

智变会展·特别篇

# 从贸易展台到生态平台的八大核心趋势

■ 兰馨

在全球产业变革与经济复苏的关键节点,2026年中国会展经济国际合作论坛(CEFCO)日前在武汉落下帷幕。这场被誉为会展业“达沃斯”的盛会,以“变革的时代:共塑链接智创未来”为主题,吸引来自20多个国家和地区的600余位会展业专业人士齐聚一堂。作为经国务院批准的国家级、国际性专业会展论坛,2026年CEFCO由中国贸促会携手国际展览业协会(UFI)、国际展览与项目协会(IAEE)、独立组展商协会(SISO)、国际大会及会议协会(ICCA)四大国际会展核心组织主办,武汉市人民政府承办。

当前,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。正是在这样的行业背景下,2026年中国会展经济国际合作论坛清晰擘画出全球会展业的跃迁之路:从规模扩张到质量提升,从单一交易到生态共建,从短期效益到长期价值。与会嘉宾分享前沿实践与行业共识,给出了未来全球会展业八大核心发展趋势:

一是开放协同深化,构建全球化会展生态。会展业的国际化属性将进一步凸显,跨界、跨产业的资源链接成为核心方向。一方面,国际会展组织与各国机构的合作持续深化,如中国贸促会与国际展览业协会等四大国际组织续签协议,通过制度性安排推动会展规则互认、资源共享;另一方面,城市与区域会展联盟加速形成,如粤港澳大湾区会展业联盟通过整合三地资源,推动会展要素自由流通,实现“1+1+1>3”的聚变效应。会展业将以“开放、合作、共赢”为宗旨,搭建更多全球性高端对话平台,成为推动世界经济复苏与产业协作的重要纽带。

二是展产深度融合,打造“永不落幕”的产业链会客厅。会展业将彻底摆脱“场地出租”“短期交易平台”的传统定位,转向“会展+产业”的共生模式,成为产业链的“链接者”与“培育者”。业界已形成共识,展产深度融合是会展业扎根产业的核心路径。各地各机构已有丰

富实践,比如香港贸发局通过“展览+智能商务平台”实现展前、展中、展后全周期贸易对接;东营依托石油化工、橡胶轮胎产业优势,打造全球专业展会并推动70%以上企业发布新技术;良之隆集团以产业思维办展,构建覆盖食材全链条的生态体系。以上实践表明,在展产融合的基础上,技术与理念的革新成为会展业升级的关键驱动力。未来,会展业将聚焦支柱产业与新兴赛道,通过“展产联动”促成产学研用深度协作,实现从“几天的展会”到“全年365天的产业服务平台”的升级。

三是数字化与绿色化双轮驱动,重塑会展核心竞争力。数字化与绿色化将成为会展业转型升级的两大核心引擎,从“成本项”转变为“竞争力项”。在国际展览与项目协会秘书长爱弥尔·戴维斯看来,数字化转型聚焦精准化与智能化,AI技术全面渗透会展全流程,如通过智能推荐优化供需匹配、AI对话机器人提供7×24小时咨询。同时,会展活动将成为“产业数据资产”的重要来源,通过5G-A等技术采集观众动线、交易数据,为产业政策与企业战略提供精准洞察。中国国际展览中心集团有限公司董事长林舜杰介绍,中展集团承办的链博会实现100%绿电供应、推广绿色展台搭建,将低碳理念融入场馆运营、展陈设计等各环节。未来,绿色会展将成为行业标配,可持续性将成为衡量展会质量的核心指标之一。

四是规模扩张到质量提升,走专业化、精品化路线。全球会展业将告别“重规模、轻质量”的发展模式,转向以价值创造为核心的高质量发展。优质会展的评判标准将围绕六大核心维度展开:清晰的目标定位、高质量的专业观众、合理的参展商结构(头部企业+成长型企业+初创企业)、高效的商业转化、全流程的优质服务、深远的行业影响力。汉诺威米兰展览(上海)有限公司董事总经理刘国良介绍,汉诺威工博会凭借“链接全球技术与商业”的精准定位,成为工业4.0概念的发源地,其模式输出至全球多个城市。未来,“小而精”的垂

直专业展将更具竞争力,展会的行业风向标作用将远超规模本身。

五是本土化深耕与全球化布局双向奔赴,迈入会展出海3.0时代。在西麦克国际展览有限责任公司董事长杨明看来,会展出海将从“1.0组团参展”“2.0政府自办展”升级为3.0本土化深耕模式,核心特征是专业化聚焦、本土化运营、产业链协同。企业出海将摒弃“大而全”的思路,转而聚焦细分领域,如广东潮域展览有限公司在越南打造的婴童用品展,通过6年垂直深耕,实现65%的复购率。同时,组建本土化团队、深度链接当地行业资源成为关键,如世信会展在印尼打造煤炭能源展时,70%员工为本地人才,提供常态化产业对接服务。此外,“全球品牌IP+本土化运营”的模式将成为主流,锐昂展览(上海)有限公司总经理胡律表示,其公司在墨西哥打造的水展,通过匹配当地需求辐射拉美市场。

六是生态平台化转型,从“组织者”到“价值共同体”。会展主办方的角色将发生根本性转变,从单一的活动组织者升级为产业生态的构建者。传统会展以“搭台招商”为核心,而未来会展将聚焦产业链上下游的衔接与大中小企业间的融通。如中展集团承办的链博会,通过“链式展示逻辑”呈现航空、智能制造等全产业链生态,展会价值不再以现场交易额衡量,而是以产业链链接的深度和广度为标尺。同时,会展活动将注重长期价值沉淀,如各种赛事不仅带来短期旅游收入,更推动汽车技术创新、城市基础设施升级,成为“体育外交”的重要载体。

七是人才战略升级,培育专业化、国际化会展人才队伍。一方面,国际组织与各机构联合推出专业认证项目,如中国贸促会与国际展览与项目协会合作的注册会展经理高级项目,通过标准化培训提升从业者专业能力。另一方面,会展行业将聚焦“下一代领导力”培养,应对数字化转型、全球化运营等挑战,中美等国已明确提出加强会展领域的人才交流与合作。未

来,兼具产业洞察力、数字化技能与国际视野的复合型人才将更受青睐。

八是政府角色转型,推动市场化与标准化发展。政府将从会展活动的“主办者”转向“引导者”与“服务者”,通过政策支持、规则制定推动会展业市场化转型。如粤港澳大湾区会展业联盟聚焦规则标准“软联通”,推动三地会展资质互认、通关便利化;琴澳两地通过“一线放开,二线管住”的政策降低参展成本,培育集成电路、生物医药等专业展会。未来,政府将更多通过搭建平台、营造环境,引导会展资源向优势产业集聚,同时推动绿色会展、智慧会展等行业标准的制定与推广。

2026年中国会展经济国际合作论坛呈现出六大特色。其一,国际化程度高,全球资源深度链接。论坛开幕式上,各方续签合作协议、交换合作备忘录,为中外会展业深化合作筑牢制度基础,搭建起全球会展资源高效对接的桥梁。其二,议题聚焦行业核心,内容层次丰富多元。在德国经济展览委员会政策、法律和可持续发展负责人西尔维娅·鲍尔迈斯特看来,本次论坛的多场专题会议与平行论坛精准覆盖会展业核心议题,促成了全产业链、多维度的思想碰撞。其三,突出展深度融合,赋能产业转型升级。香港贸发局、上海国际展览集团等机构带来的众多实践案例,生动展现了“以产兴展、以展促产”的良性发展态势。其四,聚焦创新转型,锚定绿色发展方向。论坛紧扣新质生产力发展要求,将数字化、绿色化作为会展业提质升级的核心动能,为行业转型指明路径。其五,务实合作成果丰硕。首次设立会展业合作对接会,依托线上供需平台与线下实体空间打造全流程服务体系,吸引多国超45家会展机构、行业协会及政府部门参会,开展60余轮一对一精准洽谈;同时专设自由对接区,为场外深度交流提供便利。其六,重视区域协同发展,助力打造世界级会展经济圈。粤港澳大湾区会展业联盟迈入实质运作阶段,积极探索“一展两地”模式创新,助力大湾区加快建设国际会展高地。

## 《中国展览经济发展报告2025》发布

■ 毛雯

1月23日,在2026年中国会展经济国际合作论坛上,中国贸促会发布《中国展览经济发展报告2025》。

中国贸促会展览管理部副部长邬胜荣表示,2025年,中国展览业发展环境持续优化。中国经济向新向优为展览业提供坚实支撑,以新产业、新业态、新模式为主要内容的“三新”经济为展览业注入新动能。在中央政策引领下,中国地方政府高度重视展览业对地域经济社会发展的重要作用,不断加大支持力度。得益于市场驱动与政策引领双重赋能,中国展览业高质量发展水平进一步提升。

《报告》显示,中国国内展览继续呈现稳中有进的良好态势。

一是展会数量与面积再创新高。2025年,中国共举办经贸类展会4095项,展览总面积1.59亿平方米,同比分别增长6.53%和2.5%。

二是区域集聚特征显著。东部地区举办的经贸类展会数量及其展览面积占全国比重均超六成,京津冀、长三角、珠三角三大区域贡献了全国53.85%的展会数量和62.48%的展出面积。同时,中部和西部地区展会数量增速较快,分别同比增长11.51%和14.94%。

三是数字化、绿色化转型成效显著。人工智能、数字孪生等技术快速迭代,为展览业数字化水平提升注入强劲动能。光伏、雨水回收、能耗监测等绿色技术加速普及。

四是国际化水平持续提升。中国贸促会主办的中国国际供应链促进博览会(简称“链博会”)境外参展商占比从首届的26%上升至第三届的35%。2025年,中国共有28个展会入选UFI全球商展100大榜单,居全球第二。截至2025年底,经UFI认证的中国会员单位增加至258家,居全球首位。

五是市场化水平不断提升。各地政府进一步转变职能,积极支持展览业市场化转型。2025年全国办展面积前100位展会中,政府主办展会数量占比下降到18%。

六是国家级大型展会平台充分发挥对外开放重要窗口作用。第三届链博会共吸引75个国家和地区参与,创新成果集中亮相,产业链协同效应更加凸显,已经成为举世瞩目的国际经贸盛会,“链接世界、共创未来”的“链博品牌”越擦越亮,为全球产业链供应链合作注入强大动力。此外,大阪世博会中国馆圆满成功,累计接待全球观众近200万人次,是最具特色、最具人气的展馆之一,来自90多个国家和地区280多位政要和知名人士到访参观,首次荣获国际展览局颁发的最高奖项——大型自建馆展示金奖,实现中国参展海外世博会历史性突破。

《报告》显示,出国展览呈现出“总体平稳、结构优化”的特征。

一是项目数量延续增长态势。2025年中国贸促会牵头审批全国70家组展单位赴57个国家参展办展1259项,展会数量同比增长7.98%。

二是区域结构不断优化。赴亚洲和西欧地区参展企业数量最多,占比分别为44.25%和19.36%。拉美及加勒比地区以及非洲地区表现较为突出,参展企业数分别同比增长27.65%和16.88%。从国别分布来看,德国、俄罗斯、阿联酋、美国、日本是中国企业海外参展前五大目的地,参展企业总数占比为44.82%。

三是行业结构持续优化。机械、交通运输物流是中国企业海外参展办展项目数量最多的行业,项目数占比分别为15.6%和11.9%;消费品行业项目数量占比由2024年的5.1%提升至7.2%,增长势头较为突出。

四是自办展经济效益大幅提升。出国自办展实际成交额大幅增长19.09%,场均成交额同比增长14.16%。

图片新闻



1月22日,2026年中国会展经济国际合作论坛(CEFCO)在武汉举办。在成果发布环节,中国贸促会与国际展览业协会(IAEE)、国际展览与项目协会(UFI)、独立组展商协会(SISO)、国际大会及会议协会(ICCA)四家国际会展组织续签合作协议。(论坛组委会供图)

## 中外会展业决策者“对话未来”

■ 万泽玮

1月22日上午,2026年中国会展经济国际合作论坛(CEFCO)举行第一场全体会议,主题为“对话未来:产业变革下会展业决策者的战略抉择”。在中国贸促会展览管理部副部长章书婧的主持下,中外会展业决策者共同探讨产业变革时代会展业发展的战略抉择。

德勤中国首席经济学家许思涛表示,世界经济形势加速转变,人工智能深入发展,要求在全球治理领域实现更高水平的国际合作。会展经济作为连接产业与全球市场的枢纽,预计将继续保持中高速增长,发展前景广阔。

“会展经济近年来取得较快发展,对于我们来说是一个绝佳的机会,但同时也意味着‘和人脱节’的风险。”英国DMG展览公司首席执行官杰夫·迪金森提到,为了应对数字时代的冲击,会展业应从传统的重视利润的模式转型为内容优先,通过组织高质量的展览活动,提升

参与度和情绪价值,把吸引来的参展客户“留下来”。

英国柯莱睿展览公司亚太区首席执行官兼新加坡展会主办方及供应商协会主席理查德·爱尔兰介绍,新加坡会展业复苏势头稳健,近年举办的一系列展会都取得了良好的效果,并带动酒店、零售、交通等配套产业的发展。此外,新加坡会展业还积极推动绿色转型,推出可持续发展地图,引导行业企业走可持续发展道路。

“会展行业是一个互联互通的生态系统,各家企业和客户、供应商们共同创造价值。”独立组展商协会首席执行官文森特·波利托说,会展业生态系统的建设将为参与者带来更多机遇,尤其是为中小型企业提供市场接入、创新与合作机会。他呼吁,会展行业要主动抓住变革当中的机遇,不仅适应变革,更要参与和塑造变革。

上海新国际博览中心总经理迈克尔认为,会展行业是一个“把人聚集在一起”的平台,应注重持续改进

而非标新立异,通过优化运营效率、提升空间品质、明确内容导向,实现长期价值。他提醒,创新应服务于清晰的目标,技术应用需切实提升参展与观展体验,而非流于形式。

“我们不能仅仅出租场地,而是应该精心设计产业链的链接剧本,主动促成上、中、下游,大、中、小企业产学研用之间的化学反应。”中国国际展览中心集团有限公司董事长林舜杰提到,中展集团从2023年开始独家承办中国国际供应链促进博览会,通过“链”式思维展现企业在全球产业链上的坐标,链接上下游伙伴和场景,取得了良好的展示效果。展会是一个可持续的跨界的经济体、技术、AI和数据不只是工具,更是重塑会展价值的内核。未来,应通过技术整合和生态协作,推动会展生命周期从线下延展到可持续的线下协作网络,让数据成为展商、观众共创价值的核心资产。

## 洞察全球会展新变局 共绘行业发展新蓝图

■ 傅志辰

1月23日,2026年中国会展经济国际合作论坛(CEFCO)第二场全体会议在湖北武汉举行。来自权威机构和行业协会的会展业专业人士围绕“全球会展新变局:趋势洞察与未来前瞻”的主题,立足全球会展业格局的深刻调整,分享全球主要会展市场最新变化,主要数据和未来趋势,为行业从业者把握发展主动权提供方向和指引。

国际展览业协会首席执行官柯世祺分析了2025年全球会展业发展情况和2026年的展望。他表示,截至2024年底,全球室内展览总面积为4430万平米,亚太地区以1690万平米的展览面积位居全球首位,欧洲以1610万平米位列第二位。在场馆数量方面,欧洲、亚太、北美分别有520个、449个、372个场馆。中国在全球展览市场上占据重要地位,其场馆承载力占全球总量的30.9%,占亚太地区的81%。2026年,全球会展业将呈现重视人际连接与信任、不确定性成为常态、体验与互动价值提升、人工智能与数据技术应用增加、可持续性成为核心议题的五大趋势。

作为全球最重要的会展市场之一,美国会展行业的发展情况备受瞩目。国际展览与项目协会总裁兼首席执行官费雯表示,商务会展行业对美国经济发展至关重要,美国B2B展览取得了1650亿美元销售额,创造了260万个就业岗位。同时,美国参展商参与度较稳定,展会利用率较高。2026年,美国会展业可能存在十个趋势,分别是:地缘政治影响加剧;本地化市场重要性增长;政策法规成为运营关键变量;成本压力影响参展商参与度;建立信任成为线下展会核心价值;移动设备普及促进创新互

动;人工智能审慎应用;数据系统整合成为提升决策效率的必然要求;可持续发展转变为市场刚需;年轻一代参会者更注重成本效益与务实价值。

德国经济展览委员会(AUMA)政策、法律和可持续发展负责人西尔维娅·鲍尔迈斯特同样认为,人工智能技术应用和可持续发展是未来会展行业的关键词。她说:“人工智能正在重塑会展运营模式,通过智能推荐、多语言交互和沉浸式体验提升参展效率与参与度,而可持续发展已成为行业不可回避的责任与机遇,需通过量化碳足迹等方式推动绿色转型。”

近年来,亚太地区会展业持续高速发展。亚洲展览会议协会联盟(AFECA)主席林烨成提到,东盟地区展馆容量持续增长,为区域会展业提供了硬件支撑。此外,会展行业正面临从传统模式向深度体验与价值创造的关键转型。展会需从单一的展品陈列转向故事化叙述与沉浸式互动,以提升参与度与记忆度。主办方还需构建数据驱动的精细化运营体系,通过精准的观众分析与买卖双方匹配,实现可衡量的投资回报。

随着共建“一带一路”倡议进入高质量发展新阶段,中亚国家成为中国会展业新的热点市场。乌兹别克斯坦工商会主席阿利舍尔·沙伊霍夫介绍,乌兹别克斯坦会展业正致力于将展会转型为促进思想交流、文化连接与能力合作的“新丝绸之路”平台。为提升会展价值,可构建全天候运营平台,在实体展会结束后,利用数字化沟通工具持续跟进、促成交易并维持社群互动。

同时,展会应整合全价值链服务,包括适配的物流解决

方案、法律与合规咨询、金融科技支付以及绿色标准对接等,切实帮助国际企业在中亚市场发展。乌兹别克斯坦还拥有活跃的初创企业与数字技术应用场景,在人工智能技术应用方面存在广阔合作空间。

“印度已成为亚太地区会展业的新兴市场。”印度展览业协会主席苏拉吉·达万表示,印度拥有优良的会展基础设施和服务供应链,营商环境不断优化,印度展览业协会期待与中国企业一起,合作开发制造业、数字消费等领域的专业展会,助力中国企业实现全球化布局。

关于中国会展市场2025年的发展状况和2026年的发展预期,中国贸促会展览管理部副部长邬胜荣表示,中国会展市场在2025年呈现出稳中向好的高质量发展态势,国内展览数量与面积均创历史新高,区域集聚特征明显,数字化与绿色化转型成效显著,国际化与市场化水平持续提升。出国展览保持平稳增长,结构进一步优化,企业对新兴市场和自办展热情高涨。展望2026年,中国会展业将在现代化产业体系建设中发挥更突出的创新平合作,在引领新消费、创造新场景方面展现更强效能。中国市场的持续开放与创新发展,将为全球会展业注入稳定增长动力。

中国贸促会展览管理部副部长章书婧认为,尽管面临全球经济的不确定性和地缘政治的挑战,不同地区的展览市场在2025年都呈现出不同的发展态势,但总的来说,国际会展业依然欣欣向荣、可圈可点。“2026年,会展业仍将在调整中前进,找到新的发展路径,前景可期。”