

# 后疫情时代数字化“融合会展”创新发展模式研究

Research on the innovative development model of digital "integrated exhibition" in the post-epidemic era

曹建喜

Cao Jianxi

(中科慧智(北京)科技有限公司)

(Zhongke Huizhi (Beijing) Technology Co., Ltd.)

**摘要:**自新冠疫情爆发后,会展服务与会展经济遭受了前所未有的冲击。进入后疫情时代,会展服务与会展经济如何走出困境,开展新的会展发展模式成为急需亟待解决的问题,数字化“融合会展”将成为会展行业创新性发展的全新模式。数字化“融合会展”,将以数字化为会展主要元素,同时结合线上线下融合会展模式,探讨会展服务与会展经济的新兴运营模式,为我国会展服务与会展经济高质量发展提供一条切实有效的创新道路。

**Abstract:** Since the outbreak of the new crown epidemic, exhibition services and exhibition economy have suffered unprecedented impacts. In the post-epidemic era, how to get out of the predicament of exhibition services and exhibition economy, and the development of new exhibition development models have become urgent and urgent problems, and digital "integrated exhibition" will become a new model for innovative development of the exhibition industry. Digital "integrated exhibition" will take digitalization as the main element of the exhibition, and at the same time combine the online and offline integration of the exhibition mode to explore the emerging operation mode of exhibition service and exhibition economy, and provide a practical and effective innovation path for the high-quality development of China's exhibition service and exhibition economy.

自2020年初,全球范围内爆发了新冠疫情,全球经济发展面临新的形式。党和政府在面对突发疫情时,实施了一系列管控措施。然而,诸多实体行业在不断反复的疫情中,正常经营活动不能得以顺利且长期开展,经济受损严重,会展服务行业首当其冲。

在新冠疫情期间,作为实体业的重点行业,会展行业受到了很大的冲击,会展经济也因此迎来了寒冬。如何在新的形势下,推动会展服务业与会展经济高质量发展成为会展人必须正视和面对的问题,以数字化“融合会展”方式构建会展行业新发展模式,或将成为会展行业与会展经济突破束缚并得以发展的着力点。因而,将数字化与会展行业紧密结合,为会展服务与会展经济赋予新的动能,将会成为会展服务高质量发展的新模式。

## 一、后疫情时代会展服务发展现状

自2020年之初,全球爆发新冠疫情,各类各级会展活动因此被迫延期、甚至是取消,使得我国会展行业与会展经济经历了始料未及创伤。三年来,新冠感染疫情逐步得到了有效控制,但新冠病毒并未消失,疫情仍然处于分散、突发状态中,故而疫情常态化管理成为我国疫情防控的日常工作。常态化管理下的后疫情时代,我国会展行业以及会展经济采用何种模式运行将直接影响会展行业与会展经济的发展。

众所周知,会展以举行会议、展览为主,同时主办方亦会围绕会展主题展开一系列的贸易洽谈会,以此带动人流与物流,可持续性信息流产生的同时资金流得以产生。好的会展创意与会展服务可以帮助会展企业创造良好的商业机遇,引来经济投资效益。故而,促进以会展主题为中心的商业活动,拉动周边产业的可持续性发展,形成以会展主题为中心的经济活动,是可以长效促进会展经济向好、向上长足发展的。

新冠疫情爆发之前,我国举办的国际性大型会展活动次数逐年增多、会展场馆数量亦保持持续性增加,会展场馆的占地面积也在不断持续加大,为更好地发展我国会展服务与会展经济,以北上广深为主的特大型城市分别建设了一批具有国际一流水准的现代化会展场馆。同时,在国家政策的大力扶持下,会展不仅在北上广深一线发达地区频繁举办,同时也逐步向二三线城市、甚至是县城渗透发展,我国各类各级城市不断展开会展活动。据《中国展览数据统计报告》指出,2019年我国举办的经贸类展会数量共有11033场次,展会总面积达到了

14877.38万平方米,居世界展会首位,由此带来的展会经济高达6055.2亿元。

然而当新冠疫情爆发之后,受疫情管控的影响,大多线下实体展会不能如期举办,会展行业和会展经济受到前所未有的冲击。据中国贸促会调查显示,我国会展场次由2019年的11033场下降到2020年的5408场,会展总面积也由2019年的14877万平方米降至2020年的7727万平方米,我国会展展数、会展面积骤然下降,下降幅度均超过了50%。这一数据充分表明,以人流聚集性、交互性为特点的会展行业在经历疫情冲击后,传统线下会展举办方式受了到了严重阻碍,导致会展经济遭受了巨大损失。走出会展行业与会展经济的寒冬期,会展行业必须寻求转型和传播方式地创新,在后疫情时代谋求新的发展模式。

## 二、数字化“融合会展”的必要性

基于传统会展行业易受线下多种因素影响的原因,在后疫情时代,为防止会展服务和会展经济再次出现三年疫情所遭受的严重冲击,将传统会展模式向线上线下“融合会展”的新型模式转型,新型的线上线下“融合会展”可以采用时间不受限、地点灵活的优势,将原有单一的线下会展时间、地点固定这一突出问题予以解决。正如麦克卢汉在《理解媒介:论人的延伸》中所说所提出的理论,媒介是人的延伸,“任何媒介的使用或人的延伸都改变着人际依存模式,正如它改变我们的各种感觉的比率意义”<sup>[1]</sup>,媒介对于人类的最大的影响就是自此改变了人与人之间的关系,人类活动的方式。而新冠疫情的爆发,则加剧了人类对于媒介方式的选择。

中共中央政治局第三十四次集体学习会议中指出,随着互联网、人工智能地加速发展,数字化日益融入我国社会经济发展的方方面面,“特别是新冠肺炎疫情暴发以来,数字技术、数字经济在支持抗击新冠肺炎疫情、恢复生产生活方面发挥了重要作用。”“展数字经济是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。”我们一定“要完善数字经济治理体系,健全法律法规和政策制度,完善体制机制,提高我国数字经济治理体系和治理能力现代化水平”<sup>[2]</sup>。2022年1月12日,国务院印发了《“十四五”数字经济发展规划》,文中明确指出“数字中国”建设是我国“十四五”的重要战略,到2025年,“数字经济迈向全面扩展期,数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%,数字化创新引领发展能力大幅提升,能化水平

明显增强，数字技术与实体经济融合取得显著成效，数字经济治理体系更加完善，我国数字经济竞争力和影响力稳步提升。”<sup>[3]</sup>在党和政府数字中国发展战略指挥和引导下，中国会展行业和会展经济的数字化进程得以加快，正如党和国家出台的一系列方针政策和文件中所指明的，后疫情时代，数字经济发展背景下，数字技术理念势必引领新技术的创新与革新，数字化与各类实体经济的融合已然成为势不可挡的发展新趋势。

传统会展行业所具有的现场性、聚集性在三年疫情中受到了疫情防控的强制约束，据中国会展经济研究会年会发布的《2021年会展业数字化专题调研报告》指出，新冠疫情使原本预定的线下会展活动大量被迫延期或取消，致使我国会展服务和会展经济受损严重。为保障会展行业的持续稳定向好发展，会展服务主办方必须积极寻求解决之道，最终探寻出线上线下数字化“融合会展”新型模式，这种数字化道路成为我国会展服务与会展经济疫情之下的工作亮点。在政府部门与企业通力协作的背景下，共同探寻出我国会展行业发展的创新模式，即积极开展线上会展，突破传统线下会展固有模式的局限性，努力打造数字化会展发展新模式。如“中国——拉美(墨西哥)国际贸易数字展览会”，于2020年4月14日在京举办，成为我国首先在线举行的国际贸易展，并获得了巨大的成功。同年6月15日，第127届广交会主办方帮助参展企业通过线上直播的方式，采用视频、3D等高科技方式对参展产品进行多方面、深层次展示，最终使得线上会展顺利得以举办。

《2021年会展业数字化专题调研》显示，“2020年会展业的显著特点是线上线下融合举办。参与专题调研的单位中，172家选择‘线上+线下’举办，约占68%。其中延期举办的项目选择了‘线上+线下’共同举办的有62家，约占25%。”“超过67%的受访企业2020年营收出现减少，其中减少20%以上的单位116家，约占46%；20%的企业与往年基本持平；有部分单位出现了逆势上涨的情况，营收增长超过10%和20%以上的单位各有约6%。受访单位认为，选择线上和线下结合举办，对于保持营收具有促进作用。”<sup>[4]</sup>该调查还指出，有近70%的会展主办机会首先选择线上线下双线融合模式；31.3%的会展主办机构在当下会展发展方向中认为数字化将是会展服务与会展经济的大趋势；超50%的会展主办机构已经开始主动尝试将会展服务向数字化转型。

2023年5月25日，中国会展经济研究会年会暨中国（琼海）会展经济论坛发布了《中国会展主办机构数字化调研报告（2023）》，该报告指出，当前我国会展行业正处于数字化转型的转折点。由于疫情的持续，2022年疫情导致我国会展活动取消率高达80%，延期率则超过了85%。在此形势影响下，我国会展行业相关企业举办的线上线下数字化“融合会展”持续2年不断提高。数据显示，近75%的会展机构提供的会展服务选择了线上线下双线融合的举办方式。同时，线上线下“融合会展”导致的数字化收入比例逐年上升，截至2022年，75%的会展主办机构实现了不同程度的数字化收入，近60%的会展主办机构获得了不同类型的数字化收入，这一数据比2021年高出40%。

由此可见，随着数字化不断运用到会展服务与会展经济中，数字化使得会展行业中信息传播的互动性和多元化不断增强，线下会展的时空限制在线上线下数字化“融合会展”中得以打破，参展观众因平台的多样性有了更为全新的观展体验和感受，这也使得会展服务中所提供的信息传播的深度被有效提升，进而带动会展经济得以长足发展。

### 三、线上线下数字化“融合会展”意义及创新模式

会展服务旨在满足被服务群体获得最为有效的信息交流，以此获得经济效益和利益需求最大化。“互联网+”时代的巨大变革使得会展行业已然与新媒体、数字化实现了有效互动的融合发展，后疫情时代的会展服务与会展经济不可能回到疫情前的线下展会发布的单一模式，因为在实际体验中，会展主办方已经发现了线下会展的局限性——时间固定、场地固定，

这势必导致人流的固定与信息交互的受限，使得会展经济效益不高。后疫情时代的会展服务，应当以线上+线下的互补方式展开，即数字化“融合会展”模式。

线上线下数字化“融合会展”可以突破线下单一会展信息交互的壁垒，多维度、深层次创造会展传播的效果。线上线下“融合会展”以“互联网+”传播途径为主，可以使线下会展固定传播空间予以打破，会展主办方可以通过媒体平台多点位的传播方式，开展多角度、高频次传播，从而获得更好的会展经济效益。正如中国会展经济研究会副会长兼秘书长姜淮所说：“会展业结合数字化变革浪潮，积极谋变求变，大胆尝试线上线下融合模式，突破传统方式，打造会展消费新场景、新体验，开辟了会展模式创新、业态创新的新格局。现阶段，会展拥有‘双线作战’的能力，在经济复苏中，或将从财政、信贷、税收等各方面出台‘休养生息’政策，扶持中小企业恢复生产。同时，进一步实施扩大消费政策，加快商品体系流通。”<sup>[5]</sup>

然而，线上线下数字化“融合会展”模式需要寻求最为有效的路径，正如周景龙在《会展数字化时代，迭代完善组织行为学是关键》中指出，“最重要的是会展数字化的升级。之所以不用‘转型’这个词，原因是‘数字化升级’更准确一些。只有将数字科技与传统会展业的商业模式融合，将会展业的蛋糕做大，也就是扩大会展业的经济总量，才能让会展生态链上各环节受益。”“随着数字化的迭代升级，会展数字化的关键已不再是技术，而要在技术升级的同时进行相应地创新和变革。”“数字化组织就是改变工业化时代建立起来的那套边界清晰、分工明确、职责固定的管理方式。把它变得更灵活、更能激发创新、更适应当下快速变化的商业环境。”<sup>[6]</sup>

线上线下“融合会展”的新型会展模式关键在于数字化的运用。首先，会展主办方一定要利用数字化平台实现服务对象的精准定位与营销。数字化应用于会展行业可以使得会展主办方帮助参展企业获取用户的精准定位，会展企业可以利用数字化信息流将用户有效捕捉，从而高效完成会展服务中最为重要的“四个问题”，“四个问题导向收集展会观众信息。经常被问到，如何收集展会观众信息？以展览项目观众的定位分析为基础，可用‘他是谁’、‘他在哪’、‘怎样联系他’和‘他需要（关心）什么’的四个问题，引导信息收集工作。”<sup>[7]</sup>其次，会展行业的服务性极为重要，在定位好服务用户后，会展主办方应当利用数字化信息重点解决用户的实际诉求，即“他需要（关心）什么”，从而为用户开发极其具有个性化的专业服务。这时，会展主办方在线上利用数字化完成信息收集，遂而将线下展会转换为实现展会服务最终成果的场域，为用户提供具有针对性的专项服务，进而使得潜在用户在享受服务之后需求得以满足，最终为服务付费，实现展会的最终经济效益。

### 参考文献：

- [1] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介：论人的延伸[M]. 北京：商务印书馆，2000.127
- [2] 中央政治局第三十四次集体学习：把握数字经济发展趋势和规律 推动我国数字经济健康发展[N]. 人民日报，2021-10-20（1）.
- [3] 国务院. 国务院关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知[J]. 国务院公报，2022（3）：5-18.
- [4] 兰馨.《2021年会展业数字化专题调研报告》在津发布[N]. 中国贸易报，2021-6-24（5）.
- [5] 兰馨. 会展人 2023 年要了解的几大关键词[N]. 中国贸易报，2022-12-22（5）.
- [6] 周景龙. 会展数字化时代，迭代完善组织行为学是关键[J]. 中国会展，2022（15）：22.
- [7] 张凡. 合理解决会展项目在运营管理中经常遇到的问题[J]. 中国会展，2023（09）：40.

作者简介：曹建喜 男（1968.10-），河北省昌黎县人，博士研究生，职称，副教授  
研究方向，数字孪生