

2024年度中企海外参展数据调研简报

赴海外参加重点展会不仅是企业重要的国际营销手段和拓展订单的有效方式,还成为企业联系优质合作伙伴、挖掘国际市场机会和了解行业动态的重要途径。重点展会成为了解中国外贸的“风向标”。本报中贸智库会展项目组聚焦“中企海外参展”主题,通过分析2024年中企海外参展的抽样调查数据,制作本报告。报告综合考量参展企业区位因素特点、变化,所属行业外贸发展等多个维度,对中企海外参展和外贸发展作出趋势性研判,并提出可行性建议。

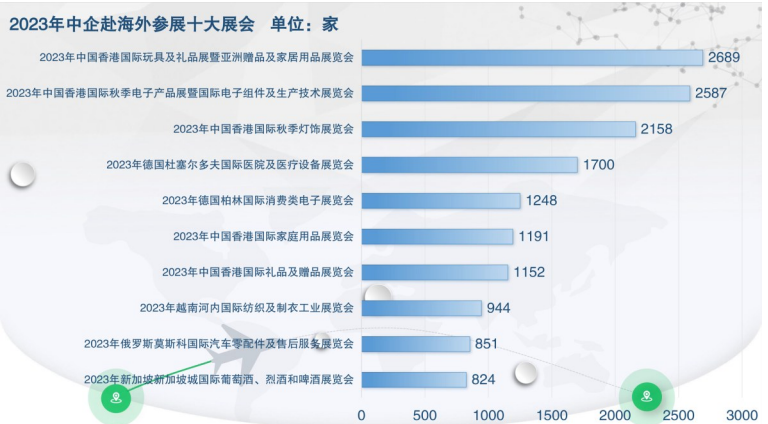
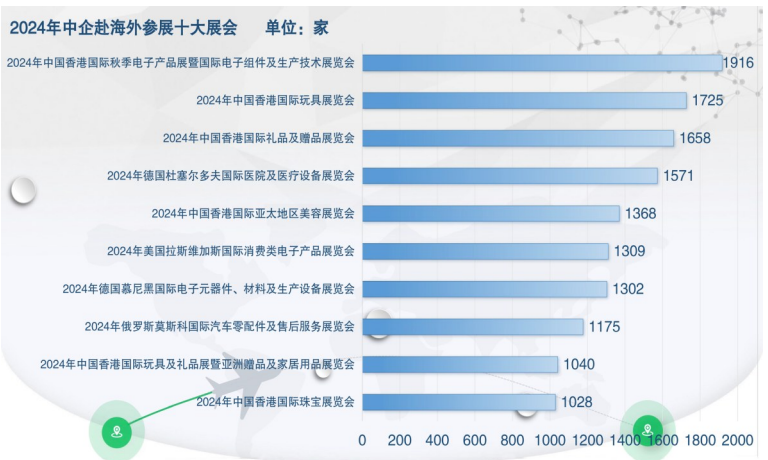
一、整体呈现四大特点

本次调研共抽样出1502个展会项目,涉及46个大行业与844个细分行业,包含78个国家和地区,覆盖76332个中国企业。整体上,中国企业赴海外参展目的地集中于亚太地区 and 欧盟(主要是以德国为代表),主要涉及的展会行业是电子、玩具、礼品、医疗、美容、汽车及其零配件、珠宝等,参展企业多来自于建材、电子、机械、工艺品礼品、五金、汽车配件及售后、化工、工程机械及配件、照明、电工等领域。通过分析,2024年中企海外参展整体呈现四方面特点。

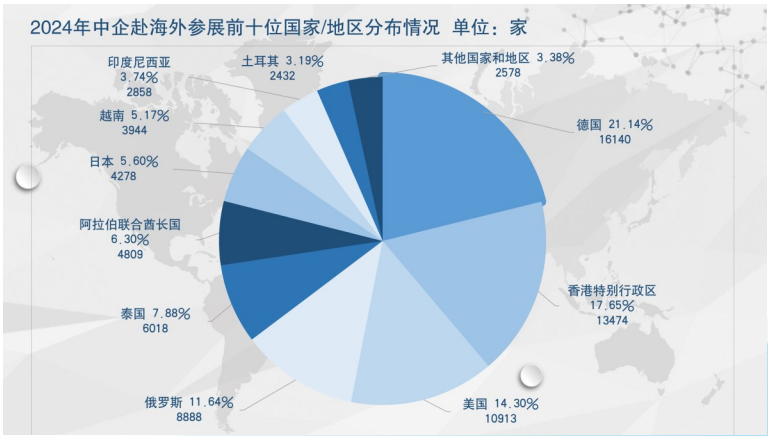
一是来自外贸发达地区的中企依旧是海外参展的主力。从赴外参展企业来自的省份来看,排在前10的依次是广东省(参展企业7965家,下同)、浙江省(7708家)、江苏省(3989家)、香港特别行政区(3828家)、山东省(2338家)、福建省(1856家)、上海市(1713家)、河北省(1044家)、北京市(796家)、安徽省(703家)。从参展商来自的城市来看,展商数量前10的依次是香港特别行政区(3828家)、深圳市(2803家)、宁波市(1754家)、上海市(1713家)、广州市(1261家)、杭州市(1113家)、东莞市(1065家)、佛山市(985家)、台州市(911家)、温州市(911家),均为东南沿海的港口城市。省份中,广东省和浙江省遥遥领先,远超其他省份,反映出两地经济发展水平较高,外向型经济明显,产业结构较完善,拥有较多具有竞争力的外贸企业。与此同时,当地政府对企业的国际化发展支持力度大,企业自身也具备较强的参展意识和资金实力,能够积极组织 and 参与海外展会,借助展会平台拓展国际市场,提升区域产业的国际影响力。

二是海外参展中企的行业仍集中于制造业领域。从2024年赴外参展企业行业分布来看,排名前10的依次是建材(6073家)、电子(4666家)、机械(4427家)、工艺品礼品(2692家)、五金(2626家)、汽车配件及售后(2321家)、化工(2232家)、工程机械及配件(2051家)、照明(1886家)、电工(1832家)。在细分行业中,排名前10的依次是其他电子(2863家)、塑料(1223家)、玩具礼品(1158家)、其他照明(1023家)、其他五金(845家)、建筑玻璃(840家)、其他汽车配件(816家)、其他工艺品礼品(784家)、家用电器(783家)、医疗设备(738家)。由此可见,制造型企业仍是中企海外参展的主力军。一方面,这些行业本身就是中国的传统优势行业,行业基础好;另一方面,制造业产品具有广泛的市场需求和应用场景,通过参展,企业能够更好地了解国际市场的趋势和需求,展示自身产品质量和技术实力,拓展销售渠道,提升在全球产业链中的地位,推动制造业的国际化发展。

三是中企海外参展目的地具有较强集中度。在这一年中,排名前十的海外展会有6个位于中国香港地区,分别是2024年中国香港国际秋季电子产品展暨国际电子组件及生产技术展览会(1916家)、2024年中国香港国际玩具展览会(1725家)、2024年中国香港国际礼品及赠品展览会(1658家)、2024年中国香港国际亚太地区美容展览会(1368家)、2024年中国香港国际玩具及礼品展暨亚洲赠品及家居用品展览会(1040家)、2024年中国香港国际珠宝展览会(1028家);有2个展会分布在德国,分别是2024年德国杜塞尔多夫国际医院及医疗设备展览会(1571家)、2024年德国慕尼黑国际电子元件、材料及生产设备展览会(1302家);此外有2个展会分布在美国和俄罗斯,分别是2024年美国拉斯维加斯国际消费类电子产品展览会(1309家)、2024年俄罗斯莫斯科国际汽车配件及售后服务展览会(1175家)。这些热门展会聚焦于特定的热门行业,展会举办地商贸业发达,行业属性明显,能够吸引大量专业观众、采购商和行业精英,也能促进与潜在客户建立联系及达成合作,因此吸引了众多中国企业踊跃参展。

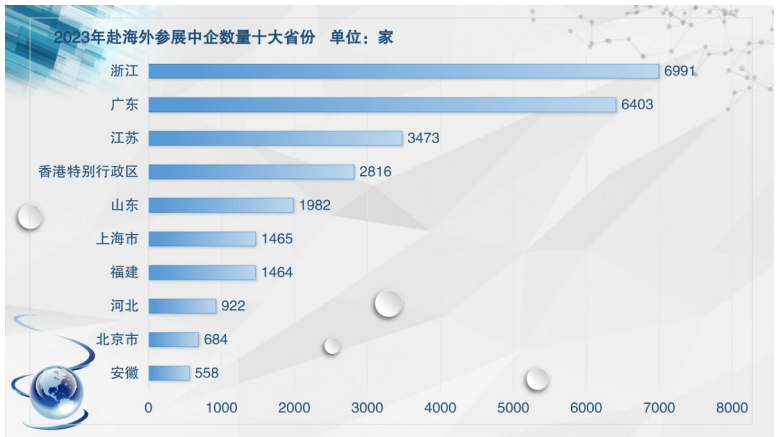
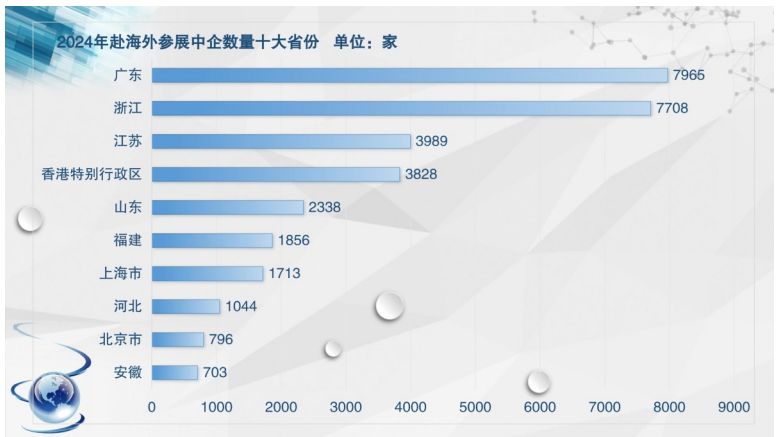


四是发达经济体展会热度高,新兴市场国家和地区具有潜力。2024年中企赴海外参展的国家和地区,排名前10的依次是德国(16140家)、香港特别行政区(13474家)、美国(10913家)、俄罗斯(8888家)、泰国(6018家)、阿拉伯联合酋长国(4809家)、日本(4278家)、越南(3944家)、印度尼西亚(2858家)、土耳其(2432家)。其中,从参展的中企数量上看,前3名的德国、香港特别行政区、美国优势明显,展商均破万。进入榜单的新兴市场国家和地区虽在展商数量上不具有优势,但是经济增长快,基础设施建设,产业升级和消费需求的不断增长,为中企提供了广阔的市场空间。



二、省份与城市企业参展分析

参展企业十大省份集中于东部沿海经济发达地区。与2023年相比,十大省份整体上没有改变,只在排序上稍有变化,展商数量具有不同程度提升。



本次抽样调查中,城市(包括香港特别行政区)是统计地区赴海外参展企业的最小分析单元,对排名前10的城市进行分析具有典型意义。作为区域经济的核心枢纽,这些城市凭借其广阔的经济腹地和深厚的产业基础,汇聚了众多实力雄厚的本土企业。城市的资源、产业链、政策与营商环境特点等,能为本土企业参与国际竞争提供坚实支撑,这与其海外参展中呈现出的特点具有较高匹配度。

1. 香港特别行政区

来自香港特别行政区的展商共有3828家,参加海外展会4738场次(简称“3828家展商,4738场次”,下同),企业参加的展会排名前3的行业依次是工艺品礼品(732家)、电子(307家)、建材(284家)。香港作为国际贸易中心和金融枢纽,其优越的地理位置和便捷的交通网络为举办大型国际展会提供了得天独厚的条件。其法律制度健全、税收优惠以及低关税政策吸引了大量国际企业设立总部或办事处。香港的优势产业之一是工艺品礼品,得益于其作为东西方文化交流的桥梁地位,也促进了文化创意产品的繁荣。

2. 深圳市

深圳市(2803家展商,4465场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是电子(1119家)、照明(459家)、电工(365家)。深圳是中国改革开放后迅速崛起的一座现代化城市,毗邻香港,享有“科技之城”美誉。这里汇聚大量高科技企业和研发机构,形成了完整的电子产业链条,从设计、生产到销售一应俱全。深圳的优势产业是电子,特别是智能手机、无人机等高科技产品,在全球市场上占据重要位置。此外,深圳在照明和电工领域的创新也推动了相关技术的发展,是全球领先的LED照明解决方案提供商聚集地。

3. 宁波市

宁波市(1754家展商,2641场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是五金(311家)、电子(302家)、照明(299家)。宁波位于长江三角洲南翼,是重要港市之一,拥有良好的基础设施和物流条件。当地制造业发达,尤其在五金制品和照明设备等领域具有显著竞争优势。例如,在具体展会层面,宁波企业积极参与国际灯光照明及建筑物技术与设备展览会(118家),提升了其在照明行业的国际影响力;宁波企业还通过参加德国法兰克福国际灯光照明及建筑物技术与设备展览会(138家)等,推动了五金和电子产品的出口和技术交流。

4. 上海市

上海市(1713家展商,2671场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是机械(229家)、建材(216家)、电子(130家)。上海不仅是跨国公司的聚集地,也是国内众多大型企业的总部所在地。上海广泛参与各类专业展会,涵盖多个行业。例如,当地企业参加2024年德国杜塞尔多夫国际医院及医疗设备展览会(80家)展示了其在医药和医疗器械领域的实力;而参加2024年德国杜塞尔多夫国际管材展览会(45家)则突显了其在建筑材料和机械制造方面的竞争力。

上海的优势不仅体现在具体行业上,还在于它能够为客户提供全面的支持和服务。作为全国乃至亚太地区的商业中心,上海拥有完善的基础设施、高效的物流网络以及丰富的金融资源,这些都为企业参与国际展会提供了坚实保障。此外,上海频繁举办和参与国内外的专业展会,成为连接中国企业与国际市场的重要桥梁,促进了技术和贸易的双向流动。

5. 广州市

广州市(1261家展商,1956场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是电子(245家)、建材(192家)、机械(147家)。广州地处珠江三角洲核心地带,是中国南方最大的商贸城市之一,其电子产业基础雄厚,同时也在积极拓展新材料、新能源等新兴产业。广州也是重要的建筑材料生产基地,产品远销海内外。广州市企业还在不断拓展新的国际市场,如参加俄罗斯莫斯科国际汽车配件及售后服务展览会(37家),以增强其机械制造和电子产业的国际影响力;参加中国香港国际亚太地区美容展览会(79家),参加印度尼西亚雅加达国际紧固件与固定技术展览会(38家),不断开拓其国际视野。

6. 杭州市

杭州市(1113家展商,1844场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是建材(190家)、机械(142家)、医药(113家)。杭州作为浙江省省会,近年来凭借数字经济快速发展而闻名遐迩。这座城市不仅拥有互联网巨头,还在生物医药、高端装备制造等领域取得了长足进步。得益于政府的政策支持与产业集群效应,杭州吸引了大量医药企业和研究机构,形成了完整的产业链。此外,企业通过国际展会展示技术、对接海外买家、拓展市场,并提升品牌形象和国际知名度,积极响应全球化需求。

7. 东莞市

东莞市(1065家展商,1582场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是电子(309家)、机械(216家)、包装(115家)。东莞曾依靠劳动力成本的优势成为全球制造基地之一,目前正逐步向高附加值的产品和服务转变,特别是在电子信息、智能制造等领域实现了突破性进展。东莞的包装产业发达,得益于优越的地理区位和便捷交通网络,降低了物流成本并提升了响应速度。粤港澳大湾区完善的上下游产业链,特别是电商和快递行业的快速发展,进一步刺激了包装需求,使东莞在相关展会上展示了高水平的创新能力和专业化服务优势。

8. 佛山市

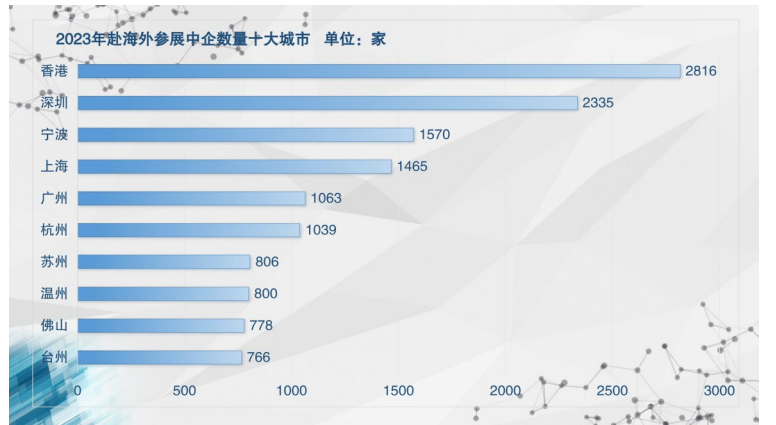
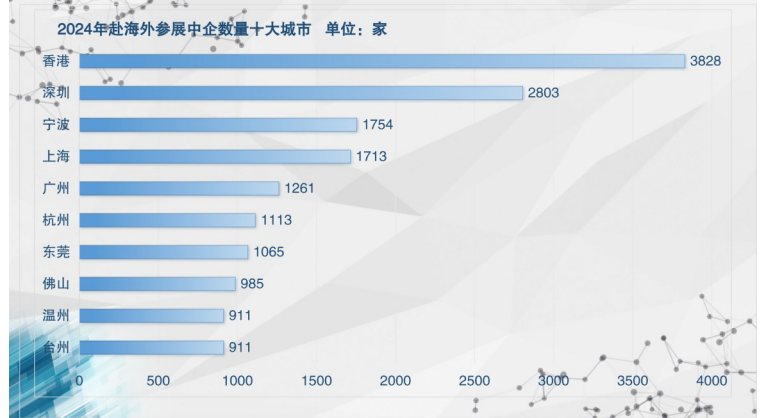
佛山市(985家展商,1500场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是建材(450家)、机械(259家)、五金(205家)。佛山是中国著名的陶瓷之都,拥有庞大的建筑装饰材料产业集群。当地企业积极参与建材相关展会,如2024年俄罗斯莫斯科国际建材展览会(71家)和泰国曼谷国际建材及室内装饰展览会(38家)。这些展会不仅提升了佛山建材企业在国际市场的竞争力,也促进了新材料和技术的应用。此外,佛山还通过参加五金和机械制造展会,如德国科隆国际体育用品、露营设备及花园生活展览会(29家),进一步扩大了其在全球市场的份额。

9. 台州市

台州市(911家展商,1551场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是建材(260家)、机械(220家)、汽车配件及售后(170家)。台州位于浙江省沿海中部,以民营经济为主导。其建材和机械制造企业数量众多,规模不一,但普遍具有较强的创新能力。台州积极参与建材和机械制造展会,如2024年俄罗斯莫斯科国际暖通卫浴展览会(118家)和意大利米兰国际暖通空调制冷卫浴及能源展览会(45家)。此外,台州还在汽车配件及售后领域表现出色,参加了俄罗斯莫斯科国际汽车配件及售后服务展览会(53家),有效提升了其在国际市场的地位。

10. 温州市

温州市(911家展商,1511场次)企业参加的展会排名前3的行业依次是汽车配件及售后(219家)、机械(155家)、电工(120家)。温州是中国民营经济活跃地区,这里的企业积极参与汽车配件及售后展会,如2024年俄罗斯莫斯科国际汽车配件及售后服务展览会(79家)和泰国国际汽车展览会(61家)。此外,温州还通过参加德国杜塞尔多夫国际阀门展览会(60家)等展会,增强了其在电工和机械制造领域的国际影响力。



三、中企赴海外参展的建议

参展是企业对接客户、创造商机、争取订单的重要手段。积极支持中企赴海外参展是一稳外贸、促进外贸平衡发展的重要手段。围绕企业海外参展,中贸智库提出以下建议。

一是强化政策引导与支持体系。有关公共机构可制定出境参展扶持政策,一方面要涵盖参展补贴、税收减免等政策支持,以降低企业参展成本,提高参展积极性;另一方面则应通过政策或补贴等,有意引导企业参与新兴产业,参加相关展会,扩大国际交流合作。与此同时,有关机构还应与各国政府、行业协会及展会主办方建立长期合作关系,为中国企业提供更多参展机会和优惠待遇,为中国企业创造更加有利的国际营商环境和组展参展环境。

二是紧跟市场需求变化,巩固欧美传统市场,关注新兴市场国家和共建“一带一路”国家市场机会。对于欧美地区的成熟展会,中企在现有份额基础上,应更注重品牌建设和用户体验。对于新兴市场国家,可挖掘市场潜力,为此类参展企业提供定制化服务与支持,包括语言翻译、市场调研、法律咨询等,帮助中国企业深入了解这些新兴市场的商业文化和法律法规,促进双方的合作交流。

三是借鉴国际有影响力展会办展经验,加强我国出境自办展国际化水平。自办展可围绕特定行业细分领域、新兴市场或特定地域市场进行精准定位,深化中国企业在目标市场的渗透力,加强与国际同行及潜在客户的直接沟通与合作。通过自办展,中企不仅能够弥补大型展会期间展位紧张、成本高昂的不足,还能更加灵活地设计展览内容、活动形式及营销策略,有效提升品牌国际知名度和市场竞争力。

四是完善参展服务体系与风险防控。有关公共机构应构建“一站式”参展服务平台,整合政府、行业协会、展会主办方等资源,为企业提供从参展准备、展位搭建、物流运输到后续跟进的一站式服务,降低海外参展难度和成本。与此同时,可建立健全海外参展风险预警机制,及时发布市场信息、政策变动等预警信息,为企业提供应对建议,降低参展风险。此外,还应发挥商协会力量,鼓励参展企业之间建立合作关系,共享资源、经验和信息,形成合力,共同应对国际市场的挑战。

五是利用数字工具拓展中企赴海外参展效果。企业应该充分利用线上平台和数字营销手段来增强参展效果。比如,提前在网上推广即将展出的新品,吸引潜在客户的关注;在展会现场设置VR/AR体验区,让参观者更直观地了解产品功能;展后继续通过社交媒体、电子邮件等渠道跟进意向客户,保持有效沟通与交流。

中国贸易报社、中贸智库会展项目组

策划统筹:总编辑 张鑫

联络协调:周春雨

文字撰写:张伟伦

王晓萱、王晨旭、侯阳(实习生)

视觉设计:高志霞

数据来源:全球展场数据

技术支持:知展科技