



# 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 (产业优势对会展名城建设至关重要吗? 有优势产业, 就能做成有竞争力的会展项目? 产业部门主办的展会, 成功的不多, 原因在哪里? 在家门口办一场外地、外国企业都欣然前往的国际展会, 哪些事不能做? 在哪些方面要重金投入? 请听长沙样本的真实思考和复盘。)
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	<b>主题演讲三： 会展和文旅融合，有新商业模式吗？</b>
11:15-12:00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 工作坊 1</li> <li>• 工作坊 2</li> </ul>
11:15-12:00	<b>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</b> (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：蓦然回首，数字会展这一年：拷问、评价和调整</b> (3D 展厅分会场二) (云会展、线上会展一年下来，该接受用户的拷问了。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/承办机构的嫌弃？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) (各地的“普惠型”会展奖励补贴政策不相上下，会展主管部门不但要拼体力—更积极主动、更吃苦，还要拼智力—根据本地优势产业和资源，对接会展主办和本地产业部门，为创立新项目、老项目更新出

	谋划策等。会展主管部门还要协调公安、卫健委，他们还要拼什么？)
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</b> (杭州国际博览中心 3 楼 3D 展厅) <b>全天会议</b> (杭州国际博览中心 3 楼 3D 展厅)	
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) (华夏家博隶属于上海华墨展览服务有限公司，起源于浙江台州，2009 年在上海举办第一届家居博览会，2011 年商业模式全国战略拓展复制，北京家博会启动。2014 年全面实施 O2O 互联网模式转型，拓展到多个主要城市。2021 年计划在全国 40 个城市举办共计约 100 场家博会。怎么运营这些密集举办的展会？为什么要采用城市合伙人

	模式？家博会是 B2C 吗？展商如何看待“60 天买贵就退”？怎么做数字化展会？）
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 代表创意活动和展览。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。这将是第一个中国 PRIME 主力公司自己的会议，讨论 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？）
14:30-16:00	<b>会展区块链研讨会</b> （2020 年 10 月 24 日中共中央政治局就区块链技术发展现状和趋势进行集体学习。在“十四五”规划纲要的“加快数字发展 建设数字中国”篇章中，区块链被列为“十四五”七大数字经济重点产业之一。区块链具有防伪造、防篡改、可追溯的技术特性。除了数字金融、物联网，区块链技术在社会生活、贸易、消费等领域拥有广阔应用前景。区块链技术服务于会展业，是追时髦蹭热度还是真实有用？可用于企业信用建设、降低交易成本、数据保护、食材溯源吗？能帮助政府统计展会项目在本地完整且准确的消费吗？主办方还能获得什么意外的好处？参会参展人员愿意交出数据吗？他们在哪些方面能受益？）
15:30-16:30	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 6 月 4 日更新

扫描三新展暨峰会二维码，获取展会最新信息

