**数字展会建设规范**

**（征求意见稿）**

1. 前言

本标准按照GB/T 1.1-2020给出的规则起草。

本标准由辽宁省商务厅提出并归口。

本标准主要起草单位：辽宁对外经贸学院、辽宁省会议展览业协会。

本标准主要起草人：高欣、陶树丰、伊捷民、佟辰、杨松、刘志友、王冬梅、李沛澎、王晨雨、李明、冯春田、李刚、江百惠。

**数字展会建设规范（征求意见稿）**

1 范围

本标准规定了数字展会的定义、建设原则、承办单位要求、建设规范、实施保障等方面的要求。

本标准适用于数字展会的建设工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本标准必不可少的条款。其中，注明日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本标准；不注明日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本标准。

GB/T25068.3—2022信息技术安全技术网络安全第3部分：面向网络接入场景的威胁、设计技术和控制

GB/T25068.4—2022信息技术安全技术网络安全第4部分：使用安全网关的网间通信安全保护

GB/T26165—2021经济贸易展会术语

GB/T35273信息安全技术个人信息安全规范

GB/T40094.4电子商务数据交易第4部分：隐私保护规范

DB35/T2068-2022线上会议和展会服务规范T/QCEES08—2021数字展会评定标准、原则及方法指南

DB3309T92-2022数字展会管理与服务规范

ISO 25639-1:2023展览与会议 第1部分：词汇

3 术语和定义

GB/T 26165-2021界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1数字展会

以信息技术为基础，通过云计算、大数据、人工智能、物联网等数字技术，对展会活动的全生命周期进行数字化重构。不仅支持线上展示和交流，还通过数字化手段优化线下展会的组织与管理，实现线上线下融合发展的新型展会模式。

4 建设原则

4.1 数据驱动，精准运营

建立覆盖招展、筹展、办展等环节的全流程数据治理体系，通过参展商产品和服务画像与观众需求画像的深度关联，构建智能决策支持系统，实现营销推广、服务供给等环节的精准化响应。

4.2 技术赋能，场景融合

构建“云边端”协同的新型技术底座，重点推进工业设备可视化、农产品溯源、服务创新提升等特色场景建设。建立前沿技术动态适配机制，保障数字展会的创新活力与实用价值。

4.3 持续优化，长效发展

建立包含基础设施、服务能力、经济效益等维度的评估模型，实施动态分级管理制度。构建产学研协同创新生态，完善数字展会人才梯度培养机制。

4.4 完善机制，保障安全

完善数字展会运营管理机制，重点防范大型展会高并发访问风险及跨境数据非法流动风险。构建双线融合场景下的权限分级控制机制，实施展商数据脱敏处理与观众隐私保护双重策略。

5 承办单位要求

5.1 基础资质要求

具备独立法人资格及展会服务相关经营范围，拥有固定办公场所、办公设施与专业服务团队。通过质量管理体系认证且在有效期内，具备承接展会项目的资金保障实力与风险承担能力。

5.2 数字服务能力

建立数字展会安全体系，进行风险识别并制定应对措施。构建涵盖展会项目管理、展示设计、培训、展团服务等环节的标准化服务管理制度。组建涵盖项目管理人员、市场推广和销售人员、技术人员、客服、网络运营维护工程师等成员的专业团队，指定专人负责数字展会的组织调配、沟通协调、问题处理及应急处置等工作。

5.3 属地服务能力要求

熟悉会展业政策法规及地域特点，具有承接省级重点展会项目的成功案例。具有在省内主要会展城市设立服务网点的能力，形成包含技术支持、现场运维等环节的本地化服务网络，确保对突发需求的快速响应能力。

5.4 发展潜力要求

积极参与行业标准建设与数字化转型实践。建立专业人才培养体系，定期选派人员参加专业技能与数字技术培训，涵盖展会策划、数字技术应用、网络营销等多个领域，确保团队成员能够及时掌握行业最新动态和技能要求。

6 建设规范

6.1 方案设计

6.1.1 战略目标规划

确立展会数字化转型总体目标，重点提升线上线下协同能力、数据驱动决策水平和全流程服务效能，制定可量化的阶段实施计划。

6.1.2 展会市场分析

开展参展商数字化能力评估与观众技术偏好调研，识别核心参与方的数字服务需求痛点，形成需求优先级清单和持续优化提升方案。

6.1.3 实施路径设计

实施“基础功能建设-场景应用深化-智能服务升级”三阶段路径，明确各阶段技术选型标准与验收基准指标。

6.1.4 资源整合机制

建立对接机制，有效整合场馆设施、数据服务、技术支持等关键资源，制定服务商准入与能力评估标准。

6.2 数字营销

6.2.1 建设获客系统

建设基于行业特征与客群画像的智能推荐模型，通过多维度标签体系如企业规模、采购意向、技术偏好等实现目标参展商和观众的精准触达。

6.2.2 智能客商邀约

基于多维评估模型构建自动化邀约系统，定向推送个性化电子邀请函，支持多语种智能生成，实现精准招展招商。

6.2.3 数据驱动优化

全流程追踪招展招商数据，实时监测进度、效能与成本，生成决策支持简报，确保单个客商成本低于传统方式。

6.3 传播管理

6.3.1 智能化内容生产

构建全媒体内容集约化生产体系，通过智能创作引擎实现多模态数字内容生成，建立涵盖著作权验证、事实核查、品牌一致性检测的三重审核机制，确保传播内容符合行业标准、品牌规范和知识产权保护要求。

6.3.2 打造全媒体矩阵

构建官网、社交平台与跨境媒体的三级传播网络，强化全域覆盖能力，精准触达全球受众，提升展会活动品牌国际影响力，实现多渠道协同传播。

6.3.3 公关与舆情管理

实施舆情全周期管控，能够快速响应负面事件，通过满意度回访与改进措施公示修复品牌声誉。

6.3.4 形成效果评估体系

构建传播价值指数，量化曝光广度、互动深度与品牌美誉度，全面评估传播效果。展后发布白皮书，总结经验教训，指导未来策略优化。

6.4 平台建设

6.4.1 基础功能架构

建设官方网站、移动应用及VR展厅平台，支持展位3D可视化预订、展品数字化展示与管理、智能客服应答等核心功能模块。

6.4.2 技术融合应用

采用云计算实现弹性资源部署，集成智能匹配算法提升供需对接效率，应用国密算法保障数据安全，支持与省内政务云平台数据互通。

6.4.3 交互体验设计

开发多模态交互系统，支持AR实时导览、VR沉浸观展、智能语音助手等场景，优化多终端适配性能，确保流畅操作体验。

6.4.4 安全运维保障

建立符合国家及地方安全标准的基础设施，实施分级数据保护策略，健全应急响应机制，保障平台安全稳定运行。

6.5 场馆管理

6.5.1 设施评估标准

制定场馆数字化成熟度评估体系，涵盖网络、智能设备、系统开放度等关键指标，确保场馆具备承接数字展会活动的基础条件。

6.5.2 技术对接管理

建立标准化对接流程，包括需求确认、接口测试、压力测试、安全防护测试及验收上线，确保技术对接的高效性和兼容性。

6.5.3 运营标准制定

规范数字化服务时长、响应时效和数据更新频率，保障展会全程的高效运营和用户体验。

6.6 参展商服务

6.6.1 注册与审核

建立完善的参展商注册系统，支持线上线下融合的注册方式。参展商需提交企业基本信息、展品信息、联系方式等必要资料。系统具备自动审核功能，对不符合要求的注册信息进行提示，并支持人工审核机制，确保参展商资质的真实性和合规合法性。

6.6.2 数字化展品管理

提供3D模型上传工具与标准化元数据模板，支持多语种展品信息录入与编辑，实现展品数据与主平台智能匹配。

6.6.3 虚拟展台建设

提供线上展台搭建工具，支持参展商根据自身需求进行个性化展台设计。提供标准化展台模板供参展商选择，并确保展台设计符合展会活动整体风格和技术要求。同时，为参展商提供展台搭建的技术支持和咨询服务。

6.6.4 智能活动运营

支持参展商举办线上新品发布会、技术交流会、商务洽谈等活动。提供活动预约功能，协助参展商安排活动时间，并提供活动直播、录播技术支持，确保活动顺利进行。

6.6.5 数据赋能服务

为参展商提供实时数据分析服务，包括展品浏览量、潜在客户信息、商务洽谈记录等。定期向参展商提供展会效果评估报告，帮助参展商优化参展策略，并收集参展商反馈意见，持续改进提升服务质量。

6.6.6 全周期服务支持

设立专门的客户服务团队，为参展商提供全程咨询服务。服务内容包括展会信息咨询、技术支持、商务协调等。客户服务团队应具备多语言沟通能力，确保国际参展商的需求及时得到响应。

6.7 观众服务

6.7.1 注册与认证

建立观众注册系统，支持线上注册和信息提交。观众需提供企业或个人基本信息、采购意向、联系方式等必要资料。系统应具备自动审核与认证功能，对观众资质进行审核，并支持人工复核机制，确保观众信息的真实性。

6.7.2 个性化观展助手

部署AI推荐引擎，基于采购意向与浏览行为生成定制化观展路线，支持AR实景导航与多终端信息同步。

6.7.3 智能供需对接

提供观众与参展商的在线对接平台，支持在线询盘、报价、洽谈等功能。提供智能匹配服务，根据观众的需求和参展商的产品信息，智能匹配潜在合作伙伴。

6.7.4 全景活动参与

提供活动智能日历管理，支持直播多视角切换、会议纪要自动生成及重点内容片段回放功能。

6.7.5 数据分析服务

为观众提供实时数据分析服务，包括潜在供应商信息、展品匹配度、洽谈记录等。定期向观众提供采购效果评估报告，帮助观众优化采购策略，并收集观众反馈意见，持续改进服务质量。

6.7.6 客户服务与支持

建立智能客服，为观众提供全程咨询服务。服务内容包括展会信息咨询、技术支持、商务协调等。客户服务应具备多语言沟通能力，确保国际观众的需求得到及时响应。

6.8 同期活动管理

6.8.1 在线直播标准

制定分级直播方案，为核心活动提供超高清、多机位切换的直播服务，确保低延时；分论坛提供标准化直播服务，并长期存储直播内容。

6.8.2 虚拟会议系统

建设智能会议平台，集成电子签到、会议纪要自动提取、多语言同声传译等功能，提升会议效率和体验。

6.8.3 互动营销工具

开发数字红包、虚拟抽奖、会奖邀请、打卡积分等互动组件，通过裂变传播、沉浸式体验和动线引导，提升活动参与率。

6.8.4 热度监测体系

构建多维度热度指数模型，实时监测活动的参与度、传播力、转化率、满意度和影响力，数据同步至管理中心并定期生成趋势简报。

6.9 后期管理

6.9.1 数据归档规范

建立结构化数据仓库，长期保留核心业务数据并加密存储敏感信息，定期开展数据资产盘点，并推动数据应用，同时确保数据安全与合规。

6.9.2 持续对接机制

通过智能推荐算法持续推送商机线索，对接产业供需平台实现长效价值挖掘。建立参展商续约预警模型。

6.9.3 迭代优化流程

基于用户反馈与系统日志，定期输出优化方案并进行重大功能升级前的A/B测试验证，持续提升系统性能与用户体验。

6.9.4 知识图谱构建

形成可复用的展会知识库，涵盖成功案例、技术参数和风险预案，支持快速复制优质模式并提升管理效率。

7 实施保障

7.1 数据治理保障

建立全生命周期数据管理体系，实施动态脱敏与分级保护策略，确保数据合法合规处理，保护参展商商业秘密和观众隐私。

7.2 技术运维保障

组建专业运维团队，建立7×24小时响应机制，定期开展系统健康检查，确保平台稳定运行。

7.3 应急预案保障

制定突发事件应急预案，定期开展全要素应急演练并提交报告，提升应对突发事件的能力，确保展会活动安全有序运营。

7.4 服务持续改进

建立双闭环优化机制，基于系统日志分析和用户满意度调研，定期输出改进方案，持续优化服务。

7.5 合规审计保障

委托具备相关资质的第三方机构，定期开展网络安全和数据合规审计，审计结果通过展会官方网站进行公示。