



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 11 月 16-17 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
中国旅行社协会会奖专业委员会
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

11 月 15 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）
11 月 16 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）
09:30-10:50	开幕式暨全体大会 （3D 展厅主会场） 主持人：储祥银，中国会展经济研究会常务副会长
09:30-09:45	开幕致辞 ——袁再青，中国会展经济研究会会长
09:45-10:05	主题演讲一：厘清产业会展发展的三个误区和三个关系 ——陈树中，长沙市会展工作管理办公室二级巡视员 （举政府全力必然可以打造具有影响力的品牌展会吗？有优势产业就一定能打造出知名会展品牌吗？由政府产业主管部门或地方龙头企业牵头举办，就一定会发展成品牌展会吗？在推动产业会展发展中少走弯路，应高度重视妥善处理什么关系？请听长沙样本的真实思考和复盘。）
10:05-10:25	主题演讲二：特色会展，不内卷 ——初连玉，青岛市贸促会会长、青岛市会展办主任 （为什么要打造特色会展？特在哪里？怎么做？打造产展融合发展的生态圈，找到增量，为城市产业发展赋能，让特色会展成为一个城市的“标签”。）

10:25-10:45	<p>主题演讲三：会展业的数字化焦虑，无解？有解？</p> <p>—李征伟，云上会展有限公司副总裁</p> <p>（会展产业的数字化转型，仍然要实施“上云用数赋智”行动，推动数据赋能会展全产业链协同发展，但数字会展不是药到病除，无法包打天下。会展数字化发展方向是服务客户的线下优先还是线上优先？客户最关注的是什么？如何推动会展行业数字化？）</p>
10:45-10:55	<p>萧山区会展资源推介</p>
10:55-11:00	<p>中国会展经济研究会消费品展览工作委员会揭牌仪式</p>
11:15-12:00	<p>• 工作坊 1（免费开放）</p>
	<p>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（免费开放） （3D 展厅分会场二）</p> <p>—徐淑娜，中食展组委会秘书长</p> <p>励展华百（北京）展览有限公司原总经理</p> <p>励展博览集团大中华区观众关系中心原高级经理</p> <p>（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？）</p>
	<p>精品讲座 2：华夏家博会的运营逻辑和密码（免费开放） （3D 展厅分会场一）</p> <p>—吴福荣，上海华墨展览服务有限公司战略发展部总经理</p> <p>（华夏家博会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？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？）</p>
12:15-13:30	<p>主题午餐会（盒饭界的爱马仕又来了！） （3D 展厅主会场）</p> <p>主持人：范培康，中国贸易报社总编辑</p> <p>主题演讲四：焦虑、躺平与刷新——一个会议老兵的茫然与决然</p> <p>—刘平，北京欣欣翼翔国际会议有限公司创始人</p> <p>（风雨中 这点痛算什么！欣欣翼翔专注于来华国际会议和奖励旅游的全案服务接待，去年到现在线下业务归零。在最艰难的时期，我们学会了如何组织线上国际会议，现在也在竞标来华国际会议。充分发挥个人优势，这比撒丫子跑重要得多。我们在刷新，不完全抛弃旧东西，把新东西刷出来，在新的页面上有所突破。突破有效果吗？）</p>
13:30-14:15	<p>《展览项目管理》新书首发签售会 （3D 展厅现场活动区）</p> <p>作者：张 凡，中国会展集训营创始人</p> <p>张 岚，励展博览集团大中华区高级副总裁</p>
14:00-15:30	<p>分论坛 1：出展的焦虑和解药——静待花开还是及早转向？ （3D 展厅分会场二）</p>

	<p>（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。境外自主办展和外展代理公司手里有什么牌可以打？线上对接会和境外代参展效果如何？双循环格局对于境外自主办展和外展代理公司来说，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？）</p> <p>主持人：米亚赛·吐尔逊，独立咨询顾问</p> <p>分享嘉宾：潘建军，浙江米奥兰特商务会展股份有限公司董事长 杨明，西麦克国际展览有限责任公司总经理 陈丹锋，福建荟源国际展览有限公司总经理 何缅芝，深圳市必安国际物流有限公司副总经理/联合创始人</p>
14:00-15:00	<p>深圳—长三角会展数字创新赋能座谈会 (3D 展厅分会场三)</p> <p>(受邀出席)</p>
14:30-17:00	<p>2021 中国 PRIME 新势力大会 (3D 展厅主会场)</p> <p>(PRIME 登场，客户要的是公关、传播、创意、整合营销，而不只是服务。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力阵容。客户需求的本质究竟是什么？什么是会奖公司的真正专业价值？未来在何方？会奖活动类公司似乎走到了发展的十字路口。)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 内外夹击，MICE 必将向 PRIME 迭代？ ——为什么要做 PRIME 大会 ——大会主席：湛立雄，智海王潮传播集团总裁 <p>上半场：对外突围篇——MICE 企业彷徨、撤离、转型，企业和从业者向各个方向突围，能成为 PRIME 企业吗？</p> <p>主持人：李柱元，中国旅行社协会会奖专业委员会秘书长</p> <ul style="list-style-type: none"> • 如何借力文创 IP 做整合营销和创意传播 ——常濯非，北京派合文化传播股份有限公司董事兼总裁 • 向公关公司学策划和品牌传播，有多难？ ——陈新越，上海浦一·尚联公关有限公司联合创始人 • 如何打造区域竞争力，拓展会奖公司外延？ ——何永亮，山东智海王潮传播机构董事长 • 一个会展传播公司，竟然去运营一个乡村旅游目的地，结果呢？ ——陈文耀，浙江建旅远成会展传媒有限公司总经理 <p>下半场：对内提升篇——混改，核心骨干离职创业.. 民营企业团队如何稳定发展？合伙人制“一合就灵”吗？员工持股怎么设计？招聘培训培养怎么做才奏效？</p> <p>主持人：湛立雄，智海王潮传播集团总裁</p> <ul style="list-style-type: none"> • 多元化“新牛人”融入与共赢 —— PRIME 企业家的必备领导力 ——毕礞，上海钧启教育科技有限公司总经理/钧启领导力研习社首席顾问，博士 • 三级合伙人模式能否助力中小会展公司做大做强？ ——胥娟花，湖南锐智国际会展有限公司副总经理

	<p>· 讨论：合伙人制是解决 PRIME 公司内部治理结构问题的灵药吗？</p>
15:30-17:30	<p>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)</p> <p>(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？)</p> <p>主持人：王 涛，慕渊（上海）智能科技有限公司总经理，展商秀创始人</p> <p>分享嘉宾：周玉姿，上海同高信息技术有限公司总经理 严 敏，腾讯数字会展业务总监 朱义农，中青博联（北京）科技有限公司副总经理 崔红波，英富曼维纳展览（成都）有限公司总经理 吴福荣，上海华墨展览服务有限公司战略发展部总经理</p>
15:30-16:15	<p>精品讲座 3：纯粹的服务型会议公司有出路吗？ (免费开放) (3D 展厅分会场三)</p> <p>—杨敏，西安虫子会议会展服务有限公司副总经理</p> <p>(很多会议服务公司都在转公关传播公司，服务型会务公司能留得住客户吗？只干活不喝酒，能签单、提高营业收入吗？会议服务能做出品牌来吗？甲方愿意为此付费吗？品质控制和成本控制怎么做？增长问题怎么解决？业务边界不扩大，行不行？)</p>
16:45-17:30	<p>精品讲座 4：不加预算的前提下获得最优线上营销 ROI 的秘密 (免费开放) (3D 展厅分会场三)</p> <p>—潘涛，苦瓜科技创始人</p> <p>(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。)</p>
16:30-18:00	<p>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)</p> <p>(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？)</p> <p>主持人：刘松萍，广东会展组展企业协会会长 广州大学教授，广州会展产业研究所所长</p> <p>分享嘉宾：邱国跃，厦门国贸会展集团有限公司总经理 裴建新，江苏白马农业国际博览中心管理有限公司总经理 何光辉，艺搭环保科技(上海)有限公司创始人 张 岚，励展博览集团大中华区高级副总裁 顾 瞻，灵硕集团执行总裁 李 煜，中国电子学会地方合作项目主管</p>

17:30-18:15	G20 峰会体验馆 + G20 峰会史料展示厅 (在杭州国际博览中心内)
18:30-20:00	交流晚宴 (3D 展厅主会场)
11 月 17 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)	
10:00-11:10	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) 主持人: 姜淮, 中国会展经济研究会产业会展促进中心主任 广东现代会展管理有限公司副总经理
	主题演讲五: --四川天府国际会展有限公司董事长
	主题演讲六: 智慧场馆的颜值和才华 --秦中, 北京北辰会展投资有限公司董事 (北京国家会议中心二期是集“大成”之作: 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。新场馆为什么需要更好看? 好看、绿色的同时能保证更好用吗? 创新设计如何赋能运营和客户? 颜值和才华可否兼得?)
	主题演讲七: --商汤科技
10:00-11:00	2021 “会展新锐科技成果”、“会展活动创新服务”推选发布 • 工作坊 2 (免费开放)
11:20-12:00	精品讲座 5: 如何给展加一些会的料? (免费开放) (3D 展厅分会场一) --黄勇, 北京美迪康信息咨询有限公司 CEO (怎么做好展览附带的会议? 展中会为何多数是鸡肋? 如何确定会议主题、选择邀请大咖? 展中会注定不能收注册费吗? 什么才是做好展中会的关键?)
	精品讲座 6: 不加预算的前提下获得最优线上营销 ROI 的秘密 (免费开放) (3D 展厅分会场二) --潘涛, 苦瓜科技创始人 (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。)
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) 主持人: 范培康, 中国贸易报社总编辑 主题演讲八: 会议公司向上再向上, 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？给会展同行能带来什么启发？）
14:00-14:45	<p>精品讲座 7：从花钱到盈利：展会专业观众邀约的成本、代价和策略（免费开放） (3D 展厅分会场三)</p> <p>—徐淑娜，中食展组委会秘书长 励展华百（北京）展览有限公司原总经理 励展博览集团大中华区观众关系中心原高级经理</p> <p>（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？）</p>
15:15-16:00	<p>精品讲座 8：华夏家博会的运营逻辑和密码 (3D 展厅分会场三)</p> <p>—吴福荣，上海华墨展览服务有限公司战略发展部总经理 （华夏家博会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？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？）</p>
14:30-16:30	<p>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)</p> <p>（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？中小会展公司该不该做短视频？）</p> <p>主持人：张 凡，中国会展集训营创始人 分享嘉宾：周劫人，新华智云副总裁 林 向，酒业家传媒创始人、董事长，中酒展组委会秘书长 蒋亮亮，广州市坤博会议服务有限公司副总经理 郑才柏，七境堂整合营销机构创始人，湖北省自媒体协会联合发起人、咨询顾问，微博运营高手</p>
14:30-16:30	<p>分论坛 5：会议展览的降本和收益增长还能来自哪儿？ (3D 展厅分会场一)</p> <p>（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？展会能和电商平台合作吗？）</p> <p>主持人：张 岚，励展博览集团大中华区高级副总裁 分享嘉宾：赖晓云，东西部小动物临床兽医师大会秘书长 王亦磊，晟荟管理咨询（上海）有限公司创始人/CEO</p>

	<p>慕尼黑博览集团 ISPO 资深顾问 王海宁，北京龙品锡展览总经理 崔红波，英富曼维纳展览（成都）有限公司总经理</p>
<p>14:30-16:30</p>	<p>特别专题：会展区块链研讨会 (3D 展厅主会场) (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？能帮助政府统计会展项目在本地区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？)</p> <p>主 持 人：刘松萍，广东会展组展企业协会会长 广州大学教授，广州会展产业研究所所长</p> <p>分享嘉宾：李 鸣，中国电子技术标准化研究院区块链研究室主任，中国计算机学会区块链专委会委员 何亦凡，区块链服务网络（BSN）发展联盟常务理事，红枣科技 CEO 徐 晖，陀螺科技数字营销事业部总经理</p> <p>讨论嘉宾：储祥银，中国会展经济研究会常务副会长 陈辉峰，东浩兰生会展集团总裁 马泽林，成都市博览局副局长 徐惠娟，无锡市贸促会党组书记 邓诗军，广西国际博览集团有限公司副总经理 湛立雄，智海王潮传播集团总裁 黄 勇，北京美迪康信息咨询有限公司 CEO</p>
<p>结束，返回</p>	

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 10 月 8 日更新

扫描三新展暨峰会二维码，获取展会最新信息

