

会展智加说

会展文旅融合赋能资源特色型城市经济跃升

■ 张楚涵



作者简介
上海文旅商体展深度融合发展的理论框架、国际经验借鉴与模式创新研究(2025BJJC027)课题组成员

当前,会展业与文旅产业的深度融合,正成为推动我国城市经济发展、促进消费升级的重要引擎。对于会展业而言,文旅资源禀赋突出的资源特色型城市而言,“会展+文旅”不能只是简单的业态叠加,而是能够产生乘数效应的系统性产业变革。笔者基于国内多个城市的实践案例,系统梳理会展文旅融合的内在逻辑、典型路径与经济效益,为资源特色型城市依托融合发展实现经济跃升提供参考。

基于对国内多个二三线城市资源特色型城市的实地调研,结合城市资源禀赋与产业基础的差异,笔者将会展文旅融合的实践路径归纳为四种典型模式,不同类型的城市可结合自身优势选择适配路径,推动融合发展落地见效。

文化驱动型 以独特文化资源塑造会展品牌

历史文化资源丰富的城市,可将本土特色文化IP转化为会展领域的差异化竞争优势,实现“文化赋能会展,会展传播文化”的双向赋能。昆明依托“春城”城市IP和多元民族文化优势,在中国国际旅游交易会举办期间,同步推出“昆明文旅推介周”活动,将展会平台与石林、滇池等知名景区有机结合,构建“以展带旅、以旅促展”的良性发展格局。同时,充分发挥斗南花卉市场的产业与文化双重优势,举办亚洲花卉产业博览会,打造“花卉+会展+观光”融合发展模式,让游客在参观展会之余体验鲜花采摘、花艺制作等沉浸式活动,形成独具特色的会展消费体验,让文化IP成为会展品牌的核心标识。

生态资源依托型 以自然禀赋拓展会展空间

拥有特色生态资源的城市,可立足自然禀赋打造特色会展IP,通过“展览带动旅游,旅游促进展览”形成生态与会展融合的正向循环。哈尔滨以独特的冰雪文化和欧陆风情为核心,打造了全球知名的四大冰雪盛典之一的哈尔滨国际冰雪节。当地以此为基础,持续推动冰雪文化与会展经济的深度融合,举办寒地博览会、冰雪美食节等专业展会,打造“冰雪论坛+冰雪赛事+冰雪观光”的复合型会展活动体系。参会客商在开展商务活动的同时,能够沉浸式欣赏冰雪大世界、索菲亚教堂等标志性景观,体验独特的北国冰雪风情,真正将生态优势转化为会展发展的空间优势,让特色生态成为会展经济的天然载体。

产业基底支撑型 以特色产业筑牢会展根基

产业基础扎实、特色产业突出的城市,发展会展经济的核心路径在于将会展活动与地方特色产业深度绑定,形成“展会为产业搭台,产业为展会赋能”的良性循环。临沂立足本地五金、建材、医药、食品、木业等特色优势,实现产业与会展的同频共振。其中,木博会自2024年起由政府主办转为市场化运作,成为山东省展会市场化转型的成功案例之一。在《2024年度中国展览数据统计报告》展览业综合指数榜单中,临沂位列全国地级市第二位,充分证明特色产业能够为会展发展提供坚实的产业根基和客源支撑。

多元业态融合型 以场景创新激活消费潜力

各类资源禀赋兼具的城市,可打破会展、赛事、文旅的产业边界,通过“会展+赛事+文旅”的多元融合,创造全新的消费场景和体验模式,实现流量的集聚与留量的转化。泸州2025年国庆中秋“双节”期间的实践颇具代表性,当地将酒博会与银河左岸音乐节深度融合,打造“展会+展演”融合场景,音乐节连开三天吸引15万年轻乐迷参与。音乐节场外还设置“微醺泸州”体验区,组织泸州老窖、郎酒等16户本土酒企花式出摊,推出传统白酒调制的鸡尾酒、白酒咖啡等多元化产品,让年轻群体沉浸式体验中国白酒文化。这种“展会+展演+消费”的融合模式,成功将展会的“流量”转化为城市消费的“留量”,活动期间带动当地消费6.49亿元,同比增长37.6%。

从上述案例可以看出,会展与文旅的融合发展,对资源特色型城市的经济促进

作用是多维度、全方位的,不仅能够拉动即时消费,更能推动产业升级、塑造城市品牌、创造就业机会,为城市经济高质量发展注入持续动力,主要体现在以下四个方面。

其一为直接带动效应,精准拉动消费规模增长。会展融合能够直接撬动本地消费市场,一方面,展会期间的餐饮、住宿、交通、商贸等领域形成大规模即时消费;另一方面,文创产品、地方特色纪念品等商品的销售进一步延伸消费链条,形成持续消费效应。那台2025年国庆中秋“双节”期间,围绕会展与文旅融合推出218场促消费活动,累计实现销售额32.8亿元,同比增长38.5%,客流量突破756万人次;2025湖北“潜江龙虾”产业博览会首次采用“电竞+非遗”“科技+文旅”跨界联动形式,举办电竞嘉年华、非遗展演、烹饪技能大赛等12项配套活动,展会期间共签约项目65个,直接实现产业交易与消费拉动的双重成效。

其二为产业联动效应,推动全产业链协同发展。会展业具有高产业关联性,其发展能够直接带动酒店、餐饮、运输、物流、广告、展台搭建等上下游相关行业的成长。与此同时,文化创意、数字内容、非遗传承等文旅相关产业,借助展会平台获得全国性的曝光机会,加速其商业化、产业化进程。怀化五溪非遗园借助当地各类会展活动的客流优势,通过VR技术重现侗锦纺织、土陶制作等传统技艺,打造沉浸式非遗体验场景,仅假期期间营业收入就达22.76万元,既实现了非遗文化的活态传承,又借助会展流量实现了产业价值转化,同时带动周边餐饮、文创等相关业态发展。

其三为品牌增值效应,塑造差异化城市品牌形象。优质的会展活动是城市形象的立体展示窗口,能够提升城市的知名度和美誉度。鹤壁通过打造“赛事引流、文博

搭台、文化唱戏”的会展文旅融合新范式,将全国匹克球锦标赛等赛事与本地文博资源、封神文化深度结合,让“诗画鹤壁·封神之地”的城市品牌愈发深入人心,城市文旅吸引力和会展竞争力同步提升,实现了城市品牌价值持续提升。

其四为创造就业机会,培育多元化就业创业载体。会展与文旅的融合发展,能够直接创造大量线下就业岗位,涵盖展会组织、导游讲解、餐饮服务、酒店管理、现场运营等多个领域。同时,融合发展催生的直播电商、沉浸式演艺、文创开发等新业态,为大学生、返乡青年等群体带来了丰富的创新创业机会。湖北省竹山县依托当地绿松石特色产业,举办“竹山绿松石·世界吉祥玉”抖音电商直播大赛,创新“统一背书、自主运营”的发展模式,吸引全国数百名主播参与,在拉动绿松石线上销售的同时,培育了一批本土直播达人,全年累计培育电商人才750人次,为当地产业发展储备了专业人才。

会展业与文旅产业的融合发展,是资源特色型城市扩大消费规模、优化经济结构、提升城市核心竞争力的关键路径。国内多个城市的实践证明,会展文旅融合能够实现客群重构、时间延伸、体验深化等多重效应,不仅能有效拉动直接消费,更能带动相关产业协同发展、塑造差异化城市品牌、创造多元化就业机会,让两大产业从简单叠加的“1+1=2”升级为协同赋能的“1+1>2”。

在笔者看来,资源特色型城市应进一步挖掘本土特色资源优势,结合自身禀赋选择适配的融合发展路径,持续创新融合模式、丰富消费场景、完善配套服务,推动会展与文旅产业高质量协同发展。唯有如此,才能让会展文旅融合真正成为激活区域经济、赋能城市发展的重要力量,助力资源特色型城市实现经济的质变与跃升。

智变会展·项目篇



昕恒泵业“链”接合作与创新

■ 万泽玮 刘馨蔚

“我们作出参展的决定,核心就是看中了链博会‘以链为媒,生态聚合’的独特价值。”当被问及参加中国国际供应链促进博览会的缘起时,广州市昕恒泵业有限公司(以下简称“昕恒泵业”)董事长江劲松表示,作为深耕流体机械领域的国家级专精特新“小巨人”企业,昕恒泵业的产品广泛应用于电力、钢铁、石油、化工、核电等多个领域,急需一个能精准链接全球产业链上下游的高端平台,而链博会覆盖的先进制造链、清洁能源链等六大链条,与昕恒泵业产品的目标应用场景高度契合。

“在全球供应链重构的背景下,希望借助这一国家级平台,深化与国内外头部企业的合作,同时拓展海外市场渠道。”江劲松坦言,链博会吸引昕恒泵业的特质主要有三点:一是独特的全产业链展示,让企业能清晰地找到自身在供应链中的定位,高效对接匹配伙伴;二是专业观众的含金量高,汇聚大量行业龙头、采购商和科研机构,交流精准度远超普通行业展会;三是平台的权威性与国际化视野,能让企业同步掌握全球产业技术趋势和市场需求变化。

昕恒泵业参加了第二届、第三届链博会。江劲松提到,通过两届参展,昕恒泵业累计达成20余项合作意向,其中3项已落地为正式订单,涵盖石油化工流程泵、高效节能泵等核心产品,总金额超500万元,合作客户包括多家国内大型能源集团和共建“一带一路”国家的工业企业。

江劲松介绍,在参展过程中,昕恒泵业的研发检测能力、130余项专利技术以及服务五大电力集团、宝武集团、中石油、中石化等巨头的案例也得到充分展示,显著提升品牌在全球工业泵领域的知名度。特别是与国际头部企业同台参展,让昕恒泵业的行业影响力从国内延伸至海外,其海外咨询量较参展前增长了2倍。

参加链博会还为昕恒泵业带来了“意外之喜”。江劲松提到,在链博会结束后,通过主办方搭建的参展商联盟平台,昕恒泵业又对接上3家原本未在展会现场碰面的企业。此外,多位行业专家在参观后主动提出技术交流邀请,为公司后续的产品升级提供了重要思路。

“链博会的交流见闻给我们带来了多维度的创新启发。技术迭代上,借鉴国际同行的智能化经验,我们在原有产品中融入远程监测、故障预警功能,产品附加值提升约10%。商业模式上,我们推出‘泵产品+全生命周期服务’的一体化解决方案,这一调整正是源于链博会上下游企业的深度沟通,目前该模式已为公司带来了稳定的服务收入。”江劲松表示。

目前,昕恒泵业已确认参加第四届链博会。江劲松谈及继续参展的三点核心动力:一是链博会的生态日趋成熟,能持续为昕恒泵业带来高质量合作机会;二是前两届积累的合作伙伴希望通过展会深化合作;三是链博会国际化程度不断提升,能够帮助企业进一步开拓制造业市场,进一步巩固昕恒泵业在细分领域的技术优势。

对于新参加链博会的企业,江劲松建议,应提前梳理自身在产业链中的核心优势,针对性准备展示内容,让专业观众快速得到核心价值;充分利用主办方的展前配对系统,提前锁定目标伙伴和合作伙伴,提高展会沟通效率;多关注跨链条的潜在机会,展开跨界合作;重视展会后的跟进对接,借助参展商联盟等平台,延续合作洽谈的热度。

“祝愿链博会越办越精彩,持续成为链接全球资源、赋能产业升级的核心平台,让更多企业共同书写全球供应链合作的新篇章!”采访最后,江劲松为链博会上祝福。

连续三届深耕链博会平台 共谋中德经贸合作新机遇

■ 本报记者 钱颜

中国国际供应链促进博览会作为高水平开放合作平台,吸引了众多跨国企业持续参与。德国企业WOLQE GMBH自首届链博会起便积极参展,每一次参展都能收获意料之外的成长与机遇,三届历程不仅见证了链博会的发展,也夯实了自身在华发展根基。近日,WOLQE GMBH相关负责人接受中国贸易报记者专访,详解连续参展的深层原因,分享在链博会平台的合作成果与发展感悟。

谈及最初决定参与链博会的原因,WOLQE GMBH负责人直言,是被链博会的独特价值与切实保障双重吸引。“一方面,链博会作为高水平开放平台,具备前瞻性与全球影响力,能够汇聚产业链关键资源;另一方面,各地贸促机构、地方政府的细致对接,为我们搭建了高效务实的合作网络。”

WOLQE GMBH通过参加链博会及时、系统地了解中国各地的产业特色、投资环境与发展方向。“链博会为我们创造了与多家头部央企、国企负责人面对面深入交流的机会,有效推动了多项商务洽谈与合作意向的达成。”WOLQE GMBH负责人表示,“这为我们后续在华业务布局与战略规划提供了极具价值的参考。链博会不仅是信息窗口,更是实实在在的合作桥梁,为我们扎根中国、联动产业链上下游提供了重要支撑。”

第三届链博会上的一场专题分享,成为最让WOLQE GMBH负责人难忘的“意外之喜”。当时,WOLQE GMBH特

品+全生命周期服务’的一体化解决方案,这一调整正是源于链博会上下游企业的深度沟通,目前该模式已为公司带来了稳定的服务收入。”江劲松表示。

目前,昕恒泵业已确认参加第四届链博会。江劲松谈及继续参展的三点核心动力:一是链博会的生态日趋成熟,能持续为昕恒泵业带来高质量合作机会;二是前两届积累的合作伙伴希望通过展会深化合作;三是链博会国际化程度不断提升,能够帮助企业进一步开拓制造业市场,进一步巩固昕恒泵业在细分领域的技术优势。

对于新参加链博会的企业,江劲松建议,应提前梳理自身在产业链中的核心优势,针对性准备展示内容,让专业观众快速得到核心价值;充分利用主办方的展前配对系统,提前锁定目标伙伴和合作伙伴,提高展会沟通效率;多关注跨链条的潜在机会,展开跨界合作;重视展会后的跟进对接,借助参展商联盟等平台,延续合作洽谈的热度。

“祝愿链博会越办越精彩,持续成为链接全球资源、赋能产业升级的核心平台,让更多企业共同书写全球供应链合作的新篇章!”采访最后,江劲松为链博会上祝福。

GMBH负责人也同首次参展的企业分享了三条建议。

第一,充分借力平台优势,做足会前准备。链博会不仅是产品展示的窗口,更是政策、产业、企业多层次对接的枢纽。建议提前研究展会议程、重点展区及参与的地方产业板块,明确自身需求,有针对性地设定对接目标。

第二,主动把握地方产业机遇,深化产业链对接。各地贸促机构及地方政府在链博会上往往会系统介绍区域产业优势与招商政策,这是了解中国不同地区发展重点的宝贵机会。建议积极参与相关推介活动,主动“链”接潜在合作伙伴,尤其是与自身业务契合的上下游企业。

第三,重视交流与关系建立,不局限于即时成交。链博会是建立长期信任、获取行业动向、拓展人脉资源的重要场合。即使未在展会期间达成具体合作,有价值的行业信息与初步联系也常为后续业务落地奠定基础。

对于链博会的未来发展,WOLQE GMBH满怀期待与祝福。“愿链博会持续提升平台功能,汇聚全球更多元的产业力量,成为连接中国与全球产业链、供应链的高水平合作平台。也期待平台深化‘展链结合、以展促链’的特色,推动更多跨区域、实质性的产业协同与国际合作,为全球产业链的稳定创新注入持久动力。我们也将继续深度参与链博会,与全球伙伴共同推动产业链协同发展。”WOLQE GMBH负责人说。

雅森北京展:五大核心板块发力 助企破局

■ 兰馨

在新能源渗透率持续攀升、消费升级加速、全球化竞争加剧的行业新格局下,第38届中国国际汽车服务用品及设备展览会暨中国国际新能源汽车技术、零部件及服务展览会(CIAACE,以下简称“雅森北京展”)立足产业风口、紧扣升级需求,聚焦新能源、改装消费、全球出海、新质生产力、商业对接五大核心板块,将于3月13日至16日在北京·首都国际会展中心(顺义新国展二期)举办。

作为行业唯一获得国际展览业协会(UFI)认证、商务部重点支持的汽车后市场全产业链国家级展会,本届雅森北京展展览规模超20万平方米、汇聚6900余家全球品牌,展出89000余件前沿展品,锚定行业开年第一展定位,凭借权威平台的引领价值与全维度赋能能力,为中国汽车后市场高质量发展注入强劲动能。

锚定万亿赛道 构建新能源后市场引领生态

新能源汽车产业的爆发式增长,催生了万亿级后市场刚需。截至2025年底,我国新能源汽车保有量达4397万辆,渗透率升至47.9%,专业规范的售后服务已成为行业发展的核心命题。雅森北京展布局新能源赛道,着力打造新能源汽车后市场服务新生态,全面覆盖供应链、终端维修、技术培训全链条需求。

展会同期将举办新能源汽车供应链大会、维修生态大会、诊断师大赛等重磅活动,推出三电安全实操、检测维修公开课等;德赛西威、科世达等头部供应链企业,以及AI+机器人领域龙头企业将集中亮相,12省20家头部新能源维修机构也将同台竞技。通过技术融合、资源协同、标准共建,雅森北京展将帮助企业破解新能源转型难题,助力终端服务能力向专业化、规模化升级,助力行业抢占万亿赛道发展先机。

激活消费新潮 树立改装产业规范化标杆

2025年汽车改装政策规范化落地,推动改装产业迎来“大众消费”新时代。雅森北京展紧扣政策导向与市场趋势,特设改装专区、二次元痛车专区、越野阵等特色展区,集政策研讨、技术交流、商业对接、文化展示于一体,经典车型与潮流改装作品将同台亮相。同时,展会将举办改装产业大会、创新论坛、评选大赛、越野表演赛等系列活动。从新能源轻改、潮流汽美到越野升级,展会全方位覆盖改装产业链,联动头部机构开展招商对接与技能赛事,推动改装产业从小众潮流走向大众消费,以平台之力规范行业发展,激活个性化消费新动能,为改装企业搭建起品牌展示、渠道拓展、文化传播的优质舞台。

链接全球资源 搭建企业出海全链条桥梁

全球化已成为中国汽车后市场企业的重要发展方向。雅森北京展依托自身国际

化平台优势,联动20余个国家驻华使馆与贸易机构,举办中美汽车产业交流会、斯洛伐克投资贸易推介会等活动,为企业开拓欧盟、美洲市场提供政策解读与资源对接支持。同时打造跨境电商专题论坛,邀请亚马逊、eBay等主流平台嘉宾,分享TikTok运营、独立站搭建、数字营销等出海实战经验。

展会期间,新能源供应链大会暨出海论坛将聚焦全球布局、生态重塑与发展路径,为中国汽后企业出海提供前瞻指引。从市场对接、平台赋能到策略指导,雅森北京展构建起全链条出海服务体系,助力中国汽后企业打通国际渠道,推动优质产品与服务走向全球,提升中国汽后产业的国际竞争力。

聚焦新质生产力 筑牢技术人才双引擎

新质生产力与高素质人才,是汽车后市场可持续发展的核心驱动力。雅森北京展深度融合技术创新与实战技能,打造行业赋能标杆平台。在技术创新层面,雅森北京展将举办AI驱动汽车技术创新研讨会、AI赋能智能制造论坛、智能座舱生态创新大会等活动,汇聚比亚迪、长城、一汽、大众、吉利、蔚来、特斯拉等主流车企,以及火山引擎、面壁智能等科技企业,共议大模型、智能制造、视觉质检、预测性维护等前沿应用,数智化柔性钣喷修复超级产线也将在展会期间全球首发,展现产业智能化升级新图景。

在人才培养层面,第八届中国汽车诊断师大赛、第十届全国汽车服务技能大赛等国家级赛事将同步举办,树立行业技能标杆,为一线技师搭建成长晋升通道,并通过技能竞赛、专业培训、经验交流相结合的方式,强化行业人才储备。以技术引领与人才赋能,为企业发展注入核心动力,雅森北京展推动汽车后市场向智能化、专业化、高端化转型。

精准商贸对接 激活产业增长新动能

作为汽车后市场开年首个核心商贸平台,雅森北京展聚焦企业核心需求,汇聚品牌闭门会、招商发布会、精准采购对接会等高频高效活动。SONAX全国代理商会议、远良经销商会等战略会议将凝聚行业共识,加倍新品、鸿湖智能调光天幕等前沿产品将集中发布,KA采购对接会将助力供需双方精准匹配。

此外,展会还打造“一站式”选品、全年度规划、高效率合作的专业场景,既是品牌招商拓客、渠道研判趋势的核心阵地,也是采购商完成采购、布局未来的首选平台。通过高效链接产业链上下游,降低企业合作成本、提升对接效率,雅森北京展已成为行业年度商业决策与趋势发布的核心,为产业高质量发展持续赋能。