



展览行业蓝皮书

BLUE BOOK OF EXHIBITION INDUSTRY

“一带一路”中国智慧展览 发展报告 (2017)

中国机械国际合作股份有限公司 编

Development Report of China Wisdom Exhibition on the Belt and Road



科学技术文献出版社
SCIENTIFIC AND TECHNICAL DOCUMENTATION PRESS

“一带一路”中国智慧展览发展报告 (2017)

中国机械国际合作股份有限公司 编



科学技术文献出版社
SCIENTIFIC AND TECHNICAL DOCUMENTATION PRESS

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

“一带一路”中国智慧展览发展报告. 2017 / 中国机械国际合作股份有限公司编. —北京: 科学技术文献出版社, 2018. 4

ISBN 978-7-5189-3441-6

I. ①—… II. ①中… III. ①展览馆—研究报告—中国—2017 IV. ① G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 056280 号

“一带一路”中国智慧展览发展报告 (2017)

策划编辑: 周国臻 责任编辑: 张 红 责任校对: 文 浩 责任出版: 张志平

出 版 者 科学技术文献出版社

地 址 北京市复兴路15号 邮编 100038

编 务 部 (010) 58882938, 58882087 (传真)

发 行 部 (010) 58882868, 58882874 (传真)

邮 购 部 (010) 58882873

官方网址 www.stdp.com.cn

发 行 者 科学技术文献出版社发行 全国各地新华书店经销

印 刷 者 北京教图印刷有限公司

版 次 2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

字 数 368 千

印 张 27.25

书 号 ISBN 978-7-5189-3441-6

定 价 118.00 元



版权所有 违法必究

购买本社图书, 凡字迹不清、缺页、倒页、脱页者, 本社发行部负责调换

《“一带一路”中国智慧展览发展报告（2017）》

编委会

顾问 张福生

编委会主任 韩晓军 赵立志

编委会副主任 彭明京 陆一舟 乔工 温忆梅
程永顺 王阳 张力 茅俊民
王笃洋 姜德钧 唐亮 宋长颖
贾怀江 贾浴 郭庆 杜超英

编委会成员 姚亚平 李创 刘箴 王会清
王淑坤 孔迪 吕宁 黄燕
姜东 高润峰 任伟 万鹏
曹晨 杨明 王悦 丁建荣
叶静敏 张林

编写组 张国锋 张翼 李阳 马萱
纪虹宇 刘文思 夏洋 郭未璇
张静 王永宽

前言

当今世界，国际金融危机爆发后的余波正逐渐平息，全球经济走上了复苏的道路，但危机的深层次影响还远未消除，调整复苏之路依然艰难曲折。世界主要国家普遍把加快信息化发展、推动互联网产业发展、不断开发互联网应用潜力作为应对后金融危机时代经济增长乏力的重要手段。

以互联网为代表的新一轮科技和产业革命日益成为创新驱动发展和改变人们生产生活的主动动力，有力推动着经济社会发展。在此背景下，中国政府审时度势，第一次站在世界地图前制定五年规划：“十三五”规划。“十三五”规划亮点集中体现在“一带一路”进入“十三五”规划。通过稳步推进“一带一路”倡议、供给侧改革等措施，中国充分发挥信息化对经济社会发展的驱动和引领作用，大力发展数字经济，在电子商务、信息服务、网络终端设备、互联网金融、共享经济及“互联网+”融合等领域取得突出成效。

展览业作为投资和贸易的重要平台及现代服务业的重要组成部分，不仅在服务国家总体战略方面做出了积极贡献，行业自身也呈现出许多新的发展态势。基于“互联网+展览”诞生的网络展览、展览大数据、展览电子商务等新业态正极大助力展览行业经济提速。

伴随着展览业转型升级的需要，“智慧展览”作为时代发展的产物成为行业发展制高点，同时，也是展览产业未来发展的必然趋势。目前，建设智慧城市已成为当今世界城市发展不可逆转的历史潮流。在我国，



智慧城市的普及和建设卓有成效,智慧展览这一概念也深受各级政府、各展览城市、各展馆及各展览主办方的重视。截至目前,业内并没有对智慧展览进行真正官方明确的定义。近年来,“线上为主+线下为辅”的模式不断帮助传统企业拓展新的发展空间。其中,以线上“虚拟展览”加线下“面对面展览”虚实互补的组合方式渐成热点,这个现象为我们探索“智慧展览”提供了诸多实践案例。

随着信息技术的不断发展,进一步加速了“智慧展览”概念的落地与应用。展览产业的各个领域在面对信息化、智慧化的发展趋势时,都需要进行新一轮的改变与突破。从“智慧展览”的研究现状看,业界对其关注度很高,对我国“智慧展览”的发展也进行了深刻思考。学术界、媒体对我国展览,尤其是“互联网+展览”的发展现状及存在的问题进行了非常详尽的探索和报道,但对我国“智慧展览”进行系统研究的还比较少,对我国“智慧展览”未来的发展方向、发展理念和发展模式的研究相对还比较薄弱。

鉴于此,本报告应运而生。什么是“智慧展览”?“智慧展览”的过去、现在和未来怎样?我国“智慧展览”将向何处去?带着这些问题,本报告对“智慧展览”相关素材进行了归纳、分析,通过分类归纳和比较分析整理汇编,基于前人的研究成果,为关注“智慧展览”发展的有识之士提供一个畅思、畅想、畅谈的参考,意在抛砖引玉。

本报告在内容上分为总报告、行业篇、技术篇、案例篇、借鉴国外篇、政策标准篇6个篇章。如上所言,本报告希望能为“智慧展览”研究尽一丝绵薄之力。在我国,“智慧展览”是一个新生事物,“智慧展览”建设是一个涉及面非常广的系统工程,在编写中参阅和引用了一些专家学者的研究成果,在此一并表示感谢。由于学识所限,本报告关于“智慧展览”的研究围绕“一带一路”建设进行探索,还非常粗浅,许多方面甚至未有涉及。请广大读者不吝赐教,多提宝贵建议和意见。

编委会

二〇一七年十二月

目 录

总报告

“一带一路”倡议下，2016 年中国智慧展览行业发展综述 1

行业篇

契合新时代要求，我国智慧展览发展方向探讨 60

大数据构建智慧展览数字生态圈 81

中国展览业与新媒体技术的融合发展概述 109

技术篇

智慧展览技术发展与展望 142

展览服务平台加密方法 154

呼叫中心技术发展浅析 161



案例篇

关于智慧国家博会发展的思考	168
---------------------	-----

借鉴国外篇

从国外智慧博物馆建设看我国智慧展馆建设发展	183
-----------------------------	-----

政策标准篇

国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见	199
关于促进上海市展览业改革发展的实施意见	205
浙江省人民政府办公厅关于进一步促进展览业发展的实施意见	212
广东省进一步促进展览业改革发展的实施方案	216
重庆市人民政府关于进一步促进会展业改革发展的实施意见	222
辽宁省人民政府关于加快展览业改革发展的实施意见	230
吉林省人民政府办公厅关于加快全省展览业改革发展的 实施意见	238
黑龙江省人民政府关于促进展览业改革发展的实施意见	245
福建省《促进展览业改革发展实施方案》	250
广西壮族自治区进一步促进展览业改革发展的实施方案	256
海南省会展业发展规划（2015—2020 年）	261
内蒙古自治区人民政府关于促进展览业改革发展的实施意见	281



宁夏回族自治区人民政府办公厅关于加快发展会展业的 实施意见	286
陕西省人民政府关于进一步促进展览业改革发展的实施意见	290
云南省人民政府关于进一步促进展览业改革发展的实施意见	295
展览会信息管理系统建设规范（GB/T 33489—2017）	303

附 录

附录 1 2016 年“一带一路”沿线地区展馆数据一览	311
附录 2 2016 年“一带一路”沿线地区展览概览	314

总报告



“一带一路”倡议下， 2016 年中国智慧展览行业发展综述

国际金融危机爆发 8 年来，在世界各国的共同努力下，2016 年全球经济终于走上了复苏的道路，再次爆发系统性金融危机和经济危机的可能性已经大大降低，但危机的深层次影响还远未消除，调整复苏之路依然艰难曲折。欧洲银行业风险上升、国际金融市场动荡、美欧大选、地缘政治冲突等增加了全球经济复苏变数，贸易保护主义等新的不确定性因素正在集中显现。

作为最大的新兴市场国家，中国的改革进程拥有很强的示范效应，是新兴市场国家改革的引擎。2016 年，中国全面启动国民经济和社会发展的第十三个五年规划。中国政府审时度势，第一次站在世界地图前制定“十三五”规划。“在国际视野下制定五年规划”，集中体现在“一带一路”进入“十三五”规划。这一倡议树立了“十三五”规划中的对外开放新格局。从改革开放之初的东南沿海开放，到加入世界贸易组织后进一步扩大开放，中国更自觉地梳理全球视野和战略思维，通过稳步推进“一带一路”倡议、供给侧改革等措施，依旧保持了社会经济的平稳健康发展。

当前，世界经济依然低迷，但中国的展览业在“一带一路”倡议指



引下呈现蓬勃发展的大好形势。2015年3月28日，发展改革委、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》（简称《愿景与行动》）。“一带一路”倡议对展览业的发展起到至关重要的作用。有了国家层面的政策支持和引导，“一带一路”沿线各省市加大了对当地展览业发展的重视和推动。在此背景下，随着互联网技术的快速发展和科技产品在现代展览业中的广泛应用，进一步促进了展览业的数字化和信息化发展，加速推动了现代展览业的智慧转型。2015年4月19日，国务院印发《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》，这是国务院首次全面系统地提出展览业发展的战略目标和主要任务，并对进一步促进展览业改革发展做出全面部署：提出“坚持信息化方向”，同时表明在推动创新发展过程中，需要加快信息化进程，将云计算、大数据、移动互联等技术融入当下展览业。由此可以看出，推动展览的数字化、信息化发展已是新形势下的必经之路。在政策和科技的推动下，为了满足人们对展览服务多元化的要求，展览业已逐步告别了传统模式，进入以大数据、云计算、物联网、移动互联等技术为核心的展览数字化、信息化时代。展览业也挥别了传统搬砖式的“体力驱动增长”，向“智慧驱动增长”阶段迈进。

近年来，智慧展览日渐成为行业发展关键词。“十三五”时期，是智慧展览建设的重要机遇期。随着“一带一路”“互联网+”行动计划、“中国制造2025”等的全面实施，智慧展览已发展成为独树一帜的新兴现代服务业产业风向标，成为衡量一个城市智慧化程度的重要标志之一。在智慧展览理论与实践探索不断深入的情况下，互联网信息技术、传媒手段与展览融合的模式和形态也已经发生了重大变化，中国展览业迎来了智慧展览发展新时代。

一、“一带一路”倡议引领展览业改革前行

围绕“一带一路”倡议，我国积极同沿线国家密切联系、合作共



赢、以展促贸，取得了不错的成绩。“一带一路”建设是一项系统工程，要坚持共商、共建、共享原则，积极推进沿线国家的相互对接。为推进实施“一带一路”倡议，让古丝绸之路焕发新的生机和活力，以新的形式使亚欧非各国联系更加紧密，互利互惠，加强合作，共同迈向新的历史高度。在《愿景与行动》中有这样的描述：“沿线国家间互办文化年、艺术节、电影节、电视周和图书展等活动”“继续发挥沿线各国区域、次区域相关国际论坛、展会及博鳌亚洲论坛、中国—东盟博览会、中国—亚欧博览会、欧亚经济论坛、中国国际投资贸易洽谈会，以及中国—南亚博览会、中国—阿拉伯博览会、中国西部国际博览会、中国—俄罗斯博览会、前海合作论坛等平台的建设性作用。支持沿线国家地方、民间挖掘‘一带一路’历史文化遗产，联合举办专项投资、贸易、文化交流活动，办好丝绸之路（敦煌）国际文化博览会、丝绸之路国际电影节和图书展。倡议建立‘一带一路’国际高峰论坛”。

中国的展览业发展离不开国家的引导，“一带一路”倡议为展览业发展指明了方向。改革开放以来，中国展览业经历了从无到有、从小到大的发展历程。在首届中国会展经济国际合作论坛上，据国家发展和改革委员会副主任李盛霖介绍，中国展览业每年以年均近 20% 的速度在快速发展。尤其是中国加入世贸组织以后，展览行业有了更多的发展机会，很多一线城市的展览活动空前活跃，在世界展览行业中异军突起。伴随着展览经济的迅猛发展，展览逐渐形成一定的行业规模，专业的展览场馆建设也日趋完善。据统计，2016 年全国展馆可展览面积再次大幅提高。2016 年，全国共举办展览 3054 个，展出面积达 8200 万平方米，比 2015 年增长了 4%。^①多种形式的展览活动，在传递信息、知识的同时，也带来了大量的商机，创造了很多直接和间接的经济效益。由于展览业具有极强的产业带动效应，展览业的发展同时又带动了交通、物流、金融、电信、广告、餐饮、娱乐、酒店、旅游、商务咨询、保险等

^① 引自《中国展览经济发展报告（2016）》。



相关产业的发展，因而受到了很多国家和城市的青睐。据不完全统计，截至 2015 年，我国已有 40 多座城市将展览业列为城市经济发展的支柱产业或重要产业，某些省、直辖市还因此专门制定了展览业长期发展的纲要。^①

随着“一带一路”倡议出台，出国展览规模不断提升，“一带一路”沿线市场成为新热点。据统计，2016 年全国 97 家组展单位共赴 63 个国家组织参展 1492 项，较上年增长 7%（表 1）；展出面积为 83.5 万平方米，增长 14%；参展企业数为 5.84 万家，增长 12%。^②

表 1 2016 年出国参展实施情况（按项目数量统计排名前 25 位组展单位）

序号	场馆	项目数		实际参展面积		参展企业	
		数量 / 个	比例	数量 / 平方米	比例	数量 / 家	比例
1	西麦克国际展览有限责任公司	110	7.7%	41 474	5.9%	3335	6.7%
2	长城国际展览有限责任公司	85	6.0%	35 848.5	5.1%	2573	5.2%
3	中国国际展览中心集团公司	79	5.5%	47 462.7	6.7%	3346	6.7%
4	贸促会机械行业分会	69	4.8%	21 559.5	3.0%	1719	3.5%
5	中国机电产品进出口商会	65	4.6%	19 849.5	2.8%	1563	3.1%
6	远大国际展览有限公司	57	4.0%	19 711.6	2.8%	1734	3.5%
7	浙江远大国际会展有限公司	54	3.8%	16 095	2.3%	1365	2.7%
8	福建汇源国际商务会展有限公司	46	3.2%	14 533.3	2.1%	1385	2.8%
9	中国医药保健品进出口商会	38	2.7%	16 598.5	2.3%	1625	3.3%
10	保利国际展览有限公司	37	2.6%	11 544	1.6%	979	2.0%
11	贸促会电子信息行业分会	37	2.6%	13 193	1.9%	891	1.8%

① 引自《“一带一路”战略下会展业发展趋势报告》。

② 引自《中国展览经济发展报告（2016）》。



续表

序号	场馆	项目数		实际参展面积		参展企业	
		数量 / 个	比例	数量 / 平方米	比例	数量 / 家	比例
12	福建省服贸会展服务有限公司	36	2.5%	10 664.8	1.5%	901	1.8%
13	中国电子国际展览广告有限责任公司	32	2.2%	11 443.3	1.6%	953	1.9%
14	中国中轻国际控股公司	32	2.2%	13 135.5	1.9%	1105	2.2%
15	商务部外贸发展事务局	27	1.9%	38 491.5	5.4%	2644	5.3%
16	贸促会上海市分会	26	1.8%	6387.8	0.9%	342	0.7%
17	贸促会化工行业分会	25	1.8%	14 826.6	2.1%	1320	2.7%
18	中国华阳经贸集团有限公司	25	1.8%	67 761	9.6%	4464	9.0%
19	上海国际服务贸易（集团）有限公司	24	1.7%	9108	1.3%	447	0.9%
20	中国对外贸易中心（集团）	24	1.7%	13 609.8	1.9%	1014	2.0%
21	贸促会江苏省分会	22	1.5%	4711.2	0.7%	350	0.7%
22	贸促会浙江省委员会	22	1.5%	8857.5	1.3%	670	1.3%
23	中国印刷及设备器材工业协会	21	1.5%	12 328.2	1.7%	440	0.9%
24	贸促会轻工行业分会	19	1.3%	11 446.1	1.6%	750	1.5%
25	中国食品土畜进出口商会	19	1.3%	7448.18	1.1%	644	1.3%

来源：《中国展览经济发展报告（2016）》。

2016年，是“一带一路”倡议提出的第3个年头。多年来，这个合作倡议所包含的深刻内容日益为合作伙伴所理解和支持，互利合作愿景日益强烈，项目日益增多，展览合作成果令人鼓舞。在“一带一路”倡议的引领下，“一带一路”沿线国家和地区成为出展市场新热点。截至2016年12月，全国83个组展单位共赴32个“一带一路”沿线国家实施参展计划602项，较上年增长16%；展出总面积为30.2万平方米，较



上年增长 31.9%; 参展企业为 2 万家, 较上年增长 25%。其中, 为了深入了解对方市场需求, 中捷双方企业前往对方国家参加交易会 and 博览会。2016 年 10 月, 中国首次以伙伴国身份参加了布尔诺国际机械工业博览会, 参加企业多达 120 家, 很好地展示了中国装备制造业的发展水平。^①

“一带一路”倡议对展览业的发展起到至关重要的作用。有了国家层面上的政策支持和引导, “一带一路”沿线各省市也加大对展览发展的重视和推动。围绕我国经济发展转型, 目前全国各省市都在调结构、惠民生、发展可持续性经济, 很多省市已经意识到资源的过分开发对环境的污染, 开始瞄准展览业这个可持续发展的绿色产业。例如, 随着“一带一路”倡议的实施, 甘肃省首届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会在敦煌召开, 85 个国家、5 个国际组织的 95 个代表团、1500 多位中外嘉宾在活动期间合作交流, 签约金额达 1078 亿元; 黑龙江省 2016 年第七届中俄文化大集推出展览展销、文艺演出等六大版块近 40 项活动, 销售额近 2.5 亿元, 带动黑河市实现旅游收入 5.6 亿元。

伴随中国创新驱动发展的新常态, 展览业也进入了新常态, 即增长方式由规模速度型粗放增长向质量效益型集约增长转变, “转型升级、提质增效”成为展览业现在和未来一段时间的发展战略。而大数据、云计算、移动互联、物联网和 5G 网络等信息技术的发展则为这一战略的实施提供了重要技术保障。通过信息技术实现了展览业的智能应用和智慧管理, 打破了展览活动时空的限制, 将展览服务质量和运作水平提升到一个新高度。尤其是中国与沿线国家的电商合作发展正在如火如荼地展开, 未来发展趋势良好。2016 年 12 月出台的《电子商务“十三五”发展规划》明确指出, 要推动与“一带一路”沿线国家和地区积极开展电子商务合作, 这为展览电商的发展提供了有力的政策保障。展览电商是将电子商务广泛运用到展览运作过程中。“一带一路”下的跨境展览电商合作势必会成为经济全球化和信息化趋势下一种重要的经济贸易方

① 李永全. “一带一路”蓝皮书: “一带一路”建设发展报告 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2017.



式，将为国际以展带贸合作提供更为便捷的交流环境，促进沿线各国逐步实现开放的自由贸易，推动智慧展览在互联网营销方面的服务功能不断升级。

二、智慧展览的内涵及其基本特征

（一）展览的含义

全球展览业协会（UFI）对展览的定义是：展览是一种市场活动，是在特定的时间内，众多厂商聚集于特定场地陈列产品，从而推销其最新产品或服务。从展览活动来看，展览存在三大基本要素：一是展览的经营主体，即具有展览资质的企业或机构，是展览的组织者和实施者；二是展览的参展主体，即参展商；三是展览的受众，即参观展览的观众。在这3个基本因素中，展览的经营主体通过对市场的了解、分析，为参展主体和展览受众提供了交流的平台，满足两者所需。三者相互依存，谁也离不开谁。对于展览经营主体来说，展览价值的主要体现部分是参展主体，与此同时参展主体也是其收入的主要来源；但是展览受众的质量和数量将直接影响参展主体的满意度，最终会影响到整个展览的效果及发展（图1）。

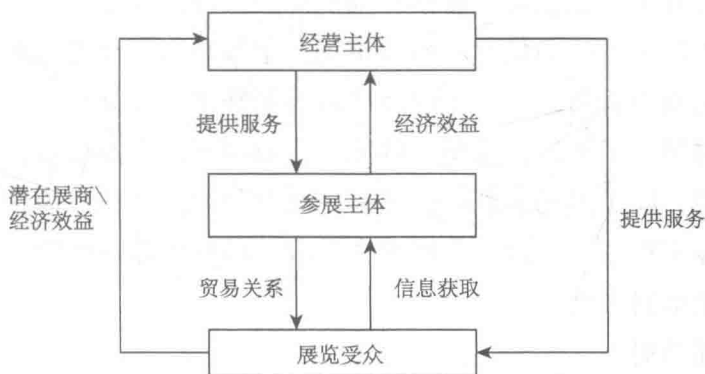


图1 经营主体、参展主体和展览受众的关系



就本质而言，展览实际上就是一种传播媒介和集中贸易形式的融合。展览作为信息和传播的手段或工具，或作为企业的营销手段，或作为地区和政策的营销手段或工具，或作为经济 and 对外政策的手段或工具；由展览经营主体组织在特定时间内，在固定或非固定的展览场所，利用各种技术服务手段，搭建平台聚集众多参展企业，从而推销其最新产品或服务，比较常见的如车展、机床展、画展、房展等。

（二）展览的功能

现在看来，销售并不是参展企业参展的唯一动机，观众也未必一定是现实的或潜在的买家。根据半个世纪以来有关参展企业和观众参展动机的国外研究文献分析发现，展览的功能涉及以下 5 个方面。

1. 展览展示功能

展览展示功能是展览的基本功能。展览作为一种现代化的传媒方式，不断融入高新科技的成果，可以树立企业形象，推广企业产品、技术和服务，更可以树立城市形象、展示发展成就、弘扬文化艺术、促进经济建设、推动社会进步。

2. 信息交流功能

参展企业通过参加展览来研究产业和市场，获得细分市场和具体企业的信息，确定需求信息，辨别市场前景，发现产业趋势；从广泛的信息中，获得改进产品的信息，研判市场竞争策略。观众通过参观，发现新技术、新观点和新应用，了解新产品和新技术的发展现状与趋势；与特定公司对接，了解展品质量、性能，获取技术或产品参数。展览的信息交流功能，除了展场体现外，还有一部分是通过展前、展中及展后的广告、新闻实现的。通过互联网媒介手段，展览的信息传播范围得以扩大，其功能得到强化。

3. 沟通功能

展览的沟通功能主要体现在参展企业与观众之间，也体现在组织者