



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）
09:30-10:45	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？ ——唐雪，杭州国际博览中心总经理 （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：会展业的数字化焦虑，无解？有解？ --李征伟，阿里巴巴集团云上会展有限公司副总裁
11:15-12:00	工作坊 1
	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 (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？)
	精品讲座 2：水火相容：会议服务的品质和成本 (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	主题午餐会 (盒饭界的爱马仕又来了!) (3D 展厅主会场) 主题演讲四：
14:00-15:30	分论坛 1：出展（外展）的焦虑和解药——静待花开还是及早转向？ (3D 展厅分会场三) (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？)
14:30-17:00	2021 中国 PRIME 新势力大会 (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 PRIME 主力公司自己的会议，讨论 PRIME 行业关注的前瞻性探索性问题，并成立中国 PRIME 创新登峰营。)
14:00-14:45	工作坊 2
14:30-15:15	萧山区会展业专题活动 (3D 展厅分会场一)
15:10-15:55	工作坊 3
16:00-17:30	分论坛 2：蓦然回首，数字会展这一年：拷问、评价和调整 (3D 展厅分会场一) (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 4
16:30-18:00	分论坛 3: 会展场馆越来越多越来越大, 运营方怎么办? 主办方怎么看? (3D 展厅分会场二) (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?)
18:30-20:00	交流晚宴+主题演讲五 (3D 展厅主会场)
8 月 25 日 (周三)	
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)	
08:00-09:00	早餐会 (受邀参加) (杭州国际博览中心大酒店)
09:15-10:00	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 (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? 会几招套路挺重要。) 精品讲座 4: 华夏家博会的运营逻辑和密码 (3D 展厅分会场三) (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?)
10:15-11:20	全体大会暨 2021 “会展新锐科技成果”、“会展活动创新服务”推选发布 (3D 展厅主会场) 主题演讲六: 新建会展场馆的新功能 —秦中, 北京国家会议中心二期总建筑师 (北京国家会议中心二期由普利兹克奖得主法国的包赞巴克主持设计, logo 由日本设计师原研哉设计, 集合了世界一流公司的灵感和创意。集大成的新场馆何以更好用? 建设设计如何赋能运营?) 主题演讲七: 会展和文旅融合, 有新商业模式吗? 主题演讲八: 2021 “会展新锐科技成果”、“会展活动创新服务”推选发布
11:20-12:00	工作坊 5: (新华智云) 会议大脑如何帮助会展项目实现最佳传播?
12:15-13:15	主题午餐会 (没错, 是盒饭, 更是不一样的焰火) (3D 展厅主会场) 主题演讲九: 会展公司向上再向上, 有天花板吗? —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？)
13:30-14:15	工作坊 6: 会展项目为何要加大学术板块？如何提高学术性？
14:00-16:30	分论坛 4: 会展新媒体营销和传播：探究与实战 （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？）
14:00-16:30	分论坛 5: 展会的降本和收益增长还能来自哪儿？ （3D 展厅分会场一） （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	特别专题：会展区块链研讨会 （3D 展厅分会场三） （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？）
	参观考察（提前报名，先到先得）
13:30-16:45	参观阿里巴巴总部园区 （阿里巴巴集团云上会展有限公司将审核申请者资质）
15:45-16:45	G20 峰会体验馆 + G20 峰会史料展示厅 + 中国数字音乐谷 （均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维”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 11 日更新

扫描三新展暨峰会二维码，获取展会最新信息

