

会展智咖说

AI催化下的会展业如何创造平台价值高地？

■ 刘佳俊



作者简介
常州霍克展示系统股份有限公司 市场总监
专注于会展领域AIGC项目及应用

人工智能(AI)正以前所未有的速度重塑着各行各业,会展这一连接全球贸易的传统模式亦不例外。在这股技术洪流之下,会展业不仅是AI技术应用的连接平台,更应担当起未来创新引领者的角色。如何借力AI实现会展业的“二

次进化”,又该如何在享受技术红利的同时警惕潜在风险并坚守会展的平台价值?笔者结合近期观察到的AI在会展领域的具体应用,特别是针对AI如何解决会展企业的“老大难”问题,分享五点思考。

一是AI是会展企业数字化能力的试金石。会展企业数字化水平被AI技术直接映射出来。尽管各行各业都在积极拥抱大模型,但会展业的行动似乎比较滞后。这反映出一个现实问题,即很多会展企业的数字化基础还比较薄弱,甚至还未形成体系。当AI技术成为一种工作模式、思维方式时,谁能用好AI工具,谁就能提升综合解决问题的能力。可以说,在AI时代,有没有、能不能用好数字化工具直接决定了企业的竞争力。因此,AI应用不仅是检验会展企业数字化转型成色的一条准线,也是推动会展业向更高水平发展的关键所在。

二是构建AI时代的数字化支撑体系。会展企业要发挥AI在会展活动中的潜力,那么构建一个坚实的可靠的数字化支撑体系是不可

或缺的。对于参展商而言,这一体系主要包括三方面关键要素:整合数据平台、优化智能算法、完善业务流程。其中,整合数据平台可以将参展商的展位信息、产品资料、客户数据以及过往参展效果数据等各类信息集中管理,避免数据分散。基于会展场景优化的智能算法体现了AI在设计环节的应用价值,如群核科技(酷家乐)的3D云设计平台所运用的AI技术,通过学习大量展位案例实现智能布局推荐、快速渲染逼真效果图以及成本估算。此外,能够熟练运用相关工具的团队和完善的业务流程也必不可少。如米兰特“AI慧展1.0”,借助算法提升线上匹配效率,不仅优化了传统流程,更催生了新的商业模式。客观地说,AI浪潮席卷下,构建数字化基础体系是企业唯一确定能够把握住的红利。

三是AI技术下的会展活动平台价值显现。在展位设计搭建上,群核科技(酷家乐)利用AI工具,通过可视化、智能化手段,有效地解决了沟通成本高、效果不

可控、预算易超支等行业痛点。其中,AI辅助展位设计、快速渲染、成本估算等功能,不仅极大地提升了设计效率,实现了对成本的有效控制,还显著改善了参展商与设计师之间的协作体验,充分展示了AI在优化“展前准备”流程中的巨大价值。

在现场沟通与获客方面,米兰特探索的“AI慧展1.0”则精准聚焦于出境展(业界俗称“外展”)中的语言障碍和信息过载问题。其具备的实时翻译、客户信息提示、语音记录等功能,直击国际参展的核心痛点。一旦这类技术成熟并得到广泛应用,将极大地提升沟通效率和潜在订单转化率,使跨国参展变得更加轻松高效,这恰恰是AI在优化“展中交互”与提升“参展效果”方面的又一重要功能体现。

值得注意的是,这些AI应用并非意在取代人力,而是通过技术赋能,使员工能够更加专注于创意构思、有效沟通和高效决策等核心环节,从而显著提升整个参展活动的投资回报率。

四是协同合作是推动AI技术普及的关键。尽管像酷家乐这样的工具功能强大,但如果这些技术只能成为少数会展企业的专属优势,那么对于整个会展业的提升作用将是有限的。为实现AI技术在会展业的广泛应用和普惠价值,需要会展业上下游产业链条的共同努力。比如技术提供方,应更加注重产品的实用性与普及性,开发多样化版本以满足不同预算需求的客户。此处可以借鉴许多AI翻译APP的成功经验,进一步降低使用门槛,提高技术的可及性,使得更多企业能够受益于AI技术。此外,参展商和主办方需要秉持开放合作的态度,在确保数据安全与隐私保护的前提下,积极探索如何共享数据资源,例如参展商参展效果数据、观众行为数据等,都是宝贵的资源,若能被合理利用,将有助于AI模型更好地学习和优化,从而为会展行业提供更加精准和高效的服務。

当然,会展行业组织和政策制定者也应发挥引导和支持作用,鼓

励企业积极尝试新技术,提供必要的培训和指导,特别是在跨境数据合规等关键领域给予明确的政策支持,为企业应用AI技术创造良好的政策环境。只有当技术供给方、应用需求方以及政策环境三方协同,形成合力,AI技术才能真正惠及广大会展企业和从业者,避免加剧行业内的“内卷”现象,推动整个会展业向更高水平发展。

五是拥抱AI,用长期主义心态应对变革。毋庸置疑,AI技术给会展业带来了一场深刻的变革。我们不能再简单地把它看作是一个孤立的“小工具”或“新玩意儿”,而是必须认识到,夯实数字化基础、找到合适的AI应用场景并融入业务流程、积极参与会展行业生态建设,是会展业在AI时代生存和发展的必由之路。也就是说,要用长期主义的心态,持续学习、不断尝试,才能将AI带来的挑战转化为机遇,并真正实现效率提升和价值创造,从而推动展会从传统的“经贸平台”升级为更具含金量的“价值平台”。

链博传奇

匈牙利的链博会主宾国之旅

■ 本报记者 万泽玮



位于欧洲中部的匈牙利与中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)的缘分不浅,可谓是一见钟情,再见倾心”。2023年11月举行的首届链博会上,匈牙利便开设国家馆;2024年11月26日开幕的第二届链博会上,匈牙利成为首次设立的主宾国。通过第二届链博会上丰富多彩的主题活动与配套活动,匈牙利“链”上更多伙伴,中匈经贸合作也探索出更多新机遇。

匈牙利的链博会主宾国之旅始于2024年5月习近平主席访问匈牙利期间。此次访中,两国领导人不仅宣布把双边关系提升为新时代全天候全面战略合作伙伴关系,还见证双方签署了多项重要合作成果文件,其中就有中国贸促会会长任鸿斌与匈牙利外交与对外经济部部长西雅尔多签署的《中国国际贸易促进委员会与匈牙利外交与对外经济部关于促进中匈企业供应链合作的谅解备忘录》。这份文件提到,双方致力于推动两国工商界在供应链、新能源汽车、清洁能源、医药、农业、物流、基础设施等领域的合作,中方欢迎匈方以主宾国身份组织企业参加2024年第二届链博会,为两国企业创造更多贸易和投资机会。

2024年5月10日,第二届链博会匈牙利推介会在布达佩斯举办,任鸿斌、匈牙利工商会主席帕拉格·拉修及匈牙利企业、商协会代表等参会。

任鸿斌向匈牙利企业发出诚挚邀请,表示匈牙利作为主宾国组织企业参展第二届链博会,有利于加强两国工商界在新能源汽车、清洁能源等各领域的供应链合作,将会推动中匈企业在更多领域实现互“链”互通,互利共赢。

“中国中等收入群体不断增加,对高质量商品和服务的需求越来越多,给匈牙利企业带来巨大的创新与合作发展机遇。匈牙利工商会将组织匈牙利企业参加

第二届链博会,进一步拓展中国市场。”帕拉格·拉修积极回应。

匈牙利企业代表、吉瑞制药有限公司首席执行官加博尔·欧尔班说,中国是高质量高潜力的市场,吉瑞公司希望通过参加链博会,找到更多上下游合作伙伴。

推介会后,双方继续开展工作对接,逐步敲定匈牙利成为主宾国有关事项。2024年7月26日,中国贸促会新闻发言人王琳洁宣布,匈牙利已经接受中方邀请,担任第二届链博会主宾国。匈牙利的链博会主宾国之旅正式启航。

匈牙利成为第二届链博会主宾国并非偶然之选。作为“欧洲枢纽”的匈牙利,位于连接亚欧大陆的要道上,自古以来就是东西方商旅往来的必经之地。1949年10月6日,匈牙利就与新中国建交。匈牙利也是第一个加入共建“一带一路”倡议的欧洲国家。近年来,中匈双边经贸投资关系正不断加强,中国已经成为匈牙利在欧洲以外的最大贸易伙伴和投资领域最重要的合作伙伴。

2024年,中国对匈牙利直接投资达到52.8亿欧元,占匈牙利新增外资总额的51%,再次成为匈牙利最大的外国直接投资来源国,匈牙利也多年蝉联中国在中东欧地区的第一投资目的国。中匈两国企业联系日益紧密,形成“你中有我,我中有你”的伙伴格局。

2024年11月26日,第二届链博会正式开幕,匈牙利派出西雅尔多为首的高级别代表团出席开幕式。

“实现未来几十年的发展和繁荣,需要的是互联互通,而不是彼此分裂。我们希望东方和西方能够相互合作,秉承着文明互鉴和相互尊重的精神,实现互利共赢。经济增长、技术进步、人民福祉的提升都需要高效稳定的供应链。”西雅尔多表示,匈牙利从对华经济合作中受益良多,已成为中国投资金额最大的欧洲国家。宁德时代正在匈牙

利建设欧洲最大的电池工厂,比亚迪也将在匈牙利生产汽车。

匈牙利出口促进局局长加博尔·耶奈伊说,匈牙利政府近十年来对共建“一带一路”倡议的坚定支持,已经带来了实实在在的成果。

作为主宾国的匈牙利高规格参展,设置了专门的匈牙利馆,组织多家企业组团参展,覆盖医疗设备器械、物流、天然气、航空、汽车等领域。匈牙利馆以“科技链接”为主题,展示匈牙利的优势产业、特色资源、文化遗产、优美风景和国家形象。

匈牙利馆组织了丰富的活动,不仅有围绕优势产业的商务推介会,还有循环开展的传统歌舞表演、跳绳表演、葡萄酒展示等,吸引了不少观众。传统民间歌舞表演时,现场人头攒动,馆内座无虚席,馆外观众还要围上里三层外三层。匈牙利世界跳绳锦标赛冠军阿德里安娜·班海吉也专门到链博会现场进行跳绳表演,与在场青年观众热烈互动。匈牙利馆展陈的葡萄酒更吸引了不少观众驻足。上海卓卓国际贸易有限公司从事中匈葡萄酒贸易的相关负责人表示,开展后,就有很多客户前来询问或购买匈牙利具有代表性的葡萄酒。

“商务推介会很专业,让我对匈牙利的产业有了更深入的了解。”一位代表企业前来参展的专业观众表示。

“阿德里安娜不仅展示了高难度的跳绳技巧,还邀请我们上台一起跳,现场气氛特别热烈。”一名大学生体验完跳绳活动后非常兴奋地说。

“匈牙利的葡萄酒风味独特,既有浓郁的果香,又带着一丝丝橡木桶的香气,口感非常醇厚。”一位品尝完匈牙利葡萄酒的观众这样表示。

“主宾国遇上主宾省”是第二届链博会的一大特色。2024年11月26日下午,匈牙利与第二届链

博会主宾省湖北省联合主办了中国湖北—匈牙利供应链国际合作对接会。在中国国际展览中心顺义馆A1会场,匈牙利与中国企业代表、驻华使节、国际组织负责人、商协会代表、院士专家,世界500强企业和知名跨国公司高管,贸易投资机构负责人,重点企业代表等近700人齐聚一堂,共谋发展。

“欧洲枢纽”与“九省通衢”,“通”和“链”是共同关键词。对接会上,时任湖北省省长王忠林提到,在中匈新时代全天候全面战略合作伙伴关系深入发展的框架下,中国湖北与匈牙利的交流合作也日益密切,中欧班列(武汉)匈牙利线路、鄂州—布达佩斯国际货运航线双向奔赴,今年以来湖北对匈进出口增长8.1%。中国湖北与匈牙利的交流合作,是中国高水平开放与中匈供应链合作加强的生动缩影。

世界知名的匈牙利籍小提琴家罗比·拉卡托斯是链博会的老朋友。首届链博会开幕时,他便受邀访华参加匈牙利馆开馆仪式,与北京外国语大学学生共同表演了多首匈牙利名曲。随着匈牙利成为第二届链博会主宾国,拉卡托斯更是多次来华,用音乐这一“链”接世界的语言,为匈牙利的主宾国之旅奏出文化交响。

2024年9月22日,在第二届链博会倒计时65天之际,拉卡托斯出现在中国贸促会和匈牙利驻华大使馆共同举办的“链博秋韵·中匈友谊音乐会”上。他与中国中央民族乐团、中央音乐学院青年演奏家们共同演出了查尔达什、马刀舞曲、匈牙利舞曲第五号、茉莉花等世界名曲。中国贸促会还向拉卡托斯颁发了第二届链博会推广大使聘书。

2024年11月25日,第二届链博会开幕前举行的欢迎晚宴上,更是上演了一幕各国艺术家以音乐进行“链”接的佳话。日本松下控股执行董事、著名爵士乐钢琴家小川理子正在台上表演,到精彩之处,拉卡托斯登上舞台,与小川理子即兴合奏起来,小提琴的宛转悠扬与钢琴的清澈如水完美契合,令所有在场观众沉醉其中。

匈牙利怀揣加强供应链合作的希望而来,也带着满满的收获结束第二届链博会主宾国之旅。中国湖北—匈牙利供应链国际合作对接会现场签约9个项目,总金额达302亿元。链博会上,作为中国快递巨头之一的圆通,经与匈牙利方面对接,双方达成合作意向,将把圆通全球七大物流枢纽之一设在布达佩斯。

“匈牙利非常荣幸成为链博会主宾国,与中国的经贸合作将让我们受益良多!”西雅尔多的这句话,或许也是不少匈牙利企业的心声。

智变会展·行业篇

数字会展创新开启生态重构新时代

■ 本报记者 兰馨

近日,全球数字会展创新中心闭门会(以下简称“会展创新会”)在杭州举行。作为国内首个数字会展创新中心,全球数字会展创新中心依托国际会展专家库,推动跨界合作与技术创新,促进全球会展业可持续发展。在本次会展创新会上,与会人士达成共识,认为会展经济与数字技术的融合已从工具层面的应用迈向系统性的重构。当前,会展理论研究的重点领域应涵盖大数据精准营销、智能技术驱动的展位设计、区块链在供应链及人才培养中的应用,以及数字会展IP培育、运营模式创新等。而杭州作为数字经济与会展经济深度融合的标杆城市,正以数据资产建设为突破口,积极探索为全球会展业转型发展提供“中国智慧”。

中国贸促会原副会长王锦珍认为,数字会展新生态的终极目标是构建开放、包容的全球价值网络;推动智能技术在发展中国家应用,缩小数字鸿沟;以杭州实践为基础推动国际标准互认;通过会展数据传播文化,如设立绿色会展数据指数,引导低碳转型。

构建数字会展新生态

“创新中心并不是会展传统模式的简单升级,而是要构建数字经济下的会展新生态。”杭州市会展集团总经理李健表示,杭州以“数字会展新生态”为核心,融合数据、技术与产业协同,重塑行业底层逻辑,充分展现了数字时代平台的连接价值。

中国会展经济研究会副会长姜淮认为,数字会展新生态的核心理念是从“展会”到“生态链”的变革:传统会展以场地租赁为核心,新生态则以数据流动为纽带,构建“技术赋能一场场景创新—产业协同—价值共享”闭环。这一变革体现在以下三方面。

一是技术底座的重构。借助5G、云计算、智能技术、区块链等,打造“实体展会孪生+虚拟展会在线”双模式。例如杭州数贸会同步建设线下展馆与“元宇宙展厅”,实现参展企业24小时全球路演。

二是价值链条的延伸。从单一展期交易转向全周期服务,涵盖展前大数据匹配、展中智能提效以及展后的平台跟踪。

三是生态主体的协同。打破传统三角关系,引入技术服务商、数据运营商、高校等多元主体,形成“理论研究—技术开发—场景应用—人才培养”的共同体。

此外,在数字会展加速重构会展行业生态的背景下,人才短缺成为会展业转型的瓶颈。会展创新会期间,与会人士探讨了数字会展人才的能力矩阵。国际展览与项目协会(IAEE)中国委员会主席毛大奔提出,数字会展人才需兼具会展专业素养与数字技术能力,包括传统会展技能、数据采集分析、虚拟设计、跨界协同思维等。

中国成为推动会展升级关键力量

国际展览业协会名誉主席陈先

进表示,全球数字会展创新中心的落成将加速行业数字化转型,推动会展各环节优化升级,从而提升会展行业整体竞争力,构建一个更具活力的行业生态。

在他看来,中国会展业在全球市场迅速崛起,已成为行业发展的关键力量。近年来,亚太区尤其是中国市场表现亮眼,随着世界经济重心向亚洲转移,中国会展业更是迎来黄金发展期,成为全球市场不可或缺的重要组成部分。

IAEE亚洲委员会原主席顾学斌提到,励展、英富曼等国际会展企业对中国市场依赖度明显提升,中国市场的业绩贡献常使企业扭亏为盈,这凸显了中国会展市场的巨大潜力。

业界人士认为,数字化转型是中国会展业蓬勃发展的核心驱动力。中国政府通过一系列的政策支持,鼓励企业运用数字技术提升效率。例如,杭州市政府积极推动数字经济与会展的融合,通过建立全球数字创新中心,以技术赋能会展行业转型。

构建国际化会展合作平台

“会展业发展离不开理论创新与智库支持。”姜淮表示,当前会展行业理论研究滞后,尚未形成专业体系,需进一步加强学科建设,通过校企合作构建理论基础。此外,杭州自贸试验区的建设为会展业提供了更多国际合作场景。通过这些平台,行业既能吸纳先进的国际技术和理念,也能对外展示中国会展业的发展成果,进一步提升国际影响力。

会展业作为全球资源连接平台,构建自主数据资产体系是其数字化转型与竞争力提升的关键。

“会展业要有自己的数据资产。”中国贸易报社有限公司党委书记、董事长孙俊强强调,数据已成为数字经济时代的核心生产要素。会展业的数据资产覆盖参展行为、流量、交易匹配、行业趋势等信息,这些既是展会运营效率的“度量尺”,也是挖掘行业潜在价值的“富矿”。

杭州作为首个提出“打造国际会展之都”愿景的城市,正通过数据沉淀、治理与应用重塑行业逻辑;依托“城市大脑”整合多元数据,建立“展前一展中一展后”全周期采集网络。杭州市会展集团则通过数据中台标准化治理200万+条展会数据,形成可复用数据集。

在商业化探索方面,杭州开发“招引宝”“数贸通”等数字产品,前者精准匹配产业招商项目,后者年促成跨境交易超50亿元。同时,杭州建立数据分类分级制度,与科技企业合作构建安全防护体系。杭州还与新加坡开展跨境跨境流动试点,为国际数据的互联互通提供了范例。

当会展业从物理聚合转向数字连接,其承载的不仅是交易,更是技术、思想与文化在全球的流动。杭州以数字会展新生态为支点,正在撬动更加智能开放的全球会展未来,这既是中国数字经济成果输出的体现,也是全球会展业变革的“中国方案”。