

<https://doi.org/10.52288/mice.27069273.2021.09.05>

後疫情的“線上展會”分析—以廣交會為例 Analysis of the “Online Exhibition” after COVID-19—Take Canton Fair as an Example

劉洋^{1*}
Yang Liu

摘要

在 2020 年初新冠疫情的全面爆發之下，會展行業受到了重大的衝擊，會展的舉辦形式也發生了改變和創新，由線下轉移到了線上。線上展會在全球很多城市都有過成功舉辦的先例，但在我國還未成為主流，有個別發達城市勇於嘗試，還有的城市在摸索和試探的邊緣。在後疫情時代線上展會的發展能否順利，是否能完全取代線下展會，成為需要深入探討的問題。本文以廣交會為例來分析“線上展會”的發展潛力以及其特徵，結果顯示廣州的綜合實力不如北京和上海，但在三屆線上廣交會經驗的加持帶動下，也許可以轉型帶動其他展會向線上發展，實現反道超車，與北京和上海並肩齊驅。

關鍵詞：線上會展、廣交會、三大展區、後疫情時期

Abstract

With the full-scale outbreak of COVID-19 at the beginning of 2020, the exhibition industry has suffered a significant impact. The form of exhibition has also changed and innovated, shifting from offline to online. Online exhibitions have been successfully held in many cities around the world, but they have not yet become the mainstream in China. Some developed cities have the courage to try, while others are on the verge of exploring and testing. In the post-epidemic era, whether the development of online exhibition can be smooth and whether it can completely replace offline exhibition has become a problem to be discussed. This paper takes Canton Fair as an example to analyze the development potential and characteristics of online exhibition as well as problems existing in it. The results show that Guangzhou's comprehensive strength is no better than Beijing and Shanghai. Driven by the experience of the three online Canton Fairs, it may be possible for Guangzhou to transform and drive other exhibitions to online development, to achieve the reverse overtaking, and to surpass the level of Beijing and Shanghai.

Keywords: Online Exhibition, Canton Fair, The Three Areas, Post-epidemic Period

1. 前言

2019 年末新冠疫情的全面爆發對全球產生了巨大的衝擊，許多經濟貿易活動無法順利開展，這其中更包括了會展行業。由於會展一般都是在場館內進行，人流量

¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院國際經濟與貿易專業 1554025148@qq.com*通訊作者

大且密集，在疫情未得到控制前不可能進行聚集性的活動，因此許多大型會議以及展覽或者取消或者延後。會展經濟在經濟中發揮了重要作用，如何減輕疫情對於會展行業的衝擊成了一個難題；但順應互聯網時代而產生的虛擬會展，或稱線上會展，此時正好發揮它的價值。2020年4月3日，商務部辦公廳印發《關於創新展會服務模式培育展覽業發展新動能有關工作》²的通知中指出，要積極打造線上展會新平臺，推進展會業態創新，積極引導、動員和扶持企業舉辦線上展會，充分運用5G、VR/AR、大數據等現代信息技術手段，舉辦“雲展覽”。

以目前的形勢來看，發展線上會展已經成為了必然的趨勢，雖然線下會展不可能完全被替代，但線上會展有更多更大的優勢（吳霖影與楊國樑，2020）。縱觀全球，國外的線上會展明顯發展的更為完善和系統化，相比之下，我國線上會展相對落後，普及度低並且技術未臻發達。北上廣是我國最重要的三個展區，其中北京和上海的互聯網行業相對發達，資源和技術也更加完善。廣州相對北京和上海在整體會展業發展程度上稍嫌不足（楊國樑等，2020），但作為廣州會展代表的廣交會從2020年新冠疫情爆發以來，從傳統線下會展轉到線上會展，成效頗豐。當疫情隔開了城市，意味著突破疫情的線上展會能否帶動廣州會展業的蓬勃發展；而廣州能否依靠廣交會的轉型，媲美北京與上海。本文以廣交會為例，分析“線上展會”的發展潛力與特徵，以及當前線上展會仍存在的一些問題，為會展行業的新形式、新人才以及未來的發展提供經驗和啟示。

2. 線下會展

會展行業發展迅猛，在我國誕生如廣交會、華交會等重要展會，北上廣作為中國展覽業三大一線城市也頗具優勢，但不同的展區仍有優劣之分。

2.1 上海

作為國內會展產業集群最活躍的城市之一，上海擁有新國際博覽中心、光大會展中心、世貿商城、國際會議中心、世博展覽館等知名大型場館，室內展覽面積達到36.7萬平方米，附帶會議設施的星級酒店近300家；並且，在以這些場館為中心的區域，彙聚了大批會展企業和相當多的配套企業。據統計，在上海註冊的和會展有關的企業將近3,000家，其中主營會展業務的企業約700家，八成以上的為民營企業，在空間上逐步形成陸家嘴-花木會展區、世博園和沿延安路高架為軸心的東西向會展產業帶等產業集群區。上海每年舉辦的各類會議（論壇）超過1萬個，2020年上海市舉辦了550場會展，會議舉辦的規模和層次不斷提高。

上海所處的地理位置優勢，作為直轄市，它地處經濟發達、交通便捷的長三角地區，並且2020年上海GDP位於我國所有城市的榜首；同時，很多世界知名企業也紛紛落戶上海，這無疑為上海的會展行業提供了優良的基礎（盧曉，2012）。

2.2 北京

北京作為我國的首都，還是我國政治和文化的中心，擁有的資源優勢毋庸置疑。到2019年，北京的GDP達到了35,371億元，位居全國第二。北京市擁有多個大型國際會展中心，每年承辦的會展數量和質量都在不斷地攀升；與此同時，北京市政府高度重視會展業發展，扶持政策不斷落實，推動了會展業發展。2020年北京的辦展數量為89場，辦展總面積為178萬平方米。

² 國務院辦公廳（2020）。關於創新展會服務模式培育展覽業發展新動能有關工作的通知。

2.3 廣州

2020年，廣州市重點場館合計舉辦展覽575場，展覽總面積首次突破471萬平方米，辦展數量和面積均居全國第二位；其中，廣交會單展面積達到118萬平方米，居世界首位，每屆到會的境外採購商約20萬人，是名副其實的國際盛會。與此同時，廣州會展業的競爭力與展覽規模不斷攀升，躍居中國會展城市前茅，會展教育規模更穩居全國第一。從引進國際會展企業來看，與上海北京相比，只有極少數的國際著名會展服務公司，在廣州設立地區總部和辦事處，或組建新型會展企業集團。2018年中國共有16家外資組展企業，較2017年增加8家；7家外資組展企業辦展數量超過10個，較2017年增加6家。然而，統計的11家著名外資展覽企業在廣州設立地區總部和辦事處或組建新型會展企業集團的只有6家，而這些國際著名會展企業卻全部進駐了上海，與上海北京相比，廣州缺乏對國際著名會展企業的吸引力（莫岸華，2021）。

北京、上海、廣州三大城市都是我國的展覽業一線城市，在這幾個城市舉辦的展會無疑是高水平高質量的；但由於發展水平的不同，各個城市的競爭力也有高低之分。從表1顯示廣州雖然是三大展區之一，但展覽業發展綜合指數都劣於北京和上海，在線下展會上還存在著一定的差距。從《中國展覽數據統計報告》中的綜合發展指數可以看出，廣州在2014年~2016年間展覽業發展綜合指數稍優於北京，但在2017年後則落於北京之後，與上海更存在一定的差距。截至2020年為止，可以看出雖受疫情影響，北京與上海展覽業發展的優勢仍比廣州明顯。

表1. 2014~2020年京滬穗展覽業發展綜合指數

年份	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
上海	335.65	441.69	423.94	433.07	478.48	470.25	353.80
北京	184.40	195.99	220.44	236.63	306.70	253.38	185.70
廣州	189.21	230.49	224.49	213.42	232.70	237.70	160.30

資料來源：根據《中國展覽數據統計報告》整理所得

表2顯示廣州舉辦的展會介於北京與上海之間，但受疫情影響，上海辦展數量從2019年的1,043個大幅減少至2020年的550個，北京更是從2019年的330個大幅減少至2020年的89個；相較之下，廣州僅從2019年的690個微幅減少至2020年的575個。境外辦展數量則深受國際疫情影響，三個城市在2020年境外辦展幾乎停擺。辦展總面積亦是如此，2019年廣州辦展總面積相較2018年幾乎成長1倍，但在疫情嚴重衝擊下，2020年廣州辦展總面積僅為2019年的1/4，在三個城市中受創最為嚴重，更加顯示廣州線上展會的勢在必行。

從表3則顯示北京和上海獲得UFI認證的展覽個數優於廣州，其中上海幾乎為廣州的2至3倍；廣州在2019年後雖突破成為兩位數，但廣州的線下會展業與北京和上海無法同肩比較，想要趕超或許只能另闢蹊徑。在數字經濟逐漸崛起，全球進入新產業革命的大背景下，新冠肺炎疫情進一步推動了數字化賦能會展行業的轉型升級。廣交會雲會展連續3屆落地（127屆~129屆），既是全球風雲變局下倒逼創新之舉，亦是國家佈局實施產業互聯網的重要成果，會展數字經濟發展也成為城市間經濟競速的新賽場（張煌強與顧佩璿，2021）。

表2. 2014~2020年京滬穗舉辦會展數據一覽表

		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
舉辦展會 (個)	廣州	392	482	538	662	628	690	575
	北京	431	415	409	365	347	330	89
	上海	769	749	816	767	994	1,043	550
境外辦展數量 (場)	廣州	4	2	5	4	9	6	1
	北京	40	37	87	78	57	39	1
	上海	4	2	3	2	12	4	0
辦展總面積 (萬平方米)	廣州	859	862	896	976	1,020	1,942	471
	北京	561	520	634	596	641	580	178
	上海	1,279	1,512	1,605	1,689	1,906	1,942	1,108

資料來源：本文自行整理

表3. 2014~2020年京滬穗獲得UFI認證的展覽個數

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
廣州	8	7	7	8	8	11	10
北京	17	18	14	14	15	10	9
上海	20	21	20	18	20	22	25

資料來源：根據《中國展覽數據統計報告》整理所得

3. 線上會展

3.1 全球線上會展近況

全球線上會展的發展主要集中在歐美地區，因為歐美地區科技和經濟水平更加發達，有著先進的技術和人才，並且歐美國家的線上會展起步更早，發展到現在已經成為一條成熟的產業鏈，很多方面都比東南亞國家優異。歐美國家虛擬會展發展的特性包括了先進的科技展示方式、顯著的社會經濟效應、日趨完善的功能與服務等，十多年的發展使歐美國家的虛擬會展逐漸完善成熟；各國的會展企業採用虛擬現實等互聯網新興技術，借助已架構的網絡三維展示系統，設置各項互動環節，增強展覽效果的同時，溝通效率得到提高，節約大量社會資源，參與者和參展商都得到了嶄新的體驗。大多數企業習慣運用開展虛擬展會這一方式，向廣大用戶群體實時介紹其新產品，傳遞企業信息同時可以瞭解市場需求。

著名虛擬會展“Fair N Fair”的3D虛擬展覽平臺正式成立於2009年，也宣示著全球會展業正式步入3D時代。東南亞國家，尤其是發展中國家，線上會展的起步比較晚，雖然學習和借鑒了歐美國家的經驗，但仍然有許多的不足需要改進（吳霖影與楊國樑，2020）。

3.2 國內線上會展近況

國內的線上會展起步較晚，但是部分展會已經使用過這種形式並取得了成效。2018年11月，旨在配合慶祝改革開放四十周年在北京所舉辦的線下大型展覽，展覽的主辦方委託中央廣播電視總台以及中國網絡電視臺同步打造了線上展覽，打造足不出戶即可參觀、無落幕時間限制的展覽。2010年上海世博會主辦方所建立的網絡觀展平臺是經典案例之一，點擊世博會的網址，可以迅速鏈接到網絡世博會虛擬

網絡現場，觀看世博會的地圖展示，觀眾點擊鼠標選中自己感興趣的展區，拖動光標即可實現 360 度的實時瀏覽。虛擬會展在我國發展得十分迅速，但整體來說，發展水平仍然具有一定的上升空間。

縱覽舉辦過的或者舉辦在即的 VR、AR 展覽和各類峰會展，在傳統的線下會展融入虛擬元素正逐步常態化，會展業適應技術更新因此獲得了技術上的更新換代，與此同時也暴露出了一部分問題。虛擬會展還處於發展初期，無完整成功的模式可模仿借鑒，行業的領軍企業還未脫穎而出，目前虛擬會展更多地是將傳統會展搬到網絡上（肖霞等，2018）。

3.3 實現線上會展的基礎

想要實現線上會展，首先要擁有足夠大的互聯網網民基數。當互聯網的普及率都不夠高時，又何談“線上會展”一說？互聯網網民為線上會展提供了足夠的受眾群體；其次還要有優秀的互聯網企業，能夠做到精準定位目標市場與客戶，展開精準營銷，當互聯網企業發展的足夠成熟時，才能夠與會展行業進行合作。

在完善好技術架構方面，把信息處理部分、網絡展覽及交易部分以及VR虛擬現實技術運用好，利用大數據與雲計算等互聯網科技實現1+1>2的結果；緊接著離不開地方政府的大力支持，政府的政策無可否認會對線上會展帶來很大的影響，在政府的大力扶持下，線上會展能夠獲得相應的資金稅收優惠政策，節省了很多財力。很多政府機構也會選擇線上會展的放上，這無疑為線上會展的發展又增添了動力（耿健美，2010）。會展主辦方還要學會利用新技術手段，創新展會的運營管理模式，深度融合人工智能和大數據，綜合運用現代信息技術，推動會展服務模式創新。除此之外，還要培育複合型人才。據不完全數據統計，2010年會展專業人才崗位空缺與求職者的比例分別為上海10：1、北京8：1、廣州8：1，會展行業缺乏一些高素質的人才，也就是能夠同時兼顧線上線下的會展人才，高校可以在政府或者會展主辦方的合作下開設這些有關專業（樊蓉，2013）。

4. 廣交會分析

4.1 廣交會近況

廣州是我國會展業三大一線城市之一，廣州會展業具有較強的競爭力，位列全國前茅。中國進出口商品交易會即廣州交易會（簡稱廣交會），創辦於1957年春季，每年春秋兩季在廣州舉辦，距2020年已有64年歷史，是中國目前歷史最長、層次最高、規模最大、商品種類最全、到會客商最多、成交效果最好的綜合性國際貿易盛會。然而，2020年初的新冠疫情打破了以往的線下會展形式，為了應對疫情，廣交會決定以線上會展的方式來完成第127屆廣交會。

4.2 第127屆廣交會線上會展

廣交會從創立至今從未間斷過，因此2020年第127屆廣交會改為雲上廣交會，也就是線上廣交會，這是一次創新實驗，用全新的結構設計和流程再造。第127屆廣交會以廣交雲上、互利天下為主題，充分利用數字技術在雲端展示中外新產品，數十萬採購商和以百萬計的中國外貿產業人員能在24小時內不間斷進行網上洽談、在線簽約。此次廣交會還有直播模式，通過直播向採購商介紹產品；同時，還帶有實時翻譯以及回放功能，非常的人性化。

4.2.1 優點

在大數據以及互聯網的高速發展下，本次線上會展採用了在線洽談、在線簽約、直播推廣、實時翻譯等模式；同時平臺還提供回放功能，讓溝通更流暢和及時、展示更豐富、節省時間也提高效率。這一次的線上會展打破了傳統線下會展模式的約束，在時間和空間上有了質的飛躍。從時間上來說，線上展會是24小時全天候，數據可以保存到雲盤；從空間來說，互聯網空間可以無限延伸，不需要花費很多的時間金錢往返展會所在地。比起線下展會要租賃展地和搭建場地，耗費人力物力，線上展會相比起來就要便宜的多。線上展會的精准性也要高得多，如今的大數據分析技術已經日益成熟，通過數據分析可以得出展會的流量和展商的觀戰數據等，並對參展商的信息進行分析，這樣會得到更精準的服務（眭海霞等，2020）。

4.2.2 缺點

線上展會還不夠成熟，騰訊此次是首次大規模使用線上 B2B，因此在軟件的開發度與融合度上面還不夠完善，操作便利度不夠好，提示太過於單一以至於商家不能夠及時看到採購商的諮詢信息（張煌強與顧佩璿，2021）。分類直播比較簡單，以至於參展的客商沒辦法快速找到產品，所以他們的積極度會下降；同時，線下展會提供許多大型研討會，供大家交流和學習，促進了人與人之間的友誼，而線上展會在提供人情交流方面顯然處於劣勢。不管是在線翻譯，還是在線直播都需要專業的人才，然而這種線上展會此次是首次舉辦，工作人員的經驗明顯不足，導致效果不夠理想。線上展會對當地一些相關產業的經濟拉動效果不明顯，線下展會可以帶來人流量，文化與技術，拉動當地的旅遊業、交通運輸業、文化產業等發展，線上展會則相形見绌（眭海霞等，2020）。

4.2.3 未來廣交會的潛力分析

廣交會作為中國歷史最悠久的大型展會，不僅處在廣州這樣的發達城市，享受著卓越的資源，且已經有過數屆線上展會的舉辦經驗。從各方面的數據來看，廣交會在線下展會的舉辦方面與北京和上海有一定的差距，但廣州從第127屆線上廣交會截止至今，3屆線上廣交會都圓滿成功。第127屆廣交會的春季成交額達到了297億元美元，秋季達到了292億美元，全年成交額達到了590億美元。從採購商到會統計來看，自從2020年第127屆線上廣交會開始，一直保持著逐年遞增的趨勢。第129屆雲端廣交會剛剛落下帷幕，據統計，本次廣交會官網累計訪問量達到了3,538萬次，共有來自227個國家和地區的採購商註冊觀展，其特色如下：

首先，採購商人數穩步上升，商品的數量和種類也在增加，共有2.6萬家企業參展，上傳了超過276萬件產品，比上屆增加了29萬，新產品有84萬件，比上屆增加11萬件，智能產品11萬件，比上屆增加1萬件；其次，新理念新模式持續創新，雲展廳訪問量達到了687萬次，88萬人次觀看直播，平均每場觀看人次比上屆增加了28.6%，2,244家參展企業上傳了2,662個VR展位，訪問量超10萬人次；最後，新市場新需求的前景廣闊，1.2萬名境內採購商註冊觀展，發起即時溝通2,400次，達成意向訂單近2,000條。

新冠肺炎疫情還在持續，疊加生產成本上升、貨運不暢、技術壁壘提高等不利因素影響，海外貿易形勢仍具有不確定性。雲端廣交會不論是展會主辦方還是外貿企業，在貿易創新方面都下了更多的功夫，力拓更大的貿易空間。廣交會的價值在與創新服務中國與世界各國各地區的貿易合作，便利中外企業實現一站式貿易磋商

和採購，反映整個行業的發展趨勢，並提供全方面的服務。廣交會帶來的效應，對中國乃至全球的會展業的發展起了很大的帶動作用。未來，廣交會會更好地堅持為國家服務的戰略，不斷地優化服務並為廣大中外企業創造更大的價值。我們可以據此推測，未來的廣交會有可能會繼續以雲端展會的形式出現在視野中，通過這種方式的輻射效應帶動會展業及其相關產業的發展，從而帶動廣東省的發展（李前，2021）。

5. 結論

根據以上對北上廣三個城市的淺析可以看出，廣州的綜合實力雖不如北京和上海兩座城市，廣州的資源跟北京上海相比也處於劣勢，但在疫情下城市被分隔開來，廣州抓住這一次機會，在後疫情時代廣交會的線上展會已經成功舉辦3屆；廣交會三度登雲，為廣大參展的企業插上了“互聯網+”的翅膀。第129屆雲上廣交會也表現出不俗的戰績，對比前一屆有著很大的進步，儘管仍然有一些外在因素的阻礙，但廣州也許可以借用線下加線上雙線並行的方式，利用線上會展收穫熱度與人流量，利用線下會展收穫成交額。未來廣州線上會展的發展很大可能會處於增長的模式，廣州在線上會展的帶動下，也許可以發生轉型，帶動其他展會向線上發展；廣州在舉辦三屆線上廣交會經驗的加持下，可以帶動會展業以及相關產業的發展，也許會從這一方面實現反道超車，與北京和上海並肩。

參考文獻

1. 吳霖影、楊國樑（2020）。國內外虛擬會展發展現狀及可行性分析。會展前瞻，1(1)，38-59。
2. 楊國樑、陸燕玲、楊佳華、黃凱筵（2020）。從中國城市展覽業發展綜合指數看廈門會展競爭力。會展前瞻，1(2)，1-13。
3. 盧曉（2012）。上海會展產業集群競爭力研究。學術論壇，5，135-139。
4. 莫岸華（2021）。北京市會展業集聚水平實證研究。湖北工程學院學報，41(1)，84-90。
5. 張煌強、顧佩璿（2021）。會展數字化經濟模式轉型創新研究-以騰訊雲會展為例。商展經濟，9，5-8。
6. 肖霞、丁丁、呂光祖、陳靜靜、胡琦、潘峰（2018）。5G時代會展行業發展趨勢研究。智庫時代，154(38)，66+68。
7. 耿健美（2010）。我國虛擬會展業發展現狀及發展對策初探。科技信息，23，85+94。
8. 樊蓉（2013）。我國虛擬會展業的現狀與前景展望。商，9，206-206。
9. 眭海霞、諸丹、嶽培宇、張寅玲（2020）。後疫情時代“線上展會”對成都建設國際會展之都的經驗啟示-以第127屆廣交會為例。成都大學學報（社會科學版），6，36-42。
10. 李前（2021）。第129屆廣交會圓滿落幕。進出口經理人，6，74-75。

收稿日期：2021-06-24

責任編輯、校對：柯郁馨、周霖珊