

# 2022 年度苏州市会展活动数据分析报告

2022 年，是苏州会展史上极不平凡的一年，面临疫情反复来袭，会展活动长期停摆，会展企业遭遇到严重生存危机的压力和挑战，我市会展人认真学习贯彻落实党的二十大精神，顶住了压力，充分发挥了苏州会展人不怕困难、勇于拼搏、低调务实、埋头苦干的作风，多渠道开展自救，努力提高展会服务质量，积极提升展会品牌影响力，为疫情后恢复办展办会打下牢固的基础，为今后苏州市会展尽快走出困境实现高质量发展做出积极贡献。

## 一、2022 年苏州市会展活动总体情况

2022 年苏州市共举办各类展览 103 个，其中经贸类展览 26 个，总面积 40.6 万平方米。文化艺术类展览 77 个，线上展览 2 个。

新建两个大型会议中心，即：苏州国际会议中心、苏州狮山国际会议中心。苏州国际会议中心占地面积 16.4 万平方米，建筑面积 30.8 万平方米，拥有 4050 平米大会议厅。同时为 5000 人以上的会议服务。

狮山国际会议中心，总建筑面积为 13800 平方米，会议使用面积 6000 平方米，包括 4000 平方米无柱豪华多功能厅。

## 二、2022 年苏州市会展行业发展情况综述

(一) 疫情多次反复来袭，给苏州会展业发展带来了前所

## 未有的打击和伤害

新冠疫情再次来袭，展会活动多次叫停，时间之长，影响之大，损失之惨重是前所未有的。所有展会活动全部取消或延期，疫情对苏州会展业的冲击可用6个字来概括：一是范围广，二是程度深。所谓范围广是指在这这期间，全市范围内7家展馆、7家大型会议中心、25家具有1000平方米以上单体会议厅面积的酒店，以及近600多家会展上下游企业无工可复、无项目可做、无现金进帐。所谓程度深是指，苏州是我国会展业市场化程度较高的城市，全市95%的会展企业是民营中小微企业，这些企业规模小，抗压能力弱，加之疫情突然来袭，项目工程停顿，致使资金流断裂，企业坐吃山空，面临极大的压力和困境，因展会取消，主办单位前期大量人力、财力和物力投入颗粒无收，平均损失在400—800万元之间。疫情对我市会展企业的主要影响有：

1、展会停摆达1年之久，自2021年11月起至今，我市会展业，除了6月24日至8月25日有过短暂的2个月复展之外，整整停摆了接近1年之久。停摆时间之长是前所未有的。

2、绝大多数会展企业都面临着难以为继、濒临破产的尴尬境地，为了生存，迫于无奈，全市95%的会展企业实施了裁员降薪的自保措施，其中50%的企业裁员规模达到40—60%，部分企业达到80%。

3、会展属于现代服务业范畴，受宏观经济影响更为直接、明显。在疫情反复，经济下行、产业受挫，消费不振的情况下，作为会展行业所服务的对象，无论是政府还是企业都会选择压缩参展参会费用的支出或直接选择不参加展会。即便已举办的 20 几个展览会也出现了展览规模严重缩水，大部分展览达到约 40—60%萎缩，这直接导致今年我市会展活动主办主体营业收入大幅减少，大部分企业出现亏损办展现象。

4、会展人信心受到严重伤害和打击，对未来发展充满迷茫和失望。会展活动品牌项目的持续性特点，注定了其反复延期或者停办，损失的不光是当下的收益，伤害更大的是会展企业赖以生存的会展活动项目竞争力以及团队的凝聚力。反复停摆和不确定性让即使恢复举办会展活动，也势必付出很大代价。

5、由于我市会展业市场化程度高，大多数企业为民营中小微企业，多为轻资产、高依赖性企业，展会停摆，工程停顿，资金断流，造成企业经营困难，员工流失，尤其是在今年，疫情多次爆发，展会连续叫停，时间长达一年，在这种重大突发事件面前，会展业长期存在的短板和矛盾也日渐突出，企业规模小，实力不强，抗压抗风险能力差等问题越显突出。

**(二) 齐心协力共克时艰 助力我市疫情防控工作，贡**

## 献苏州会展力量

1、市政府市商务局及时出台了助企业纾困政策措施，指导企业做好各项疫情防疫工作，协助扶持企业渡过难关。疫情期间，协会充分发挥了重大事件面前不可替代的重要作用，除了及时向各会员单位发出倡议书，要求各会员企业积极响应国家号召外，还指导和协助各会展企业开展自身疫情防控、疫情期间企业业务开展和推进工作，及时开展各企业受损情况调查工作，向政府有关部门汇报相关数据和信息，递交了帮助企纾困的9条措施建议，成为国内首家向政府提交纾困建议的会展行业协会。

2、自春节过后，我市疫情防控形势严峻，随着防疫工作的全面开展，苏州国际博览中心、昆开国际会展中心、花桥国际博览中心等场馆都承担了当地方舱医院建设，投入大量财力、人力和物力，支持当地疫苗施打、核酸检测、外地来苏人员分流、防疫物资储备等工作，为疫情防控做出了巨大贡献。在大家的共同努力下，取得了抗疫、办展的双胜利，为我市抗击疫情，复工复展方面交出了一份满意的答卷。苏州各地疫情防控志愿服务点人员需求不断增加，疫情就是命令，防控就是责任，苏州市会展业的志愿者纷纷参与进来，主动请缨，在疫情的紧要关头，苏州国际博览中心、苏州市节庆会展集团公司、苏州国展集团公司、太湖新城集团会展公司、昆山昆开会展中心、常熟国际展览中心、花桥国际博

览中心等会展企业即刻吹响了“集结号”，近 250 多名会展志愿者为抗疫中的苏州贡献属于自己的力量，2130 人次参加了工业园区、相城区、常熟、昆山、花桥等地 23 个社区的一线抗疫活动。用实际行动践行社会责任和担当为助力我市疫情防控工作顺利进行。

### **（三）泰山压顶不弯腰 生产自救创新路**

疫情来袭，展会停摆，企业面临严重危机的关头 我市会展人并没有消极等待，而是抓住时机，展示出了强大的生命力和创新力，会展实体在强化内部管理、整合内部资源、加强人员培训、拓宽业务范围等方面得到了壮大和发展。企业在转型升级、开拓新业务方面取得了较好的成绩，展会质量有所提升，办会水平不断提高，业务范围逐步拓宽，新技术、新科技被广泛应用，员工素质大幅度提高。部分会展企业主动创新破局，实现逆势发展。

**华诺会展公司**利用疫情期间业务量减少，积极开展业务攻关，紧抓住绿色会展和节约高效等会展工程设计矛盾和问题，组织设计人员攻关，取得了良好的成绩和突破，他们新开发的“快搭”，已有几百个不同产品，不仅实现了绿色搭建，还大大减少了客户的时间和成本，超市式的经营手段在全国走在前列。依卡特是一家中外合资公司，公司充分发挥其海外市场的优势，开拓国际市场，

**黑马会展公司**在国内疫情严重，展会停摆的不利情况

下，调整公司发展战略，将业务扩展到欧洲等地区，利用国内国外两个市场，抓住国外会展市场已全面恢复的机遇，逐步走出困境。

依凯国际会展（苏州）有限公司是苏州唯一一家中外合资的会展企业，在欧洲拥有自营实体生产基地，为企业提供国际化、全球化的一站式定制展览展示解决方案，以欧美国家为主，业务覆盖全球 30 多个主要经济地区。2022 年年初至 10 月中旬，依凯团队承接了 315 个项目，完成 32100 平方米展览会设计、施工展装业务。

#### **（四）聚焦苏州产业集群发展 打造产业会展新高地**

在产业受到严重损害的不利情况下，我市会展人开拓进取、抓住机遇、埋头苦干、聚焦苏州产业集群，推动重点产业高质量发展，聚焦苏州产业集群发展，鼓励团队研发特色产业展会。结合苏州四大产业创新集群细分优势领域，深耕苏州重点产业创新集群布局和发力方向，成为苏州会展重点发展方向，苏州会展也抓住这一机遇。原定于 2022 年 12 月 2-4 日在苏州常熟国际展览中心举行的“中国声学产业集群发展大会暨首届中国（苏州）声学产业博览会”由中国声学学会、南京大学、苏州市人民政府共同举办。节庆会展集团作为声博会具体操盘单位，积极开展招展招商、提供专业会务服务。不仅完成合同约定业务内容，还积极引入国际声学资源，促成了德国德累斯顿大学与常熟理工学院国际教育合

作，合作培养声学专业人才。促成了丹麦声学机构、丹麦科技创业中心与“苏州·中国声谷”的合作，举办中国-丹麦声学技术与产业合作论坛等系列活动，获得了甲方的认同，为推动展览实现知识化、专业化、国际化做出了积极的贡献。

### **（五）抢抓机遇 见缝插针 实现疫情防控复工复展双胜利**

经过苏州市政府相关部门、会展行业协会和会展企的共同努力，我市部分具有影响力的品牌展会活动利用2个月开展期，见缝插针，精心筹备，顺利开展，圆满结束。

**第四届大运河文化旅游博览会** 第四届大运河文化旅游博览会（以下简称“运博会”）9月22日至25日在苏州举办。本届运博会共吸引国内72个城市、20余个国家的900余家单位参展。据不完全统计，运博会期间，近10万人次观众走进六大主题展及相关活动现场，线上受众突破3.7亿人次。与往届相比，本届运博会参展城市和企业均有所增加。六大主题展览展示共吸引国内72个城市、20余个国家，共900余家单位4000多人参展参会。其中，运河城市文旅精品展，省外参展单位占比达到65%；“丝路和运河的邂逅”国际展吸引中东欧和韩国、德国、荷兰、意大利、泰国等国家的105家企业参展参会，巴基斯坦、西班牙、马来西亚等6个国家的驻沪总领事，50多位驻华使节和机构代表出席开幕

仪式、运河行等相关活动。为进一步突破时间和空间限制，本届运博会还创新搭建运博会数字展览平台——“线上运博会”，累计为 2200 多家参展商、500 多家买家提供线上咨询、交流、预约、交易等服务，页面累计访问数突破 2 亿，促进线上运博会意向交易额达 1.46 亿元。

**丝绸苏州 2022** 为期三天的“丝绸苏州 2022”展会于 7 月 9 日在苏州国际博览中心启幕，本届展会以“更跨界，更未来”为主题，致力于通过构建丝绸产业服务平台，促进丝绸产业服务链之间的沟通和衔接，助力丝绸企业转型升级。本届“丝绸苏州 2022”总面积 10000 m<sup>2</sup>，展会现场规划了丝绸品牌、潮流趋势、跨界互动、国风国潮、特色面料、江南大师以及国际展区共七大特色展区。

**2022 华食展** 2022 年 9 月 5-7 日，华食展（原定于上海国家会展中心举办）在苏州国际博览中心成功举办。做为今年华东地区首场餐饮食材，专业展会及预制菜旗舰大展，共吸引全球 500 余家品牌企业，涵盖：预制菜、水产、肉禽、调味品、火锅食材、冷冻食品、米面粮油、食品机械等餐饮食材全产业链产品，展出总面积 40000 平方米，参观人数达到 33561 人/次。3 天展会，1000+展位来自全国 27 个省份，展品覆盖餐饮食材上下游全产业链。

**MFC 医疗创新展** 由杜塞尔多夫展览上海有限公司主办的 MFC 医疗创新展于 2022 年 8 月 12 日在苏州国际博览中心

圆满落幕。尽管受到新冠疫情的影响，但本届展会依然汇聚了120家医疗器械制造、生产和研发企业，吸引了4036名专业观众的莅临参观。展会期间举办的二场国际专业论坛共吸引了300+观众现场聆听。

**第三届江苏印刷业创新发展博览会** 8月14日由中宣部印刷发行局、中国印刷技术协会、江苏省新闻出版局指导，江苏省印刷行业协会主办，江苏文创文化发展有限公司承办的第三届江苏印刷业创新发展博览会在苏州拉开帷幕。展会设置绿色印企展区、数字技术展区、智能设备展区、融创产品展区、上下游工艺材料展区5大展区、600多个展位，近150家印刷厂商和上下游优秀企业参展。

### **三、校企协合作效果好，高质量人才培养创新路**

2022年是苏州市会展行业校企协合作、卓有成效的一年。在这一年中，苏州市会展行业协会牵头携我市重点会展企业与苏州开设会展专业的高职院校深度合作，三方以“推动校企深度融合发展，共同打造苏州会展高地”为工作目标，三方联合出台“十个共同”的具体举措，真正实现优势互补、资源共享、互利共赢，增强高等职业教育的适应性，主动服务和融入新发展格局。

校企协合作还结合苏州区域产业发展状况及对会展行业人才需求的实际，紧扣提高人才培养质量，就产业学院构建、职业院校教学能力大赛团队组建、就业渠道和就业岗位

拓展等方面，学校、协会、企业三方组织开展了形式多样的校企协对接活动，以切实提升办学影响力，助力产业高质量发展。

今年以来，校企协共同合作，先后举办了苏州市会展职业技能培训班、开展了会展企业进校园的“校园企业日”各项活动，先后安排多家苏州会展企业走进校园，宣传企业文化、企业发展目标、企业人才需求，与在校学生展开面对面的交流和对话。今年校企协三方全力以赴支持和协助苏州农业职业技术学院办好今年在该校举办的“2022年全国高校会展专业精英挑战赛会展专业创新创业实践竞赛江苏赛区”。协会挑选3位具有实操经验的企业辅导老师参与我市参赛选手参赛作品的指导工作，参加了2022年全国高校会展专业精英挑战赛会展专业创新创业实践竞赛决赛，三个参赛作品最终分别获得了比赛金奖、一等奖和二等奖。今年确定和增补了会展企业高管、专业骨干加入讲师团的名额、授课内容、聘书发放等。

#### **四、推动区域会展业一体化协同发展**

苏锡常会展业一体化发展联盟自成立以来，为三地会展业市场化、专业化、知识化发展起到了积极推动作用，为当地社会经济发展做出了贡献。苏州市会展行业协会作为2022年度主席单位，发挥了重要的主导和促进作用。

**（一）**在疫情爆发，会展活动停摆以来，三地会展业机

构建立了网上信息疫情、防控、企业状况、政策纾困等内容的沟通渠道，开展三地会展组织和机构之间相互学习、相互合作、相互帮助活动，无锡会展办、无锡会展行业协会、常州贸促会、常州会展行业协会先后组团赴苏州参现、学习苏州市会展业发展的先进经验，协助常州市成立了常州市会展行业协会。促进和推动了三地会展企业之间的交流与合作，实现了合作共赢，繁荣了三地会展市场。

（二）建立和完善了联盟内部管理和服机制，在我市成立了联盟秘书处，负责协调办理联盟日常工作，开通了联盟微信公众号。微信公众号以开放、创新和合作为宗旨，聚焦苏锡常三城市会展业发展；探讨会展业发展中面临的问题及发展对策；定期发布会展业发展情况、会展业鼓励政策、会展活动信息、会展管理经验、优秀会展企业和人才等内容。建立了联盟会员信息库，完善了联盟会员信息交流平台。

（三）开展了各类专项活动，今年7月，由我市会展行业协会牵头，协同无锡、常州会展管理机构和协会，组织召开2022年度苏锡常会展业一体化发展联盟工作会议，总结了前一段联盟工作，研究部署了下一阶段工作重点和目标。

苏州市会展行业协会

2022年12月25日