

# 2022年中国会展行业十大新闻

## □ 本报综合报道

日前,经会展业专家评选和网上公开投票“2022年中国会展行业十大新闻”评选结果揭晓。“国办发布《意见》支持各地培育特色活动品牌”“第五届中国国际进口博览会实现多个‘首次’,参展企业回头率高达90%”“会展业两项国家标准,于2022年7月1日起正式实施”等十大新闻入选。

### 一、国办发布《意见》支持各地培育特色活动品牌

国务院办公厅2022年4月20日发布《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出:高水平办好“中国品牌日”、全国消费促进月等活动。支持各地区建立促消费常态化机制,培育一批特色活动品牌。持续办好中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会。

入选理由:《意见》提出“支持各地培育特色活动品牌”和办好进博会等重要展会,在国家层面进一步强调了会展平台在扩大内需、促消费中的独特作用,也为各地区在“加快推动国际消费中心城市培育建设”和“积极建设一批区域消费中心”中利用会展活动平台提供了方向指导。

### 二、第五届中国国际进口博览会实现多个“首次”,参展企业回头率高达90%

第五届中国国际进口博览会于2022年11月5—10日在上海如期举办。本届进博会共有145个国家、地区和国际组织参展,举办了24场虹桥论坛活动,并实现了首次创新搭建“数字进博”平台等多个“首次”。

本届进博会共吸引了284家世界500强和行业龙头参加企业商业展,回头率高达90%;按年计意向成交金额735.2亿美元,比上届增长3.9%,展现出进博会的强大“吸引力”。

入选理由:经过五年发展,进博会办展水平不断提升。在做深做实进口主题、优化现场专业服务、推动线上线下融合等方面,不断创新服务,对参会参展机构的吸引力更强。据官方数据统计,连续五届参展进博会企业已近百家,五届进博会累计意向成交额达3400多亿美元。

### 三、商务部印发新版《展览业统计调查制度》

为做好新形势下展览业统计工作,

加快形成推动展览业高质量发展的统计体系,更好服务构建新发展格局,商务部服贸司于2022年2月14日印发了《展览业统计调查制度》的通知,这是商务部在充分调查研究的基础上,组织力量对2018年印发的《展览业统计调查制度》进行修订。经国家统计局批准执行,新版《展览业统计调查制度》自2022年2月起施行,有效期三年。

入选理由:《展览业统计调查制度》,有针对性地加强对展览单位(企业)统计工作的指导,强化统计监督,切实提高统计数据质量,注重成果应用,加强展览行业形势分析和发展趋势研判,促进统计信息共享,发挥统计对管理决策的支撑作用。

### 四、国家知识产权局印发《展会知识产权保护指引》

国家知识产权局于2022年7月20日印发《展会知识产权保护指引》(以下简称《指引》),进一步落实全面加强知识产权保护工作部署,规范展会知识产权保护管理。该指引适用于在中华人民共和国境内举办的各类线上线下经济技术贸易展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动中有关知识产权的保护。

入选理由:展会是展示企业新技术新优势的重要舞台,确保展会中企业知识产权等合法权益不被侵犯,已成为各大展会的工作重点之一。国家知识产权局制定的《指引》,为加强展会知识产权保护工作提供遵循。确立了展会知识产权保护工作遵循职能部门指导监管、展会主办方具体负责、参展方诚信自律、社会公众广泛监督的原则。

### 五、会展业两项国家标准于2022年7月1日起正式实施

《绿色展台评价指南》(GB/T 41129—2021)和《展览场馆安全管理基本要求》(GB/T 41130—2021)两项国家标准于2022年7月1日正式实施。这两项标准在国内均属首创,由中国对外贸易中心下属中国对外贸易中心集团有限公司作为第一起草单位编制,经国家市场监督管理总局国家标准化管理委员会批准发布。有效填补了会展业绿色发展和展览场馆安全管理国家标准领域的空白。

入选理由:《绿色展台评价指南》《展览场馆安全管理基本要求》国家标准的编制,既是落实新发展理念、助力生态文明建设、实现碳中和目标的迫切

要求,也是统筹发展和安全、推进会展业高质量发展、构建新发展格局的积极探索。

### 六、新职业、新工种被纳入2022年版《国家职业分类大典》

中国贸促会新闻发言人在2022年12月27日举行的新闻发布会上介绍,近期,中国贸促会商业行业委员会建议的新职业“会展服务员”和新工种“会展场馆管理师”“会议接待服务员”被纳入2022年版《国家职业分类大典》,从而解决了上述从业群体的职业身份问题,将更好地促进会展行业人力资源开发和会展行业可持续发展。

入选理由:长期以来,我国会展行业会展服务、场馆管理、接待服务等从业群体没有纳入国家职业分类,在劳动力需求规划、供求状况分析、职业教育和培训中均被忽视。“会展服务员”等被纳入2022年版《国家职业分类大典》是会展行业人才建设的一件大事。

### 七、成都出台《十大行动》促进会展产业建圈强链

成都市会展产业建圈强链工作推进小组办公室于2022年2月21日正式印发《成都市会展产业建圈强链十大行动》(以下称《十大行动》),《十大行动》提出,实施“展产互促融链行动”,并提出要发挥会展活动的“磁场效应”塑造产业优势,利用产业的“品牌效应”打造优质会展活动。如聚焦重点产业链发展需要与资源特色,培育或引进一批显示度强、影响力大的品牌会展活动。聚焦满足人民美好生活需求,打造一批价值突出、商贸活跃、特色鲜明的品牌消费展、品牌特展。积极向上争取支持,策划打造高能级原创展会。建立展会等级评估体系,制定“一展一策”提升策略,推动糖酒会、汽车展、家具展等重点展会冲击世界商展百强。

入选理由:产业链越完整、越有竞争力,企业的集聚程度就越高,经济的活力就会越动能澎湃;供应链协同越高效,就越能产出更大的经济效益。《成都市会展产业建圈强链十大行动》的出台,契合会展产业发展需求,在全国城市会展发展规划中有创新和引领作用。

### 八、深圳行业大展重启,亚宠展首次易地举办

深圳市商务局2022年10月26日批复“关于原则同意举办亚洲宠物展、秋

季礼品展”的文件,同意自2022年11月2日起恢复举办第二十四届亚洲宠物展览会和同期举办的3个配套展,并于2022年11月8日起举办第三十届中国(深圳)国际礼品及家居用品展览会。亚宠展及配套展是深圳引进的大型展会,礼品展是深圳品牌展会,展览面积达24万平方米。

入选理由:作为全球最具规模和影响力之一的宠物行业旗舰展,亚宠展2022年首次从上海“空降”深圳举办,原定2022年8月31日开幕,因疫情防控要求改期举办。经当地政府主管部门批准,在2022年11月初得以“复展”,并与深圳品牌展会礼品展接连举办,标志着深圳会展克服疫情影响,得以重启。

### 九、中国贸促会发布《关于做好出国经贸展览首批试点审批项目有关工作的通知》

中国贸促会于2022年11月初发布了《关于做好出国经贸展览首批试点审批项目有关工作的通知》。当时已完成首批2022年11月至2023年2月15个出国经贸展览项目试点审批,包括13个参展项目和2个自办展项目,分布在德国、美国、阿联酋等8个国家,涉及纺织、汽配、体育用品、电子、消费品等领域,组展规模最小的约100平方米,最大的达1万平方米。

入选理由:为帮助企业抢抓订单、开拓市场,促进外贸保稳提质,中国贸促会统筹疫情防控和出国经贸展览审批管理,积极推进重点国家、重点行业、重点展会的出国参展办展项目试点审批工作。

### 十、福建省发布《线上会议和展览服务规范》

由福建省会展业标准化技术委员会(SAF/JTC 24)提出并归口的福建省会展领域首个地方标准DB 35/T 2068—2022《线上会议和展览服务规范》经福建省市场监管局批准发布,于2022年11月8日起正式实施。该标准内容涵盖线上会议和展览的服务组织、服务人员、服务流程、服务内容、服务质量控制、服务评价与改进等方面的规范要求。

入选理由:《规范》的正式发布和实施,不仅有助于规范福建省线上会议和展览的服务与管理,引领带动福建省会展业加速数字化转型,还对全国会展业提高行业服务质量,实现线上线下双链融合发展提供了参照标准。

## 行业快讯

### 第133届广交会将全面恢复线下展

已向95万采购商发出邀请

本报讯 在1月28日举办的广州市高质量发展大会上,中国对外贸易中心主任储士家表示,第133届广交会拟于4月15日开幕,将全面恢复线下展。储士家表示,第133届广交会是党的二十大胜利召开后的首届广交会,也是我国疫情防控优化转段后超大规模国际经贸盛会,意义重大。

据介绍,第133届广交会拟全面恢复线下展,分三期举办,首次启用四期展馆,面积由过去的118万平方米扩大到150万平方米。目前,申请展位的企业超过4万家,线下展位预计从原来的6万个增加到近7万个,向行业龙头、品牌企业和创新企业倾斜;线上展允许所有符合条件企业参展,规模将再创新高。参展企业中,各类优质特色企业超5000家,其中国家级高新技术企业2632家,广交会品牌企业2074家,海关

AEO认证企业1292家,专精特新小巨人、制造业单项冠军共约500家。

在展区设置上,第133届广交会增设新题材,凸显贸易升级、产业进步、科技创新成果。第一期以电子家电、机械题材为重点,研究新设工业自动化及智能制造展区、新能源及智能网联汽车展区。第二、第三期以消费品、纺织服装、健康休闲为主,提升品质,体现消费升级和美好生活需要。扩大进口展规模,自第133届起从2万平方米逐步扩大到6万平方米,重点吸引世界500强和行业龙头企业参展。

储士家介绍,第133届广交会将开门广邀境外采购商,同时全面向境内采购商开放,已先期开启全球宣传推广,向95万境内外采购商、177家全球合作伙伴、224家驻外使领馆经商机构等发出参会邀请。(宗文)

## 地方特色展会

1月28日,呼和浩特市文化旅游广电局主办的“敕勒川伴手礼”获奖产品展览活动正式开展,40多家文旅企业的100多种、1000多款文创产品、非遗产品精彩亮相。

据了解,本次活动也是“2023年呼和浩特春节元宵节塞上老街非遗庙会系列活动”的一部分,此次展览的每一个参展作品,都立足呼和浩特地域文化特色,通过整合创新创意要素,以开阔的视野,展现出了丰富的想象力和创造力,体现了“文旅产业闹新春”的特色。

## 内蒙古举办“敕勒川伴手礼”获奖产品展

40多家文旅企业的100多种、1000多款产品精彩亮相

为促进文化创意产业与旅游、商贸深度融合,呼和浩特市文化旅游广电局已连续两年举办了“敕勒川伴手礼”“敕勒川文创设计”公益评选,2022年度全市40多家企业、设计机构积极报名参加,经过专家评选、网络公示等环节,评选出金奖产品20件,银奖产品30件,优秀奖产品68件。

本次活动展出的获奖产品,体现了有特色、有创意,小而精、小而美,易携

带、价位低、很实用的特点,是市民和游客喜欢的小礼物、小商品,体现了呼和浩特地域文化特色。

本次展出的文创悦礼、青城美味、生活文创、非遗文创、创意设计等文创物件是“敕勒川伴手礼”获奖的部分产品,贴近生活、接近市场。展会上,参展的40多家企业、商会还发起《文旅企业为“强首府”、提升“文化能级”做贡献做表率倡议书》,大家倡议:把城市精神立

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

带、价位低、很实用的特点,是市民和游客喜欢的小礼物、小商品,体现了呼和浩特地域文化特色。

本次展出的文创悦礼、青城美味、生活文创、非遗文创、创意设计等文创物件是“敕勒川伴手礼”获奖的部分产品,贴近生活、接近市场。展会上,参展的40多家企业、商会还发起《文旅企业为“强首府”、提升“文化能级”做贡献做表率倡议书》,大家倡议:把城市精神立

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。

助力产业通达全球  
用软件分析展商和买家适配度  
让合作几率最大化

起来,我们要善于利用“青城文脉”研发文创产品,把文博场馆用起来,我们要积极让“文创产品”走进文博场馆;把旅游景区串起来,我们要让“文创产品”为景区增加新时代鲜活的商品色彩;把“六大产业”集群做大做强,我们要用“文化的力量”为之赋能;爱青城、向未来,建设文明城市,我们要用“企业的力量”推动时代车轮。(北疆新闻)