



<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2020.01.14>

海上征程新丝路 New Silk Road on the Sea Journey

缪文静^{1*} 陆燕玲² 李家欣² 吴妍妍² 平晔²
Wen-Jing Miao Yan-Ling Lu Jia-Xin Li Yu-Yu Wu Yu Ping

1. 活动背景

海上丝绸之路，是古代中国与外国交通贸易和文化交往的海上通道，也称“海上陶瓷之路”和“海上香料之路”，打开了古代东西方的贸易文化交流通道，在较大程度上推动了沿线各国的共同发展，形成一股持续吹向全球的文明之风。

2013年，习近平总书记在访问东盟时提出了建设21世纪海上丝绸之路的战略构想，并在国际间得到了极高的关注度。为此，中国政府出台一系列相关举措，目的在于更好地构建“21世纪海上丝绸之路”。2015年福建被国务院定义为“21世纪海上丝绸之路核心区”。泉州作为古代丝绸之路的三大始发港之一和福建重要港口，核心区实施方案中把泉州定位为“21世纪海上丝绸之路先行区”，并得到各级政府高度重视和积极支持。

为响应习近平总书记的号召，发展21世纪新海上丝绸之路。半个世纪后的今天，旨在拓展经济发展空间，促进沿线国家共同繁荣的21世纪海上丝绸之路的战略构想，是二者在新时代下的融合与发展，为此次展会的举办提供了契机。决定在厦漳泉闽南金三角举办曾因海上丝绸之路而外销全球的茶叶、丝绸、香料、瓷器等展览会。

2. 活动主题

海上办展；海上丝绸之路；展会+旅游

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商学院本科生 1119276159@qq.com*通讯作者

² 厦门大学嘉庚学院国际商学院本科生

3. 目标群体

瓷器全国各地分销商、玻璃器皿全国各地分销商、丝绸及丝织品全国各地分销商、香熏全国各地分销商、茶叶及茶具全国各地分销商等对海丝文化及游轮游感兴趣的群体；愿意尝试体验“展会+旅游”模式的群体；厦漳泉及其周边地区旅游群体等。

4. 展会内容及概括

4.1 展会内容

会展名称：海上征程新丝路

办展时间：2020年6月20日-2020年6月23日

展会地点：海上会场：“歌诗达幸运号”游轮

陆地会场：泉州、厦门、漳州

办展机构：主办单位：福建省政府

承办单位：泉州市政府、厦门市政府、漳州市政府

协办单位：嘉环华集团歌诗达邮轮公司

展会内容：展会在游轮上举行，并设置包括泉州、厦门与漳州三个陆地展会点，以泉州为新丝路出发点的三角航线。展会为期三天，每天早上从泉州出发，一天内在固定的时间点在厦门与漳州停泊，参与活动的人群在停泊期间可参加陆地上的展会，也可在游轮上进行系列活动，晚上邮轮回航。

4.2 展会概括

展会有海上主会场和陆地分会场两大举办场地。

海上主会场：通过对邮轮现有空间资源合理利用，将海上主会场分为不同功能分区，其中有展品展示区、VR寻宝探险区、亲子乐园等。

陆地分会场：设有泉州、漳州、厦门三个会场，泉州打造茶艺品鉴会场，漳州举办瓷器交流盛会，厦门推出丝绸香薰艺术展。

泉州茶艺品鉴会：

全国各地有名的绿茶、红茶、乌龙茶、白茶、黄茶、黑茶等；参展的茶叶分为一般和上等。茶具类：煮茶器、冲茶具、紫砂、根雕、竹木、金属等及其他附属茶器。

漳州瓷器交流盛会：

日用陶瓷的碟、碗、杯、盘；艺术陶瓷的器皿、雕塑、壁画、陶艺；建筑陶瓷的卫生、洁具、墙砖、地砖和高科技陶瓷材料陶瓷产品等。

厦门丝绸香薰艺术展：

丝绸服装服饰、刺绣、缂丝、丝绸工艺品等以及香薰挂件、香水摆件、无火香薰摆件、香薰灯、香薰炉、DIY香薰饰品。

5. 活动内容

5.1 海上主会场

海上会场分为“海上丝绸之路历史印记”和“休闲娱乐”两大主题，传播古代带给人类历史上文明交流、互鉴、共存的典范，并且在展馆中采用扫码讲解，以便观众更易理解。海上丝绸之路历史印记主题划分为以下几个展馆：

【海上丝绸之路的历史展馆】主要介绍海上丝绸是古代中国与外国交通贸易和文化交往的海上通道，也称“海上陶瓷之路”和“海上香料之路”，以及各个航线和主要港口的组成，和海上丝绸之路从先秦一直到明清时期经历的繁荣鼎盛和衰败。

【海上丝绸之路主要航线展馆】采用三维技术、流媒体技术、虚拟成像技术等高科技信息技术形式，展出 3D 版《海上丝绸之路航线》，以动画的形式让人们感受海上丝绸之路的跨度。

【海上丝绸之路进出口物品展示】自中国出发之货物主要以丝绸、茶、瓷器、金、银、书籍等，以及琉璃、猫眼石、明珠、象牙、香料、金银、宝石、水晶、玛瑙、琥珀、骆驼皮、乳香、没药、安息香、沉香、檀香、芦荟、胡椒、温纳齐等，选其一部分进行展示，让观众以实物形式更加清楚的了解海上丝绸之路。

休闲娱乐主题划分为以下几个展馆：

【VR 寻宝体验馆】划分部分游轮场地作为寻宝区域，结合“海上丝绸之路”历史特点将其分别布置，利用书籍、摆件等历史线索设立不同关卡，VR 设备设置在部分寻宝关卡中，用于寻找线索，给参展观众带来享乐虚拟实境的刺激体验。让参展观众联系历史并利用所找线索破除重重关卡，让观众既享受探险的乐趣也对这段历史进行更深入的了解。

实施细则：寻宝活动每 3 个小时开展一次，每一次时长为 1 小时，设有三条不同闯关路线，每条路线每个时段限额 300 人，若闯关成功则能获得相应奖品如：瓷器、画卷等，即使闯关失败，也能获得一次非凡的闯关体验。

【亲子互动馆】此环节着重提升家庭氛围，游戏的形式注重相互配合，家长能自然而然地引发孩子智能的发展。设计的游戏应让儿童主动寻求家长的配合，给每一组家庭分发一组图文并茂的丝绸之路小卡片，卡片上印有青金石、瓷器等图像并配有介绍文字。孩子们根据卡片内容找到乐园中相应物品进行搜查，旨在给父母提供陪伴孩子的空间之余，实现寓教于乐的效果。

【7D 电影体验馆】让观众看自己喜爱的电影同时，提供海上丝绸之路动感 7D 体验，集合声、光、影、水、雾、烟，地震来时的强烈晃动，山崩到时的灭顶之感，通过传感、光感、震动摇晃的使用等等变得真真切切，再加上五维度场景的包揽，立刻将观看者引入了其中，看电影变成经历了一场电影般的生活体验。

【游轮歌舞会】夜幕降临之时，游轮上举办盛大的歌舞会，提供服装、音乐、舞台、妆容，人们载歌载舞还可以享受聚会美食及美酒。

5.2 陆地分会场

【泉州茶艺品鉴会】

举办地点：泉州丝路文化艺术展览馆

展会介绍：

泉州是福建乃至全国的乌龙茶主产区，有 1,000 多年的产茶历史，拥有安溪铁观音、本山茶、黄旦茶、毛蟹茶和永春佛手茶等茶叶品种。近年来泉州茶产业发展已经取得了一定成绩，尤其是打响了“铁观音”这一茶叶品牌，带动了地方经济发展，仅安

溪一县全县 100 万农民中就有 80 万人受益于茶产业。且泉州作为古代“海上丝绸之路”的起点城市，既是古代“海上丝绸之路”重要的发祥地，又是主要港口中心城市。今天，推进“21 世纪海上丝绸之路”经贸合作，为泉州提供了千载难逢的发展契机，搭建了沟通协作平台。

泉州市政府及各茶产区政府都十分重视泉州茶文化的发展。在泉州举办茶博会，联系闽南一带安溪铁观音、大红袍等的有名茶商参加本次博览会，利用泉州悠久的茶文化历史及相关政策，在泉州举办茶展。邀请全国有名茶叶品牌、茶商、茶叶爱好者参加这次茶展。在展销茶的同时，做相关茶文化的普及及相关工艺品的展示。

参展范围：

茶叶产品：红茶、黑茶、白茶、乌龙茶、绿茶、黄茶、再生茶类（花草茶、浓缩茶等）

茶器产品：瓷器（白青黑）、陶土、玻璃、竹木、漆器、金属、茶盘、煮茶器等

茶叶包装：木盒纸盒、竹木纸袋、原料配件、设计印刷、金属制罐等

加工机械：包装、色选、贮藏、种植、杀青、检测等

茶衍生品：茶保健品、茶食、茶饮料等

茶空间：茶生活空间、茶文化空间、茶馆配套、茶空间装饰等

【厦门丝绸香薰艺术展】

举办地点：厦门国际会展中心

展会内容：

泉州、漳州是古代丝绸之路的起点，而厦门就是古丝路的枢纽。福建省一直处在中国对外开放的前沿，厦门是中国最早批准设立的四个经济特区之一。当前中国政府明确福建省、厦门市分别为 21 世纪海上丝绸之路的核心区和战略支点城市，可以预见厦门省将在中国对外开放格局中扮演更加重要的角色。

本次会展在厦门国际会展中心设立“丝绸博览会”以及“香料展览会”两个分会馆：

(1) 丝绸博览会-联合苏州绣房对宋明清时代的时兴丝绸进行展示，介绍当时朝代的文化，并招揽国内各大绸缎商参加本次会展，吸引海内外买家进行销售。

丝绸展销范围：

丝绸服装服饰、特色面料、高级定制；刺绣、缂丝、丝绸工艺品；文化创意、非遗类产品；丝巾、丝绸婚纱、家纺产品

(2) 香料展览会-香料在古海上丝绸之路上是中国和世界交换文化的特殊物品。起初，香料是从马鲁古群岛通过海路运到中国，再取道丝绸之路运到欧洲。对欧洲人来说，香料最主要的用途是作为调料品、制作香水药品、参与宗教仪式，也正是因为对香料的追寻，哥伦布发现了美洲。香料在古代海上丝绸之路上的价值较高，本次香料展邀请国内外香料商，在宣扬国内外香料文化的同时，为各大企业提供优质香料获取途径。

香料展销范围：

香料-天然香料、合成香料、松节油合成香料、植物提取物、香精香料中间体、医药中间体等

香精-应用于清新剂、洗涤、牙膏、化妆品、染护发、香波、皂用、蜡烛工艺、蚊香、染料、塑料、制药、橡胶等行业

精油、纯露、香薰-美容美体精油、足疗精油、纯露、各种香水、药用油、各类

植物精油、香熏系列等

食用及药用香料香精-应用于食品饮料、添加剂、糖果、烟酒、乳制品、烘焙、配料等；药用原料、药用油、香料和医药中间体、香料精细化工等

相关生产加工设备-蒸馏设备、萃取设备、提取浓缩设备等

【漳州瓷器交流盛会】

举办地点：漳州市东山县展览馆

展会内容：

在整个海上丝绸之路的运输线上，瓷器为最具代表性的货物品类。漳州也是古丝绸之路的起点之一，在明清时代，漳州窑作为主要外销瓷器窑址，曾通过海上丝绸之路远销海外。漳州现也存有南靖东溪窑遗址、平和南胜窑址两大海上丝绸之路申遗点。

选择漳州作为本次新海丝路的瓷器会展地，希望通过漳州窑出土的瓷器来宣扬闽南一带的瓷文化。本次会展将展示明清时期外销各国出土的相关瓷器，也会联合其他地区的瓷器商对现代艺术瓷进行展示销售。

瓷器参展范围：

陶瓷艺术作品创作的机构、代理商及其陶瓷艺术作品

艺术陶瓷、紫砂、陶艺、陶瓷艺术品、艺术家绘瓷作品、高端礼品瓷、陶瓷工艺礼品、琉璃

陶瓷用品生产、研究、设计制作的机构和经销商，及其最新创意设计的日用、工业等具有引领潮流审美价值的陶瓷作品

6. 活动时间安排

6.1 海上主会场

活动名称	活动时间	活动地点
VR 寻宝探险	2020年6月20日—23日定时开放	10-12层
亲子互动	2020年6月20日—23日	12层
各系列展馆	2020年6月20日—23日全天开放	整艘邮轮
扫码智能讲解	展会全程	整艘邮轮及陆地展区
7D 电影体验馆	2020年6月20日—23日定时开放	3、4、5层雷克斯大剧院
舞会	2020年6月20日—23日晚间开放	5层康特凡蒂歌舞厅

6.2 陆地分会场

活动名称	活动时间	活动地点
泉州茶艺品鉴会	2020年6月20日 10:00- 2020年6月23日 19:00	泉州丝路文化艺术展览馆
厦门丝绸香薰艺术展	2020年6月20日 10:00- 2020年6月23日 17:00	厦门国际会展中心
漳州瓷器交流盛会	2020年6月20日 10:00- 2020年6月23日 17:00	漳州市东山县展览馆

7. 立项风险及对应措施

7.1 人数受限应合理定位-

因场地可容纳人数限制,可能会形成供不应求的局面,对此将进行各种市场调查,通过数据分析进行招展招商工作,将目标人群定位为能接受船票价位且愿意尝试体验这种新兴展会模式的群体,并合理利用各种媒介进行展会宣传,以实现供需平衡。

7.2 出游观展应保障安全-

参展观众在乘邮轮参展时可能出现晕船反应,此外,邮轮由于长时间在海上航行,可能遇上人力不可抗衡的自然因素,对此应在出行前进行大量天气预估,若天气不佳,则根据具体情况合理调整出行时间;船上并应提供足够晕船药并设有医务室,以规避安全隐患。

7.3 物流运输做到实时监控-

物资的运输、安装、交通等方面要积极做好物流运输的各种应对预案,随时监控场地,杜绝潜在隐患。

7.4 突发事故应防患未然-

包括突发事故和上船人流量的信息预测、参展商资料数据保护等,做好风险预案,在展会前期组建内部危机管理机构,建立危险预警机制;展会期间进行风险评估并启动风险处理预案,展会结束后由恢复导向发展。

7.5 招展数量未达招展指标时-

根据实际情况扩大招展地区范围,适当降低入展门槛,加大宣传力度,增强展会品牌影响力。给予参展商更多的实际优惠,在展位价格上适当做出调整,优化展位配置,使展位设置更加具有吸引力。

7.6 招展进度未达到预期时-

在做招展准备工作之前,明确分工,制定细致的招展工作推进表,严格按照既定进度推进,招展时积极完成招展指标。

8. 招商方案

招商时间:2019年10月15日-2020年5月20日

招商范围:瓷器全国各地分销商、香熏全国各地分销商、茶叶及茶具全国各地分销商等

招商进度计划:2019年10月20日-2020年5月10日,招商筹备阶段建立招商机制,基本完成对招商资料的准备、招商市场的分析等前期工作;主力招商阶段确定目标主力招商对象;在完成以上任务阶段之后进行全面招商。

实地招商:针对重点目标群体,主办方委派工作人员到目标招商区域与目标群体进行实地洽谈。2020年5月20日,确定最终名单,并录入名单,寄发参展指南。

招商方式:

官方网站宣传-借助海上宣传片以及网络媒体,在主办方的官方网站上发布招商信息,参展观众可直接通过官方平台进行注册。

新闻媒体报导—通过相关网络媒介、报纸、新闻媒体等工具推送和报导招商信息。

网络邮件联系—通过网络邮件联系普通观众，以此吸引其参展。

项目会议推广—通过举办项目招商发布会，项目推介洽谈会，使潜在目标观众深入了解此次展会。

招商注意事项：

拓宽招商途径—采取线上线下双重形式进行招商，借助国内知名权威招商网站以及其他权威媒体平台。

赞助金额总数未达标—增设赞助商的数量，灵活调整赞助商的赞助金额标准。

赞助商数量未达标—调宽赞助标准限制，主办方积极与预备赞助商联系，协调各方利益。

会场广告位价格

邮轮进门处两侧：2m×6m	10,000 元/m ² /年
邮轮玻璃幕墙处：2m×3m	10,000 元/m ² /年
邮轮电梯内部：2m×3m	9,000 元/m ² /年
邮轮内部通道：2m×3m	9,000 元/m ² /年
展会手册广告：5,000 元/年	

9. 参展门票

9.1 针对既参观海上主会场也参观陆地分会场的观众

由于本次展会航线灵活，参展观众可自行选择出行路线，不同路线分别对应不同的船票价格。

泉州—漳州—厦门	2,000 元	（往返，包括陆地分会场门票）
厦门—泉州	1,000 元	（单程，包括陆地分会场门票）
漳州—厦门	700 元	（单程，包括陆地分会场门票）
泉州—漳州	900 元	（单程，包括陆地分会场门票）

9.2 针对只参观陆地分会场的观众

考虑到观众所在地域及其闲暇时间的受限性，本次展会单独售卖陆地分会场门票。

泉州—120 元
漳州—100 元
厦门—80 元

10. 预算及收入

预算项目	单价	数量	金额
场馆费用			
邮轮租赁	/	1期	800,000
油耗	3,000/吨	150吨	1,800,000
展位搭建	/	/	300,000
人工布景	/	/	50,000
陆地布展	/	/	4,000,000
宣传推广			
展会传单		20,000张	2,000
公交，地铁站牌	2,500/个	20个	50,000

户外广告	/	16个	360,000
新闻媒体宣传	/	/	350,000
网络媒体推广	/	/	300,000
报纸宣传	16,000	7	112,000
创建官网官微及维护	/	/	80,000
现场管理			
工作人员培训费用	5,000		5,000
VR 设备租赁	/	15*4	邮轮自带，旅行社提供
LED 液晶屏	/	5*4	邮轮自带，旅行社提供
杂物费			
办公费	/	/	15,000
工作人员餐饮	100/天/人	300*3	90,000
演出劳务费	/	/	30,000
相关活动			
舞台搭建	/	3	邮轮自带，旅行社提供
音响设备	/	5	邮轮自带
其他相关费用	/	/	50,000
不可预见费用：100,000			
总计：8,494,000			

收入项目		数量	资金	备注
展位租赁费/会期		100 (标准展位)	300,000	陆地会场
		30 (特装展)	60,000	
		/	700,000	海上会场/m ²
广告位	邮轮登船口两侧 10,000/会期	20	200,000	包括邮轮及陆地
	邮轮内 10,000/m ² /会期	16	160,000	
	摆渡车内 1,000/会期	5	5,000	
	展会手册广告 5,000/会期	40	200,000	
	展馆入口处两侧 1,000/会期	2	2,000	
	展馆展位旁边 800/会期	6	4,800	
赞助商	100,000	10	1,000,000	显著位置 广告位10m ² 。
	200,000	5	1,000,000	展会相关的宣传媒体、展会会刊、展会网站上予以发布
	300,000	3	900,000	安排产品介绍会
	500,000	1	500,000	独家冠名

基础船票收入	2,000(具体收入视票价类别浮动)	3,400	6,800,000	
预估陆地会场收入	厦漳泉陆地会场	3,000	300,000	
收入总计：10,421,800				

11. 环境分析

11.1 SWOT 分析

S 优势： 1. 展品具有地域优势 2. 会展跨域大、涉猎广 3. 会展模式新颖特殊 4. 互动性、体验感强 5. 可吸引各式各样的参与者	W 劣势： 1. 花费精力、成本较高 2. 展会行程较多 3. 模式架构尚不成熟
O 机会： 1. 与国家政策相结合 2. 贴合文化开展，同时属于文化相关展览 3. 可为相关企业提供机会（海上展馆） 4. 增加参展者旅游机会	T 威胁： 1. 存在可复制性 2. 存在技术问题 3. 环境不确定性较高（天气因素）

11.2 政治环境分析

2015年3月28日推出《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，继续发挥沿线各国区域、次区域相关国际论坛、展会以及博亚洲论坛、中国-东盟博览会、中国-亚欧博览会等平台的建设性作用，支持办好丝绸之路（敦煌）国际文化博览会、丝绸之路国际电影节和图书展。

泉州是丝绸之路的起点，泉州的自然风光、文化环境、历史积淀、人文特色具有强大的潜在吸引力，泉州市的会展业在政策的支持下具有很大的发展空间。此外，福建的对台优势随着海峡西岸经济区概念的提出，变得越来越明显。从闽台关系上来看，双方有着地缘近、血缘亲、文缘深、商缘广、法缘久的历史渊源，2009年国务院公布了《关于支持福建省加快建设海峡西岸经济区的若干意见》，标志着海峡西岸经济区正式进入国家战略支持的重点区域。从政治地缘上来看，泉州不仅是海峡西岸重要枢纽城市，同时也是全国综合配套改革试点城市之一。近几年来，随着一批工业项目的投入建设，泉州的软、硬件设施逐渐完善，发展潜力日益明显，受到各界投资者的关注，由此可见，目前的政治环境为发展泉州会展业提供了较为有利的条件。

11.3 经济环境分析

2018年，我国出国举办展（博）览会增速虽然放缓，但整体规模依然保持增长态势，参展数量不断增多，展览面积稳步增长，参展企业数逐渐提升。展览业作为一个产业，有自身的一套运作模式和方法，其发展有规律可循。展览业既是经济的晴雨表，同时也是经济发展、社会发展的助推器，经济发展的好坏，从展会的情况上便可明显看出。发展会展业有利于带动我省相关产业乃至整个经济的更大发展，有利于提升企业应对国内外经济发展态势的竞争能力，有利于刺激消费、扩大内需、增加有效社会购买力。

11.4 社会环境分析

泉州是福建乃至全国的乌龙茶主产区，有1,000多年的产茶历史，泉州、漳州是古代丝绸之路的起点，而厦门就是古丝路的枢纽。福建省一直处在中国对外开放的前沿，厦门是中国最早批准设立的四个经济特区之一；漳州也是古丝绸之路的起点之一，在明清时代，漳州窑作为主要外销瓷器窑址，曾通过海上丝绸之路远销海外。

11.5 技术环境分析

据《中国互联网络发展状况统计报告(第43次)》数据显示，截至2018年12月，我国网民规模为8.29亿，互联网普及率达59.6%。随着网络的发展和信息技术在商业领域的广泛应用，网络成为现代技术中人们进行交流的重要平台，将会展活动电子化、网络化。对于企业而言，基于因特网的网上采购、竞拍、拍卖、采购管理、客户关系管理、产品营销过程管理等，使得他们得以突破商务活动在时空上的限制，基于电子商务的网络会展平台提供的视频会议、互动的产品展示、客户定制化促销、现场参观、订单管理、电子支付等功能和服务正日趋完善，更能提高会展业的管理效率和服务质量。

12. 展会亮点

12.1 海陆结合

打破传统办展形式，将展会主场地由陆地传统展馆移至海上游轮，形成一个“移动空间”，具有陆地展会所不具有的动态性；选取泉州、漳州、厦门作为具有特色的站点，在每一次停靠的站点设有相对应的陆地展点。

12.2 游学结合

将邮轮VR体验区作为寻宝探险区域，将这段历史的相关物件作为寻宝线索，穿插在整个寻宝过程中，使展品融入配套活动，配套活动为展品服务，最终实现展品与配套活动相互作用。

12.3 中西结合

此次展会采取中西结合的方式，展品选取海上丝绸之路时期具有代表性的中西商品，使观众在参展过程中寻求其和而不同的内涵。

12.4 “展旅”结合

此次展会以常展的模式在邮轮上举办，具有旅游特性，形成一种“在观展时旅游，在旅游中参展”的模式，最终形成以展会带动旅游、以旅游完善展会的互动互惠的发展新局面。

13. 办展后续效益

13.1 丰富展会信息功能

展会是行业和市场信息的重要集散地，参加展会的目的就是为了收集和发布各种有用的信息，举办与展会相关的各种活动，与会的专家、学者和行业专业人士能将大量的最新信息带来给会场听众，这种活动极大地丰富了会展信息积聚和传播的功能。

13.2 拓展展会的展示功能

展会是企业产品和形象的展示台，是企业树立和强化企业和产品品牌的重要渠道，

在展会期间举办产品展示会、有关表演和比赛，能很好地拓展展会的展示功能，使观众对产品产生深刻的印象。

13.3 强化展会的发布功能

展会是行业人士集聚之地，信息传播快并具有一定的权威性，在展会上发布新产品，可以产生巨大的影响。

13.4 延伸展会的贸易功能

参展商参展的目的之一是促使贸易成交或寻找合适的供应商。展会首先是一个重要的贸易平台，展会相关活动（如产品订货会、产品推介会、项目招标会等）延伸了展会的贸易功能，吸引更多的潜在观众，增加地区知名度。

收稿时间：2019-10-22
责任编辑、校对：程萌、刘舒霖