



净零展会路线图

迈向2040年

目录

CEO寄语

03

净零碳展会宣言

05

路线图应用范畴

08

净零碳主力军

11

现时数据

13

行动领域

16

案例研究

27

附录

30

CEO寄语

2021年11月，展会行业在格拉斯哥举行的COP 26上发起了一项全球合作倡议，旨在应对将全球升温限制在1.5度的迫切需要。励展非常荣幸能成为“净零碳展会活动”宣言的创始成员。该宣言要求所有签署方最迟在2050年实现净零排放，在2030年将温室气体排放量减半。事实上，我们的母公司——励讯集团（RELX）已将减少环境足迹作为一项当务之急，并于2021年签署了《气候承诺》，承诺最迟于2040年实现净零排放。

净零碳展会（NZCE）倡议将重点放在展会整个生命周期内的相关排放，从消耗的能源到展台、标牌、地毯制作、食物及相关废物，以及物流和旅行。尽管我们当前面临的挑战是测量这些排放，但我们在路线图列出了励展将一步步迈向的里程碑，从而确保我们在2040年之前减少排放量，实现净零碳目标。

励展展会始终以帮助企业拓展业务为己任，我们的展会能以令人惊叹的效率将所有人汇聚一堂，开启绝无仅有的机会之门。

携手励展的合作伙伴、场馆和利益相关方，我们必须采取团结一致的方法来实现净零排放目标。开始行动之后，我们已收获了丰硕的成果——自2018年以来，对于路线应用范畴的第1点和第2点的排放已减少了45%。这与我们整个行业的辛勤工作和齐心协力密不可分。我们已挂上云帆，驶向广阔的未来！



励展全球CEO，仲昊



公司简介

励展拥有并举办展览和展会的业务足迹遍及世界各地，创造就业机会，支持当地经济，并帮助各种规模的企业在多元化和可持续发展之路上前行。我们深知励展业务对环境有何影响。正因如此，我们关注如何在展会上减少碳排放和废物。

2022年11月，“净零碳展会活动”倡议发布了展会行业路线图，为行业的所有主要参与者——主办机构、场馆和一般服务承包商提供了一个共同框架，减少其价值链中的碳排放。虽然它没有为每个展会利益相关方确定清晰的范畴3报告界限，但明确规定了数据收集责任。

在行业“净零碳展会活动”倡议的指导下，我们的路线图涵盖了我们在励展构建可持续性、应用范畴1和2的数据，以及励展为减少范畴3的展会排放而确定的里程碑。



净零碳展会宣言

2021年11月，励展成为净零碳展会宣言的创始成员，承诺测量并减少与举办展会相关的碳排放，具体措施包括：



在2023年年底之前，公布我们最迟在2050年实现净零碳的途径，并根据《巴黎协定》的要求制定中期目标，即在2030年之前将全球温室气体排放量减半。



与合作伙伴、供应商和客户合作，推动整个价值链变革。



根据行业最佳实践，测量并跟踪我们的范畴1、2和3温室气体排放。



至少每两年报告一次进展情况。



RELX签署了《气候承诺》，承诺最迟于2040年实现净零排放目标。净零碳展会行业路线图建议公司在全部三个范畴三管齐下。我们的母公司RELX负责监测和报告我们的范畴1和范畴2排放，因此本文件的重点关注是与展会相关的范畴3排放，而无论哪个利益相关方（场馆、主办机构、一般服务承包商等）最终报告排放量。

与温室气体核算体系保持一致



根据科学碳目标倡议 (Science-Based Targets Initiative) ,
“净零碳”的定义是:

制定与实现社会气候目标相一致的企业净零排放目标意味着: (a) 在符合条件的1.5°C温控场景或行业部门路径中, 将范畴1、2和3排放降至零或与在全球或行业部门层面实现净零排放相一致的剩余水平, 以及 (b) 在净零目标日期, 中和任何剩余排放, 以及此后释放到大气中的任何温室气体排放。

温室气体 (GHG) 核算体系为温室气体排放的管理和报告提供了一套国际公认方法, 在组织上游和下游价值链中定义了属于范畴3的15个类别。



图1: 励展对温室气体核算体系各范畴和整个价值链排放的理解

虽然利益相关方之间的排放报告界限尚未确定，但作为主办机构，我们知道与展会相关的大部分排放都属于范畴3。我们已根据温室气体核算体系初步调整了范畴3展会排放：

展会足迹中的碳排放

类别	排放源	与温室气体核算体系的一致性
 场馆能耗	场馆能耗（燃气和电力）	类别8：上游租赁资产
 制作和产出的废物	我们采购的物品和参展商采购的物品：展台、标牌、地毯、胸卡、家具和相关废物中的隐含碳。	类别1：购买的商品和服务；类别12：售出产品的生命周期结束处理
 食物和食物垃圾	展会场馆内所有餐饮、包装及相关废物的碳足迹，不包括场馆内的零售店。	类别1：购买的商品和服务；类别12：售出产品的生命周期结束处理
 物流	将产品运往场馆或从场馆运出。	类别4：上游运输和配送；类别9：下游运输和配送
 旅行和住宿	员工交通和住宿；励展付费的观众交通和住宿。*	类别6：差旅 展会参与者的旅行难以归入具体的温室气体核算体系类别。

* 观众和参展商的旅行目前不属于主办机构的范畴3。但我们正努力更好地了解这类足迹。

路线图应用范围

本路线图将包括所有励展展会在全部五个排放类别的里程碑。鉴于展会产业价值链的分散性，我们将优先考虑我们能产生最有意义影响的排放类别。



场馆能耗



制作和产出的废物



食物和食物垃圾



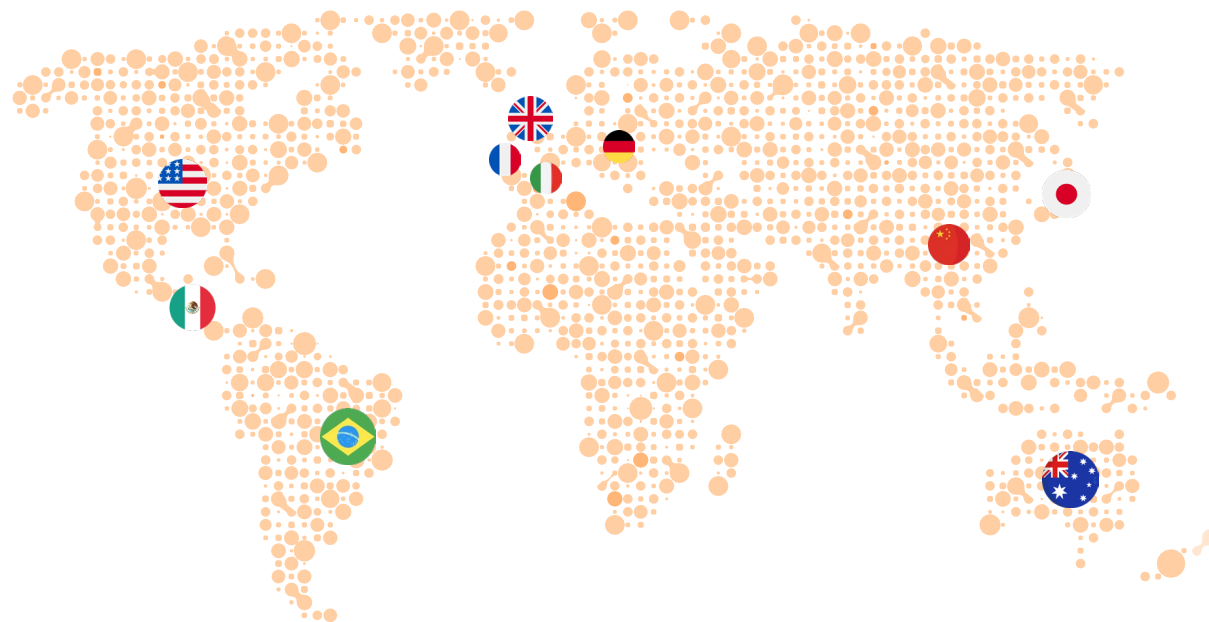
物流



旅行和住宿

励展的可持续发展结构

我们的净零排放目标是励展的战略重点。我们成立了全球可持续发展委员会，汇集了来自各业务中心的代表，每月召开一次会议。委员会由高管领导团队（ELT）的领导提供支持。可持续发展总监会定期向ELT支持者和RELX的主要利益相关方汇报情况。



可持续发展委员会负责支持我们的可持续发展战略。

	测量	减少	沟通
2022年至2023年成果	<ul style="list-style-type: none">能源和废物报告：在2023年举办了141场展会的56个场馆；在2022年举办了128场展会的36个场馆。完成10场展会的碳足迹确定。开发了制作材料库。	<ul style="list-style-type: none">向所有员工发布励展可持续发展手册。500多名员工参与路演。	<ul style="list-style-type: none">2022年6月成立全球可持续发展委员会。提供内部sharepoint网站，在委员会内部共享内容。面向励展和RELX员工发起气候主题竞赛。
2024年目标	<ul style="list-style-type: none">实施准确一致的测量和报告系统（碳模型），并与RELX和励展报告保持一致。改进并扩大能源、废物和制作数据收集，优先考虑在排名前30的场馆举办的展会。建立明确的展会相关范畴3报告界限和基准；准备对外报告展会相关排放，并与RELX保持一致。	<ul style="list-style-type: none">发布净零碳展会路线图（由2023年推迟）。推出支持路线图的减排目标（地毯、标牌、营销材料、特色展台和废物的可持续性标准）。	<ul style="list-style-type: none">以美国和中国为重点，举办内部研讨会，提高对净零排放路线图和减排目标的参与度。在各业务中心建立内部绿色团队。通过净零碳展会和旅行整合项目参与行业倡议。
2025年至2030年目标	<ul style="list-style-type: none">为每个业务中心和主要内部利益相关方建立透明、便捷的报告机制，以便获取排放数据。在2025年公开报告与展会相关的碳排放，并承诺在2025年之后每年报告两次。探索行业合作伙伴关系，以帮助支持、改进和简化数据收集工作，如通过NZCE。提高测量、监测和报告体系的准确性和透明度。	<ul style="list-style-type: none">制定励展可持续发展目标，重点关注制作；将其纳入展会价值计划，并进行准确报告。在排名前30的场馆举办的展会中实施碳减排战略。在排名前30的场馆举办的所有展会都与场馆方达成并审查能效和减少废物计划；启动零废物填埋战略。制定与RELX保持一致的碳抵消战略。	<ul style="list-style-type: none">开展客户研究，更好地了解可持续发展在贸易展会中的重要性 and 接受程度。制定员工教育计划，包括整理可持续发展案例研究和最佳做法。制定参展商教育计划，支持可持续展台建设。利用特定的展会品牌组合，将可持续发展展会扩展到其他行业。将展会品牌组合与可持续发展目标（SDG）挂钩，并为展会提供SDG宣传工具包。定期发布一年两次的可持续发展报告。
行业参与	<ul style="list-style-type: none">励展是“净零碳展会活动”倡议的重要利益相关方，参加了NZCE委员会。继续与主办机构同行们就旅行整合研究和行业叙事开展合作。紧跟报告和监管形势，包括企业可持续发展报告披露、气候相关财务信息披露工作组和SEC气候风险。		

认识推动励展可持续发展的 净零碳主力军

“我的动力来自于知道我们将为行业和地球带来持久积极的改变。每天我都被同事们所激励——他们积极参与，富有创意，适应力强，锐意创新。在共事过程中，我对我们将产生的影响感到无比期待。”

HELEN SHEPPARD
全球可持续发展总监，英国



“从个人和职业角度，可持续发展对我一直都很重要。我骑自行车上班，利用旧物，很少使用打印机，也很注意回收食物和衣服。我对把可持续性作为一项企业价值感到很兴奋。我的贡献是把客户声音传到我们的委员会，讨论他们的创新产品，观察我们竞争对手在可持续发展方面的动态。最后同样重要的是，可持续性价值观对我们客户也是卖点之一，因为许多公司更青睐关注这一点的供应商。”

SIMONA DOMINICI
全球代理销售部总监，意大利



“我有一个9岁的女儿，我从事这个行业已有25年，我想为子孙后代留下积极的影响。仅仅把展会办好是不够的，我们需要确保把对社区和地球的影响降到最低，并且位居这个议题的最前沿，从而保持我们在会展行业的领先地位。可持续展会不仅限于做好环保一个方面，而且也要打开额外创收的思路，最大限度地降低成本，并为我们公司创建起积极的声誉。这还关乎我们如何挑战自己，在联系业务的过程中，在所做的一切活动中重复利用、回收资源，并减少碳足迹。”

HECTOR A MORFIN CHONG
场馆负责人和展会组合总监，墨西哥

认识推动励展可持续发展的 净零碳主力军

“在可持续发展委员会任职让我个人受益匪浅，最重要的一个原因是，这关系到我们地球的未来，这是应有之义！作为会展领域的领导者，励展在通过积极行动、创新和影响推动变革方面发挥着关键作用。多年来，励展澳大利亚公司一直以可持续思维方式开展工作，制定各种举措来使我们走上变革之路。我们作为一个组织同心协力，在会展行业中通力合作，就能缔造令所有人值得自豪的会展业未来。”

STEPHEN STEENSON

运营和展会制作部门总监，澳大利亚



“成为励展可持续发展委员会的一员，对我来说是个重要机会，通过与全球同事合作和分享最佳实践，帮助推动美国事业部门的变革。我们当然有保护环境的社会责任，但我们也有对客户和其他关键利益相关者的义务，我们必须尽力满足他们的期望。委员会提供了将可度量的成果传递给业界的。”

MIKE GRANT

运营部高级副总裁，美国



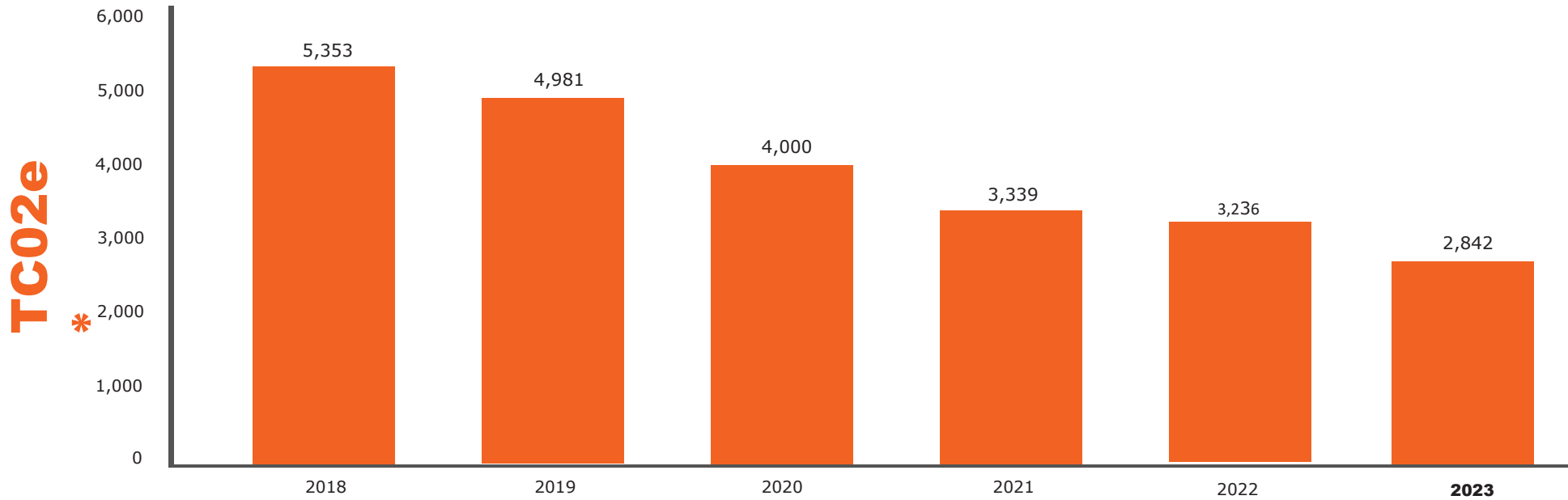
“自2010年以来，我有幸为励展的可再生能源行业展会工作，帮助了一些出色的企业开辟未来发展之路，同时也试图通过他们开创性解决方案的脱碳影响来守护我们的未来。除了为他们提供展示这些解决方案的最佳商业平台外，我们还必须确保尽量降低展会对环境的影响，从而与之本身的可持续发展能力相匹配。应对气候变化需要全球合作，而委员会的存在正是为了从励展角度做到这一点，这个机会让我们可以分享知识、快速学习，以及加速我们所有展会发挥统一的影响力。我很荣幸能参与这项重要工作。”

JONATHAN HEASTIE

能源展会组合总监，英国

范畴1和2的现时数据

励展的范畴1和范畴2净零基准是2018年，这与RELX一致。自2018年以来，我们已将基于地点的范畴1和范畴2排放减少了49%。



除范畴1和范畴2外，RELX还报告范畴3价值链排放，包括差旅数据（涵盖通过我们的旅行合作伙伴预订和收集的所有航空旅行）、员工居家办公、员工通勤、云计算服务和供应链排放。

您可以在这里找到有关RELX环境报告的更多信息：

<https://www.relx.com/~media/Files/R/RELX-Group/documents/reports/annual-reports/relx-2023-annual-report.pdf#page=34>

* 二氧化碳吨当量是用于计算温室气体的计量单位，而不仅是二氧化碳。

展会具体数据收集

自2022年5月以来，励展加快了与展会相关的能源和废物数据收集工作。

我们优先关注从收入占比最大的30个场馆收集信息，其中29个场馆目前能够报告某些数据。

截至2023年底，已有380多场面对面展会报告了2019、2021、2022和2023年的能源或废物数据；在所有2023年的展会中，有近50%报告了某些数据。我们正利用这些数据估算所有展会的排放量。

我们还对10多场展会进行碳足迹分析，以了解可用数据，并更全面地了解物流和制作等排放类别。



净零碳展会路线图 关键里程碑

励展展会的顺利举办离不开众多利益相关方的支持和参与，因此使我们的展会更具有可持续性，不仅只关乎励展自身的工作——我们要求各利益相关方也提高可持续性。

本路线图与行业净零碳展会（NZCE）路线图相一致。NZCE提出了五个行动领域，我们针对每一个都确定出当前的短期、中期和长期里程碑。

通过净零战略，我们将重点放在减少碳排放上，这仍将是我们的优先事项。我们认识到有些展会的排放量很难减少。我们的目标是在2025年制定碳抵消战略，在减少排放的同时进行补偿。



行动领域1： 利用清洁的可再生能源，高效地为展会提供动力

使用特定场馆的决定受许多因素影响，包括但不限于位置和交通便利性、可用性和场地大小。重要的是，要与我们的场馆合作伙伴合作，帮助他们了解励展对可持续发展的期望，以及我们对其测量能耗的要求。



当前的短期目标 (2025年)

- 建立一致的定期报告制度。
- 排名前30所有场馆报告数据与NZCE方法保持一致。
- 建立能耗减少跟踪记录。
- 与排名前30的场馆合作，支持节能措施，如LED照明或现场可再生能源。
- 要求所有场馆合作伙伴签署净零碳展会承诺书。

当前的中期目标 (2030年)

- 与场馆签订的合同中规定强制性报告和引入LED照明等节能措施。
- 排名前30的场馆使用可再生能源的比例达到75%，包括绿色电价可再生能源。

当前的长期目标 (2040年)

- 在重要的战略场馆实现100%为可再生能源。

行动领域2:

重新打造展会，利用可持续材料，消除废物

每场展会都有许多不同的供应商，包括一般服务承包商，提供展台、家具、标牌、地毯和其他制作要素。为减少排放，我们将努力教育并影响这些利益相关方，使其认识到采用低碳和可重复使用材料的重要意义。



当前的短期目标 (2025年)

- 确定展会产生的废物量和制作材料估算量。
- 为每个事业部门设定减少废物的目标。
- 励展项目管理展台至少有50%的物品可重复使用。
- 为参展商提供有关减少废物、可重复使用和回收材料的指导。
- 所有励展采购的制作材料，包括标牌、地毯、营销材料，以及在排名前30的场馆举办的全部展会的特色搭建，均采用可重复使用和/或可回收材料。
- 表彰优秀展商。

当前的中期目标 (2030年)

- 所有励展采购的制作材料，包括标牌、地毯、营销材料，以及全部展会的特色搭建，均采用可重复使用和/或可回收材料。
- 在排名前30的场馆举办的展会中，实施并启动零废物填埋战略。
- 停止使用展会用印刷材料，如展会指南和展会日报。
- 励展项目管理展台至少有75%的物品可重复使用。
- 将已淘汰一次性用品的公司列入首选供应商名单。
- 不再允许使用一次性展台。

当前的长期目标 (2040年)

- 励展取得的所有产品均可重复使用或回收。
- 所有励展项目管理展台至少有90%的物品可重复使用。

行动领域3：

以可持续方式获取食物，杜绝食物浪费

全球食物体系及其产生的废物占全球温室气体排放量的37%¹。虽然不同的展会有不同的餐饮需求，但通常情况下，形式包括在展会场馆内提供餐饮服务、在贵宾室或销售休息室购买食物，以及参展商购买食品提供给展台。我们的目标是影响场馆选择可持续的供应商，包括食物和饮料供应商。

¹ 净零碳展会路线图，第26页：[NZCE_Roadmap2022_Full-Report_updated-26Jan2023.pdf \(netzerocarbonvents.org\)](#)



当前的短期目标 (2025年)

- 与展会场馆对话，鼓励当地采购，减少不可回收或不可重复使用的包装。
- 励展展会中50%的食物为素食和/或纯素食物。

当前的中期目标 (2030年)

- 食物包装采用可生物降解（可堆肥）或可回收材料，并在展会后回收。
- 对剩余食物安排捐赠。
- 为励展购买的食物配备可重复使用的餐具。

当前的长期目标 (2040年)

- 不使用一次性食物包装。
- 所有食物垃圾均不再进入垃圾填埋场。

行动领域4： 高效运输货物和设备，向零排放物流转型

来往展会的货物运输产生的排放估计占展会排放总量的2-10%²。由于物流供应商并非直接与励展签约，因此确定与运输相关的排放并非易事。但英国的Olympia和Excel等会场已采取措施，对进出场馆的运输车辆引入追踪机制。此类体系引入成本不菲，但却能带来更广泛的益处，帮助场馆管理来往场馆的运输——这对于位于城市地区的场馆尤为重要。



[2.NZCE_Roadmap2022_Full-Report-updated-26Jan2023.pdf \(netzerocarbonevents.org\)](#)，第12页和我们的展会足迹研究。

当前的短期目标 (2025年)

- 改进物流数据收集。
- 与场馆和首选物流供应商合作，减少与展会货物运输相关的排放。
- 与净零碳展会物流排放最佳实践保持一致。

当前的中期目标 (2030年)

- 要求场馆和总搭建商在进行展会的搭建和拆除时，使用电动汽车或类似交通工具。

行动领域5：

与旅游行业的合作伙伴合作，并对其施加影响，减少和降低旅行碳排放

我们的许多展会都是国际性的，我们认识到，参展商和观众的旅行是展会排放的重要组成部分，为支持减少相关排放，我们正在与“净零碳展会活动”倡议密切合作，参与专门针对旅行和住宿的工作流。我们将推广可持续交通模式，如果排放量无法减少，我们将通过RELX碳管理小组批准的高质量补偿方式来补偿这些碳排放。

所有使用公司旅行社预订的2023年员工旅行均通过在哥伦比亚和印度尼西亚的REDD+造林和泥炭地项目中购买可验证的碳抵消额来补偿。我们密切关注员工出行情况，并研究如何减少与员工出差相关的排放。



当前的短期目标 (2025年)

- 利用参与者数据估算旅行的碳排放。
- 开展让观众在登记时抵消旅行碳排放的试点。
- 促进与可持续酒店的合作。
- 所有展会都向参与者提供公共交通选择。

当前的中期目标 (2030年)

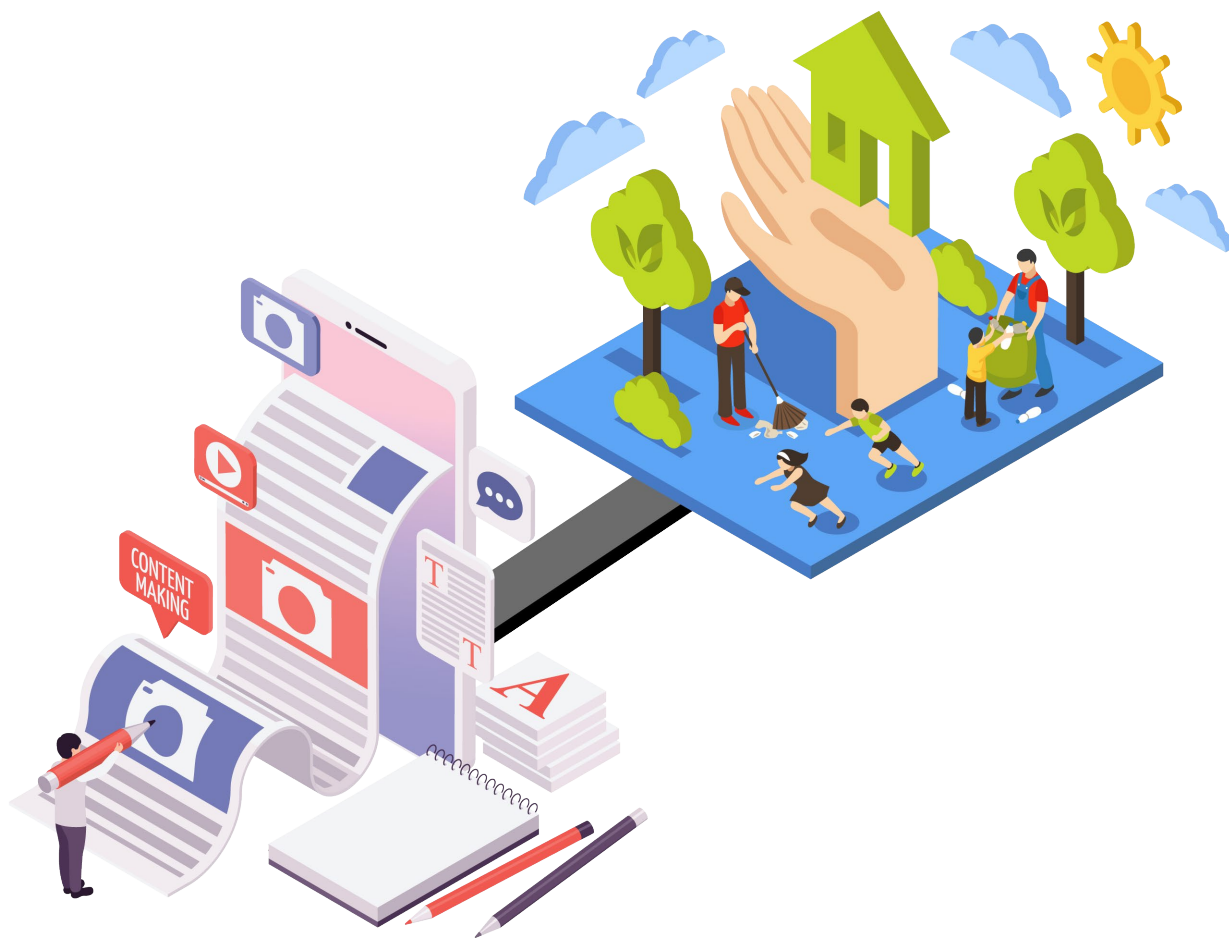
- 在所有展会中为观众提供抵消旅行碳排放的选择。
- 通过与当地展会团队合作，优化员工出行。

当前的长期目标 (2040年)

- 主动优先选择在可持续交通发达的城市举办展会。

提供可持续发展主题的内容

作为展会行业的全球领导者，我们占据独特的地位，作为可持续发展的影响者，帮助推动我们所服务的行业内倡议、创新、产品和服务的可持续性。除了为我们的展会和运营团队提供信息和支持，帮助其做出更具可持续性的展会选择外，我们还利用励展的展会平台，推动更广泛的行业参与，实现净零碳未来。我们与“奔向零碳”（Race to Zero）保持一致，并尽可能与我们客户合作，支持他们减少对环境的影响并实现脱碳转型。



案例研究： 取得积极进展

使用可重复使用的材料搭建展台

在迪拜举办的阿联酋国际旅游业展览会向希尔顿颁发了首个2023年“可持续展台奖”，认可其在展台搭建过程中与当地供应商合作，以及在未来三年内对材料进行再利用的承诺。设立“可持续展台奖”的目的是认可参展商为减少展台对环境的影响所做的努力，并鼓励更多同行采取行动。

建筑行业的净零碳关注焦点

Batimat是全球规模最大的建筑建造业盛会，在2022年推出了一项更经济、更负责的展台政策，仅推出五种环保型展台选择，最大面积为99平方米。展会还对所有废物进行分类和回收，并制定了一项重大物流计划，鼓励约5000名观众选择展会方组织的火车和巴士服务。我们在预登记页面中加入了—一个碳计算器，以便观众能够了解自己选择的交通方式对碳排放的影响。



案例研究： 美国国家五金展试行废 物减少措施

美国国家五金展 (NHS) 将纸质资料换成了数字目录；使用了可持续采购的标牌；并提供智能胸卡技术，使观众和参展商能够以数字方式获取信息，从而不再需要印刷手册和名片。

通过将地毯铺设范围限制在两个主要过道和休息区，NHS避免了将18,656米的地毯送入垃圾填埋场，减少了8.5吨碳排放。为了让客户了解不铺地毯的好处，我们在展会现场采用了地板贴纸，强调此举和其他可持续措施的相关统计数据。

NHS还通过合作伙伴Freeman确保主要过道和休息区的地毯含有25%的回收材料，并至少重复使用四次。



案例研究： 行业参与

长期以来，[功能性面料展](#)一直倡导运动服装行业的可持续发展。只有已经实现或正努力实现至少50%的材料来自于回收来源的参展商才会被考虑允许参展，而且每个参展套餐都采用交钥匙的可持续展位搭建模式，在保持低成本的同时最大限度地减少碳足迹。

此外，每场展会都围绕一个特定的可持续发展主题，以突出新的发展和机会。2022年的主题是“[碳中和之旅](#)”，其中强调了量化和衡量高性能面料二氧化碳排放量的指标、公式、机构和理论。

[国际化妆品原料展](#)于2017年推出了可持续发展展区，参展商从2019年的29家增至2022年的40多家，并在2023年进一步扩大阵容。

可持续发展区将参与者向潜在合作伙伴展示其可持续成分和技术的互动教育区，与专门的会议计划结合在一起。





POP
ASIA



COMIC CON

气候变化声明

[链接](#)

环境政策（2023年）

[链接](#)

SOCOTEC国际认证

[链接](#)

附录

