

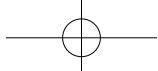
高职高专会展专业新形态教材

会展信息管理

(第4版)

张素 主编 / 章笕 陈唐 副主编

清华大学出版社
北京



内 容 简 介

本书全面、系统地介绍了会展信息管理理论与实务，是国家骨干高职院校建设项目的重点专业——浙江旅游职业学院会展策划与管理专业校企合作共同开发的教材。本书顺应信息时代的发展趋势和会展行业的发展需求，结合“项目导向、产学并行”的人才培养模式，围绕会展项目管理过程，分8个项目模块介绍了会展信息管理内容，具体包括认识会展信息管理、云上会展、会展项目策划信息管理、会展项目运营信息管理、会展现场服务信息管理、会展场馆信息及智能化管理、会展信息系统的安全保障、会展软件操作综合实训。通过学习本书，读者能够了解会展信息化应用和管理的手段，从而提升会展职业竞争力。

本书既可作为高等院校会展管理相关专业的基础课教材，也可作为相关行业从业人员的培训参考资料。

本书提供拓展资料，请读者扫描正文中二维码获取；本书提供课件和会展信息管理题库，请读者扫描封底二维码获取。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。举报：010-62782989，beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目(CIP)数据

会展信息管理 / 张素主编. -- 4版. -- 北京 : 清华大学出版社, 2025. 5. -- (高职高专会展专业新形态教材). -- ISBN 978-7-302-69300-0

I. G245

中国国家版本馆CIP数据核字第2025QJ8217号

责任编辑：施 猛 王 欢

封面设计：常雪影

版式设计：方加青

责任校对：马遥遥

责任印制：刘海龙

出版发行：清华大学出版社

网 址：<https://www.tup.com.cn>, <https://www.wqxuetang.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-83470000 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：涿州市般润文化传播有限公司

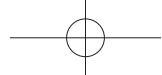
经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：17 字 数：382 千字

版 次：2013 年 5 月第 1 版 2025 年 5 月第 4 版 印 次：2025 年 5 月第 1 次印刷

定 价：59.00 元

产品编号：113085-01



前言(第4版)

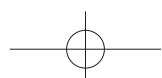
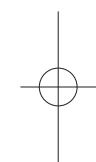
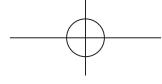
党的二十大报告明确指出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。”这一战略部署为会展行业的数字化转型和可持续发展提供了根本遵循。与此同时，《商务部办公厅关于创新展会服务模式 培育展览业发展新动能有关工作的通知》明确提出：“推进展会服务创新，加快大数据、物联网、虚拟现实、人工智能等数字技术在会展业的应用。”新一代信息技术加速创新正推动会展企业业务模式和服务内容发生深刻变革。在此背景下，会展业人才需求呈现多元化、数字化、专业化的显著特征，尤其是精通数字技术与产业融合的复合型人才，正成为会展企业的核心紧缺资源。

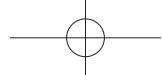
为顺应会展行业的数字化发展趋势，本书在第3版的基础上进行修订，具体分工如下：张素负责拟定修订思路及撰写理论部分，章笕、陈唐负责编写案例及课后习题。本次修订内容包括：更新案例链接、知识链接和应用实例；增加相关教材配套数字资源，开设在线开放课程，以进一步满足移动学习、线上线下混合式教学的需要；更新某些章节的数据和内容；增加人工智能技术在会展信息管理中的数字化应用的内容；在附录中增加数字会展术语。本次修订致力于实现内容创新与重点聚焦的有机统一，全面呈现会展信息化建设的前沿成果与发展趋向，精准贴合院校教学需求与行业人才培养实际。

受限于编者能力，本书修订后仍难免存在疏漏或有待完善之处，我们诚挚期待广大读者不吝赐教，提出宝贵改进建议，助力本书不断优化，以更好地满足教学与实践需求。反馈邮箱：shim@tup.tsinghua.edu.cn。特别感谢上海八彦图信息科技有限公司(31会议)、杭州准到信息科技有限公司、杭州展之信息技术有限公司等深耕数字会展领域的企业的支持，这些企业不仅为本书提供了丰富的行业应用案例，更在教学实践中给予了软件技术支持，切实推动了会展信息管理理论与实务的深度融合。感谢互联网时代资源共享、生态共赢的发展环境，为本书充实内容与丰富案例提供了沃土。最后，谨向所有选用本书的院校师生及广大读者致以衷心感谢！

编者

2025年4月





前言(第3版)

《会展信息管理》自2013年5月出版以来，得到高职高专院校及一些本科院校同仁的好评和广泛使用，我们倍感荣幸。本书第2版经过出版社的申报获得评审专家的认可，成功入选“十三五”职业教育国家规划教材。这既是对教材编写工作的肯定，同时也对本书第3版的修订提出了更高的要求。

当今世界，信息技术日新月异，朝着数字化、网络化、智能化的方向深入发展。党的二十大报告指出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。”数字经济作为发展最快、创新最活跃、辐射范围最广的经济活动之一，正成为全球经济复苏和增长的重要驱动力。在此背景下，会展业逐步与数字经济深度融合，加快云计算、大数据、物联网、移动互联网、虚拟现实、人工智能、区块链等技术在会展业的应用，推动传统展会向数字化、智慧化和绿色化转型，打造“永不落幕的展会”。

为了适应数字经济时代发展的需要，落实立德树人的根本任务，本书在第2版的基础上进行了如下修订：增加了相关的数字资源，配合纸质教材，可满足移动学习、线上线下混合式教学的需要；进一步更新和充实了知识链接和案例链接；对某些章节的数据和内容进行了更新、补充；在附录中增加了展览会信息管理系统建设规范。本次修订力求内容新颖、重点突出，反映会展信息化建设的前沿和发展趋势，符合院校教学、行业学习需要。

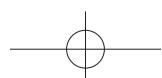
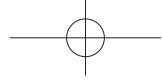
编者在修订本书的过程中，获得了上海八彦图信息科技有限公司(31会议)、杭州展之信息技术有限公司等致力于数字会展发展的企业的大力支持，以上企业不仅为本书提供了应用实例，而且在教学实施过程中给予了软件支持，在此表示衷心的感谢。此外，感谢互联网资源共享和生态共赢的环境丰富了本书的内容和实例。最后，由衷感谢使用本书的院校师生和读者。

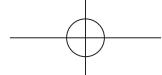
受编者能力和所掌握的资源的限制，本书修订后仍可能存在疏漏或不足，敬请读者对本书提出宝贵的改进意见，以便我们不断完善，使本书能更好地满足各界需求。

反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

编者

2022年1月





前言(第2版)

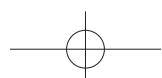
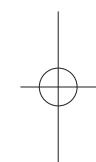
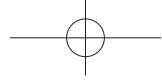
《会展信息管理》一书自2013年出版以来得到高职高专院校同仁的好评和广泛使用，一些会展企业相关人员也将本书作为参考书，这体现出本书具有较强的实用性。随着大数据时代的到来，“互联网+”成为展览业创新发展的驱动力，“互联网+会展”成为创新2.0下会展业发展的新形态、新业态。进入中国会展经济发展新常态的现代会展业，通过日趋多样化的信息技术手段，不断强化竞争力、提升品牌影响力。三年过去，为了适应大数据时代发展的需要，应出版社的要求，本书在原版的基础上进行修订。修订版进一步充实了最新互联网信息交流手段和平台的相关内容，在某些章节适当增加了信息平台和软件的应用操作实例和案例，对原版存在的某些知识空缺做了补充，对书中相关章节的数据进行了更新。我们力求反映当代会展业的最新发展趋势和应用热点，做到内容新颖、具体、实用性强。我们希望修订后的教材能更加适应教学需要，让学生对信息交流的实践性手段有较好的理解和应用。

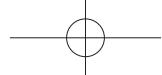
本书编写分工如下：项目1、项目2、项目3、项目7由张素完成；项目6由章笕完成；项目4、项目5由陈唐完成。

受能力和所掌握的资源所限，尽管我们对本书进行了修订，但本书仍可能存在疏漏或不足之处，我们殷切地希望读者对本书提出宝贵的改进意见，以使本书越来越完善，越来越适应高职高专教育发展的实际需要。反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。最后，感谢互联网资源共享和生态共赢的环境丰富了本书的应用实例，在此也对使用本书的院校师生和读者表示衷心的感谢。

编者

2017年4月





前言(第1版)

会展业作为现代服务业的重要组成部分，属于信息密集型产业，信息技术强烈地影响会展业的发展。这就要求会展业的经营管理人员不仅具备全面专业的经营管理知识，而且能够顺应时代发展和行业发展的需要，采用先进的信息技术处理复杂的信息资源，从而保证会展业的健康有序发展。未来，大型会展集团将会越来越重视会展信息化建设和应用。本书立足会展项目管理过程中的主要环节，结合会展应用信息系统实例，全面介绍会展信息化的应用和管理手段。

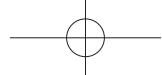
“会展信息管理”是会展策划与管理专业的职业技术课程，是在“项目导向、产学并行”的人才培养模式下开发的理论与实践相结合的必修课程。本书是浙江旅游职业学院国家骨干院校建设项目成果，综合介绍了目前会展行业所使用的会展相关软件，体现项目导向，紧密结合行业需求。本书围绕会展项目管理过程进行阐述，主要分为网上会展、项目策划、项目运营、现场服务、场馆智能化、管理智能化6个项目模块。通过学习本书，学生可掌握一般会展项目运营的信息化管理流程，熟悉展会现场、会展场馆所必需的各种信息系统。

本书以行业信息化需求为导向，围绕会展项目管理过程的主要环节进行信息化管理设计，旨在使会展教育同步于会展业信息化建设和应用，让学生全面了解会展管理信息化建设和应用。本书主要有以下几个亮点。

(1) 突出应用性。本书按照会展项目管理过程的主要环节介绍信息化的建设和应用理论，运用了很多行业软件，能够提高学生的实践能力。本书每个项目的结尾附有相关的实训题目和应用实例，用于指导教学实践，并附有案例链接和知识链接供读者参考，内容突出体现行业需求和行业应用情况。

(2) 体现“项目导向、产学并行”。本书在编写过程中，从编写团队的组建到实例的选取，都有来自会展行业的技术顾问参与。各项目都以虚拟会展项目和实体会展项目为导向阐述相关理论知识，同时对会展业正在应用的会展信息软件进行梳理，让学生了解会展业信息化建设情况，以增强学生的就业竞争力。

本书在编写过程中，浙江旅游职业学院会展专业所有老师提供了大力支持，作为紧密型校企合作开发教材的合作企业——杭州磐天信息科技有限公司的工程师斯海军为本书的编写提供了技术指导，浙江旅游职业学院现代教育技术中心的许竹君老师为本书提供了支

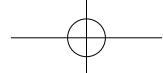


持和建议，我的学生袁双丹、史敏一协助做了资料整理工作，在此一并表示感谢。

此外，编者参阅和引用了部分已有的研究成果和文献，大部分已注明出处，在此谨向这些作者和企业表示诚挚的谢意，也希望这些会展信息软件能够在企业和教学中得到更加广泛的应用。由于会展信息化是一个新领域，限于编者的经验和水平，书中难免存在疏漏和错误，敬请广大读者和专家不吝指正，反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

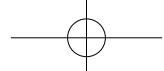
编者

2012年12月

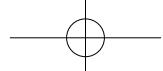


目 录

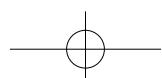
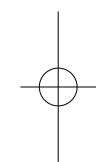
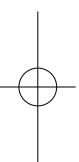
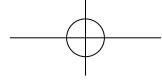
学习项目 1 认识会展信息管理	1	学习任务2.3 我国重要的云上会展	33
学习任务1.1 会展业与信息技术	2	2.3.1 我国云上会展的呈现模式	33
1.1.1 认识会展业	2	2.3.2 广交会云展览	36
1.1.2 认识信息技术	3	2.3.3 服贸会云展览	37
学习任务1.2 会展信息及管理	4	2.3.4 丝博会云展览	38
1.2.1 会展企业面临的问题及解决办法	4	学习任务2.4 新技术在云上会展中的	
1.2.2 会展信息的分类和会展信息管理的		应用	40
作用	6	2.4.1 云计算技术	40
1.2.3 会展信息管理分析与实现途径	10	2.4.2 大数据技术	41
学习任务1.3 会展信息在会展中的		2.4.3 人工智能技术	43
应用	13	2.4.4 扩展现实技术	46
1.3.1 展馆的“智能化”	13	2.4.5 数字孪生技术	52
1.3.2 会展管理和服务的“信息化”	14	项目小结	54
1.3.3 会展信息管理软件的开发和		实训练习	55
应用	15		
项目小结	17	学习项目 3 会展项目策划信息管理	63
实训练习	17	学习任务3.1 会展策划信息市场调研	64
学习项目 2 云上会展	21	3.1.1 会展策划信息市场调研的内容	64
学习任务2.1 认识云上会展	22	3.1.2 会展策划信息市场调研的方法	67
2.1.1 云上会展的应用形式	23	3.1.3 会展策划信息调查方案的设计	70
2.1.2 云上会展与传统会展的区别与		学习任务3.2 会展项目策划信息管理	
优势	24	内容	76
2.1.3 云上会展的服务内容	27	3.2.1 会展立项策划信息管理	76
2.1.4 云上会展的运作流程	29	3.2.2 会展项目可行性分析信息管理	77
学习任务2.2 云上会展建设过程	30	3.2.3 会展项目策划信息管理流程	78
2.2.1 云上会展的建设要点	30	3.2.4 商务展览、会议文案策划流程	
2.2.2 云上会展的建设步骤	31	管理	80

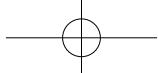


学习任务3.3 AI技术在会展项目策划阶段的实践应用	84	4.3.6 观众在线预约登记业务流程应用	127
3.3.1 自然语言处理在会展策划中的应用	85	4.3.7 现场参展商服务业务流程应用	128
3.3.2 计算机视觉在会展策划中的应用	86	项目小结	129
3.3.3 大数据分析在会展策划中的应用	87	实训练习	129
3.3.4 机器学习在会展策划中的应用	88		
3.3.5 AI技术在会展策划中的协同应用	88		
项目小结	89		
实训练习	90		
学习项目4 会展项目运营信息管理	95		
学习任务4.1 会展项目运营信息管理的流程	96		
4.1.1 展前阶段	97	5.2.1 会展现场信息管理系统介绍	148
4.1.2 展中阶段	102	5.2.2 会展现场信息管理系统结构	152
4.1.3 展后阶段	105	5.2.3 多媒体技术在会展现场的应用	156
学习任务4.2 会展项目运营信息管理的主要内容	106		
4.2.1 参展商信息库建设	106	5.3.1 会展现场服务信息管理的具体工作	164
4.2.2 招展代理管理	108	5.3.2 会展现场服务信息管理系统的应用	168
4.2.3 招展联络管理	112	项目小结	174
4.2.4 展位实时管理	114	实训练习	174
4.2.5 参展费用管理	116		
4.2.6 展览服务商管理	118		
4.2.7 观众邀请管理	118		
学习任务4.3 会展项目运营信息管理的实践应用	122		
4.3.1 招展业务流程应用	122		
4.3.2 参展商参展业务流程应用	123		
4.3.3 在线展位申请业务流程应用	124		
4.3.4 参展商报到业务流程应用	125		
4.3.5 会议室预订业务流程应用	126		
		学习项目5 会展现场服务信息管理	135
		学习任务5.1 会展现场信息管理内容	136
		5.1.1 会展现场信息管理的意义	136
		5.1.2 会展现场信息管理的功能	138
		5.1.3 会展现场信息管理的对象	140
		5.1.4 会展大数据采集工具与方法	145
		5.1.5 会展现场数据大屏	147
		学习任务5.2 会展现场信息管理系统	148
		5.2.1 会展现场信息管理系统介绍	148
		5.2.2 会展现场信息管理系统结构	152
		5.2.3 多媒体技术在会展现场的应用	156
		学习任务5.3 会展现场服务信息的管理与应用	164
		5.3.1 会展现场服务信息管理的具体工作	164
		5.3.2 会展现场服务信息管理系统的应用	168
		项目小结	174
		实训练习	174
		学习项目6 会展场馆信息及智能化管理	177
		学习任务6.1 认识会展场馆信息化平台	178
		6.1.1 会展场馆信息化平台建设的意义与重要性	178
		6.1.2 会展场馆信息化平台建设的原则	181
		学习任务6.2 会展场馆信息化建设的结构划分	184



6.2.1 信息数据中心及应用系统平台	184	7.1.2 会展信息系统的网络与系统 安全	209
6.2.2 会展场馆多媒体信息发布系统	185	7.1.3 会展信息系统的应用安全	212
6.2.3 会展场馆经营信息管理系统	187	学习任务7.2 会展信息系统的应急预案 与服务监督	213
6.2.4 会展场馆服务管理系统	187	7.2.1 会展信息系统的应急预案	213
6.2.5 会展场馆内部办公自动化管理 系统	187	7.2.2 会展信息系统的服务监督	216
学习任务6.3 会展场馆智能信息化 建设	190	项目小结	216
6.3.1 认识会展场馆建筑智能化系统	192	实训练习	216
6.3.2 大型会展场馆智能化系统技术 选型	193	学习项目8 会展软件操作综合实训	220
6.3.3 大型会展场馆智能化系统总体 技术架构	196	学习任务8.1 31轻会软件操作实训	220
6.3.4 大型会展场馆智能化监控网络 系统	197	8.1.1 分析思路	220
6.3.5 大型会展场馆建筑设备监控 系统	198	8.1.2 操作步骤	221
6.3.6 大型会展场馆智能化集中监控 系统	200	学习任务8.2 客户关系管理软件操作 实训	237
项目小结	202	8.2.1 分析思路	237
实训练习	202	8.2.2 操作步骤	237
学习项目7 会展信息系统的安全 保障	205	项目小结	242
学习任务7.1 会展信息系统的安全技术 保障	206	实训练习	242
7.1.1 会展信息系统的物理安全	206	参考文献	249
		附录A 展览会信息管理系统建设规范 (GB/T 33489—2017)	250
		附录B 数字会展术语	254





学习项目 1

认识会展信息管理

学习目标

知识目标：了解信息技术与会展信息的内涵；掌握会展信息的分类；理解会展信息在会展业中的应用。

能力目标：能够初步分析会展信息；能够简单识别并总结会展信息化建设的基本情况。

素养目标：具有良好的思辨能力，爱岗敬业。

项目导学

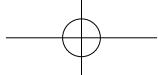
2022年1月，国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》(以下简称《规划》)。《规划》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，以数字技术与实体经济深度融合为主线，加强数字基础设施建设，赋能传统产业转型升级。到2025年，实现数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%，做强做优做大我国数字经济，为构建数字中国提供有力支撑。作为会展业从业者，应具有良好的信息素养，提高会展业数字化运营能力，为产业赋能。

导入案例

第五届丝绸之路国际博览会打造数字展会新业态

第五届丝绸之路国际博览会(以下简称“丝博会”)暨中国东西部合作与投资贸易洽谈会在西安举行。本届丝博会创新展会服务模式，提供虚拟展馆、产品直播、在线论坛、在线询价互动、视频洽谈室、电子名片、商机智能匹配等一系列数字化服务，赋能产业数字化转型，形成“线上赋能线下，线下驱动线上，线上线下融合，数据驱动业务”的数字展会新业态。

线上丝博会平台聚焦“展、论、服、洽、管、营”六大核心要素，应用3D和VR技



术，在云端构建七大虚拟展馆，累计在线观众约41万人，超400万人次云端观展；首次开设电商直播平台，共设有10个专属直播间帮助参展企业进行展示推介，直播观看人数超62万人次；首创线上公共洽谈室，并提供18种语言自动翻译服务，为来自全球各地的企业搭建了一个可以流畅自如洽谈磋商的线上“会客厅”；应用快速检索、智能匹配技术实现高效供需对接，展会期间累计在线询盘31 271次，展品收藏13 285次，采购信息发送12 911条；通过电子名片提升参展商和观众在线上和展会现场的社交体验，展会期间累计交换电子名片43 359次。线上丝博会将长期在线展示、在线服务、在线运营，搭建一个连接参展商和采购商的数字商贸平台，突破时空限制，真正实现丝博会永不落幕，为线上线下融合办展提供了新典范！

学习任务1.1 会展业与信息技术

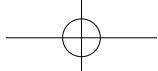
1.1.1 认识会展业

1. 全球会展业概况

会展业起源于19世纪末的欧洲，其中，德国、意大利、法国和英国是世界级的会展大国。根据《全球会展业发展报告2023》，全球共举办展览会约2.8万场，展出净面积达1.25亿平方米，参展商约400万家，专业观众2.8亿人。会展业在全球创造了约120万个直接工作岗位，拉动了约780亿欧元的直接GDP。欧洲仍是全球重要的展览参与者市场，2023年接待观众1.05亿人次(占全球观众的37.5%)；亚太地区近年来发展迅速，2023年接待观众9000万人次(占全球观众的32.1%)，排名上升至第二；北美排名第三，2023年接待观众7000万人次(占全球观众的25%)。根据全球展览业协会(UFI)在2024年8月发布的《UFI全球展览行业晴雨表》，全球会展业市场规模有望超过4000亿美元，展览行业的收入预计将同比增长17%。随着科技的发展，元宇宙会展、数字化会展等新兴模式不断涌现，为参展商和观众带来了全新体验，也为全球会展业的未来发展提供了更多可能性。

2. 中国会展业概况

近年来，我国会展业快速发展，已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台，在我国经济社会发展中的作用日益突显。2015年，国务院发布《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》(国发〔2015〕15号)，这是国务院首次全面系统地提出展览业发展的战略目标和主要任务。2020年11月，国务院《关于推进对外贸易创新发展的



实施意见》中指出，利用5G、VR/AR等现代信息技术开拓市场，推进展会模式创新，探索线上线下同步互动、有机融合的办展新模式。

《中国展览经济发展报告2024》显示，2024年我国境内共举办经贸类展会3844场，展览总面积为1.55亿平方米，展览面积同比增长10.1%。全国投入运营的展览场馆达366座。我国已成为全球展览场馆最多及可供展览面积最大的国家，已形成以北京、上海、广州三大会展城市为核心的环渤海会展经济圈、长江三角洲会展经济圈和珠江三角洲会展经济圈。我国会展业已进入优化布局、提升质量的重要阶段。大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新，日益融入经济社会发展各领域全过程。会展业与数字经济加速融合，“数智化”为会展业创造新需求、新模式和新增长点。会展业数智化转型是顺应新一轮科技革命发展趋势、把握产业变革新机遇的必然选择。

与此同时，全国各地顺应大数据、云计算、人工智能等发展趋势，利用人机交互、人工智能、大数据可视化、元宇宙等新技术，推动“数字+会展+体验”等新场景加快发展，为展览业高质量发展提供了新动能。例如，北京市积极提升场馆数字化水平，完善5G分布系统建设，实现5G全覆盖，布局新一代信息技术基础设施，以人工智能、数字孪生等信息技术打造数字化、智能化场馆；杭州市推广应用全息技术、AR/VR虚拟以及AI智能互动等新技术，以节能、环保、绿色低碳的理念办展办会。新质生产力正在引领中国会展业高质量发展。

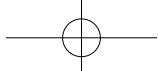
1.1.2 认识信息技术

信息技术是关于信息的产生、发送、传输、接收、变换、识别和控制等应用技术的总称。它具体是指实现信息采集、信息传输、信息处理、信息存储、信息检索、信息管理等功能的开发和利用手段。从对信息资源的利用性角度而言，信息技术具体包括信息处理技术、信息应用技术和信息安全技术。

1. 信息处理技术

信息与数据不同，信息是指反映客观世界中各种事物的特征和变化，并可借各种载体加以传递的有用知识；数据是指人们用来反映客观世界而记录下来的可以鉴别的数字、字母、符号、声音和图像。数据是对现实世界的观察记录，而信息是对数据的加工处理，甚至存储。人通过感官获取信息，而要使信息获取的效率更高、质量更好，还要借助一定的技术设备。

现代通信技术是人们传输信息、获取数据的主流途径，也是计算机网络技术的基础，它主要包括移动通信技术、数据通信技术、卫星通信技术等。获取信息后的存储、加工、输出和利用需要通过计算机硬件、软件和网络来完成。硬件是计算机的可见部分，是计算机系统工作的基础；而软件主要用来帮助用户使用计算机硬件，以完成相关数据的输入、处理、存储及输出等活动。



2. 信息应用技术

目前，信息应用技术主要应用于管理领域和生产领域。其中，管理领域信息应用技术的主要代表为管理信息系统(management information system, MIS)技术，它是由人和计算机等组成的能进行信息收集、传输、加工、存储和利用的人工系统，其功能包括对信息的分析、设计、实施和评价等。生产领域信息应用技术的主要代表为计算机集成制造系统(computer integrated manufacturing system, CIMS)技术，它通过计算机硬件、软件，综合运用信息技术、现代管理和制造技术，通过信息集成、过程优化及资源优化，实现物流、信息流、价值流的集成和优化运行，实现人(组织及管理)、经营和技术三要素的集成，从而提高企业的市场应变能力和竞争力。信息应用技术已经成为现代企业信息管理的重要手段。

3. 信息安全技术

随着计算机技术的飞速发展，计算机信息安全问题如窃取信息、篡改信息、假冒合法用户、恶意破坏程序等越来越受到关注。信息安全技术主要包括信息安全管理与安全防范技术，如密码技术、防火墙技术、访问控制技术、数据库安全技术、备份与恢复技术等。信息安全技术是计算机和网络正常运行的保障，是企业信息管理的前提。近年来，“云安全”技术获得了主流安全厂商的青睐，针对云端服务器群组的保护技术也不断推陈出新，成为未来信息安全防御技术的发展趋势。

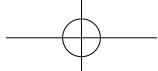
学习任务1.2 会展信息及管理

近年来，随着计算机技术、网络通信和人工智能的飞速发展，数字化转型浪潮席卷全球各行业，信息化管理正重塑传统会展业的运营模式。作为汇聚信息流、技术流、商品流与人才流的“现代城市经济引擎”，会展业通过深度融入大数据、云计算、物联网等技术，正加速向智能化、绿色化与全球化方向演进。信息技术的深度应用不仅优化了资金、资源与信息的配置效率，更通过精准的数据分析、实时的交互体验和智能决策支持，显著降低了会展项目的运营成本与市场风险。

1.2.1 会展企业面临的问题及解决办法

1. 会展企业面临的问题

会展行业具有高度依赖客户关系与资源整合的特性，因此会展企业在信息化建设初期常面临以下问题。



(1) 客户数据分散，管理效能低。客户信息(如展商档案、观众画像、历史交易记录)通常以分散的Excel、Word文档形式存储于业务人员本地设备中，形成“数据孤岛”。部门间缺乏统一的数据整合与共享机制，导致信息完整性和安全性受员工流动、权限混乱等因素影响。例如，某会展公司因客户资料未数字化，在关键员工离职后，丢失了20%的展商联系方式与合作记录，直接影响后续项目推进。

(2) 业务流程冗余，人力成本高企。招展团队需耗费大量时间处理重复性事务(如电话跟进、邮件群发、纸质文件归档)，难以聚焦高价值工作(如客户需求分析、精准营销)。据不完全统计，传统会展企业大约将60%的招展时间消耗在低效沟通上。

(3) 财务管控粗放，决策支撑不足。财务数据(如应收应付账款、展位收入、成本分摊)缺乏系统化管理，存在账期模糊、多项目资金混用等问题，管理层难以通过实时数据监控项目盈利状况。

(4) 数据分析缺失，运营优化乏力。缺乏对客户行为(如观众到场率、展商复展率)、展会效果(如交易达成率、品牌曝光量)的量化评估能力，难以形成数据驱动的改进策略。

2. 会展企业解决问题的办法

会展企业如何解决上述问题呢？具体可从以下几个方面着手。

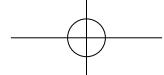
(1) 构建数据中台，实现资源价值重构。将分散的客户信息(展商资料、观众注册数据、历史交易记录)迁移至云端数据库，建立统一的数据管理平台，消除部门间信息壁垒。运用AI算法生成客户画像(如展商行业属性、观众采购偏好)，辅助精准招商与观众邀约。

(2) 流程自动化与智能工具赋能。企业部署CRM(customer relationship management，客户关系管理)系统，将招展流程按标准化节点拆解为“线索获取→需求匹配→合同签署→展位分配”等，减少人工干预。通过RPA(robotic process automation，机器人流程自动化)处理邮件群发、合同模板生成等重复性工作；运用电子签章技术缩短签约周期。

(3) 财务数字化与动态监控。通过ERP(enterprise resource planning，企业资源计划)系统实现多项目资金流、成本分摊的实时追踪，自动生成财务报表。设置应收账款逾期提醒、展位收入异常波动报警等功能，辅助管理层快速决策。例如，广交会借助阿里云财务中台，将账期错误率降低至3%以内。

(4) 构建数据驱动的评估体系。通过BI(business intelligence，商业智能)看板，整合观众到场率、展商满意度、成交额等核心指标，形成展会质量评估模型。利用数据追踪展商参展频次、展位面积变化等行为，预测客户流失风险并制定挽回策略。例如，法兰克福展览公司通过BI系统，将展会效果评估维度从3项扩展至20多项，优化了展会定位策略。

由此可知，了解和运用会展信息系统已经成为会展企业实现降本增效、精准管理的关键。



1.2.2 会展信息的分类和会展信息管理的作用

展览行业主要涉及场馆、主办方、服务商(搭建部门、酒店、餐饮部门、运输部门、观众登记部门等)、参展商、买家、普通观众等方面。展览服务贯穿展会的展前、展中、展后等各个不同的阶段。展览行业的信息化管理涉及面广，所要处理的事务繁杂、数据庞大。通过对展览信息的全面管理和深入挖掘，建立以展会为基础的行业客户数据中心，可不断提高参展商和观众的交流效率，从而全面提高展览品牌竞争力。

国际会议业在多年的实践中，也形成了一整套会议信息管理服务体系。节奏快、数量庞大的会议服务产业，已经逐渐从酒店业、旅游业中分离出来，快速形成一个独立的产业。在这个产业群中，包含策划、会议公司、酒店、翻译、速记、会务用品、摄影摄像、公关传播、票务等多个环节。会议信息化管理对于创建新的经营管理模式、降低成本、提高效率、改进服务质量有重要作用。

综上所述，会展信息是指与会议、展览、大型活动等会展项目相关的各类数据、资料和动态内容的集合。会展信息管理的核心作用是为参与者(主办方、参展商、观众、媒体等)提供活动的基本信息、流程安排、服务指引以及交流合作所需的资源。

知识链接1-1 •

会展业的常规线上获取渠道

一、行业门户网站

- (1) 中国会展网：<http://www.cnexpo.com>
- (2) 第一展会网：<http://www.onezh.com>
- (3) 世展网：<http://www.shifair.com>
- (4) 展会圈：<http://www.zanhuiquan.com>
- (5) 会展之窗：<http://www.expowindow.com>
- (6) E展网：<http://www.eshow365.com>

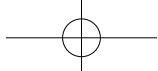
二、B2B类网站

阿里巴巴国际站：<http://www.alibaba.com>

环球资源：<http://www.globalsources.com>

三、微信公众号

- (1) 中国会展
- (2) 会展数字化
- (3) 中外会展CICE
- (4) 中经网会展
- (5) 中国会议
- (6) 会展参考



(7) 会展黄页网

(8) 展讯网

资料来源：作者整理而成

1. 会展信息的分类

会展信息主要包含参展商信息、观众信息、场馆信息、展会信息及会议组织信息等内容。

(1) 参展商信息。参展商信息即参展单位的企业信息及负责人名片信息，主要包括单位名称、企业性质、国家地区、省区城市、通信地址、行业类型、网址、法人或总经理、主要产品或服务、企业行业地位等信息。

(2) 观众信息。观众信息即观众名片信息，主要包括观众姓名、所在单位、所在部门、职务及地址、办公电话、传真、电子邮件、手机等必要信息。对于专业观众，了解其出生日期、英文名字、民族、业余爱好、忌吃食物、是否是VIP等信息，有助于提高招商工作的针对性，进而提高展会质量。

(3) 场馆信息。场馆信息即场馆销售、运营、技术保障、保卫等信息，主要包括场馆面积、场馆配套设施、场馆财务管理、场馆智能化管理(设备自动化、通信系统、消防系统、安保系统)等信息。

(4) 展会信息。展会信息即展会组织机构的业务管理信息，包括展会基本信息、展会组织机构信息、展览服务商信息、主办商对场馆租赁的需求、参展商的参展需求和服务需求、观众网上报名的数据、展会评估报告、观众和参展商及服务商的满意度调查报告等信息。这些信息多见于展会的参观指南、招展书、参展手册、会刊、展会评估报告等材料。

(5) 会议组织信息。会议组织信息即会议运营过程中所涉及的各要素信息，包括会议主题和议题、会议演讲人、会议通知、会议专业活动、会议场地与会议室、会务(会议印刷品、名卡等)、住宿、餐饮活动、社会活动(开幕式、招待会、参观游览等)等信息。

知识链接1-2 •

国内会展信息化发展之路

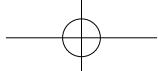
国内会展业信息化发展进程可分为三个阶段：2000年至2010年的PC时代、2010年至2018年的移动时代、2018年至今的万物互联时代。

第一阶段：PC互联网时代(2000—2010年)——基础建设与工具应用

20世纪90年代中期，国内会展业开始尝试信息化运作，早期以纸质表单登记为主，依赖Foxpro等单机版数据库处理数据。2000年后，随着互联网技术的普及，网上登记系统逐步推广，第三方服务商(如西安远华、北京昆仑)提供专业化的登记、门禁及现场数据处理服务。这一阶段以PC端Web应用为核心，技术路线较为传统，数据处理效率较低。



国内会展信息化
发展之路



至2011年，信息化应用仍以基础功能为主，如观众注册、参展商管理，数据分析处于起步阶段，尚未形成系统化数据驱动能力。

第二阶段：移动互联网时代(2010—2018年)——移动端渗透与生态构建

2011年微信推出后，尤其是2013年微信服务号和H5技术的普及，推动会展信息化向移动端快速迁移。“微信扫一扫”与H5结合以低成本实现移动化，显著提升观众入场效率和互动体验。2018年微信小程序的发布，进一步简化了用户入口，第三方服务商(如31会议、银联商务)推出小程序集成服务，支持全流程移动化管理。同时，移动支付(支付宝、微信)的普及大幅优化了门票销售与营销手段，红包引流、精准推送等数字化营销模式逐渐成熟。这一阶段，信息化从基础工具向生态化服务延伸，但数据整合与跨平台协同仍存在割裂问题。

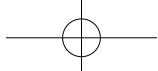
第三阶段：万物互联时代(2018年至今)——智能化、数字化与绿色化融合

伴随物联网、人工智能、大数据、云计算技术的突破，会展业进入全链路数字化与智能化阶段。会展业通过物联网、人工智能、大数据与云计算技术的深度融合，构建起智能化、数字化与绿色化协同发展的全新生态。AI技术的突破性应用成为核心驱动力，人脸识别技术在2017年突破95%准确率后，已全面覆盖广交会、服贸会等头部展会的门禁系统，而生成式AI(如Midjourney)更将创意策划效率提升40%以上，实现从文案生成到3D展陈设计的全流程智能辅助。大数据和云计算技术在会展业的应用主要是线上、线下的全链路跟踪和大数据分析，目前在线上展和线上会议、直播等平台上已有非常成熟的应用，可帮助主办方分析用户行为、优化用户体验、精准用户画像，提供有针对性的营销内容。这种基于大数据的连接，不仅仅基于自有数据，更多基于社会化数据。如今，随着移动互联网的普及，以前大型展会才能用到的注册、门禁等技术，被广泛应用在各类会展项目中，不仅提高了参展的便利性、数据处理的及时性，更提高了会展业的信息化水平，以及实时处理信息的能力。

2. 会展信息管理的作用

(1) 提高会展活动效率。展览业务运用信息化技术，能够提高展览各个环节的信息收集、传递、处理的电子化和自由化效率，避免一些中间环节及由这些环节产生的错误和时间耗费。如今，参展企业和组展商大多通过网络信息技术进行沟通，电子邮件、企业网页、电子支付、网络身份安全认证、信息和数据传播及自动化处理、网上商品交易等信息技术被广泛地应用到会展业中，大大提高了工作效率，降低了成本。

(2) 降低会展活动的业务经费。以招展活动为例，在传统的招展过程中，会展企业需要针对不同的参展商和观众制作大量的特定样式的邀请函，再通过传真或电子邮件等方式发送给他们，并及时记录回复情况等，工作量大、工作内容简单重复且十分耗时。运用信息化技术后，会展企业只需在数据库中录入潜在参展商的条件，选择一种邀请函的样式模板，根据日志中记录的预约信息以及用户设定的提醒条件进行业务处理即可，在保证会展活动的工作质量和工作效率的同时，节约了宝贵的时间和人力资源，实现无纸化办公，从



而大大降低了招展成本。

(3) 有利于会展管理水平的提高。目前，会展企业内部从领导审批、员工报销、人事考核到合同生成、库存管理、展会管理等，基本实现了信息化。ERP、CRM、SCM(supply chain management，供应链管理)、EC(electronic commerce，电子商务)等先进管理信息技术的运用，促进了会展项目宣传工作的开展，组展商、参展商和观众可获得比以往更为丰富、深入的信息资料，大大提高了会展企业的管理水平。

(4) 便于会展服务朝规范化、科学化的方向发展。会展业协调管理机构是在掌握大量信息和数据、在多个组展商及其项目中选优汰劣的基础上开展工作的。会展企业通过信息平台能够更加快捷地获取来自各方的实时信息，动态地调整相关政策，更好地适应瞬息万变的市场，获得市场先机，促使展览活动操作走向规范化，使会展业协调管理机构在流程标准化和运作规范化方面有据可依，从而为其实施科学化管理奠定基础。

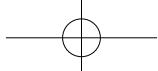
(5) 促进会展业的全球化、国际化发展。信息技术的发展和应用使得会展项目的宣传工作面向全球市场，会展项目信息从定向发布走向非定向发布，打破了地域的限制，加快了政府、会展行业协会、会展企业、参展企业之间的信息交流速度。政府可以通过网络向公众发布最新的政策和法规，并为会展行业协会、会展企业、参展企业提供快速的政府服务；会展行业协会可以及时将行业动态和行业规定传递到相关部门和企业；会展企业可以实时报道会展信息，让无法参加会展活动的组织和个人随时了解会展进展，或者提供网上参展报名服务，方便参展企业开展活动。信息技术促使国内会展资源不断向外拓展，国际化进程不断深化。

(6) 有利于传统会展业的完善和发展。会展活动涉及政府、会展行业协会、会展企业、参展企业、媒体和会展观众等不同主体，涉及面广，需要多方合作才能保证会展项目的顺利进行。电子商务等信息技术在会展业的应用，为会展信息在不同主体之间的交流创造了条件，促进了信息共享，拓展了信息交流的广度。例如，会展企业可以通过政府的在线服务开展国际会展申报工作，会展项目获得批准后，通过信息技术的支持，相应的信息会被会展行业协会、会展企业、媒体和参展商、观众共享，使会展活动开展得更加顺畅。当会展各个主体都利用网络交流信息时，依据网络效应理论，会给每个主体带来更高的价值，弥补了传统会展项目管理的不足。

案例链接1-1 •

米奥兰特AI慧展1.0：AI数智化赋能中企出海新范式

作为中国会展行业领军企业，米奥兰特联合AI眼镜领域先行者“李未可科技”，深度融合AI与AR技术，推出全球首款AI数智化参展解决方案——AI慧展1.0。该方案通过将AI眼镜硬件与展会场景深度耦合，首次实现软硬件结合的展会全流程AI化支持，构建了从展前精准匹配到展后数据闭环管理的全链路服务体系，为中企出海提供智能化、个性化的参展体验。



一、核心驱动：智能算法重构匹配机制

传统展会中，长尾客户匹配效率低下、数据利用不足等问题长期困扰企业。AI慧展1.0依托深度学习算法，整合近3000万全球专业买家数据、贸易大数据及行为轨迹，构建智能买家推荐系统。该算法通过持续学习买卖双方反馈，动态优化匹配策略，精准锁定高潜客户，显著提升展会营销效率与成本效益。

二、六大智能引擎：全场景提效升级

(1) AI慧搜：作为精准客户的“探测器”，通过个性化搜索与推荐算法，展商可快速筛选目标买家并邀约到场；买家则能线上预匹配展品，实现高效对接。

(2) AI慧译+慧记：以多模态技术解决跨国沟通与信息同步难题，展商通过AI眼镜实时记录对话、翻译内容，并自动生成沟通纪要同步至国内，确保信息即时分析与协同。

(3) AI慧写：作为营销创意“魔法盒”，展商输入基础信息后，系统可自动生成个性化营销素材，大幅提升内容创作效率与吸引力。

(4) AI慧看：提供数据透视功能，整合展前至展中多维度数据，直观呈现买家行为、展会动态及竞品表现，助力展商精准调整策略。

(5) AI慧客：通过智能管理客户线索与持续推荐高潜买家，解决展会信息记录复杂、商机时效短的痛点，延长展会效应周期。

AI慧展1.0不仅通过空间智能解决方案优化线下展会体验，更以数据闭环管理实现“线上+线下”协同，成为外贸企业的智能决策工具。其六大部分模块构成“智能矩阵”，覆盖从商机挖掘、跨语言协作到策略优化的全场景需求，助力企业突破传统参展瓶颈，以数智化手段重构外贸竞争力。随着该方案在2025年越南展会的首次落地应用，AI驱动的全球化出海新时代正加速到来。

1.2.3 会展信息管理分析与实现途径

会展信息的主要特点在于“集中”。大量的参展企业与大量的观众可在短时间内相互接触，交流信息，彼此获得“新、奇、特”的信息、知识，感受文化理念，激发创新灵感。当前，会展业的信息管理局限在一个较低的层次上，表现为：在一次会展活动中，会展主办企业和参展商各自独立地重复收集观众名片信息，没有进行数据的共享和交换，缺乏对信息的深入利用；不同会展活动之间的数据信息独立，缺乏归并和统一处理。在会展行业中，要提高办展水平，对行业信息进行有效管理尤为重要。

管理的任务在于通过有效地管理人、财、物等资源来实现组织目标。信息作为管理活动中一种极为重要的资源，将会影响管理活动的有效程度。信息管理工作的主要内容包括以下6个方面，如图1-1所示。

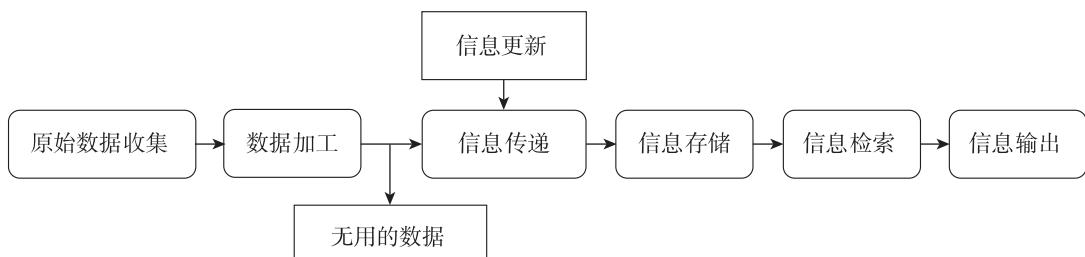
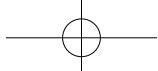


图1-1 信息管理的主要内容

1. 会展信息管理分析

根据会展项目的进程特点，可将其分为5个发展阶段，即筹备阶段、准备阶段、会展期间、会展结束阶段、休会期间。各个阶段的信息管理具有不同的特点。

1) 筹备阶段信息管理

在筹备初期，首先要根据会展项目的具体情况，如举办日期、规格、会展对象、资金来源、地点等诸多要素进行详细策划，确定筹备工作的具体事宜，收集相关信息，安排专人负责每一项工作，按时、保证质量地落实。

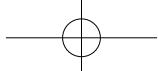
(1) 筹备信息管理。筹备信息是按照会展的进度和日程安排的，很多信息在时间轴上具有先后依存的关系，即前一项工作没有完成，会影响后续工作的开展。在策划时应考虑到这样的信息依赖关系，并采取措施降低其依赖程度，以避免影响整个筹备工作的进度。会展筹备阶段的信息包括会议信息、场馆信息、会展承办方的信息、会员登记信息、特约嘉宾基本信息、饭店信息、单场会议场馆费用信息、会展布局设计等。

(2) 预算信息管理。预算的制定依赖于对整个会展活动的策划，在制订活动计划时，需要把整场活动分解到一系列详细的项目中，对每个项目的支出都要做预算，以控制各项成本支出。通过各种营销手段和措施，争取最大限度地增加收入、降低成本，做到开源节流。例如，近几年来，政府主导型展会也从原来的政府包办，逐步转变为政府少量资助，会展公司通过招商、联系赞助、出租展位、提供服务来解决资金问题，实现了社会效益和经济效益并重的目标。

对于会议项目而言，由于会议没有展位可以出租，很多会议的举办单位通过“以会养会”的形式，即依靠收取会员的会务费、拉赞助的形式来解决会议的资金问题，会务费是其经费的主要来源。有些客商可在会议期间展出产品，甚至在大会上专门介绍他们的产品。

因此，在进行预算信息管理时，可以将会展活动期间的所有经费在财务系统中按照“专项”来建立账户，所有费用的收入和支出都纳入该专项进行统一管理，对专项资金做到专款专用。在会议接待期间，将出现大量的收入信息，如收取会务费、租费等，需要财务部门人员配合工作，如收取现金、开发票等。

(3) 场地信息管理。会展承办方举办一场大型展会时，一般会将展览馆的展区整体承租下来，然后根据展馆布局将展区分割成一系列小展位，再将小展位转租给参展商，这样承办方对场地信息的管理实际上就转换成对展位的信息管理。因此，展会场地规划至关重



要。承办方应根据客户的需要合理安排整个展会场地，提高展会场地的使用率，同时确保布局更人性化，便于参观者走动、工作人员出入、参展商搬运货物，如突发火灾等险情，可以在最短的时间内安全地疏散人群。

2) 准备阶段信息管理

会展活动经过前期的策划阶段后就进入准备阶段，即对项目策划报告中指出的各项准备工作逐项落实的阶段。例如，确定项目各环节工作落实的日程和先后顺序，优先安排人力、物力、财力等，做好这一阶段的信息管理工作是项目顺利完成的关键所在。

(1) 准备项目信息管理。准备项目信息管理主要是指对筹备报告指出的项目进行细化和具体化的过程，研究解决人员、费用支出、完成时间、各项目间的衔接、项目的完成等一些关键问题。例如，会议项目开展前，需要了解与会代表的抵达时间、住宿要求、会务费缴纳情况、就餐情况、回程时间或旅游项目参加情况等。若有重要嘉宾出席，还需要安排嘉宾的具体行程，有演讲任务的还需要确定主题和演讲内容等。此阶段的信息管理工作是否细致，决定着项目最终效果的好坏。

(2) 资金信息管理。在会展活动的准备阶段，需要大量的资金投入，而展位收入大多临近准备阶段的后期才能到账。因此，在准备阶段需做好资金的到账信息管理、应付账款管理、会务费收取、出租展位收取租费等工作。在此阶段，应建立资金管理制度和管理模式，以借助财务的专项经费管理功能来实现资金信息管理。

(3) 客户信息管理。就会议而言，客户信息管理主要针对与会者，即会议会员。收集会员信息有助于会议的举办方掌握足够的信息，以便在下届会议之前有目的地递送会议邀请函或会议通知，降低发送的盲目性。在会议期间印发与会人员通讯录，还能促进会员之间相互建立联系。

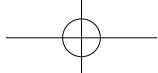
就展览而言，参展商一般会成为展会的“会员”客户。在收集参展商信息时，不仅要收集其企业类型、规模、性质等信息，还要收集展品和企业产品的相关信息。这些信息可以通过参展商名录和展品目录查询，也可放在展会官网上供更多的客户查询，使更多没有机会参加展会的客户能够从网上获取参展商的信息，提高参展商的产品交易量，从而提升企业的知名度。

3) 会展期间信息管理

会议期间信息管理包括跟进会议日程、与会代表注册信息管理、与会代表回程时间的确定、住宿状态和交通方式的更新、对收集的会议征文进行登记处理等方面。展览期间的信息管理包括展会安全信息管理、安保查岗情况记录、大型展会志愿者管理、参展商入场登记信息管理、参展商服务信息管理、门票销售信息管理等。

4) 会展结束阶段信息管理

(1) 会议结束阶段。会议闭幕之后，会议承办方的主要任务是将会议代表送离场馆，将会议场馆的租用、餐饮、住宿费用结算完毕，之后便可撤离。结束阶段的信息管理工作内容主要包括：建立送客用车记录，准确无误地将与会代表送至相关客运单位；针对每笔往来账目逐一说明款项的用途和金额；对与会代表注册信息进行存档，有条件的话，



可录入相应数据库中，以便随时调用。

(2) 展览结束阶段。展览结束阶段的工作量相对较大，需要做好参展商的撤展、场地清扫、移交和费用结算等工作。信息管理工作内容主要包括：按照准备阶段制定的撤展预案执行撤展计划，做好调度工作；对租用的物品进行清点和信息更新；对每笔往来账目逐一说明和清算。

5) 休会期间信息管理

做好展览或会议后期的信息管理工作，有助于下届会展项目的顺利开展。很多主办方忽视了会展期间收集的调查数据，没有对会展项目的整体成效、宣传效果、接待成果和成交结果系统深入地进行考核和评价，导致下届会展项目的举办依旧缺乏系统性。因此，在休会期间应完成客户信息数据库的建立和更新，向客户邮寄或发送会展总结并致谢，进行会展项目的总结性宣传，以便吸引大众和媒体的关注，扩大影响力。

2. 实现会展信息管理的有效途径

实现会展信息管理的有效途径有很多，就展会来说，主要有以下几个。

(1) 信息收集。在展会现场，主办方通过观众登记等方式收集的观众信息，可以为参展商所利用，而参展商也可在展台收集观众信息。主办方还可以把最新的展会动态通过文字、图片、视频等方式上传至互联网，让参展商在第一时间了解展会的最新进展，也可以使那些没来参展的企业及时了解展会的相关情况。

(2) 实现对数据的综合分析和利用。在数据库的支持下，主办方可将各届展会的相关数据及时归并、统一处理，实现信息共享，确定观众的行为习惯和价值评判标准。同时，也能够减少重复收集信息的工作量。

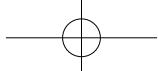
(3) 信息资源共享。主办方通过共享的信息资源可以为客户提供更多的配套服务，如商务旅行、VIP礼仪接待等。

学习任务1.3 会展信息在会展中的应用

1.3.1 展馆的“智能化”

展馆“智能化”(智慧展馆)是指以会展技术中台、业务中台和数据中台为依托，将新兴互联网云技术、人工智能、大数据分析与物联网技术、地理信息系统、5G等各种技术应用到展馆运营管理中。

展馆智能化是一项系统且复杂的工作。首先，展馆要发挥“连接”的价值，将会展活动参与各方，比如组织者、参会者、参展者等，与展馆内部的设施与资源，以及展馆外部



的各类资源等连接在一起；其次，要给会议展览参与各方做好“连接”工作提供良好的服务，提升会展体验。伴随科技的飞速发展，展馆“智能化”已成为提高展馆管理效率、降低展馆维护成本、提供便捷优质的体验服务的重要手段。

展馆智能化包括以下几方面。

1. 展馆内部日常运营管理的智能化

展馆采用与计算机和互联网相关的应用系统——企业内部信息化管理系统来实施管理，具体包括财务与人事管理、办公管理、安全保障、设备运行管理、客房与餐饮管理等模块。

2. 展馆设施及其运营管理智能化

展馆设施及其运营管理智能化包括会议展览硬件设施的自动化、智慧化，比如座椅、舞台、隔断等智能化，涉及温度、空气质量、灯光以及停车等方面。

3. 视听多媒体与互动智能化

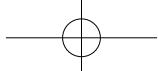
视听多媒体与互动智能化包括视频、音频、灯光、机械以及中控等多个相互关联的系统模块的应用，比如智慧大厅(会议、展览、活动、演出等)、视频会议室、多功能舞台、多媒体显示、互动体验设计等。

例如，南京国际博览中心运用新一代信息技术实现展馆数据的收集、管理、分析、筛选智慧化，拓展云上展览馆，搭建云上展览展示、云上防疫等模块，打造展会业务管理类、展会服务类和支撑系统等基础数据库，探索云上展览馆的盈利点，推动线上线下展会双线融合、协同发展。

1.3.2 会展管理和服务的“信息化”

会展信息化管理是指利用现代信息化技术管理展览会、会议、活动等的各个环节。会展信息化管理可为会展主办方、参展商和观众提供信息交换和互动的平台，其核心作用是通过系统化整合与传播会展信息，帮助参与者高效决策，优化会展活动管理流程，同时促进商业对接、知识共享和行业交流。

信息化在会展业的应用主要分展前、展中和展后3个阶段。在展前阶段，参展商和展会主办方可以通过互联网完成展位申请、资格审核、申报、录用、展位分配、参展企业资料录入、费用收取、证件办理等工作，展会主办方还可以通过邮件群发系统向参展商发送电子请帖。以前这些工作要通过邮件或快递来完成，信息化大大提高了筹展效率，同时也节约了大量的成本。在展中阶段，信息化系统主要包括采购商和参展商办证系统、报到验证系统、展区展品查询系统等。网络化的办证系统可以非常快捷地打印证件，同时能把办证资料存入后台数据库。在展后阶段，展会统计系统可以非常准确地对各种数据进行统计，提供饼状图、线形图、柱状图等多种直观的统计图，帮助观众查询当日的项目成交金额、数量，并将这些分析数据按项目、行业等进行分类，有助于对潜在客户的开发与挖掘。



案例链接1-2•

进博会线上“供采大厅”正式上线

为充分发挥中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)国际采购和投资促进平台作用，更好促进展品变商品、展商变投资商，为展客商精准、便捷、高效对接提供支持，第七届进博会推出线上“供采大厅”。“供采大厅”的核心功能包括“信息发布”“贸易配对”“活动配对”“行程安排”“投资促进”等，展客商可随时随地体验便捷的参展参会服务。展客商通过“供采大厅”可获如下便利化权益。

一、供需信息早知道

进博会供需信息抢先看，采购商可通过“找展商”“找展品”“展位图”功能，快速获取当届新产品、新技术、新服务信息；展商可通过“采购需求”功能，获取采购商发布的最新意向采购和对接需求。后续还将上线展商展品信息收藏、一键分享至聊天和朋友圈功能，助力便捷分享交流；同时上线AI智能客服功能，助力高效寻找展商展品。

二、在线推荐准配对

供采大厅智能推荐与展商自荐相结合，根据采购商采购及对接需求为其提供展商展品信息的一站式配对推荐。此外，我们还将向展商想接洽的采购商发送展期会面请求，采购商可一键点击前往供采大厅查看对应展商信息。

三、洽谈预约先安排

线上预约功能将于近期优化，采购商可向展商发起展期会面预约，提前确认会面安排，让展期行程更从容。后续将上线内嵌翻译的即时通信功能，实时在线进行翻译，为展客商提供高效、便捷的跨语言沟通解决方案，打破线上交流障碍，提高合作洽谈效率。

四、名片交换易管理

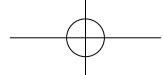
名片管理及交换功能将于近期升级，展客商可根据注册信息便捷生成在线名片，可通过供采大厅在线交换名片，也可在展会现场扫描证件上二维码线下交换名片。优化名片管理功能后，单位及个人可对收到的名片进行统一管理，便于展后客户回访。

资料来源：第七届进博会线上“供采大厅”正式上线[EB/OL]. (2024-09-12)[2025-04-01]. <https://www.ciie.org>.
作者整理而成

1.3.3 会展信息管理软件的开发和应用

自20世纪80年代末起，随着信息技术在中国外经贸领域的初步应用，会展业也走上了信息化探索之路。广交会作为行业先锋，自主研发展会管理系统。这一举措标志着我国会展管理进入电子化时代，为后续的技术创新奠定了基础。

进入20世纪90年代中期，深圳捷顺、西安远华、龙信息科技等IT企业开始专注于会展行业的技术解决方案开发，推出了包括智能名片识别系统、会展数据仓库和RFID电子门票在内的多项创新产品。特别是北京中联艾博开发的跨国会展管理系统，成功地将服务扩



展到亚太及北美市场，构建了一个全面覆盖观众管理、展商服务和数据采集的数字化平台，这为会展业的发展提供了宝贵的经验和技术积累。

2010年至2020年，随着4G网络的普及，会展业迎来了又一次重大变革——智能化升级。移动互联网技术的应用使得会展活动变得更加便捷高效。例如，北京联展创想推出的智能会议生态系统，集成移动端议程管理、人脸识别签到和实时数据看板等功能，极大地提升了用户体验。云计算架构的广泛采用促进了会展SaaS平台的发展，大数据分析则帮助企业更精准地了解客户需求。在此期间，大型科技公司纷纷加入智慧会展的竞争行列，加速了行业的技术创新步伐。

近年来，尤其是2020年以来，数字孪生技术和元宇宙概念逐渐成为会展业的新焦点。5G+XR技术的结合创造了混合现实会展空间，而区块链技术则被用来建立可信的数字身份体系。AI大模型在会展运营中的深入应用，如商汤科技的会展大脑，实现了从智能客服到舆情监测的全流程自动化支持。同时，云原生平台如UCloud和钉钉会展通过提供模块化的服务，极大地降低了中小企业的数字化成本，并提高了整个行业的智能化水平。

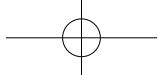
未来，会展业将继续受到技术演进、市场需求增长以及政策引导的影响。预计到2026年，中国智慧会展市场规模将超过500亿元人民币，AI决策支持系统也将接近全覆盖。此外，前沿技术将在空间维度(如数字孪生展馆)、体验维度(比如脑机接口导览)以及价值维度(如会展数字资产交易)等方面深化应用，推动会展业向“物理空间+数字空间”双轮驱动的新生态迈进。

知识链接1-3 •

会展信息技术主要是指在会展领域应用的信息技术，主要包括会议管理系统、展览管理系统、注册和参与者管理系统、移动应用程序、数据分析和报告工具、虚拟和混合现实技术、网络和通信技术、社交媒体和在线互动工具、RFID和扫描技术、电子名牌和胸卡、在线注册和票务平台等。会展信息技术的分类如表1-1所示。

表1-1 会展信息技术的分类

分类	描述
会议管理系统	用于注册、计划、管理和跟踪会议和活动的软件系统
展览管理系统	用于管理展览和展示活动的软件，提供展位分配、展品管理等功能
注册和参与者管理系统	用于管理参与者注册、票务和与参与者互动的工具
移动应用程序	提供活动日程、地图、演讲者信息等内容的移动应用
数据分析和报告工具	用于收集、分析和呈现会展数据的工具，帮助评估活动效果
虚拟和混合现实技术	包括虚拟展台、虚拟现实演示和混合现实应用，以增强线上线下活动效果
网络和通信技术	提供网络连接、Wi-Fi服务、视频会议等设施，确保参与者的连通性
社交媒体和在线互动工具	用于社交媒体推广、在线互动的工具和平台
RFID和扫描技术	用于跟踪参与者出席、展品互动和数据收集的无线识别技术
电子名牌和胸卡	替代传统纸质名牌，提供个性化信息和网络连接功能
在线注册和票务平台	提供在线注册和票务销售服务的平台，方便参与者报名和付款



项目小结·

会展业的数字化与信息化建设正深刻重塑行业生态，不仅强化了会展作为信息交互与资源整合核心媒介的功能，更通过技术赋能推动会展服务内涵的延伸与创新。本项目围绕信息化对会展业产生的影响，详细阐述了会展信息管理的核心内容及会展信息管理系统的应用，并讲解了会展信息管理系统的技术基础。通过学习本项目，读者既能了解会展业信息化建设的概况与发展趋势，又能理解其中的原理，为未来参与行业创新实践奠定扎实基础。

实训练习·

实训题一：从会展主办方的角度来说，会展信息管理可以应用在哪些方面？具有哪些作用？

实训题二：试提出会展信息管理系统的设计框图或组成构想。

实训题三：通过访问会展网站，了解目前国内外会展业信息化建设基本情况。

应用实例 | 上海世博会与信息化



1. 上海世博会概况

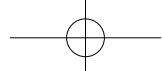
世界博览会(universal expo)(以下简称“世博会”)是一个富有特色的“讲坛”，它鼓励人类发挥创造性和主动参与性，把科学和情感结合起来，将种种有助于人类发展的新概念、新观念、新技术展现在世人面前。因此，世博会被誉为世界经济、科技、文化的“奥林匹克”盛会。1851年5月1日，第一届世博会在英国召开。世博会是工业革命背景下科技进步的产物，它代表着世界技术发展趋势，推动了现代科技进入人类生活。许多新技术、新产品都是在世博会上初次“亮相”并得到普及推广的。

中国2010年上海世界博览会(Expo 2010)是第41届世博会，也是由中国举办的首届世博会，于2010年5月1日开幕至10月31日结束，历时184天。2010上海世博会标志如图1-2所示。上海世博会以“城市，让生活更美好”(better city, better life)为主题，总投资额达450亿元人民币，创造了世博会史上规模最大的纪录，吸引了200个国家和45个国际组织参加世博会，超过7308.44万人的参观人数也创下了历届世博会之最。本届世博会首次同步推出网上世博会，在举办实体世博会的同时，开创性地推出“网上中国2010年上海世博会”，充分利用和借助互联网的独特优势，实现实体世博会和网上世博会的有机联动。互联网将使上海世博会成为“永不落幕的世博会”，约有170个国家和国际组织确认参加网上世博会。



城市，让生活更美好
Better City, Better Life

图1-2 2010上海世博会标志



■ 2. 上海世博会对信息系统的需求

上海世博会事务协调局信息化部总结出世博会信息系统应满足6类人群的需求，即决策指挥控制人员、园区管理和服务人员、后备保障人员、参展商、参观人员和新闻媒体。下面我们重点介绍以下3类人群对世博会信息系统的需求。

- 参展商。该群体的需求包括展览基础设施、展位布局与展位、物流与仓储服务、销售管理、参观人群预警与管理、信息通信与信息服务、应急通信保障、后勤供应和水电气供应等方面。
- 园区管理和服务人员。该群体需要完整、及时、准确地了解和掌握世博园区所有信息，包括各类设施和供应系统的运行信息、参观人员的状况信息、参展人群的需求信息、物流信息、交通信息，以及反恐、突发事件(自然灾害、火灾、医疗急救)信息等。
- 新闻媒体。该群体需要便利、可靠、快速的通信服务和信息服务。例如，为记者提供话音接入和数据接入，保证全球新闻媒体能够方便地报道世博会场情况，高速且同步地发布文稿、图片、视频等信息。为新闻媒体人员提供服务的质量，将直接反映世博会科技水平，特别是信息化水平。

■ 3. 世博会信息化面临的挑战

世博会期间，由于人员流动性高、场馆多而分散、信息交互量大、高端用户多，对信息基础设施的先进性、通信服务的标准化有更高要求。世博会信息系统与非常稳定、成熟的奥运会管理系统相比较，更能体现自主创新的特征，再加上系统庞大复杂，需要协调上百家供应商，涉及几百个数据模块、上千个数据流，面临的挑战非常大。

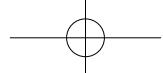
■ 4. 世博会信息系统的规模

世博会的保障要素包括46类，共计15 000多个，分布于39个保障单元，包括500个不同规模的网络、1000余台服务器和超过1000个应用程序。

世博信息系统规划建设60千米管线，近百个信息化机房，100多个弱电间，以及业务专网、图像视频网、园区商务网、800兆集群通信网、移动电话网、固定电话网、宽带接入网等40余个信息系统，涵盖安保管理、交通管理、网上世博、票务管理、物流管理等44个信息化项目的系统集成服务，包括服务器、笔记本电脑、台式机、多功能一体机、打印机、投影机、移动存储7类多达15 000套计算技术设备。

■ 5. 上海世博会信息化建设内容

上海世博会信息化建设内容包括世博会信息系统基本结构、上海世博会园区运营指挥中心信息系统、上海世博会信息运营调度中心、世博交通信息管理系统、世博智能交通系统、世博票务系统、世博安保系统、世博园区能源与环境监测系统、世博会广播电视台中心



新闻共享及发布系统、世博会场馆智能化系统及网上世博会。2010上海世博会信息系统基本结构如图1-3所示。

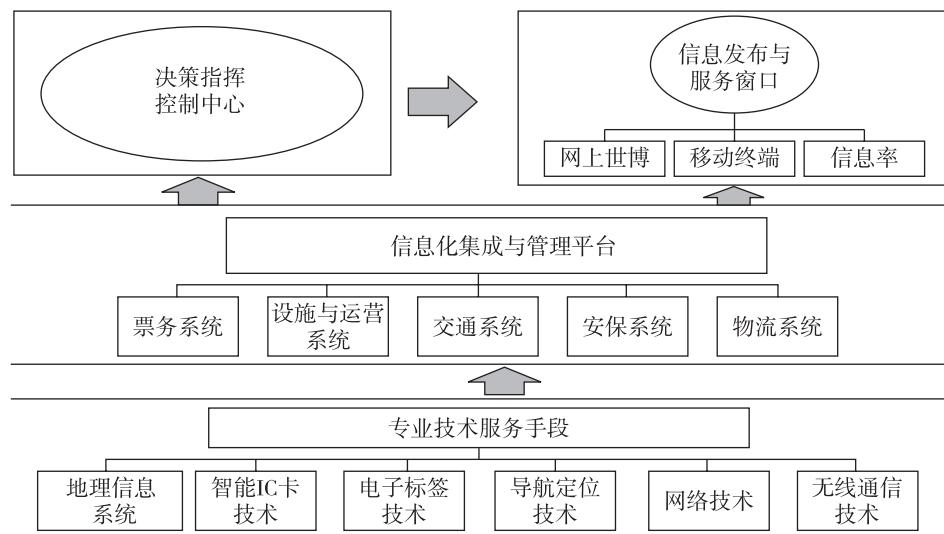
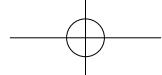


图1-3 2010上海世博会信息系统基本结构

信息技术已成为世博会组织者为参展商和参观人员提供支持和服务的重要支柱。同时，这些先进的信息化技术也成为世博会筹备、组织、管理和营运的利器。

- 集约化的建设方式和智能网技术。园区通信基础设施以集约化的方式进行建设，实现高度共享，电信的城市光网、EPON(以太无源光网络)、IPv6(互联网工程任务组)、东方有线光纤+HFC(混合光纤同轴电缆网)的接入和运营商普遍采用的智能网技术等，为“三网合一”以及解决信息高速公路“最后一公里”等难题进行了实践性探索。
- 无线宽带技术。重点普及以国产标准TD-SCDMA(时分同步码分多址)为主的3G技术的应用，同时采用Wi-Fi(无线保真网络)+MASH(多级噪声整形)技术，并提供宽带接入服务，保证无线信号的更宽覆盖和高速传输。同时在园区内建设TD-LTE(分时长期演进)实验网络，为组织者、媒体记者、各方嘉宾提供丰富的移动信息服务。
- RFID(电子标签)和传感网技术。该技术已广泛应用于世博会的门票、物流配送、展馆预约、证件管理、电子车牌等诸多方面。中国移动首次推出内置RFID模块的手机电子门票，并和交通银行合作，在园区内提供手机电子支付业务。
- 互联网应用技术。网上世博会将借助互联网的FLASH、Web3D(虚拟三维)、CDN(内容分发网络)及SOA(面向服务的体系结构)架构技术等，把世博会的理念、精神以及内容传到全球，可以完全满足国内外用户对网上世博的访问需求。
- 多媒体技术。虚拟技术综合演播厅运用虚拟仿真技术将园区建设规划、展馆建设、大型活动方案从抽象化、符号化转变为形象化、可视化，为科学决策、活动组织、运营指挥提供了直观生动的演示平台。
- 智能视频处理技术。高清视频图像处理、人像识别、图像信号智能调用等多项信



息技术被大量运用于本届世博会的客流引导、视频监控等系统，通过智能视频分析和智能视频监控，使监控系统成为主动、智能化的识别工具，可自动提取关键信息，为组织者提供警示服务，有效提升相关系统的服务能级和响应效率。

- 电子地图和定位导航技术。在传统导航功能的基础上，更加注重智能化、个性化和多功能化，利用高精度电子地图和共用的地理信息系统平台，为园区的车辆和工作人员提供多种定位导航服务。
- 特大型活动的信息化管理。为适应大型活动的组织管理需求，充分借鉴奥运信息系统的管理经验，针对世博会的特点，综合运用地理信息系统技术、基于位置的信息发布技术、应急方案数字化技术等，实行数字化的综合运行管理，为大型活动的管理、服务提供信息化支撑。值得一提的是，特大型活动信息化管理系统完全由国内自主研发、建设，并提供运行保障。