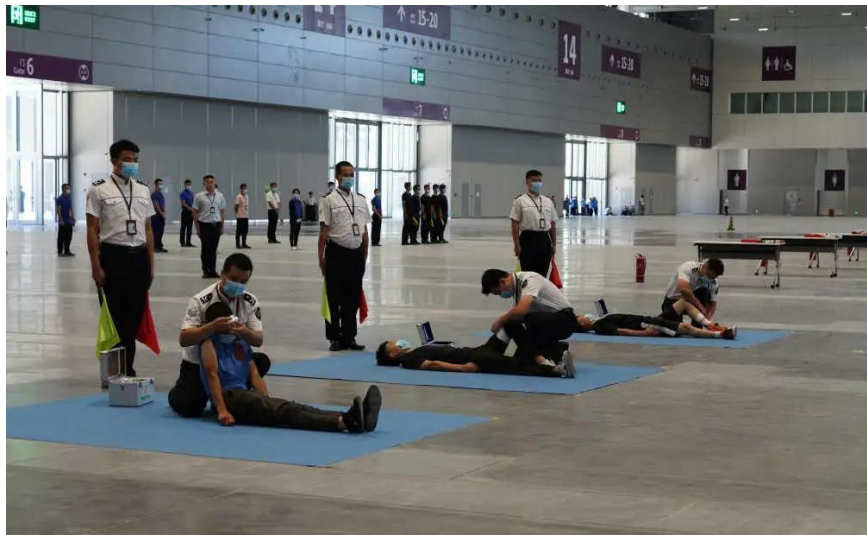
围绕“消除事故隐患、筑牢安全防线”的主题，此次展会火灾事故应急演练活动内容涵盖火灾预警、信息报告、紧急动员、事故监测、火情研判、指挥协调、人员疏散、水炮灭火、直升机救援、事故处置等全流程。

01 员工消防技能测评

测评包括伤员应急急救、灭火毯油锅灭火、灭火器灭火、梯次进攻操四个科目。

伤员应急急救测评

会员动态



本科目主要测试应急抢险救援组在紧急情况下的紧急施救能力。要求救援人员会合理利用简单装备对伤员进行包扎和转移。

灭火毯油锅灭火测评



本科目主要测试公司员工及外协单位员工厨房油锅灭火处置能力。要求测评人员会正确使用灭火毯。

灭火器灭火测评

本科目主要测评公司员工及外协单位员工的灭火器灭火处置能力。要求测评人员会正确使用灭火器。

梯次进攻操测评

该操法主要测试抢险救援组员对纵深作战时水枪阵地延伸进攻和攻坚组梯次掩护进攻等行动方法和要求的掌握情况。

02 火灾事故应急演练

现场模拟展会期间起火，由深圳国际会展中心启动应急预案进行先期处置，火情升级后扩大响应，由属地政府部门进行应急救援。

场景模拟



深圳国际会展中心正在举办某商业展会，14号展馆某展位内突然冒起浓烟，随后起火，由于展位内可燃物较多，火势极有可能快速向四周蔓延，如不及时处置，将会造成人员伤亡和财产损失，并造成不良的社会影响。

演习应对

启动“火灾事故三级应急响应”

展会安保经理确认现场情况后，立即将火情报告安保部总监，安保部总监了解情况后启动火灾事故三级应急响应。



“火灾事故三级应急响应”命令由部门负责人根据现场情况下达。命令下达后，由部门负责人现场指挥和协调。现场安保人员收到命令后，立即按照预案责任分工，开展应急响应

启动“火灾事故一级响应”

由于展位易燃展品较多火势迅速蔓延，并导致1人被困，生命危在旦夕。展会安保经理立即向安保部总监报告，安保部总监向应急指挥中心总指挥报告，请求立即启动火灾事故一级应急响应。

“火灾事故一级响应”命令由公司应急总指挥根据现场情况下达。外部救援力量到达现场，现场指挥权将交给外部救援力量最高指挥官。

直升机救援

公司抢险救援组全力扑救火灾，现场1名受伤人员被救出，需要紧急转移伤员至医院抢救。面对道路交通受阻、120救护车无法快速抵达的情况，在宝安区应急管理局的协调下，开通空中救援通道，紧急调用东部通航直升机救援。

事故调查准备

经过多方努力，事故现场得到有效控制，大火已完全扑灭，伤员已直升机运行急救。疏散组已把人员疏散完毕，警戒引导组也做好了封闭警戒，等待事故调查人员进行事故调查。

此次消防演练做到了实战为主、有效组织、指挥有序、快速反应、操作专业、措施得当，整个过程及科目达到应急预案要求，演练活动圆满成功。

深圳国际会展中心将在本次应急演练的基础上，认真总结，进一步拓宽工作思路，做好突发事件应对的思想准备、预案准备、应急资源准备和响应机制准备，加强与政府各级部门的联防联控，不断提高预防和处置突发事件的意识和能力，切实为“一流的运营”做好安全保障。

（来源：深圳国际会展中心）

东方环球会展集团成功中标海南国际会展中心二期运营委托管理服务项目

7月6日，东方环球会展集团有限公司凭借丰富的运营管理经验和良好的企业信誉，在“海南国际会展中心二期运营委托管理服务项目”投标中一举中标。



海南国际会展中心二期项目总建筑面积为 19.86 万平方米，其中地上建筑面积 11.39 万平方米，地下建筑面积为 8.47 万平方米，以“钢铁海鸥”为主体造型，与相邻的海南国际会展中心一期场馆相呼应。

项目建成后将与一期连接成一个有机整体，互为补充，成为多功能复合型会展综合体。未来可承办展览面积达 12 万平方米的国际大型展览会，举办万人以上的多功能国际会议以及多种形式的节庆、演出、晚会、宴会等活动。

成功中标海南国际会展中心二期委托管理项目，是东方环球会展集团在海南提前布局、赢得优势和先机的真实体现，标志着集团在对外输出管理上迈出了标志性的步伐，为深入落实对外扩展，资源整合，打造“国内领先，国际知名”的国际化会展运营投资集团奠定了坚实基础。

未来，在东方环球会展集团专业高效的运营管理体系下，海南国际会展中心作为国内领先的现代化绿色智能展馆，将进一步提升海南国际性会展承载力，为海南自由贸易港发展提供强有力的会展商务平台。

(来源：东方环球会展集团)

四大会展场馆方舱医院获批关舱 武汉会展复工复产全面有序启动

收悉武汉市新冠疫情防控指挥部医疗救治与疾控组 7 月 16 日发至各区新冠肺炎疫情防控指挥部“关于恢复部分方舱医院原有使用功能的通知”，现转发并通知全行业。

武汉市新冠肺炎疫情防控指挥部医疗救治与疾控组

关于恢复部分方舱医院原有使用功能的通知

各区新冠肺炎疫情防控指挥部：

目前，武汉市新冠肺炎疫情防控进入常态化，社会生产生活加快恢复正常，方舱医院权属单位复工复产诉求强烈。根据市领导指示，经专家论证、现场调研后，决定恢复我市部分方舱医院原有使用功能，现就相关事项通知如下。

1. 暂时保留江汉经济开发区方舱、东西湖国利华通工业园方舱、黄陂区体育馆方舱、江夏大花山运动中心方舱等4家方舱医院至2021年3月。其他方舱医院撤除相关医疗设备，恢复原有场馆功能。

2. 征用方舱医院补偿费用、拆除方舱医院设施及恢复原有场馆功能所需资金，由所在辖区政府商方舱医院权属单位给予解决。

3. 各方舱医院内相关医疗设备设施由各区疫情防控指挥部统筹调拨至各区人民医院或社区卫生服务中心，避免资源浪费。

4. 各区疫情防控指挥部与原场馆所属单位协商或另行选址，按照《关于武汉市应对秋冬季新冠肺炎疫情反弹医疗救治应急预案的通知》（武防指〔2020〕147号）要求的规模，武昌、江汉、东西湖、江岸、江夏、汉阳区制订辖区方舱医

院启用工作预案，预留6400张床位储备，其他各区至少预留1家方舱医院，全市合计预留13000张方舱医院床位储备，并将启用方舱医院工作预案于7月27日前报市新冠肺炎疫情防控指挥部医疗救治与疾控组备案。

5. 各区在2020年内要进行一次启用方舱医院的演练，确保一旦需要，由所在区疫情防控指挥部统筹组织区卫健、城管、消防、公安、应急、环保等部门，在48-72小时内启用方舱医院。

武汉市新冠肺炎疫情防控指挥部

医疗救治与疾控组

2020年7月16日

（联系人：毛冰 联系电话：85697893）

武汉国际会展中心、武汉国际博览中心、中国光谷科技会展中心、武汉客厅文化会展中心作为全国首批改建为方舱医院的会展场馆，为保障方舱医院正常运营作出巨大贡献，3月上旬休舱后仍未关舱，武汉会展行业复工难复产。只有开放四大会展中心场馆，武汉会展业才能真正实现复工复产，发挥窗口作用更好地推动全市复工复产。

目前，全国新冠肺炎疫情防控进入常态化，社会生产生活加快恢复正常，武汉作为防疫战主战场，防疫能力水平得到极大提升和改善，可以快速防控疫情爆发。按照国家新冠肺炎疫情分区分级标准，专家评估湖北省所有县（市、区）自6月2日零时起均为低风险地区。经过全民新冠病毒检测，武汉市是全球最安全的城市。武汉完全具备重启会展的条件，武汉会展全面有序重启必将向全国乃至全球会展行业传递积极信号和信心。

武汉各会展企业、会展场馆要坚决遵照国家及省市疫情防控相关文件要求，严格落实疫情防控主体责任，细化防疫防控工作方案，落实好各项防疫防控措施，确保会展活动安全顺利（如需相关防控方案文件，请关注“会展武汉”官微留言）。同时要增强紧迫感，想方设法、尽快恢复会展项目的正常经营活动，积极有序推进复工复产，努力把疫情造成的损失降到最低限度。

作为行业协会，我们在积极有序推动开放四大场馆复工复产工作的同时，将进一步加强办展企业防疫防控意识，坚定不移做好联防联控组织协调工作，确保武汉会展业复工复产有序开展。

最后，我们要衷心感谢全国人民的支援，正是你们患难相扶生死与共，从死神手中抢回了一条条生命、拯救了一个个家庭，从四面八方源源不断送来各种救援物资和食品，用大爱温暖了整个城市和世界，武汉才有了今天的稳定和安宁。我们还要特别感谢中国展览馆协会雪中送炭，感谢商旅专家与武汉市会展行业协会发起全国第一支由 MICE 机构组建的“MICE 战疫突击队”，感谢广州市会展行业协会、河北会展行业协会、加拿大华裔妈妈爱心团送来口罩、防护服、护目镜、羽绒服等抗疫物资，感谢中国城市会展行业协会联盟将 2020 年年会放在武汉 12 月 12 日举办，我们期待全国会展同仁届时欢聚武汉。我们永远铭记全国人民的恩情！武汉人民永远感谢您！武汉人民永远欢迎您！

（来源：会展武汉）

银川国际会展中心按下重启键 迎来疫情防控常态化形势下的“银川第一展”

2020 年银川市的第一场大型专业展会——第二届银川奶业暨农牧机械展将于 2020 年 7 月 17 日至 7 月 19 日在银川国际会展中心 D 馆、E 馆举行，目前该展

会员动态

会已进入全面搭建、布展阶段。本届银川奶业暨农牧机械展的举办不仅是银川市推动会展经济复苏的重要展会活动，也是银川会展业重启的重要标志。



（来源：银川文旅集团会展分公司）

行业新闻

特色展会

会展业重振旗鼓 做好疫情防控常态化

当前，新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作已逐渐好转，国内各省市应急响应陆续降级。全国各地产业基本已实现全面复工复产，6、7月份已成功举办多个线下会展，但疫情防控仍是当前重要工作。各地举办会展要注重做好会展复苏与疫情防控常态化工作。现如今部分会展启动下线线上相结合的模式，为会展业带来新的发展动力，各展馆方、主办方、参展商都需要注意将会展业发展与疫情防控并向而行，既不耽误会展业发展，又要做好疫情防控。

请各会员单位、会展主办方及时关注各会展网站、场馆发布的相关公告，配合疫情防控工作需要，做好工作安排，保持会展业在疫情战的特殊时期下奋发向上！

中国国际贸易促进委员会关于退出主办 44 个境内展会的通告

为贯彻落实国务院《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》精神，根据《关于省部级党政机关、人民团体举办展会清理规范的通知》（国清组函〔2014〕123号）的要求，中国国际贸易促进委员会（简称中国贸促会）自2020年起退出主办海峡两岸电机电器博览会等44个境内展会（具体展会见附件），不再担任上述展会的主办单位。由上述展会引发的一切纠纷和责任概与中国贸促会无关。

任何单位、个人均不得将中国贸促会列为上述展会的主办单位、协办单位、支持单位、指导单位、承办单位，不得以中国贸促会名义进行上述展会参展企业招募、配套活动举办及其他筹办活动。对相关侵权行为，中国贸促会保留追究其法律责任的权利。

附件：中国贸促会退出主办的44个境内展会名单

中国国际贸易促进委员会

2020年7月21日

附件

中国贸促会退出主办的 44 个境内展会名单

序号	展会名称	原主办单位	地点
1	海峡两岸电机电器博览会	宁德市人民政府、中国贸促会	福建宁德
2	中国（克拉玛依）国际石油天然气及石化技术装备展览会	新疆维吾尔自治区人民政府、中国贸促会、中石油、中石化、中海油	新疆克拉玛依
3	中国（合肥）国际家用电器暨消费电子博览会	中国贸促会、安徽省人民政府、工信部	安徽合肥
4	中国（甘肃）循环经济国际博览会	中国贸促会、甘肃省人民政府	停办
5	中国（青海）国际清真食品及用品展览会	中国贸促会、青海省人民政府	停办
6	泉州商品博览会暨海峡两岸纺织服装博览会	中国贸促会、福建省人民政府、中国纺织工业联合会	福建泉州
7	中国（海南）国际海洋产业博览会	中国贸促会	海南海口
8	中国西部跨国采购洽谈会	陕西省人民政府、中国贸促会	陕西西安
9	中国国际通用航空大会	陕西省人民政府、中国民用航空局、中国贸促会、中国航空工业集团公司	陕西西安
10	中国（深圳）国际投资贸易洽谈会	中国贸促会、深圳市人民政府	广东深圳

11	中国（泰州）国际医药博览会	江苏省人民政府、中国贸促会	江苏泰州
12	中国西部国际装备制造博览会暨中国欧亚国际工业博览会	机械工业联合会、中国贸促会、欧亚经济论坛、西安市人民政府	陕西西安
13	中国国际摩托车博览会	中国贸促会、重庆市人民政府、机电商会、汽车工业协会	重庆
14	大连国际汽车展览会	中国贸促会、汽车工业协会、汽车行业贸易促进会、汽车工程学会、汽车工业进出口总公司、大连市人民政府	辽宁大连
15	中国（南京）国际软件产品和服务交易博览会	江苏省人民政府、中国贸促会	江苏南京
16	中国青岛跨国采购洽谈会暨进出口商品交易会	青岛跨国采购促进中心、中国贸促会	山东青岛
17	中国柯桥国际纺织品博览会	浙江省人民政府、中国贸促会、中国纺织工业联合会、中国商业联合会	浙江柯桥
18	中国国际机电产品博览会	商务部、湖北省人民政府、武汉市人民政府、中国贸促会	湖北武汉
19	中国五金博览会	永康市人民政府、中国贸促会	浙江永康
20	武汉国际汽车展览会	中国贸促会、湖北省人民政府、机械工业联合会、武汉市人民政府、汽车行业贸易促进会	湖北武汉
21	中国杭州西湖国际博览会	杭州市人民政府、中国贸促会	浙江杭州

1

2

22	中国国际林业博览会	中国工业经济联合会、中国纺织品进出口商会、中国针织工业协会、中国贸促会	浙江诸暨
23	中国（山东）国际汽车博览会	济南市人民政府、山东省汽车行业协会、中国贸促会	山东济南
24	中国（济南）儿童产业国际博览会	中国贸促会、济南市人民政府	山东济南
25	中国（长春）国际汽车博览会	中国贸促会、中国汽车工程学会、中国汽车工业协会、长春市市人民政府	吉林长春
26	中国国际航海博览会暨中国（青岛）国际船舶展览会	中国贸促会	山东青岛
27	中国临沂市场贸易博览会	工商总局、中国贸促会、山东省人民政府、交通运输部	山东临沂
28	中国（无锡）国际新能源大会暨展览会	中国贸促会、江苏省人民政府	江苏无锡
29	中国（安徽合肥）国际汽车展览会	中国贸促会	安徽合肥
30	中国（长春）国际轨道交通展览会暨高峰论坛	中国贸促会、吉林省人民政府	吉林长春
31	中国（海南）国际高尔夫旅游文化博览会	中国贸促会	海南海口
32	中国（四川）国际物流博览会	中国贸促会、四川省人民政府	四川成都
33	西安国际汽车工业博览会	中国贸促会、中国汽车工业协会、西安市人民政府	陕西西安
34	中国辽源国际林业交易会	中国贸促会、吉林省人民政府、中国针织工业协会	吉林辽源

3

35	中国大足国际五金博览会	中国贸促会	重庆
36	中国（菏泽）农资交易会	中国贸促会、山东省人民政府	山东菏泽
37	中国西部国际家具建材博览会	中国贸促会、中国轻工业联合会	重庆
38	中国国际老龄产业博览会	中国贸促会、全国老龄办、中国保利集团公司	广东广州
39	大连中日贸易投资展示洽谈会	中国贸促会、大连市人民政府	辽宁大连
40	中国国际新能源汽车技术产业对接洽谈会	中国贸促会	重庆
41	中国（承德）国际旅游文化投资贸易洽谈会	中国贸促会、河北省人民政府	河北承德
42	国际（亳州）中医药博览会暨全国（亳州）中药材交易会	中国贸促会、安徽省人民政府、中国中药协会	安徽亳州
43	中国-东盟金融博览会	中国贸促会	广西南宁
44	中国（深圳）国际工业博览会	中国贸促会、中国国际商会、深圳市人民政府	广东深圳

（来源：中国国际贸易促进委员会）

第 17 届中国—东盟博览会延期举办 七国确定包馆参展

7月9日，第17届中国—东盟博览会高官会暨投资合作工作会议（以下简称东博会）以视频连线方式举行。中国商务部代表，东盟10国投促部门官员、驻华使领馆官员及东盟秘书处代表以视频连线方式通报本届东博会筹备进展。

会议同意，鉴于当前全球新冠肺炎疫情防控形势，原定于9月举办的第17届东博会延期举办，日期确定后将及时公布。

据悉，第17届东博会主题国为老挝，巴基斯坦出任特邀合作伙伴，将继续保持政治外交高规格，策划举办中国—东盟自由贸易区建成10周年及相关双边建交周年纪念活动，创新推进政策对接和政商交流；以中国—东盟数字经济合作年为契机，推动中国—东盟友好合作在共同抗击疫情中迈上新台阶，取得更务实新成果。

本届东博会规划展览总面积13.4万平方米，继续设置商品贸易、投资合作、服务贸易、先进技术、“魅力之城”五大专题，首设跨境电商专区、RCEP展区、粤港澳大湾区合作展区等。目前已有柬埔寨、印尼、老挝、缅甸、马来西亚、泰国、越南7个东盟国家确定包馆参展。

中国商务部亚洲司司长彭刚当天表示，受新冠肺炎疫情冲击，全球经济陷入深度衰退之际，中国与东盟贸易投资整体保持增长态势，受各方瞩目。2020年前5个月，中国与东盟贸易总额达2424.2亿美元，同比逆势增长近1%，东盟成为中国第一大贸易伙伴；中国对东盟非金融类直接投资达49亿美元，同比增长44%；东盟对华实际投资金额达28.7亿美元，同比增长13%，体现了中国—东盟经贸合作的强大韧性。

彭刚称，中方希望与东盟方一道，充分利用东博会重要经贸合作的平台作用，为疫后区域经济快速复苏作出更多努力。为共同办好第17届东博会，中方建议东盟各国政府继续将东博会确定为本国重点展会，做好领导人参会邀请工作，夯实东博会高层对话平台建设，促进更高水平的中国—东盟战略伙伴关系在各领域落地生根。

东博会秘书处秘书长王雷表示，东博会将一如既往地承担中国—东盟自贸区助推器的责任，义不容辞地为加快疫后区域经济复苏而努力。第17届东博会筹办进展总体顺利，希望各方加快东博会筹备工作，紧密联系本国企业做好招商组展参会工作。

会议还举行了“魅力之城”展区位置抽签仪式。

(来源：中国会展)

亚洲消费电子展永久停办，3月曾因疫情宣布延办

据亚洲消费电子展官网消息，近日，美国消费技术协会正式宣布停办亚洲消费电子展。



亚洲消费电子展在官网公告中提到，今年3月，由于新冠肺炎疫情的蔓延，主办方宣布取消2020亚洲消费电子展。自2015年首届亚洲消费电子展在上海举办以来，在社会各界的关心和支持下，展会规模逐年扩大，获得了巨大的成功。

美国消费技术协会称，作为主办机构和行业协会，需要充分考虑行业的变动和需求，以及会员和参展商当前最优先关注的事项来评估任何活动。目前，由于疫情仍在继续发展、全球经济面临着衰退风险以及我们作为一家美国行业组织的身份等因素，工作重点将集中在与CES相关的活动和项目中，更好地服务于行业利益，鼓励通过技术创新让我们的生活更加健康、安全和幸福。

美国消费技术协会强调，中国是一个非常重要的市场，期待中国与包括美国在内的西方国家的关系能够得到进一步加强。

据悉，今年3月，亚洲消费电子展官网发布2020亚洲消费电子展将延期举办的消息，主办方称，新型冠状病毒在全球不断蔓延，人们忧心忡忡，我们认为延期举办无疑是保障大家每个人身体健康和生命安全的最好选择。对于已签订参展合同的参展商，将全额退还已缴纳的展位费用。

官网显示，亚洲消费电子展是展示创新并反映亚洲市场技术发展的重要盛会，是亚洲创新和全球变革性技术的首发地。2019年亚洲消费电子展共有了522家参展商参展，总展览面积达59,084平方米(净展览面积达29,317平方米)，吸引了总计42560名参展人员。

(来源：中国会展)

受疫情影响，香港多个展会延期 德国汉诺威市取消年内所有国际性展会

受疫情影响，原定于7月15日举办的第三十一届香港书展宣布延期举行。香港贸易发展局7月13日官方宣布，将香港书展2020及另外三个同期举办的活动延期，书展或延期至九月或十二月。

以“心灵励志”为主题的第31届香港书展，原定于7月15至21日举行，同期还举办三个活动，包括香港运动消闲博览(7月15至21日)、教育及职业博览(7月16至19日)、创业日(7月16及17日)。此外，“夏季采购汇”和“香港国际影视展”也将改为网上展览，继续为相关行业提供商机。



在延期信息发布前，会展中心内已准备了大量洗手液

据香港媒体报道，在贸发局决定书展延期之前，多个参展商已率先宣布退出书展。关注组发言人、次文化堂社长彭志铭建议，书展可延至圣诞或新年期间举行，而不是取消，否则不少中小型书商和出版商都承受不起损失，业界将出现结业潮。



许多展位的展架已搭建完成

值得一提的是，为了满足市民阅读需求，作为书展最大参展商和主要协办单位之一的香港联合出版集团于7月14日至7月底举办网上大型书展，推出逾20万种图书供市民选购。

香港联合出版集团也表示，作为书展参展商之一，尊重卫生防护专家意见和大会决定，并以参观人士和员工健康为首要考虑，支持书展延期举行。集团为了更好满足香港市民的文化阅读需求，特举办网上书展，并推出一系列优惠。

据该集团介绍，集团辖下的“一本”电商平台将推介来自香港、内地及海外出版社的逾5000种新书，市民可通过平台选购逾20万种各类图书，享受与线下书展相同的全线8折优惠。

除了购物优惠之外，“一本”电商平台还将从15日开始，每天举办在线直播文化活动，邀请知名作者传递知识、分享经验，与市民共享阅读喜悦与乐趣，同时还会介绍重点新书，让读者与当红作家互动。

为配合网上大型书展，香港联合出版集团属下的三联书店、中华书局和商务印书馆各个实体书店也提供全线8折优惠，方便读者选购。

国际方面，全球最大的工业技术展会汉诺威工业博览会7月14日和15日通过网络举行。德国《汉诺威汇报》7月14日报道称，今年展会主打“工业转型”新主题。但由于参展的企业很少，加上各方仍不适应“云展会”，其效果受到质疑。

去年的汉诺威工业博览会曾吸引超过 6000 家企业和 20 多万名观众。今年展会从以往的 5 天左右缩短到 2 天，参加“云展览”直播展示的企业只有 100 家左右，包括西门子、IBM、英特尔、微软、爱立信、华为等，其他上千家企业只作资料展示。

参加“云展览”的企业可以通过视频直播展示新产品。华为在“云展览”中介绍了 5G 工厂和下一代 WiFi 等新技术；西门子展示了数字企业、AI 技术工厂解决方案等内容；博世则展示“数字化制造”方案等。除了“云展览”外，这次展会还有各种视频讨论会，包括重点关于机械和工厂工程及电子行业的趋势和创新。

虽然这次展会面向观众免费开放，但注册者并不多。据了解，媒体和参展者对“云展览”的效果都不看好。被称为“博览会城”的汉诺威展会气氛也很淡。

此外，汉诺威市政府近日宣布，因为新冠疫情，年内将不再举办任何国际性展会。原定于今秋举办的国际畜牧展（Eurotier）和欧洲金属板材加工技术展（Euroblech）将分别推迟至明年 2 月和 3 月举行。今年 5 月，德国汽车工业协会（VDA）已宣布取消原定于 9 月在汉诺威举办的 IAA 商用车展。受新冠危机影响，德意志展览公司今年亏损或达 1 亿欧元。

（来源：中国会展）

工业园变身大花园 我国海拔最高园博园开园迎客

绿树花海成片、楼阁湖面相映、河湟民居错落。作为国内海拔最高的园博园项目，西宁园博园 7 月 18 日开园迎客，实现从工业园到大花园的华丽转变。

西宁园博园位于青海省西宁市湟中区多巴镇，距西宁中心城区约 25 公里。“西宁园博园所处位置平均海拔 2200 米，是目前国内已建成开放园博园中海拔最高的。”西宁市林业和草原局局长强建海说。

此次开园的正宁园博园一期工程占地 2020 亩。由于西宁海拔高、气温低、降水少，大量植物品种难以成活，当地选育月季、丁香等耐寒、耐旱、耐土壤瘠薄的花木物种，培育出拥有高原特色的花海树阵。

位于青藏高原河湟谷地的西宁园博园，选址在西宁多巴新城和甘河工业园区之间，生态地位十分重要。2015 年，西宁市决定将 6540 亩工业用地用于建设园博园，代价是牺牲规模工业产值 170 亿元。

西宁园博园和西堡森林公园建设管理委员会副主任陶雅琴表示，园博园充分修复利用工业用地，建立起城市居住区和工业区之间的绿色屏障，有助于探索高原城市工业发展与宜居宜业的绿色发展道路。

当地民俗文化通过河湟民居重点展示。园博园内，一处由农宅、儒宅、商宅三个院落围合的中央庭院，系统展示河湟地区传统农家生活生产场景，介绍不同时期学术教育状况，讲述青海商旅贸易历史。

充分融入“海绵城市”理念，是西宁园博园的另一亮点。利用园内湖泊、景观水系、道路管网等设施，园博园建立起完整的水循环利用系统。仅一期园区，水面面积达 28.1 万平方米，方便游客亲水近水。

据介绍，西宁园博园将免费向市民和游客开放。后续西宁市将继续推进园博园二期工程建设，进一步完善多个特色园，让群众能在园内感受到不同地区、不同文化的园林魅力。二期工程预计将于 2021 年建成并向公众开放。

（来源：新华社）

淡季变旺季 上海会展业信心满满

近日，上海多个会展场馆迎来展会，冷清许久的展馆重现人流。展会的举办，标志着被“冻结”了五个多月的上海会展业终于进入“解封”状态。

上海市商务委员会总经济师张国华表示，随着我国和上海市的疫情防控形势全面好转，根据行业实际情况，在全面落实防控要求的情况下，上海市自 5 月起，逐步恢复举办实体展会，这对提振市场信心，推动经济复苏都起到积极作用。

展览淡季变旺季

进入 7 月，上海陆续重启会展活动，就连七八月的传统淡季都已经变成一展连一展的旺季。7 月 1 日，2020 年第六届中国机床展览会（CME，以下简称中国机床展）在国家会展中心（上海）拉开帷幕。近 1500 家国内外厂商亮相展会，在金属成型机床、金属切削机床、磨削工具和智能工厂等展区展出行业最新技术产品。据了解，第六届中国机床展是国家会展中心(上海)2020 年首场展会。

同一天，中国国际有机产品博览会、上海国际精酿啤酒展和上海国际医用防护用品展览会也在上海世博展览馆开展。纽伦堡展览集团相关负责人表示，有机产品博览会和精酿啤酒展这两个展会不仅是上海 7 月重启实体经贸展会的代表，

也是纽伦堡展览集团经历疫情之后举办的全球首展。上海作为中国重要的会展城市，能够在7月重启实体经贸展会，无疑为全球会展业和经济注入了信心。

国家会展中心(上海)有限责任公司总裁唐贵发此前在接受媒体采访时表示，中国展览业在全球率先重启，国家会展中心(上海)已经做好了充分准备以迎接复展，也将通过复展为第三届进口博览会的举办打下坚实基础。

唐贵发透露，国家会展中心(上海)正在接洽的展会有45场左右，原定今年3月举办的上海国际广告技术展览会、中国国际食品添加剂和配料展，4月举办的第83届中国国际医疗器械博览会，5月举办的2020中国国际电梯展览会、上海大虹桥美博会，6月举办的中国国际磨具技术和设备展览会等延期展会均已确定了下半年档期。上海国际酒店与餐饮博览会等6个展会因在其他展馆已无档期等原因，已经决定搬至国家会展中心(上海)举办，并已确定档期。

“七八月原本是展览业的传统淡季，今年七八月却成为我们最忙碌的时候。”唐贵发说，今年下半年，国家会展中心(上海)将继续承接一批万人大会，为上海“国际会展之都”建设打造一个“涵盖长三角区域大会、医疗领域大会、大型商业会议、重要政务类大会”的会议目的地。在政府相关部门的指导下，国家会展中心(上海)正在加紧编制《展会防疫防控保障方案》，并结合已排期展会的特点，做到“一展一策”。国家会展中心已广泛动员全体职工自愿完成了核酸检测。

疫情防控不松懈

今年5月，上海市商务委员会发布了《关于统筹做好举办会展活动和疫情防控工作的通知》，自7月以来，上海各大展馆陆续举办了首展。疫情后的复展，疫情防控被各大展览主办方作为举办展会最为重要的关注点。

“防控防疫工作是今年展会的重中之重，我们将严格遵守《上海会展行业疫情防控指南》要求，按照上海复展工作小组的指示，做好展会现场人流管控、实名购票、有序验证等防控措施，也为观众准备《现场观展防疫防控手册》，在保障展会质量和内容的同时，坚决杜绝安全隐患。”第六届2020中国机床展览会(CME)的主办方负责人告诉记者，疫情发生后，几乎每个企业都加强了线上交流。网络不能取代面对面的沟通，实体展会仍有其独特价值。进入7月，上海终于重启实体展会，对各个行业的企业都是个好消息。他们此次展会都是要

求观众提前在线上注册，入场时不仅要接受测温和安检，还要核对身份信息。展馆里的安保人员不仅维护秩序，还时刻提醒人们全程戴好口罩。

7月15日举办的2020上海国际应急防疫物资展览会成立防疫工作小组，制定严密的防疫工作方案和预案。

重启展会正当时

上海市会展行业协会的统计显示，上海各类专业场馆可供展览面积超过100万平方米，在全球主要会展城市中名列前茅。在上海市会展行业协会党委书记陈先进看来，疫情发生以来，以上海为代表的中国展览业经历了三个阶段，一是春节前后“被动接受”，二是三四月份“无奈等待”，三是始于4月底的复展准备。经过积极筹备和慎重选择，中国会展业重启已迎来合适时机。

“展览是服务于各个行业和领域的。如果会展在中国率先恢复并逐步正常化，中国市场的重要性无疑将进一步增强。”张国华表示，此时重启实体经贸展会，安全无疑是第一位的，上海的行动说明两点：一是中国防控措施得力，疫情得到有效控制；二是中国经济富有韧性，市场加速恢复。

（来源：中国贸易报）

青岛即墨会展业：政策精准助区域产业恢复

近日，作为青岛即墨今年以来的首展，第二届中国童装产业博览会暨2020中国校服产业博览会（以下简称童博会）如期在青岛国际博览中心闭幕，这标志着即墨会展业复展。

作为即墨自主培育的童博会，本届展会通过“传统线下展会+网络直播”的模式，推动即墨童装形成产业集群效应。根据统计显示，本届童博会规模比上届增长了30%，达4万平方米，展位1800余个，来自全国的400多家企业参展。童博会同期举办了校服品牌企业推介会、纺织服装市场招商说明会、校服产业高峰论坛等多项活动。

“按照展前制定的疫情防控方案严格执行，确保疫情后的首展顺利且安全举办。”青岛即墨区贸促会会长、即墨会展办主任于京海在童博会闭幕后如是说。

细化疫情防控方案

“童博会如期举办，离不开即墨区政府的支持，以及各部门和防疫指挥部的帮助。”于京海在接受《中国贸易报》记者采访时表示，在新冠肺炎疫情防控常

态化背景下，为保障本届童博会的公共卫生安全，通过“展前提前介入、展期严格把关”的运行模式和原则，加大防疫物资和人力的投入，确保童博会安全、有序、平稳举办。

据介绍，自4月起，即墨根据国务院、省市有关疫情防控方案，制定了即墨区会展期间疫情防控方案，并与展馆、各主办方协调制定疫情防控方案，控制展会规模和参展人数，为将要举办的展会作好准备。

6月，在青岛即墨区卫生和健康局、青岛市公安局即墨分局等疫情防控部门的协助下，童装展实地演练有序进行，从入场、登录、参观等各环节充分做好疫情防控措施。同时，组织召开会展工作调度会，公安、卫健、市场监管等20余个部门参会，对童装展实地演练进行总结，并对即将开展的各展会制定了服务保障方案，确保疫情防控常态下的展会服务保障。

本届童博会举办期间，观众进入场馆须出示青岛一码通、山东健康码、红外测温、安检等。展会现场配备口罩、消毒液等防疫物资，还有医疗救护车和防疫医务人员及消防、治安、交通、市场监管等20余个相关部门驻守现场，确保公共卫生安全。

继童博会之后，即墨还将进一步完善公共卫生防疫防控方案，为下半年即将举办的展会顺利举办提供保障。

即墨会展业提速

据于京海介绍，根据目前会展活动档期计划，今年下半年，即墨区将举办的必要会展活动共计14个。其中，10个为展览项目，4个为会议项目。除了刚闭幕的童博会，7月还将举办2020年中国花生产业发展大会暨花生交易博览会、2020青岛国际机床展览会（以下简称青岛机床展）两个展会。

近年来，即墨会展业发展提速，不仅有国际类专业类展会，还有根据区域产业举办的展览项目。从规模来看，下半年将举办的有青岛机床展、山东纺织博览会（以下简称纺博会）规模均超过6万平方米，参展商数量、展览规模和观众人数均较多。目前，这两个展会均通过国际展览业协会（UIF）认证，其专业化程度较高。

从产业结合方面来看，海洋产业是即墨重点发展的产业之一，青岛国际海洋科技展览会（以下简称国际海科展）已经连续举办了4届，第五届国际海科展将于9月22日至24日在青岛国际博览中心举办。

从大众参与度来看，将在 10 月如期举办的青岛国际汽车嘉年华受到欢迎，预计规模达 4 万平方米。

于京海表示，近年来，即墨鼓励展会引进，并形成“传统产业+展会”“重点产业+展会”运营模式，为区域产业打造多方共赢平台。

补贴政策“接地气”

今年有两个会展活动落户即墨：一个是中国农业创富大会暨 2020 乡村振兴青岛峰会，另一个是中国（青岛）乡村产业博览会。这两个农业类专业展均将于 8 月举办。

“用小切口、精准性的‘造血’政策助力会展活动主办方到即墨落户。”于京海介绍说，为了应对疫情对会展业发展影响，即墨区又出台了《青岛市即墨区关于应对新冠肺炎疫情促进会展业平稳健康发展的实施意见》，对今年延期、新引进的展览会和论坛在原资金补贴基础上上浮 20%。

根据即墨于 2019 年 6 月修订出台的《即墨区扶持会展业发展专项资金管理办法》，每年 2000 万元专项用于会展业发展，对培育展会、引进展会、高端论坛等会展活动加大补贴力度。比如首届培育展会每个标准展位补贴 600 元；引进的重大巡展和 UFI 认证展会补贴最高达 300 万元；高端论坛最多可补贴 120 万元；对符合即墨 16 个重点产业方向的展览会和论坛将分别按照 1.2 和 1.5 系数进行补贴等。

以今年童博会为例。受疫情影响，即墨童装上半年销售渠道和营业收入下滑，本届童博会主办方邀请了很多采购商，为企业搭建拓宽销售渠道平台。为此，按照即墨属地企业参加本区举办的展会，最高可享受 1.8 万元补贴。因补贴政策“接地气”，据初步统计，今年参加童博会的即墨童装企业超过 350 家，参展企业积极在本地参展“接单”。

（来源：中国贸易报）

甘肃会展业：数字创新推动飞跃

日前，由中国贸促会与甘肃省人民政府共同举办的中国（甘肃）国际贸易数字展览会（以下简称数字展览会）正式拉开帷幕。随着新冠肺炎疫情防控形势的持续好转，甘肃会展经济在今年 5 月按下了“重启键”。

每年 6、7 月是甘肃会展举办的重要时间段，今年虽然受到疫情冲击，但随着中国兰州投资贸易洽谈会（以下简称兰洽会）和数字展览会等相关展会的举办，甘肃会展业回暖迹象突显。

甘肃省商务厅相关负责人表示，“云展会”这一形式将有力地促进甘肃省会展业转型升级、加快发展，全面提升会展经济发展质量和效益。

数字科技助力经贸

此次数字展览会以“云上甘肃，贸通天下”为主题，为期 15 天，共有来自甘肃、浙江、广东、江苏等 28 个省（区市）的 1200 多家企业参展，来自阿联酋、波兰、印度、土耳其等国家和地区的 14000 多买家和采购商线上观展。展品以“十大生态产业”项目合作产品为重点，涵盖六大特色产业，即循环农业、先进制造、中医中药、通道物流、文化旅游、清洁生产、节能环保、“牛羊菜果薯药”。

除了数字展览会，第二十六届兰洽会也于 7 月 2 日至 5 日在兰州举办。本届兰洽会搭建了“兰洽会在线”全天候线上招商引资和投资贸易平台，实现展会服务创新、管理创新、业态模式创新。

“疫情令‘云展会’成为新的贸易形式及全球趋势，传统展会也换上了数字化的新面孔。”甘肃省商务厅相关负责人对记者表示，实际上，国家相关部门也意识到了数字化转型对企业生存发展的重要性。在今年 4 月国务院联防联控机制新闻发布会上，工业和信息化部中小企业局提出的旨在推动中小企业数字化转型的“五个一批”中，包括了“发动一批电商平台，助力中小企业降成本、拓市场、稳就业，进而帮助中小企业实现数字化转型”。

“新冠肺炎疫情在全球蔓延，对全球生产和需求造成巨大冲击，产业链供应链循环受阻，国际贸易遭受前所未有的重创。在这样的大背景下，甘肃省与中国贸促会共同举办数字展览会具有特别重要的意义。”甘肃省副省长程晓波表示，在全球抗击疫情的重要时刻，采取“线上为主、线上线下相结合”的方式举办数字展览会，是甘肃进一步扩大对外开放和合作交流，稳住外贸“朋友圈”和外贸外资基本盘的重要举措。

依托政策发挥优势

甘肃地处中国西北内陆，自古就是陆上丝绸之路上的“璀璨明珠”。这里历史悠久、文化厚重、民风淳朴，是中华民族和华夏文明的重要发祥地。“黄河文明、丝路文化、始祖文化、农耕文化交相辉映，‘丝绸之路三千里，华夏文明八

千年’就是对甘肃历史与文化的高度概括。”程晓波表示，甘肃交通便利区位独特，是我国联通中亚、西亚的重要交通枢纽、邮电通讯枢纽和能源运输通道，全省已经形成铁路、公路、航空、管道、电网兼备的综合性交通运输网络。随着“一带一路”建设的深入推进，甘肃一跃成为我国对外重要窗口和前沿阵地。作为我国向西开放的重要门户和次区域合作战略基地，甘肃面向中亚、西亚国家的通道、商贸物流枢纽以及重要产业和人文交流基地的战略地位愈发突出。

近年来，甘肃会展经济发展较快。记者了解到，兰州会展协会作为兰州及甘肃会展业发展的重要平台，针对部分发展问题，提出“外引、内培和自办”并举的发展思路，重点拓展会展产业链、培育特色展会、推动行业联盟、积聚综合优势，进一步强化甘肃会展文化产业发展的战略平台作用。

“当前，甘肃正在以更加开放的理念、更加积极的姿态、更加务实的举措、更加良好的环境深度融入和加快推进‘一带一路’建设。因地制宜培育、打造品牌展会，提升甘肃会展产业的规模和水平。抢抓‘一带一路’和‘华夏文明传承创新区’建设的机遇，加快丝绸之路国际会展联盟组建，促进更大范围的交流与合作，推动丝绸之路经济带会议展览产业健康快速发展。”在程晓波看来，推动高质量共建“一带一路”走深走实的重要举措，是帮助企业突破疫情障碍、实现快速匹配供需、持续释放经贸合作潜力、有效拓展国际经贸合作的务实行动。

程晓波透露，在疫情防控常态化的背景下，作为激活民生消费、促动转型升级的重要抓手，甘肃的会展产业将以当前的数字展会为契机，进一步深化与各方的经贸合作，带动民间协会、社会团体和企业对接交流，建立稳定的沟通联络机制，密切经贸合作，增加人员往来，实现互通有无、优势互补。

（来源：中国贸易报）

YUE 过山丘！ 2020 中国汽车先锋论坛蓉城举办

经历了新冠肺炎疫情的残酷洗礼、遭遇了史上最难熬的上半年之后，中国汽车产业如何从暂停键切换到快进键？7月24日，以“YUE 过山丘”为主题的2020中国汽车先锋论坛在中国西部国际博览城成都厅举行。



本届论坛由中国国际贸促会汽车行业委员会指导，成都国际车展组委会、汽车观察、搜狐汽车联合主办，博世中国战略支持，与此同时，论坛还得到了汽车产经网、爱奇艺、车友头条、知乎汽车、四三车库等主流媒体的大力支持。

来自政府部门、行业机构、知名汽车企业、科技公司、咨询公司的数十位精英代表汇聚一堂，以“越”、“阅”、“跃”、“悦”为关键词，共同把脉市场痛点、审视品牌经典、解读技术亮点、探寻营销甜点，用一场思想风暴开启了下半年的车市重振之旅。

山丘之巅看大势

在致辞与演讲环节，成都市人大常委会副主任仰协、中国国际贸易促进委员会汽车行业分会会长王侠、东风日产汽车销售有限公司总经理辛宇、小鹏汽车销售副总裁兼首席人才官廖清红、IBM 车联网业务创新总监倪春针对行业大势发表了各自的看法。



仰协在讲话中提到，汽车产业是成都大力发展的支柱产业之一。成都先后引进了11个整车制造龙头项目和300余个关键零部件项目，一座世界级的汽车产业城逐渐成型，并不断向高端化迈进。未来三年，成都将构建智能网联汽车产业集群，培养1~2家独角兽企业，促成智能网联汽车及关联产业规模达到千亿量级。



王侠在致辞中指出，当下的中国汽车企业应当做到两点：首先，要有战略定力，把中国市场当作决战的主市场。因为，6月狭义出口批发量占总数不到2%，海外市场的比重进一步减小。且5月以后，在全球汽车市场增长只有中国；其次，在多样化的中国市场中找准自己的位置，不一味地追求高大上和大而全，瞄准细分市场，走差异化道路。

辛宇表示，在智能化浪潮的推动下，智能出行颇受关注。东风日产具有脑控车和无形可视化两项技术，在内部做测试时，脑控车能提前 0.2~0.5 秒，让驾驶变得更加便捷和安全。东风日产聚焦智能驾驶、智能动力和智能互联三大板块，希望能给消费者带来更自信、更兴奋、更互联的人车生活。

小鹏汽车销售副总裁兼首席人才官廖清红则认为，一个行业发生变化主要受两方面影响：一是技术创新与发展，二是消费升级。在汽车领域，跨界代表着汽车+AI+互联网，小鹏就拥有这样的跨界基因。小鹏用全球人才构筑核心能力，同时扎根中国，做更懂中国的智能汽车。

在倪春看来，汽车行业正面临革新，无人驾驶、5G、人工智能等新技术对行业的冲击比想象中更快。现有汽车业生态结构可能没法跟上这个速度，需要全新的生态结构和合作模式才能满足发展需求。在汽车行业，不管是传统巨头还是创新公司，都需要加速创新，准确把握发展方向。

穿【越】市场寒冬

经济下行叠加疫情冲击，汽车企业能否凭借体系能力穿越极致寒冬？如何从危机中发现新的转机？

在汽车观察总编辑、社长刘小勇的主持下，江铃汽车股份有限公司第一执行副总裁金文辉、博世中国副总裁蒋健、北汽集团越野车销售服务有限公司总经理彭钢、上汽大通销售公司乘用车事业部总经理陆家俊就以上问题进行了深入交流。

据金文辉介绍，江铃汽车上半年实现了 3% 的销量增长，利润增长达到 253%。能够取得这样的进步，主要得益于四点：首先，坚持公司既定战略、将商用车作为主导；其次，坚持按照客户需求开发和规划产品；三是创新线上、线下相配合的销售模式，开拓海外市场；四是改善内部流程、提升盈利能力。

在蒋健看来，全球汽车市场正面临崩塌式溃败，全年销量预计将低于 7000 万辆。中国市场同样不容乐观，虽然近期表现尚可，但达摩利斯剑高悬，若传统车企及零部件企业不思进取，迟早都要被“革命”。蒋健同时表态，博世将持续加大在华投资，中国有望跃升为博世全球第一大市场。

彭钢介绍，非刚需市场往往更容易受到大环境的负面影响。今年上半年，北京越野投放了大量精力和成本在市场上，好不容易才跑赢了国产越野车销量同比下降 35% 的大盘。对于未来，彭钢心存乐观，他认为，只要快速响应市场需求、调整产品配置，北京越野有望在细分市场抢占更多份额。

陆家俊则认为，疫情考验车企综合能力。他介绍，上汽大通在 C2B 运营模式上有着丰富经验，从渠道到审批都建立了几乎 100% 的在线能力；在乘用车市场下滑 20% 的情况下，上汽大通看准了大中型 MPV 市场潜力，推出了 G10、G20 两款新车型。通过建设数字化能力和多元化产品结构，上汽大通在今年 5、6 月份实现了正增长。

赏【阅】品牌内涵

好的感官体验已成为汽车品牌的“化妆师”，配置、观感、触感、设计手法均已提升汽车豪华感的必备元素。如何引导消费者赏阅颜值表象背后的品牌内涵？

在搜狐汽车总编辑张丽玥主持之下，北京现代汽车有限公司副总经理/销售本部长向东平、奇瑞汽车营销公司副总经理祁素彬、江汽集团乘用车营销公司总经理助理谢长勇、爱驰汽车副总裁兼首席设计师罗冬飞共话汽车颜值与品牌内涵的“那些事儿”。

向东平指出，外部颜值及内部体验已成为当下汽车产品主要竞争力，而设计除了豪华感以外，还应包含科技的应用。现代汽车无论是在外形设计、性能、智能化方面都有着深入思考，最近新上市的第十代索纳塔就是一款融汇了多种突破性尖端科技的大成之作，其也是现代汽车旗下最新旗舰产品。

“对于自主品牌而言，颜值是参与市场竞争的利器。”在祁素彬看来，颜值是品牌的基础，有了颜值才能吸引客户去关注配置，关注配置的同时增强客户关于舒适度的体验，从而给客户打造超值的感受。换句话说，后续一切都是在颜值基础上的叠加，这也是客户的一种思维路径。

“汽车产品应该是始于颜值、陷于配置、忠于品牌。”谢长勇表示，作为老牌地方国有企业，江淮也在品牌年轻化上做了许多工作。最近几个月，江淮通过直播所销售的汽车数量每月超过 2000 辆，还与快手、抖音达成了密切合作。“创新赋能下，我们终将 YUE 过山丘。”谢长勇说。

对于前瞻性设计的把握，罗冬飞相信，经过专业培训的设计师一定会拥有更好的直觉和更准确的判断力。“设计是对于未来的预测，只有专业的人员才能更靠近成功。”罗冬飞呼吁，车企应该更加尊重设计师的直觉，因为设计师的工作内容不单是设计，还包括观察流行趋势和整个社会人文行为的变化。

飞【跃】技术难点

不断加速的 5G 商业化给汽车产业带来新的想象空间。5G 赋能，汽车的智能网联化会产生新的飞跃吗？

在车云网/电动邦创始人程里的主持下，小鹏汽车副总裁兼品牌公关总经理李鹏程、长安汽车智能化研究院副总经理/长安汽车软件科技有限公司总经理张杰、禾多科技创始人/CEO 倪凯、金杜律师事务所资深律师/智能驾驶法律专家赵新华共同探讨了智能汽车的奥义。

李鹏程认为，真正的智能汽车应当具备融合感知、万物互联、整车 OTA 及高级别自动驾驶四项能力。在他看来，5G 是保证自动驾驶稳定性的前提，基于此，今年才是真正的智能汽车元年。虽然目前国际环境不好，但可能反而是智能汽车公司安心做研发最好的时间节点。

张杰指出，5G 技术具有高速率、高带宽、高可靠性和低时延的特点，5G 技术的加持将同时为 C 端和 B 端体验带来进步。从 C 端来看，内容服务、视频资源将更加丰富，出行过程中的信息连接也将更加通畅；从 B 端来看，自动驾驶技术能力将进一步提升，数据获取和分析效率将大幅提升，对地图等数据的采集成本也会大幅降低。

倪凯表示，绝大多数的交通事故都是人为造成的，在 5G 和智能驾驶技术的加持下，行车安全能够再上一个台阶。5G 给智能驾驶带来的想象空间很大，不仅高精地图和 OTA 的推送更新频率、质量都能得到提高，同时，云端或云控平台也能为无人驾驶车辆数据远端备份，安全冗余将更有保障。

赵新华从法律角度阐释了对智能驾驶的看法。他认为，5G 商用能够催生真正的自动驾驶技术，当自动驾驶汽车上路以后，法律关系和社会车辆的监管也将发生极大变化。赵新华介绍，技术领先于法律是常态，不光是在中国，美国、欧洲、日本也是一样，目前主要的汽车大国在自动驾驶监管上都还处于边走边看的态度。

取【悦】年轻用户

后疫情时代，营销成为了重启汽车消费的金钥匙。体验式营销如何在线上开花结果？取悦消费者是否变得越来越难？年轻化、娱乐化手段是否会成为营销新常态？

在中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会会长助理柴占祥的主持下，东风日产市场部副部长张茂华、宜宾凯翼汽车有限公司副总经理/凯翼汽车销售有限公司总经理刘宏伟、长安欧尚汽车销售公司副总经理邓智涛、上汽通用五菱汽车

股份有限公司公关总监张益勤、合众公司公关传播中心副总经理陈晶等对上述问题进行了探讨。

张茂华认为，线上和线下是紧密结合的两个环节。汽车作为大宗消费品，实际上很难直接在线完成交易，还是需要线下体验的过程。所以，营销线上化实际上是在线上收集销售线索的过程，消费者在线上初步了解产品信息，确定意向后，再来到线下进行深度体验。

刘宏伟也表达了类似观点，他认为，后疫情时期的全民网销为线上、线下融合打下了较好的基础。刘宏伟特别指出，为了打造年轻人喜爱的智能互联汽车，凯翼除了在内饰和外观上下功夫，同时也拓展线上营销。目前来看，通过网销渠道下单的消费者不在少数。

在邓智涛看来，场景化的直播体系可分为三个层级：第一，主机厂主导直播，经销商制造内容；第二，流量赋能；第三，线下销售。以长安欧尚为例，所有的直播都有落地小程序，通过这种方式将公域流量转为私域流量。在“三级体系”的加持下，长安欧尚近期在网上搜集了好几千个订单，效果相当不错。

不论是线上还是线下，张益勤认为，只要能连接到用户就是好的营销渠道。张益勤介绍，此次疫情激发了五菱的营销潜力，从造口罩到推出地摊车、螺蛳粉，再到与喜茶进行跨界合作，最终目的都是为了与用户建立连接，把五菱的品牌形象传达给用户。

“数据显示，直播带货初期关注度很高，但当其慢慢转变为所谓新常态之后，关注度下滑很快，实际效果也没有大家期待的那么好。”在陈晶看来，车界直播带货能够成为真正的新常态尚需市场验证。陈晶介绍，哪吒一直以来都十分重视与年轻用户的沟通，在大营销方面也做了许多功课，希望能够通过持续不断的曝光做大品牌知名度。

值得注意的是，在演讲与互动环节之外，2020 中国汽车先锋论坛还引入了智能交互机器人、人车对话、直播连线、YUE 秀场等创新环节，打造成了潮流感、体验感俱佳的展示场景和互动交流平台。在 YUE 秀场环节，蔚来 EC6 与小鹏 P7 两款代表车型以实车体验直播秀的形式展示了各自的人性化配置和智能网联功能。

在新四化的产业变革时期，产品更新迭代节奏不断加快，汽车技术日新月异。为了鼓励勇立潮头、与时俱进的新产品与新技术，在论坛的压轴环节，2020 中国

汽车先锋论坛还特别举办了“中国潮车榜”颁奖盛典，为下半年的汽车消费提供重要风向标。

“中国潮车榜”获奖车型名单：

奖项	获奖车型
锋·潮奖	比亚迪汉
	第十代索纳塔
	上汽大众威然
	东风 Honda 全新 CIVIC 思域 Hatchback
	广汽丰田威兰达
	广汽本田第四代飞度
	东风日产 2021 款骐达
浪·潮奖	全新 BMW 4 系双门轿跑车
	全新奥迪 Q3 轿跑
	LEXUS UX 300e
	全新林肯飞行家 Aviator
领·潮奖	一汽-大众探岳 X
	宏光 MINI EV
	哪吒 U
	BJ40 城市猎人版
	广汽传祺 GM8 大师版
	全新第六代福特探险者
	福特领界 S
弄·潮奖	东风风光 ix7
	长安欧尚 X5
	上汽大通 MAXUS G20
	全新一代瑞虎 5x
	新宝骏 RC-5
	BEIJING-X7
	凯翼炫界

智·潮奖	长安 UNI-T
	蔚来 ES6
	小鹏 P7
	荣威 RX5 PLUS
	爱驰 U6 ion
	博世智能驾舱系统

(来源：汽车观察 Autoobserver)

任正非：“看展馆”是华为销售三板斧中的第一斧

任正非：“展馆要抓住客户的痛点才能打动客户！”



深圳华为总部各个展馆需要提前预约，每天参观的客户络绎不绝！

网上有个关于华为展馆的趣事，某企业考察团预约到深圳参观华为展馆，参观回来才发现在华为展馆既没有看到 5G 也没有看到华为手机，原来他们看到的是华为若干个展馆中的其中一个。

据说有中介公司专门从事华为、腾讯、阿里、百度等知名企业展馆预约业务，每人收费不菲！国际行业巨头华为有个著名的“销售三板斧”打法，一看展馆、二看实验、三看现场会，通常情况下世界各地再牛的客户经过华为这“三看”后基本就爽快签约了。

华为视展馆为会客厅，可以在展馆把企业强劲未来展示给客户。任正非高度重视华为展馆建设，要求展馆不讲历史，讲未来，客户不关心你的过去，华为要

展现的是和客户共同创造的未来!2011年华为开始综合转型,成立运营网络业务、终端业务、企业业务和其他业务四大运营中心,所以深圳华为总部在原有 F1 主展馆之外又新建了企业业务展馆和 G1 创新展馆等数个业务馆,目前华为在世界各地建设了数十个业务单元展馆。

2013年任正非在 F1 展馆整改工作交流座谈会上说:“客户只是不知道未来是什么样子,我们也不知道客户的未来是什么样子,我们要知道客户到这里来他关心什么?人家是来研究人家看不到的未来,我们从一开始就要共同去探索让客户看到未来,认同这个未来,只有当客户深刻认识和理解我们,他们才会知道我们这个战略合作伙伴和别人有什么不一样,才会买我们的设备,我们才会活下来!”展馆为谁服务?当然为客户!

任正非曾表示:“华为展馆的最佳表达是什么?我们的展馆应该从哪个地方切入?我们认为应该从客户的痛点切入,我们要搞清楚客户的痛点在哪里?我们如何才能为客户解决他们的痛点?抓住客户的痛点进行表达才能打动客户,让客户认可我们!”所以华为的展馆没有领导视察,没有辉煌历史,所有展示互动都直指痛点。



到 QQ 和微信的老家腾讯总部参观是许多人的梦想



拥有百年亚洲第一酒窖的张裕酒文化博物馆

其实在 20 世纪中叶，世界各地的工业旅游就催生了展馆带货，位于德国的捷豹汽车就聘请退休工人每天带客户参观扩大汽车订单；日本和韩国一些清酒公司专门为游客开辟工业旅游项目，参观完流水线的游客品尝后几乎都会购买几瓶酒；百年张裕在烟台有个百年张裕文化博物馆，镇馆之宝是 1894 年建设的亚洲第一大地下酒窖，现在每年有 100 多万客户和游客前往参观，每年仅博物馆收入数千万元。





总面积 10000 平米的鲁南制药集团展馆成为直播网红

2020 年 4 月 24 日晚，董明珠一袭墨绿色长裙在格力科技展厅优雅亮相，经过一个多小时的网上直播吸粉 431 万，带货 22.53 万元。董姐说自己网上首秀不太理想，网友却说董姐直播把格力科技展馆带火了！

相比那些在家直播的“窗帘党”（窗帘做背景）网红们，高大上的格力科技展厅确实给董明珠和格力电器加分不少！董明珠没想到展馆网上直播把网友的目光聚焦到了格力展馆，通过格力科技展馆网上直播展示让消费者坚定了拥趸格力的信心。

中国 4.0 智能展馆行业标准制定者、网上直播展馆专利发明人、中国展馆设计行业头部企业新之航传媒科技集团董事长鞠航认为，“看展馆”成为华为销售第一板斧反映了互联网新经济时代销售策略的变革，要求眼见为实的客户在签订合同前需要看到一个复杂技术演变为满意结果的全过程，越来越完善的 4.0 智能展馆几乎可以把企业任何场景还原到展馆，强大的深度沉浸体验设备可以模拟从微观细胞到宏观宇宙的微妙变化，为客户展示新产品带来的新未来。

越来越多企业正在把展馆作为销售强有力的武器充分利用，更有像华为、苹果、小米等公司在建设好大馆的同时把全球卖场按照展馆标准打造，这样一个世界级企业就拥有了数万个母子馆群。

（来源：中国山东网）

产品展馆兴起，中国企业迎来“第三馆时代”

视“看展馆”为销售“三板斧”第一斧的华为，最近几年在全球加大产品展馆建设速度，除了遍布全球 170 多个国家的产品展示厅外，在深圳、上海、北京等地设计建设了 F1 综合展馆，业务产品展馆、G1 数字展馆和 MBB 产品展馆等。

华为、海尔领衔，产品展馆悄然兴起！

华为领导人任正非多次在展馆设计会上强调：“客户只关心华为的产品能给客户的未来带来什么样的改变，华为的产品馆就要聚焦产品！”所以我们在全球各地看到的华为展馆，没有华为的历史回顾，没有领导参观照片，甚至没有华为产品全球排名和年度业绩，只展示华为产品性能，能为客户解决什么问题。在华为 F1 数字展厅用很大面积展示华为智慧城市系统如何监测城市每一个垃圾桶饱和和状态，计算机自动指挥垃圾车按照智能垃圾桶需求及时处理垃圾！在华为企业展厅播出惊险“反恐片”，模拟城市遇到炸弹威胁，在华为平安城市系统帮助下，警方迅速锁定嫌疑人，还通过行车记录仪分析找到第二枚炸弹位置！华为的产品价值通过展馆简单明了的直接表述，立即激发客户购买欲望。2019 年开馆的海尔“冰山之角”世界家电博物馆，4 层楼的大型展馆 90%的面积展示海尔的最新智能产品，导游会为参观者演示智能冰箱、智能洗衣机、智能空调、智能穿衣镜等海尔最新产品的互联网思维运行模式，参观过海尔产品馆的人会为自己心动，从此成为海尔产品的粉丝。

苹果、谷歌、微软、特斯拉、宝马等国际知名企业最近几年更是投巨资设计建设固定产品展馆和流动巡回产品展馆，通过智能场景为消费者展示光辉灿烂的未来！





在华为行业解决方案展厅展示的智能垃圾桶管理系统



在海尔世界家电博物馆，讲解员向参观者展示海尔智能冰箱

产品展馆将成为企业馆、党建馆后“第三展馆”！

最近几年无论是国有企业还是民营企业都在加速建设第二馆——党建馆，重视党建馆建设是加强党员教育的重要举措，最近几年部分大型企业纷纷建设大型党建馆，对凝聚党群干部关系形成合力振兴企业起到了巨大推动作用，部分中小企业将党建馆作为综合展馆“馆中馆”合二为一，也是一个不错的选择。随着华为、海尔等产品馆快速建设，中国企业也悄然迎来产品馆建设高潮。中国企业家深谙企业服务的重要对象是客户，客户最关心的是产品，企业展馆的核心就是产品，这是关系企业生命攸关的关键问题。产品馆应该以客户为中心展示客户的未

来需求，只有通过产品为客户带来美好未来，客户才会下决心签约，从而成就企业和客户共同的美好未来。华为早在多年前对产品馆就有高度认知，在世界各地陆续建设了系列产品馆，成为国际行业巨头！

中国企业已经融入世界产业大家庭中，中国企业对标的国际知名企业通过企业综合展馆和产品展馆将全球客户链接在一起，这些以展馆推动市场销售的国际公司，为中国企业开拓国内外市场提供了有效范例。中国企业会出现综合馆、党建馆、产品馆并存的“三馆”并立态势，预计第三馆“产品展馆”将成为中国行业领先企业未来重点打造的企业销售重器！



在店数科技展馆客户通过 VR 系统体验科技产品



在极视角产品馆展示视频算法监控系统

本文作者鞠航是中国 4.0 智能展馆行业标准专利发明人、网上直播展馆专利发明人、第三馆“产品展馆”概念发明人、新之航传媒科技集团有限公司董事长。

（来源：中国山东网）

展馆设计分段位，青铜和王者相距一个 VI 距离

最近几天网上又在热炒 2018 年某城市规划馆设计方案事件，当年这个看起来像 17 个展馆（方案里有 17 幅画面）貌似拼图的“设计”据说最终以 400 万设计费成交。这件当时闹得沸沸扬扬的展馆设计案例，反映了展馆设计领域方案良莠不齐乱象现状。4.0 智能展馆行业标准和网上直播展馆行业标准专利发明人、第三馆“产品展馆”概念发明人、新之航传媒科技集团董事长鞠航，作为资深展馆专家鞠航认为展馆设计应该按照段位收费。

玩过“王者荣耀”的玩家很清晰自己所处的段位。第一段位青铜，初入茅庐；第二段为白银，参差不齐；第三位金，略知皮毛；第四段位铂金，略有小成；第

五段位钻石，卧虎藏龙；第六段星耀，入围高手；第七段位王者，根深蒂固。在“英雄联盟”里同时又把青铜、白银、黄金、铂金、钻石再细分 1、2、3、4、5 个级别，可见江湖苦练十年方见段位高低，英雄以段位分出长幼辈分，段位和收入自然大相径庭。

中国展馆设计公司众多，多从装饰装潢、建筑设计、广告设计、CG 视觉、沙盘制作、模型制作等领域转型而来，在展馆设计领域不同基因的公司会放大本公司的优点，修补本公司的业务短板，逐步形成具有本公司特点的展馆设计风格。比如有的公司专攻 1.0 文化“上墙”，有的公司擅长 2.0 博物馆设计，有的公司专业 3.0 声光电展馆设计，最近几年还涌现出了部分主打 4.0 智能互动数字展馆设计的创意公司。在这些优秀展馆设计公司积极推动下，中国展馆设计行业发展迅速，每年会诞生部分创新设计经典案例。但是因为中国展馆设计起步较晚，整体落后于欧美发达国家水平，（过去 20 年日本模仿欧美设计才成就今天的日本比较高设计水平），最突出的问题是部分已经建成的展馆也存在一些低级错误。比较突出的是设计师没有 VI 意识，一个展馆看起来像很多个馆的设计元素拼凑而成，缺少起码的色彩、形式、字体等 VI 元素的统一，如果一个展馆多个章节，会出现圆形、长方形、方形、三角形、红色、灰色、蓝色、白色、宋体、黑体、草体等眼花缭乱的大杂烩现象。尤其最近几年随着 3.0 声光电屏和 4.0 智能互动展馆时代到来，部分设计师只是把一些网上其他展馆效果图拼凑起来，随意把一些不相关的设备加一些文字装潢堆砌在一起，再分出几条参观长廊两边装上 LED 屏幕，这种没有设计灵魂缺少 VI 意识的所谓展馆方案比比皆是，网上更可以花几百元钱买来数百个展馆案例供人拆装！VI 作为视觉识别系统是中国大学设计系的重要课程，中国设计师在设计宣传册和导示系统时能比较好的贯彻 VI 思想，但是到了以空间+智能展示设计领域，部分设计师出现了力不从心的状况，主观上设计师会努力把展馆每一个部分设计好，实际上忽略了 VI 的重复性和系统性，没有一气呵成的设计让设计师在设计时很吃力，会出现一个展馆看起来像多个展馆低级错误现象。法国大学的 VI 设计课上会让学生拿透明硫酸纸复印一本书，然后让学生把一摞硫酸纸重叠一起看，学生们会发现一本 300 多页的书只有一个版式。国际设计联盟副主席、香港设计师协会主席韩秉华说：“一杯红酒，一首美妙的乐曲，一支铅笔，快乐行笔……这就是设计师的幸福生活，先确定下一个板式，一晚上就可以轻松设计（复制）200 页宣传册”，2019 年开馆的“冰

山之角”海尔家电博物馆，10000 多平方的展陈面积全部用三角元素连接起来，很系统，很 VI。2020 年开馆的闯关东精神展览馆用在屋顶用一条醒目的金属铁轨红线贯穿始终，通过一脉相承的 VI 元素整合全馆。正在建设中的青岛劳模工匠馆至始至终运用劳模相框 VI 元素引领参观动线，在表现形式上一气呵成！

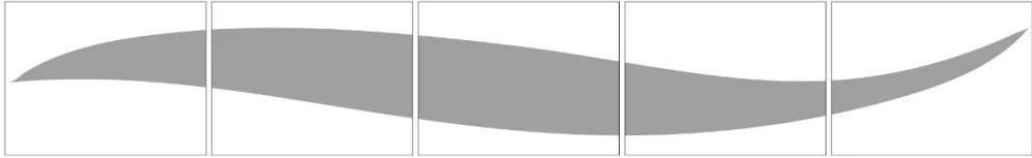
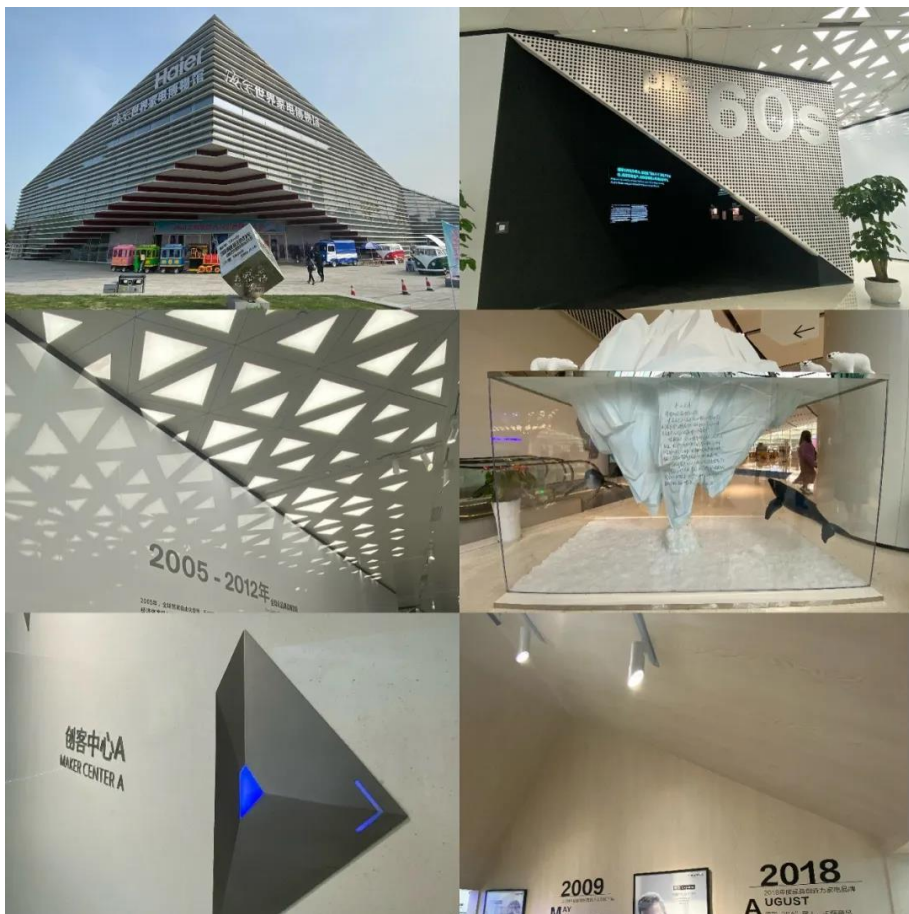


图1: VI统一的展馆设计



图2: VI不统一的展馆设计

VI 在展馆设计中的应用范例



海尔世界家电博物馆将“冰山之角”三角 VI 元素发挥的淋漓尽致



闯关东精神展览馆运用醒目的红色金属铁轨 VI 元素统领全馆

其实在一个全球都被 VI 设计过的时代，留给展馆设计师的创作空间只有一条“缝隙”。这条“缝隙”就是甲方的 VI 体系，展馆设计师首先要深刻理解甲方 VI 标准，然后在甲方 VI 基础上“创新”该展馆的设计元素，聪明的设计师会在甲方 VI 基础上优化出一个更加艺术的展馆设计方案。其实一个优秀的展馆设计方案，一条线、一个颜色足矣！超过两个元素的展馆设计，基本就是青铜低段位了！

（来源：新之航传媒科技集团）

新策发布

商务部：充分发挥电子商务平台及知名展会等渠道优势 推动产销对接

6月30日，商务部举行的网上专题新闻发布会，外贸司有关负责人表示，针对不少外贸企业在出口产品转内销过程中遇到的难题，近日国家出台《关于支持出口产品转内销的实施意见》，推出十大举措支持外贸企业出口转内销。

在支持出口产品进入国内市场方面，提出了3条措施：

一是加快转内销市场准入，简化内销产品认证程序，简化企业办税程序。

二是促进“同线同标同质”发展。支持企业同一生产线上按照相同标准、相同质量生产既能出口、又可内销的产品，扩大“三同”适用范围至一般消费品、工业品领域。

三是加强知识产权保障。支持外贸企业做好知识产权授权、专利申请、商标注册和著作权登记等工作。上述举措，有利于解决内外销产品标准不一致问题，

有利于符合条件的出口受阻产品快速进入国内市场，也兼顾保障了国内消费者的知情权。

同时，推动扩大“三同”产品范围，在更大范围帮助外贸企业解决转内销标准衔接问题。从长期看，这也有助于推动内外销产品标准统一，更好满足国内市场消费升级需求。

在多渠道支持转内销方面，提出了3条措施：

一是搭建转内销平台。鼓励外贸企业对接电商平台，引导主要步行街组织开展专题活动，组织大型商业企业开展订单直采。

二是发挥有效投资带动作用。重点结合新型基础设施、新型城镇化和重大工程（“两新一重”）建设需要，组织对接一批符合条件的出口产品转内销，引导外贸企业参与工业和通信业重大项目建设。

三是精准对接消费需求。引导外贸企业研发适销对路产品，创建自有品牌，充分利用新业态新模式，促进线上线下融合发展。

上述措施，主要是充分发挥电子商务平台、步行街、大型商业企业以及知名展会等渠道优势，推动产销对接。同时，支持外贸企业抓住当前我新老基础设施建设、制造业升级和新兴产业发展带来的新机遇，促进工业品出口转内销；支持外贸企业通过外贸优质产品转内销，满足和带动国内消费升级。

在加强信贷保险和资金等支持方面，提出了4条措施：

一是提升转内销便利化水平。符合条件集中办理内销征税手续的加工贸易企业，最迟可在季度结束后15天内申报。

二是做好融资服务和支持。鼓励各类金融机构加强供应链金融服务，加大信贷支持，依托大型电商平台加强对中小微外贸企业直贷业务。

三是加大保险支持力度。支持保险公司提供多元化的保险增值服务。

四是加强资金支持。用足用好外经贸发展专项资金。

上述措施，主要是进一步为企业提供便利和支持，降低转内销成本。针对转内销企业面临的账期长、占用资金多、结算风险高等问题，为企业提供融资服务和信贷支持，做好转内销相关业务培训、宣传推介、信息服务等公共服务。

下一步，商务部将从以下三方面入手，推动《实施意见》的措施落地见效，切实帮助外贸企业纾困：

一是抓紧推进《实施意见》的贯彻落实。各地方也将出台针对性配套措施，为出口产品转内销营造良好政策环境。

二是组织开展出口产品转内销专题活动。依托各类网上购物节，设置外贸产品专区，开展线上转内销活动。将充分利用广交会、中国加工贸易产品博览会等平台，帮助外贸企业拓展内销渠道。

三是指导地方做好转内销具体工作。继续加强政策指导，发挥地方积极性和创造力，帮助外贸企业开拓国内市场。

（来源：中国会展）

三部委联合发布关于展览活动防疫指导意见



The screenshot shows the official website of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China. The header includes the national emblem and the text '中华人民共和国商务部' (Ministry of Commerce of the People's Republic of China). Below the header is a navigation bar with icons for '首页' (Home), '机构设置' (Institutional Settings), '政务公开' (Government Openness), '政务服务' (Government Services), '互动交流' (Interactive Communication), and '公共服务' (Public Services). The main content area displays the title of the guideline: '商务部 公安部 卫生健康委关于展览活动新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见'. Below the title, it indicates the source as '商务部服务贸易和商贸服务业司' and the date as '2020-07-06 15:32'.

各省、自治区、直辖市及计划单列市人民政府，新疆生产建设兵团：

为认真贯彻党中央关于抓紧抓实抓细常态化疫情防控工作的决策部署，统筹推进疫情防控和经济社会发展，全面落实“外防输入、内防反弹”的总体防控策略，规范展览活动新冠肺炎疫情常态化防控工作，安全有序推进展览活动复展复业，经国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制同意，现提出以下意见。

商务部 公安部 卫生健康委 关于展览活动新冠肺炎疫情常态化 防控工作的指导意见

各省、自治区、直辖市及计划单列市人民政府，新疆生产建设兵团：

为认真贯彻党中央关于抓紧抓实抓细常态化疫情防控工作的决策部署，统筹推进疫情防控和经济社会发展，全面落实“外防输入、内防反弹”的总体防控策略，规范展览活动新冠肺炎疫情常态化防控工作，安全有序推进展览活动复展复业，经国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制同意，现提出以下意见。

一、指导思想

依据《中华人民共和国传染病防治法》、《突发公共卫生事件应急条例》等法律法规，贯彻“安全第一、预防为主”的方针，依法科学开展展览活动新冠肺炎疫情常态化防控工作，充分发挥展览业在扩大开放、增加就业、稳住外贸外资基本盘、拉动消费等方面的重要作用，扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务，努力克服新冠肺炎疫情带来的不利影响，增强展览业防控和应变能力，确保防控常态化条件下各项展览活动科学稳妥、安全有序开展，推动经济社会持续向好发展。

二、基本原则

（一）属地管理原则。各地人民政府要对属地举办的展览活动疫情防控工作负责，加强组织领导，坚持依法防控、科学防控、联防联控。展览活动疫情防控按照分区分级标准，根据举办地疫情应急响应级别相应的疫情防控标准和要求组织实施。

（二）群防群控原则。坚持底线思维，牢固树立群防群控意识，所有展览活动参与者（包含展览场所单位、展览举办单位、参展商、服务商、观众、现场工作人员等）都必须始终绷紧疫情防控这根弦，自觉执行防控要求，严格履行防控职责，确保全员参与、全面覆盖，全方位、全过程、全领域防控，做到不留死角。

（三）科学专业原则。严格执行国家卫生健康委和疾控部门的专业防控要求，在卫健、疾控部门的指导下，科学防控、专业防控；制订防控方案和应急预案，确保防控到位，处置及时，信息收集要完整和可追溯。

（四）分级分类原则。根据疫情响应级别，结合展览活动特点和各地实际情况，针对来自市内、省（区）内、跨省（区）、境外不同区域和低、中、高不同等级风险地区的展览活动参与人员，实行分级分类管理。审慎举办大型涉外展览活动，要按照国家和各地防控疫情境外输入的要求做好防控并落实管理责任。鼓励境外参展商和观众通过在线方式参展参会，或委托其在华分支机构、代表处或合作伙伴等参加线下展会。

（五）动态调整原则。根据疫情形势发展变化和本地区疫情响应级别调整变化，按照国务院联防联控机制和本地区疫情防控总体要求，各地要因地制宜、因地制宜，合理调整展览活动防控措施。

（六）风险可控原则。中、高风险地区原则上暂不举办展览活动。在严格落实各项防控措施的前提下，低风险地区可举办必要的展览活动。举办展览活动要

做好疫情风险评估，有效管控并防范重大风险隐患，制定应急处置预案并组织开展演练，确保展览活动风险总体可控。

三、严格落实展览活动举办地防控责任

（一）举办地人民政府要落实属地责任。根据分区分级精准防控的原则，按照展览活动举办地疫情应急响应级别，分别由相应的省级、地市级、区县级疫情防控领导机构对展览活动出具举办必要性和已落实防控举措、具备举办条件的评估意见。商务、公安、卫生健康等有关部门要强化协同联动、加强信息沟通，根据各级疫情防控领导机构出具的意见和职责分工做好展览活动的审批、备案和监督管理工作，指导各有关单位制订并严格落实各项防控措施。

（二）督促展览活动有关单位落实疫情防控责任。按照“谁举办、谁负责，谁组织、谁负责”的原则，展览活动举办单位（主、承办单位，下同）承担疫情防控主体责任，负责制定展览活动期间具有针对性和可操作性的疫情防控工作方案和应急处置预案，指定专人负责疫情防控工作。

展览场所单位承担展览活动疫情防控现场管理责任，负责展览场所防疫消杀、通风保洁、现场疫情防控设备、相关防疫物资、应急处置场地的安排配置。

其他展览活动参与者承担联防联控责任，要按照展览活动疫情防控要求自觉接受体温检测，出示健康码，科学戴口罩，做好自我防护。如在现场出现发热、咳嗽等疑似症状，要立即自我隔离并及时通知疾控工作人员。

（三）鼓励展览活动创新服务。地方政府要支持和鼓励运用互联网大数据等手段做好展览活动，采取线上预登记、错峰观展、人员限流、实名入场等方式，做好展商观众注册、安检、门禁、自助取证、顺序入场、精准对接等服务工作。

（四）加强工作人员防疫培训。地方政府要指导督促展览活动举办单位、展览场所单位、相关服务企业等提前做好本单位工作人员健康排查，开展防疫知识培训，加强疫情防控信息宣传，确保防疫措施落到实处。

（五）加大疫情防控宣传工作。地方政府要引导和支持展览活动举办单位采取线上线下多样化宣传方式积极开展展览活动期间防疫宣传，确保所有展览活动参与人员知悉防疫要求，主动配合疫情防控工作。

四、压实压紧展览活动举办单位、场所单位等疫情防控责任

展览活动举办单位和展览场所单位要根据展览活动实际情况，因地制宜，针对性地做好现场应急医疗、人员隔离、消防安全、防疫物资配备等服务保障安

排；要依据国务院联防联控机制和国家卫生健康委有关规定，全面落实早发现、早报告、早隔离、早治疗的“四早”措施；严格遵循信息必验、身份必录、体温必测、消毒必做、突发必处的“五必”要求。

（一）展览活动举办单位的防控责任

1. 提前通知相关人员参加展览活动的安全防护要求及健康查验程序，做好注册人员健康状况信息核验和登记，对展览活动参与人员实施健康排查，确保人员信息可追溯。

2. 按防控要求合理规划展览活动人员动线，提出流量管控方案。根据场地规模控制入馆人员数量，实行预约分流、分批错时入馆等管控措施，引导参观观展人员保持合理间距。

3. 合理规划场地分区及展位布局，通道宽度和展位间距要符合防控要求。加强现场人流管控，引导人员有序观展，有序进出。

4. 加强防疫物资保障，展前做好口罩、消毒用品等必要的防疫物资储备。

5. 对所有展览活动参与人员实施健康排查，并做好疫情防控宣传和培训工作。

6. 一旦发现新冠肺炎疑似病例，须第一时间启动应急处置预案并组织实施。

7. 主动配合展览活动举办地相关管理部门，认真落实好各项疫情防控要求。

（二）展览场所的防控责任

8. 根据展览活动规模情况，展览场所应划定明确的功能分区，如落客区、测温区、安检区、登录区、展览展示区等，做好观展线路的指引，有效控制人流和人员活动间距。

9. 展览场所单位应配备必要的门禁、安检、测温设备，设置临时隔离区，并配备适量应急防疫物资。

10. 应建立现场工作人员健康档案，做好日常健康监测。工作人员须戴口罩，人员入场须进行体温检测。

11. 展览场所单位在展览活动举办前，应对展览场所和设备，特别是空调、通风系统进行全面检查、清洁消杀。

在展览活动布展、开展和撤展期间，应加强展馆通风换气，每日定时高频做好公共区域、高频接触点位的清洁消毒，并在相关区域更新公示消毒情况。

12. 展览场所单位要协助展览活动举办单位做好展览活动参与人员的健康排查、安全检查、秩序维护、现场巡视、流量管控、应急处置等现场疫情防控工作。

13. 通过海报、广播、短信、电子屏、宣传视频等形式加强疫情防控知识宣传，倡导良好卫生习惯，增强健康防护意识，营造文明参展参观良好氛围。

（三）服务商、参展商的联防联控责任

14. 预先做好本单位工作人员健康排查，按要求向展览活动举办单位如实报备。

15. 负责做好本单位展位和服务区域的日常消毒、人员防护工作。

16. 如本单位工作人员出现发热、咳嗽等疑似症状，要主动自我隔离并及时告知展览活动举办单位，配合做好早期排查等工作。

（四）餐饮管理防控措施

17. 餐饮服务商必须具备法定经营资质，做好服务人员的卫生防护，严格按照国家食品安全相关法律、法规和相关防控措施的规定开展工作。

18. 设立专用就餐区，间隔安全距离取餐用餐。

19. 加强就餐区卫生管理，定时做好防疫消毒工作。

（五）垃圾处置防控措施

20. 加强垃圾密闭化、分类化管理，及时收集并清运，做到日产日清。

21. 展览场所内应设置“废弃口罩垃圾桶”并作好标识。安排专人每日及时收集、集中消毒，并按有毒有害垃圾进行处置。

各地要根据本指导意见，结合本地疫情常态化防控工作实际，指导展览活动有关单位进一步细化、优化和完善各项疫情防控措施，确保展览活动疫情防控工作不折不扣落细落实落地。

商务部 公安部 卫生健康委

2020年7月3日

发改委：会展中心成“特色小镇”产业配套必要设施

据国家发改委网站消息，近日，国家发改委发布通知公布一批特色小镇典型经验和警示案例。

发改委指出，近年来，各地区特色小镇建设取得一定成效，涌现出一批产业特而强、功能聚而合、形态小而美、机制新而活的精品特色小镇，但也出现了一些错用特色小镇概念甚至触碰耕地或生态红线的行为。国家发展改革委会同有关部门印发《关于规范推进特色小镇和特色小城镇建设的若干意见》《关于建立特

色小镇和特色小城镇高质量发展机制的通知》，持续推动典型示范和规范纠偏。为进一步引导特色小镇规范健康发展，经组织各地区全面梳理，形成典型经验和警示案例。

通知称，为持续加强特色小镇典型示范工作，现推广来自 20 个精品特色小镇的“第二轮全国特色小镇典型经验”。

——聚力发展主导产业。福建厦门集美汽车小镇将大中型客车制造定位为主导产业，建设国家级检测中心和产学研联合攻关平台，与吉林大学等高校深化技术人才合作，支持厦门金龙联合汽车工业公司等龙头企业发展壮大，集聚 100 多家汽车零部件生产企业，每年创造约 130 亿元工业产值。浙江宁波膜幻动力小镇将光学膜及动力装备制造定位为主导产业，精准施策培育引进宁波长阳科技公司、比利时邦奇动力等龙头企业，创造近 400 项发明专利，形成从基膜到功能膜的完整产业链和进口替代。陕西西安大唐西市小镇将盛唐文化和丝路文化旅游定位为主导产业，依托唐长安西市原址进行再建，发展特色建筑、特色产品、特色演艺和特色餐饮，每年旅游收入达 10 多亿元。

——促进产城人文融合。江苏南京未来网络小镇在发展网络通信产业基础上完善现代社区功能和生态功能，建设人才公寓和专家公寓，引进优质中小学、高校和医院，建成绿化面积达 100 多万平方米。福建长乐东湖数字小镇在发展数字产业基础上完善商业服务功能和旅游功能，健全各类商业服务设施，建设虚拟现实等前沿科技展馆，打造以海洋资源为依托的湿地公园，吸纳 1 万多人就业居住。重庆荣昌安陶小镇在发展陶瓷制造产业基础上完善工业旅游功能，健全安富文化古街居民生活服务设施，建设安陶博物馆、陶艺展示场所和研学旅行基地，每年吸引游客达 300 多万人次。四川绵竹玫瑰小镇在发展芳香产业基础上完善科技旅游功能，建成芳香科技研发转化中心、大马士革玫瑰基地和芳香产业链展示中心。

——突出企业主体地位。江苏常州石墨烯小镇以常州烯望建设发展公司为主要投资运营商，承担土地整理开发和公共设施建设，构建“创业苗圃—众创空间—孵化器—加速器—产业园”集成化的企业培育生态链，吸引 100 多家企业（含 6 家上市公司）入驻发展。山东日照奥林匹克水上运动小镇以日照文化旅游公司为主要投资运营商，承担资源整合、设施建设和运营管理，并依靠社会力量办体育，吸引 20 多家体育企业入驻发展，举办 40 多项省级以上赛事，每年承接 2000 多

名专业运动员驻训。辽宁沈阳永安机床小镇健全产业服务平台和智能制造应用示范平台，吸引 700 多家数控机床及零部件生产企业入驻发展。

——促进创业带动就业。广东深圳坂田创投小镇建设国家级科技企业孵化器，设立创业投资引导基金，吸引中科软科技公司等 70 多家创新型企业入驻，每年贡献税收达 20 多亿元，带动约 2 万人就业。吉林辽源袜业小镇培育发展 1200 多家袜业企业，鼓励企业通过“创牌+贴牌”双向发力，帮助农民“不离家、不离乡、出门进工厂”，带动约 3 万人就业。河北清河羊绒小镇建设集电商孵化、研发设计、质量认证于一体的多功能孵化器，引进 2000 多家企业和个体工商户，带动约 1 万人就业。安徽芜湖殷港艺创小镇将旧厂房改造为文化艺术双创空间、将空心村改造为艺术家村，吸引 100 多家创业型企业入驻，带动约 5000 人就业。河北涞水京作家具小镇建设红木家具及文玩核桃集散中心，吸纳大量就业创业人员。

——完善产业配套设施。河南洛阳新材料及智能装备科创小镇健全制造业配套设施，建设检验检测认证中心、技术研发转化中心和智能标准厂房，吸引科研院所入驻建设研发中试基地，吸引多家高新企业入驻发展“绿色智造”“工业上楼”。天津津南小站稻耕文化小镇健全旅游业配套设施，优化特色街区和游客服务中心，完善“小镇客厅”、练兵园和稻作馆等公共文化空间，每年举办稻米节和军事嘉年华等活动近 300 场。山东泰安泰山出版小镇健全出版印刷业配套设施，建设博物馆、会展中心、交易中心和展示中心“一馆三中心”，以及职业技术学院、实习基地、培训基地和创业基地“一院三基地”，吸引 40 多家企业入驻发展。

——承接改革探索试验。四川成都温江“三医”研发小镇建立医学、医药、医疗融合发展机制，探索海关特殊监管区外的保税研发模式，试点医疗器械注册人制度，探索临床急需新药审评审批、外资医疗机构设立和境外医生执业，吸引 62 个研发项目落地，拥有在研医药和医疗器械 800 多种。湖南醴陵五彩陶瓷小镇创新便企政务服务模式，依托醴陵经济技术开发区平台，承接自然资源、生态环境、市场监管、税务等部门的 100 多项行政审批权限，努力提供便捷高效的“一站式”综合政务服务。

通知表示，各地区全面推动规范纠偏和自查自纠，淘汰整改一批“问题小镇”，努力促进特色小镇走上理性发展轨道。其中，河北、辽宁、黑龙江、安徽、

江西、山东、湖南、海南、四川、云南、陕西、甘肃等省发展改革委工作成效尤为突出。经筛选，公布如下有警示效应的案例。

——淘汰“虚假特色小镇”。一些项目错用套用特色小镇概念进行宣传，如海口市“太禾小镇”实际是房地产小区项目，衡阳市“金甲梨园小镇”实际是农业综合体项目，现已更名。一些行政建制镇错误命名为“特色小镇”，如宽城县化皮溜子镇、阜蒙县十家子镇、萝北县名山镇、蒙阴县岱崮镇、平昌县驷马镇等两批403个“全国特色小镇”，已整体更名为全国特色小城镇。

——淘汰“虚拟特色小镇”。一些“特色小镇”长期停留在纸面上，投资运营主体缺失，未开展项目审批核准备案和规划、用地、环评等前期工作，未落地开工建设。如淮南市“剪纸小镇”、宝鸡市“功夫小镇”、临泽县“戈壁农业小镇”停留在概念阶段，现已清理。

——淘汰触碰红线的特色小镇。个别特色小镇破坏生态环境和山水田园，如广南县八宝壮乡小镇触碰生态保护红线，现已淘汰出创建名单，并退回省级财政部门此前补助的1000万元启动资金。个别特色小镇违法违规用地，如万年县贵澳农旅数据小镇违规占用农用地，现已整改并除名。

通知强调，各地区要把握好发展与规范的关系，实行正面激励与负面纠偏“两手抓”，有力有序有效推进特色小镇高质量发展。

（来源：中国新闻网）

北京市新型冠状病毒肺炎流行期间三级响应下会展行业防控指引

根据北京新冠肺炎疫情防控工作领导小组暨首都严格进京管理联防联控协调机制工作部署，坚持“外防输入、内防反弹”策略，坚持“三防”“四早”“九严格”，按照“科学、精准、有效”防控要求，做好本市会展业日常防控工作，制定本指引。

本指引适用于本市各类展会活动的举办单位、场所单位及展会活动各参与方（包含展会场所单位、展会举办单位、参展商、服务商、观众、现场工作人员等）。

一、严格落实疫情防控主体责任

展会举办单位和场所单位应严格执行卫生健康部门和疾控部门的专业防控要求，制定疫情防控工作方案和应急预案，建立疫情防控工作机制，指定疫情防控责任人，专人负责疫情防控工作，协调展会筹备和举办期间的防疫、安全等工

作，明确责任分工，严格落实防控主体责任。按照《企业日常防疫措施落实情况自查清单指引》做好疫情防控自查，确保防控到位，处置及时，信息收集完整和可追溯。

其他展览活动参与者承担联防联控责任，要按照展览活动疫情防控要求自觉接受体温检测，出示健康码，科学戴口罩，做好自我防护。如在现场出现发热、咳嗽等疑似症状者，要立即隔离，及时通知疫情防控责任人，联系 120 转运至发热门诊排查并追踪排查结果，配合疾控部门和行业主管部门做好后续处置工作。

二、场地管理

展会场所单位承担展览活动疫情防控现场管理责任，负责展会场所防疫消杀、通风保洁、现场疫情防控设备、相关防疫物资、应急处置场地的安排配置，优化场所服务，协调配合做好展会举办期间的疫情防控工作。

展会场所单位应参照《新型冠状病毒感染的肺炎流行期间预防性消毒指引》加强场地清洁卫生和预防性消毒；参照疫情期间集中空调通风系统运行防控指引的要求，做好集中空调的日常管理，在展期使用集中空调时也应加强自然通风。

(一)展厅及会议室。展会筹备和举办期间，应对场地进行全面检查和清洁消毒，必要时对相关设施进行预防性消毒；举办各类会议活动，应参照我市相关会议防控指引做好疫情防控工作，尽量减少开会频次和会议时长。建议参展参会人员科学佩戴口罩，随身携带口罩，保持社交距离，小于 1 米距离接触、人员密集、封闭拥挤空间必须佩戴口罩。

(二)餐厅、餐饮场所(区域)。展会筹备及举办期间，应参照我市相关餐饮服务单位经营服务指引开展经营服务活动，采取有效的分流措施，避免人员密集和聚餐活动，加强就餐区卫生管理，定时做好防疫消毒工作。

(三)地下车库。做好日常清洁和预防性消毒，停车取卡按键等人员经常接触部位要定期清洁消毒。

(四)自动扶梯、厢式电梯。电梯地面、侧壁应当保持清洁，乘坐厢式电梯时应当保持适当距离，建议佩戴口罩。电梯按钮、自动扶梯扶手等人员经常接触部位应根据客流量定时消毒。

(五)卫生间。保持空气流通、清洁干爽，每日定时进行卫生清洁，提供洗手液，保持地面、墙壁清洁，垃圾及时清理，洗手池无污垢，便池无粪便污物积累。

(六)垃圾收集区域。做好生活垃圾分类处理，设置废弃口罩专用垃圾桶，各类垃圾及时清运，垃圾无超时超量堆放。

三、人员管理

建立单位和个人健康监测报告制度，在展会筹备和举办期间严格遵循体温监测、人流量控制等北京市疫情防控的相关规定。

(一)展前预防。展会举办单位应通过预约、证件管理等措施落实所有活动参与人员的实名制入场制度，通过向展会活动参与者推广使用“北京健康宝”等手段，加强人员健康风险防范。展会举办单位应提前通知搭建商、采购商、参展商及服务人员等展会活动参与者遵守疫情防控有关规定，注意个人防护和手卫生，按《北京日常防疫指引》科学佩戴口罩。

(二)展期管理。合理控制展会活动现场安检、入场等排队间距及馆内人员密度，对参展参会人员体温监测、健康宝状态和行程轨迹信息核验，对发热、健康宝状态和行程轨迹信息异常者应谢绝入场。根据场地面积合理控制每日最高参与活动人数，实时监控现场人流聚集情况，保障应急通道畅通，必要时实施限流、分流措施。撤换展期间，有序安排展会项目施工及工作人员交接轮换，避免聚集性施工。

四、风险防范

(一)健康监测。展会举办单位、场馆单位及各展会服务单位应建立员工体温每日监测制度，可利用“北京健康宝”等手段，实行“绿码”上岗制。若工作人员出现发热、呼吸道症状和消化道症状，按《新型冠状病毒肺炎流行期间公众出现发热呼吸道症状后的就诊指南》及时到发热门诊就医排查。

(二)人员培训。场馆单位应对入驻场馆的餐饮服务、展具租赁等各类服务商加强管理和培训，确保其工作人员、提供的产品及场所无卫生安全隐患。

(三)应急医疗。展会举办单位应协调场馆单位在展会现场设立隔离区域和医疗服务点，储备必要的药物和防护物资，做好现场应急医疗服务。

(来源：北京市疾病预防控制中心)

厦门将制定会展业促进条例 会展人才可享受多重政策扶持

7月15日,《厦门经济特区会展业促进条例(草案)》(简称《条例(草案)》)在厦门人大网站刊登,向社会各界征求意见。《条例(草案)》结合厦门实际,旨在促进会展业发展,规范会展业市场秩序。



根据《条例(草案)》,市、区政府应当充分利用现有会展场馆,根据需要加强会展场馆建设。鼓励社会资本和境外投资者参与会展场馆和配套设施建设,推进政府投资的会展场馆市场化运营。

加大资金扶持,市政府应当安排会展业发展专项资金,纳入本级财政预算。支持社会资本设立面向会展业的产业投资基金。

打造国际会展名城,重在国际化培育。《条例(草案)》要求,市政府及有关部门应加强与国际会展专门机构的联系,建立国际会展引进和申办联动机制,积极引进国际知名会展机构和会展活动;同时,推动联合国相关机构和会议、展览、演艺、节庆、赛事等方面的国际组织入驻本市或者设立办事机构。

在品牌培育上,《条例(草案)》提出,市人民政府及其有关部门应当鼓励本市企业创办、培育品牌会展,引进与优势产业有关的品牌会展,支持国际性、全国性和区域性大型特色品牌会展。

突出本市特色优势和产业优势,提升中国国际投资贸易洽谈会以及其他品牌会展的专业化水平。

另外在产业融合上,《条例(草案)》要求,市会展业主管部门会同有关部门建立会展平台与优势产业联席会议制度,通过会展活动聚集研发设计、生产制造、市场拓展等环节中的高端产业资源,推动会展业与优势产业联动发展。招商单位

利用中国国际投资贸易洽谈会、海峡两岸（厦门）文化产业博览交易会等专业会展平台进行投资环境和政策推介、开展资源和项目对接。

发挥海峡论坛等重大涉台交流合作平台优势，积极推动两岸在商贸物流、文化旅游、金融服务、平板显示、计算机、软件信息、半导体与集成电路等领域开展行业交流合作。

《条例(草案)》鼓励会展业专门人才培养，支持高等院校、职业院校等结合会展业发展需求，设置会展业相关专业，与国内外知名会展院校进行交流合作。符合条件的会展人才按照规定享受财税扶持、子女教育、住房租购、落户等优惠政策措施。

此外，鼓励举办单位、场馆单位、会展服务单位和行业组织运用云计算、大数据、物联网、移动互联网、人工智能等现代信息技术，通过服务创新、管理创新、市场创新等，发展新兴会展业态。

支持场馆单位推进智慧场馆建设，引入智能化场馆服务管理。

（来源：中国会展）

确保重点展会不断档 烟台市四项举措推动消费市场回暖

记者7月9日从商务部驻青岛特派员办事处了解到，烟台市将出台四项举措推动消费市场回暖。

一是拓展线上消费渠道。

与拼多多签署战略合作协议，联合开展烟台优品线上云购节活动，打造拼多多烟台优品馆，组织知名品牌企业拓展网上销售渠道，活跃线上消费市场。多个县市区负责同志走进直播间，推介烟台特色产品，先后组织县市区带货直播11场，累计销售9400余万元；

二是拉动市民消费热情。

截至6月底，先后完成6轮惠民消费券发放工作，累计投放财政资金3000万元，发放消费券95.36万张，参与人数约105.8万人。其中，核销2390万元，资金利用率79.66%，带动交易总额1.8亿元，杠杆拉动7.54倍，居民消费热情高涨，拉动消费成效明显；

三是大力发展夜间经济。

重点打造滨海一带，以及滨海广场、芝罘仙境、万达商贸综合体等“一带十区”夜间经济集聚区，繁荣“夜游、夜娱、夜食、夜购”等消费业态。策划推出“夜烟台夜精彩”夜游烟台新体验6大系列主题产品，联合饿了么举办“e口吃遍烟台·消夏生活节”系列活动，集中打造“西虹市”“十字街”等夜间经济商圈，释放夜经济消费潜力；

四是激发会展经济活力。

引导会展企业用足用好扶持政策，创新形式线上线下展会互补，确保重点展会不断档。成功举办“疫”后首展——夏季惠民车展，观展人数约8万人次，销售车辆4863台，成交额突破10亿元。1—6月，全市共举办各类会展活动35场。

（来源：中国会展）

海关总署发布多项支持第三届进博会便利措施

为保障中国国际进口博览会“越办越好”，海关总署在总结提升前两届中国国际进口博览会通关便利化措施的基础上，制定了《2020年第三届中国国际进口博览会海关通关须知》和《海关支持2020年第三届中国国际进口博览会便利措施》，现予以公布。

《海关支持2020年第三届中国国际进口博览会便利措施》

一、发布通关须知，提供详细通关指引

制定发布《2020年第三届中国国际进口博览会海关通关须知》《2020年第三届中国国际进口博览会检验检疫限制清单》《2020年第三届中国国际进口博览会检验检疫禁止清单》，为境外参展商提供详细指引。

二、设立常态化机构，随时响应需求

上海海关隶属上海会展中心海关作为海关服务进博会常态化机构，做好进口博览会海关监管和服务保障工作。

三、深化科技应用，打造智能化监管服务模式

通过跨境贸易管理大数据平台和信息技术对进口博览会参展商、展览品信息提供全流程监管服务，打造数字化、智能化、便利化、集约化的进口博览会全流程监管服务模式。

四、派员入驻现场，提供服务保障

进口博览会期间，上海海关将派员入驻国家会展中心（上海），提供通关、监管、咨询等服务。

五、办展方统一提供税款担保，减轻境外参展企业负担

对进口博览会暂时进境展览品，由国家会展中心（上海）有限责任公司向上海海关提供银行保函或关税保证保险办理税款担保。境外参展商或其委托的主场运输服务商持国家会展中心（上海）有限责任公司出具的《2020年第三届中国国际进口博览会进境物资证明函》和《2020年第三届中国国际进口博览会进境物资清单》，免于逐票向海关提交税款担保。

六、就近开展验核，提升参展便利化水平

对涉及检验检疫行政审批事项的进口博览会进境动植物及其产品、动植物源性食品、中药材等，委托上海海关及相关海关就近就地办理审批手续，相关审批工作3个工作日内办结；按照“便利可操作”原则，委托上海海关对展区内销售的进口水产品、乳制品、燕窝境外生产企业行使受理和审查权，并免于境外实地评审，审查通过后海关总署发放临时注册批件（临时注册批件仅限于展会期间及展区内使用）。

七、设置专门通道，优先办理手续

在主要口岸为进口博览会设置贵宾礼遇通道、进境展览品报关专用窗口和查验专用通道，优先办理申报、查验、抽样、检测等海关手续，实行即查即放。

八、固化监管措施，延长ATA单证册项下展览品暂时进境期限

固化往届进口博览会监管服务保障措施，海关签注ATA单证册项下暂时进境货物的复运出境期限与单证册有效期一致。

九、推进准入谈判，扩大进境展览品种类

推进与参展国家或地区检疫准入谈判，加快风险评估进度，支持风险水平可接受的农畜产品参展并实现对华贸易，扩大进境展览品种类。

十、简化监管手续，方便特殊物品进境

对进口博览会参会代表携带自用且仅限于预防或者治疗疾病用的特殊物品（生物制品），凭医生处方或者医院的有关证明，准予入境。允许携带量以处方或者说明书确定的一个疗程为限。

十一、简化入境手续，方便食品化妆品参展

仅供展览的预包装食品和化妆品免于加贴中文标签和抽样检验，免于核查收发货人备案证明；少量试用、品尝的，根据食品安全风险评估情况，可展前抽取样品检验，免于加贴中文标签；在展会现场少量试销的，可免于加贴中文标签。

十二、简化出境手续，便利展览品展后处置

进口博览会暂时进境展览品（ATA 单证册项下暂时进境展览品除外）在进口博览会结束后，结转到海关特殊监管区域和保税监管场所的（参展汽车应当转入可开展汽车保税仓储业务的海关特殊监管区域和保税监管场所），准予核销结案。

十三、支持保税展示展销常态化，扩大展会溢出效应

经海关注册登记的海关特殊监管区域或保税物流中心（B 型）（以下简称“区域中心”）内企业，可以将保税货物提交担保后运至区域中心外进口博览会保税展示展销场所进行展示和销售等经营活动。

十四、支持跨境电商业务，推进线上线下融合

允许列入跨境电商零售进口商品清单（2019 年版）的进境展览品，在展览结束后进入区域中心的，对于符合条件的，可按照跨境电商网购保税零售进口商品模式销售。

（来源：海关总署）

南京会展业：线上线下融合模式促复展

日前，南京市人民政府会展业办公室（以下简称南京会展办）、南京市会议展览业协会联合河西集团南京国际博览中心联合出品了《南京市会展活动疫情防控行动指南》（以下简称《指南》）动画视频，在会展业内引起不小的关注。在业界看来，动画短片突破了文字和图片的局限，表现形式更为灵活。

据了解，按照国务院联防联控机制印发的《关于科学防治精准施策分区分级做好新冠肺炎疫情防控工作的指导意见》以及南京市政府关于新冠肺炎疫情防控的要求，对即将开展活动的前期防控要求与现场保障措施进行严格部署，坚持常态化疫情防控和经济社会发展“双统筹”，办好“放心展”“安全展”。

与此同时，南京市贸促会、南京会展办按照国家、省市统一部署和疫情防控常态化要求，贯彻落实《南京市会展活动疫情防控管理规范》，在保证做好疫情防控的前提下，有序恢复承接、举办各类必要的会议和展览活动。

助力会展企业应对疫情

“针对报告制度、注册登录等 12 个章节对各方的防疫职责及具体工作规范的展示，以提升会展活动举办上下游各方在会展活动中的疫情防控意识。”南京市贸促会会长、南京会展办主任梁洁表示，《指南》视频是根据南京市新冠肺炎疫情联防联控工作指挥部办公室印发的《关于进一步优化生活服务业疫情防控措施加快全面复工复产的工作指引》，结合南京制定的会展活动防控措施，对会展活动中的各方工作进行规范化的示范。

据介绍，在疫情影响下，南京出台支持会展企业渡难关、促发展具体政策，加大优化资金扶持会展业发展力度。南京研究调整会展专项资金的使用导向，除鼓励受疫情影响展会主办方积极复工复产外，还将继续加大招展引展力度，吸引会展活动主办方到南京办展。为此，南京将提升综合服务能力，并加快资金补助速度。

根据南京市贸促会、南京会展办、南京市财政局《关于进一步加快会展业高质量发展的若干政策措施的通知》，南京还将加快展馆设施的提升改造，推动展馆绿色化、智慧化建设，经第三方评估和运行达标后，按项目投入费用给予一定比例金额的补助。

南京鼓励会展搭建、展示和平台交易企业，运用新一代信息技术，以人工智能、大数据、云计算、物联网、区块链、5G 等技术在展览布展、展览模式上创新，经第三方评估和运行达标的创新展览项目，给予一次性资金补助。

此外，南京还鼓励通过创新展览项目，推动主导产业体系与会展业融合发展，有效提升南京会展发展能级的公共服务平台，经第三方对服务成效和品牌影响力评估达标，给予一次性资金补助。

成立网上会展联盟

近日，以“读懂城市创新”为主题的 2020 南京创新周（以下简称创新周）落下帷幕。根据统计显示，此次创新周达成签约项目或合作意向 346 项，总投资额超过 1080 亿元。

在南京方面看来，创新周作为南京近年来举办成效明显的综合性创新大会，为南京建设“具有全球影响力的创新名城”注入了新的动力。事实上，此次创新周通过线上线下互动模式，为疫情后的南京会展活动举办形成了样板。

新冠肺炎疫情发生以来，南京在严格防控疫情的前提下，鼓励参展企业“云展”“云洽”，助力会展企业数字化转型，推动南京会展业“跃上云端”、线上线下融合发展。

据梁洁介绍，由南京会展办协调南京会展经济研究会、南京润展国际展览有限公司、南京国际博览中心以及各相关区会展主管部门，成立南京网上会展联盟、共建中国网上展览中心、推动“互联网+展览平台数据管理系统”和“会务管理系统”平台建设升级，南京线上展会平台即将上线。

南京网上会展联盟以“平等自愿、资源共享、开放合作、互惠共赢”为原则，促进创新线上南京展会服务模式、促进南京线上会展产业经济增长，进一步提升南京会展行业在全国的核心竞争力。

同时，在南京会展办的指导下，以产业和企业的线上展会举办和线上线下展会共同发展为导向，引领会展模式创新、推动会展技术创新、共建开放合作机制，实现南京会展线上线下联动的新局面。

会展搭台促经济复苏

事实上，尽管疫情使会展业遭受重创，但会展从业者们的信心依然坚定。今年6月，在巴黎总部的国际展览业协会（UFI）宣布，南京旅游集团旗下的南京国际展览中心通过UFI认证。同时通过UFI认证的还有中国（南京）国际汽车博览会、中国（南京）国际糖酒食品交易会。

据介绍，截至目前，8家企业成为UFI会员，包括2个展馆（南京国际博览中心、南京国际展览中心）和6家会展组展企业。通过UFI认证的展览项目达5个。

此外，南京今年还参加了国际大会与会议协会（ICCA）首次年度线上全体会员会议。根据《2019年度ICCA会议统计报告》线上发布数据显示，南京以28个ICCA认证会议数获得全球排名108位，在中国大陆入围城市榜单中，南京位居第六位，实现了ICCA认证会议数量和全球排名“双超越”。

目前，南京支持南京溧水制造业高质量发展试验区建设，协调推进南京临空经济示范区加快发展现代服务业，以展会为平台，“以会招商、以展招商”，推动空港会展小镇承办高等级会展活动。

南京支持会展与产业融合发展，参与溧水白马博览中心举办线上线下同步展会活动。促进南京临空经济示范区的港产城融合，加快推进空港会展小镇建设，树立展城融合发展标杆。

据了解，南京市贸促会、南京会展办还积极推进城市国际化进程，参与谋划“2020 南京创新周·云聚全球峰”等活动，推动疫情下国际创新资源合作领域的开发。

（来源：中国贸易报）

浙江对会展等财政资金压减 20%

受疫情影响，浙江省不少地区第一季度财政收入减少、支出增多。面对压力，浙江开源节流，一方面，积极争取专项债券，多措并举推动企业复工复产；另一方面，打好“铁算盘”，当好“铁公鸡”，政府过起紧日子。

在财政资金紧张得到缓解的状况下，浙江继续把财政资金用在百姓身上、用在发展上，支持“六稳六保”，带动民生和经济领域持续稳定发展。

争取专项债券，财政贴息助复产

针对前期财政压力，浙江多地着力挖潜。

近段时间以来，绍兴市上虞区引进区外税源，并积极争取免抵调库指标。同时，加强了非税收入征收管理，并重点关注土地出让进度，落实了年初既定的土地出让规模。

“我们还积极争取政府专项债券。在年初已经上报 38 亿元项目的基础上，进一步梳理出 13 个具有一定收益的卫生、交通基础设施项目，包括邵逸夫医院绍兴院区、329 国道北移等，申报债券资金 52.2 亿元，合计已申报 90 亿元专项债券。”上虞区财政局企业科科长许华平说。

源头多了，财政池的活水才能源源不断。开拓税源，浙江多地近来多措并举，着力推动企业复工复产。

4 月 16 日，台州上线“政企通”财政专项资金管理平台，将产业奖补资金整合到一个平台办理，“一网通办”实现政策兑现“零次跑”，企业申报材料 and 兑付时间大幅缩减。同时，增强部门协同，加快资金拨付，全力助推企业复工复产复销。

绍兴市则在全省率先对人民银行再贷款进行财政贴息，以 2.1 亿元的财政贴息资金，撬动全市再贷款总金额 201 亿元，占全省额度的 29%，为防疫企业和 6982 家小微企业雪中送炭。

同时，浙江多地开展管家式服务，全力推进企业复工复产。前不久，上虞区驻企指导员连秋山给恒安(浙江)家庭生活用品有限公司带去了一个好消息，企业获得了 2500 万元扶持资金。得益于区里开展的管家式服务，公司财务部长江添福递交的申请材料，只用了一个工作日就办结了。

“当前，我们加快兑现各类财政涉企政策资金，为加大企业保障、提振企业信心输送财政力量。”许华平说，“企业复工快，缴税就及时，整个财政链条就顺畅了，走上了良性循环。”

打好“铁算盘”，政府过紧日子

“可开可不开的会坚决不开、可办可不办的培训坚决不办。各部门和单位举办会议、培训一般在政府办公场所内部进行，或采用网络视频方式进行……”这是近期丽水市政府部门的工作原则，为各项会议、培训戴上“金箍”。

围绕财政运转的预算、执行等环节，浙江多地打好“铁算盘”，当好“铁公鸡”。

在台州，对非刚性、非重点项目支出压减幅度不低于 5%，日常公用经费支出定额压减 10%，“三公”经费支出压减不低于 5%，会议类、培训类、宣传类项目压减不低于 25%。

在嘉兴嘉善县，政府部门规定：在年初预算安排一般性支出压减的基础上再压减 10%，再压减非刚性、非重点项目支出 10%，节庆、展会、论坛财政资金压减率高于 20%。

在绍兴，市政府明确：对一般公共预算安排的部门预算结余结转资金，剔除基础设施建设、政府采购、科研项目等刚性支出后原则上压减 25%；“三公”经费压减幅度不低于 5%；对非刚性、非重点项目支出压减幅度不低于 10%。

文件刚下发，各级政府部门已纷纷响应。许华平介绍：“目前，已严格执行规定，除疫情防控需要外，原则上不再研究出台新的增支政策，必须出台的会充分考虑财政可承受能力。”

把钱用在发展上，支持“六稳六保”

目前，随着复工复产工作持续推进，浙江各地财政紧张的情况已有效缓解。在疫情防控常态化的背景下，财政资金该如何使用呢？

“把钱用在百姓身上，用在发展上，支持‘六稳六保’”，成为多地使用财政资金的共性。

生活饮用水保障一直是农民群众普遍关心的问题。截至目前，杭州市富阳区共投入杭州民生实事项目资金预算 6.6 亿元。在充足资金的支持下，100 多个村的农村饮用水项目正在加紧建设中。

与此同时，“四好农村路”项目当下也在同步推进中。此前，富阳区万市镇杨家村村民调侃说“走一趟回村的路，得‘蹦蹦跳跳’着走”。今年，富阳区计划投入资金 3.5 亿元实施农村公路提升改造 75 公里。目前，“四好农村路”已累计拨付建设资金 6400 余万元，随着大笔资金注入，杨家村的这条路目前已经完成修复。

除了民生领域，带动经济发展也是财政资金的主要流向。

“线路搭接施工工作已经结束，经验收合格可投入系统运行。”6月8日晚7时29分，随着衢宁铁路龙泉段火车站站前广场供电线路的合闸送电，龙泉市火车站站前区块市政基础设施工程正式通电，这为衢宁铁路9月底开通运营奠定了坚实基础。

站前区块市政基础设施工程项目建设单位负责人季万钧介绍，作为龙泉市火车站新线路项目，已获投资 2332.6 万元，其中财政拨款 1119 万元。在充足资金的带动下，新线路项目建设提质增速。

（来源：人民日报）

新馆启动

冬奥会北京场馆今年底全面具备办赛条件

今年以来，冬奥会北京赛区克服疫情影响，各个建设项目进展顺利，国家速滑馆和五棵松体育中心将于 10 月完工。按照计划，到 2020 年底，冬奥会北京赛区全部新建比赛场馆将实现完工，场馆建设项目累计完工 16 项，全面具备办赛条件。

年底前新建比赛场馆将全部完工

冬奥筹办工作是北京市要着力抓好的“三件大事”之一。2017年3月31日，北京冬奥建设“开工令”下达，3年来，北京市以“绿色、共享、开放、廉洁”的办奥理念为根本遵循，按照“一刻也不能停，一步也不能错，一天也误不起”的要求建设。目前各冬奥建设项目进展顺利。

北京赛区是北京2022年冬奥会冰上项目核心区，将承担北京冬奥会和冬残奥会全部冰上项目的比赛。按照工程建设进度计划，北京赛区场馆建设项目共22项。其中包括新建场馆4项，改造场馆7项。

去年10月，首钢滑雪大跳台完工，成为北京赛区第一个完工的新建比赛场馆，并成功举办了“沸雪”世界杯赛。去年12月，国家游泳中心承办了中国青少年冰壶公开赛，实现了“水立方”变身“冰立方”。今年5月，首体综合训练馆“冰坛”已实现竣工，成为2020年第一个实现竣工的北京冬奥会场馆。

市重大项目办介绍，目前，北京赛区在施工程16项，4个项目正在推进前期工作，年底前还将完工14项，包括新建的国家速滑馆“冰丝带”，首都体育馆、五棵松体育馆等5座改造场馆。到年底，北京赛区全部新建比赛场馆将实现完工，届时，场馆建设项目将累计完工16项。

国家体育场明年改造完工

作为北京2022年冬奥会的标志性建筑，被誉为“冰丝带”的国家速滑馆的建设备受关注。在众多体育场馆中，“冰丝带”拥有世界上规模最大的单层双向正交马鞍形索网屋面，以及亚洲最大的多功能超大冰面，将作为冬奥会大道速滑比赛场地。目前，“冰丝带”已完成屋面和幕墙施工，正在进行制冰场地、机电设备安装及室内装饰装修等工作，计划于今年10月完工。

五棵松体育馆是2008年夏季奥运会篮球比赛场馆，将成为北京2022年冬奥会冰球比赛场馆。经过对场馆制冰和除湿系统进行改造，已经实现了六小时内完成冰球、篮球两种比赛模式的转换实验。目前主要进行室内奥运赛时功能用房改造、冰场改造等施工，计划于今年10月完工。

按照计划，担负北京冬奥会开闭幕式的国家体育场鸟巢、作为冬奥会主新闻中心和国际广播中心的国家会议中心二期主体部分将于2021年交付北京冬奥组委。奥林匹克接待中心、颁奖广场两项临时建筑按照计划分别于2020年底前、2021年开工，并于2021年实现完工。

场馆采用环保型制冷剂

绿色办奥是北京冬奥会筹备工作中的一大亮点。据悉，北京赛区冬奥场馆中，新建比赛场馆均按照国家最高等级绿建三星的标准进行建设，极大的降低场馆在运营阶段的排放和成本，为场馆后续的可持续利用打下了坚实的基础。

为落实绿色办奥理念，张北地区丰富的风能、太阳能资源通过世界首条 500 千伏张北柔性直流输变电工程输送至北京，使北京冬奥会所有场馆都能使用上绿色清洁的电力能源，将成为历史上首次使用 100%绿电的奥运会。

此外，“冰丝带”等冬奥会场馆还优先采用环保型制冷剂进行制冰，采用了最清洁、最低碳的二氧化碳制冷剂。北京是冬奥历史上第一个大规模使用环保型制冷剂制冰的主办城市，减少总体碳排放量及大幅降低制冷系统功率，最大限度降低对环境的破坏与污染。

（来源：北京日报）

青海国际会展中心建设项目主体结构封顶

近日，作为青海省内体量最大的钢结构会展建设项目，青海国际会展中心建设项目主体结构封顶。封顶后酒店区域总用钢量达到 1.4 万吨，会展区域总钢量达到 2.5 万吨。中建八局青海国际会展中心项目总工程师钟正宝透露，下个阶段将全面进行装饰、装修施工，预计 2021 年 7 月份全部投入使用。

据了解，由中建八局承建的青海国际会展中心项目于 2019 年开工建设，总投资约 34.6 亿元，总用地面积 32.5 公顷，分为酒店和会展中心两大功能区。建成后可满足西宁市及青海省举办大型会展和会务的需求，提升青海对外交流、会展策划、旅游接待等方面综合能力，更好地服务于地方经济社会发展。

（来源：中国贸易报）

雄安会展中心封顶

河北省雄安新区设立三年来，已转入大规模实质性建设阶段，未来之城开始拔节生长。近日，雄安新区重要工程之一——雄安商务服务中心会展中心工程结构正式封顶。

坐落于雄安新区容东片区的雄安商务服务中心，是雄安新区首个标志性城市建筑群，也是雄安新区首批率先开工建设的房建项目，项目建成后将有力补充雄安新区近期急需的各项商务服务配套功能。

行业新闻

中建三局雄安商务服务中心会展中心项目负责人殷小军说：“项目在今年春节启动后，始终确保做细做实疫情防控与施工生产工作，克服了关键材料、劳动力的保供问题，做到生产工作不减速；疫情得到有效管控后，策划提升建筑的装配化率，广泛采用叠合板、盘扣式脚手架等新材料，创新施工工法，走上了马力全开的快车道，目前项目已完成结构封顶的目标。”

雄安商务服务中心项目规划占地约 24 公顷，总建筑面积约 82 万平方米，其中地下 20 万平方米。建设项目主要包括雄安会展中心、酒店、商务办公用房、专家公寓、服务型公寓、幼儿园、商业以及地下环廊、地下停车场等。配备有电影院、泳池、健身房等各类配套设施。

（来源：北京日报）

国际动态

Viparis（巴黎展览馆集团）将于 9 月 1 日重新开放（展协秘书处翻译）

2020 年 9 月 1 日，Viparis 将重新开放贸易博览会、展览、大会等大型活动。法国会议工业理事会(French Meeting Industry Council UNIMEV)和其他行业专业组织一直在询问政府当局，是否可以从 9 月份开始举办活动。6 月 20 日，鉴于这一流行病的控制在法国取得令人满意的状况，国防和国家安全委员会取消了对包括集会在内的一系列局势的封锁措施，以便从 9 月 1 日开始再次举行大规模的活动。今年秋天，Viparis 将在法国巴黎的所有场馆恢复商业活动。计划在 9 月份举办 40 多场活动。

“Viparis 现在已经做好了在最安全的条件下举办活动的准备，我们期待法国政府当局的这一宣布。我们要感谢所有的活动组织者，感谢他们一直以来对巴黎展览馆的信任。商务会议是我们经济复苏的关键之一，巴黎将保持其作为商业目的地和领先国际地位的吸引力。”Viparis 的首席执行官 Pablo Nakhle Cerruti 说。

（来源：www.conferli.com/）

柏林展览中心的光伏系统（展协秘书处翻译）

六月中旬，Messe Berlin GmbH 开始在展览场地南入口的屋顶和立面安装光伏系统。从现在起，总共 318 块太阳能电池板覆盖 527 米将收集太阳能，并将其转化为电能。该系统的最大容量为 90 千瓦时，其产生的能量直接送入柏林电网。柏林展览公司的首席财务官 Dirk Hoffmann 说：“有了这个光伏系统，我们又为我们的能源结构增加了一种气候友好的能源。”到目前为止，该公司一直使用天然气、木屑和石油来产生热量。柏林展览公司自己的热电联产站能够部分满足场地的电力需求。水力发电站确保任何额外的能源来自 100% 的绿色能源。Hoffmann 说：“从 2014 年到 2019 年，通过实施许多措施，我们能够将单位租赁面积的热量消耗降低 16%。”近年来，电力消耗也成功地降低了。然而，在展览场地安装额外的光伏系统的可能性是有限的，因为大多数大厅的屋顶在结构上不适合这个目的。

（来源：messe-berlin.de/News）

MECC 将举办首届社交距离展览会

8 月 26-27 日，荷兰首个 1.5 米社交距离展览会将在马斯特里赫特 MECC 展览中心举行。该展会是荷兰国家贸易博览会推出的，旨在提供多样的社交距离的解决方案。组织者希望证明在 1.5 米的社交距离条件下仍可举办贸易展览会。

该项目是非营利性的，其目标是共享跨行业的解决方案，帮助荷兰企业家在新时期继续其业务。组织者预计，观众将由当地政府相关部门、娱乐、会展、餐饮、零售和设施部门的企业家和决策者组成。在博览会上观众将看到有来自工业和经济等各个领域的参展商展示其创造性的社交距离解决方案。

（来源：中国经济网）

2020 年 10 月底之前不再在科隆举办主场展览会

据目前计划的科隆秋季贸易展会所涉及的行业群体反馈，在新冠肺炎全球蔓延的现阶段，他们不倾向于参加贸易展览会。科隆展览管理委员会与监事会密切协商后决定：2020 年 10 月底之前不再在科隆举办主场展览会。

科隆市市长 Henriette Reker 女士，同时也是科隆展览监事会主席，对事态的转变感到遗憾：“这是一个艰难的决定。科隆展览的团队付出了巨大的努力，开拓思路 and 理念，帮助在科隆举办的展会度过危机。这也包括主办线上展会和开

发新的展会形式。我们非常珍视展会的合作伙伴，希望随着事态的发展，我们很快有机会亲自欢迎我们的客人再聚科隆。”

科隆展览总裁兼首席执行官 Gerald Böse 先生，坚持他的观点：“我们制定了一系列综合措施，确保我们的展会符合针对新冠肺炎预防标准。我们继续坚定地相信，我们的展会在恢复稳定经济环境方面起到的重要作用。然而，不幸的是，在秋季进行面对面商务会议方面，我们未能成功消除客户根深蒂固的疑虑，他们的态度此时此刻是可以理解的。我们非常清楚这个严肃的决定，不仅对我们公司，而且对于科隆作为一个商业中心城市意味着什么。我们所有在科隆工作的人，竭尽所能让重启成为现实。然而，没有展商和观众的充分参与，愿景是不可能实现的。”

以下展会将受到影响：

科隆国际体育用品露营设备及园林博览会 spoga+gafa， 2020 年 9 月 6-8 日

科隆国际少儿用品展览会 Kind + Jugend， 2020 年 9 月 17-20 日

数字化商品营销展览及大会 DMEXCO， 2020 年 9 月 23-24 日

科隆国际办公家具展 ORGATEC， 2020 年 10 月 27-31 日

科隆国际自动贩卖机/国际咖啡与茶展 euvend & coffeena， 2020 年 10 月 29-31 日

INTERMOT，一个向公众开放的大型摩托车展览会，也被安排在同一时期，但已被取消；gamescom 将在 8 月下旬以线上形式举行；ART COLOGNE 和 COLOGNE FINE ART & DESIGN 是计划在 11 月举行的艺术类展览会，不受决定的影响。

“受我们在 2020 年春季即获得的秋季展会出色的注册量水平的激励，一经德国北莱茵-威斯特伐利亚州允许在某些条件下恢复贸易展览会后，科隆展览团队即孜孜不倦地，并以最佳前景成功实施 2020 年 9 月开始的展会筹备工作。” 管理委员会成员，科隆展览首席运营官，负责展会管理工作的 Oliver Frese 先生说。尽管做了这些大量的准备工作，最近几周客户在集中会谈中仍然表达了持续的担忧，表明他们可能不会出席，甚至取消参展。“即使在这样的时刻，在展商和观众方面，展会仍然需要一定程度的完整性。我们在科隆的展览会，以来自欧洲和世界各地与会者的高度国际参与性而著称。但现在我们无法保证这样的质

量。”展商取消参展是出于对员工的担忧，也是出于对参展企业自身经济状况的考虑。也有一定的因素是因为德国新增感染病例的最新报道，洲际旅行仍然受限。

我们为现在受影响的行业提供支持，已经迈出了第一步。从2021年开始，例如spoga+gafa作为一个订单集中的展会，为迎合花园产业商业周期将移至6月。像gamescom和DMEXCO 2020原先已经被规划为线上线下结合的展会，将完全数字化。

现在科隆展览预期销售和利润损失将在三位数的百万欧元范围内。不过，股本水平仍然充足，流动资金也有保障。Gerald Böse先生表示：“尽快重启科隆的展览会仍然非常重要。”科隆展览还将采取进一步措施节约成本。“我们会继续努力拼搏”，Böse先生说：“为了我们的展商和观众，为了展览行业，为了科隆展览，为了展览和会议举办地科隆。”

（来源：科隆展览）

意大利将出台防疫新法 将展会等公众场所重启时间延后2周

据欧联网援引欧联通讯社报道，意大利6月11日颁布的防疫法令将于7月14日到期。意大利卫生部长罗伯托·斯佩兰萨(Roberto Speranza)表示，总理孔特即将签署的新一轮防疫法令将于7月15日生效，国家紧急状态或将延至10月31日。

据报道，根据意大利卫生部官网通告，意大利内阁部长联席会议将于14日审议、修正和批准卫生部提出的新一轮防疫法令议案。该议案，将针对目前的疫情发展趋势，进一步加强对海滩、酒吧、餐厅和健身房等公众场所疫情防控，要求继续保持社交距离，以及加大对违法违规的处罚力度。

意大利卫生部长斯佩兰萨表示，在与病毒共存的防疫背景下，民众仍需严格遵守基本防疫法规，尤其是年轻人、在海边度假的游客、以及前往夜生活场所聚会的民众。否则将会浪费迄今为防疫抗疫所做出的一切努力和牺牲。

新防疫法令议案规定，民众在办公室、商店、购物中心、理发店、美容中心、诊所、电影院、博物馆、剧院等公共场所，以及乘坐公共交通工具时，必须佩戴口罩，并保持社交距离和限定顾客流量。

根据意大利技术科学委员会提出的意见，新防疫法令议案将把舞厅、夜店、美食节、展会等群聚感染风险较高的公众场所，重启时间从7月14日延后2周。各大区政府可根据本地区疫情实际情况，来决定具体开放时间。

新防疫法令议案再次修正了禁止亚美尼亚、巴林、孟加拉国、巴西、波黑、智利、北马其顿、摩尔多瓦等13个国家旅客入境的国家名单，并对边防检查机关拒绝旅客入境和遣返做出了详细规定。

（来源：中国新闻网）

Cvent 推出全球场馆数据库

会展技术提供商 Cvent 已在其供应商网络和短期商业活动解决方案内推出了新产品——全球场馆安全与健康信息库，目的是创建“更安全、更简化”的采购流程。

新的安全来源微型站点位于 Cvent 供应商网络内，汇编了最新的健康和安全信息。该微型站点代表全球 31000 多个场馆，提供场馆健康和安全的全球数据库。

该网站将定期更新，以确保活动策划者可以在 Cvent 供应商网络中获取最新信息。Cvent 首席营销官帕特里克·史密斯 (Patrick Smith) 表示：“展望未来，健康与安全至为重要，Cvent 将帮助场馆制定全面的健康与清洁计划，以确保会展涉及人员的安全，帮助行业尽快重回正轨。”

（来源：中国经济网）

IMPACT 展馆部署疫情防控工具

泰国曼谷北部的 IMPACT 展览中心部署 UVD（紫外线消毒）机器人来控制病毒和清洁场馆。该场馆的机器人是由 NSTDA 与朱拉隆功大学合作开发的可移动 Germ Saber UVC 消毒器。此外，IMPACT 还引入了严格的卫生安全标准，并部署了两个机器人对其展厅和公共区域进行消毒。

IMPACT 展览管理有限公司董事总经理 Paul Kanjanapas 在泰国允许会展行业的第四阶段重新开放之后，在 IMPACT 的全面重新开放中展示了机器人。他认为，重新开放的许可提出了一个警告：目前仍然需要严格遵守安全和预防措施，包括社交距离和人流密度控制。

(来源：中国经济网)

新会员介绍

新会员介绍（共 39 家）

北京侨信装饰工程有限公司

北京侨信装饰工程有限公司成立于 1992 年，注册资本一亿元人民币，主要从事建筑装饰工程的设计和施工业务，经国家建设部批准为建筑装饰工程设计专项甲级、建筑装修装饰工程专业承包壹级、建筑工程施工总承包贰级，建筑幕墙工程专业承包贰级，并具有防水防腐保温工程专业承包、建筑机电安装工程专业承包、消防设施工程专业承包、电子与智能化工程专业承包资质。

北京天德腾润公关策划有限公司

北京天德腾润公关策划有限责任公司是一家致力于为品牌提供专业服务，集创意设计 & 项目执行为一体的专业品牌服务机构。主营业务公关营销、活动管理、会议展览、品牌管理、广告策划及代理以及国际业务。公司持续服务于超过 50 余家国内外领先客户，涵盖通信、金融、汽车、互联网、消费品等行业。

秉承为客户创造价值、卓越执行力、创新和进取的核心价值观，始终重视人才在公司发展中的重要作用，重视对员工的激励。致力于做客户创意合作伙伴，我们不仅仅是为满足客户的需求而存在，更多的是建立每个企业在行业市场中的品牌形象与行业地位。

博润建设集团有限公司

博润建设集团有限公司建立于 2013 年 02 月 25 日，注册资本金为 10000 万元，经济类型为有限责任公司，主项资质为建筑工程施工总承包贰级资质。同时具有建筑装修装饰工程专业承包壹级资质；市政公用工程施工总承包贰级资质；建筑幕墙工程专业承包贰级资质；消防设施工程专业承包贰级资质；钢结构工程专业承包贰级资质；电子与智能化工程专业承包贰级；建筑机电安装工程专业承包贰级；城市及道路照明工程专业承包叁级；输变电工程专业承包叁级；电力工程施工总承包叁级；水利水电工程施工总承包叁级；压力管道施工（GB1、GB2、GC1、PE）；承装类四级承修类四级承试类四级等多重资质于一体的中型建筑施工企业。

承一品牌策划（上海）有限公司

新会员介绍

承一品牌策划(上海)有限公司是一家专业的展览及会务公司,致力于设计,生产和建设的全球展会。我们专注在展览设计装修与会议布置和主场搭建领域。我们的事业群紧密配合,在规划阶段就着手进行整合,充分落实设计与搭建结合,以期项目更有效率、品质更臻完美。以我们雄厚稳健的实力为后盾,集结最优秀的设计、规划、施工与专案管理人才,一路设立了涵盖营造、设计、平面、室内设计,与展等全方位营建相关事业体系。多年来,我们在大型商业空间、集合酒店、办公大楼、展馆、展厅等累积了丰富的实绩经验。从空间设计、项目规划、施工监造到现场维护,我们持续以「想到·做到」为主要考量,坚持健康环保、安全、安心、服务等细节,兼顾设计美学与展示功能,提供客户最佳的项目品质与经济效益。

东方梦幻(北京)建筑设计有限公司

东方梦幻(北京)建筑设计有限公司是上市公司恒信东方(股票代码 300081)的控股企业。公司自 1952 年成立以来,科学化、规范化、程序化的管理和良好的服务意识,专业技术人员敬业、勤奋、严谨的工作作风受到了政府有关部门、业主及参建单位的一致好评。

东方梦幻(北京)建筑设计有限公司现有员工 60 余人。中级职称及以上人员 80%以上,拥有一级注册建筑师、一级注册结构工程师、一级注册建造师、注册公用设备工程师等各类注册人员 15 人。

福州每天传媒有限公司

福州每天传媒有限公司成立于 2010 年,是集会展策划、展览搭建、招商招展、活动执行、文旅运营于一体的专业化传媒公司,是福建省农产品市场协会副会长单位、是福建省红曲酒商会副会长单位、是福建省茶叶学会茶文化研究会副会长单位。每天传媒是海峡两岸(漳州)农博会·花博会多年的战略合作伙伴,是 2016 年-2018 年海峡论坛·漳州茶会的承办单位。2020 年 6 月 1 日起正式签约入驻东南花都合作景区和展馆运营,在东南花都驻地溪坂村拥有 2000 平方米展览工厂配合展会运营服务。公司承办的 2019 年 5.18 海交会 1 号馆海丝(福州)茶博会和 2019 年 5.18 海交会 6 号馆福建红曲酒商务博览会获得巨大成功。每天传媒专业的策划设计,高效的统筹执行,旨在为客户保障活动呈现品质、减

新会员介绍

轻活动筹办压力，让客户能腾出时间和精力在全局层面上聚焦活动主题、从容掌控现场、高效实施价值传播。

福州瑞尚文化传媒有限公司

瑞尚文化于 2015 在福州创建，立足于福州和厦门两大城市，辐射全国，省会城市和经济特区的携手，区域联动，资源共享，创意共振，只为打造行业内最顶尖的一站式营销策略中心，我们的业务范围包括：体育赛事、文旅策划、品牌公关、展厅展陈、会务会议这五大版本内容，除了主营的公关策略，我们还包括了整合传播、内容营销、创意设计、品牌行销等全方位的整合营销服务。

广州市六池美裕数字科技有限公司

广州市六池美裕数字科技有限公司成立于 2017 年 8 月 10 日，地址于广州市番禺区禺山西路 329 号海伦堡创意园 4 座 3 栋 1006 室，公司经营范围：电子产品零售；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；软件开发；信息技术咨询服务；企业形象策划服务；策划创意服务；会议及展览服务；信息系统集成服务；数字动漫制作；游戏软件设计制作；文化推广（不含许可经营项目）；文化传播（不含许可经营项目）。

广州悦享环球文化科技有限公司

广州悦享环球文化科技有限公司，是一家融合文化创意实施与创新技术应用的平台型集团公司，总部位于广州，在深圳、上海、北京等城市设有分公司、控股及参股子公司；拥有一支具备多个国家级重大项目经验的专业团队，包括以北京奥运会、广州亚运会、雄安新区等国家大型活动导演策划为核心的主创团队，国内顶尖文化旅游创研团队和 5A 景区资深运营团队，具备快速响应、高标准执行的协同能力，服务覆盖全国、联动全球。

悦享环球以文化创意与创新技术应用为核心，为客户提供从总体规划、创意编导、内容制作、落地实施、景区投资、线上、线下活动营销到运营管理的文旅全产业链一站式服务。

河北鹏祥展示广告有限公司

新会员介绍

河北鹏祥展示广告有限公司成立于 2001 年，是一家集品牌策划、创意设计、营销推广、展览展示、信息采集、终端形象建设、公关活动策划与执行、媒体广告为一体的广告公司。19 年的实战经验积累，铸就鹏祥的品牌积淀，现已发展成为省会首个“策划+设计+制作+落地+推广”的规模化、专业化的展示广告公司。

公司有 100 余名员工组成的专业团队、大量的社会资源、与省内省外强势媒体长期合作的优势，并建立了沟通顺畅、反应迅速的信息反馈渠道；鹏祥为 1230 多家企业进行了品牌形象的整合，承接了 2200 余家的展览展示工程，涉及建材、房地产、烟草、医药、电器、高尔夫、餐饮等 126 个行业。

宏瑞文博集团股份有限公司

宏瑞文博集团股份有限公司，总部位于国家级长沙经济开发区，是中国第一家专业从事文博单位文物库房门，文物储藏柜，文物囊匣，文物修复设备，文物保护设备的研发、生产、销售、安装及进出口贸易的高新技术企业。公司注册资金 1 亿元，厂区面积 20000 多平方米，年产值过亿元。

集团产业结构涉及文物保护、文物修护、展览装饰、及文化创意产品等领域。公司取得了安防工程设计与施工、建筑智能化及安全生产许可证等专业资质，公司产品也荣获首届及第三届全国十佳文博优秀奖、中国好技术奖等多项荣誉。迄今，公司是全国同行业中资质门类最广、获得荣誉最多、综合实力最强的企业之一。

环球国际会展（天津）有限责任公司

环球国际会展（天津）有限责任公司是笔克集团（香港上市，股票代码 752）与中博（天津）国际会展有限责任公司在中国天津成立的合资公司，由笔克集团控股并经营管理。该公司与天津国展中心股份有限公司达成会展产业合作，主要业务为经营管理天津国展中心以及会展产业业务。公司依托笔克集团全球 40 个城市的业务网络和 2500 名拥有不同文化背景并熟悉各行业运作的国际团队，以及设于不同地区近 10 万平米的现代化厂区，透过各种激活平台开展业务：展览与活动、零售、主题环境、视觉传达、体育营销与临时设施、场馆管理与顾问，以及内容、推动赞助、线上线下互动营销、数字解决方案，公司都能优而为之，达成客户交托的使命。

济南齐鲁园林古建筑工程公司

济南齐鲁园林古建筑工程公司是济南市文化和旅游局、济南市文物局直属国有独资企业，是一家从事近现代、古代文物建筑修缮保护、展览施工的专业公司。公司最早成立于1979年，作为一家具有40年历史的园林古建筑工程公司，我们进行了大量的文物古建筑与现代建筑修缮保护工作与展览施工工作。在长期的工程建设中，不仅让我们赢得了良好的社会信誉，同时我们亦积累了丰富的施工经验，锻炼了施工队伍，提高了企业整体素质，成为一支集科研、设计和施工为一体的园林古建筑工程公司。公司讲求发展，注重人才的培养和吸收。近年来，不仅积极参加国内举办的古建筑学习研讨班，同时在国内高校吸收了部分优秀毕业生，为公司的长足发展培养了后备力量。

江苏八斗才建设有限公司

江苏八斗才建设有限公司，注册资本10800万元人民币，成立于2005年1月，江苏省山东商会理事会员单位，具有建筑装修装饰工程专业承包壹级、建筑工程施工总承包叁级、市政公用工程施工总承包叁级、钢结构工程专业承包叁级、城市及道路照明工程专业承包叁级、古建筑工程专业承包叁级。主要经营范围为建筑工程、装饰工程、市政工程、水利工程、弱电工程、钢结构工程、建筑智能化工程、土石方工程、园林绿化工程、道路照明工程设计施工、机电设备安装、玻璃幕墙金属门窗设计制造安装等。

经过近10年发展，公司从点点滴滴做起，以高质量、高效率的服务宗旨，积累了大量长期服务客户，年产值实现了从数十万元到数千万元的跨越。服务过的客户：政府机关、大专院校、各行业的龙头。

江苏宏阳创意科技有限公司

江苏宏阳创意科技有限公司成立于2017年，专注通信行业展览展示领域，致力于为用户提供智慧型数字信息传播服务，同时为客户提供专业的创意策划、展览展示服务以及设计施工集成一体化的整体解决方案。涉及领域有企业展厅、信息馆、博物馆、民防馆、政府规划馆、房地产展销中心等各种主题展示馆，业务包括策划、创意设计、施工和系统集成、互动多媒体、数字展项研发、数字影视等多个板块。

新会员介绍

江苏宏阳创意科技有限公司依托创新国际前沿展示技术，推出以“用户体验为导向”的系列产品，广泛应用于展览展示行业，服务各类客户，业务范围遍及江浙沪，辐射全国。

江苏苏立信文化展馆产业有限公司

江苏苏立信文化展馆产业有限公司是富有激情和探索的创意设计型企业，我们致力于服务于政府和企事业单位的红色革命文化纪念馆、党史党建馆、文博主题馆、革命文化教育示范基地的创意设计，自公司 2017 年成立便汇聚各领域的专业团队、行业精英，服务客户遍及当地政府、企事业单位，已成功创意设计并实施了近 30 个各类展馆，公司全体员工始终以客户需求为核心，追求客户最大满意度为宗旨，秉承着品质奠定基础，信誉铸就品牌的发展原则，先做人后做事，踏踏实实为客户倾心打造着每一个良心工程，我们致力于为每位客户提供物超所值的文化提升服务。自公司成立以来，始终把公司全体员工的专业素养、配套施工和完善的售后体系，放在为客户提供高品质服务的第一位。

玖零六（北京）展览展示有限公司

玖零六（北京）展览展示有限公司成立于 2017 年 12 月 14 日，注册资本 2000 万元。具备建筑装修装饰工程专业承包贰级资质。自成立以来，前后完成的主要展览展示项目有：北京城市副中心规划展示中心项目、烟台开发区规划展示中心 L 型影片制作项目、云汉商业街二期及一期部分提升 EPC 项目（1200 万）、天津百利环保有限公司装配式建筑展厅设计施工一体化项目（828 万）、智能数字展厅供货施工工程项目（1542 万）、巫家坝新城市形象展厅项目（794 万）等。

南京名声广告有限公司

创立于 2000 年的名声广告，秉持“超越客户期待”的核心主张，致力于为客户提供需求导向、策略驱动、品牌至上的整合服务。

经过 20 年发展，名声广告的服务体系不断扩大，现已包括全案代理、数字营销、商业影视、内容资讯、创意设计等多个核心业务。

从品牌定位、价值创造、品牌及产品的核心故事表达，到包含全媒体、全渠道的整合营销传播，名声广告通过系统化、定制化的深度合作，为客户在市场战

新会员介绍

略、需求洞察、资讯分析、数据技术、内容创意等各个领域创造价值，与通信、电器、金融、教育、政府、汽车、通用航空、新型显示等不同领域客户建立了长期信赖的伙伴关系。

厦门尊创文化传媒有限公司

厦门尊创文化传媒有限公司自成立至今，始终专注于企业的品牌形象设计。我们敏锐的品牌洞察力，超前的市场预测和真诚的服务理念，为客户提供企业品牌定位、形象设计、整体推广等方面的解决方案。旨在协助客户建立长期品牌价，赢得足够的社会关注度。

尊创传媒一直秉承国际化的创作观念和富有成效的专业操作。结合我国博大精深文化底蕴，从市场的角度和客户的实际需求出发，融合视觉美学语言及营销策略，最大限度的提升企业与产品的内在品质，创造独特的形象，拓展企业的市场生存空间，提高产品的竞争优势。为实现企业的快速稳健发展做出我们应有的贡献。

山东欣艺会展服务有限公司

山东欣艺会展服务有限公司成立于2013年12月，注册资本2000万元整，是一家致力于展览展示设计、制作与搭建、商务活动策划、展览器材租赁专业性展览公司。项目遍布上海、西安、河北、石家庄、济南等20多个城市，在国内已完成多项大型设计工程项目，并在政府项目和大型企业项目的招标中，多次获奖中标。严谨创新的工作态度，全面而科学的工程管理和设计服务体系，确保高效地完成设计工程进度目标。未来，我们将在设计理念和服务实践上不断进行探索创新，帮助客户提升品牌及项目影响力，为打造国际一流的展台设计执行服务企业而奋斗。

山东智森传媒有限公司

智森传媒——2009年注册成立大连智森传媒有限公司，2014年注册成立山东智森传媒有限公司。公司秉承专业化的团队打造专业化的服务，精于创意，强调有的效宣传策略，原创为核心动力的视觉传播系统，为客户提供主题展馆、空

新会员介绍

间文化、多媒体配套、设计可视化、数据可视化等整体化解决方案，满足其在宣传展示、品牌文化、提升形象、沟通、娱乐等方面的需求。

上海吉广文化传播有限公司

上海吉广文化传播有限公司成立于2007年11月19日，公司位于上海市市中心徐汇区淮海中路，地理位置优越、交通便利，经济发展氛围好。上海吉广文化传播有限公司是吉广控股有限公司的子公司，是以展览展示为主的综合性文化产业公司，主要服务于汽车、医药、地产、金融、IT、农业、快消等国内知名企业及政府客户，为其提供全产业链实效整合营销传播服务。主营业务有展览展示工程、广告设计制作、公关执行等。在经营过程中我们诚实守信，注重共赢发展，严控产品及服务质量关。依靠科技进步、强化管理，坚持走质量兴业之路，以优质特色的服务赢得了广大客户的信任。

上海乐维展览服务有限公司

上海乐维展览服务有限公司成立于2008年，公司拥有专业展览制作工厂、工人和多名经验丰富的项目经理，在北京，成都，广州等城市拥有优质供应商，在全国范围为客户提供的展览制作、巡展、公关活动执行等全方位、一体化的服务。“专业成就品牌”是我们的发展理念，巧妙应用材质达到简洁境界是我们的追求。公司致力于为客户提供最佳性价比的展会执行解决方案，专业的地台结构、框架结构、板墙系统、灯光系统、音响显示设备等，在为客户提供全方位租赁服务的同时，最大程度地降低成本。专注于企业特装展台的设计和搭建、企业展示厅和卖场的设计与施工、企业庆典活动策划以及企业巡回展览的全程服务等。作为集设计、制作、咨询为一体的综合性的机构，上海乐维展览服务有限公司是一支具有超强理念、创新及团队精神、有着先进的国际服务理念和以人为本企业文化的现代化公司。

上海神颂文化传播有限公司

上海神颂文化传播有限公司致力于成为国内顶尖的品牌整合执行服务商，致力于把客户品牌价值最大化，客户行业影响力最大化，并在此过程中实现“神颂文化”自己的品牌价值与行业影响力。

新会员介绍

“无创意不作品、无价值不品牌”，这是神颂文化不断取得突破的文化精神与核心价值观，我们始终追求极致的头脑风暴级团队配合协作、天马行空的品牌创意策划思维、专家级技术支持、特种作战式的执行效率，为任何一位客户提供我们绝无仅有的现象级服务。

上海臻祺建设（集团）有限公司

臻祺集团正式成立于 2010 年，拥有国家建设部颁发的建筑装饰装修工程设计与施工一体化一级资质。

臻祺以工程铸就基业，以项目撑起口碑，以匠心彰显品质，以细节支撑价值；秉承“学习、执行、创新、共赢”的企业精神，在商务办公空间、概念酒店、高档会所、私家住宅、连锁门店、大型厂房等领域的知名项目中成绩斐然，获得广大客户的一致认可。

深圳市恒润达建设工程有限公司

深圳市恒润达建设工程有限公司成立于 2005 年，公司总部位于深圳市罗湖区爱国路外贸轻工大厦 8 楼。注册资本 5000 万元。目前公司具备有建筑装饰装修工程专业承包壹级、特种工程（限结构补强）专业承包不分等级、建筑机电安装工程专业承包叁级、防水防腐保温工程专业承包贰级、消防设施工程专业承包贰级、电子与智能化工程专业承包贰级、建筑幕墙工程专业承包贰级、钢结构工程专业承包叁级、城市及道路照明工程专业承包叁级、建筑工程施工总承包叁级、市政公用工程总承包叁级、城市园林绿化等多项资质。

深圳市智汇艺术设计有限公司

深圳市智汇艺术设计有限公司，2010 年成立于深圳，秉持“汇聚智慧，共创未来”的信念，以贴切的创意设计为立身根本，融合商业与艺术，借助数字化的展示手法，将有价值的信息传递给客户和受众群体。智汇以企业形象展厅以及地产营销展厅为主要业务，为房地产、失业、高新产业等行业的客户提供数字化信息展示体验解决方案。坚持以艺术文化科技为设计导向。为深圳、全国乃至世界的客户提供优质客户。

苏州影橙互动科技有限公司

新会员介绍

苏州影橙互动科技有限公司是一家专注于数字多媒体解决方案的科技创意型公司，集软硬件为一体、提供创意策划，技术开发、安装调试、立体跟踪等一系列的打包服务。影橙坚持以“创意引领，诚者践行”为理念，用创意智能的新颖产品带给观众无限的体验乐趣，以新至诚的待客之道笃行我们的使命担当。影橙涉及数字内容表现和互动产品领域包括：增强现实、VR 互动、电子沙盘、全息成像、互动投影、虚拟漫游、4D 影院、体感互动、三维动画制作、智能中控等数字展示技术。苏州影橙将以国际化的视野关注行业的发展，坚持不断突破、不断创新，合作共赢，力争为客户提供更优的解决方案和最合适的产品。

伟联（广东）展示设计工程有限公司

山伟联（广东）展示设计工程有限公司是国内展览展示领域的先驱之一，以杰出创意（Great Idea）、卓越服务(Exceptional Service)为公司宗旨，通过新颖独特的设计创造空间价值最大化。

伟联拥有高素质的设计团队和专业施工团队，擅长将各行业如策划创意、室内设计、多媒体互动技术、影视制作等带入创新前沿，形成强大的增值力量，为客户打造“充满魅力的空间制作”方案。

武汉普诺展览展示有限公司

普诺会展是一家集会展设计搭建、主场服务、空间规划施工、会议策划执行、VI 系统整合为核心业务的“一站式”会展策划服务机构。

公司专注于主场服务、展览设计与施工，近几年分别服务于光博会、体博会、世界飞行大会、食餐会、盛博会等主场项目，服务过上千家客户；2018 年，公司开始扩张，分别在广州、长沙、郑州成立分公司。

西安国际会展中心（西安丝路国际会展中心有限公司）

西安国际会展中心位于陕西省西安市浐灞生态区，总占地约 1200 亩，是中西部地区场馆规模最大、最现代化的国际会展中心，包括会议楼、展览馆和进博馆，室内外净展览面积 30 万 m²，会议楼面积 20 万 m² 室外展场 8 万 m²，可承接大型国际展览、国际会议，1.6 万 m² 的精装多功能展厅可举办万人大会。

新会员介绍

场馆引进世界一流绿色环保设备设施及 5G 智能化系统，搭建一站式、多元化、高品质服务平台，创建新一代智能化展馆，打造线下线上会展平台。以比肩国际的专业会议设备，提供一站式专业会议会展服务。国际专业餐饮服务团队，满足万人以上用餐需求。会议会展场地，可根据实际使用需求灵活分隔，实现定制化场馆服务。

西安迈孚会议展览服务有限公司

西安迈孚会议展览服务有限公司，自 2012 年初创立至今，凭借对客户会议活动的深刻理解和出色创意，成功举办了数百场涉及多个行业领域的会议、庆典演出、展览展示、文化艺术交流等各项活动，得到客户高度赞许，形成了自己独特的品牌服务优势。

西安迈孚会议展览服务有限公司，秉承“为每一个细微，融合专业的思考与投入；为每一个元素，展现精彩、构思奇妙”的公司理念，在每一个细节充分展现“智于思索，明于理解，重于沟通，擅于设计，专于传播”的公司文化，达至“塑造完美，追求卓越”的公司目标。

西部国际会展有限公司

西部国际会展有限公司（简称：西部会展），是经国家市场监督管理总局核准的中国境内的创新型文化会展企业，是一家集展览策划承办、会议策划组织、节庆赛事运营、大型活动管理、展场广告经营、品牌推广推广，展览展示配套服务为一体的综合性专业会展运营（管理）机构。西部会展自正式运营以来，牢记公司的愿景与使命。不断开拓创新，自主举办，并购引进。致力于打造全球顶尖会展产品优秀供应商的形象。从公司成立至 2019 年，已拥有“一带一路”会展创新合作平台的独家运营权，“欧亚经济论坛丝路会展创客大赛”、“欧亚经济论坛国际会展创新合作论坛”、“欧亚经济论坛国际电子商务大会”、“中国（西安）电子商务博览会”、“中国西部电子商务发展大会”“中国西部物流产业博览会”、“中国西部老龄产业博览会”、“丝绸之路新能源物资装备国际产业博览会”、“中国西部名牌产品博览会”等项目的独家承办（执行）权。

烟台飞龙集团有限公司

新会员介绍

烟台飞龙集团有限公司创建于 1984 年，是一家以房地产开发为龙头，以建筑、钢结构、幕墙门窗、装饰装修施工为骨干，以科技服务、物业管理、国际贸易等于一体的综合性企业集团。企业拥有占地 300 多亩，建筑面积 20 多万平方米的南北两个工业园区，下设十多个子公司，具有建筑施工总承包、钢结构、幕墙、装饰装修等专项施工一级资质，装饰装修、建筑幕墙专项设计甲级资质，另有消防设施安装、机电设备安装等十多项专业承包二级资质。企业通过 ISO9001、ISO14001、OHSAS18001 质量、环境、职业健康安全三体系认证，通过澳洲 AS2047、欧盟 CE 产品标准认证，门窗与钢构产品出至澳大利亚、新西兰、美国、加拿大等十多个国家和地区。2019 年企业实现年营业收入 20 多亿元，纳税近 2 亿元。获得了全国优秀施工企业、全国守合同重信用企业、全国青年文明号、全国工程信用评价 AAA 级等众多荣誉称号。

银川视博数字创意集团有限公司

银川视博数字创意集团有限公司，注册资金：2000 万，员工：55 人，整合视博新技术力量和资深宣传经验，以创意、科技、服务为核心价值，依托先进的数字图像技术，为客户提供专业优质的“科技+创意”智慧宣传展示服务。

鹰视（上海）环境艺术设计工程有限公司

鹰视娱乐工作室总部位于美国奥兰多，是一家以主题娱乐相关产业设计咨询为主导的国际知名设计公司，提供概念规划、设计、咨询、工程管理及运营咨询等全过程服务，汇集了业界顶尖人才，拥有国际化、全专业团队。我们以丰富的项目经验，为客户提供全面而精准的主题娱乐项目一站式解决方案。

云南尚客会展有限公司

云南尚客会展有限公司，作为本土颇具实力的云南庆典公司，致力于服务于云南庆典、昆明庆典、云南会展及昆明会展，是一家以展览展示、展厅、博物馆设计、商业展会招商、大型活动策划、执行、制作为一体的专业昆明会展服务与昆明庆典服务公司。作为云南省乃至全国知名的会展公司，拥有强大的高素质推广、策划、创作团队与独立完善的施工队伍，并在国内外建立起完善的业务网络，积极热忱服务于政府部门和国内外各大企业。严格的国际化管理操作模式，全方

新会员介绍

位、一体化的专业展览服务使我们在展览业享负盛名，创造出骄人的业绩，成功塑造了完美的企业形象。

浙江核趣科技有限公司

浙江核趣科技有限公司（简称“核趣科技”）于 2016 年 7 月成立。核趣科技的初衷在于成为“中国核能领域的连接者”，核心成员均来自于核能行业，拥有平均十年以上的行业从业经验。

从内容起步，到科普方案整体提供，到产业数据营销平台，到政府产业数据动态平台，核趣科技一直践行“让公众更了解、让厂家更高效”的使命。核趣科技目前取得了中国核工业集团有限公司、国家电力投资集团有限公司、中国广核集团有限公司在内 40 多家核能公司及上下游企业的合格供方资质，也是中国核学会、中国核能行业协会、中国核工业勘察设计协会、上海核电办、海盐核电办公室会员单位。

重庆梧台科技有限公司

重庆梧台科技有限公司成立于 2001 年，公司总部设于重庆市两江新区软件园，是国家工信部认证的“软件企业”。公司近几年获得十几项专利及软件著作权。

2010 年后，公司与国家天文台、华中师范大学战略合作，成立互动式数字天象厅联合实验室，着力于数字化天文应用与展示技术的开发，整理制作了数十部数字化影片，开发了数字化天文科学教学体系已经得到市场的高度认可和各大院校肯定及赞誉。现在已在国内服务了国家天文台、上海天文台、北京师范大学等几十家科研院所、大中小学等用户，并设计建设了二十几座数字化天象厅、天文馆。