

2026 电子商务大会项目政府采购合同

合同编号：2026205

本合同是否为中小企业预留合同：√是

委托人（甲方）：北京市商务局

地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

通讯地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

法定代表人：朴学东

联系人：刘佳

联系电话：010-55579299

受托人（乙方）：北京畅想会展有限公司

地址：北京市房山区长阳万兴路 86 号-N2403

通讯地址：北京市房山区长阳万兴路 86 号-N2403

法定代表人：孟凯

联系人：孟凯

联系电话：13811663746

就甲方的 2026 电子商务大会项目通过国内公开招标的方式，经评标委员会评定北京畅想会展有限公司（乙方）为中标人。甲、乙双方根据《中华人民共和国民法典》等国家和北京市相关法律法规的规定，本着诚实守信、合作互利原则，就甲方委托乙方开展服务事项签订本合同。

第一条 合同组成：

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书及附件
- b. 中标通知书
- c. 投标文件
- d. 招标文件

第二条 事务概况：

甲方委托乙方承办[2026 电子商务大会项目]事务。具体事项如下（项目实施方案详见附件）：

乙方应围绕“1 主论坛+2 分论坛”架构，完成大会策划统筹、内容组织、嘉宾邀请、场地搭建、会务执行、宣传推广、技术保障、安全保障、后勤服务和成果总结等服务。

1、项目策划及内容组织：乙方应开展大会整体策划，包括大会定位、主题策划、议题体系设计、论坛流程设计、嘉宾结构设计、成果发布设计和现场互动设计。

2、服务内容与执行：

乙方负责

（1）主论坛策划和组织：围绕电子商务战略趋势、高质量发展和数字贸易合作开展策划、嘉宾组织和现场执行。

（2）消费电商分论坛策划和组织：围绕 AI 应用、品质消费、即时零售、内容电商、新消费品牌等开展组织。

（3）跨境电商分论坛策划和组织：围绕品牌出海、全球供应链、海外市场拓展、跨境合规等开展组织。

（4）会务及现场执行：负责签到、资料制作、流程控制、摄影摄像、视频制作、现场服务和资料归档。

（5）场地及技术保障：负责场地协调、会场设计、舞台搭建、LED、灯光音响、网络、直播、同声传译等保障。

3、嘉宾邀请及国际交流服务：

乙方负责嘉宾建议名单制定、邀请联络、出席确认、行程协调、现场接待等工作。嘉宾类型包括政府部门代表、国际组织代表、专家学者、电商平台企业、高端品牌企业和创新企业代表。涉及政府领导、外宾、国际组织代表的正式邀请和报批，由乙方协助甲方完成。

4、成果发布及资源对接服务

乙方负责策划成果发布、战略合作、企业交流对接、案例展示等活动。负责相关流程设计、现场组织、资料整理和成果归档。

5、宣传推广服务

乙方负责制定大会宣传方案，开展会前预热、会中传播和会后总结。负责媒体邀请、采访协调、新闻供稿、图片视频制作、直播传播和传播数据统计。媒体最终刊发、转载或播出情况，由媒体根据自身审核机制决定，不作为供应商绝对保证指标。

第三条 具体要求：

甲方委托乙方承办本合同项下事务的要求：

1、委托期限：2026年9月3日至2026年9月18日。

2、具体要求：

①乙方完成本合同项下事务的期限：2026年9月3日至2026年9月18日；

②乙方在2026年9月5日之前以书面形式向甲方报送关于处理 / 承办事务的方案，包括但不限于乙方就处理此事务而成立的工作组织负责人及工作人员名单、履历（有资质要求要报送资质证书）、电话、策划方案、项目实施方案、主要实施地点、安全工作方案、处理突发事件应急预案，上述方案、文件、资料等属于本合同的一部分，经甲方同意后方可实施；

③乙方在履行合同过程中，按甲方要求如实向甲方汇报进展情况；如遇突发或紧急情况，应及时向甲方书面报告；

④乙方在委托期限届满后10日内，将处理委托事项全过程的文字材料、音频及视频文件、新闻报道等相关资料原件全部交付甲方，未经甲方书面同意，不得留存复制件；乙方履行本合同义务的全过程以及制作的作品和向甲方交付的工作成果不得侵犯第三方的知识产权及其他合法权益，亦不得未经甲方书面同意擅自使用、对外发布或提供与第三方。因本合同形成的作品相关著作权及乙方向甲方交付的工作成果的知识产权归甲方单独所有；

⑤未经甲方书面同意，乙方不得将受托事务全部或部分转委托给第三方处理；

⑥未经甲方书面同意，乙方在履行本合同过程中及履行结束后均不得将甲方提供的任何形式的资料泄露给第三方。如需在公开的项目中使用甲方提供的资料，需于项目实施10日前向甲方书面申请确认公开范围，得到甲方的书面允许后，方可使用；

⑦乙方对本合同项下所有宣传片拍摄、推介活动组织、视频制作、物料运输等现场作业环节中的人员安全、设备安全、场所安全承担全部责任；

⑧其它要求。

第四条 费用支付：

1、费用总额：甲方就本合同项下的事务处理 / 承办支付给乙方的费用议定总额为人民币[¥917300]元（大写：玖拾壹万柒仟叁佰元整），实际支付金额为人民币[¥917300]元（大写：玖拾壹万柒仟叁佰元整）。本金额为固定价，无论发生任何情况，此金额不再增加。

2、双方同意采用以下第[①]种方式支付：

①分期支付1：

甲方于本合同生效之日起[30]个工作日内，向乙方支付合同金额的[60]%，即人民币

[¥550380] 元（大写：伍拾伍万零叁佰捌拾元整）；乙方完成处理 / 承办的全部事务，经甲方验收合格且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方确认后 [30] 日内，甲方向乙方支付合同金额的 [40] %，即人民币 [¥366920] 元（大写：叁拾陆万陆仟玖佰贰拾元整）。以上各期费用的具体支付时间以财政将资金拨付到甲方为准，若因未到甲方账户造成甲方延期付款的，不视为甲方违约。

②分期支付 2:

甲方于本合同生效之日起 [30] 个工作日内，向乙方支付合同金额的 [90] %，即人民币 [¥____] 元（大写：____）；

乙方完成处理 / 承办的全部事务，经甲方验收合格且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方确认后 [30] 日内，甲方向乙方支付合同金额的 [10] %，即人民币 [¥____] 元（大写：____）。（乙方为联合体的，甲方按联合体协议约定的份额比例分别向各成员支付合同价款，联合体各方应按要求分别向甲方开具发票。）以上各期费用的具体支付时间以财政将资金拨付到甲方为准，若因未到甲方账户造成甲方延期付款的，不视为甲方违约。

前述款项的支付需以财政资金实际拨付至甲方账户为前提，若因财政资金未能及时到账导致的延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

3、验收

（1）验收时间：项目实施期间及项目完成后。

（2）验收方式：本项目采用过程验收与阶段验收及最终验收相结合的方式。

其中：

①过程验收：项目实施过程中，根据合同约定的关键节点，对策划方案、场地搭建、嘉宾邀请、宣传推广等工作内容进行检查确认；

②阶段验收：大会举办前，对场地布置与彩排、嘉宾出席确认、会务保障等重点筹备阶段性成果进行检查确认；

③最终验收：项目完成后，对大会整体执行情况（含主论坛及两场分论坛）、成果报告发布、宣传推广全流程落实及全部资料归档交付进行综合验收。

（3）验收内容：项目完成情况以及是否达成项目预期目标。乙方应围绕大会主题和定位组织行业资源参与，原则上应邀请不少于 100 家电子商务平台企业、消费品牌企业、电商服务机构、行业协会及专家学者等电商领域相关单位及专家学者。

（4）验收标准：甲方满意度不低于 98%，项目目标完成情况不低于 98%。

4、分包

(1) 禁止转包与违规分包：乙方不得将本合同项下服务整体转包或违法分包。乙方应自行组织完成合同主体、关键性及核心部分的工作内容。

(2) 违规后果：未经甲方书面批准而擅自实施分包的，甲方有权视其为严重违约，可责令乙方立即停工整改、拆除已分包部分，甲方有权扣除合同总价款的 [5] %；给甲方造成损失的，乙方应另行承担赔偿责任。甲方亦有权据此解除合同。

5、甲方开票信息如下：

名称：北京市商务局

开户行：中国银行北京分行

账号：319460211998

地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

电话：010-55579777

纳税人识别号：11110000756701202G

6、乙方账号信息如下：

账户名称：北京畅想会展有限公司

开 户 行：中国建设银行股份有限公司北京良乡昊天支行

账 号：11050169820000002107

第五条 双方的权利义务：

1、甲方的权利义务：

①甲方有权监督乙方履行本合同的全过程，并及时提出建议和改进意见；

②甲方有权对乙方提交的各类方案、名单及其他文件提出修改意见，乙方应根据甲方的意见改进相关内容；

③甲方应向乙方按时足额支付本合同第四条所约定的款项；

2、乙方的权利义务：

①乙方有权按本合同第四条约定获得相关费用；

②乙方在履行过程中必须完全遵守本合同第二条及第三条的约定，并有义务按照乙方提交的各类方案、名单及其他文件按时、圆满地完成委托事务；

③乙方向甲方开具符合甲方要求的等额合法正式发票后，甲方按合同约定支付每期的合同价款；

④乙方就承办本合同约定事务，履行向相关部门申请许可、备案等义务。乙方承担本合同

及附件约定全部项目执行过程中的环境、人身安全以及与项目有关的纠纷处理责任,由于项目的组织及乙方承办本合同约定事务等原因造成的人身伤害、财产损失及其他安全事故由乙方负全部责任;

⑤按照甲方提出的异议和改进意见就本合同的履行情况进行改进和完善,直到甲方认可为止;

⑥乙方应在项目结束后的 10 个工作日内,向甲方提交项目总结、相关支出证明及明细等资料。

⑦乙方对因本合同所获取或知悉的资料和信息承担保密义务,未经甲方书面同意,乙方不得用作本合同以外事项或泄露给第三方。保密期限自获取或知悉时起直至相应资料和信息进入公知领域之时止。保密义务不因本合同的无效、变更、中止、终止而免除。

⑧乙方因执行本合同产生的可交付物,包括但不限于宣传片、图鉴等的相关知识产权均属于委托工作中产生的工作成果,其所有权、著作权和其他相关权益均归甲方所有。除非有甲方的书面许可,否则乙方不允许超出本合同目的外使用。本条款期限为永久,应在本合同期满、解除和终止后仍然有效。乙方承诺其履行本合同义务的全过程不侵犯任何第三方合法权益,且交付给甲方的所有工作成果不侵犯任何第三方包括知识产权在内的任何权利;如涉及对第三方作品的使用,乙方保证已取得相关权利人的许可并已支付相关的费用;否则,应自行承担因此产生的一切责任和损失。

⑨乙方完全遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》中关于“劳动和社会保障权益”的有关要求。

第六条 不可抗力:

1、不可抗力,是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

2、因不可抗力不能履行合同的,根据不可抗力的影响,部分或者全部免除责任,但法律另有规定的除外。任何一方迟延履行后发生不可抗力的,不能免除责任。

3、任何一方因不可抗力不能履行合同的,应当及时通知对方,以减轻可能给对方造成的损失,并应当在合理期限内提供证明。

4、如不可抗力事件持续超过【60】日的,双方应通过友好协商决定是否继续履行协议,如协商不成,甲方有权决定解除本合同,并对双方已经履行的部分进行结算。

第七条 违约责任:

1、乙方在履行义务过程中出现不影响合同目的的一般违约情况时,甲方有权要求乙方及时纠正并在支付款项时扣减合同总金额【1】%作为赔偿,扣减的金额不足以弥补损失的,乙方

还应进行赔偿。

2、乙方出现拒绝接受甲方对于委托项目的检查、拒绝提供或伪造相关项目资料等严重违约情况时，甲方有权要求解除合同，要求乙方应退回已支付的全部款项，并对所造成的损失进行赔偿。

3、乙方未按本合同约定时间或有关活动进度安排中确定的时间开展各项工作的，每逾期一天，甲方在付款时有权扣减合同总额【1】%的款项，乙方逾期完成合同义务超过【20】天的，甲方要求解除合同的，乙方应退回已支付的全部款项，并对所造成的损失进行赔偿。

4、任何一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

5、本合同所指的甲方的损失，包括直接损失、甲方为弥补损失所支出的费用（包括但不限于重新组织政府采购支出的费用、重新签订政府采购合同支付的费用、交通费、餐饮费、住宿费等）、甲方为向乙方主张权利所支出的费用（包括但不限于聘请律师的费用、公证费、诉讼费、鉴定费等）等。

第八条 争议解决：

因本合同引起的或者与本合同有关的一切争议，双方应当首先友好协商解决。协商不成的，双方同意按以下第〔1〕种方式解决：

- 1、向甲方住所地有管辖权的人民法院提起诉讼；
- 2、向北京仲裁委员会申请仲裁。

第九条 其它：

- 1、本合同履行过程中如有变更或者补充，必须以书面形式签订变更或者补充协议。
- 2、本合同附件及变更或者补充协议均是本合同不可分割的一部分，与本合同具有同等法律效力。
- 3、本合同经双方法定代表人或授权代表签字，并加盖公章后生效。
- 4、本合同一式七份，甲乙双方各执三份，招标代理机构执一份，具有同等法律效力。

（以下无正文）

甲方（盖章）：北京市商务局

乙方（盖章）：北京畅想会展有限公司

法定代表人或授权代表（签字）：张艳

法定代表人或授权代表（签字）：李

2026年9月3日

2026年9月3日

附件：项目方案

项目实施团队

本项目实施团队主要人员名单

拟担任 职务、分工	姓名	职称	专业	从业资格	相关工作年限
项目负责人	孟凯	大专	视觉传达	-	15 年
小程序开发	马伟	大专	计算机信息管理	-	13 年
施工报批	王经晶	本科	土木工程	-	10 年
活动统筹	李战龙	本科	艺术设计	-	15 年
宣传统筹	付建春	本科	市场营销	装饰施工员	14 年
宣传统筹	宋华	本科	市场营销	装饰质量员	11 年
小程序开发	门鲁悦	大专	计算机科学与技术	-	10 年
活动策划	马堂	大专	会展管理	-	12 年
活动策划	王宾	大专	会展管理	-	13 年
活动执行	宋远海	大专	会展管理	-	14 年
活动执行	赵振华	大专	会展管理	-	15 年
活动设计	姚海洋	大专	工业设计	-	12 年
设计统筹	刘杰	本科	室内设计	-	13 年
活动设计	齐雨	大专	室内设计	-	5 年
活动设计	赵川	本科	室内设计	-	5 年

投标人承诺：项目周期内实施人员保持稳定项目核心人员不发生变动。

本项目实施团队主要人员简历表

姓名	孟凯	年龄	38	职称	无
身份证号码	370303198704035435			职务	经理
毕业学校	北京城市学院			专业	视觉传达
现所在机构 或部门	北京畅想会展有限公司			相关工作年限	15 年
拟在本项目担任中职务		项目负责人			
主要经历	上海铸造博览会、2022 年（沈阳）国际铸造及热加工展览会、石油和化工行业高新发展大会、SAMPE 中国 2025 先进复合材料制品、原材料、工装及工程应用展览会				
日期	参加过的相关项目名称/ 成果情况	担任何职 （负责人/参加者）		是否 已完 成	备注
2022 年 9 月	上海铸造博览会	负责人		是	
2022 年 8 月	2022 年（沈阳）国际铸 造及热加工展览会	负责人		是	
2023 年 5 月	油和化工行业高新发展大 会	负责人		是	
2025 年 3 月	SAMPE 中国 2025 先进 复合材料制品、原材料、 工装及工程应用展览会	负责人		是	

2026 电子商务大会活动方案

一、总体构想

站在“十五五”开局之年的历史节点，面对我国消费经济加速向商品消费与服务消费协同升级演进，本届大会核心探讨的问题是：电子商务如何从“规模扩张的工具”真正成为“服务实体经济的战略力量”？重构电商与服务消费、实体经济的共生关系，推动电子商务从商品售卖向全链条民生服务、产业服务、文化服务深度延伸。

本届大会作为 2026 年服贸会官方核心主题论坛，紧扣内外循环方向与《意见》精神，延续历年政企对话、成果发布、项目签约传统，搭建全国电商政策解读、产业对接、资源合作、趋势研判的国家级平台。大会采用“1+2”模式，即一场主论坛和两场分论坛。主论坛聚焦电子商务顶层设计与战略方向，确立行业发展的坐标系与路线图；分论坛分别聚焦消费电商和跨境电商两大核心领域，深入探讨行业前沿趋势与实践创新。

二、活动概况

（一）组织架构

指导单位：北京市人民政府

主办单位：北京市商务局

（二）时间地点

时间：2026 年 9 月 9 日—9 月 10 日（服贸会同期）

地点：北京首钢国际会展中心

（三）参会人员

线下参会 800 人，覆盖国家及各省市商务系统领导、电商平台高管、制造 / 国货品牌、跨境企业、供应链服务商、直播创作者、智库专家、金融机构、媒体记者。

三、活动流程

（一）主论坛（9月9日下午）

主题：数智赋能 乐享服务——深耕服务消费共筑电商实体融合新图景

时间	环节	内容
14:00—14:30	嘉宾签到	嘉宾签到、入场
14:30—14:35	开场视频	播放大会主题宣传片 主持人介绍到场嘉宾
14:35—14:45	致辞	领导致辞
		领导致辞
14:45—15:00	国际视野	主题：丝路电商与全球数字贸易新格局
15:00—15:30	主旨演讲	主题：IP 与 AI 双轮驱动：打造线上线下一体化的文娱服务消费新生态
15:30—15:50	专家看点	主题：面向智能消费的产业融合
15:50—16:10	发 布	《2026 人工智能赋能直播电商高质量发展报告》
		《进一步提升居家照护服务质量推进家政服务业健康发展工作实施方案》
16:10—16:20	项目启动	2026 北京服务消费系列活动启动（视频）

时间	环节	内容
		参与企业现场 60 秒快闪推介
16:20—17:30	主题演讲	①中俄商务合作新机遇
		②数智履约：AI 智能赋能即时服务，升级消费者体验
		③服务零售——热爱当下重返线下
		④数字时代服务消费的新需求、新探索与价值传递
		⑤生成式 AI 重塑零售价值链——人工智能时代盒马的创新与实践
		⑥做必要的重，为长期深耕
		⑦以信任促消费，以好品兴产业
		⑧微信支付生态激活服务消费新动能

（二）消费电商分论坛（9 月 10 日上午）

主题：AI 重构·品质焕新——消费电商的价值跃迁

时间	环节	内容
08:30-09:00	签到	播放暖场视频
09:00-09:05	开场	主持人介绍参会嘉宾
09:05-9:50	数智·重构	① 服务消费：中国经济新引擎
		② 从“治病”到“管健康”：数智化重构健康服务消费新图景
		③AI 全域数智经营 重塑消费电商价值增长新范式

		④支付为始，生态共建 直播电商打造全域经营的新驱动力
09:50-10:40	洞察·赋能	① 看见变化，共建信任——服务消费时代，电商行业与财经媒体的双重答卷 ② 《2026 AI 消费电商应用洞察报告》 ③ 圆桌对话 主题：从单品突围到全域共生——国潮品牌数智化焕新
10:40-11:30	品质·焕新	① 智能体重构经营：从“流量经营”到“智能经营”的模式跃迁 ② 信任底盘+AI 引擎：一场关于“人货场”的媒体化价值重构实验 ③ 圆桌对话 主题：从流量经济到价值经济——消费电商提质创新路

（三）跨境电商分论坛（9月10日下午）

主题：从跨境到原生全球化——品牌出海的价值重塑

时间	环节	内容
14:00—14:30	签到	嘉宾签到、入场
14:30—14:45	主旨分享	跨境电商新阶段：从“国内——跨境”到原生全球化
14:45—15:15	案例分享	① 工业供应链出海服务 ② 硬科技×全球化——亚马逊标杆新卖家“破圈”出海加速器 ③ 国联股份在“一带一路”国家产业带跨境的创新实践
15:15—16:05	圆桌对话	对话主题：中国品牌的全球化叙事与商业新生态

时间	环节	内容
16:05—16:20	主旨分享	从产品出海到生态共建：“原生全球化”时代电商出海的价值底座升维
16:20—16:30	成果发布	《中企高质量出海的治理新范式》
16:30—16:50	案例分享	①善意流动，万物共生——敦煌网开启中国制造全球共创时代
		②企业出海本地化挑战与实践解决方案

四、宣传推广

（一）预热期（蓄势铺垫、政策解读、氛围营造）

1. 官方权威矩阵首发。依托北京市政府、北京市商务局、服贸会官方网站及新媒体政务矩阵，持续发布大会定档预告、主题深度解读、议程亮点剧透、重磅嘉宾阵容公示。聚焦 2026 年全国电商工作会议“四向战略”、数字商务三年行动计划收官部署、六部委电商高质量发展指导意见等核心政策，权威阐释本届大会“数智赋能 乐享服务”主题内涵，凸显大会作为年度电商顶层落地平台的核心定位。

2. 主流与行业媒体深度前瞻。联动中央、市属、行业等权威媒体与垂直行业平台，推出系列深度前瞻专题稿件。围绕品质电商提质、服务消费扩容提质、AI 数智创新、数商兴农、丝路电商开放、行业合规向善发展等核心方向，系统解读“十五五”开局电商发展新使命，解析电商从“竞价”向“竞质”转型的行业变革趋势，输出专业、体系化的行业舆论内容。

3. 多平台线上联动预热。依托微信、微博、短视频、小红书及行业媒体矩阵分阶段开展线上宣传。围绕大会主题持续输出议程预告、嘉宾亮点、政策解读、行业前瞻内容；联动参会企业、行业协会、权威媒体账号同步转发扩散；发起专属话题互动，邀请参会企业家、专家通过官方账号寄语发声；按照造势预热、亮点释放、开幕倒计时梯度推送内容，持续扩大大会行业影响力，营造浓厚舆论氛围。

（二）现场传播期（全域直播、热点引爆、权威发声）

1. 多平台全程同步直播。开通服贸会官方直播间、抖音、视频号、财经新闻平台等多路高清直播通道，对主论坛、消费电商分论坛、跨境电商分论坛进行全程不间断直播，覆盖政企观众、行业从业者、线上创业者、社会大众等多元受众，实现大会内容全域触达。

2. 现场实时内容速发。组建现场专属媒体采编团队，实时抓取大会核心亮点，包括权威成果发布、政企银战略签约、高端圆桌对话、重磅嘉宾主旨分享等关键环节，快速产出新闻快讯、图文纪实、短视频花絮，第一时间全网分发，形成密集传播矩阵。

3. 高端专访深度传播。开设大会专属专访问，邀请商务系统领导、行业智库专家、头部平台企业高管、正能量标杆网红嘉宾开展一对一深度专访。聚焦“电子商务高质量发展新使命”核心主线，围绕品质电商升级、数智技术赋能、国货品牌崛起、丝路电商出海、行业合规向善发展等核心议题输出权威观点，强化大会政策高度与产业深度。

4. 官方通稿联动传播。统一输出大会官方新闻通稿、议程综述、成果通稿，分批次推送至主流财经媒体、行业垂直媒体、商业新媒体、协会官方矩阵，实现权威内容统一首发、全网联动转载；同步联动参会企业、合作机构转发官宣内容，形成官方权威发声、行业全域联动的立体化传播声势，夯实大会行业影响力。

（三）复盘长尾期（价值延续）

1. 行业深度复盘专题报道。联动主流财经与行业媒体，推出《2026 人工智能赋能直播电商高质量发展报告》《2026 AI+消费电商应用洞察报告》《中企高质量出海的治理新范式》系列报告的深度专题报道，系统梳理本年度电商数智创新、品质升级、跨境开放、生态向善四大发展趋势，总结政策落地成效与行业变革方向，形成年度权威行业复盘内容。

2. 现场内容深度拆解传播。对大会高端专访、主旨演讲、圆桌对话素材进行精细化二次加工，拆解出政策解读、产业趋势、企业实践、行业建议等系列内容，输出专题长文、观点金句海报、精华切片短视频，分时段、分圈层持续推送，实现优质内容长效复用、持续破圈。

3. 大会成果集中汇编发布。系统梳理大会发布的行业报告、产业数据、合作成果、行业倡议，整理形成大会成果综述、年度电商发展观察报告，通过官方平台及合作媒体集中发布，固化大会权威成果，打造年度行业标志性内容资产。

安全工作方案

一、人员安全保障措施

1 人员进出管理

实行“分区管控、凭证通行”的人员管理制度。大会区域划分为签到注册区、主论坛会场、分论坛会场、VIP 接待区、新闻采访区、工作人员区域和公共通道七个管控区域各区域设置明确的进出通道和管控措施。

参会人员凭电子签到码或实体证件进入相应区域。VIP 嘉宾实行专人引导、优先通道由接待组一对一衔接。媒体记者凭媒体证件进入指定采访区和新闻工作间。工作人员佩戴工作证进入工作区域。无证人员一律不得进入管控区域确需进入的须由相关负责人陪同并进行临时登记。

2 人流管控与防踩踏

根据场馆设计容量和预计参会人数制定人流管控方案。主论坛会场容量控制在场馆最大安全容量的 80%以内预留安全余量。签到高峰期（上午 8:30—9:00）设置蛇形排队通道和分流引导标识安排专人引导人流避免入口拥堵。

会场出入口分别设置进、出通道避免交叉拥堵。散场时实行分区分批疏散由主持人广播引导各出口安排专人值守疏导。紧急情况下启动应急疏散预案全部出入口开放安保人员引导参会人员沿最近疏散通道撤离至指定集合点。

在台阶、坡道、转弯处等易发生跌倒区域设置警示标识和防滑措施。夜间或光线不足区域增加照明设备。

二、现场秩序保障措施

1 签到区域秩序管理

签到区域设置在场馆入口宽敞地带避免拥堵。设置清晰的签到引导标识和分流通道按参会类型（嘉宾、媒体、普通参会者、工作人员）分设签到通道。签到高峰时段增派引导人员维护排队秩序。签到系统支持电子扫码快速签到减少人工核验时间。

2 会场秩序管理

主论坛和分论坛会场分别安排秩序管理人员负责引导就座、维持场内秩序、处理违规行为。会场入口处设置安检措施（与场馆方协调）禁止携带危险物品进入会场。会议进行期间安排专人巡视对大声喧哗、违规拍照录像等行为及时劝阻。

主论坛设置前排嘉宾席按采购人确认的座位安排方案布设座椅和名牌。嘉宾席与观众

席之间设置适当间隔或引导标识。分论坛采用相对灵活的座位安排但须保证通道畅通。

3 展示区域秩序管理

如有成果展示或企业展区展示区域与通道保持足够宽度（不小于 2.5 米）避免参观人流阻塞通行。展区设置最大人流限制超过限制时采取限流措施。展示设备用电安全由展区管理方统一检查确认。

4 突发事件现场管控

发生突发事件时现场秩序管理人员第一时间维持现场秩序防止恐慌和混乱。按照"先疏散、后处置"原则优先保障人员安全。安保人员迅速到达指定位置引导参会人员沿疏散通道有序撤离同时保护现场、配合后续处置。

三、网络安全保障措施

1 信息系统安全

大会注册签到系统、官方网站、直播系统等核心信息系统在上线前进行安全检测和漏洞扫描修复高危漏洞后方可投入使用。系统部署在具有等级保护资质的云服务器上启用 WAF（Web 应用防火墙）防护配置 DDoS 攻击防御策略。

系统管理员账号采用强密码策略并启用双因素认证定期更换密码。系统日志完整记录并保存不少于 180 天便于安全审计和事件追溯。系统数据每日备份备份数据加密存储在不同物理位置。

2 个人信息保护

严格执行采购需求第十部分"知识产权及信息安全要求"不得泄露嘉宾和参会人员信息。参会人员注册信息（姓名、单位、联系方式、证件号码等）实行加密传输和加密存储访问权限严格限制在项目核心管理人员范围内。

参会人员信息仅用于大会服务目的不得向任何第三方提供或用于其他用途。大会结束后按照采购人要求妥善处理或销毁参会人员信息数据。嘉宾演讲 PPT 和视频资料如涉及敏感信息须经发言人确认后方可对外发布。

四、舆情风险防控措施

1 舆情监测机制

大会筹备期起至大会结束后 3 日内实施全网舆情监测。监测范围覆盖微博、微信公众号、抖音、今日头条、知乎、百度贴吧等主要社交媒体和资讯平台以及行业垂直媒体和论坛。监测关键词包括"2026 电子商务大会""电子商务大会""北京电商大会"及大会相关嘉宾、议题等。

2 舆情应对原则

舆情应对遵循"快速反应、统一口径、真诚沟通、依法依规"四项原则。所有对外回应须经过安全总指挥和采购人审核批准未经授权任何人不得以大会名义对外回应。回应内容实事求是回避问题、不推卸责任、不发布未经证实的信息。

应急响应方案

一、风险评估与预警机制

1 风险识别与评估

针对 2026 电子商务大会的特点和举办环境系统识别以下主要风险类别和风险源：

人员安全风险：人员密集场所踩踏风险（签到高峰、散场时段）、参会人员突发疾病（心脑血管疾病、低血糖等）、人员跌倒受伤（台阶坡道区域）、VIP 嘉宾和外宾安全事件。

消防安全风险：舞台布景和装饰材料引发火灾、电气设备过载或短路引发火灾、人为因素（违规吸烟、违规用火）。

设备设施风险：LED 屏幕或灯光设备故障导致活动中断、音响系统故障导致无法正常发言、直播系统故障导致直播中断、同声传译设备故障影响外宾参会、签到系统故障导致入场拥堵。

电力与网络风险：场馆供电中断、临时用电系统故障、网络中断或带宽不足、网络攻击导致系统瘫痪、直播推流中断。

公共卫生风险：参会人员群体性食物中毒、传染病疫情（如有疫情预警）、饮用水卫生问题。

2 风险等级划分

根据事件严重程度、影响范围和处置难度将突发事件分为三个等级：

一级（重大突发事件）：造成或可能造成人员死亡或重伤、火灾蔓延、活动被迫长时间中断（超过 2 小时）、重大负面舆情（全国性传播）、严重网络安全事件（大规模数据泄露）。须立即启动全面应急响应总指挥亲自指挥同步报告采购人和政府相关部门。

二级（较大突发事件）：造成人员轻伤需送医、局部设备故障影响活动进行、活动短时间中断（30 分钟至 2 小时）、较大负面舆情（行业性传播）、局部网络故障。须启动专项应急响应副总指挥现场指挥及时报告采购人。

三级（一般突发事件）：人员轻微不适需现场处置、设备故障但备用方案可快速切换、活动短暂延迟（30 分钟以内）、一般性负面评价、个别网络设备故障。由现场相关负责人按预案处置报安全保障组组长备案。

二、应急响应分级与流程

1 响应分级

与风险等级相对应应急响应分为三级：

一级响应：对应一级（重大）突发事件。总指挥宣布启动全体应急指挥部成员和各工作组全员到岗调动全部可用应急资源。同时报告采购人和政府相关部门请求外部支援。每小时向采购人报告事件进展。

二级响应：对应二级（较大）突发事件。副总指挥宣布启动相关应急工作组到岗调动相关专业应急资源。及时报告采购人每 2 小时报告事件进展。

三级响应：对应三级（一般）突发事件。现场相关负责人启动处置报安全保障组组长。相关应急小组做好待命准备。事发后 2 小时内向安全保障组组长提交书面报告。

2 通用应急响应流程

各类突发事件的应急响应遵循以下通用流程：

第一步：发现与报告。任何人员发现突发事件或隐患后立即向所在区域安全负责人报告同时采取力所能及的先期处置措施（如灭火、救护、隔离等）。区域安全负责人在 5 分钟内完成初步研判根据事件等级向相应层级报告。

第二步：研判与启动。安全保障组组长（或副总指挥、总指挥）接到报告后在 10 分钟内完成事件等级研判决定启动相应等级的应急响应宣布进入应急状态。

第三步：指挥与处置。应急指挥部按照预案分工指挥各工作组开展处置工作。现场处置组第一时间控制事态、保护人员安全；联络协调组通知外部救援力量并保持联络；人员安抚组组织疏散和安抚；信息管控组统一对外口径、监测舆情；后勤保障组调配应急物资。

第四步：信息报告与沟通。按照"即时口头报告—30 分钟书面报告—每小时进展报告—事件结束后总结报告"的信息报告节奏保持与采购人的实时沟通。向政府相关部门的信息报告由总指挥或采购人统一协调。

第五步：事态控制与降级。当事态得到有效控制、危险因素消除后由应急指挥部评估确认决定降低响应等级或终止应急响应。

第六步：善后与恢复。应急响应终止后开展伤员后续救治、受损设施修复、受影响活动环节恢复或调整、事件调查分析和总结报告编写等善后工作。在大会结束后 5 日内完成《突发事件应急处置总结报告》提交采购人。

三、信息报告与沟通机制

1 内部信息报告

建立"发现人→区域安全负责人→应急工作组组长→应急指挥部"四级内部信息传递链。信息报告应包含以下要素：事件发生时间、地点、涉及人员、事件现状、已采取措施、需要支援的内容。

信息报告时限要求：三级事件在事发后 30 分钟内书面报告安全保障组组长；二级事件在事发后 15 分钟内口头报告副总指挥、30 分钟内书面报告；一级事件在事发后 5 分钟内口头报告总指挥、15 分钟内书面报告。

2 外部信息报告

向采购人的信息报告由总指挥或指定联络人负责。一级事件即时口头报告、30 分钟内书面报告后续每小时续报；二级事件 1 小时内书面报告后续每 2 小时续报；三级事件在每日安全汇总报告中统一报告。

向政府相关部门（公安、消防、疾控等）的信息报告由总指挥与采购人协商后统一实施必要时由联络协调组直接拨打相应紧急电话。

8.3 对外信息发布

突发事件的对外信息发布由信息管控组统一管理实行"统一口径、分级审批"制度。三级事件一般不对外发布；二级事件对外说明须经总指挥审批；一级事件对外发布须经总指挥和采购人共同审批。

未经授权任何工作人员不得以大会名义或个人身份向媒体、社交平台发布事件相关信息不得接受媒体采访。违反者追究相应责任。