

创新会展·企业篇

杭州市会展集团“焕”新：从国内第一队列再突围

■ 本报记者 兰馨

杭州因文化而兴，因数字经济而盛。作为国内打造“博览会”的先行者，杭州在国际会展舞台上也一直扮演着引领者的角色。

2024年，一场又一场国际高端会展活动的相继举办，让杭州这座“赛”“会”之城吸引着全球投资者的目光。与此同时，杭州依托其较为完善的数字经济产业打造的全球数字贸易博览会（以下简称“数贸会”）在引发关注的同时，也使杭州成为全球瞩目的数字创新高地。

杭州市会展集团有限公司（以下简称“杭州市会展集团”）公开的2024年成绩单显示，第三届数贸会规模15万平方米、1546家企业参展，400多项新产品新技术新成果首发首秀。也是在去年，数贸会通过了国际展览业协会(UFI)认证。

智启“新篇”

2024年，数贸会首次被写入《政府工作报告》，与进博会、服贸会、广交会一起列入政府施政要点。作为数贸会的运营方，杭州市会展集团于2024年3月28日成立，截至2024年年底，实现展会合同签约超过1800亿元。除数贸会外，杭州市会展集团还运营了第二届良渚论坛、2024浙江农博会、第六届茶博会等多个大型会展活动。同时焕新“金球”名片、打造“武林之星”城市文化地标，促进业态融合，为杭州打造国际“赛”“会”之城提供强大动能。



“在运营数贸会项目时，我们建设并完善了‘一体运营、数实融合’的数字会展运营模式，被中国会展经济研究会评为‘2024年度中国会展创新案例奖’。”杭州市会展集团副董事长、总经理李健接受《中国贸易报》记者采访时表示，这一数字会展运营模式，通过加强内外部数据融合，赋能数据中台，构建一套杭州市会展集团数据底座，让外部数据资产化，内部数据业务化。同时加强线上线下双线融合，深化数据赋能的服务体系。

2024年，杭州市会展集团共举办会展活动30余项，涉及杭州10个优势产业。需要指出的是，为进一步完善生态，助力优化会展经济营商环境，杭州市会展集团通过国家设计管理中心（杭州中心）平台，借助与法国智奥、益海嘉里等合作，提升会展“馨服务”品牌，构建会展运营保障业务体系，推动优化杭州会展经济营商环境。

转型高能级

长期以来，杭州将会展业视为推动城市国际化的重要抓手。杭州市提出打造国际“赛”“会”之城战略目标后，又出台了《杭州市打造国际会展之都三年行动计划（2024—2026）》，提升会展经济发展质量和规模效益。

2024年，杭州市会展集团与柯莱睿会展在印尼雅加达联合主办了2024印尼数字化转型博览会DTI-CX，成为数字技术领域首个中国自办海外展项目。数据显示，超100家企业参展，中国企业对接有效客商866个，其中136家客商现场与展商达成合作意向，现场意向成交额超1.2亿元；举办20对20商业配对平台，精准牵线海内外买家和卖家，快速锁定产品和需求促成跨国生意。



“根据规划，杭州市会展集团将继续深化运营模式创新，进一步创新完善‘一体运营、数实融合’会展运营模式，按模块分层分类健全运营体系，提升第四届数贸会、茶博会、农博会运营水平。”李健表示，依托杭州五大产业生态圈、5个风口潜力行业和“1+3+1”数字贸易产业体系，依托第四届数贸会，将引进1—2个全球展会品牌，举办1—2场海外自办展，助力杭州会展“走出去、引进来”，探索构建产业会展运营新模型。

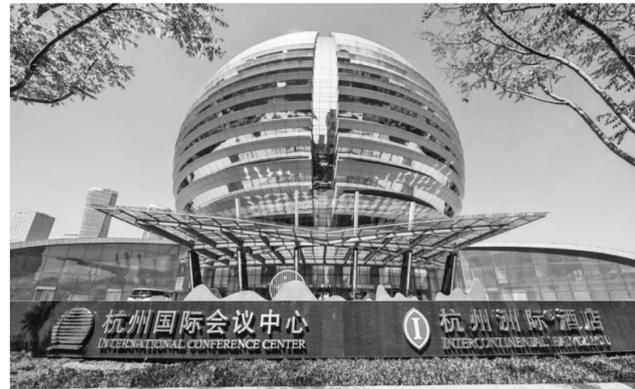
与此同时，杭州市会展集团将发挥全球数字会展创新中心平台作用，推动数字时代会展经济的理论研究，培育打造一批具有数字特征、杭州城市特点的品牌会展项目。

把握新周期

浙江在制定扩大高水平对外开放政策时明确，将发挥会展的国际影响力和拉动力。近日，中国（浙江）自由贸易试验区大宗商品资源配置枢纽揭牌。在这一背景下，浙江要以提升展会影响力和拉动力为关键，高水平办好数贸会，创新办好世界互联网大会乌镇峰会，不断扩大良渚论坛国际影响力，大力发展会展经济，更好做到以展为媒、以展兴产、以展促贸。

杭州市会展集团从优化顶层设计出发，构建特色赛事会展体系，更好地服务于杭州的经济发展，持续提升杭州在国际会展之都和国际会议目的地的影响力。

“助力提升城市国际化水平，持续深化与国际组织、头部会展主办方等合作。”李健介绍，2025年，杭州市会展集团将以数贸会全球化运营为契机，推进2025年在乌兹别克斯坦举办中亚绿色能源博览会，与中国—南亚博览会合作开展数字经济展区运营，与瑞士巴塞尔展览集团（MCH集团）合作推动数据与金融、人工智能产业会展项目运营，与达沃斯论坛联动推进地区合作等，助力杭州产业及会展业“引进来、走出去”。以良渚论坛为载体，结合大运河文化产业带和三江两岸“世界级旅游文化带”建设，联动国际友城促进城市文化传承与交流。以杭州国际会议中心为基地，深化与杭州国际交流中心的融合发展，完善“一核、两中心、多业态”业务布局，合力引育国际交流品牌论坛及活动IP，助力打造重要国际交往中心。



据介绍，杭州市会展集团引入欧洲知名的德国斯图加特国际物流展览会（LOGIMAT）的模式，双方将在杭州举办2025年首届亚洲智慧物流博览会。

创新会展·案例篇

博乾国际会展：“陪跑”是一种新商业模式

■ 本报记者 兰馨

2024年，湖南博乾云服科技会展服务有限公司（以下简称“博乾云服科技”）首次实现盈利。作为北京博乾国际会展服务有限公司（以下简称“博乾国际会展”）科技板块的子公司，博乾云服科技于2021年在湖南长沙成立。

“博乾云服科技的成立是因为当时被疫情所‘困’，线下会展活动被迫暂停，于是被逼转战线上，希望通过线上的方式为客户提供服务。”博乾国际会展联合创始人、董事长柏艳表示，直到2023年年底，博乾云服科技才正式开展业务。

事实上，2024年博乾国际会展也保持了一个稳步发展的态势。

深耕垂直赛道

2024年，博乾国际会展的稳步增长归功于其一直以来的坚持。最近，商业领域多位年终演讲人士都提到了长期主义。有一种说法认为：“方向对了，长期主义是最快的捷径。”

长期以来，博乾国际会展扎根于测绘地理信息行业和疼痛医学领域。在柏艳看来，这是一种陪跑模式。

“我们在测绘地理信息行业扎根20多年，通过不断地组织和承办多个行业会展活动，积累了大量的行业资源和专业知识。”柏艳表示，这让博乾国际会展可以精准地把握测绘地理信息行业的发展趋势和市场需求，为参展商和专业观众提供更具针对性、也更专业的服务。

此外，博乾国际会展在疼痛医学领域布局始于2004年。当时，疼痛科在国内还处于初级发展阶段，直到2007年7月

16日，卫生部发布了有关在《医疗机构诊疗科目名录》中增加“疼痛科”的通知后，我国疼痛科才如雨后春笋般在各地茁壮成长。可以说，博乾国际会展见证了疼痛医学在国内的发展历程，几乎每一个重大的疼痛医学活动中都有博乾国际会展团队的参与。

相比2023年，博乾国际会展在2024年举办的会展活动数量以及部分活动规模均实现了增长。其中，中国测绘地理信息技术装备展览会（CHINTERGEO，以下简称“测绘展”）的境外观众数量是2023年的3倍多。

建设品牌IP

“目前，测绘展已通过国际展览业协会（UFI）认证，成为亚太地区的IP展会。”柏艳表示，近年来，测绘展不仅吸引了国内外知名地理信息企业参展，还吸引了海内外专业观众和行业媒体的关注。另一个IP就是疼痛学科建设发展学术研讨会，目前已举办了17届，成为国内规模最大、学科知识涵盖最多的疼痛会议之一。

此外，博乾国际会展还参与了多个国家级、省级疼痛医学会议的组织与服务，“慢性疼痛诊疗百城巡讲”等系列活动，进一步提升了博乾国际会展在疼痛医学领域的影响力。

“一直以来，博乾国际会展都是与客户紧密相连，成为他们当中的一部分。”柏艳介绍，所谓的陪跑，是指企业遇到未预料到会发生的且暂时解决不了的问题时，我们陪伴他们一起面对，共同寻找解决方案。为此，博乾国际会展成立了“中国地理信息产业协会装备工作委员会”和“中国民族医药协会软组织疼痛分会”秘书处，负责会员发展与管理、团体标准编制、企业调研等。这样的身份为博乾国际会展提供了更多与行业前沿技术和市场动态接触的机会，也有机会更加深入其中，为会员企业提供行业发展信息、产品需求信息、行业发展前景咨询等，同时了解企业诉

求并积极反映。

与此同时，博乾国际会展通过数字化赋能模式，为企业发展提供服务。如在会展活动中进行数字化管理和运营，获得大量有效数据，并将数据进行转化，为企业赋能，包括用往届展会数据对企业进行展前辅导、帮助企业进行市场咨询和分析、对接供需双方，最终帮助企业实现价值增长。

实现共享与共赢

“我们既要通过企业参展实现收入，同时也要用自身丰富的行业资源去帮助企业取得更好的发展。”柏艳坦言，博乾国际会展与测绘地理信息行业近百家企业组成“CHINTERGEO理事会”，通过共商、达成共识，营造绿色的行业生态环境，推动行业有序发展。此外，还携手行业头部公司设立创业基金，对一些实力不够但拥有新产品或新技术的新兴公司进行投资，支持企业创业。这些企业在获得帮助实现发展的同时，也会继续支持展会活动。

作为一家民营企业，博乾国际会展把横向拓展和纵向深入相结合。也就是说，不仅要办好每一场活动，更注重服务好整个产业，将实景三维、数字中国、电力巡检、应急救援、疏浚等行业与测绘地理信息相融合，为参展企业提供新的市场方向。

总而言之，只有从“门外汉”变成“专家”、从“会展人”变为“产业人”，才能更好地服务于产业。

“接下来，博乾国际会展将继续创新展会主题和内容，继续深化数字化转型，推动会展管理全面升级。”柏艳介绍说，博乾国际会展将结合行业趋势和新兴技术，不断推出具有前瞻性和吸引力的展会主题和内容，也尝试将“首发经济”与会展活动相结合。此外，还将加强与国际会展机构的合作，将国内成熟的会展项目“走出去”。

