

后疫情的“线上展会”分析—以广交会为例 Analysis of the “Online Exhibition” after COVID-19—Take Canton Fair as an Example

刘洋^{1*}
Yang Liu

摘要

在 2020 年初新冠疫情的全面爆发之下，会展行业受到了重大的冲击，会展的举办形式也发生了改变和创新，由线下转移到了线上。线上展会在全球很多城市都有过成功举办的先例，但在我国还未成为主流，有个别发达城市勇于尝试，还有的城市在摸索和试探的边缘。在后疫情时代线上展会的发展能否顺利，是否能完全取代线下展会，成为需要深入探讨的问题。本文以广交会为例来分析“线上展会”的发展潜力以及其特征，结果显示广州的综合实力不如北京和上海，但在三届线上广交会经验的加持带动下，也许可以转型带动其他展会向线上发展，实现反道超车，与北京和上海并肩齐驱。

关键词：线上会展、广交会、三大展区、后疫情时期

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发对全球产生了巨大的冲击，许多经济贸易活动无法顺利开展，这其中更包括了会展行业。由于会展一般都是在场馆内进行，人流量

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院国际经济与贸易专业 1554025148@qq.com*通讯作者

大且密集，在疫情未得到控制前不可能进行聚集性的活动，因此许多大型会议以及展览或者取消或者延后。会展经济在经济中发挥了重要作用，如何减轻疫情对于会展行业的冲击成了一个难题；但顺应互联网时代而产生的虚拟会展，或称线上会展，此时正好发挥它的价值。2020年4月3日，商务部办公厅印发《关于创新展会服务模式培育展览业发展新动能有关工作》²的通知中指出，要积极打造线上展会新平台，推进展会业态创新，积极引导、动员和扶持企业举办线上展会，充分运用5G、VR/AR、大数据等现代信息技术手段，举办“云展览”。

以目前的形势来看，发展线上会展已经成为了必然的趋势，虽然线下会展不可能完全被替代，但线上会展有更多更大的优势（吴霖影与杨国梁，2020）。纵观全球，国外的线上会展明显发展的更为完善和系统化，相比之下，我国线上会展相对落后，普及度低并且技术未臻发达。北上广是我国最重要的三个展区，其中北京和上海的互联网行业相对发达，资源和技术也更加完善。广州相对北京和上海在整体会展业发展程度上稍嫌不足（杨国梁等，2020），但作为广州会展代表的广交会从2020年新冠疫情爆发以来，从传统线下会展转到线上会展，成效颇丰。当疫情隔开了城市，意味着突破疫情的线上展会能否带动广州会展业的蓬勃发展；而广州能否依靠广交会的转型，媲美北京与上海。本文以广交会为例，分析“线上展会”的发展潜力与特征，以及当前线上展会仍存在的一些问题，为会展行业的新形式、新人才以及未来的发展提供经验和启示。

2. 线下会展

会展行业发展迅猛，在我国诞生如广交会、华交会等重要展会，北上广作为中国展览业三大一线城市也颇具优势，但不同的展区仍有优劣之分。

2.1 上海

作为国内会展产业集群最活跃的城市之一，上海拥有新国际博览中心、光大会展中心、世贸商城、国际会议中心、世博展览馆等知名大型场馆，室内展览面积达到36.7万平方米，附带会议设施的星级酒店近300家；并且，在以这些场馆为中心的区域，汇聚了大批会展企业和相当多的配套企业。据统计，在上海注册的和会展有关的企业将近3,000家，其中主营会展业务的企业约700家，八成以上的为民营企业，在空间上逐步形成陆家嘴-花木会展区、世博园和沿延安路高架为轴心的东西向会展产业带等产业集群区。上海每年举办的各类会议（论坛）超过1万个，2020年上海市举办了550场会展，会议举办的规模和层次不断提高。

上海所处的地理位置优势，作为直辖市，它地处经济发达、交通便捷的长三角地区，并且2020年上海GDP位于我国所有城市的榜首；同时，很多世界知名企业也纷纷落户上海，这无疑为上海的会展行业提供了优良的基础（卢晓，2012）。

2.2 北京

北京作为我国的首都，还是我国政治和文化的中心，拥有的资源优势毋庸置疑。到2019年，北京的GDP达到了35,371亿元，位居全国第二。北京市拥有多个大型国际会展中心，每年承办的会展数量和质量都在不断地攀升；与此同时，北京市政府高度重视会展业发展，扶持政策不断落实，推动了会展业发展。2020年北京的办展数量为89场，办展总面积为178万平方米。

² 国务院办公厅（2020）。关于创新展会服务模式培育展览业发展新动能有关工作的通知。

2.3 广州

2020年，广州市重点场馆合计举办展览575场，展览总面积首次突破471万平方米，办展数量和面积均居全国第二位；其中，广交会单展面积达到118万平方米，居世界首位，每届到会的境外采购商约20万人，是名副其实的国际盛会。与此同时，广州会展业的竞争力与展览规模不断攀升，跃居中国会展城市前茅，会展教育规模更稳居全国第一。从引进国际会展企业来看，与上海北京相比，只有极少数的国际著名会展服务公司，在广州设立地区总部和办事处，或组建新型会展企业集团。2018年中国共有16家外资组展企业，较2017年增加8家；7家外资组展企业办展数量超过10个，较2017年增加6家。然而，统计的11家著名外资展览企业在广州设立地区总部和办事处或组建新型会展企业集团的只有6家，而这些国际著名会展企业却全部进驻了上海，与上海北京相比，广州缺乏对国际著名会展企业的吸引力（莫岸华，2021）。

北京、上海、广州三大城市都是我国的展览业一线城市，在这几个城市举办的展会无疑是高水平高质量的；但由于发展水平的不同，各个城市的竞争力也有高低之分。从表1显示广州虽然是三大展区之一，但展览业发展综合指数都劣于北京和上海，在线下展会上还存在着一定的差距。从《中国展览数据统计报告》中的综合发展指数可以看出，广州在2014年~2016年间展览业发展综合指数稍优于北京，但在2017年后则落于北京之后，与上海更存在一定的差距。截至2020年为止，可以看出虽受疫情影响，北京与上海展览业发展的优势仍比广州明显。

表1. 2014~2020年京沪穗展览业发展综合指数

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
广州	189.21	230.49	224.49	213.42	232.70	237.70	160.30

资料来源：根据《中国展览数据统计报告》整理所得

表2显示广州举办的展会介于北京与上海之间，但受疫情影响，上海办展数量从2019年的1,043个大幅减少至2020年的550个，北京更是从2019年的330个大幅减少至2020年的89个；相较之下，广州仅从2019年的690个微幅减少至2020年的575个。境外办展数量则深受国际疫情影响，三个城市在2020年境外办展几乎停摆。办展总面积亦是如此，2019年广州办展总面积相较2018年几乎成长1倍，但在疫情严重冲击下，2020年广州办展总面积仅为2019年的1/4，在三个城市中受创最为严重，更加显示广州线上展会的势在必行。

从表3则显示北京和上海获得UFI认证的展览个数优于广州，其中上海几乎为广州的2至3倍；广州在2019年后虽突破成为两位数，但广州的线下会展业与北京和上海无法同肩比较，想要赶超或许只能另辟蹊径。在数字经济逐渐崛起，全球进入新产业革命的大背景下，新冠肺炎疫情进一步推动了数字化赋能会展行业的转型升级。广交会云会展连续3届落地（127届~129届），既是全球风云变局下倒逼创新之举，亦是国家布局实施产业互联网的重要成果，会展数字经济发展也成为城市间经济竞速的新赛场（张煌强与顾佩璇，2021）。

表2. 2014~2020年京沪穗举办会展数据一览表

		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
举办展会 (个)	广州	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
境外办展数量 (场)	广州	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
办展总面积 (万平方米)	广州	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

资料来源：本文自行整理

表3. 2014~2020年京沪穗获得UFI认证的展览个数

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
广州	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

资料来源：根据《中国展览数据统计报告》整理所得

3. 线上会展

3.1 全球线上会展近况

全球线上会展的发展主要集中在欧美地区，因为欧美地区科技 和经济水平更加发达，有着先进的技术和人才，并且欧美国家的线上会展起步更早，发展到现在已经成为一条成熟的产业链，很多方面都比东南亚国家优异。欧美国家虚拟会展发展的特性包括了先进的科技展示方式、显著的社会经济效应、日趋完善的功能与服务等，十多年的发展使欧美国家的虚拟会展逐渐完善成熟；各国的会展企业采用虚拟现实等互联网新兴技术，借助已架构的网络三维展示系统，设置各项互动环节，增强展览效果的同时，沟通效率得到提高，节约大量社会资源，参与者和参展商都得到了崭新的体验。大多数企业习惯运用开展虚拟展会这一方式，向广大用户群体实时介绍其新产品，传递企业信息同时可以了解市场需求。

著名虚拟会展“Fair N Fair”的 3D 虚拟展览平台正式成立于 2009 年，也宣示着全球会展业正式步入 3D 时代。东南亚国家，尤其是发展中国家，线上会展的起步比较晚，虽然学习和借鉴了欧美国家的经验，但仍然有许多的不足需要改进（吴霖影与杨国梁，2020）。

3.2 国内线上会展近况

国内的线上会展起步较晚，但是部分展会已经使用过这种形式并取得了成效。2018 年 11 月，旨在配合庆祝改革开放四十周年在北京所举办的线下大型展览，展览的主办方委托中央广播电视总台以及中国网络电视台同步打造了线上展览，打造足不出户即可参观、无落幕时间限制的展览。2010 年上海世博会主办方所建立的网络观展平台是经典案例之一，点击世博会的网址，可以迅速链接到网络世博会虚拟

网络现场，观看世博会的地图展示，观众点击鼠标选中自己感兴趣的展区，拖动光标即可实现 360 度的实时浏览。虚拟会展在我国发展得十分迅速，但整体来说，发展水平仍然具有一定的上升空间。

纵览举办过的或者举办在即的 VR、AR 展览和各类峰会展，在传统的线下会展融入虚拟元素正逐步常态化，会展业适应技术更新因此获得了技术上的更新换代，与此同时也暴露出了一部分问题。虚拟会展还处于发展初期，无完整成功的模式可模仿借鉴，行业的领军企业还未脱颖而出，目前虚拟会展更多地是将传统会展搬到网络上（肖霞等，2018）。

3.3 实现线上会展的基础

想要实现线上会展，首先要拥有足够大的互联网网民基数。当互联网的普及率都不够高时，又何谈“线上会展”一说？互联网网民为线上会展提供了足够的受众群体；其次还要有优秀的互联网企业，能够做到精准定位目标市场与客户，展开精准营销，当互联网企业发展的足够成熟时，才能够与会展行业进行合作。

在完善好技术架构方面，把信息处理部分、网络展览及交易部分以及VR虚拟现实技术运用好，利用大数据与云计算等互联网科技实现1+1>2的结果；紧接着离不开地方政府的大力支持，政府的政策无可否认会对线上会展带来很大的影响，在政府的大力扶持下，线上会展能够获得相应的资金税收优惠政策，节省了很多财力。很多政府机构也会选择线上会展的放上，这无疑为线上会展的发展又增添了动力（耿健美，2010）。会展主办方还要学会利用新技术手段，创新展会的运营管理模式，深度融合人工智能和大数据，综合运用现代信息技术，推动会展服务模式创新。除此之外，还要培育复合型人才。据不完全统计，2010年会展专业人才岗位空缺与求职者的比例分别为上海10：1、北京8：1、广州8：1，会展行业缺乏一些高素质的人才，也就是能够同时兼顾线上线下的会展人才，高校可以在政府或者会展主办方的合作下开设这些有关专业（樊蓉，2013）。

4. 广交会分析

4.1 广交会近况

广州是我国会展业三大一线城市之一，广州会展业具有较强的竞争力，位列全国前茅。中国进出口商品交易会即广州交易会（简称广交会），创办于1957年春季，每年春秋两季在广州举办，距2020年已有64年历史，是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会。然而，2020年初的新冠疫情打破了以往的线下会展形式，为了应对疫情，广交会决定以线上会展的方式来完成第127届广交会。

4.2 第127届广交会线上会展

广交会从创立至今从未间断过，因此2020年第127届广交会改为云上广交会，也就是线上广交会，这是一次创新实验，用全新的结构设计和流程再造。第127届广交会以广交云上、互利天下为主题，充分利用数字技术在云端展示中外新产品，数十万采购商和以百万计的中国外贸产业人员能在24小时内不间断进行网上洽谈、在线签约。此次广交会还有直播模式，通过直播向采购商介绍产品；同时，还带有实时翻译以及回放功能，非常的人性化。

4.2.1 优点

在大数据以及互联网的高速发展下，本次线上会展采用了在线洽谈、在线签约、直播推广、实时翻译等模式；同时平台还提供回放功能，让沟通更流畅和及时、展示更丰富、节省时间也提高效率。这一次的线上会展打破了传统线下会展模式的约束，在时间和空间上有了质的飞跃。从时间上来说，线上展会是24小时全天候，数据可以保存到云盘；从空间来说，互联网空间可以无限延伸，不需要花费很多的时间金钱往返展会所在地。比起线下展会要租赁展地和搭建场地，耗费人力物力，线上展会相比起来就要便宜的多。线上展会的精准性也要高得多，如今的大数据分析技术已经日益成熟，通过数据分析可以得出展会的流量和展商的观战数据等，并对参展商的信息进行分析，这样会得到更精准的服务（眭海霞等，2020）。

4.2.2 缺点

线上展会还不够成熟，腾讯此次是首次大规模使用线上 B2B，因此在软件的开发度与融合度上面还不够完善，操作便利度不够好，提示太过于单一以至于商家不能够及时看到采购商的咨询信息（张煌强与顾佩璇，2021）。分类直播比较简单，以至于参展的客商没办法快速找到产品，所以他们的积极度会下降；同时，线下展会提供许多大型研讨会，供大家交流和学习，促进了人与人之间的友谊，而线上展会在提供人情交流方面显然处于劣势。不管是在线翻译，还是在线直播都需要专业的人才，然而这种线上展会此次是首次举办，工作人员的经验明显不足，导致效果不够理想。线上展会对当地一些相关产业的经济拉动效果不明显，线下展会可以带来人流量，文化与技术，拉动当地的旅游业、交通运输业、文化产业等发展，线上展会则相形见绌（眭海霞等，2020）。

4.2.3 未来广交会的潜力分析

广交会作为中国历史最悠久的大型展会，不仅处在广州这样的发达城市，享受着卓越的资源，且已经有过数届线上展会的举办经验。从各方面的数据来看，广交会在线下展会的举办方面与北京和上海有一定的差距，但广州从第127届线上广交会截止至今，3届线上广交会都圆满成功。第127届广交会的春季成交额达到了297亿美元，秋季达到了292亿美元，全年成交额达到了590亿美元。从采购商到会统计来看，自从2020年第127届线上广交会开始，一直保持着逐年递增的趋势。第129届云端广交会刚刚落下帷幕，据统计，本次广交会官网累计访问量达到了3,538万次，共有来自227个国家和地区的采购商注册观展，其特色如下：

首先，采购商人数稳步上升，商品的数量和种类也在增加，共有2.6万家企业参展，上传了超过276万件产品，比上届增加了29万，新产品有84万件，比上届增加11万件，智能产品11万件，比上届增加1万件；其次，新理念新模式持续创新，云展厅访问量达到了687万次，88万人次观看直播，平均每场观看人次比上届增加了28.6%，2,244家参展企业上传了2,662个VR展位，访问量超10万人次；最后，新市场新需求的前景广阔，1.2万名境内采购商注册观展，发起即时沟通2,400次，达成意向订单近2,000条。

新冠肺炎疫情还在持续，叠加生产成本上升、货运不畅、技术壁垒提高等不利因素影响，海外贸易形势仍具有不确定性。云端广交会不论是展会主办方还是外贸企业，在贸易创新方面都下了更多的功夫，力拓更大的贸易空间。广交会的价值在与创新服务中国与世界各国各地区的贸易合作，便利中外企业实现一站式贸易磋商

和采购，反映整个行业的发展趋势，并提供全方面的服务。广交会带来的效应，对中国乃至全球的会展业的发展起了很大的带动作用。未来，广交会会更好地坚持为国家服务的战略，不断地优化服务并为广大中外企业创造更大的价值。我们可以据此推测，未来的广交会有可能会继续以云端展会的形式出现在视野中，通过这种方式的辐射效应带动会展业及其相关产业的发展，从而带动广东省的发展（李前，2021）。

5. 结论

根据以上对北上广三个城市的浅析可以看出，广州的综合实力虽不如北京和上海两座城市，广州的资源跟北京上海相比也处于劣势，但在疫情下城市被分隔开来，广州抓住这一次机会，在后疫情时代广交会的线上展会已经成功举办3届；广交会三度登云，为广大参展的企业插上了“互联网+”的翅膀。第129届云上广交会也表现出不俗的战绩，对比前一届有着很大的进步，尽管仍然有一些外在因素的阻碍，但广州也许可以借用线下加线上双线并行的方式，利用线上会展收获热度与客流量，利用线下会展收获成交额。未来广州线上会展的发展很大可能会处于增长的模式，广州在线上会展的带动下，也许可以发生转型，带动其他展会向线上发展；广州在举办三届线上广交会经验的加持下，可以带动会展业以及相关产业的发展，也许会从这一方面实现反道超车，与北京和上海并肩。

参考文献

1. 吴霖影、杨国梁（2020）。国内外虚拟会展发展现状及可行性分析。会展前瞻，1(1)，38-59。
2. 杨国梁、陆燕玲、杨佳华、黄凯筵（2020）。从中国城市展览业发展综合指数看厦门会展竞争力。会展前瞻，1(2)，1-13。
3. 卢晓（2012）。上海会展产业集群竞争力研究。学术论坛，5，135-139。
4. 莫岸华（2021）。北京市会展业集聚水平实证研究。湖北工程学院学报，41(1)，84-90。
5. 张煌强、顾佩璇（2021）。会展数字化经济模式转型创新研究-以腾讯云会展为例。商展经济，9，5-8。
6. 肖霞、丁丁、吕光祖、陈静静、胡琦、潘峰（2018）。5G时代会展行业发展趋势研究。智库时代，154(38)，66+68。
7. 耿健美（2010）。我国虚拟会展业发展现状及发展对策初探。科技信息，23，85+94。
8. 樊蓉（2013）。我国虚拟会展业的现状与前景展望。商，9，206-206。
9. 眭海霞、诸丹、岳培宇、张寅玲（2020）。后疫情时代“线上展会”对成都建设国际会展之都的经验启示-以第127届广交会为例。成都大学学报（社会科学版），6，36-42。
10. 李前（2021）。第129届广交会圆满落幕。进出口经理人，6，74-75。

收稿日期：2021-06-24

责任编辑、校对：柯郁馨、周霖珊