

数字会展服务规范

Guidelines for Digital Event Services

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

目 次

前言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	1
5 项目管理要求	2
6 服务内容	3
7 服务流程	8
8 服务评价与改进	8
9 参考文献	9

前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规定》的规定起草。

本文件由陕西省会展服务标准化技术委员会归口。

本文件起草单位：陕西职业技术学院、陕西省会展中心集团有限公司、陕西省大数据集团有限公司、上海八彦图信息科技有限公司。

本文件主要起草人：黄运鑫、杨正、叶青、赵永康、王平、刘文娜、杨新权、万涛、刘远锋、薄潞、李俊佳、张佳、祁敏、焦航涛、曹倩倩。

本文件由陕西职业技术学院负责解释。

本文件首次发布。

联系信息如下：

单位：陕西职业技术学院

电话：029-83618300

地址：陕西省西安市灞桥区狄寨路2028号

邮编：710038

数字会展服务规范

1 范围

本文件规定了数字会展服务的术语和定义、基本要求、基本原则、服务内容、服务保障、评价及改进等内容。

本文件适用于以数字技术服务不同类型和不同规模的会展活动项目,从而提升用户体验和提高会展活动的管理效率。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅所注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 26165-2021 经济贸易展览会 术语

GB/T 30520-2014 会议分类和术语

GB/T 29246-2023 信息安全技术 信息安全管理体系 概述和词汇

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文件。

3.1

数字会展 Digital Events

数字会展是指会展产业链上下游企业,包括会展活动的主办方、服务商使用互联网技术和应用软件、基于移动互联网的社交技术、VR/AR/MR、视频技术、数字3D建模、物联网、大数据、云计算和云服务、人工智能技术、支付技术、区块链等数字化的软硬件技术服务各类会展活动项目,提升企业的数字化的运营和管理效率,同时向会展活动的参与方提供数字化的产品和服务,建立数字化的连接,提供个性化的会展服务和体验。

3.2

数字会展平台 Digital Event Platform

是指能满足一站式、全场景、全类型、全流程数字化主办会议、展览和其他会展活动,覆盖活动前的营销、邀约、注册、招展、贸易配对、观众管理、展商管理,活动中的接待、现场注册、签到、制证、门禁、视频和图文直播、展示、贸易撮合、社交、商务互动,活动后的数据统计和管理、会后服务、持续营销等各类场景的数字化的综合性的数字会展系统或全年在线的展示、撮合、互动平台的总称。

4 基本要求

4.1 机构要求

- 4.1.1 应从工商部门获得会展活动的经营和服务许可证照，并开展诚信经营活动。
- 4.1.2 应配备数字化能力的运营团队，通过数字会展平台开展会展项目的经营管理和运营服务。
- 4.1.3 遵守信息和数据安全和个人隐私保护、知识产权保护等法律法规，做好数据和信息安全运营和合法经营。

4.2 数字会展平台要求

- 4.2.1 安全性：必须采用安全保密技术，采取信息安全及保密措施，确保平台中的数据和信息不被非法窃取和篡改，数据中心不被破坏。
- 4.2.2 可靠性：平台必须具备高度的稳定性、可靠性和兼容性，提供充分的可靠性服务。平台要运行稳定、故障率低、容灾容错性强，能够保证连续、正常地工作。要充分考虑平台发生故障时系统恢复的及时性和数据连续性，以保证平台服务性能稳定的工作状态。
- 4.2.3 实用性和易用性：在业务流程与人员操作等方面需具备功能实用性和操作易用性，确保具有不同应用水平的工作人员均能快速掌握和操作平台，平台界面宜友好、直观、简洁、操作简单的人性化设计。便于使用、维护、管理。
- 4.2.4 规范性和整体性：平台设计过程中，数据结构和数据编码的设置需符合相关技术规范，数据编码需采用国家标准，注重数据源及数据匹配度的整体性。
- 4.2.5 成熟性和先进性：平台架构设计、系统配置、系统管理方式等方面采用技术先进、结构先进同时又是成熟、实用的技术，以保证当前及今后较长一段时间内系统的顺利运行，有较长的生命周期。
- 4.2.6 可扩展性和可维护性：平台设计要考虑标准化、人性化，采用统一的、易于维护的软硬件管理平台，以适应动态发展的变化要求，能够在现有基础上支持扩充、升级和集成，升级工作包括但不限于数据库、软件及硬件设备等。
- 4.2.7 数据共享和合法性：数据源或匹配数据库须合法合规，任何非法或未经允许数据不得采用。

4.3 安全要求

- 4.3.1 数字化软硬件应遵循机密性要求，保护用户访问信息的机密性，严禁在客户端存放敏感数据，避免内存溢出，严格检查和验证输入输出信息等。
- 4.3.2 遵循结构化异常处理机制，捕捉并处理程序异常，防止系统信息泄露。
- 4.3.3 平台或系统必须采取定期备份或作数据容灾备份等措施来保证数据的安全。
- 4.3.4 对用户数据应采取安全措施，防止用户数据泄密、丢失和被非法修改，保障用户利益。

4.4 性能要求

根据项目需求，平台或系统满足大用户、高并发下支持全国正常访问或获取平台提供的数字化服务和管理功能。

5 项目管理要求

5.1 项目计划与进度管理

按照会展项目的计划和进度安排，对会展项目数字化服务实施全流程、全方位监控。

5.2 质量管理

建立科学合理的会展项目质量控制管理体系，提高会展项目的执行效果和质量。

5.3 风险管理

应做好技术选型、系统功能需求、系统开发设计、系统接口、系统建设、系统安全、数据采集更新应用、系统维护、长期运行风险分析与管理。

5.4 文档管理

应做好平台或系统开发文档管理，包括电子版本和纸质版本管理，电子版本宜提供共享文档，须为可编辑版本。

5.5 预算管理

做好数字会展软件和硬件、网络通讯、人员服务等预算、决算、变更管理。

5.6 人员管理

完善管理制度、做好人员培训等。

6 服务内容

6.1 方案策划

6.1.1 应做好数字会展项目策划方案，包括但不限于目标设计，数字化商业模式设计，数字化体验与交互设计，数字会展平台规划，数据流程设计等。

6.1.2 根据策划方案，细化数字会展实施方案，包括平台建设实施和运营方案，网站方案，营销方案，数字化接待方案，智慧现场方案等。

6.2 数字营销

6.2.1 应建设会展活动门户作为用户访问的统一入口，包括：PC 官网、H5 微站、微信小程序、APP 等。

6.2.2 应通过多种营销方式开展会展活动的营销与推广，包括：

- a) 新媒体营销：利用微信、微博、Twitter、领英、直播平台等社交媒体平台，利用展会主办单位或相关组织方自行搭建和运营的营销平台，进行多种渠道整合营销；
- b) 网络营销：包括但不限于搜索引擎的优化提升门户和平台的曝光；
- c) 数据库营销：利用展商数据库和观众数据库，以短信、邮件等方式开展展会活动营销；
- d) 互动营销：可通过数字化的游戏、分享、积分等互动方式开展会展活动营销。

6.2.3 国际会展活动应根据客户来源，开通相关语种的门户和营销渠道。

6.2.4 积极应用人工智能大模型技术与数字会展平台相结合，提供基于人工智能的内容生成、数据分析、创意创作等服务和管理。

6.3 展位销售管理

6.3.1 具备在线展位图的设计、规划、定价和库存管理。

6.3.2 展位销售应通过客户关系系统进行统一管理。

6.3.3 具备在线预订展位，完成展位销售流程。

6.3.4 支持对展位销售状态数据进行自动化的统计。

6.4 邀约管理

6.4.1 邀约系统支持主办单位及合作方利用数字工具邀请参展商与观众在数字会展平台完成注册；系统可查看工作人员邀约任务的完成情况。

6.4.2 邀约系统支持展商和观众邀请潜在观众在数字会展平台完成注册；系统可查看展商和观众邀约后的注册完成情况。

6.4.3 应根据邀约情况，分析邀约数据，调整营销推广计划。

6.5 在线注册

6.5.1 应开通在线注册系统，支持在向会展活动的各类参会、参展人群开放注册，采集各类人群共性的身份信息，以及参会和参展需求信息、餐饮禁忌、以及行程信息、健康状况信息。注册数据应在一个平体内进行存储和统计。

6.5.2 在线注册系统支持向不同群体收取注册费或门票，并按照时间、人群类别、活动类别和数量等属性设定优惠，并支持在线申请发票和退款申请。

6.5.3 支持对注册人员进行审核管理。

6.5.4 国际会展活动应支持境外在线支付渠道，并遵守与国际组织约定的数据安全法规。

6.5.5 应支持各类会展注册人群在个人中心查看个人注册成功信息以及相关的支付信息。

6.5.6 注册数据的采集和使用应遵守《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，应告知注册人相关的注册条款并予以确认。

6.6 嘉宾管理

6.6.1 支持在线对嘉宾个人信息、照片、日程、演讲信息进行统一搜集和管理。

6.6.2 支持嘉宾日程冲突提醒，嘉宾信息支持在会展门户进行同步展示。

6.6.3 支持嘉宾在个人中心查看嘉宾日程或演讲任务安排。

6.7 展商管理

6.7.1 支持对展商的参展全流程进行管理。针对线下，可以对展商手册、楣板信息、会刊信息采集和展商活动审核，以及展商营销推广、展商的商机管理，展商的数据报表管理等。

6.7.2 针对线上展商，支持展位申请审核、展商企业信息审核、展品信息审核管理等管理。

6.7.3 针对线下展商，支持展商手册、楣板信息、会刊信息采集和展商活动审核，以及展商营销推广、展商的商机管理，展商的数据报表管理等。

6.8 展团管理

6.8.1 支持对展团以及团长角色，支持团长开通账号并自主地管理和审核该展团旗下所有展商的信息，查看展商的名单、展商上传的展品信息，查看楣板、会刊、证件信息是否都已经上传，提高展团参展效率和参展质量。

6.8.2 支持展团通过邀请函等形式邀请观众观展。

6.9 观众和观众数据管理

6.9.1 应建立观众数据库，根据数据权限设置用户操作权限、查看数据的权限。

6.9.2 可根据各种条件对观众数据进行查询，快速查出对应的信息数据。

6.9.3 支持人工标签和行为标签对观众数据进行管理，通过全链路的行为埋点，把对观众行为的追踪结果作为行为标签进行标记，支持智能匹配和用户画像分析。

6.9.4 观众数据库支持快速除去重复数据，提高数据有效性。

6.9.5 支持对观众数据进行标签分群，通过追踪用户行为，比如自助注册、网页端注册、年度注册等进行分析。

6.9.6 支持实时生成可视化数据报告，包括基础数据分析、问卷数据分析、行为标签分析、手动标签分析、预登记数据分析和数据来源分析，用于展会分析总结和后续营销。

6.10 日程管理

6.10.1 支持在线创建日程信息，并与嘉宾进行统一管理。

6.10.2 支持日程冲突提醒。

6.10.3 应支持在会展门户同步显示日程信息。

6.10.4 支持参会人在线注册相关日程或收藏日程。

6.11 接待管理

6.11.1 接待系统应支持在线创建接待任务，接待任务包括嘉宾抵离信息、行程信息、住宿信息、交通安排、餐饮安排等相关接待信息。可根据嘉宾变化情况进行修改、取消。

6.11.2 支持在线分配接待员，接待员可以查看接待任务，对接待任务予以确认。

6.11.3 支持被接待的嘉宾在移动端查看接待任务或接待提醒。

6.11.4 支持接待任务和接待数据的实时统计。

6.12 现场注册

6.12.1 应根据会展活动需求设定现场注册方案，做好现场注册区域规划和人员、设备的配备。

6.12.2 应做好现场注册的收费和发票管理。

6.12.3 支持对现场注册数据的统计。

6.13 签到管理

6.13.1 应做好现场签到方案的规划设计，包括不限于注册区规划、人员和设备配备、签到和门禁动线规划。

6.13.2 应支持多种数字化方式实现现场签到，减少排队等待时间。

6.13.3 签到系统支持与闸机、扫码设备等智能硬件系统实现集成管理。

6.13.4 支持签到和门禁数据实时统计功能，并根据签到情况做好应急预案管理。

6.13.5 在线展会支持对登录信息、用户在线行为数据进行统计和分析。

6.14 证件管理

6.14.1 证件管理系统应支持与注册系统进行对接或集成。

6.14.2 支持证件类别规划设置、开放证件申请、领取。

6.14.3 支持对证件申请、领取和发放数据进行统计。

6.15 互动管理

6.15.1 应做好会展中的数字化的互动管理的设计、规划和需求调研。

6.15.2 互动管理包括数字化形式的点赞、收藏、投票、竞答、问卷、分享、打赏等形式。

6.15.3 支持对现场互动的应急管理，并对互动数据进行统计。

6.16 消息与通知

6.16.1 消息与通知支持以移动端站内信、短信和邮件发送通知，包括但不限于：注册通知、审核通知、参会通知、参展通知、报道通知等。

6.16.2 发送消息预通知应遵守电信和互联网相关法律法规。

6.16.3 应支持对消息与通知的发送数据的统计。

6.17 直播管理

6.17.1 应支持对直播活动的注册和审核管理。

6.17.2 直播管理包括但不限于：

- a) 创建直播活动和直播流程建立，在会展门户显示直播活动信息；
- b) 支持主持人把控整体直播节奏；
- c) 对直播人员提供直播培训；
- d) 如涉及境外嘉宾观看或演讲，应提供实时翻译；
- e) 支持观众在 PC 端和移动端观看直播、分享、提问和点赞等互动方式；
- f) 支持与第三方平台的直播推流；
- g) 支持直播回放；
- h) 对直播数据进行分析

6.17.3 应对直播内容做好审核管理，并符合国家和有关部门的管理条例。

6.18 商务配对管理

6.18.1 支持在线搜集买家和展商的需求，会展主办方在线设置配对规则和配对的形式。

6.18.2 支持主办方向买家或展商分配商务配对对象，生成商务配对的日程。

6.18.3 应对商务配对的履约结果进行跟踪管理，并不断提升配对效率和质量。

6.19 预约洽谈

6.19.1 应根据展会线上和线下举办的特点、时间、档期、客户需求等因素规划预约洽谈规则。支持展商与观众之间，观众与观众之间，参会人之间等各类群体之间的交流需求。

6.19.2 支持会展参与群体设置个性化的洽谈时间和档期，可以发起、接受、修改、拒绝洽谈。

6.19.3 对于双方确定的预约洽谈可生成洽谈日程，并在洽谈之前予以提醒。

6.19.4 对于预约洽谈的数据进行记录和跟踪，做好数据分析。

6.20 智能客服

6.20.1 应通过会展门户、微信公众号、企业官网等平台开通客服机器人、虚拟数字人、智能语音等形式的智能客服的渠道，回复参展和参会的问询，可受理投诉和建议。国际性的会展活动应配备多相应语种的客服。

6.20.2 智能客服应支持根据需求进行优化，并支持人工客服与智能客服的衔接，提升客户满意度。

6.20.3 对于客服的受理和处理情况进行统计分析。

6.21 在线平台

6.21.1 提供一个统一的在线平台门户，提供观众和展商登录入口，支持观众在线访问展商和展品列表、展商和展品详情页、浏览行业新闻资讯，支持观众在线与展商开启商务对接。

6.21.2 支持展商通过在线平台展示展商信息，展商信息，包括但不限于公司的图文、视频形式的企业介绍、联系方式等，便于观众了解和选择感兴趣的展商开展贸易对接。

6.21.3 支持展商通过在线平台管理展品信息，并发布产品详情，便于观众或买家了解和选择感兴趣的产品进行询盘。

6.21.4 向展商和观众提供图文形式的即时聊天工具。应对聊天规则和内容进行规范管理，并对即时沟通的数据进行统计。

6.21.5 支持展商和观众在线生成电子名片。支持展商和观众在线交换电子名片，可查看收到的名片，并对明天进行商机管理。支持主办方对名片交换数量进行统计，预测商机和评估展会质量。

6.21.6 支持展商在线推荐展品和供应信息，支持观众在线发布需求信息。支持供应信息和需求信息在会展门户进行展示，促进供采匹配的效率。平台应对供应信息和需求信息进行审核管理，并做好数据统计。

6.21.7 支持在在线平台管理和发布行业资讯、展会最新资讯、展商动态等。

6.21.8 根据展会约定的规则，向展商和观众提供在线询盘的工具有，支持观众向展商发起询盘，支持展商查看并回复询盘。应对在线询盘数据进行统计分析。

6.21.9 使用信息采集、用户画像分析、行为数据分析等多种方式建立展商和观众之间、观众和内容、参会人之间等不同场景下的匹配模型和推荐算法，提高精准匹配的效率和，并根据平台运营数据优化模型和算法。

6.21.10 根据需求做好虚拟展厅、虚拟展位、虚拟展品等展示内容的设计、规划、技术路线和选型和内容审核。支持观众和访客通过多端访问虚拟展厅，支持设定访问权限并记录访问数据。

6.22 用户中心

6.22.1 支持会展活动的各类群体在注册成功之后登录个人中心，查看并管理个人信息、订单信息、日程信息、证件信息、行程信息等个人信息。

6.22.2 用户中心支持移动端登录，做好个人信息安全提示信息和验证措施。

6.22.3 支持个人中心内开展或查看与供采相关的商务活动。

6.23 内容管理

6.23.1 主办方应建立内容管理平台，对会展活动门户、数字会展平台等的内容进行统一规划、设置和管理，并做好内容的数字化和商业规划。

6.23.2 内容管理支持根据展会进度，及时调整相应的栏目、设计，发布相关的信息。

6.23.3 会展主办方应做好内容的营销宣传，并根据展会需求，支持对相关内容在移动端分享、收藏。

6.23.4 应做好内容的访问数据、访问来源、访问者身份的跟踪记录。

6.24 数据管理与数据报告

6.24.1 应做好会展业务数据化和会展数据业务化的规划设计。

6.24.2 应做好展会展商、展品、观众等会展群体的数据库，支持对相关群体的标签化管理，支持与企业 CRM 协同进行数据对接。

6.24.3 宜建立数据分析和决策系统，对各类会展数据进行分析，支持营销和销售等有关决策分析。

6.24.4 应对数据报告和看板进行规划，满足主办方和展商、赞助商等参与群体对参展、参会的数据需求，实时评估展会质量。

6.24.5 应对会展活动的举办情况，支持以数据可视化的方式出具多维度的数据报告，衡量会展活动的价值。

6.25 信息系统集成

6.25.1 应根据数字技术的发展以及会展活动的需求做好互联网新应用的集成和规划。

6.25.2 支持与企业内部系统和第三方软硬件系统的集成，提升数字会展的价值。

7 服务流程

7.1 确认服务需求。

7.2 签订服务协议。

7.3 组成服务团队。

7.4 进行规范服务。

7.5 完成服务验收。

8 服务评价与改进

8.1 建立服务评价机制

服务组织应建立服务评价机制，综合服务过程和结果，对本文件中各项要求的符合性进行评价。评价依据包括但不限于：

- a) 满意度调查；
- b) 实地查看；
- c) 服务过程文件；
- d) 投诉及处理情况。

8.2 分析服务评价结果

服务组织应分析评价结果，总结不合格服务产生的原因，及时采取措施减少或规避不合格服务的发生。

8.3 处理投诉建议

服务组织应畅通投诉渠道，遵守 GB/T 19012 的规定，及时、妥善处理投诉。

8.4 改进服务质量

服务组织应将评价结果和投诉建议作为服务质量提升和改进的依据，注重服务体系的持续改进，不断提升服务质效和客户满意度。

9 参考文献

- [1] GB/T 26165-2021 经济贸易展览会 术语
 - [2] GB/T 30520-2014 会议分类和术语
 - [3] GB/T 29246-2023 信息安全技术 信息安全管理体系 概述和词汇
 - [4] GB/T 43467-2023 商业会议组织管理指南
-