



2025北京国际摩托车展：引擎轰鸣与数字光影交织

■ 本报记者 张莉 实习生 张照萌

4月10日，中国国际展览中心(顺义馆)内引擎轰鸣与数字光影交织，2025北京国际摩托车展览会以“普及安全文明骑行意识，推动摩托车文化有序发展”为主题，吸引了来自全球150家企业、近200家品牌参展。作为中国最具影响力的国际两轮车展之一，本届展会单日观展人数突破2万人。这座占地7万余平方米的巨型展馆化身成为机车文化的立体秀场，既有尖端科技与工业美学的硬核碰撞，也不乏沉浸式体验与人文关怀的细腻表达。观众穿梭于室内展台与室外试驾场之间，亲身感受中国摩托车产业从“制造”到“智造”的质变跃迁。

新锐车型与尖端技术的同台竞技

推开顺义新国展厚重的玻璃门，瞬间被卷入声光电编织的时空漩涡。展会上，国际品牌与本土势力展开了激烈的角逐。本田、雅马哈、川崎、宝马等国际巨头携重磅新品来袭，部分车型甚至迎来全球或亚洲首发。本田的ADV350、雅马哈的R3与TMAX系列、川崎的Z900、宝马的F900GS系列等，无不彰显着国际品牌的创新实力。而国产品牌也不甘示弱，QJMOTOR的全系列产品、奔达的入门级巡航金吉拉250、凯威的ADV、街车、仿赛及巡航全矩阵车型，以及神秘新品

牌“私奔摩托”的6款原创车型，均以自主创新之势，与国际品牌同台竞技，展现了本土品牌的崛起之势。

在前沿技术上，展会展示了智能化配置的全面升级。5G互联车机系统、AI安全辅助驾驶成为标配，通过AR头盔交互设备，可以实现实时路况分析与风险预判，重新定义人车交互维度。这些“黑科技”不仅降低骑行门槛，更让安全辅助成为性能增量的新引擎。展会现场的科技创新深刻诠释了“以人为本”的设计哲学。例如摩托车电把手把元件通过59秒做到急速升温，让冬季骑行时手指灵活度大幅提升。蓝山雀的摩托车“靠靠乐”人体工学座椅，能通过压力调节支撑角度，缓解

长途骑行疲劳，让骑行者休息时在摩托车上也能“躺、可躺”。这场技术盛宴不仅满足用户对性能、续航、安全的升级需求，更通过北斗导航摩旅路线、主题文化展等场景延伸，构建“人-车-生活”的完整生态闭环。当引擎轰鸣与算法运算共鸣，摩托车正完成从交通工具到生活方式载体的终极进化。

机车多元文化嘉年华盛典

除了新车发布，展会还设置了多个特色展区的主题活动，例如机车艺术定制空间、典藏机车年鉴、“我们的摩托生活”展区、摄影展、摩托插画展等，打造集行业交流与用户互动于一体的立体平台，传

递多元骑行文化，让观众在欣赏机车的同时，也能深入体验机车文化。

在W2展馆的一角，“燃擎之影，文明先行”摄影展吸引了众多观众驻足。一幅幅作品定格了速度与文明的光影，既有骑手在壮丽山河间驰骋的壮阔画面，也有温馨的家庭骑行瞬间。这些作品不仅展现了骑行的魅力，更传递了安全骑行、文明出行的理念。为了致敬摩托车文化的传承与发展，展会特别呈现了“典藏机车年鉴”展区。这里汇聚了30台全球经典老爷车，每一款车型都是工业美学的巅峰之作，让观众仿佛穿越时空，触摸到了机车文化的黄金年代。无论是收藏家还是摩托车文化爱好者，都能在这里找到

属于自己的情怀与记忆。由主办方与知名媒体人“四大大叔”联合打造的机车艺术定制空间，突破传统车展框架，以机械美学与先锋艺术的跨界碰撞为核心，为追求极致个性表达与品质生活的摩友群体，匠心呈现一场个性化量身定制。

同时，室外试驾区成为观众最期待的经验之一。在这里，观众可以亲自骑上心仪的车型，感受不同机车带来的速度与激情。无论是本田的ADV350在复杂路况下的稳健表现，还是川崎Z900在直线加速时的澎湃动力，还是私奔摩托黑豹450的越野巡航美学，都能让观众在试驾中深刻体会到机车的魅力。

会展智咖说

AI时代，会展企业须摒弃“工具思维”

■ 潘建军



作者简介
米奥兰特国际会展董事长
中国会展经济研究会副会长兼展览设计工作委员会主任
中国贸促会商业行业委员会外贸新业态新模式标委会副主任
《线上展会服务规范》全国团体服务标准核心制定者

人工智能(AI)正以颠覆性力量重塑全球会展生态。作为连接全球贸易的重要纽带，会展业既面临技术跃迁的挑战，也迎来转型升级的机遇。在这一进程中，笔者以会展企业的AI应用体验重新审视当前会展业的发展，就AI时代会展企业的应对分享以下几点实践经验。

一是AI成为会展企业数字化的一面镜子。AI技术的快速渗透，如同一面镜子，迅速显示出会展企业数字化能力的强弱分野。特别是DeepSeek横空出世之后，让AI赋能千行百业加速实现，众多行业迅速响应，宣布部署DeepSeek。而会展业内，目前公布部署DeepSeek的仅有米奥兰特等个位数企业，这一反差揭示了会展行业内严酷的真实真相：即大部分会展企业尚没有数字化业务体系。笔者认为，在AI时代，企业数字化能力已成为区分企业竞争力的关键因素。AI的应用不仅是企业数字化转型的体现，更是衡量其数字化水平的真实底线。

二是AI时代，“数字化底座”如同“水电煤”一样，成为不可或缺的基础设施。在AI技术的爆发式增长下，会展企业首先要夯实“数字化底座”。这一底座涵盖三大核心要素：首先是技术中台，通过云计算与物联网技术，整合展馆硬件、展商数据库及观众行为数据，形成统一的数据湖。其次是算法能力，结合行业特性开发垂直模型，如基于自然语言处理的智能客服系统，或依托计算机视觉的虚拟展台搭建工具。最后是组织韧性，建立跨部门数字化协同机制，培育“技

术+业务”复合型人才团队。

以米奥兰特“Online Expo”平台为例，该平台是米奥兰特在原有搭建的“数字化底座”基础上，与新加坡国立大学联合开发的外贸撮合大模型，通过算法，实现了从关键词搜索匹配到全球买家与展商的智能匹配，线上撮合效率同比提升65%。同时，米奥兰特数字研发中心正式成立“米奥科技”，并以公司建制长期存在。笔者认为，“数字化底座”不仅是技术堆砌，更是企业AI升级转型的基石。

三是会展业成AI场景应用的“黄金试验场”。会展业不仅是AI技术落地的天然场景，更是验证其商业价值的“黄金试验场”。以米奥兰特发布的“AI慧展1.0”为例，这一创新工具通过全流程智能化改造，充分展现了AI在会展场景中的深度应用与行业价值。首先是技术落地，贯穿会展全生命周期的AI赋能。“AI慧展1.0”基于深度学习、自然语言处理与多模态AI技术，实现了从展前筹备到展后评估的闭环管理。其次是商业价值，从效率提升到模式创新，“AI慧展1.0”不仅优化了传统流程，更催生了新的商业模式，如精准撮合，依托“慧搜”算法，系统通过用户行为数据与交易模型，实现展商与观众的精准匹配。米奥兰特的“Online Expo”平台借助此功能，在2024年线上撮合效率同比提升65%，进一步验证了数据驱动的商业潜力。此外，生态化服务延伸，通过与阿里云“百炼”大模型集成，“AI慧展1.0”支持智能文案生成、虚拟展台设计等衍生服务，降低企业运营成本的同时，拓展了会展服务的价值链。最后，树立行业标杆，推动全球会展智能化转型。“AI慧展1.0”的发布不仅显示出中国会展业的国际竞争力提升，更实现了技术输出与合作：米奥会展与新加坡国立大学联合研发算法模型，并参与了“一带一路”数字合作框架，为海外展会提供跨境数据合规解决方案。

四是生态共建，AI技术普惠需行业协同方能破局。AI在会展业的普及，绝非单点突破可成，需构建“技术供给+应用需求”的双轮驱动生态：技术侧，鼓励AI企业与会展企业联合研发，例如开放低代码工具降低使用门槛；行业侧，建立跨企业数据共享联盟，在确保隐私安全的前提下，打通产业链数据壁垒；政策端，呼吁政府将AI会展纳入“一带一路”数字合作框架，提供跨境合规指引与资金支持。

在笔者看来，会展企业要以长期主义拥抱AI革命。AI对会展业的重构绝非短期风潮，而是一场不可逆的产业革命。会展企业须摒弃“工具思维”，以夯实“数字化底座”为根基，以创新场景应用为支点，以生态共建为路径，方能在这场变革中立于潮头。唯有如此，会展业才能真正从“流量经济”跃升为“价值经济”，成为全球贸易数字化转型的引领者。

智变会展·行业篇

第137届广交会，多个“首次”成创新亮点

■ 本报记者 兰馨

万物皆可广交，世界同享未来。4月15日，第137届中国进出口商品交易会(广交会)第一期在中国进出口商品交易会展馆(琶洲)开幕。本届广交会多个“首次”创新举措成为焦点，不仅为参展企业提供了更加广阔的舞台，也为全球贸易带来了新的机遇与活力。

本届广交会参展企业在数量上实现了新突破。据中国对外贸易中心副主任张思洪介绍，本届广交会展览总面积155万平方米，展位总数约7.4万个，参展企业约3.1万家。其中，出口展位数近7.3万个，参展企业首次突破3万家，比上届增加近900家。

“广交会的企业是我国外贸的骨干力量。”商务部对外贸易司副司长肖露介绍。据统计，广交会参展企业数量占全国有进出口实绩主体约5%，一般贸易出口量占全国比重约15%。本届广交会进一步加大对国家级高新技术企业、专精特新“小巨人”、制造业单项冠军等企业的招引力度，并取消了对初创型优质企业参展的出口额要求，相关优质企业参展数量超过9700家，较上届增长20%。

此外，本届广交会新参展的企业超过4200家，拥有国家高新技术企业、专精特新“小巨人”、制造业单项冠军等称号的企业众多，“新三样”、数字技术、智能制造相关题材企业约3700家，拥有自主品牌的企业17000多家，通过各类国际通行认证的企业近22000家。

除参展企业充满亮点外，本届广交

会在展览布局上也有创新，首次在第一期增设“服务机器人专区”。

“服务机器人专区”展览面积达4200平方米，覆盖个人、家庭以及专业领域的各类机器人，主要展品包括安全巡检机器人、迎宾讲解机器人、家政服务机器人、清洁机器人、教育机器人、陪伴机器人等。

这一专区吸引了46家优秀机器人企业参展，其中广东有16家企业入围。凌度智能、极飞科技、映博智能、广州里工及赛特智能5家广州企业更是脱颖而出，全面展现了广州在智能科技领域的创新实力。例如，凌度智能的高空幕墙清洗机器人凌空K3，上届广交会上首次参展便成为展会现场的亮点。本届广交会上，凌度智能更是首次进入展厅进行展示，分别在21.2馆、20.1馆和15.3馆的服务机器人专区、工业自动化及智能制造展区、新能源展区进行展示。

“极飞刚刚满18岁，已是一个智慧农业的‘专家’。”广州极飞科技有限公司相关负责人表示，极飞智能水肥管理系统采用本地局域网的通信方式，弱网、无网也不怕设备“罢工”。其专为高杆作物设计的外置天线版智能电动阀，天线架设至3米高，信号接收不受果树枝叶遮挡，设备运行更加稳定。近日，极飞科技还联手泰国正大集团，打造了首个海外超级农场。

广州映博智能科技有限公司自主研发的“智慧洁”无人驾驶清扫车可实现自动加水倒垃圾、洒水降尘、辅助安

防等功能，清扫效率达每小时1万平方米，一次充电可满足8小时以上连续作业。这些企业的精彩展示，让服务机器人专区成为广交会上的热门打卡点。

本届广交会在文化体验方面也实现创新，首设城市美食文化节。为支持外贸企业稳订单、拓市场，由商务部外贸发展局主办的广交会优质外贸产品交流对接活动在广交会期间举办，活动汇聚了电子电气、消费电子与信息产品、通用机械及基础件、照明等行业优质供应商，产品种类丰富。

“在展馆外，我们将组织超过70场贸易对接活动。”广州市商务局局长魏敏介绍，广交会期间，广州还将推出超300场“广交会+”系列活动。其中，展馆内举办的广交会音乐美食节、食在广州嘉年华，活动时间贯穿广交会三期，让全球200多个国家和地区近百万海内外人士在洽谈合作之余，能够沉浸式感受“广式生活”的魅力。

此外，本届广交会在贸易促进活动和服务方面也不断升级创新。“本届广交会将举办包括绿色低碳主题在内的1000多场贸易促进活动，为更多绿色低碳企业带来成交机会，也为企业开展绿色低碳转型提供参考和借鉴。”肖露说。本届广交会还整合优化贸易服务展区，招引了包括跨境电商支付、物流、营销等在内的30多家数字化服务提供商参展，便利广大外贸企业对接合作、实现数字化转型。



图片来源：广交会展委会