

会展经济，在“风浪”中突围

2025青岛会展产业创新发展与合作大会暨企业“出海”大会举行，探讨行业融入双循环的创新发展之路

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星

面对全球变局与数字化的叠加影响，会展经济发展何去何从？日前，2025青岛会展产业创新发展与合作大会暨企业“出海”大会在崂山区举行。来自13个国家（地区）220余家会展行业协会、境内外会展和外贸企业的700余位嘉宾相聚青岛，围绕“双轮驱动·破局前行——全球化变局下的市场突围”主题，探讨行业融入双循环的创新发展之路。

释放“会展+”乘数效应

当前，中国经济面临转型升级、培育发展新动能等挑战，在此形势下，会展业这一“经济晴雨表”应发挥更重要的作用。

“2024年会展行业情况及2025年预期调查问卷显示，创新发展、展产融合和出海拓展等成为会展业的关键词。”商务部展览业行业标准化技术委员会主任、中国会展经济研究会会长曲维玺在会上提出，应推动会展业与文化、旅游、演艺、赛事、节庆等融合，推动会展业与产业经济、城市经济、新技术等深度融合，推动会展产业上下游以及会展企业之间融合发展，进一步释放会展业的乘数效应。

会展业作为现代服务业的关键一环，具有“一业带百业”的效应，能强力带动国际贸易、文旅、科技等多行业协同发展。今年国家明确提出，高质量办好进博会、广交会、服贸会、数博会、消博会等重大展会，出台了一揽子促进外贸稳定增长的政策，其中一个重要的指向就是充分发挥会展业促进消费的作用。

“不难看出，这些政策旨在放大会展平台价值，推动会展支持政策与产业扶持政策相结合，形成发展合力。”曲维玺说。

数字化与AI在会展业发展中发挥着越来越重要的作用。2024年，我国数字会展规模突破千亿元。“目前国内线上线下融合展会占比达35%，但在数据应用与交互体验上，与国际先进水平相比仍有差距。”曲维玺坦言，传统的展示方式已经不能适应会展业的发展，会展行业亟需借鉴DeepSeek大模型“开源共享”理念，搭建会展行业AI平台，提供智能客服、精准匹配、数据洞察等一站式服务，提升运营效率。

曲维玺建议，在展示方法上进行变革，比如推广VR/AR沉浸式逛展、区块链电子签约等技术，将“云参展”从补充选项转变为核心竞争力，为参展各方带来全新体验。“总之，融合发展是会展业现阶段面临的重要选择，希望会展业同仁通过创新、融合发展能够把会展企业做大做强。”曲维玺说。

推进国际化注重“三个深度”

经济全球化遭遇阴霾，全球经济充满不确定性，会展业亟待探寻可持续发展的新方向。如何在新形势下继续走好中国会展业的国际化道路？

国际展览业协会(UFI)名誉主席、全国会展业标准化技术委员会主任陈先进认为，中国会展业的国际化主要体现在五个方面的标志性成果。一是政策开放承诺。2001年12月，中国正式加入WTO。在加入WTO的协议中，中国政府明确承诺会展业为完全开放行业，为会展业国际化发展奠定了政策基础。二是国际企业入驻。改革开放四十多年间，全球主要的大型国际展览集团纷纷进入中国市场。据不完全统计，当前外资、合资的会展项目市场份额，已占据全国会展市场的三分之一以上。三是全面融入国际会展行业组织。众多中国会展业积极加入国际展览业协会(UFI)、国际大会及会议协会(ICCA)等国际组织。以UFI为例，中国目前已成为其最大的会员来源国，会员占比已接近30%，并且仍在持续增长。四是地方政府支持。目前中国多个省级和市级政府，都将推动本地企业加入UFI等国际组织视为提升地区或城市国际化水平的重要标志，并在财政等方面给予大力支持。五是企业出海发展。

中国会展企业出海步伐不断加快。根据贸促会统计，2023年，中国在海外共举办或参与了近880个展览项目，其中自主主办项目80个，参展国际展会项目800个，展览总面积约160万平方米。“通过这一系列成果可以看出，中国会展业已发展成为全球会展领域的重要力量，成为名副其实的会展大国。”在陈先进看来，当前需重新审视会展业的全球化战略。世界局势复杂多变，“VUCA”(Volatility易变性、Uncertainty不确定性、Complexity复杂性、Ambiguity模糊性)成为时代特征，给会展业的国际化发展带来诸多挑战。与此同时，中国会展业经过四十多年的发展，也进入了战略调整期。过去的发展模式已难以适应新的需求，需要重新审视全球战略、出海逻辑，构建新的供应链和产业链体系。在这一阶段，会展业不仅要应对外部的不确定性，还要满足国内高质量发展的要求。

“目前，中国展馆数量已位居全球第一，展会毛面积近1.5亿平方米，但数量增长已不再是唯一目标，中国会展业国际化进程正从改革开放以来的1.0版本进入到2.0版本，提升会展质量、实现高质量发展成为当务之急。”陈先进称，无论是外部环境还是内部需求，都促使行业要重新思考和研究会展业的国际化战略。会展业国际化新进程中要注重“三个深度”。

深度合作。推动中国会展企业、项目与国际会展企业、项目开展深度合作。这种合作不应局限于以往引入国外展会项目、提供配套服务的模式，而应聚焦于契合前沿科技发展、数字技术应用等领域的项目，在选题和运营上开展更深入的协作。

深度融合。促进会展业与服务产业的深度融合。会展项目应围绕产业需求，精准对接客户，为客户创造更大价值，避免展会流于形式。通过深入研究客户需求，将会展项目打造成为真正服务产业发展的优质平台。

深度互补。实现展会与多媒体、新媒体平台的深度互补。会展作为一种拥有百年历史的传统形式，需要创新发展。如借助高新技术和数字化手段，结合新媒体形式，增强观众的场景感和体验感，为传统会展形式注入新的竞争力和生命力。

“如今，尽管面临诸多不确定性，但中国会展业已今非昔比，正从‘跟跑者’向‘领跑者’迈进，并有望成为‘领跑者’。”陈先进表示，期待中外会展人不仅是合作伙伴，更能成为会展生命共同体的重要组成部分，在推动中国会展业国际化2.0阶段的发展中发挥更大作用。

■第34届青岛国际啤酒节。(资料照片)



■国外采购商来青参加展会洽谈采购。

青岛会展业持续发展

- 今年上半年，青岛共举办各类会展活动198场，展览面积280.1万平方米，吸引观众265万人次，拉动消费165亿元
- 青岛国际会展中心崂山馆和红岛馆，全年预计举办80余场展会活动，展览面积200余万平方米，举办展会活动数量、面积均实现同比正增长
- 当前，青岛拥有融聚产业资源、推动转型升级的独特优势，会展业发展潜力巨大，发展前景可期

■2025青岛会展产业创新发展与合作大会暨企业“出海”大会开幕式现场。

青岛要向“展产融合”发力

近年来，青岛锚定建设“国际会展名城”，制定会展业高质量发展支持政策，持续加大对优秀会展企业和项目的扶持力度。会上，市贸促会披露了这样一组数据：今年上半年，青岛共举办各类会展活动198场，展览面积280.1万平方米，吸引观众265万人次，拉动消费165亿元。

“今年下半年，还有40余场较大型展会将亮相，如渔博会、电博会等。”青岛国信会展酒店发展有限公司党委委员、副总经理王月香表示，青岛国际会展中心崂山馆和红岛馆，全年预计举办80余场展会活动，展览面积200余万平方米，举办展会活动数量、面积均实现同比正增长。

青岛自然条件优越、经济实力雄厚、交通设施便利，会展业、外业发展欣欣向荣。与会嘉宾一致认为，当前，青岛拥有融聚产业资源、推动转型升级的独特优势，会展业发展潜力巨大，发展前景可期。

“青岛要发挥好自身的区位优势、会展设施优势、政策优势等，进一步办好产业类展会，将会展主题与产业发展方向耦合，加快传统产业数字化转型、加工制造业的服务化提升，增强会展经济的附加价值。同时，要结合青岛城市特点塑造独特的城市形象，尤其要结合城市的外向型特征，利用国际化会展活动，进一步提升青岛的国际知名度、美誉度。此外，还可根据青岛商业辐射山东甚至华北地区的特点，打造北方地区具有标志性的消费类展会活动，进一步促进消费提升。”中国会展经济研究会首席研究员储祥银为青岛会展经济发展支招。他强调，青岛开放优势突出，更要贯通内外双循环，充分发挥会展业在连接国内外市场、促进贸易合作方面的独特优势，助力企业更好地走向世界。

要保持会展业的持续发展，创新是必不可少的驱动力。英富曼集团作为全球最大的展览集团之一，始终坚持创新思维，以适应不断变化的市场环境。英富曼会展集团(中国)董事、副总裁张明认为，当前，以AI为代表的新技术正推动展会革新，有能力的会展企业应提前考虑在设计制作、优化服务体验、提升参展线索挖掘能力等方面进行AI智能化布局。“我对青岛会展业发展充满信心和期待，因为青岛在区位、产业和优质展会方面的优势与英富曼集团业务高度契合，我们正积极考虑与青岛达成进一步合作。”张明在向青岛“示好”的同时，也阐述了对城市会展业创新的几点思考。他认为，在战略思维方面，创新需要基于对人才、资源和地域的深入思考，注重做好顶层设计，以确保创新的有效性和可持续性。在组织机制方面，引进数字人才、构建适应数字化发展的人才队伍和绩效管理机制很重要。

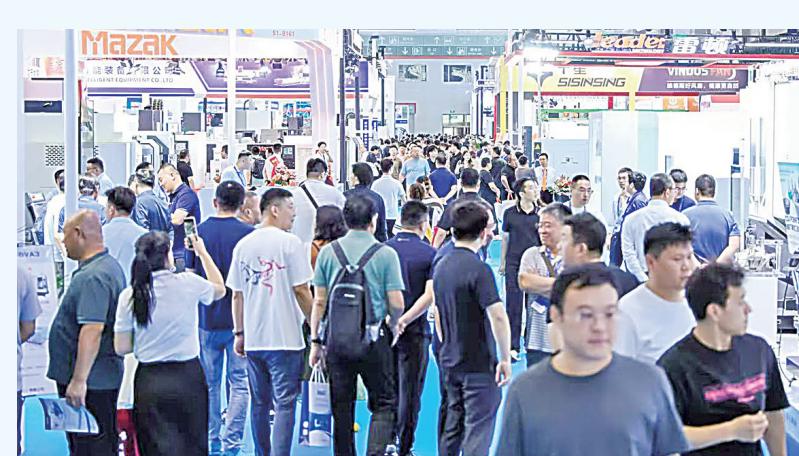
会展业的综合拉动效应在本次大会上得到了充分的体现。此次大会配套举办了1个会展行业座谈会、3场推介、4个专场对接，推动企业等达成100余项合作意向，涉及会展、零售、外贸等领域。市贸促会相关负责人表示，大会充分发挥会展业连接生产与消费、供给与需求、国际与国内的独特作用，整合会展、数字营销、专业服务等资源，搭建专业、务实、高效的对接平台，进一步拓展新思路、结识新朋友、达成新合作。



■“一带一路”先进制造采购对接会现场互动热烈。



■2025黄河流域跨境电商博览会现场。



■第28届青岛国际机床展现场人气高涨。