

会展智咖说

从大都新春庙会看会展业的融合创新之路

■ 魏明乾



作者简介
北辰集团副总经理、北京国际会议展览业协会理事长

会展业是链接供应链、激活消费、传递文化、展示城市形象的重要窗口，更是推动经济高质量发展、深化国际消费中心城市建设的抓手。2026年春节期间，在北京国家会议中心二期举办的首届大都新春庙会，主办方北辰集团依托顶级会展场馆资源，突破传统庙会局限，打造沉浸式、多元化消费场景，为会展行业赋能消费升级、推动文旅融合深度融合提供了可复制、可推广的实践样本。

北京作为全球唯一“双奥之城”，积淀了深厚的文旅体育资源；冬奥区域坐拥国

家会议中心、鸟巢等高端会展与体育载体，配套新奥购物中心、北辰茶等完善商业设施，集聚会展、文旅、体育、商业等多元要素，是文旅融合发展的绝佳空间。北辰集团充分发挥这一区位优势，依托自身在会展策划、运营、组织等方面的专业积淀，将成熟的专业办展能力转化为节庆活动运营效能。活动在北京市委、经信局、商务局、文旅局、科协等多部门指导下，整合300余家各领域优质展商及市属国企资源，构建“逛、赏、品、购、娱、体”一站式消费闭环，有效将人流转化为现金流、将活动热度转化为实际消费力。数据显示，本届庙会7天累计接待市民及游客近15万人次，带动冬奥区域消费超3300万元，占区域消费总额近四成，成为北京春节文旅市场的标杆性活动。

创新是会展业发展的核心动力，也是大都新春庙会区别于传统庙会的鲜明特质。本次庙会坚持“文化为魂、会展为核、商业为体、体验为要”的理念，以创新破局，推动庙会实现三大跨越，构建全维度沉浸式消费新场景。

一是突破场地局限，实现从“露天粗放”到“室内精致”的升级。依托6万平方米室内恒温空间，摆脱传统户外庙会受天气影响的困扰，以会展精细化运营理念贯穿庙会全流程，打造兼具“中国味、科技感、国

际范”的消费场景，让市民游客在舒适环境中感受新春氛围与多元文化。六大专题展区涵盖传统民俗、国潮非遗、欢乐科技等多元内容。京绣、景泰蓝等非遗技艺现场展演，传承中华文脉；AI全家福、高铁模拟驾驶舱等互动体验项目，满足全年龄段游玩需求；大都书房等特色业态凭借独特定位蝉联桂冠，真正实现了文化传播与消费体验的双向赋能。

二是打破业态壁垒，实现从“单一消费”到“全域协同”的跨越。破解传统节庆“孤岛式”消费困局，创新推出“票根经济”数字化模式，联动奥林匹克中心区冰雪季活动及20余家周边商户，通过“冬奥圈”“北极星”小程序，将庙会门票转化为覆盖“吃住玩购娱”的数字化权益包，为商户带来超30万元直接增量收入，推动区域消费整体跃升。同时，联动京津冀冀鲁23个火车站开展宣传，吸引京津冀地区游客占比超50%，助力区域消费协同发展；邀请22个国家驻华使馆、15家国际组织及600余名国际留学生参与，展示各国特色商品，促进国际文化交流，彰显首都国际化魅力。

三是强化数智赋能，实现从“经验运营”到“精准管控”的转型。依托主办方自主建设的数据监测分析平台，拉通庙会宣发、票务、消费、安防等全链路数据，通过热力图实时预警人流、AI大模型精准分析客

流画像，在保障近15万人次安全有序参观的同时，精准匹配供需关系、持续优化消费体验，彰显了现代会展运营的专业水准。

本次大都新春庙会的成功举办，不仅是探索“会展+”融合模式的一次生动实践，更实现了从“场地租赁”到“自主IP运营”、从“单一展会”到“文旅融合”、从“满足既有需求”到“主动创造消费新场景”的深刻转变，为会展行业高质量发展开辟新赛道提供了有益尝试。实践证明，唯有立足市场需求、坚持创新驱动，推动会展与多元业态深度融合，才能充分释放会展产业的辐射带动效应，实现“文化引流、消费转化、品牌增值”的良性循环。

会展兴则产业兴，消费旺则城市旺。当前，我国经济正迈向高质量发展阶段，文旅融合已成为激活内需、提升城市活力的重要路径。作为会展产业链全链条企业，主办方北辰集团将以本次大都新春庙会为契机，系统总结实践经验，积极推广有效做法，聚焦五大重点方向，持续深耕“会展+”生态圈，为首都经济高质量发展贡献力量。

一是深化协同联动，构建融合发展新格局。依托亚奥商圈发展促进会（联盟），联动政府机构、行业协会、国企民企等多元主体，搭建协同合作平台，以会展为核心枢纽，深度链接商业、文旅、体育、科技等业态，打破行业壁垒，实现“全域联动、互利共赢”。

二是拓展场馆价值，打造多元消费新载体。依托国家会议中心、首都国际会议中心等高能级场馆，探索“多业经营、合作经营、品牌经营”模式，推动会展业从单一场馆运营向生态化发展转型，拓展场馆体验功能，策划举办高品质文化、体育、时尚活动，提升资源利用效率与综合效益。

三是深化模式创新，推动流量价值新转化。拓展“票根经济+”模式，设计多元化主题游戏，联动商户推出配套权益，升级“冬奥圈”小程序，推动过境客流、会展客流向深度消费、持续消费转化，实现“流量”到“留量”的跨越。

四是强化IP培育，提升品牌影响力新高度。立足自身综合优势，在做好重大活动服务保障、会展场馆综合体运营管理、重大展览项目主办等传统业务的同时，持续运营“8·8国际潮玩节”“国会国韵”音乐会等成熟IP，重点打造“大都”自有会展子品牌，推动会展活动系列化、品牌化发展，实现从“流量变现”到“价值深耕”的跨越。

五是加快数智转型，输出行业发展新标准。推动人工智能会展生态联盟建设，完善政产学研用全链条产业生态，依托数字化运营平台实现精细化管理，沉淀大型活动管理标准，对外输出品牌理念、管理经验及智慧场馆、绿色场馆创新理念，打造行业标杆，推动首都会展业高质量发展。

智变会展·区域篇

链动新工业

成都工博会赋能西部产业“跃迁”

■ 兰馨

数字化转型是推动制造业升级的关键引擎。在近期举办的2026成都国际工业博览会（以下简称“成都工博会”）上，众多制造企业聚焦智能制造与绿色转型集中亮相，生动展现出西部地区制造业产业升级的全新发展态势。时值“十五五”规划开局的关键节点，中外制造企业纷纷抢抓战略机遇，加快在西部市场的布局步伐，为区域工业高质量发展注入新动能。

国家统计局公布的数据显示，2025年制造业增加值34.7万亿元，比上年增长6.1%，占国内生产总值的比重稳定在25%左右，制造业规模有望连续16年保持全球第一。“十五五”规划纲要明确提出，要保持制造业合理比重，构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系。业界人士认为，这一重大部署既锚定新质生产力发展前沿赛道，又为我国抢占未来产业发展制高点提供了有力支撑。

激光领军企业同台竞技 赋能西部转型升级

我国激光设备发展已引发业界高度关注。本届成都工博会上，数控机床与金属加工展区的大族激光和拜德激光两大品牌的特展吸引了众多观众驻足。两大国内激光领军品牌同台亮相，既彰显出行业的蓬勃活力，也印证了西南市场已成为激光设备领域的必争之地。

大族激光是成都工博会的常客，此次其激光智能装备集团携全系列激光智能解决方案参展。其中，GPRO高速激光切割机通过优化高速运动中的加速减速及拐角轨迹，显著提升复杂图形切割效率，整体加工效能跃升30%以上。业界人士表示，大族激光的高调参展，既是其深耕西部市场的有力佐证，更是品牌赋能制造业高端化、智能化、绿色化转型的生动诠释。

拜德激光此次亮相特展展位，同样释放出深耕西南市场的强烈信号。作为拥有全球规模最大的激光切割机设备制造车间的企业，拜德激光目前订单量已超出标准产能70%以上，其自动化程度高的高端设备深受市场青睐。其激光切割机产品覆盖1500瓦到20万瓦功率段，还首创行业新品类激光扫描切割机，破解了高反材料切割领域的“卡脖子”难题。

成都工博会上，全球首展的超高速激光切割技术成为全场焦点。这并非单纯的技术“秀”，更是西部制造业向高端化、智能化、绿色化加速跃迁的缩影。

工博会搭台企入川 打造区域服务新标杆

众多企业依托成都工博会这一优质平台，开启了布局西南市场的新步伐，同时着力强化本地服务能力，致力于打造区域产业服务新标杆。湖南蓝天智能物流装备有限公司（以下简称“蓝天智能”）相关负责人周能文表示，今年是该企业首次参加成都工博会，也标志着蓝天智能正式启动西南市场布局战略。

在智能化技术日趋完善的当下，蓝天智能具备强劲的非标定制能力，可针对不同企业的复杂工业场景、个性化需求，整合多系统与多设备打造专属物流方案，尤其适配零部件种类繁多、重量差异大的特殊

工业环境。未来，蓝天智能计划在成都设立办事机构，以中部成熟的自动化技术赋能西部物流产业升级，持续深耕西南市场。

北京亚控科技发展有限公司（以下简称“亚控科技”）则以工业软件为抓手，助力智能制造高质量发展。亚控科技参展人员表示，其“组态王”产品打破了外资品牌的垄断格局，不仅成为国内SCADA软件市场的供应商，更是军工、水利、市政等关键基础设施领域国产化转型的优选合作伙伴。

记者注意到，亚控科技的产品培训区人气高涨。企业采用“地域分支+行业事业部”双轨模式，针对水务、燃气、供热等细分市场打造专属解决方案，深度贴合行业应用场景的实际应用需求。

政策指引赋能转型 企业加码布局本土市场

今年政府工作报告提出，推行普惠性“上云用数赋智”服务，持续加大对中小企业数字化转型的支持，拓展智能制造应用场景，新建一批智能工厂、打造一批智慧供应链。这一部署为制造业企业深耕本土市场、推动产业升级指明了方向，本届成都工博会上，多家企业也释放出加大本土投资、深耕国内市场的积极信号。

全传科技（江苏）有限公司相关负责人表示，中国制造业正加速迈入“全域智能融合”新阶段，企业也正紧跟行业趋势加码布局本土市场。今年是其母公司全球传动科技股份有限公司成立40周年，企业拥有多项产品设计专利，经销网点遍布全球各地。2025年，企业在苏州启动新厂房建设，预计2027年建成投产，届时母公司将迁移核心研发团队至中国大陆，全面提升本土生产与研发能力。这一举措不仅契合国家发展先进制造业的战略部署，也将进一步降低企业运营成本，更好地服务合作伙伴。

深圳深浦电气有限公司则通过密集的线下布局提升市场服务能力。目前该企业已在国内设立近20家办事处，重点深耕西南市场，强化本地需求服务能力，实现对客户需求的快速响应。海外市场布局方面，深浦电气有限公司重点深耕东南亚及俄罗斯市场，其中对马来西亚、印度尼西亚等国家的出口规模较大，对俄罗斯的出口业务也已开展多年，并形成稳定的合作关系。

在业界人士看来，成都工博会不仅是企业展示成果的平台，更是全产业链的创新成果展示与交流平台，有效推动了新技术、新解决方案与实体经济的深度融合，为制造业数字化转型搭建起高效的对接桥梁。

本届成都工博会紧扣四川省优势产业与未来发展赛道，设立四川工业链博展主题展区，下设氢能链博展、轨道交通与新能源工程装备展、零碳工业园区展、未来产业展四大特色展区，精准贴合西部产业发展方向。与此同时，主办方还围绕电子信息、装备制造、数字经济、集成电路等热点话题，同期举办了多场高峰论坛及对接活动，包括“科普荟”跨区域科技交流活动、川渝工业智能数智峰会、“东数西算”赋能工业绿色智能转型峰会等，为行业交流、技术对接、资源整合搭建全链条平台，助力绘就西部工业高质量发展的新图景。

八方展商春潮涌 “织”链全球新生态

——2026中国纺联春季联展诠释中国纺织产业链韧性

■ 本报记者 张伟伦



三月的上海，春潮涌动，向新而行。3月11日至13日，中国纺联春季联展于国家会展中心（上海）举行。本届联展汇聚行业内五大专业展会——中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会（以下简称“2026Intertextile春夏面料辅料展”）、中国国际服装服饰博览会（春季）、中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、中国国际纺织纱线（春夏）展览会及中国国际针织（春夏）博览会，共同构建起覆盖纺织全产业链的综合性行业平台。

本届联展总展出面积达38万平方米，吸引了来自全球30多个国家和地区的逾5000家企业参展，构建起一个集趋势发布、技术交流、商贸对接、智慧交融于一体的超级生态场，为产业链上下游提供了零距离对话的平台。

多元融合 务实对接

本届联展精准把握“金三角”市场黄金窗口期，凭借浓厚的商贸氛围抢占行业开局先机，以务实的对接成果交出一份可感可见的“开门红”答卷。

2026Intertextile春夏面料辅料展特设可持续创新专区、新技术创新空间、数字时尚创新空间、传统色专题文化展区等多个特色展示区，系统性地呈现行业在可持续发展、科技创新、数字转型与文化传承等方面的前沿探索与实践成果。国际展区设置了可持续发展展示区、功能性产品展示区等，全新推出的宠物服饰展示区“萌宠时尚”展示了新型宠物服装及配饰设计。商贸对接区、Intertextile CLUB推出300余组高阶对接活动，涵盖泰国纺织学会采购专场、南美—中东国际贸易采购专场及SHEIN供应链高端线采购专场等多个核心板块，“一对一”“一对多”的精准对接贯穿展会始终。

走进中国国际服装服饰博览会（春季）展馆，一股热浪扑面而来——这热度不仅来自密集的人流，更来自涌动于展位间的热情交流与无限商机。本届中国国际服装服饰博览会（春季）总面积达11.7万平方米，12大专业展区汇聚全球10余个国家和地区的1200余家优质展商，现场呈现超10万SKU，其中90%为新品首发。

33家顶级产业集群与头部专业市场组团亮相，80余场对接会、论坛、发布秀在三天内密集上演。

中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会则以“够舒适，才好睡，愈健康”为核心主张，汇聚近400家国内外优质展商，展出规模超2.7万平方米，呈现一场覆盖全产业链的大家居与睡眠生态盛会。

中国国际纺织纱线（春夏）展览会则汇聚创意花式纱、品质毛纱、奢华羊绒纱、绿色麻纱、流行棉纺、功能化纤、华彩真丝、云纱智联等国内八大专业展区以及国际展区，以差异化视角展现了源头产业的无限潜力。该展聚焦新品发布，从棉麻毛丝到高精尖黑科技，从衣被天下到国防军工，不仅是一场新产品、新技术、新趋势的集中展示，更为全球纺织行业从业者搭建了源头创新交流与协同发展的平台。

中国国际针织（春夏）博览会依托近1.1万平方米的展示空间，集结了近200家针织领军企业。展会期间，山东海阳第九届毛衫艺术节、“濮院毛衫”数字贸易平台海外版等启动仪式，以及第十一届“濮院杯”PH Value中国针织设计师大赛决赛暨颁奖典礼等活动精彩呈现。同步开展2场品牌买家专场、1场海外买家专场及1场渠道商及集群专场商贸对接活动，切实为参展商与专业买家搭建起便捷高效的对接桥梁。

从源头纱线的科技焕新到面料辅料领域的文化可持续，从家居睡眠的健康生态到针织服装的创意绽放，五展联动打通从原料研发、面料设计到成品应用的完整链路，以创新引领、绿色赋能、供需精准匹配为核心，不仅构建了全产业链“多元融合”的创新图景，更汇聚出“务实对接”的商贸热潮，为纺织服装行业稳链、强链、延链提供坚实支撑。

探索前沿“链”接价值

“本届展会汇聚了全球优质面料辅料资源与前沿设计趋势，为宁波服装企业把握市场方向、优化供应链、提升产品竞争力提供了有力支撑。”宁波服装协会代表说。“在观展中，中国企业在高端面料、

功能性面料、新中式面料上的创新令我们印象深刻，特别是产品兼具时尚度与实用性，高度契合哥伦比亚及拉美市场消费升级趋势。”哥伦比亚采购团代表在展会上说。

“作为阿联酋本土玩具制造与供应链企业，此次参展已成功对接多款适配面料，多家合作方的产品完全符合企业需求。目前企业仍在持续拓展更多优质供应商资源。”来自阿联酋的Toys UAE公司负责人在接受记者采访时说。

2026Intertextile春夏面料辅料展以庞大的规模与清晰的布局，全景展现了中国纺织门类齐全、链条完备的成熟体系，构筑起链接全球资源的前沿阵地。展会充分彰显产业集群协同效应。浙江绍兴、海宁许村、湖州、江苏盛泽、福建晋江等以“集团军”形式组团亮相，携优质企业集中参展，全面展示区域产业特色优势与转型升级成果，凸显中国纺织产业集群化发展的强劲韧性与活力。国际展区不仅汇聚了来自韩国、日本、法国、土耳其、意大利、印度以及中国香港、中国台湾等国家及地区的专业展商，也吸引了来自兰精、韩国纺织品中心、北京爱科赛尔认证中心等产业链上下游机构组成的联合展商，带来了全球最前沿的可持续材质、先锋设计理念及国际通行标准，为纺织产业的细分领域注入强劲动能与发展活力。

征程万里风正劲，重任千钧再出发。作为“十五五”开局之年的行业首展，2026中国纺联春季联展以面料、服装、家纺、纱线、针织五展协同发力，以科技创新为引擎，以绿色转型为底色，展示了全球纺织产业的新动态、新趋势和新理念。展会期间，来自百余个国家及地区的专业观众构成的高质量客流持续涌动，在多维对话中实现对行业趋势、供应链资源和新技术的系统把握和商业布局。

面对复杂多变的国际形势与产业升级的迫切需求，中国的纺织从业者必将坚定不移地走高端化、智能化、绿色化发展道路，秉持开放合作理念，畅通内外贸“双循环”，助力构建稳定的全球产业链供应链，为全球可持续发展与开放合作贡献中国力量。