

会展智咖说

从流量聚集到价值深耕：

会展行业的智能变革与转型方向

■ 陈涛



作者简介
富青会展云 创始人兼首席执行官
成都青年宏图信息技术有限公司 董事长

回顾会展行业发展历程，传统运营模式长期囿于流量思维，主办方受人力、物力、技术等多重因素制约，服务边界明显受限，仅能承担“搭台子”的基础角色。究其根本，传统会展运营模式仅停留在场地、展

位、广告位等资源的简单整合与打包输出，通过邀约参展商入驻、吸引观众到场，最终导致行业各方陷入各自为战、协同不足的粗放式运营格局。

在这一模式下，主办方的核心精力集中于展位销售、赞助商招商、现场秩序维护等基础工作，难以再投入资源为每一位参与者提供深度服务。展商只能依靠自有资源拓客，观众则在海量展位中盲目筛选目标，供需匹配充满变数，大量流量被无端消耗，商业价值难以得到真正转化。这虽是行业发展初期的必经阶段，却也成为制约会展行业提质增效、实现长远发展的核心瓶颈。

技术革新： 生产力跃升重构会展服务底层逻辑

随着时代变迁，数字技术与人工智能的飞速迭代正逐步改写会展行业的生产力格局。以往需要投入大量人力完成的信息梳理、需求匹配、精准对接、个性化服务等工作，如今借助大数据分析、AI算法、智能中台等数字化工具，便能实现高效、精准、规模化落地。这意味着，会展行业将彻底摆脱“广撒网、碰运气”的粗放运营模式，不再局限于用统一标准服务所有人，而是能够通过数据画像捕捉个体核心需求，以

个性化方案彰显会展专业价值，推动会展行业从“人海战术”转向“精准作战”，从“流量聚集”转向“价值深耕”。

智变思维： 从粗放流量运营到精细化服务增值

作为深耕会展数字化领域多年的从业者，结合技术赋能实践与行业深度观察，笔者认为未来会展行业将完成两次核心模式转型。

一是从“流量思维”到“精准思维”，从服务展商到服务每一个个体。传统会展的核心逻辑是“卖展位”，围绕展商需求搭建基础场景，而未来的会展模式，将把“人”作为核心服务对象，无论是展商的拓客需求、观众的采购需求，还是行业人士的交流需求，都能被精准捕捉。主办方的角色也将从单纯的场地提供者，转变为全链路服务者，通过数字化手段打通供需壁垒，让每一次参展、每一次观展都能实现价值最大化。目前，富青会展云已将这一思维落地到实际项目中，通过AI算法对展商需求、观众采购意向、企业资质等数据进行深度建模，提前生成精准匹配清单。展前定向推送对接线索，展中智能引导商务会面，展后持续跟进客情维系，彻底告别以往“盲目逛展、随机对接”的低效模式。今年

年初在北京举办的一场展会活动，便直观印证了这一模式的价值。不少参会企业主动到前台请求协助，希望通过“AI供需匹配系统”对接潜在的合作方。他们坦言：“以前只能知道展会现场前排有桌卡的参会者身份，即使这样也无法辨别谁是企业的潜在合作方。现在却能清晰了解会场中与自身业务相关的人员，还能实现精准对接，体验感大幅提升。”

二是从“资源批发”到“服务零售”，从资源售卖到服务增值。

过去，会展主办方主打“批发式”资源销售，将广告位、展位、冠名权等资源打包出售，盈利模式单一、服务附加值极低。尤其在当前宏观经济环境持续渗透会展行业的背景下，越来越多展商面临预算压力，难以承担高额的传统广告宣传费用，传统“批发式”资源售卖模式的局限性愈发凸显。

而数字技术的深度赋能，不仅让会展行业的服务边界不断延伸，更实现了服务成本的显著下降。未来，会展行业将逐步转向“零售式”服务，比如在展会现场的广告屏设置“AI企业匹配服务中心”入口，参会者可通过扫码付费，解锁本次活动中与自身业务相关的潜在合作对象，让商业模式从“流量资源价高者得”转变为“按需付费，为精准洞察结果买单”。

此外，还可基于AI匹配的核心数据，为展商推出按需定制的服务增值包，包括精准获客的潜在客户名单、“一对一”商务对接服务、行业人脉精准推送等；针对观众则提供个性化观展规划、专属采购对接等精细化服务。这一系列举措将单一的资源销售转化为可拆分、可定制、高附加值的精准服务变现，推动会展服务从“走量”转向“提质”，深度挖掘每一位用户的服务价值。

笔者始终坚信，会展行业的本质从来不是简单的场地租赁与人群聚集，而是高效的商业连接与价值传递。按照发展规划，今年，富青会展云已着手联动部分展会主办方，将上述行业观察融入产品研发与实际项目落地中。例如围绕AI技术，把智能供需匹配、数据增值变现等服务深度融入展会全环节，用实践验证行业转型路径，同时探索更适配主办方需求的数字化解决方案。

可以预见，未来的会展场景将实现极致精准与高效共情：企业参展不再是“开盲盒”式的盲目投入，而是每一次参展都能收获切实价值；观众无需耗时逛展，便能快速找到心仪的合作方；主办方不必疲于基础运维，可将核心精力聚焦于价值服务的打造。这并非遥不可及的愿景，而是人工智能技术赋能下，会展行业必然抵达的价值新境。

图片新闻



2026 中关村论坛年会主办方供图

链博老友记

2026 中关村论坛年会举办期间，多款具身智能机器人集中亮相，精准穿针、柔性抓取、协同歌舞、实景作业，让公众直观感受到“物理交互”和“智能决策”的前沿魅力。热闹展演的背后，是我国具身智能产业从技术演示迈向规模落地的关键跨越，更蕴藏着全产业链协同攻坚、摆脱标准困境的深层命题。图为 2026 中关村论坛年会上，机器人乐队与舞蹈机器人一起进行歌舞表演。来源：新华社

兰剑智能「链」上求机遇

■ 万泽玮 刘馨蔚

“中国国际供应链促进博览会是国家级的展会平台，汇集了第一、第二、第三产业的头部企业，是高水平的全行业综合性展会之一。我们在这个平台上可以找到客户，也可以找到优质的供应商，一场展会便可以打通上下游。”来自山东济南的兰剑智能科技股份有限公司首席执行官张小艺在接受记者采访时，依然对参加第三届链博会的经历赞不绝口。

兰剑智能去年首次亮相第三届链博会先进制造链展区，该公司携其智能仓储解决方案“蜘蛛侠：Sky-shuttle”参展，该系统集多功能于一身，机器人能够在货架中自由穿梭，完成横向、纵向、垂直向的三维立体运动。该系统不仅可以实现智能仓储，打造智慧物流系统，还可实现立体种植与无土栽培，批量生产零污染、零添加的水培蔬菜，是智慧农业、立体种植技术的典型落地应用。

如此“拉风”的系统也吸引了同在先进制造链展区的不少合作伙伴前来洽谈交流。张小艺提到，该公司通过链博会平台，与西门子进行交流，并达成重要合作意向。此外，该公司还在第三届链博会期间对接中信集团、中车集团、中粮集团、中铝集团等高端客户。“通过链博会，我们让更多同行客户了解了智能仓储行业的发展趋势和最新的技术，同时也让更多中外客户和朋友进一步了解了我们公司，让我们能够更好地用中国智慧赋能全球，为世界智仓给出中国答案。”张小艺说。

先进制造链之外，链博会还帮助兰剑智能实现跨链对接。该公司与在绿色农业链展区参展的正大集团在充分沟通需求的基础上建立了联系，并协同兰剑智能的上游供应链浪潮集团，解决了智能仓储项目大数据冗余存储算法优化的技术难题。链博会“链接”的特点在这个三方合作的案例中得到充分展现。

参加链博会也进一步拓宽了兰剑智能的国际视野。“通过与现场参展的其他国际企业的沟通，我们更加了解了外国企业的存储方式、物流痛点、生产节奏，给我们提供了更多产品定制化开发和技术创新的思路。”张小艺说。

参加第三届链博会归来，兰剑智能很快锁定第四届链博会的展位。“这么大的一个平台，我们可不能错过。”张小艺表示，兰剑智能期待通过链博会提升企业品牌影响力，与更多优秀企业交流互动。

对于首次参展链博会的“新朋友”，张小艺提出三点建议：做好品牌推广的前置资料梳理工作，多多联系媒体，通过链博会平台提升企业品牌形象和影响力；要提前了解参展企业情况，联系合作伙伴；参展之前，要定好参展目标，多参加主办方组织的活动，争取获得更多收获。

“祝福第四届链博会能更上一层楼，‘链’接更多一二三产企业，贯通上下游，创造更多合作和美好！”采访最后，张小艺向链博会送上真挚的祝福。

智变会展·行业篇

Open Claw 入局，会展业如何实现 AI 智能体高效落地？

■ 兰馨

近日，开源 AI 智能 Open Claw（昵称“小龙虾”）引发全球关注，其本地化部署、自主执行任务的能力，彻底颠覆了传统 AI 工具的应用模式。当这款开源 AI 智能体从开发者的调试工具破圈成为各行业的数字化利器，这场技术风暴也顺势席卷了长期依赖人工、效率瓶颈突出的会展业。

在会展从业者眼中，AI 早已不再是行业发展的“锦上添花”，而是不可或缺的核心生产力。道同共创科技有限公司（以下简称“道同共创”）、北京京正国际展览集团（以下简称“京正展览”）、GC 梦之城相关负责人在接受《中国贸易报》采访时均表示，技术的核心价值在于适配与落地，而完成行业定制化与场景化适配后的 Open Claw，正成为撬动会展业数字化转型的一大支点，推动会展运营从传统的人工密集型模式加速向高效智能的生态运营模式升级。

让 Open Claw 读懂 会展的专属语言

受传统运营模式的诸多痛点驱动，会展业的数字化需求早已悄然形成。无论是道同共创打造的产业会展生态，还是京正展览深耕的母婴、露营垂直领域会展，传统会展运营始终难以摆脱人力投入大、筹备周期长、运营效率低的核心问题。从展前的主题策划、招商邀约，到展中的现场执行、应急处理，再到展后的数据分析、客情维护，传统会展全流程高度依赖人工统筹。这不仅容易因个人经验差异造成执行偏差，更让团队长期陷于重复性基础工作，难以用心聚焦于资源对接、产业交流等高价值核心环节。而传统广撒网式的营销模式、纯人工的文案创作方式、被动的突发状况应对策略，进一步降低了会展运营的精准度和整体效率。

当具备自动化、智能化核心能力的 Open Claw 出现时，其本地网关形态、全场景任务处理、持续学习进化的特性，恰好击中了会展业的数字化痛点，为会展业数字化转型提供了全新的技术解决方案。

道同共创创始人兼 CEO 周景龙认为，Open Claw 对会展业的个性化适配，核心在于主动自我进化与深度记忆沉淀，而非简单的人工参数设置。以活动现场突发状况处理为例，Open Claw 可充当决策智囊：当活动现场出现产业对接、合作洽谈、流程衔接、客户咨询等各类突发问题时，无论是否有现成的处理方案，工作人员都可直接将问题同步至系统；依托全球海量的行业案例储备与强大的知识检索能力，Open Claw 能第一时间给出最贴合场景的处置建议。工作人员再将实际处理结果反馈给系统，持续验证并优化方案。随着这类问题数据的不断积累，系统会形成专属的会展应急处置知识库，后续应对同类问题时会更高效、更可靠，形成完整闭环的优化机制。

业界人士表示，让 AI 读懂会展业的专属语言，是 Open Claw 赋能会展业的第一步，而个性化适配则是实现这一目标的核心密码。不同于通用型 AI 工具的“白板状态”，会展企业可通过行业化提示词训练、核心数据沉淀，令 Open Claw 成为符合自身运营风格的专属智能助手。

京正展览副总裁邓帅表示，京正展览已将 20 余年深耕母婴、露营展会积累的运营标准、品牌调性、商贸沟通偏好及策划执行流程全部输入系统，并结合日常使用中的修改记录和落地成果进行持续优化，让 Open Claw 实现了从文案创作到招商话术的全维度个性化匹配。

“依托 Open Claw 的主动学习与深度记忆能力，将企业的品牌资产、运营逻辑、工作习惯转化为专属知识库，让其在与团队的反复协作中不断适应业务节奏，真正实现‘越用越懂’的高度适配。”周景龙认为，这种基于行业特性和企业实际需求的定制化改造，让 Open Claw 跳出了通用工具的局限，成为深度融入会展业务的数字化伙伴。

AI 重构 会展活动运营的工作范式

邓帅表示，在实际运营落地过程中，

Open Claw 为会展业带来的效率提升直观且显著，从筹备端到执行端，从营销端到服务端，全方位重构了会展运营的工作模式。

在筹备环节，传统模式下京正展览举办一届中国规模展会，需要 45 天至 60 天的筹备周期、10 人至 15 人的专属团队。引入 Open Claw 后，筹备周期压缩至 20 天至 30 天，团队精简 5 人至 8 人，时间和人力成本均缩减约 50%。道同共创的效率提升则更为显著，实现了筹备效率至少 10 倍的提升，原本需要 3 人至 5 人完成的工作，如今 1 人配合 AI 即可高效落地。在内容创作与新媒体运营层面，Open Claw 的提效能力尤为突出：用其创作展会推文，耗时从原本的 2 小时至 3 小时缩短至 40 分钟左右，效率提升 80% 以上。

周景龙强调，在道同共创的实践中，Open Claw 以“主动学习”为核心，突破了人工参数设置的局限。该系统本身具备上万种基础技能，会展主办方只需输入品牌调性、运营风格、沟通逻辑、内容偏好等核心要素，系统便会主动学习过往运营案例、沟通话术与工作习惯，自主构建专属的运营知识库。其核心优势在于持续迭代的闭环能力：每一次协作、每一次反馈，都会成为系统进化的养分，无需工作人员反复调教。随着使用频次的增加，系统会深度贴合主办方的工作节奏与表达风格，实现“越用越懂”高度个性化适配，覆盖文案创作、流程规划、招商对接等全业务场景，让 AI 真正成为主办方的“数字分身”。

GC 梦之城创始人龚彩东认为，Open Claw 的核心价值，更集中体现在会展活动运营关键环节的精准赋能上，既打破了传统营销的获客瓶颈，也有效解决了现场执行的急难题。

在业界人士看来，道同共创与京正展览的实践路径虽各有异，但核心逻辑一致：Open Claw 的个性化适配并非简单的参数堆砌，而是通过数据资产化与模型自主优化，将主办方的行业经验、品牌基因转化为 AI 的核心能力，从而实现“千人千面”的定制化服务。

直面技术痛点 找准优化路径

当然，Open Claw 并非完美的“万能工具”，其心跳保活机制、单模型全场景处理、全屏信息识别带来的 Token 消耗过高的问题，仍是行业在实际应用中需要直面的挑战。

专业人士表示，Open Claw 的核心症结并非技术本身，而是设计与实际使用场景的错配，解决之道在于算力分层与场景化优化：由轻量化专用模型处理机械执行类工作，让顶级深度思考模型聚焦复杂场景决策，真正把“好钢用在刀刃上”。此前查道空间的实践案例也为会展业提供了参考：将通用 AI 框架定制化改造为拟人化智能体，用“一人一 AI 团队”的模式降低技术门槛，使 AI 能力更贴合线下运营的实际需求，令非技术背景的会展从业者也能轻松驾驭这一 AI 工具。

对于会展业而言，Open Claw 的价值远不止于一款工具，更在于推动行业发展模式的深层变革。京正展览的实践，让母婴、露营等垂直领域会展实现了数字化、智能化升级，为垂直品类展会打造了可复制的 AI 赋能样本。道同共创则依托 Open Claw 构建了“AI 团队+实体团队”的深度融合模式，AI 负责处理重复性、技术性工作，团队则聚焦资源对接、产业共创等核心价值环节，推动会展运营从线下短期的人员聚集升级为长效化的产业生态运营。

这一创新与变革，打破了“通用 AI= 万能”的认知，证明了 AI 商业价值的核心在于场景化定制与人格化适配，也让会展业看到了数智化转型的清晰路径：降低技术门槛，让 AI 贴近行业实际需求，重构人机协作模式，让从业者从单纯的执行者升级为为核心的管理者。

当会展企业不再纠结于技术的“原生问题”，而是聚焦于场景化适配与优化，这场由“小龙虾”撬动的行业智变，正让会展业的先行者们告别传统的人工依赖，迈入个性化、智能化、长效化的数智新时代。