

商务信息参考

甘肃省商务厅信息中心 2020年第4期(总第44期) 2020年05月27日

【编者按】受新冠疫情影响，很多会展都取消了实体展示，变成了线上展会。据亚太会展研究院比对2018年度中国会展业年度报告测算，今年1-6月停办、未办的2000平方米以上展览6000多场，50人以上的专业会议80多万场、万人以上的节庆活动8万多场，直接影响产值约3500多亿人民币。在此背景下，线上办展成为会展行业复工复产和创新发展的趋势。本期信息参考归纳整理了部分关于“线上展会”的展示模式、运营方式、优缺点及各地展会政策调整等方面的内容，帮助大家初步了解“线上展会”是什么、怎么做，仅供参考。

【部委声音】.....(1)

商务部：积极打造线上展会新平台
创新展会服务模式可在重点国家举办线上展

【调查研究】.....(4)

线上展会是什么？为什么？怎么做？
线上展会构成分析
线上展会对比线下展会的优势
理解和开展“线上展会”需要澄清的五个重要观点

【组织形式】.....(14)

线上展会的几种展现形式
线上展会运营流程探讨
何为网上虚拟展厅

【案例展示】.....(18)

第127届广交会确定将于网上举办

博物馆：病毒无法隔断的“云”看展

云上甘肃馆品牌展示

第八届健博会 9 月将首次举办线上展

阿里巴巴国际站推出首场线上展会

北京市以“云发布”的形式召开线上发布会

中国(晋江)国际家装建材博览会举行线上展会发布会

科隆展 Gamescom2020 数字展会 8 月 27 日至 30 日举行

新疆举办首届线上家装建材、家具家电博览会

【各地做法】.....(24)

各地会展支持性政策摘录

部委声音

时间轴	3月18日	习近平主席在中共中央政治局常务委员会上指出，创新招商引资、展会服务模式，保障各类经贸活动正常开展。
	3月24日	国务院常务会议要求，针对外需订单萎缩态势，支持企业网上洽谈、网上办展，主动抓订单、促合作。
	3月26日	商务部召开网上例行新闻发布会表示，积极推进会展模式创新，充分运用互联网、大数据、VR虚拟现实等现代信息技术举办线上展览会。
	4月7日	国务院常务会议决定，第127届广交会于6月中下旬在网上举办。这将是中國历史最悠久的交易会首次完全以网络的形式举行。

商务部：积极打造线上展会新平台

4月13日，商务部官网发布《关于创新展会服务模式 培育展览业发展新动能有关工作的通知》（以下简称“通知”）。通知明确，加快推进展览业转型升级和创新发展，积极利用展会平台开拓国际市场，发挥展览业在扩大对外开放、增加社会就业、拉动消费增长等方面的重要作用，助力稳住外贸外资基本盘。

通知明确，积极打造线上展会新平台。推进展会业态创新，积极引导、动员和扶持企业举办线上展会，充分运用5G、VR/AR、大数据等现代信息技术手段，举办“云展览”，开展“云展示”“云对接”“云洽谈”“云签约”，提升展示、宣传、洽谈等效果。培育线上展会龙头企业和品牌展会。支持开展跨城市、跨区域办展合作，着力培育一批具有先进办展理念、运营规范、模式创新成效显著的龙头在线展览企业，支持打造市场竞争力强、带动作用大的线上品牌展会，有效发挥示范、带动和辐射作用。

（文章来源：经济日报-中国经济网）

创新展会服务模式可在重点国家举办线上展

中国贸促会展览管理办公室日前印发《贸促会展览管理办公室关于创新展会服务模式的指导意见》。

《意见》从创新会展业发展新业态新模式、培育壮大线上展会发展新动能、引导企业开拓重点国际市场、营造良好在线信任环境4个方面提出11项具体举措。

在创新会展业发展新业态新模式方面，《意见》提出要加强线上线下办展融合。利用互联网技术为客户提供增值服务，推广使用O2O，提供线上线下展示、交易，线上线下金融、物流服务，节约交易成本，提高交易效率，形成相互融合、协同发展的产业新生态。

在培育壮大线上展会发展新动能方面，《意见》提出要创新线上展览主题内容。把握行业新趋势和消费新亮点，将新概念、新潮流、新时尚引入线上展览，探索举办创新创业展、创意展、VR互动体验展、智慧生活展、健康养生展、未来科技产品展等线上展览。

在引导企业开拓重点国际市场方面，《意见》提出要拓展“一带一路”沿线市场。针对“一带一路”重点国家举办线上展览，及时在线发布沿线国家贸易环境、产业政策、市场需求、合作项目等信息，引导组展单位与“一带一路”共建国家合作办展，协助有需求的组展单位与驻外使领馆、展会主办方进行沟通对接，解决办展过程中存在的困难和问题，切实调动企业线上参展的积极性，提升办展实效。

在营造良好在线信任环境方面，意见提出要加强展会知识产权保护。在重点数字展会设立在线服务站，开展预警、咨询和调解等法律服务，及时通报展会主办方有关展会知识产权的信息，提升企业对展会知识产权的创造、运用和保护水平。

《意见》强调，各地方和行业贸促会、各有关组展单位要坚决贯彻党中央、国务院决策部署，充分发挥数字展会作为构建开放型经济体系的重

要平台作用和对我国现代化经济体系建设的促进作用，加快推进数字展会平台建设，推动形成横向联动、纵向提升、统一开放、协调有力的线上办展办会机制，在境内外打造特色鲜明、实效突出和有影响力的品牌数字展会项目，帮助外贸企业拓展国际市场，为稳外贸稳外资作出积极贡献。

（文章来源：中国贸易报）

调查研究

线上展会是什么？为什么？怎么做？

一、为什么：时代背景下的线上展会

据 IDC（国际数据公司）报告预测，2020 年全球 60% 的机构将实施数字化战略。目前，宏观环境、政策导向、客户需求以及竞争正加速会展企业数字、智能化转型，而线上展会是其实现转型的有效路径之一。线上展会的构建，将给组展企业的组织结构、业务能力、产品服务、运营模式以及盈利模式带来变化，在提高数字化收入、管理效率和服务体验方面带来提升。

二、是什么：线上展会的核心功能

线上展会也被称为数字展会，是以互联网技术和思维下的正在快速兴起的新型会展生态和展示宣传方式，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、社交社群、会展产业链中的各个实体等集成构建的一个数字化的展示空间和新会展经济形态，从而形成全方位、立体化和永不落幕的新型展览服务模式。线上展会不是线下展会的照搬，而是一种新的商业模式。线上展会的核心功能在于云展示、云引流、云互动、云洽谈。通过充分运用 3D、AR、MR、VR 等技术提供沉浸式产品和服务呈现形式，以实现展会和展商品牌 365 天在线展示；通过内容运营激活私域流量，

接入腾讯、百度、阿里、Linkedin 等外部资源实现云引流；通过实时在线直播、视频、音频和自动化客服等互动技术，让观众、卖家及展品之间形成高效实时互动；通过商务配对系统及多人会议、一对一会谈等多层次的在线精准对接会，实现买卖双方在线配对洽谈。不仅如此，线上展会还需构建洽谈交易信任环境，利用大数据和人工智能，进行买家、卖家资信和背景调查、展品知识产权审核，为洽谈交易保驾护航。

线上展会促进买卖双方洽谈磋商的核心价值与传统展览相同，但盈利模式有所不同。线上展会收入主要来自于基础会员费、展示增值服务、营销增值服务以及商机服务等方面，包含数字化展位、广告位、展商入驻、平台服务、预约配对、营销流量、发布会直播平台等内容。

三、怎么做：线上展会建设路径

线上展会的建设不但依靠单纯的业务变革和技术解决方案，更深层次需要的是公司组织和商业模式变革相结合。线上展会的建设路径包含 6 个步骤。

步骤 1：完成组织准备度检查，获得人、财、物支持

组织变革包括组织、人员、财务以及运营和收入模式的规划。首先，需要完成组织准备度检查和收费模式的规划；其次要规划展商入驻定价模式，展商入驻定价可以综合考虑客户的需求和支付能力，提供不同的套餐结构。

步骤 2：建立数字门户，实现品牌展示，承载招商招展功能

目前来看，有 2D、2.5D 及 3D 等 3 种展示形态可供选择，其中 2.5D 的展示方式可以兼顾体验和成效，其优势在于模拟了逛展的场景，展示效果更为形象，维护成本较低。在展台的构建中，通过图文展示、视频展示与线上洽谈预约、展商直播、在线商城和智能客服等功能融为一体，从多维度展示展商展品信息，并提供即时的互动洽谈工具，保障展商权益。

步骤 3：搭建引流+互动平台，扩大受众，体现展会 IP 价值

通过内容激活自有展商和观众历史数据，借助社交网络、富媒体及新兴媒体进行宣传推广，并通过接入百度、阿里、Linkedin 等外部资源实现云引流，并基于 IM（即时通讯）及智能虚拟客服相结合，实现 24 小时的高效互动。

步骤 4：搭建配对+直播平台，实现云上洽谈，提高磋商效率

商务配对的核心是通过大量的数据驱动，基于字段数据、标签、需求和行为数据，建立评价指标，实现商机自动匹配、买卖双方预约洽谈、履约评价及线索转化跟进。通过接入直播平台，可以在线上约谈时间确认后，自动通过直播系统实现一对一或一对多网上洽谈。

步骤 5：构建内部运营模式，用时间同步买卖双方节奏

线上展会可采用 365 天运营方式，也可明确开闭幕式时间，以此同步参展商和采购商的互动、交流、洽谈行为。对于运营团队而言，需要进行大量专业培训，完善展前筹备、展中服务及展后数据及再营销计划，实时保证系统稳定、安全、流畅。

步骤 6：平台优化，实现可持续的运营和服务对接

线上展会所构建的是可持续运营和对接平台，因此，要从系统、产品、服务及运营等角度不断优化调整，以保证参展商全方位云展示，观众随时随地云逛展。

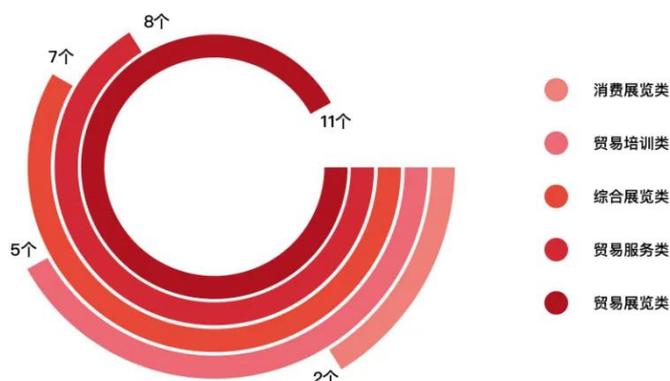
（文章来源：本文系“31 会议”原创文章）

线上展会构成分析

近段时期，会展圈展开了一场关于“线上展会”的世纪大讨论，各种关于“线上展会”的好坏褒贬、开启方式、发展前景等话题层出不穷。本期信息参考通过网络公开渠道，共采集了 33 个“线上展会”信息样本。

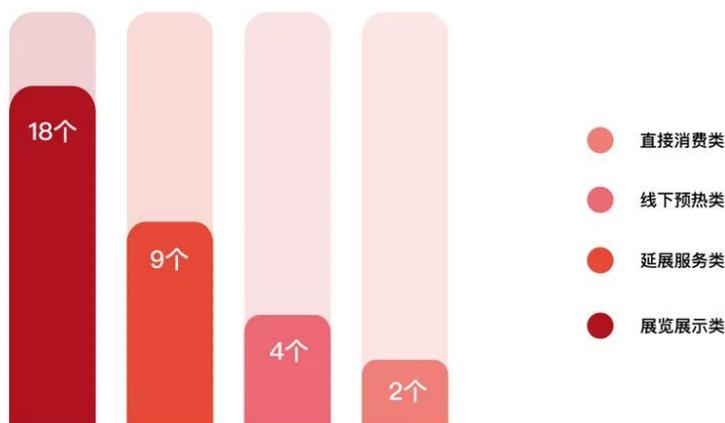
• 根据展会展示功能可划分为五类：

贸易服务（信息服务为主）、贸易培训（信息服务+行业培训为主）、贸易展览（商贸洽谈为主）、消费展览（零售消费为主）、综合展览（综合展示），其中贸易展览类型最多，占比 33%；消费展览类型最少，占比 6%。



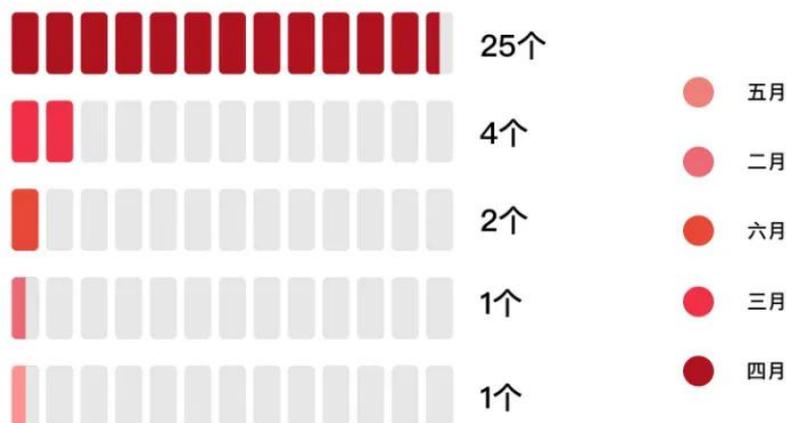
• 根据展会核心作用可划分为四类：

直接消费（观众直接消费）、延展服务（扩充下线展会的服务周期和范围）、线下预热（以下线展会为核心开展预热活动）、展览展示（与下线展会作用基本相同），其中展览展示类型最多，占比 55%；直接消费类型最少，占比 6%。



• 根据“线上展会”启动时间来看：

2月和5月最少，各只有1个；4月最多，占比75%；预计随着时间的推移，5月和6月将会有更多的“线上展会”出现。



• 根据“线上展会”展示平台来看：

腾讯系和展会网站最多，分别为15个和13个，共占比85%。



注：部分展会使用多平台展示

• 展示形式

目前“线上展会”涉及的展示形式有3D展厅、全景VR、沉浸体验、在

线洽谈、信息发布、人物访谈、线上会议、视频直播、图文资讯、在线消费等。其中，在线洽谈、信息发布、视频直播、图文资讯为所有展会均使用的形式，而3D展厅、全景VR、沉浸体验仅极少数展会使用，同时目前复杂的展示形式基本仅依托于PC网页端。

综合上述，现阶段“线上展会”的五个特点，结合会展经济本质来看，“线上展会”应当以信息服务为主要功能，助力线下展会延周期、扩范围和造声势为主要目的，使用多元化展示平台、多样化技术手段、多渠道推广方式提升展示效果，最终为线下展会服务，为会展行业升级，为会展经济助力。

33个“线上展会”目录

ASE德纳成都广告标识展	2020青岛医疗器械博览会线上展会服务平台
2020线上古镇灯博会e站购	2020首届中国春季云车展
义乌春季画框展	2020'线上第十四届中国坚果炒货食品展
浙江美业博览会线上云展览	第二十二届中国（晋江）国际鞋业（线上）博览会
浙江名品（香港）线上展览会	2020线上佛山陶博会（第二期）
2020全国教育装备“云展会”	2020中国义乌五金电器博览会线上展会
第十四届上海国际充电设施产业展览会	第21届中国（寿光）国际蔬菜科技博览会和种博会
厦门佛事用品展（云展厅）	第九届四川(线上)茶博会
API China线上融平台	2020浙江名品健康产业线上展览会
成都建博会线上展会	2020年中国(广西)-越南商品网上交易会
OFweek 2020 系列在线展会	中国国际服装服饰博览会2020（春季）
首届工业装备·线上展会	第二届“双品网购节”
中国——拉美（墨西哥）国际贸易数字展览会	云上动漫游戏产业交易会
2020浙江出口网上交易会(意大利站—防疫专场)	第12届中国加工贸易产品博览会（首批）
2020第二届中国智能展览会	线上中国国际酒业博览会
深圳市人工智能战疫研讨会暨科技成果展	中国进出口商品交易会
2020年全国农产品产销对接扶贫行（湖北站）暨首届线上产销对接会	

（文章来源：本文涉及展会信息均来源公开网络渠道，本文内容出自公众号：会展通讯社。）

线上展会对比线下展会的优势

线上展会，作为一种全新的会展组织策划、企业参展和观众观展的方式，近几年来备受关注。对比线下展会，线上展会的优势逐渐突出。

一、参展成本低

传统的线下展会需要耗费巨大的参展成本，展台租赁、展台搭建、人力成本、运输成本、物料制作等费用加起来，动辄则要十几万到几十万不等，对于任何一家企业来说，都是一笔不小的开支，而线上展会则可以极大的降低参展成本的支出。无需人员去到展会现场，无需将产品进行长途运输，无需制作线下展示物料，仅需在相关展会平台上发布与企业相关的产品介绍，就能够与来自各地的客户进行交流，投入最小的成本，收获最大的利益。

二、365天/24小时参展

一般的线下展会都是2天布展+3天展期的方式进行展览，所以对于那些没法去到现场的企业或者观众来说，只能通过网络报道或者同业发的朋友圈等途径去获知展会信息，非常不及时。而线上展会打破了时间与空间的双重限制，做到了时时办展、处处参展。不管你在哪个城市，不管什么时间，只要你拥有了自己的线上展位，就能够随时随地与客户进行沟通交流。

三、全行业全企业参与

由于展会成本问题，通常不是行业内所有的企业都能来参与，这对企业来说无疑错过了很多商业机会，线上展会很好的弥补了这一问题。企业仅付出低成本，一样能够得到与展会相关的商业信息。

四、数据生成整理

参加完一场线下展会之后，要整理分类展会上收集的各种数据，既浪费人力资源，效率又低，而且容易错失与客户联系的最佳时间，很可能导致最后丢单。线上展会能够完美解决数据整理的问题，不仅可以精准获取

展会的总流量和每家展商的被观展数据、询盘信息等，而且还可以分析跟踪，最重要的是这些数据还可以方便的为其它展会或其它行业进行交换整合，相互服务，分享共赢，为企业带来看得见的利益。

五、安全环保

线下展会每举办一场，将会产生巨量的会展垃圾，造成资源的严重浪费。小到参展证、展会餐券、展会盒饭的浪费，大到展台搭建的物料、各种桌椅柜柱的制作，其生命周期不过3天，就被拆除变成了一堆废材。更不要说建材的用料是不是环保无害，各种物料所释放的有毒物质在搭建过程中对施工者、在参展过程中对展商、对观众都存在着健康威胁。而线上展会绝对是绿色环保和毫无安全忧患。

六、展会后宣传与积累

传统的3天线下展会一旦结束，展商收摊撤离便销声匿迹，对没来展会现场和还不知道的人来说这个展会等于不存在，最多也只能看到些展会新闻和片段图片，并且无法形成展会的历史存留。而线上展会可以在网上以各种方式（新闻链接、网站嵌入、公众号和微信转发、甚至是单独的一个APP）向国内外无限传播、永不落幕，也可方便地保留和积累成展会历史档案。

当然，无论线上展会还是线下展会，都有自己先天的优势和缺陷，线下展会必不可少，但从未来的发展趋势看，线上展会更具发展潜力、扩展性和跨界整合能力。

（文章来源：展派官网相关文章摘录）

理解和开展“线上展会”需要澄清的五个重要观点

一、别将“线上展示”和“线上展会”等同看待

尽管有专家说，“线上展会”已历时20多年，其实把20年与“线上展示”挂钩更为合适，这也就表明了十多年来“线上展会”的发展基础之薄弱。业界经常号称“永不落幕的展览会”，更多是指“线上展示”。眼

下的“线上展会”远不是以前的“线上展示”所能明确表达。这一点必须明确。因而，将相对成熟的“线上展示”误认为相对薄弱的“线上展会”，既不利于会展行业的发展，也不利于会展企业的成长。真正说起来，即便是现在，“线上展示”特别成功的也并不多，更别提“线上展会”的成功者。明确两者之差异，才能更好地发展“线上展会”。如果认清了“线上展会”的媒介特征，或许很多公司就不会说在办“线上展会”了，毕竟很多公司根本就没可能在这方面做太多投入。再说，跨界也不是中小会展公司所能轻易做到的。即便有资源，但很多的业界从业人员还不具备这样的全面素养。

二、别设法用“线上展会”代替“线下展会”

“线上展会”相对“线下展会”自然有优势，特别是“线上会议”作用特别明显。然而，“线上展会”始终有致命的弱点，一是解决不了参与者面对面互动沟通的情感诉求，二是没能完成经济效益的整体有效性。未能解决这两大问题也就将意味着，“线上展会”仅仅是特殊时期大有用武之地，在“线下展会”通行无阻时瞬间就成了锦上添花的内容，因而无需再花精力过多讨论替代的可能性。在现在看来，“线上展会”更多协助“线下展会”完成主要的经济效益之外的其他更多功能相对更有意义。这并不排斥通过“线上展会”可以完成一定的经济功能，但需业界进行艰苦摸索与尝试。

三、别试图用“线下展会”标准衡量“线上展会”

“线下展会”和“线上展会”两者是不同的发展形式。“线下展会”是发展主流，没必要奢望用“线上展会”来解决“线下展会”的所有问题。因而用“线下展会”的效益标准去衡量“线上展会”的作用。毕竟，经济效益不是唯一的衡量标准与发展目标。在注意力经济时代，品牌建设、客户关系管理、信息沟通也十分关键。我们应该用更为发展的眼光看待“线上展会”，这是一种新的商业形态，不是原先的“线上展示”。因而，我们不应继续停留在以往的思维境界，而要用更具国际化的眼光看待“线上

展会”，更多探讨其除了经济效益外的其它功能，当然经济效益不可忽视。用发展的眼光看待它，意味着既要对其发展有所宽容，也要更关注其美好的发展前景。

四、别在近期对“线上展会”抱有过多期待

既然是新生事物，必将经历一定的发展过程，因而对其发展不能太苛刻。毕竟，“线上展会”只不过在此时突然有了发展契机，相对而言发展动力更足、发展前景更可观而已。然究其本质，发展时间并不长，认识基础还很一般。现实的认知与业界作为说明了这一切。既然是新生事物，就要有所期待但又不能操之过急。“线上展示”发展了20多年尚且如此，区区几年的“线上展会”又能厉害到那种地步？我们要一步步踏实地做起来，先是完善“线上展示”，然后在有效展示的基础上如何设法完成“线上展会”的诸多功能。功能完成越成功，“线上展会”和“线上展示”就越接近，“线上展示”完成“线上展会”的成功率就越大。

五、别对“线上展会”发表过于绝对的言论

考虑到“线上展会”的电商性质，其在传播方式及其广度方面自有足够的生命力。不从替代角度思考问题而从“线下展会”的增量角度看待“线上展会”，或许我们很多的相互指责会瞬间减少一大片。至今，谁还会过多去否认网络化的重要意义，谁还会在“线下展会”之余否定“线上展会”的辅助功能或者锦上添花之功效！新的商业模式之崛起，既要技术的强大支撑，也需要较好的理论与研究氛围。既然“线上展会”和“线下展会”不是简单的迭代关系，那商业模式的革新自然需要业界付出多方面的代价。相对于雄厚的资金而言，我们又何尝不应该对“线上展会”有更多的期待呢？基于这样的想法，无论是业界还是学界，需要更多地让其有更好的发展空间，没必要对此新生事物泼太多冷水，说太多不切实际的绝对言论。

综上所述，“线上展会”不会因为暂时的困难与效果而消失，相反会因为商业模式的更新而得到一定程度的发展。

（文章来源：以上内容出自公号“明说生态会展”版权归原作者所有）

线上展会的几种展现形式

在今年，因为疫情的原因，很多的活动方式都从线下转移到了线上，例如线上旅行、线上发布会、线上展会等等的出现，增添了人们宅家生活的娱乐性和充实度，为消费者带来等于甚至大于线下生活方式所产生的营销作用。随着疫情被控制，人们的生活、工作和学习慢慢回归到正常情况，但是线上生活的发展还在向前推进中，并不会因为线下活动的恢复而放弃线上的营销。

线上展会可以通过线上对产品的展示来创新消费方式，引导消费行为。那么从技术的层面上来说，线上展会的形式是多样化的，利用科技手段去形成不同种类的展现形式。

- 有一种线上展会的方式就是把实景利用全景相机拍出来，再把每一个点拍摄到的内容连起来，对室内进行一个3D模型的建立，再设立合理的行动点，这样就可以通过移动端的触控操作来进行一个空间移动，另外在程序中加入AR的购物体验，用户和商品可以直接产生交互，通过触屏幕任意处即可查看产品的种类、数据等深度信息。并且可以直接进行下单、购买的操作。

- 另外一种就是直接制作虚拟模型，无实物的拍摄，以传统展馆为基础，利用虚拟技术将展馆及其陈列品模拟出来，完全以数字化的形式展现出来，包括布局、展品、展架、照明、色彩、图表等都可以选择还原实体或进行再设计的方式。

- 还有一种线上展会利用直播的方式，通过平面直播或者全景直播的方式进行带货直播，试想一下，参展商置身充满自家产品的展位中，进行全景直播时，观众可以通过触控操作看到整个展位的实时情况，进行实物对照。

不仅仅是这些在移动端的展示形式，在面对消费者的展出背后，都会通过后台的接入管理，还能实现参展商与消费者以虚拟展会为媒介进行交互，来达到销售目的。互联网的生活方式会随着更多的应用与升级变得越来越便捷和智能化，无论现实情况是怎样，科技的发展一定不会停下脚步，为生活带来更多的创新。

线上展会运营流程探讨

第一步：展会数字门户，提供在线服务入口

为展览主办方搭建 PC 门户，小程序及微网站等移动端入口。两端门户不同于以往纯资讯类功能，更是为参展商、采购商提供在线服务的入口，数字门户承载展会介绍、参展指南、购票办证等功能，还可承载展位展示、展品推荐、商务配对等系统。展会数字门户其背后有诸多业务系统与业务数据的支撑，实现了参展商与专业观众的线上连接与多维度、多触点的需求配对，以达成主办方的价值输出与产出。

第二步：虚拟线上展会，实现 356 天的在线展示

通过大数据、VR 等技术协助展览主办方打造虚拟的线上展会场景。主办方可绘制在线电子展位图实现展商信息可视化，展商布置基于图文视频、3D 建模在线虚拟展台，在线观展沉浸感强，还能优化观众在线观展体验。不仅如此，3D 展台还可集成展商直播、商务洽谈、展商配套线上会议及电商服务等功能，为展商和观众的预约洽谈，展品询价和深度沟通提供支持。

第三步：商务配对，提高展会磋商效率

“线下展会”和“线上展会”两者是不同的发展形式。“线下展会”是发展主流，没必要奢望用“线上展会”来解决“线下展会”的所有问题。因而用“线下展会”的效益标准去衡量“线上展会”的作用。毕竟，经济效益不是唯一的衡量标准与发展目标。在注意力经济时代，品牌建设、客户关系管理、信息沟通也十分关键。我们应该用更为发展的眼光看待“线

上展会”，这是一种新的商业形态，不是原先的“线上展示”。因而，我们不应继续停留在以往的思维境界，而要用更具国际化的眼光看待“线上展会”，更多探讨其除了经济效益外的其它功能，当然经济效益不可忽视。用发展的眼光看待它，意味着既要对其发展有所宽容，也要更关注其美好的发展前景。

第四步：在线活动，实现展会同期活动的线上化

展商和买家通过商务配对系统可以实现 PC 端和移动端的在线预约洽谈，预约完成后，可自动生成约谈日程，高效开展洽谈活动。不仅如此，还支持智能观众邀请，根据用户画像、商品画像大数据分析推荐展商最优结果集，精准匹配目标商品及观众并邀请推送。同时商务配对系统还能满足线上观展大数据配对、Leads 配对、RFQ 配对，提升展商和买家配对精准度。

线上展会不仅解决了展览场景线上化，对于同期的展会启动仪式、同期论坛、新品发布会、商贸洽谈会、展商评选等活动也可实现线上化。通过 PC 端和手机端可以支持在线报名，通过直播平台进行内容展示，并支持数据的自动统计和分析。

第五步：展商、观众数字服务中心，提高服务效率和质量

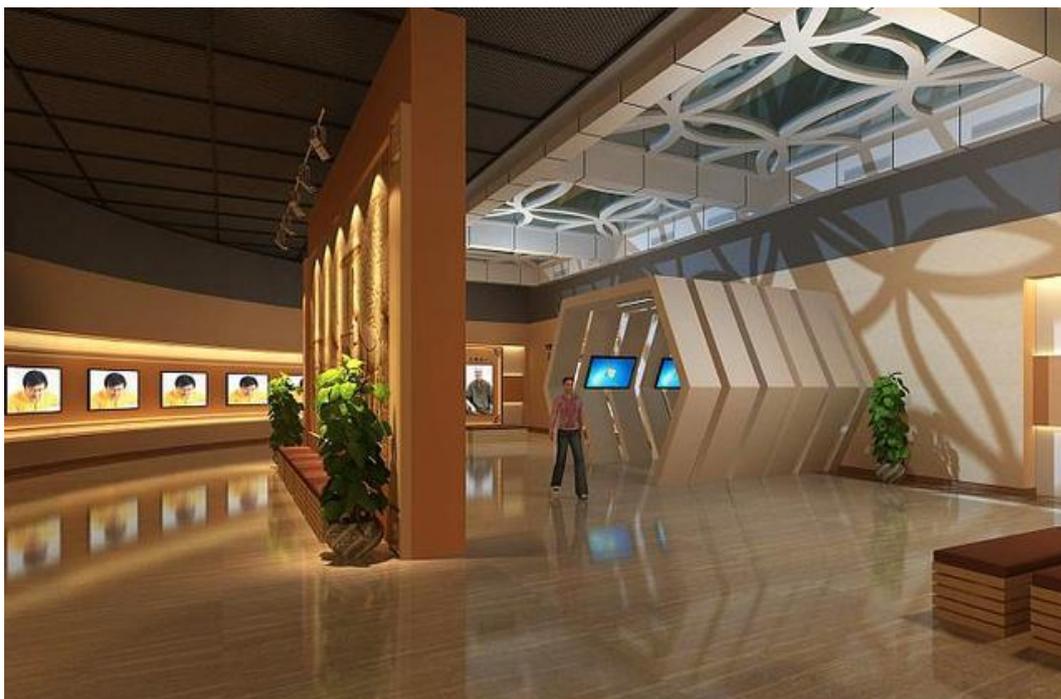
展商服务中心是可支持展商在线上传展商资料、展品资料、楣板信息、广告购买、展位报图等内容，同时可进行在线配对洽谈、RFQ 配对报价等内容。数字化的展商服务中心，提高了展商参展效率。

在观众服务中心可支持观众进行展品搜索和查看、查看约谈展商日程、查看在线会议，进行线上 RFQ 询价。通过数字化的管理方式，不仅能让观众更好地满足观展需求，还可以更针对性有效性的开展商务咨询和在线洽谈，还能重塑观展体验。

（文章来源：本文节选自 31 会议网，为 31 会议网原创文章）

何为网上虚拟展厅

网上虚拟展厅又称网上展览会、网上博览会、线上展厅，还叫虚拟展会。它是在没有实体展览会的情况下，完全通过互联网为媒介举办的网络在线展览馆。它可以让企业的产品通过互联网可以更全面、更直观、更加具体的展现在消费者眼前，让客户通过互联网就可以对浏览企业的各种产品以及实时交互。



网上虚拟展厅依托于 3D、VR 全景技术借助互联网三维展示平台，将线下展会现场整体搬到互联网上。它是基于虚拟场景技术将真实的现场，通过相机采集一组或者多组现场图片拼接的一个全景，通过互联网三维平台实现的一个全方位、立体式并具备较强的互动性。让浏览者可以通过上下移动鼠标就可以实现从左到右、从上到下、从近到远、从大到小的真实场景还原。

和现实场景相比，网上虚拟展厅具备自主性、便捷性、交互性等特点，同时它在空间容量、呈现方式等方面都远远超越实体展览馆。

网上虚拟展厅让距离不再成为问题，让全球的每一个展厅都可以通过网络展示在客户面前，你只需要动一下手指便可以饱览所有展厅。

（文章来源：节选自微信公众号“百家号/展览在线”）

第 127 届广交会确定将于网上举办

第 127 届广交会确定将于 6 月中下旬在网上举办。受疫情影响，这场外贸人的“盛会”做出了重大的变革，被搬到了“云上”。腾讯成为第 127 届广交会技术服务商，为广交会网上举办提供整体技术支持、平台研发服务与云资源支撑。

腾讯将利用微信、腾讯云、腾讯会议、企业微信、翻译君、企点等产品和服务能力，联合加强供采对接服务，并为本届广交会搭建网上直播平台，为参展企业单独设立 24 小时全天候网上直播间，企业既可以与客商在网上进行单独面对面洽谈，也可以通过网络直播面向全球的客商来进行宣传和推广。

腾讯通过线上助展、供采对接、智慧场馆、产业互联四大维度，打包串联 16 项线上会展技术服务“全家桶”，为会展行业打造数字新基建，助力各行各业实现智慧化会展模式。

在线上助展方面，腾讯云会展支持展商通过图文、视频、3D 等形式展示商品，以及直播营销直观展示商品和企业信息；在供采对接方面，腾讯云会展通过智能搜索和推荐进行需求匹配，实现即时通讯、智能翻译、视频会议“面对面”洽谈；在智慧场馆方面，腾讯云会展设计多元化线上场馆的体验，比如访客刷脸入场、线上移步异景进行智能引导等；在产业互联方面，腾讯云会展还可实现物流、零售、旅游、出行等产业有机联动。

腾讯云会展不是简单地把线下会展搬到线上，也不是单纯的把线上线下一打通。云会展模式是以“线上线下双轮驱动”，延展更多创新服务，带来跨产业融合升级。腾讯“云会展”的数字化能力分为三部分：会前，可以通过刷脸入场免除排队买票等繁琐环节；会中，实现直播参展、线上

导览、分论坛预约；会后，由于采购商在参展后实现采买的周期较长，所以“展后服务”就尤为重要，腾讯可以利用企业微信、小程序等工具，为供需双方实现沟通交流跟踪，以及提供相关的材料支持。

博物馆：病毒无法隔断的“云”看展

2020年适逢紫禁城建成600周年，故宫博物院将推出20几项重要展览。疫情的暴发，不免让人有些遗憾。但你若打开故宫官网，失望之情立马会缓解不少。首先映入眼帘的是“云游故宫”专题页面，打开之后可以“看文物”“看古建”“看展览”“看期刊”“看视频”“看漫画”等多个子栏目，还有为少年儿童准备的“我要去故宫‘微课堂’”等一系列网上体验项目。

通过“全景故宫”实景游览故宫古建筑、“紫禁城里过大年”全面感受皇家过春节的年味、结合VR技术让观更加身临其境的“V故宫”、以漫画形式讲述故宫文物南迁故事的《故宫回声》……总之，“云游故宫”不仅适合专业人士，也适合普罗大众，而且老少咸宜。

在疫情期间，中国国家博物馆的“云端国博”围绕近期精彩展览集中呈现优质资源，满足了全国各地游客不能到现场观展的遗憾。

我们可以看到，从“云端国博”上可以看到“丝绸之路”“秦汉文明”“大唐风华”等33个精彩展览的虚拟展厅内容；30余个策展人、设计师、专家学者对“红楼梦”“孔子”“甲骨文”文化展的解读视频；20余个展览宣传片以及“石鲁百年艺术展”“庆祝新中国成立70周年70人美术作品展”等近50个展览专题网页。

同时“国博好课”“国博好文物”陆续上线，目前三期好课分别是孙机讲“鎏”、扬之水讲“漆器”、王蒙讲《红楼梦》。观众可以通过拖拽鼠标或滑动手指360度欣赏国博文物，目前鹰形陶鼎和鸛鱼石斧图彩陶已上线。丰富有层次的内容，让观众似乎在家就可以亲临国博展厅。

除了各大博物馆通过自己的官网、微信公众号继续为公众服务以外，国内几大直播平台也积极与博物馆配合，线上呈现了另一种云端的“春暖花开”。抖音在2月20日联合国内九大一级博物馆，包括中国国家博物馆、敦煌研究院、南京博物院、湖南省博物馆、浙江省博物馆、辽宁省博物馆、山东博物馆、山西博物院、广东省博物馆推出“在家云游博物馆”活动。这次活动由国家文物局指导，九大博物馆各自派出强大讲解员阵容，湖南省博物馆更邀请到张泉灵作为讲解嘉宾。在2月20日、21日、22日三个晚上轮流进行了《证古泽今—甲骨文文化展》《臻于至美》《非洲野生动物大迁徙》《又见大唐》《兄弟王》《长沙马王堆汉墓》《越王时代》《壁上乾坤—山西北朝墓葬壁画艺术展》《回归之路—新中国成立70周年流失文物回归成果展》《敦煌研究镇馆之宝》等直播，十几万人通过抖音，足不出户触碰到各大博物馆的珍贵藏品。

与此同时，淘宝直播也推出了“博物馆云春游”，2月23日10点至22点，甘肃省博物馆、苏州博物馆、中国蔬菜博物馆、中国国家博物馆、三星堆博物馆、敦煌研究院、良渚博物院、西安碑林博物馆轮番上阵，每家直播都有十几万人同时在线观看。网民不仅在短时间内了解了馆藏珍宝，还能挑选喜欢的博物馆衍生品。

云上甘肃馆品牌展示

5月10日，云上2020年中国品牌日甘肃馆正式与公众见面。今年的甘肃馆打出“永续发展母亲河——陇原精品”这一主题，以黄河文化风情线和丝路文化风情线为两条视觉主线，共分7个展厅，集中展示37家具有影响力的甘肃品牌。

展馆按参观路线设置了15只全景相机，可全方位、多角度展示37家企业品牌形象，并设置导向与说明牌，便于浏览展厅信息，还通过设云展

馆不仅是甘肃品牌的集体崭新亮相，也是新经济新消费时代的一堂“云上公开课”，更是用新技术新理念推动全省品牌发展的生动实践，进而助力更多陇货精品加速崛起，促进品牌强省建设。

第八届健博会 9 月将首次举办线上展

2020 年 9 月 4 日-6 日将在成都举办的“第八届四川国际健康和养老产业博览会”，也将创新办展模式，首次举办“线上健博会”。

据悉，本届健博会由四川省卫生健康委员会、四川省经济和信息化厅、四川省商务厅、四川省工商业联合会支持，四川省市场营销协会、四川省供货商商会主办。线上线下同步进行，现已进入展商入驻阶段。“线上健博会”将借助官方小程序平台，运用信息技术手段整合国内外资源，全天候为健康和养老产业企业提供云展示、新品云发布、商贸云对接、采购云洽谈、合作云签约、信息云推送等在线服务功能，通过在线秀、约、谈，促成更多实质性的交易与合作。为更好服务展商，提供优质体验，“线上健博会”针对展商不收取任何费用。此次线上健博会将汇聚近 1000 家展商，预计迎来 100000+优质渠道商及观众在线进行交易对接。

阿里巴巴国际站推出首场线上展会

5 月 11 日，阿里国际站线上展迎来首秀，第一场主要关注“家居大健康”相关品类产品。“511 全球线上展会”除了还原线下展会场景之外，还将提供多维度电子名片获取、B 类直播以及私域直播间等增值服务。此次展会预计实现日均 20 万买家进入展区。

5 月 11 日当天，浙江大区有近 500 家商家参与阿里巴巴国际站的居家健康生活展会，主要覆盖家居园艺、灯具、纺织、运动户外等行业。其中有近百家行业龙头企业将与买家进行全场景的商机洽谈。阿里巴巴国际站方面表示，此次参展的企业中会有近百家企业首次尝试国际站推出的 B 端直播。

在时间上，考虑到全球收看直播的“黄金时段”，直播于国内上午 10 点开播，这样既能覆盖到欧美地区的工作时间，也能覆盖到东南亚国家晚上的时段。在内容上，阿里巴巴国际站也结合了阿里云达摩院的相关技术，将通过 360 度视角以更数字化的方式去呈现商家的商品展示，此外，平台也会帮助商家将他们的商品短视频变成多语言版本，向全球更多区域进行发布。

阿里巴巴国际站线上展会针对不同层次的商家以及不同层面买家的需求进行内容侧分层。通过线上展会的形式，买卖之间将设置一些轻量级的交互功能。这有点像“通过好友申请”并“设置好友权限”的操作：参考商家的商品力、交易能力、履约服务能力以及线下规模等因素，卖家可以选择向不同层次的卖家展示哪些单品或者是工厂、直播间要素，对哪一层面的买家进行透明、开放的全方位展示，国际站也将提供对买家侧的基础数据画像，以实现买卖双方互认及更为高效、精准的供需匹配。

北京市以“云发布”的形式召开线上发布会

3 月 23 日，北京市商务局以“云发布”的形式召开线上发布会，由场馆、协会、技术服务商、分销平台、办展主体和媒体等 6 类成员组成的 22 家北京会展业相关单位，结成北京线上展会发展联盟。联盟合作内容包括搭建交流合作平台、整合行业协会、展览场馆、展会主办单位、参展商、展会服务商、媒体宣传、网络技术支持等要素资源，实现线上办展办会“一网通”式服务。据悉，北京线上展会发展联盟成立仅一周时间，已有 3 个展会项目确认将通过联盟举办线上展会。此外，“北京科技防疫物资出口线上展”正在策划中，将拓展防疫物资出口渠道，助力国际疫情防控。

中国(晋江)国际家装建材博览会举行线上展会发布会

4 月 1 日，中国(晋江)国际家装建材博览会(简称“晋江家博会”)举行线上展会发布会。晋江家博会是晋江 2020 年的首场行业性专业展会，受疫

情影响线下展会延期举办。然而，为了让供采双方不错过商机，激活市场经济，今年晋江家博会积极探索“双线会展”模式，借力“互联网+”创新传统会展业的发展模式而打造了一场数字展会，将“线下家博会”进行“云上延伸”，形成互联网上的会展产业闭环生态圈和经济圈，实现线下+线上会展的“双线融合”。

另外，香港贸发局也推出了线上采购，通过“贸发网采购”平台举办的“春季网上采购展”分为4个主题，包括科技、灯具和电子产品，礼品和家庭用品，生活时尚，时装和美容。该虚拟采购会将持续1个月，包括内地在内的客户有大约2.2万个供应商参与。

科隆展 Gamescom2020 数字展会 8 月 27 日至 30 日举行

活动组织者 Koelnmesse 和德国游戏产业协会宣布，科隆游戏展 Gamescom 2020 的数字展会将于8月27日举行，持续到30日。

Gamescom 数字展会将取代由于新冠疫情而取消的实体活动。数字活动也包含大量展示，以及包含各式新情报的 Gamescom Now 平台，还有针对游戏开发者和其他专业观众的 Devcom 数字会议。另外还有最激动人心的开幕夜直播活动（Opening Night Live），与去年一样，该活动由 TGA 主持人 Geoff Keighley 负责，原定于8月24日举行，现在改至8月27日。

新疆举办首届线上家装建材家具家电博览会

4月2日，新疆首届线上家装建材、家具家电博览会今天（2日）启动。网络实时收看、网上下单，让市民感受多元化的全新服务体验。

线上家博会主要采取线上展示、视频直播等方式与家居博览消费相融合，汇聚了居然之家、美居物流园、华凌建材市场等30多家一线品牌参展商的1000多种商品参展。

（以上文章来源：根据中国网、甘肃日报、搜狐经济、砍柴网等网络媒体公开内容搜集整理）

各地会展支持性政策摘录

01 北京

北京市商务委发布《关于应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情影响促进展会项目的政策解读》。

一、支持范围

受疫情影响暂停举办且年内继续在京举办，参展中小微企业数量超过参展企业总数 50% 的商业展会项目。

二、支持标准

对于符合申报条件的展会项目，按照不超过实际缴纳场租费用 50% 的标准给予支持，补助金额不超过 50 万元。

三、申报条件

(一) 申报项目因疫情影响暂停举办且在本年度(2020 年)内继续举办并执行完毕；

(二) 申报项目的参展中小微企业数量占参展企业总数 50%(含)以上；

(三) 申报主体须为承担申报项目展会场租费用，且在北京市登记注册、具有独立法人资格的企业或单位；

(四) 申报主体未涉及《北京市外经贸发展资金管理实施细则》(京商务财务字〔2018〕23 号)第十条规定的不予支持情形。

02 天津

天津市工业和信息化局出台《天津市支持中小企业高质量发展的若干政策》。

第十八条：支持中小企业对外合作交流。积极组织中小企业开拓国际和国内市场，促进企业开展技术合作、融资对接、对外交流。对参加中国

国际中小企业博览会和 APEC 中小企业技术交流暨展览会的企业，免收参展企业的展位费、特装费及展品运输费。对企业参加境外展会、注册商标、申请境外专利以及开展管理体系和产品认证给予一定比例的支持。

03 河北

河北省商务厅出台《河北省关于应对新型冠状病毒感染肺炎疫情支持外贸企业平稳健康发展的十条措施》。

第五条：支持企业参加各类国际展览会。落实河北省 2020 年境内外百展市场开拓计划重点展会支持政策，应补尽补。对河北省外贸企业在境外组展过程中，因不可抗力原因被迫放弃参展，经协调境外主办方仍不予退款的，参照百展支持标准，对展位费给予支持。

04 辽宁

辽宁省人民政府出台《辽宁省应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情支持中小企业生产经营若干政策措施》。

第十二条：缓缴社会保险费。对受疫情影响，面临暂时性生产经营困难，确实无力足额缴纳社会保险费的中小企业，按规定经批准后，将 1 月、2 月应缴社会保险费征收期延长至 3 月底。对旅游、住宿、餐饮、会展、商贸流通、交通运输、教育培训、文艺演出、影视剧院、冰雪体育等受损严重行业企业，经相关行业主管部门确认，可将疫情影响期间应缴社会保险费征收期延长至 6 月底。缓缴期间免征滞纳金。缓缴期满后，企业足额补缴缓缴的社会保险费，不影响参保人员个人权益。

05 吉林

吉林省人民政府办公厅发布《关于积极应对新冠肺炎疫情促进稳外贸稳外资若干措施的通知》。

稳外贸九项措施中的第五条：加大参展扶持力度。继续对我省外贸企业参加境内外展会给予支持。对参加各级商务主管部门组织的境外展会，

因疫情防控未能参展并无法退回展位费用的外贸企业，给予一定支持。对参加年度境内外展会的国家级贫困县企业，适当提高支持比例。

吉林省商务厅发布《关于有效应对疫情促进商务领域企业平稳健康发展 18 条政策措施的通知》。

第二条：支持省商业联合会、饭店餐饮烹饪、饮食文化、家庭服务、药品流通、美容美发、石油、摄影、汽车商务、会展、家电维修服务行业协会，为企业恢复经营提供指导和服务，积极培育消费热点。推动各类生活服务企业发展线上交易和线下服务，促进住宿、餐饮等行业实现稳步运营。

第八条：对各级商务主管部门组织的境外展会，因疫情影响不能参展且展位费未返还的，按原标准予以补贴。

第九条：对 2020 年一季度进出口增幅超过 3% 的企业，参加年度境内外展会的前 3 个展位费给予全额资金扶持，第 4 个及以上展位费给予 50% 支持。对参加商务主管部门组织的境外经贸活动，人员费用支持标准上浮 50%。对省内国家级贫困县企业，适当提高资金支持比例。

第十条：对 2020 年一季度进出口增幅超过 3% 的企业，在符合其他规定条件的情况下，年度秋季广交会展位给予优先分配。

中共吉林省委办公厅、吉林省人民政府办公厅发布《关于应对疫情影响支持服务业健康发展的若干政策举措》。

第十二条：强化信贷供给。对受疫情影响较大的批发零售、住宿餐饮、物流运输、文化旅游、会展服务、对外贸易等行业，以及有发展前景但受疫情影响暂遇困难的企业，不得盲目抽贷、断贷、压贷。对受疫情影响严重的企业到期还款困难的，予以展期或续贷，通过适当下调贷款利率、增加信用贷款和中长期贷款等方式，支持相关企业复工复产战胜疫情灾害影响。加强小微企业、民营企业信贷支持，要保持贷款增速，切实落实综合融资成本压降要求。

第二十三条：支持企业开拓国际市场。参加年度境内外展会的前3个展位费给予全额资金扶持，第4个及以上展位费给予50%支持。统筹使用国家、省级相关资金，对于企业开拓我省30个重点国别市场，在国际标准认证、知识产权申请、外贸品牌宣传和培育、国际物流等方面予以支持。

第二十六条：加大信用保障支持力度。对旅游、餐饮、商贸、家政、会展、对外贸易等服务业企业因疫情不可抗力造成的违约行为，各主管部门可采用适当延长整改期、暂缓上报等措施，引导和帮助企业及时纠正和修复信用缺失，规避信用风险。对确因疫情影响的服务业企业未能及时还款的，经征信系统接入机构认定，相关逾期贷款可不作逾期记录报送，已经报送的予以调整。

第二十七条：发挥行业协会作用。支持省商业联合会、饭店餐饮烹饪、饮食文化、家庭服务、药品流通、美容美发、石油、摄影、汽车商务、会展、家电维修服务行业协会，为企业恢复经营开展指导服务，帮助提供行业信息，广泛收集行业诉求，及时向业务主管单位、行业主管部门提出意见建议，协调解决问题，助力企业尽快实现全面复工。各行业协会、商会要充分发挥业务专长和行业示范引领作用，配合行业管理部门做好所在行业的疫情防控和正常运行工作，坚决抵制哄抬物价、囤积居奇的行为。

06 江苏

南京市贸促会、南京市财政局发布《关于组织申报2020年度南京市会展发展专项资金项目的通知》。

项目申报单位必须符合下列条件：1、依法登记注册、具有独立法人资格，且从事会展相关活动的企事业单位、行业协会、会展场馆以及其他社会机构；2、具有健全的财务管理机制和制度；3、按照市会展办、市统计局统计工作布置要求及时、完整、全面上报统计报表；4、申报项目符合我市主导产业重点方向，能提升我市会展业国际化、品牌化、专业化发展的各类品牌会展项目；5、无严重失信行为；6、《资金申报指南》中明确的

具体申报条件。（详细信息见原文附件）

07 浙江

宁波市人民政府发布《关于有效应对疫情促进服务业平稳健康发展的意见》。

第十条：加大会展企业扶持力度。对在宁波国际会展中心受疫情影响取消举办的市场化展会，按新办展会首届资助额度的 50% 给予补助；鼓励受影响展会延期举办，延期举办的展会在享受原政策的基础上，按新办展会首届资助额度的 30% 给予补助，其中延期安排到七、八月份举办的展会，按新办展会首届资助额度的 50% 给予补助。

宁波市人民政府办公厅发布《关于进一步做好疫情防控期间各项惠企政策尽快落地见效的通知》。

—《市场化展会补助资金申报办理指南》：

对在宁波国际会展中心受疫情影响取消举办的市场化展会，按新办展会首届资助额度的 50% 给予补助；鼓励受影响展会延期举办，延期举办的展会在享受原政策的基础上，按新办展会首届资助额度的 30% 给予补助，其中延期安排到七、八月份举办的展会，按新办展会首届资助额度的 50% 给予补助。

—《境外展会展位费补贴申报办理指南》：

对宁波市外贸企业已支付境外展会展位费，因为疫情被迫放弃参展的，在兑现境外重点展会参展扶持政策时，展位费继续给予补助。

08 福建

厦门市人民政府办公厅出台《关于应对新型冠状病毒肺炎疫情支持旅游企业发展实施方案》。

从 2020 年 1 月 1 日至 6 月 30 日，通过加快奖补资金拨付、加大项目奖补力度、提供会展场地奖励、协助宣传推广等四个方面给予支持。

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。

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%。

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。

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。

09 河南

河南省商务厅、河南省财政厅出台《河南省国际性展会项目组织管理办法（试行）》。

将企业参加境外展会按照重要性程度分为重点支持、重点推荐和一般性展会三种类型，分类对展位费、机票费进行不同程度的补助。加大财政补贴力度，对企业受疫情影响无法赴境外参展，但在疫情响应期前已支付且确实无法追回的费用，按照一定比例给予补贴。

10 广东

中共广东省委、广东省人民政府出台《关于统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作的若干措施》。

第十六条：多措并举促进消费。出台针对性措施，帮扶住宿餐饮、文体娱乐、交通运输、旅游会展等受疫情影响较大的服务业。

广州市人民政府出台《广州市坚决打赢新冠肺炎疫情防控阻击战努力实现全年经济社会发展目标任务若干措施》。

第二十一条：对动漫游戏、电竞、音乐、演艺、影视内容制作、会展、文化创意、健康旅游等重点业态加大扶持力度。

第二十三条：出台我市重点境外展会目录，对参加目录内展会及省、市境外重点经贸活动的企业，按其实际发生的展位费、特装费、人员费用（机票、住宿）给予最高50%的资金补助，每家企业参加同一展会最高资助10万元。

深圳市商务局发布《关于新冠肺炎疫情防控期间会展业惠企措施的公告》。

一、综合统筹相关措施

（一）统筹协调会展场馆，做好档期调整，对受疫情影响不能按期举办的相关展会，尽量满足其延期举办的要求。对受疫情影响取消的展会，做好解除合同相关工作。

（二）支持深圳会展中心全面改造，支持深圳国际会展中心继续完善场馆建设和周边配套设施，提升会展场馆运营水平。

（三）在展会培育、展会成长、场租补贴、展会认证、品牌建设、绿色发展、国际会议、境内外组团参展等方面对组展方、组团方及相关企业予以扶持，支持各区结合实际对本辖区会展活动予以扶持。

（四）对大型展会给予参展参会人员免费乘坐地铁、巴士等优惠政策。

（五）加大深圳会展业宣传推广力度，统一推介我市重要展会。

二、深圳会展中心惠企措施

(一) 放宽原定在 2020 年 2-4 月举办，因疫情影响延期举办展会的场租交付时间，主办单位在布展之前付清场租即可。

(二) 对原定 2020 年 2-4 月在该馆举办，因疫情影响缩减展览面积或取消的展会，不视为违约。

(三) 对深圳会展中心长期固定的商户，按照市政府有关要求减免 2、3 月份共计 2 个月的商铺租金。

三、深圳国际会展中心惠企措施

(一) 对原定 2020 年 2-4 月在该馆举办，因疫情影响延期举办的展会，主办单位可不按原合同约定的场地租金分期付款期限条款执行，调整为进入租赁场地前付完所有场地租赁费用即可。

(二) 对原定 2020 年 2-4 月在该馆举办，因疫情影响延期举办的展会，主办单位所需缴纳的场地综合押金调整为按原标准的一半收取。

(三) 对原定 2020 年 2-4 月在该馆举办，因疫情影响缩减展览面积或取消的展会，不视为违约。

(四) 对按原商铺租赁协议约定收取固定租金的已开业商铺，免除 2020 年 2 月至 4 月共计三个月的商铺租金。

(五) 对因疫情影响未开业的商铺，可不按原合同约定的开业时间执行，开业时间顺延至政府取消停止一切大型经贸活动及大型群众聚集促销活动的限令后该馆第一场展会或会议活动之日（以该馆开展公告为准），与开业日相关的租金、费用计收时间或计收标准的执行时间相应调整，延迟开业期间商铺无需缴纳租金、物业管理费。

四、涉外经济技术展优化行政服务

(一) 对于已在商务部审批或备案通过且尚未举办的涉外经济技术展览会，因受疫情影响已确定取消或推迟的，展会申办单位可结合疫情防控和展会实际，通过商务部统一平台“展览业管理信息应用”以在线报备形式取消办展或调整办展时间，不再限定办理形式和时限要求。

(二) 商务部实施的两种涉外经济技术展(首次举办冠名“中国”等字样和外国机构参与主办)行政许可事项全面推行“不见面”无纸化审批,不再受理线下纸质材料,展会申办事项通过商务部统一平台“展览业管理信息应用”实行全程在线办理。市商务局对在我市举办的展会项目审核意见通过在线方式办理,不再出具书面审核意见。

东莞市人民政府印发《关于支持莞企共克时艰打赢疫情防控阻击战的若干措施》。

第四条:对参加符合条件展会的给予企业展位费、特装布展费 50%的资助,每家企业参加同一展会最高资助 10 万元。

11 海南

海南省人民政府《关于印发海南省旅游业疫后重振计划——振兴旅游业三十条行动措施(2020—2021 年)的通知》。

第二十二条:大力发展会展旅游。出台支持会展业发展的办法,推进我省会展业向市场化、专业化、品牌化、国际化、创新化发展,打造一批国内外知名品牌会展项目,形成资源集聚、创新发展的新平台。

12 四川

四川省商务厅印发《关于应对新冠肺炎疫情切实做好当前会展业稳定发展有关工作的通知》。

一、办好重点展会。重点支持办好西博会、科博会、农博会等品牌展会。对受疫情影响延期举办的重点展会,做好筹备组织工作,落实“一展(会)一策”服务。

二、积极招展引会。精准研判疫情后会展业发展新机遇,发挥市场作用,鼓励举办各类释放消费潜力的展会活动,促进消费回补。支持各地积极对接,重点引进国际化、国家级、专业型展会落户四川。

三、强化政策支持。落实既有政策,指导会展企业运用好国、省已出台的财政税收、金融保险、援企稳岗等各项政策措施,降低疫情造成的损

失。鼓励出台专项政策，有条件的市（州）可设立专项资金，支持会展业尽快复苏。

四、推动简政赋能。按照国务院、商务部关于精简审批优化服务精准稳妥推进复工复产的要求，优化会展备案管理流程。省级商务主管部门根据下级单位的申请，可依法将由本部门备案的展会，委托展会举办地商务（会展）主管部门办理，同时做好事中事后监管。

五、推行在线审批。落实商务部两种涉外经济技术展（首次举办冠名“中国”等字样和外国机构参与主办）行政许可事项，全面在线审批。受疫情影响取消或推迟的展会，支持主办方通过商务部业务系统统一平台“展览业信息管理应用”，全面在线办理。

六、优化配套服务。协调公安、消防、市场监管等部门，为受疫情影响再次申请备案的展会提供便利。实行分级别、分层次、分需求管理，合理确定会展活动的安保、消防、交通管制等级。

七、促进通关便利。增强四川省促进展览业改革发展联席会议制度作用，建立会展业省市区三级联动机制，在中国（四川）自由贸易试验区，推进海关“一站式”服务，提高国际展会通关效率。

八、鼓励创新发展。培育一批创新发展引领区，做强一批有竞争力的“名企”，打造一批国际化的“名馆”，壮大一批高水准的行业服务商，在招展引会、产业集聚、政策支撑、新业态新模式等方面创新发展、示范引领。支持发展数字会展、智慧会展、绿色会展。

九、促进区域协同。强化成都“主干”引领作用，推动成德眉资会展业一体化发展。优化区域发展格局，鼓励各市（州）突出特色竞相发展。促进成渝会展业协同发展，联办、共办、轮办会展活动，建立合作共享的会展业协同发展机制。

十、加强国际合作。鼓励四川会展企业赴境外办展办会、参展参会。鼓励国际知名会展企业来川设立分支机构。对接国际大会及会议协会

(ICCA)、国际展览业协会(UFI)等国际组织,建立国际会展业联动响应机制,共同应对疫情对国际会展的影响。

十一、做好疫情防控。各地要结合当地实际情况,按照国、省、市(州)疫情防控相关要求,适时动态调整展会计划及防控措施。按照属地管理原则,“谁举办、谁负责,谁组织、谁负责”,落实好疫情防控和应急处置责任,抓好行业安全生产监管。涉外展会要按照国、省防控疫情境外输入的相关要求,落实管理工作。

13 贵州

贵州省人民政府办公厅印发《关于应对新冠肺炎疫情推动全省外贸外资高质量发展若干措施》的通知。

第十一条:支持企业开拓多元化国际市场。对因疫情不能参加境外展的企业,所产生的展位费给予全额支持。对2020年企业为开拓国际市场开展的企业认证、专利申请、商标注册产生的费用,提高40%的支持额度。对企业境外营销服务公共平台、海外仓销售贵州农产品给予支持,支持上限300万元。

(文章来源:商务部流通产业促进中心)

呈：厅领导

送：机关各处室（单位）
