

会展智咖说

会商文旅体融合成城市发展新引擎：

国际经验借鉴与国内实践路径解析

■ 王春雷



作者简介

上海对外经贸大学会展与传播学院院长
长三角会展研究院联席执行院长/博士/教授
中国会展经济研究会教育培训专业委员会主任

在城市竞争日趋激烈的背景下，会商文旅体融合已成为诸多城市推进高质量发展的重要战略，也成为国内许多城市在文旅、会展或体育等领域成功“出圈”的关键路径。这种新型产业融合模式的最终目标是构建资源共享、价值倍增的协同生态，为城市发展持续注入新动力。

要深入理解会商文旅体融合，首先要明确其核心本质是产业边界的重构与价值链的整合过程。以会展与文旅的融合为例，参展商、与会者和观众这三类会展核心人群，同时也是潜在的旅游消费群体，客群的高度交叉重叠为两大产业的深度融合奠定了坚实的市场基础。

为系统解析会商文旅体融合的内在运行机制，笔者建议构建“六维驱动模型”作为分析框架。该模型分为三个层次，各层次功能互补、协同发力。

一是驱动层，以“文化内核”为核心，为融合品牌赋予长期吸引力与情感黏性，是整个融合发展体系的灵魂所在。

二是延伸层，涵盖“会展引擎”“商业载体”和“旅游延伸”三大要素。其中，会展活动作为流量入口汇聚人气，商业环节实现价值转化，旅游则进一步延伸体验链条，最终达成全域激活与价值链拓展的目标。

三是赋能层，主要包含“技术应用”“传播引流”两部分。技术革新能够重构消费场景，助力流量变现与可持续收益获取；传播策略则可扩大融合项目的影响力，吸引更多潜在参与者。

从国际实践来看，诸多城市在会商文旅体融合发展中取得显著成效，其关键就在于围绕上述模型，构建了“活动搭台、文化铸魂、商业增值、旅游延链、

技术赋能、传播引流”的完整协同生态。这些国际先进城市的实践，形成了多样化的发展模式，每种模式都有其独特的形成条件与运行机制。结合典型代表性城市，可将其归纳为以下五大类，为国内城市提供参考：

一是文化赋能型。作为法国第二大经济中心，曾经的“丝绸之都”，里昂遭遇了纺织工业衰落。灯光节成为里昂转型的关键推手，将城市节日与旅游产业紧密结合，不仅让全世界看到了里昂的文化魅力，更让里昂从工业老城蜕变为知名观光旅游城市，收获了显著经济与社会效益。作为全球著名大型城市灯光艺术节，里昂灯光节每年吸引超300万游客奔赴这场“光的盛宴”。里昂灯光节的起源带着浓厚的历史印记，如今已突破传统边界。每年12月8日前后的4天里，世界各地上百名专业艺术家齐聚于此，用创意与科技为城市注入活力。此外，里昂灯光节以“可持续发展”为新内核，通过采用生态设计的灯光艺术、互动装置与新型照明技术，同时推广绿色出行方式，让“光影之美”与“环保理念”并行，引领了灯光节的新潮流。

二是场景革命型。拉斯维加斯通过场景革命，成功实现从“赌城”到“体验式会展之都”的转型。其核心策略是以会展活动为触点，重构娱乐化消费场景，打破产业边界。如美国拉斯维加斯消费电子展览会(CES)增设无人车试驾区、元宇宙体验馆，让专业展会转变为全民参与的科技嘉年华，吸引更广泛的人群参与。同时，拉斯维加斯还联动酒店推出包含博彩券、演出票的“会展套餐”，将会展与本地特色娱乐、住宿服务深度绑定，大幅提升客户转化率。这种场景革命的成功十分突出，拉斯维加斯非博彩收入占比从2010年的50%上升至2024年的65%，产业结构得到显著优化。

三是产业驱动型。新加坡依托金融、医疗等优势产业，将会展业作为枢纽，打造“产展旅”生态圈。作为为数不多的城市国家，新加坡早期凭借贸易港口崛起，上世纪80年代又成功成为区域金融枢纽，产业发展基础扎实。随着全球供应链重构、数字经济兴起和地缘政治复杂化，新加坡将重心押注MICE产业(会议 Meetings、奖励旅游 Incentives、论坛 Conferences 与展览 Exhibitions)，通过连通性、创新性 with 可持续性的有机结合，在全球塑造国际会展城市形象。它通过举办产业会展吸引全球专业人士，同时为这些人士提供定制化的商务旅行、文化体验服务，形成产业发展与旅游消费的良性

互动。这种模式将会展活动视为产业链连接器，既服务了本地产业升级，又带动了旅游消费增长，实现了产业与城市发展的双赢。

四是政策引导型。迪拜通过免税、免签等政策杠杆撬动全球会展资源，快速构建文旅商业生态。凭借极具竞争力的税收政策、便利的签证安排和现代化的会展设施，迪拜在短时间内吸引了大量国际会展项目，进而带动旅游、零售、房地产等相关产业发展，成功实现城市经济的多元化转型。数据显示，2024年迪拜接待国际游客1872万人次，同比增长9%，创历史纪录。其中中国游客达82.4万人次，同比激增31%，“欢迎中国”战略成效显著。值得一提的是，迪拜文旅还注重圈层社群的精准运营，针对中国游客推出支付宝“迪拜锦囊”，为俄罗斯富豪定制沙漠私人音乐会，给印度家庭设计宝莱坞主题水上乐园。这种分众运营使游客复购率提升至38%。迪拜模式证明，文旅聚焦不是简单的资源堆积，而是战略定力、文化想象力和体验设计力的三重奏。

五是园区业态驱动型。芝加哥构建“会展、文化、商业、旅游”全链路闭环。在芝加哥城市版图上，近考密克会展中心早已超越了单一展馆的定义，如今以“近考密克广场”的身份，成为集会展、住宿、体育、娱乐于一体的功能完善的综合性园区，书写着城市公共空间发展的典范篇章。配套设施的不断完善，为近考密克广场的崛起奠定了坚实基础。园区内的凯悦酒店为参会者提供了“足不出园”的住宿选择，后续入驻的万豪侯爵酒店则进一步提升了接待能力与服务品质。交通层面的优化更显匠心，2002年启用的专用公交车将园区与市中心酒店区紧密相连，极大缩短了空间距离，为参会者和游客的出行提供了高效保障，让园区的辐射力得到显著提升。

对于正处在转型升级关键时期的国内城市而言，借鉴上述国际经验，探索符合自身特色的会商文旅体融合发展路径，是提升城市竞争力的重要战略选择。具体来看，以下四个方面的经验值得参考：

首先，确立“大目的地”理念，强化顶层设计。将城市作为综合型目的地进行整体规划建设，是会商文旅体融合发展的前提。里昂转型的底气，源于其深厚的历史积淀，从罗马帝国时期的行省首府，到中世纪宗教改革重镇，再到如今的“艺术之都”，里昂始终以物质遗存与文化活动(如灯光节)为笔，持续书写着历史篇章。如今，当灯光照亮里昂的古老街巷，历

史与现代在此碰撞，这不仅是一场节日的狂欢，更是一座城市用文明、文化实现重生的生动见证。

其次，设立专业协调机构，提升公共服务质量。专业的目的地管理组织(DMO)是保障融合发展有序推进的重要支撑。以拉斯维加斯为例，其会展和观光局(LVCVA)不仅负责城市旅游推广，还直接运营会展中心，一体化管理模式确保了会展与旅游的紧密衔接。中国香港的实践同样值得借鉴，香港旅游发展局成立“香港会议及展览拓展部(MEHK)”，为企业会议、奖励旅游、大型会议和展览活动提供全方位专业支持，包括推广、竞标、优惠方案制定等，显著提升了城市的会展竞争力。

再次，打造“一站式”资讯平台，优化访客体验。以客户需求为导向的“一站式”目的地资讯平台，是提升融合服务质量的技術基础。里昂、拉斯维加斯等国际城市均建立了功能完善的游客服务平台，整合本地景点、酒店、餐厅、活动等信息，为访客提供便捷的行程规划服务。目前国内城市也在积极探索建立相关服务平台，比如上海于2024年1月推出以外籍人士为第一视角的国际门户网站，强调“一站式、场景化、友好型”服务，充分体现了以用户为中心的平台建设思路。

最后，推动企业跨界经营，创新产品和服务。企业在经营层面的跨界融合，是会商文旅体融合模式落地的核心基础。例如，温哥华会议中心(VCC)不仅提供专业会展设施，还开设公共旅游项目，向游客展示其环保设计和文化特色；美国橘子郡会议中心(OCCE)为与会者提供周边景区优惠门票；佐治亚世界会议中心(GWCC)则整合会展、体育、娱乐功能，打造多元体验目的地。这些案例表明，会展场馆已从单一功能空间向复合业态载体转型，成为连接不同产业的重要节点。

当前，会商文旅体融合发展正呈现出一系列新趋势，包括数字化跃迁、文化IP变现、全域协同以及小众圈层经济增长。面对这些趋势，国内城市和企业需积极采取应对策略。对于城市而言，当务之急是推进会商文旅体融合发展的顶层设计，规划打造会展、文旅与体育集聚区，充分发挥产业集聚效应；同时加强商务、文旅和体育等部门的协同配合，以宣传平台、票根经济、城市卡等为手段，整合目的地资源，形成统一对外的合作网络；此外，还需加快打造“一站式”资讯平台，成立专业DMO组织，进一步提升公共服务品质与营销推广效果。

一颗秋糖两头甜 今年最甜是南京

第113届糖酒会暨2025秋糖季：绘展城融合新篇章，赋能产业新发展

日前，以“一颗秋糖两头甜，今年最甜是南京”为主题的第113届全国糖酒商品交易会(以下简称“糖酒会”)在南京国际博览中心闭幕，配套的“秋糖季”系列活动也于10月20日收官。这场盛会不仅是食品酒饮行业的年度焦点，更以“会展+”多轮驱动模式，实现展城深度融合，为促消费、兴产业、活跃经济提供了生动实践。

行业集聚效应凸显 引领创新方向

本届糖酒会展览规模达20万平方米，设置十大主题展区及13个特色专区，构建起覆盖全产业链的展示体系。来自全球40多个国家和地区的4027家企业齐聚一堂，集中呈现超过30万种创新产品，涵盖酒类、饮品、乳制品、休闲食品等多个领域，堪称全球食品酒饮行业的创新盛会。

糖酒会期间，超40万人次专业观众参会。会后抽样调查显示，客商整体满意度高达96.5%，创历史新高。首发经济亮眼，创新活力十足。本届糖酒会围绕“创新产品、健康化产品、地区特色产品、科技赋能产品”四大高潜力赛道，打造了规模空前新品首发平台。首席合作伙伴洋河股份、首席合作城市酒都宿迁等展商携大量创新产品亮相，番茄炒蛋专用“小金罐”番茄、高倍茶褐素饮料“降茶”等备受关注。“智能制造设备专区”展示智能物流、数字化工厂等前沿技术，“健康食品及科技服务专区”集结结糖食品、AI营养管理等成果，推动行业“智改数转”与融合发展。

本届糖酒会国际化特色也更加鲜明，意大利、荷兰、俄罗斯等12个海外展团带来橄榄油、葡萄酒、烈性啤酒等特色产品，印尼、土耳其、塞尔维亚三场线



上出口对接会为企业拓展海外市场搭建新通路。

采购商生态优化 渠道活力迸发

本届糖酒会采购商组织实现数量与专业度双重提升。组委会首次对全国30个城市219个批发市场进行拉网式走访邀约，构建线上线下结合的采购商网络，现场非江苏省内观众占比达75%，彰显全国性展会的专业性。

在渠道创新方面，糖酒会聚焦自有品牌、即时零售、私域直播团购、品牌出海等新兴领域。自有品牌选品会吸引60余家工厂参与，美团酒饮闪电仓举办推介会，首次举办的私域新渠道选品大会吸引逾千家长展商现场对接，进一步激发产业活力。

糖酒会期间举办30余场高规格行业论坛。主论坛“食品饮料产业发展大会”以“从‘新质’到‘心智’”为主题，业界权威人士围绕AI智能制造、数字化转型等

议题展开探讨，中粮营养健康研究院发布《2025年中国媒介趋势白皮书》。

依托数字化平台，本届糖酒会构建“线上+线下”深度融合的智慧服务体系，提供展前在线预约、展中面对面洽谈、展后商机跟踪的“一站式”商贸闭环。AI驱动的智慧商贸撮合体系可生成个性化洽谈行程，智慧立牌、展会导航服务实现线下洽谈与线上留资无缝衔接。

数据显示，糖酒会小程序数字平台访问人次达27.91万，导航访问人次2.69万，预约模块访问人次12.31万。数字化与智能化服务的升级，显著提升了匹配效率与洽谈质量，获得展商与买家的广泛认可。

此外，糖酒会将可持续发展理念融入会展全流程。在开幕专题活动上，江苏擎天工业互联网有限公司发布系统性减碳举措，“新能源接驳+远端停车”的低碳出行方案、南京国际博览中心20万平米展馆全绿电覆盖、无纸化办公与循环展具推行、“新能源运输+循环包

装”绿色供应链体系构建等实践，为全球会展行业可持续发展提供标杆。茅台、洋河、中粮等龙头企业也通过绿电运营、发布双碳方案等，带动产业链绿色转型。

秋糖季创新融合 激活城市消费新动能

本届糖酒会首次推出“秋糖季”展城融合活动，创新模式荣膺《哈佛商业评论》经典案例。自9月20日起，为期一个月的活动通过“7+70+700”立体化矩阵，将高品质糖酒会内容延伸至南京各个角落，串联中秋、国庆消费节点，超千万人次参与，实现“以展兴城、以城促展”良性互动。

“秋糖季”期间，7场主题活动各具特色。中国街舞大赛在夫子庙东门东拉开展幕，甜蜜微醺嘉年华点亮新街口夜经济，还有江苏园博园烟花大会、中山陵音乐台森林音乐会、秦淮河龙舟竞渡大赛等覆盖文旅、赛事、音乐等领域的活动，让专业展会升级为全民参与的城市节日。

90余家本地知名餐饮品牌推出“秋糖限定”菜单与促销活动，营业额平均增长35%，客流量增长42%；920多个文旅消费场景全面渗透，商场促销、文创展览、体育活动、景区特色线路形成全方位消费促进体系。组委会还联动美团、滴滴等平台发放超百万份消费券、打车券，开展“全城发糖”活动，让市民共享展会红利。

数据显示，“秋糖季”累计产生直接经济收益106.816亿元。南京市住宿业同比增长29.47%，酒店平均入住率达92%，核心商圈客流量同比增长超20%，夜间经济活跃度提升近30%，有效拉动城市消费能级提升。(南京市贸促会)

智变会展·项目篇

第十届世界石油天然气装备博览会(WOGE 2025,以下简称“世界石油展”)日前在西安国际会展中心举办。本届世界石油展吸引来自全球16个国家和地区的专业观众，涵盖哈萨克斯坦、沙特阿拉伯、阿联酋、尼日利亚、安哥拉、马来西亚、巴基斯坦、韩国等多个亚非国家。逾200位海外专业人士参会，或怀揣采购目标，或致力于洞察行业前沿、探寻合作机遇与投资可能，显著提升了展会的国际化程度。

历经十年发展，世界石油展从最初规模较小、仅以产品展示为主的区域性展会，已逐步成长为集产品展示、技术交流、商务洽谈、行业论坛等多种功能于一体的国际综合性平台，不仅实现了自身的跨越式升级，更成为行业内举足轻重的交流枢纽，其演变历程深刻记录着全球油气装备产业的变革与进步。

西安市政协副主席张华俊在开幕式上表示，本届世界石油展对于西安乃至全球油气产业发展具有重要意义，希望国内外企业加强交流合作，共同推动行业的进步。

本届世界石油展聚焦石油天然气装备制造领域，集中呈现了行业前沿技术、创新产品与系统解决方案，覆盖石油设备、炼化装置、安防设备、泵阀管线、仪器仪表、新材料等12大品类上千种产品，几乎涵盖了油气产业从勘探开采到运输炼化的每一个环节。

在石油设备展区，大型的钻井平台模型和先进的智能钻井设备吸引了众多目光。这些设备采用最新的自动化控制技术和高效的动力系统，能够在复杂的地质条件下实现精准作业，大大提高了石油开采的效率和安全性。相邻的炼化装置展区展示着各种先进的炼油、化工设备，它们具备更高的生产能力和更低的能耗，代表着当前炼化技术的最新发展方向。

安防设备展区展示的各种高科技的监控、报警系统以及防爆、防火装备为油气生产的安全提供了全方位的保障。这些设备不仅具备先进的探测技术，还能够与整个生产系统实现智能联动，及时发现并处理潜在的安全隐患。泵阀管线展区则展示了各种高性能的泵阀产品和耐腐蚀、高强度的管道材料。泵阀管线作为油气输送的关键部件，其质量和性能直接影响着油气运输的效率和稳定性。

步入仪器仪表展区，高精度的压力、流量、温度传感器以及智能分析仪琳琅满目，它们能够为油气生产过程的监测和控制提供精确的数据支持。新材料展区汇集了众多新型的复合材料、纳米材料等，这些材料具有优异的性能，能够满足油气装备在极端环境下的使用需求，推动着行业的技术进步。

依托东道主陕西省的能源与高端制造底蕴，世界石油展也汇聚了众多陕西本地标杆企业。陕西延长石油装备带来了自主研发的新型油套管，这种油套管采用特殊的材质和加工工艺，具有更高的强度和耐腐蚀性，能够适应复杂的地下环境，延长油井的使用寿命。宝钛集团展示的钛合金材料在油气装备领域具有广泛的应用前景，其高强度、低密度、耐腐蚀的特性使它成为制造高端油气设备的理想材料。

陕西绿能能源科技的移动式车载LNG液化装置吸引了大量观众驻足。这是国内第一套移动车载LNG设备，特别适用于山区项目，比如我国的川渝、陕北、陇东等地区。它的出现，为解决偏远地区的天然液化和运输问题提供了全新的解决方案。西安石油大油气科技展示的智能油田管理系统，通过大数据、人工智能等技术，实现了对油田生产的实时监控和智能优化，有效提高了油田的生产效率和管理水平。陕西铭泽易昇能源技术有限公司带来的高效油气分离设备，能够实现油气的快速、精准分离，提高了油气资源的利用率。

在商务洽谈区，来自伊拉克基尔库克商会的代表与多家中国企业进行深入的商务洽谈，他们对中国的仪器仪表和泵阀产品表现出浓厚的兴趣。

马来西亚Gulf Subsea公司的采购团队表示，他们带着明确的采购清单，与中国的管道和空气压缩机供应商进行面对面的沟通。团队采购负责人表示，他们希望能够在中国找到长期稳定的合作伙伴，共同开拓东南亚市场。

“中国装备在性价比与定制化服务上具有独特优势，我们计划通过本届展会与3家中国企业建立长期供应关系。”一位中亚采购商在参观后表示，中国油气装备性价比高，定制能力强，能切实满足客户需求，显著降低采购成本。他进一步解释说，中国企业从设计、生产到安装调试提供全流程个性化方案，确保设备与客户环境和流程高度匹配，优势显著。

据不完全统计，世界石油展期间，国内外企业共达成数十项合作意向，金额达数千万元，合作意向涵盖设备采购、技术研发、项目合作等多个领域。

业界人士表示，第十届世界石油展的举办，在全球油气产业发展历程中具有重要意义，将为行业发展注入新的活力。

在技术创新方面，世界石油展已经成为全球油气装备技术协同创新的强大引擎。展会汇聚全球最新技术和创新成果，极大地推动了交流与合作。

从区域发展角度来看，世界石油展进一步巩固了西安在“丝绸之路经济带”上的综合门户地位。值得关注的是，世界石油展连续在西安举办，不仅提升了西安在国际能源领域的知名度和影响力，还促进了西安与沿线国家和地区在能源产业方面的深度合作，吸引了众多国际企业设立办事处、研发中心或开展项目合作，带动当地经济发展和产业升级。

在全球能源网络构建方面，世界石油展有效链接了中国供应链与全球能源网络，助力中国装备和技术走向世界，同时推动国际伙伴深入了解中国市场，加强合作。这种双向交流与合作，使中国供应链更好地融入全球能源网络，也促进了全球油气产业的资源优化配置和协同发展。

世界石油展：链接全球，智启能源新篇

本报记者 毛雯