

“搞活一座城”，会展业如何跃迁

作为现代服务业的高端形态，会展业具有强大的经济带动效应和产业联动性，成为全球不少城市竞相发展的重要领域。从产业链视角看，会展业的上游涉及场馆建设、设备租赁、搭建服务，中游涵盖展会策划、招商招展、现场管理，下游延伸至酒店住宿、餐饮娱乐、旅游观光等多元业态，产业带动功能显著。近年来，很多城市依托自身资源禀赋，推出相应配套服务，助力会展经济提质升级，进一步推动城市发展能级跃升。

在此背景下，2026会展产业融合创新发展资源对接大会暨青岛市会展高质量发展圆桌会近日在

上合示范区举行，共探会展转型新路径、共商产展融合新机遇、共绘互利共赢新蓝图。

会场内，与会嘉宾清晰描绘出中国会展业的发展之路。数字化、绿色化浪潮席卷全球，新质生产力重塑产业格局，会展业正从传统“贸易展台”向链接全球资源、赋能产业升级的“生态平台”跃迁。

会场外，青报智库特邀中国会展经济研究会会长曲维奎、济南大学文化和旅游学院会展经济与管理系主任王蔚、中国会展经济研究会副会长兼秘书长姜淮三位与会专家，围绕青岛会展业发展如何更进一步展开深入研讨交流。



当前外部环境复杂严峻，但中国在全球的声誉与软实力正持续上升，这为会展业发展提供了总体有利的战略窗口。

“十五五”时期是基本实现社会主义现代化发展的关键期，也是中国从会展大国迈向会展强国的决定性阶段。会展作为连接生产与消费、贯通国内与国际、耦合技术与市场的核心平台，正迎来结构性、系统性的发展机遇。

在这一战略框架下，未来五年，产展融合、创新驱动、开放合作将引领会展业转型升级，八大机遇凸显。像青岛这样具备良好会展基础的城市，更应积极把握机遇、持续探索实践，培育具有全球影响力的品牌展会，打造领军型会展企业，培养复合型人才，推动“展、产、城”深度融合，让优质展会成为城市与产业的靓丽名片。

机遇一：展产融合助力现代化产业体系建设。“十五五”期间，传统产业加速优化提升，新兴产业和未来产业蓬勃壮大，服务业向优质高效迈进，每一个产业赛道都离不开会展平台的精准对接。展会是先进制造业集群协同发展的“超级连接器”，应聚焦高端装备、新一代信息技术、新能源、新材料等重点领域，搭建集产品展示、供需匹配、产销衔接于一体的场景。通过整合上下游资源，破解信息不对称、协作不顺畅等痛点，推动大中小企业融通发展，助力产业链补链强链延链，真正以展促产、以产兴展。

机遇二：改革创新带动会展业态模式创新。创新驱动新质生产力已成为推动会展业态模式变革的关键力量。各地因地制宜发展特色展会，实现差异化竞争。广州依托“21+8”现代产业体系构建“一产业一展会”品牌体系；义乌打造“上下楼即上下游”的展贸一体新生态；成都将城市特质转化为会展文化驱动力；东莞在广州、深圳双重辐射下精准定位“华南工业展览之都”；厦门聚焦高端市场，主攻国际会议与会展旅游。这些实践表明，会展业不再追求千篇一律的规模扩张，而是通过改革创新寻找不可替代的生态位，形成各具特色的发展路径。

机遇三：科技创新为会展数智化发展注入新动能。人工智能将成为“十五五”会展业变革的核心驱动力。从智能邀约、精准匹配到智慧场馆、数字孪生，新技术正深度赋能会展全流程提质增效。线上线下融合已成为标配，未来展会将实现“线下沉浸式体验”与“线上无限触达”的有机结合。元宇宙会展的探索也在加速，利用VR/AR技术打造永不落幕的3D虚拟展馆，让参展商和观众突破时空限制。科技创新的意义不仅在于提升运营效率，更在于为制造业数智化转型提供示范场景，推动会展业从传统的物理空间向虚实融合的新形态跃升。

机遇四：“沉下去”深挖消费升级新机遇。会展活动在激发消费、推动外贸提质增效方面发挥着不可替代的作用。国内统一大市场建设和乡村全面振兴，为消费类展会深入中小城市和县域市场提供了广阔空间。应组织“产业链供需对接会”，帮助企业精准对接需求；推动外贸企业与国内经销商、电商平台深度融合，借助城市商圈推动出口产品转内销；支持鼓励消费类展会走进县域，推动特色展会和专业展会在下沉市场搭建平台。近两年，一些消费类品牌展会已从过去的三十多个城市扩展到全国六十多个城市，充分说明下沉市场的巨大潜力。

机遇五：高水平对外开放引领会展业“走出去”。当前国际格局深刻调整，外部环境虽复杂但我国的话语权和影响力在上升，这为会展业出海创造了更有利的条件。“十五五”期间应积极推进加入CPTPP和DEPA等高标准经贸协定，同时拓展会展业与东盟、欧盟、中东、拉美、非洲等地区的深度合作。会展业作为对外开放的重要窗口，应主动对接上述地区，搭建多双边经贸交流平台，推动“展品变商品、展商变伙伴、流量变增量”。鼓励会展企业积极主动在“一带一路”共建国家自主创办品牌展会，创新境内外展会推广模式，依托制度型开放加快规则、规制、管理、标准与国际接轨。

机遇六：推进会展与商旅文体健融合发展。各地正积极培育“旅游+”“美食+”“体育+”“演艺+”“会展+”“电影+”等融合消费新增长点，将各类资源要素串点成线。这种融合不仅体现在业态叠加，更体现在溢出效应的大幅提升。很多展会不再局限于展览本身，而是将文旅、演艺、赛事等各类活动融入其中，形成多业态联动，既丰富了展会内涵，也放大了对城市消费和经济的拉动作用。

机遇七：展城融合促进城市区域融合发展。京津冀协同发展下的服贸会、津洽会、廊洽会，长三角、粤港澳大湾区等区域的展会实践，都表明会展已成为城市功能提升和区域一体化的重要抓手。通过展会带动城市基础设施建设、提升城市品牌形象、促进产业要素流动，进而辐射带动周边区域协同发展，这是“十五五”期间会展业可以大有作为的领域。

机遇八：绿色化与标准化双轮驱动会展业高质量发展。“双碳”战略与ESG理念纵深推进下，绿色会展已成为行业高质量发展的鲜明底色。商务部近年相继发布《环保展会设计制作指南》《环保展会评定标准》《绿色展馆》等行业规范，为企业提供了清晰指引。从绿色展装、循环搭建到场馆绿电应用、零碳目标推进，全环节践行低碳可持续理念已成为行业共识。绿色化不是可选项，而是必选项；标准化将推动绿色会展从“示范”转为“标配”，双轮协同发力，才能驱动会展业真正迈向高质量发展。



让会议拥有文化的「魂」

济南大学文化和旅游学院会展经济与管理系主任 王蔚

“办好一次会，搞活一座城。”这是习近平总书记对青岛的重要指示要求。青岛每年都承办多场重大会议活动，连续举办七届跨国公司领导人青岛峰会，有着丰富的办会经验。要让会议在城市能级进一步提升中扮演更重要角色，当重视文化在驱动经济发展中的价值引领和共识凝聚的力量。

会议连接着过去、现在与未来，凝聚着共识与力量。当一场会议拥有了文化的“魂”，它将是一场持续发酵的价值创造。

文化赋能会议，绝非文化与会议的简单叠加，而是聚焦内容、场景、体验三大核心，串联品牌、传播、长效三大延伸，并将其系统性地嵌入会议策划、会议执行、会议传播的全流程，确保文化理念与会议环节的同频共振，并形成完整的价值传递闭环。

内容赋能，让会议有根。核心是将特定的文化精神与会议议题深度绑定，让文化资源成为解决实际问题的持久动力。文化是会议的“根”和“魂”，赋予会议超越议题本身的精神价值与恒久生命力。比如2025第四届文明交流互鉴对话会聚焦丝路文化与壁画IP开发，将飞天神韵、丝路文明融入主旨演讲，让文化成为对话的核心语言，同时结合“数字技术如何让赋能文化传承”“文明根脉如何交流互鉴”等现实议题，成功打造了国际交流的会议标杆。

场景赋能，让会议有形。场景是将抽象的文化精神转化为可感知、具象化的空间设计与仪式设定，用视觉符号和时空语言让参会者身临其境地体会会议的初衷、主旨，用独特的“形”增强参会记忆与品牌传播力。2026世界品牌莫干山大会在这方面做出了很好的示范，从场地布置、实景展示、互动品鉴、光影演绎等多角度阐释了会议的场景增效。

体验赋能，让会议有感。对于参会者来说，印象深刻的往往不是听到了什么，而是感受到了什么。会议举办地通过本土文化的内涵式植入或传统礼仪、仪式活动的精心编排等为会议注入情感内核，打造直击人心的参会体验。比如，西藏青年美力赋能大会以挖掘藏地文化美学为主线，通过非遗手作体验，搭配特色藏式茶歇与伴手礼，让参会者置身其中，感知独特文化魅力，建立情感联结。

品牌赋能，让会议有魂。品牌本身就是会议高质量发展的象征。一场会议只有提炼专属的品牌理念，形成固定视觉符号，打造高辨识度的IP资产，才能突破单次会议的时空局限，沉淀会议的持久价值。

传播赋能，让会议有声。传播是以系统性布局放大会议价值，实现会议影响力的全域渗透与长效沉淀。会前造势重在激发会议期待，锚定主题实现悬念营销，意见领袖参与话题互动，精准触达目标圈层；会中通过多平台直播，实时引爆互动话题，扩大受众覆盖面，实现即时剪辑，快速破圈、传播裂变；会后则通过深度复盘、权威发布、官方回顾，梳理会议内容，提升文化厚度。同时，通过内外联动，让文化价值真正落地生根。

长效赋能，让会议有势。文化赋能会议的高阶形态，是搭建一个跨界融合、共创共享的平台。会议的长效性，体现在将会上达成的共识、迸发的创意、凝聚的价值切实转化为可持续的具体行动项目，让会议的价值持续延伸。内容为根、场景为形、体验为感、品牌为魂、传播为声、长效为势，共同构成了文化赋能会议的系统框架。通过六维联动，会议将从“一次性活动”升级为“持续性生态”。

文化赋能之所以有效，根本原因在于它激活了人的情感认同，让会议变得有情感有温度。文化认同是一种深层次的精神共鸣，其产生的凝聚力与向心力，远非单纯的政策优惠与要素成本可比拟。例如，已举办四届的山东儒商大会，以“厚道”为根基，“向新”为动力，为全球儒商确立了鲜明的价值导向与精神指引，将“孔孟之乡”的地域人文优势转化为凝聚全球儒商的价值共识与情感连接，实现了从“乡情”“商情”到“共情”的升华。

又如已举办七届的跨国公司领导人青岛峰会，越来越多外国人用中国话问好、跨国公司与中国产业深度融合、中国智慧反哺世界市场传达的信息一样，中国温度正沁入参会者的内心。温度作为文化滋润会议的无声力量，体现在三个层面：仪式感，建立公众认同，让人“敬”；归属感，凝聚群体共识，让人“亲”；获得感，实现价值共鸣，让人“念”。

深度的文化赋能可以让会议跳出传统框架，实现从形式到内涵、从短期效应到长效价值的根本性转变。首先是从“坐而论道”走向“起而行之”，让会议成为凝聚共识、推动合作落地的行动起点，通过务实的项目对接将文化认同转化为实实在在的经济合作成果，实现社会效益与经济效益的双赢。其次是从“单次活动”到“长期生态”，应将会议瞬时的成果转化为常态化的传播机制与可持续生长的人文社群。最后是从“文化赋形”到“文化铸魂”，让会议成为唤醒集体记忆、连接时代精神、创造文化新价值的深刻实践。

文化是凝聚共识的最大公约数，是塑造体验的最优设计语言，是延续影响的最强动力源。新时代新形势下的会议，应追求“散而不散”，散的是时空，不散的是文化凝聚的精神共识，结束的是会议议程，开启的是会议持续发酵的价值创造。

让会议拥有文化的“魂”，归根结底就是以文化为引擎，让每一场会议都成为一次有力度、有温度、有深度的运行。



以智能经济重塑城市会展竞争力

中国会展经济研究会副会长兼秘书长 姜淮

全球经济逆周期调整与国内产业转型交织，传统城市发展与产业增长模式遭遇瓶颈，会展业正面临摆脱传统路径依赖、重构发展逻辑的重大课题。而智能经济新形态的崛起，为会展业提供了一条突破困局、重塑价值的重要路径。

在此背景下，会展业正从独立行业业态，向城市活力、产业动能与消费需求的“超级链接器”跃升。其创新发展的核心，在于打破边界、重塑关联，构建起会展与城市共生、与产业共振、与消费共鸣的全新逻辑，适配多元化市场需求与新型消费场景的时代诉求。

会展业智能化演进并非一蹴而就。早在2015年，国家便前瞻性提出会展业信息化发展战略原则，为行业数字化转型埋下伏笔。近年来，会展业认知革命持续迭代：信息化以工具赋能，实现展会运营基础数字化；智慧化聚焦场景落地，催生智慧会展、智慧场馆等新模式；数字化侧重技术应用，推动各类数字技术在展会各环节初步落地。如今，源于人工智能对产业的深度渗透，发展数智化标志着会展业进入生态化重构新阶段，正式融入智能经济新形态浪潮之中。

智能经济与会展新生态的融合，核心在于实现从“经验驱动”向“数据驱动”“生态重构”转变，并通过“数实融合”达成效率、体验与价值三重跃升。全流程层面，会展行业实现策划、招商、邀约、营销、现场管理全链路数据贯通，构建数字化闭环；技术底座层面，数字孪生、VR/AR、区块链、大数据、元宇宙、5G、AI等技术形成合力，重塑会展形态与体验；生态模式层面，以数字科创平台为基础，打通会展与文旅、商贸、节庆、赛事的业态壁垒，推动跨时空、跨业态、高互动落地，提升价值转化效率。

智能经济与会展新生态的深层关联，还体现在相互成就、双向赋能的发展逻辑中。一方面，智能经济提供算力底座、数据要素、算法引擎三大核心支撑，系统性破解传统会展价值转换难、运营成本高等长期痛点，让展会选题策划更科学、买卖双方匹配更高效、现场管理一体化更易落地，运营决策从“经验判断”转向“理性科学”。另一方面，会展新生态提供独特的场景窗口与试验场，从策划到展后复盘全流程覆盖数据采集、算法决策、交互执行、数据回流完整环节，加速AI与大数据模型迭代，成为产业技术的孵化器。

在北京，智能经济赋能会展新生态已有成熟实践。数字北京创新中心成立会展消费数据实验室，由高校、电信企业、会展龙头企业携手共建，整合公共数据、会展行业数据、区域消费数据等资源，探索会展与消费融合新路径。该实验室以亚奥区域为典型场景，打造“会展文旅体”融合模式，并在2026年春节期间于国家会议中心二期举办的“大都庙会”中得到验证。活动依托三大科创技术平台，整合周边场馆、文旅、商业等多元资源，7天带动亚奥区域消费占比区域消费总额近四成，成为业态融合、价值提升的标杆案例。

与此同时，人工智能会展生态联盟升级，在政策指导下，汇聚科研院校与50余家人工智能、会展、数据要素领域龙头企业，共同推进区域人工智能会展产业园区建设，为技术创新与场景落地搭建优质平台。首都国际会展中心与华为合作打造全球智慧场馆样板间，通过数字孪生、AI、5G等核心技术应用，实现场馆全要素动态可视化，大幅提升安全隐患发现率、降低能耗，推动场馆运营效率迈上新台阶。

上述案例也表明，会展业完全可以借助技术力量实现从“规模流量型”向“价值效率型”“产业枢纽型”的升级跃迁，以提质增效与绿色可持续发展方式回应外部环境的深刻变化。

着眼当下的青岛，作为一座兼具海洋特色与开放基因的城市，完全有条件在智能经济时代，将“产业+会展+城市”融合发展推向更深层次，让会展进一步融入城市肌理，成为城市功能升级、消费提振、文化传播的重要载体。

宏大的产业叙事，最终需要落到“人”。智能经济时代要求会展业完成从传统服务供给者转型为智能场景的构建者与产业要素的整合者的进化。这一转型的核心驱动力是人才。

AI、大数据、数字孪生、线上线下融合办展已从概念走向常态，会展人才需求呈现能力复合化、岗位新型化、素养数字化三大特征。然而，需求侧的结构性升级与供给侧的惯性滞后之间形成了显著张力，破解人才供需矛盾的根本出路在于深化产教融合。

基于当前行业的探索实践，以下四条路径已呈现出可复制的价值。校企共研课程体系。实现教学内容动态迭代，将AI策展、数字孪生布展、智慧场馆运维等前沿技术模块系统嵌入教学大纲，建立课程内容的年度评审与更新制度，增设微证书课程快速响应新兴技能需求。

共建实景化智慧会展实训平台。推动课赛融通，结合VR与数字孪生技术打造虚实融合的智慧会展实训平台，以权威赛事为驱动，形成“学中做、做中赛、赛中优”的能力提升闭环。

打造双向流动的双师型队伍。企业导师定期驻校开设工作坊与专题课程，院校教师赴会展企业参与实际项目运营，实现理论高度与实践深度的有机统一。构建政行企校协同的育人闭环。依托“学分银行”体系打通学历教育与职业教育的制度壁垒，构建“招生—培养—就业”一体化的闭环链条，实现供需动态平衡。

对青岛而言，决定城市会展业能否在智能经济时代持续领先的，在于能否以超常规思维谋划，培育出一批既懂会展运营逻辑、又懂数字技术应用、还能统筹项目全链条的复合型人才。这既是对当前形势的判断，也是面向未来的行动方向。

青岛日报/观海新闻记者 刘兰星 整理

『十五五』会展业发展凸显八大战略机遇

中国会展经济研究会会长 曲维奎



■青岛浮山湾畔是多个重量级展会举办地。