



## 2021 中国会展活动新技术新设备新服务展览会 暨中国会展跨界合作交流萧山峰会 日 程

2021 年 8 月 24-25 日 杭州国际博览中心

主办单位:

中国会展经济研究会  
杭州市萧山区投资促进局  
杭州市萧山钱江世纪城管理委员会

协办单位:

广东会展组展企业协会  
浙商总会会展业委员会

承办单位:

北京华恺国际展览有限公司  
杭州国际博览中心会展策划有限公司

8 月 23 日 (周一)	
14:00-20:00	报到注册 (杭州国际博览中心 3 楼 3D 展厅序厅)
20:15-22:00	2021 “会展新锐科技成果”、“会展活动创新服务”推选委员会会议 (杭博·ZIP 空间, 杭博 B 座会展产业园 2 层)
8 月 24 日 (周二)	
展览全天开放 (杭州国际博览中心 3 楼 3D 展厅) 全天会议 (杭州国际博览中心 3 楼 3D 展厅)	
08:00-09:30	报到注册 (3D 展厅序厅)
	开幕式暨全体大会 (3D 展厅主会场)
09:30-09:45	开幕致辞
09:45-10:05	主题演讲一: 政府主导、市场化运作的产业展: 4 对关键词和 4 个误区 —陈树中, 长沙市会展工作管理办公室主任
10:05-10:25	主题演讲二: 会展场馆的新场景新服务有几种可能? (购物中心 shopping mall 不断迭代, 跟十年前大不一样。会展中心也会迭代吗? 会展场馆的物理空间、服务空间、虚拟空间, 可以向上、向外延伸吗? 会展中心如何看待非传统会议展览的活动? 会展中心的使命和定位要改变吗? 会展中心在城市更新里如何做一名积极聪明的优等生?)
10:25-10:45	主题演讲三: 会展和文旅融合, 有新商业模式吗?
11:15-12:00	• 工作坊 1 • 工作坊 2 精品讲座 1: 从花钱到盈利: 展会专业观众邀约的成本、代价和策略

11:15-12:00	(3D 展厅分会场二) (展会的规模增长及随之而来的收入增长,很可能都基于专业观众数量的增长。主办该自建呼叫中心还是外包更合算?如何降低到场买家的成本?如何保证实际到场的买家数量和质量?观众邀约的误区有哪些?观众邀约成果如何转化为销售利器?如何利用观众邀约获取销售线索?怎么操作?有哪些关键点?未来观众邀约的方向在哪里?是被机器人替代?还是转型成为展会盈利部分?如何转型?可以做哪些事儿?)
11:15-12:00	<b>精品讲座 2: 如何提高会议服务的品质和颜值</b> (3D 展厅分会场一) (高品质服务并不意味着高投入、高人工费用,那需要什么资源?员工怎么配备?员工无怨无悔吗?在哪几个环节必须做到无人出其右?客户有何新需求,比如活动颜值?设计、创意重要吗?帮客户在异地做全案服务,品质控制和成本控制怎么做?一个小会议公司的感悟还有哪些?)
12:15-13:30	<b>主题午餐会</b> (盒饭界的爱马仕又来了!) (3D 展厅主会场) <b>主题演讲四:</b>
14:00-15:30	<b>分论坛 1: 出展(外展)的焦虑和解药——静待花开还是及早转向?</b> (3D 展厅分会场二) (疫苗护照好用吗?境外展览会议能在 2023 年恢复吗?还是要等到 2025 年?那之前只能坐那儿干等吗?不但员工留不住,客户也在寻求其他的营销途径。外展代理公司手里有什么牌可以打?双循环格局对于外展代理公司来说,到底有无新机会?如果要转向在国内做,做什么?怎么做?短板又是什么?跟谁合作?)
14:30-15:15	工作坊 3 工作坊 4
14:30-15:15	<b>萧山区会展业专题活动</b> (3D 展厅分会场一)
15:15-16:00	工作坊 5
16:00-17:30	<b>分论坛 2: 数字会展这一年:评价、调整和行动</b> (3D 展厅分会场二) (云会展、线上会展一年下来,该接受用户的评价了。线上会展成功的案例并不多,原因在于科技公司的“固执”还是主办/承办机构的不热情?线上会展愈行愈远还是可以更接地气、体验更好?主办方准备好迎接数字会展了吗?主办方愿意投入并为之改变企业组织结构和运营流程吗?)
16:15-17:00	工作坊 6
16:30-18:00	<b>分论坛 3: 会展补贴政策都差不多,城市招展引会还有什么招儿?</b> (3D 展厅分会场一)
18:15-20:00	<b>交流晚宴+主题演讲五</b> (3D 展厅主会场)
<b>8 月 25 日(周三)</b>	
<b>展览全天开放(杭州国际博览中心 3 楼 3D 展厅)</b> <b>全天会议(杭州国际博览中心 3 楼 3D 展厅)</b>	
08:00-09:00	早餐会(受邀参加) (杭州国际博览中心大酒店)
09:15-10:00	<b>精品讲座 3: 不加预算的前提下获得最优线上营销 ROI 的秘密</b> (3D 展厅分会场一) (老板一句话:“少花钱、多来人”,展会营销不容易,既要当届效

	果，还得考虑长期的品牌建设，有限的展会营销预算到底怎么分配合适？几大核心渠道的“命门”是什么？哪些“套路”是如果你不会就要被人套路的？建立线上营销体系的底层关键逻辑有哪些？展会作为一个营销平台，天然又应该站在营销的潮头，不创新不行，钱花多了不行，投资回报率低了更不行，到底怎么玩？会几招套路其实挺重要。）
10:00-12:00	<b>分论坛 4：会展新媒体营销和传播：探究与实战</b> （3D 展厅分会场二） （会展主办方和会展中心、会展办应该自建新媒体运营团队还是外包？新媒体运营包括哪些工作？如何针对目标受众选择最有效的新媒体矩阵？新媒体的主要 KPI 是什么？除了服务会展项目、为其销售引流、服务客户，还可以做什么？能独立盈利吗？）
10:30-12:00	<b>分论坛 5：会展场馆越来越多越来越大，运营方怎么办？主办方怎么看？</b> （3D 展厅分会场一） （会展中心越建越多，越建越大，有这么大的市场需求吗？场馆运营方该怎么做？换个角度，主办方如何看待场馆建设热潮？抛开价格，主办方喜欢什么样的场馆和场馆服务？场馆能为主办方和会展项目带来什么样的增值服务？主办方能为场馆带来更多收入吗？）
10:30-11:15	工作坊 7 工作坊 8
12:15-13:15	<b>主题午餐会</b> （没错，是盒饭，更是不一样的焰火）（3D 展厅主会场） <b>2021 “会展新锐科技成果”、“会展活动创新服务”推选发布</b> <b>主题演讲六：会展公司向上再向上，有天花板吗？</b> • 贝拉，Simba Events 创始人兼 CEO （一个“90”后，2014 年创办 FBIF 食品饮料创新论坛，2020 年参会人数超过 6800 人，参会级别多为企业中高层，同期展览近 2 万平方米，平均每年以超过 60% 的速度在增长。怎么做到的？在贝拉和团队看来，会展公司向上没有天花板，首先就是要彻底去掉“会展公司”标签。不是会展公司，那成为什么呢？给会展同行将带来什么样的启发？）
13:20-13:55	工作坊 9：（新华智云）会议大脑如何帮助会展项目实现最佳传播？
13:20-14:00	<b>精品讲座 4：华夏家博会的运营逻辑和密码</b> （3D 展厅分会场一）
14:00-16:30	<b>2021 中国 PRIME 新势力大会</b> （3D 展厅主会场） （MICE 出局，PRIME 登场，因为客户要的是公关、传播、创意、整合营销，而不只是 MICE 服务。PR 代表公关公司，I 代表整合营销和奖励旅游，M 代表会议，E 代表创意活动。PRIME 集结了公关公司、活动创意公司、整合营销和传播公司、会议及奖励旅游公司等主流阵容。这将是第一个 PRIME 主力公司自己的会议，讨论并解决整个 PRIME 行业关注的一些前瞻性探索性问题，并成立中国 PRIME 创新登峰营。）
14:00-16:30	<b>分论坛 6：展会的降本和收益增长还能来自哪儿？</b> （3D 展厅分会场二） （展览会议的收入，除了展位收入、赞助广告收入和参会费收入，还能来自哪儿？来自线上、打包服务还是压低供应商价格和馆租？除了降人工，降本还能有什么好办法？非展会期间的创收还可以有哪些？想过会员制吗？）
14:00-15:00	参观考察（提前报名，先到先得）：

	1. G20 峰会体验馆、G20 峰会史料展示厅（在杭州国际博览中心内） 2. 中国数字音乐谷（在杭州国际博览中心内）
结束，返回	
三新展前，会展 BEN 将联合中国会展集训营共同举办“会展项目创新发展与新媒体运营”培训（8 月 22-23 日，杭州国博，另行收费）。	

合作媒体：会展中国、中国贸易报、中国会展、《中外会展》杂志、《会议》杂志

**\*\*2021 年 5 月 24 日更新**

扫描三新展暨峰会二维码，获取展会最新信息

