

会展智咖说

对标德国：展览业不该只是制造业的“附属舞台”

■ 王春雷



作者简介
上海对外经贸大学
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

在中国从“制造大国”迈向“制造强国”的关键阶段，一个被长期忽视的战略问题亟待回答：制造业强国究竟需要什么样的展览业作为支撑？

长期以来，展览业在我国国民经济体系中被归入“商务服务业”（在GB/T 4754—2017中的代码是728），与广告、法律、会计、审计及税务服务归为一类。地方政府热衷将展会作为“城市消费名片”和“文旅引流工具”，制造业部门则多视其为“产品展示的临时舞台”。这种认知偏差，导致展览业的战略价值被系统性低估。

反观全球公认的制造业强国和展览王国德国，其政府和德国贸易展览业协会(AUMA)明确将展

览业界定为国民经济的“关键产业”，而非一般性辅助行业。这一界定背后，蕴含着对展览业产业属性的深刻认知，值得作为制造业大国的中国认真审视与借鉴。

德国的答案：展览业是制造业的操作系统而非附属舞台

德国对展览业战略价值的回答，首先体现在其清晰而独立的产业身份界定上。在欧盟统一的产业分类体系中，展览业在德国的WZ 2008/2012中被单独编码为82.30(即贸易展览、展览和大会组织者)，隶属于第82大类“为企业及个人提供的经济服务”，与呼叫中心、秘书服务等并列但独立成组。在NACE Rev.2和ISIC Rev.4中，同样以82.30和8230的代码独立存在。这种统计上的独立编码，传递了一个强烈信号——展览业不是可有可无的“附属服务”，而是一个具有明确边界、独立运行逻辑和成熟产业规则的成熟产业。

更重要的是，德国政府和AUMA将展览业界定为“关键产业”。在德国经济学传统中，所谓关键产业，并非简单指规模庞大，而是强调其产业关联效应、出口创汇功能、就业乘数效应和战略不可替代性。根据Prognos研究所2026年最新研究，德国展览业每年为国民经济贡献约300亿欧元产值，创造28万个就业岗位，为各级政府产生约54亿欧元税收。全球约三分之二的顶级行业展览会在德国举办，每年约320场贸易展览会在德举行，平均65%的参展商和35%的专业观众来自国外。

这些数据背后，是德国对展览业功能定位的深刻认知：展览业不是制造业的“消费末端”或“附属舞台”，而是组织产业链、发布技术标准、撮合全球贸易、定义行业规则的操作平台。对于以出口为经济命脉、以隐形冠军企业群为产业基础的德国而言，展览业是制造业进入国际市场的主通道和加速器，其战略地位与汽车、机械、化工等传统关键产业同等重要。

深层逻辑：为什么是“生产性服务业”而非一般性服务业

德国将展览业与一般性服务业区隔开来，根源在于其“生产性服务业”的本质属性。清洁、保安、行政外包等一般性辅助行业属于消费性服务或被动性支持服务，其功能主要是“赋能”，让其他产业运转得更顺畅，但处于产业链外围，可替代性强。而展览业则是“赋能”和“引领”，直接嵌入制造业的生产环节、技术创新链条和全球贸易网络，具有不可替代的战略功能。

具体而言，德国展览业具有三重不可替代的生产性功能，这也正是制造业强国所需要的展览业支撑。

第一，产业链组织与技术扩散功能。德国的汉诺威工业展、法兰克福车展等不仅是交易场所，更是全球技术路线、行业标准、定价机制的发布平台。在数天内，展会将全球某一行业的技术、资本、人才、信息高密度集聚，形成“临时产业集群”，产生强烈的知识溢出和技术扩散效应。对于德国数以万计的“隐形冠军”企

业而言，国际展会是其嵌入全球供应链、获取前沿技术信息、建立国际商业网络的主通道。展览业在此扮演的角色，是产业链的“组织平台”而非“交易场所”。

第二，出口促进与贸易通道功能。AUMA明确将贸易展览会定位为“最高级别的国际网络构建与出口促进平台”。在德国的主要贸易展览会上，平均65%的参展商和35%的专业观众来自国外。德国制造业出口依存度极高，因此展览业绝非可有可无的营销选项，而是维持其全球市场份额的贸易基础设施，是国际贸易的主通道，而非辅助工具。

第三，产业规则塑造与全球治理功能。掌握全球顶级行业展的举办权，意味着掌握了产业规则的发布权和全球贸易网络的节点控制权。德国通过展览业，实质性地参与了全球产业治理，这是任何一般性服务业都无法具备的战略功能。由此可见，展览业是产业规则的“制定者”而非“执行者”。

中国需要什么样的展览业？

对照德国经验，作为世界第一制造业大国和第一货物贸易大国，中国展览业的战略地位与其经济体量之间存在明显的结构性错配。要回答“制造业强国需要什么样的展览业作支撑”，中国需要在以下五个维度实现范式跃迁。

第一，认知重构：从商务服务到产业基础设施。在国家统计体系和政策话语中，应将展览业从泛化的“商务服务业”中剥离，赋予其“生产性服务业”和“产业基础设施”的双重身份。在新质生产力与

制造强国战略框架下，明确展览业是制造业“技术扩散、标准发布、供需匹配”的前置性基础设施，与交通、能源、通信等行业具有同等战略地位。

第二，功能重构：从商品展销到产业链组织平台。围绕集成电路、工业母机、新能源、新材料等关键领域，打造高度垂直的专题展，使展会成为解决“卡脖子”问题的供需对接平台。借鉴德国“展研一体”模式，将展会与产业技术路线图发布、行业标准制定、专利交易相结合，使展览业成为技术扩散和知识溢出的枢纽。同时，发挥中国数字经济优势，构建“线下实体展+线上产业图谱+常年供需对接”的数字化展览生态。

第三，治理重构：从多头分散到国家协同。亟需建立类似AUMA的国家级展览业协调与促进机构，统一行业规则、统计口径、国际谈判和展会认证。地方政府应从“直接办展”转向“培育产业生态”，形成“政府定方向、协会定规则、企业办展会”的协同分工。在国家层面，由商务部、中国贸促会、工信部等部门联合制定专项政策，将展览业纳入先进制造业集群培育体系和现代供应链创新体系。

第四，空间重构：从城市地标到产业嵌入式基础设施。应围绕中国先进制造业集群重新配置展览资源。在长三角、珠三角、成渝等制造业重镇，培育与本地主导产业深度融合的“产地型”专业展会，形成“一产业集群一品品牌展”的格局。改变当前过度依赖一线城市综合展馆的模式，在制造业城市规

划建设专业型、中小型的产业社区会展中心，使展览设施成为产业集群的嵌入式基础设施。

第五，国际化重构：从场地提供者到规则组织者。支持中国行业协会和龙头企业在共建“一带一路”国家和RCEP区域主办专业展，输出中国技术标准和产业链组织能力。在新能源汽车、光伏、动力电池、高铁等中国具有全球优势的产业领域，打造具有全球定价权和标准发布功能的“中国主场”展会。

此外，鼓励中国展览企业通过并购、合作等方式，获取国际知名专业展会的运营权和话语权，实现从“产品输出”向“产业链组织”的跃升。

值得关注的是，德国将展览业界定为“关键产业”的深层逻辑，本质上是对“制造业强国需要什么样的服务业支撑”这一问题的深刻回答，即制造业强国需要的不是一般性的消费服务或辅助配套，而是能够嵌入生产环节、组织产业链、发布技术标准、撮合全球贸易、定义行业规则的“生产性产业基础设施”。展览业正是扮演这一角色的核心载体。

对中国而言，重新审视展览业的战略价值，不是简单的产业分类调整或政策口号升级，而是一场关于制造业强国建设路径的深层认知革命。只有将展览业纳入制造业强国和贸易强国的核心战略体系，中国才能真正从“世界工厂”迈向“世界展览强国”，从产品输出迈向产业链组织能力输出。这既是来自德国的启示，也是制造业大国转型升级的必由之路。

图片新闻



近年来，河北省衡水市立足县域资源与产业基础精耕细作，推动特色产业集群化、高端化、智能化发展，形成了以安平丝网、枣强皮革、冀州机械等为代表的“一县一业、特色发展”的生动局面，为地方经济高质量发展注入强劲动力。图为在衡水市冀州区拍摄的多家医疗器械公司厂房(无人机照片)。
新华社记者 贝赫摄

链博老友记

作为全球首个以供应链合作为主题的国家级展会，链博会已成为链接全球产业、促进国际合作的重要平台。今年将是美国大豆出口协会(USSEC)第四次参展。近日，美国大豆出口协会首席执行官苏健(Jim Sutter)接受《中国贸易报》专访，分享参展初衷、供应链展示亮点、合作成果及对中美大豆贸易与产业链展望。

《中国贸易报》：美国大豆出口协会今年是第四次参加链博会，期待参加本届链博会有怎样的收获？

苏健：美国大豆出口协会自2023年首届链博会开始参展，今年是连续第四次参加，将继续亮相“绿色农业链”展区。链博会作为全球首个以供应链合作为主题的国家级展会，为促进大豆产业上下游连接提供宝贵平台，为国际合作创造重要价值。作为以提供解决方案为导向的大豆产业长期合作伙伴，我们期待今年能够与更多上下游参与者沟通交流，共同探讨针对不同动态、满足各类需求的可持续方案，继续推动互利共赢的大豆贸易合作。

得益于美国大豆农民可持续的生产方式、机械化生产和精准农业实践，美国大豆的碳足迹在全球处于最低水平。Blonk咨询公司Agri-footprint数据库的测量结果显示，美国大豆的碳足迹低于其他国家种植的大豆。另外，美国大豆还借助“美国大豆可持续保障计划(SSAP)”来验证美国大豆农场践行可持续的大豆生产。

《中国贸易报》：美国大豆出口协会在第四届链博会上将突出哪些涉及供应链方面的展示亮点，或参与哪些活动？

苏健：美国大豆出口协会将继续以数字化交互方式展示美国大豆“从农场到餐桌”的全价值链，包括可持续种植、物流运输、下游应用等环节。今年将新增大豆加工食品及饲料产品展示区，更好展示美国大豆在人类食品以及动物饲料领域的广泛应用，凸显大豆在农业价值链中的重要地位。

今年展会期间，美国大豆出口协会将与中国贸促会、中国银行共同主办“超越想象的美国大豆：可持续·高效率—推动构建可持续且具有韧性的中美大豆供应链”研讨会，探讨大豆供应链与贸易合作、可持续与低碳转型等议题。另外，我们还将参加由中国贸促会举办的绿色农业论坛并参与圆桌讨论。

《中国贸易报》：不久前美国总统访华，中美经贸关系稳步发展。您对中美大豆贸易规模及产业链合作有怎样的期待？

苏健：中国是全球重要的农产品生产国和进口国，也是美国大豆的第一大出口市场。从长远来看，我们对中美大豆贸易的未来持乐观态度。中美大豆贸易关系并不只是单纯的商业贸易，而是建立在相互尊重、长期合作和共同愿景的坚实基础之上。双方长达四十余年的长期合作关系，为彼此带来了互利共赢的成果。我们期待中美大豆产业链能够继续携手加强合作。

未来，我们期望将双方的合作伙伴关系拓展至新的领域：在大豆产业链方面，高附加值产品和创新应用展现出强劲的发展势头。中国消费者对更营养、更高蛋白食品需求的不断增长，我们能够供应各类优质大豆原料——从豆腐、豆粕到应用于食品加工的特种大豆蛋白。多年来，我们与全球食品加工商紧密合作，致力于改进豆腐、豆奶及其他豆制品的加工技术。我们将持续分享专业知识，以支持中国不断升级的消费需求。除传统的食品和饲料用途外，大豆正在被应用于前沿的工业领域，包括生物基塑料、黏合剂、润滑油、轮胎、鞋履、涂料、阻燃剂乃至可持续建筑材料等。这些创新应用与中国推动绿色制造和循环经济发展目标高度契合，这也意味着中美双方在作物研究、动物营养、食品安全以及可持续供应链发展等领域可以开展更广泛的合作。

中美共筑可持续韧性大豆产业链

■ 本报记者 赵爱玲

智变会展·关注篇

上交会多维转型，激活技术贸易新动能

■ 兰馨

日前，第十二届中国(上海)国际技术进出口交易会(以下简称“上交会”)组委会发布，本届上交会以“打造技术贸易新生态 共绘全球合作新篇章”为主题，将在展区布局、活动形式、国际合作、供需对接、配套服务等多个维度推进创新转型，坚持以科技创新为核心、以开放合作为纽带，为全球技术贸易发展注入全新动能。

作为国内极具影响力的国际性技术进出口专业展会，上交会由上海市人民政府主办，联合国工业发展组织、联合国开发计划署、世界知识产权组织等多家国际组织深度参与、协同支持。本届展会将于6月11日至13日在上海世博展览馆举办。

展区重构，聚焦新质生产力赛道

本届上交会展览面积达3.8万平方米，共设置1个主题馆展区、4大专业展区及1个创新及交易服务区。整体展区规划紧扣培育新质生产力、推动科创与产业深度融合的目标，精准对接前沿技术，全方位呈现上海城市数字化转型成果；绿色科技展区围绕“双碳”目标，展出绿色燃料、能源储运、现代农业等领域创新技术；海洋科技展区立足海洋强国建设，展示智能船舶、海工装备、海事通信等硬核产品与技术，彰显上海海洋产业实力；消费科技和健康科技展区顺应消费升级趋势，展出智能

家居、脑机接口、康养养老等新技术、新产品，并通过沉浸式体验、场景互动等形式，直观展现“AI+消费”的多元应用场景。精细化、专业化的展区布局，让展会不再局限于产品陈列，而成为前沿技术落地应用、产业发展方向前瞻研判的重要平台。

模式升级，首次推出境内外“双主宾”机制

本届上交会同步完成活动体系迭代升级，打造多元配套活动矩阵，搭建起技术交流、思想碰撞的综合平台。周岚介绍，本届上交会创新采用“1+3+N”活动模式，以开幕式为核心，设立主宾城、国际组织、知识产权三大主题日，配套开展40余场主题推介活动与60余场中外企业供需对接洽谈，内容覆盖产业创新、跨境合作、知识产权保护等多个领域。

周岚强调，为进一步拓展国际合作空间，本届上交会对传统主宾模式进行革新，首次将往届单一主宾模式升级为境内外“双主宾”模式。组委会相关负责人介绍，本届境外主宾城选定瑞士洛桑市、英国苏格兰城市群，境内主宾城为大连市、南京市。借助主宾城联动机制，各地将打通技术流通渠道，深化跨区域创新协作。

本届上交会吸引全球22个国家和地区、全国24个省区市携创新成果参展，参展企业数量首次突破千家。德国、法国等国家的26家境外贸易促进机构、商协会将组织74家海外企业到场参展，带来机器人、精密制造、数字化解决方案等优质技术成果，并发布80余项技术合作需求。不断壮大的国际朋友圈、持续深化的跨国产业联动，充分体现出上交会坚持高水平对外开放、推动全球技术资源共建共享的新

发展理念。今年1月国际展区签约阶段，上海方面相关负责人就明确表示，上海正持续培育高能级贸易主体，强化创新制度供给，推动技术贸易与实体经济协同发展。

全链赋能，构建一体化技术贸易服务体系

从2014年特斯拉电动汽车完成中国大陆首秀，到2015年首创主宾国机制并升级为主宾城模式，再到2026年持续助力人工智能、脑机接口、量子科技等前沿技术落地转化，多年来，上交会已成长为全球技术贸易领域的高能级平台。

本届上交会进一步优化服务生态，全力打造技术贸易全周期服务体系。展会集结36所境内外高校、专业孵化器、概念验证中心及大企业开放创新中心，完整串联起“基础研究、概念验证、孵化加速、产业落地”的全科链条。同时，创新及交易服务区汇聚49家专业服务机构，涵盖知识产权、科技金融、涉外法律、人力资源等领域，通过专场路演、现场咨询等方式，为参展各方提供成果展示、确权评估、落地运营等一站式服务。完善的配套服务补齐了技术贸易各环节短板，为技术研发、交易流转、产业化落地保驾护航，推动技术、人才、资本、服务等各类创新要素深度融合。

从展区专业化改造、活动形式多元化创新，到合作模式突破、对接服务提质、全链条服务体系搭建，第十二届上交会以全方位创新转型顺应行业发展趋势。如今的上交会，既是全球前沿技术的展示窗口，也是链接全球创新资源、促进技术贸易往来、赋能产业转型升级的重要枢纽。