

亚洲环保展 | 中国环博会IE expo 2024年第25届上海展

产品名称	亚洲环保展 中国环博会IE expo 2024年第25届上海展
公司名称	展会咨询-王浩
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市
联系电话	021-50103787 15221522015

产品详情

近日，中国环博会IE expo品牌形象焕新升级发布会在上海举办，活动正式宣布了中国环博会IE expo将于2014年与IFAT全球同步升级品牌视觉形象。以此为标志，中国环博会IE expo站上新的发展起点，平台目标从“大”向“强”转变，持续推进产业布局、生态链构造、全球视野、用户触达等六大能力的革新升级，努力打造“亚洲重要的、面向未来的环境技术交流平台”，与全球生态环保企业一起协同合作，蓄势提效，寻求突破，蝶变升级，穿越周期。

25周年之际与IFAT全球同步

形象升级

中国环博会源于2000年创办的上海国际环保水展（EPTEE），以及于2004年进入中国的IFAT CHINA（IFAT母展创办于1966年慕尼黑，是当今世界规模最大的环保博览会）。2010年，两大展会强强联合，品牌合并升级为“中国环博会IE expo”。

2024年将迎来中国环博会IE expo的25周年，在这个独具意义的节点上，中国环博会IE expo将加入IFAT的全球品牌焕新计划，与IFAT慕尼黑、印度、南非、土耳其、巴西、新加坡、迪拜等全球同步升级。

发布会同时宣布了中国环博会IE expo第一本《品牌手册》的出版，而展会本年度的4000家参展企业与合作单位将成为首批实体刊物的阅读者。这本品牌手册包含了全新的品牌战略精髓和视觉识别系统，清楚地概述了环博会的定位和目标，统一了品牌的视觉传达，从而提升环博会的品牌影响力。

回顾中国环博会IE expo历经的品牌形象演变,不难发现每次变化都紧密关联着品牌发展的不同阶段。2014年，品牌主视觉使用互相融合的具象化环保元素，充分展现了中国环博会IE expo展示环境污染治理技术的平台属性,并一直沿用至今。而此次品牌形象升级，将象征性图案抽象化符号化，主视觉使用代表不同产业板块的粒子融合图案，则凸显了中国环博会IE expo追求极致，致力于发掘纯粹的、面向未来的环境技术的决心，以及展现了中国环博会IE expo作为旗舰平台的品牌形象和对高质量发展的承诺。

平台目标从“大”向“强”转变

中国环博会IE expo是中国生态环境保护事业发展的缩影。在2000年-2012年发展初期，展会规模不大，但是随着2012年节能环保产业成为“国家战略性新兴产业”进入产业资本化时代，环博会开始稳步发展，到现在已经成为亚洲地区颇具规模和影响力的环保行业盛会。

如今我国的环保产业进入了高质量发展的新纪元，行业正迈入以创新为引领的产业变革，环保企业的业务逻辑也在从“做大做多”向“做稳做精”转变。这就意味着，作为服务产业的平台，中国环博会IE expo要从“大”变“强”，以“大”为基础蓄势提效，提升能够解决行业及企业发展痛点的“强”能力，帮助环保企业突破拐点、穿越周期。

六大革新力，聚焦行业痛点

发布会上，中贸慕尼黑展览总经理江刚先生表示，在当前经济下行趋势下，政府对环境基础设施的投资力度和企业对排污治理的需求都受到经济状况影响，环保企业正面临外部环境、供应链、效率战、品牌力、管理各个维度叠加在一起的多维度竞争，而且估计未来三五年将更加激荡。2024年中国环博会IE expo将以“25周年”及“品牌形象升级”为契机，创造更多聚焦行业痛点的内容，为环博会注入内生动力。

为适应当前的发展形势，中国环博会IE expo将持续推进六大能力的自我革新。

拓展数智化等跨界产业与传统环保产业的共融交集，提升平台“共生力”，发掘环保全产业链内的发展第二曲线；

由污染治理转向绿色可持续发展，培育在碳中和领域的战略布局，提升平台“升维力”；

展出面向未来的环境技术，提升平台“革新力”，提升环保科技创新动能；

深化IFAT全球资源的利用，展现国际前瞻思维，提升平台“视野力”；

创造平台打破创新链、产业链、资金链、人才链的融合壁垒，提升平台“社交力”；

深化数字营销体系，配合发起关键营销战役，精准聚拢真实需求用户人群，提升平台“触达力”。

随着第三次品牌战略焕新的全面开启，中国环博会IE expo将目光延伸至更长远的未来，以践行“双碳”目标，迈向高质量发展的新阶段。这一历史性的开篇，也必将为中国生态环境产业的转型升级注入新的

活力，推动环保行业不断创新发展，奔赴科技、高效、低碳的美好未来。

中国环博会系列展：

1.上海展（上海新国际博览中心）

2.成都展（中国西部博览城）

3.广州展（广州琶洲展览馆）