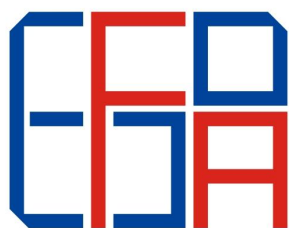




广东会展之窗

广东会展组展企业协会秘书处编

三月刊 2025 年 3 月 31 日



广东会展组展企业协会

GUANGDONG FAIRS ORGANIZERS ASSOCIATION

本期重点关注：

- * 马国宜：家具商 场馆 展商 技术公司共创动人展会体验|美国 style 会展活动启示
- * 王春雷：无锡年会归来再谈会展+

免责声明：以下信息主要来源于网络，仅供学习之用，如侵犯您的权利，请与协会秘书处联系（020-22281170），秘书处将及时删除，谢谢！

本期目录

【展会前瞻】.....3

【协会动态】.....10

【广东会展资讯】.....12

【会展交流】.....25

马国宜：家具商 场馆 展商 技术公司共创动人展会体验|美国 style 会展活动启示25

王春雷：无锡年会归来再谈会展+32

曲维玺在 2025 中国会展经济研究会年会暨无锡会展目的地建设大会上的讲话 35

董宇辉 AWE 狂揽 2.68 亿！直播电商如何改写会展流量规则？38

万涛：群体性孤独时代：会展业如何重塑连接与价值41

两天展会 vs 三天展会：为什么“少即是多”？ 45

中国进出口商品交易会展馆

第 137 届广交会（第一期）

开展时间：2025. 4. 15-2025. 4. 19

主/承办单位：中华人民共和国商务部、广东省人民政府、中国对外贸易中心

第 137 届广交会（第二期）

开展时间：2025. 4. 23-2025. 4. 27

主/承办单位：中华人民共和国商务部、广东省人民政府、中国对外贸易中心

保利世贸博览馆

2025 宝可梦广州大师赛

时间：2025. 4. 5-2025. 4. 6

2025HCE 广州国际健康产业博览会

开展时间：2025. 4. 9-2025. 4. 11

主/承办单位：广东省保健协会、广州佰威国际展览有限公司

广州国际发制品博览会暨 2025 美妆睫毛产业博览会

开展时间：2025. 4. 12-2025. 4. 14

主/承办单位：广州市发制品行业协会、广州发博会展览有限公司

第四届广州采购交易会

开展时间：2025. 4. 14-2025. 4. 17

主/承办单位：环球资源广告（深圳）有限公司（会员单位）、广州市保利锦汉展览有限公司、广州市光合作用展览有限公司

第 51 届广州（锦汉）家居用品及礼品展览会

开展时间：2025. 4. 21-2025. 4. 27

主/承办单位：广州市保利锦汉展览有限公司

南丰国际会展中心

2025 环梦 AI 智能机器人科普展

开展时间：2025. 4. 4-2025. 4. 6

主/承办单位：票小云信息科技(河南)有限公司

2025 广州国际护肤芳香展览会、2025 广州国际口腔清洁护理用品展览会、2025 广州国际个人护理用品展览会、2025 广州国际洗护用品展览会、2025 广州国际卫生护理用品展览会、2025 广州国际个护生活电器展览会

开展时间：2025. 4. 15-2025. 4. 17

主/承办单位：上海迎河展览服务有限公司

广州·嘉兴进出口商品交易会暨新能源汽车及五金紧固件机电展

开展时间：2025. 4. 15-2025. 4. 17

主/承办单位：紧博（浙江）会展股份有限公司

第五十三届编织品、园艺、家居用品及礼品展览会

开展时间：2025. 4. 21-2025. 4. 27

主/承办单位：广州益武国际展览有限公司（会员单位）

广州国际采购中心

2025 粤港澳国际数码印刷产业展览会第 11 届广州国际数码印刷、图文快印展览会

开展时间：2025. 4. 10-2025. 4. 12

主/承办单位：广州出版印刷行业协会数字印刷分会、广州环之球会展服务有限公司

第 7 届华南国际大办公展览会

开展时间：2025. 4. 10-2025. 4. 12

主/承办单位：广东省现代办公设备协会

第 23 届广州仿真花植物、婚庆道具、陶瓷、工艺品及家居用品交易会

开展时间：2025. 4. 21-2025. 4. 27

主/承办单位：广州名展展览服务有限公司

灵感创新展馆

第二届 DRE 生活机器人出口展

开展时间：2025. 4. 14-2025. 4. 18

主/承办单位：灵感国际展览(广州) 有限公司

第四届新能源汽车产业出口展览会

开展时间：2025. 4. 14-2025. 4. 18

主/承办单位：灵感国际展览(广州) 有限公司

第二届灵感(广州)智能健身、美妆创新展

开展时间：2025. 4. 14-2025. 4. 18

主/承办单位：灵感国际展览(广州) 有限公司

灵感国际中小工厂产业(广州)展览会

开展时间：2025. 4. 21-2025. 4. 27

主/承办单位：灵感国际展览(广州) 有限公司

第四届灵感国际(广州)家居、园林出口展

开展时间：2025. 4. 21-2025. 4. 27

主/承办单位：灵感国际展览(广州) 有限公司

南沙国际会展中心

次元喵喵动漫展

开展时间：2025. 4. 12-2025. 4. 13

主/承办单位：久合文化

广州白云国际会议中心

2025 年度广东省医疗机构检验科主任会议

开展时间：2025. 4. 9-2025. 4. 11

主/承办单位：广东省医院协会

新能源制造业高峰论坛

开展时间：2025. 4. 10-2025. 4. 11

主/承办单位：广州市腾正投资有限公司

莲花楼剧

时间：2025. 4. 23-2025. 4. 26

主/承办单位：广州艺菲文化发展有限公司

富力环球时尚博览中心

第十九届中国（狮岭）皮革皮具智能化设备展览会

开展时间：2025. 4. 30-2025. 5. 2

主/承办单位：鸿宇展览

广州空港博览中心

2025 房车之家第 21 届（广州）房车露营博览会

开展时间：2025. 4. 25-2025. 4. 27

主/承办单位：房车之家、江苏京祺文化传媒有限公司

知识城国际会展中心

2025 全民保密大会

时间：2025. 4. 10

主/承办单位：黄埔区委办公室

全国师生信息素养提升实践活动（教师活动）

时间：2025.4.17-2025.4.18

主/承办单位：教育部教育技术与资源发展中心（中央电化教育馆）

深圳国际会展中心

深圳·第三届环形宇宙动漫游戏嘉年华

开展时间：2025.4.5-2025.4.6

主/承办单位：杭州琉璃星空文化传播有限公司

第37届国际玩具及潮玩（深圳）展览会、第16届国际童车及母婴童用品（深圳）展览会、第6届国际授权及衍生品（深圳）展览会

开展时间：2025.4.7-2025.4.9

主/承办单位：广州力通法兰克福展览有限公司（会员单位）、法兰克福展览（香港）有限公司、广东省玩具协会

CHINAPLAS 2025 国际橡塑展、第三十七届中国国际塑料橡胶工业展览会

开展时间：2025.4.15-2025.4.18

主/承办单位：雅式展览服务有限公司

第33届中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会

开展时间：2025.4.25-2025.4.28

主/承办单位：励展华博展览（深圳）有限公司（会员单位）

第15届深圳国际移动电子展（CME）

开展时间：2025.4.25-2025.4.28

主/承办单位：励展华博展览（深圳）有限公司（会员单位）

深圳会展中心

Fashion Source 时尚之源深圳展暨第30届深圳国际服装供应链博览会、AW2025 深圳原创时装周

开展时间：2025.3.31-2025.4.2

主/承办单位：智奥鹏城（深圳）展览有限公司

深圳国际传感器与应用技术展览会

开展时间：2025.3.31-2025.4.2

主/承办单位：深圳晶知科技有限公司

第三届深圳国际复合材料工业技术展览会

开展时间：2025. 3. 31-2025. 4. 2

主/承办单位：北京中实联展科技有限公司

2025 中国（深圳）国际电子展览会暨第十三届中国电子信息博览会

开展时间：2025. 4. 9-2025. 4. 11

主/承办单位：中国电子器材有限公司

第四十七届深圳家装节

开展时间：2025. 4. 11-2025. 4. 13

主/承办单位：深圳市点耐特网络信息有限公司

第二十一届深圳国际充电设施与储能产业博览会

开展时间：2025. 4. 14-2025. 4. 16

主/承办单位：深圳振威国际展览有限公司

GTC2025 全球流量大会（深圳）

开展时间：2025. 4. 24-2025. 4. 25

主/承办单位：深圳深海白鲸网络科技有限公司

2025 世界食品（深圳）博览会、2025 深圳国际手工冰激凌、烘焙及咖啡展览会

开展时间：2025. 4. 24-2025. 4. 26

主/承办单位：科隆展览（北京）有限公司

2025 国际内部物流解决方案及流程管理展览会

开展时间：2025. 4. 24-2025. 4. 26

主/承办单位：南京斯图加特联合展览有限公司

第一届国际疗愈博览会

开展时间：2025. 4. 26-2025. 4. 28

主/承办单位：深圳心泉智慧文化传播有限公司

潭洲国际会展中心

2025 佛山（潭洲）国际陶瓷与卫浴展览会

开展时间：2025. 4. 18-2025. 4. 22

主/承办单位：佛山陶联科技发展有限公司（会员单位）

2025 佛山国际陶瓷装备与材料展览会

开展时间：2025. 4. 18-2025. 4. 22

主/承办单位：佛山陶联科技发展有限公司（会员单位）

2025 全国咖啡产业博览会暨佛山 GALA 咖啡节

开展时间：2025. 4. 29-2025. 5. 3

主/承办单位：广东潭洲国际会展有限责任公司（会员单位）

南海国际会展中心

2025 大千世界超模盛典全新季

时间：2025. 4. 12-2025. 4. 13

主办单位：深圳市鲸鱼文化传播传媒发展有限公司

中国陶瓷城、中国陶瓷卫浴总部、佛山国际会议展览中心

第 42 届佛山陶博会

开展时间：2025. 4. 18-2025. 4. 21

主/承办单位：中国建筑卫生陶瓷协会、中国陶瓷工业协会、佛山中国陶瓷城集团有限公司

中国陶瓷城

第 42 届佛山陶博会国际专场

开展时间：2025. 4. 22-2025. 4. 23

主/承办单位：中国建筑卫生陶瓷协会、中国陶瓷工业协会、佛山中国陶瓷城集团有限公司

陈村花卉世界展览中心

佛山世纪家博会

开展时间：2025. 4. 18-2025. 4. 20

主/承办单位：佛山世纪家博展览服务有限公司

广东现代国际展览中心

第九届中国国际食品及配料博览会、第三届中国国际预制菜产业博览会

开展时间：2025. 4. 18-2025. 4. 20

主/承办单位：农业农村部农业贸易促进中心

珠海国际会展中心

中国细胞生物学学会全国学术大会

开展时间：2025. 4. 7-2025. 4. 11

主/承办单位：中国细胞生物学学会

中国性病艾滋病防治协会第十届全国艾滋病学术大会

开展时间：2025. 4. 11-2025. 4. 14
主/承办单位：中国性病艾滋病防治协会

珠海国际航展中心

2025 珠海国际海洋智能科技展览会

开展时间：2025. 4. 24-2025. 4. 26
主/承办单位：珠海市会展集团有限公司

中山博览中心

简爱家博会

开展时间：2025. 4. 19-2025. 4. 20
主/承办单位：中山市家博会展览服务有限公司（会员单位）

广东珠西国际会展中心

第十三届江门先进制造业博览会

开展时间：2025. 4. 24-2025. 4. 26
主/承办单位：广东亚联展览股份有限公司（会员单位）

惠州会展中心

2025 年惠州青少年击剑公开赛

时间：2025. 4. 6-2025. 4. 8
主/承办单位：广东伊顿文化体育发展有限公司

2025 惠州教育高质量发展成果展暨招生宣传会

开展时间：2025. 4. 12-2025. 4. 13
主/承办单位：广东南方都市报经营有限公司

智能焕新·惠享生活” 2025 年惠州市和以旧换新” 消费周

开展时间：2025. 4. 18-2025. 4. 20
主/承办单位：惠州国际广告展览有限公司（会员单位）

汕头国际会展中心

2025 潮汕(聚成)日用百货暨不锈钢制品博览会

开展时间：2025. 4. 21-2025. 4. 23
主/承办单位：汕头聚成展览有限公司

注：以上信息主要来源于展馆排期及网络搜索，请以实际展出为准

- 1.2025年3月1日，我会受邀参观由会员单位广东九州国际会展传媒科技有限公司举办“深圳国际智慧出行、汽车改装及汽车服务业生态博览会”。
- 2.2025年3月3日，由我会会员单位广东科展国际展览有限公司举办的“2025华南国际口腔展”盛大开幕，我会受邀参观并参加开幕式。
- 3.2025年3月5日，中创盈科集团来访协会，沟通交流，洽谈合作。
- 4.2025年3月7日，我会发布关于对《会议服务接待规范》团体标准征求意见的通知。
- 5.2025年3月10日，天津市商务局（天津市会展工作局）赴成都开展会展调研考察和推介交流活动，我会受邀参加并与成都市博览局、四川省会议展览业协会、会展企业代表等进行深入交流。
- 6.2025年3月10日，我会拜访四川省会议展览业协会、浙江省国际会议展览业协会，沟通交流。
- 7.2025年3月10日，我会拜访四川国际博览集团，沟通交流。
- 8.2025年3月14日，我会参观考察柯桥-中国轻纺城，共同探讨产业会展。
- 9.2025年3月19-21日，首届“亚太商旅会展汇”在香港亚洲国际博览馆举办，我会受主办方英富曼集团委托，邀请70余位会员单位代表出席，旨在加强行业交流，推动大湾区商旅行业交流合作，促进产业上下游的深度连接，共同推动全球MICE行业的创新与发展。
- 10.2025年3月21日，“潮域展览十周年盛典活动”在深圳盛大启幕，以“潮起十载，域见未来”为主题，我会会长刘松萍受邀出席见证这场盛会并致辞。
- 11.2025年3月24日，广州市金艺展览装饰设计有限公司来访协会，沟通交流，洽谈合作。
- 12.2025年3月24日，景田食品饮料集团来访协会，沟通交流，洽谈合作。
- 13.2025年3月25日，广东省商务厅主持召开《品牌展会版权保护指南》、《线上数字展览（会）服务规范》地方标准技术审查会召开，来自会展企业、院校、标准化机构的专家为标准制修订提出了宝贵意见，有效提升标准先进性、实用性和可操作性。
- 14.2025年3月26日，广东省商务厅主持召开《绿色展装要求》、《会展综合体环境管理规范》地方标准技术审查会，来自会展企业、院校、标准化机构的专家为标准制修订提出了宝贵意见，有效提升标准先进性、实用性和可操作性。
- 15.2025年3月27日，广东省商务厅主持召开《会展场馆管理与服务规范》地方标准技术审查会，来自会展企业、院校、标准化机构的专家为标准制修订提出了宝贵意见，有效提升标准先进性、实用性和可操作性。

16.2025 年 3 月 26 日，我会会员单位米奥兰特国际会展来访协会，沟通交流。

17.2025 年 3 月 28 日，我会受邀出席“全国团体标准《粤港澳大湾区会展碳中和实施指南》发布会暨全球会展行业净零碳活动(NZCE)中国工作组第二次会议”。

18.2025 年 3 月 28 日，“2025 中国会展经济研究会年会暨无锡会展目的地建设大会”隆重举办，我会刘松萍会长受邀出席，并被聘为会展教培智库专家。

广东

1、广东省商务厅关于征求《会展综合体环境管理规范（送审稿）》等四项广东省地方标准意见的公告

3月3日，为构建广东省会展业标准化体系，推动会展行业高质量发展，广东省商务厅组织编制了《会展综合体环境管理规范（送审稿）》等四项广东省地方标准。根据《广东省标准化条例》要求，向社会公开征求意见。

来源：广东省商务厅

广州

1、广州交易团关于第137届广交会出口展区线下展位收费事宜的通知

3月10日，广州市商务局发布广州交易团关于第137届广交会出口展区线下展位收费事宜的通知，组织已获第137届广交会线下展位分配的广州交易团参展企业缴纳展位费。

来源：广州市商务局

2、广州市商务局关于2025年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）拟安排项目计划的公示

3月10日，为加强财政专项资金管理，自觉接受社会监督，根据《广东省人民政府关于印发广东省省级财政专项资金管理办法（修订）的通知》等规定，广州市商务局组织开展了2025年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）的申报、评审等工作，并将拟安排项目计划予以公示。

来源：广州市商务局

3、广州交易团关于做好第137届广交会境内采购商申请工作的通知

3月14日，广州市商务局发布广州交易团关于做好第137届广交会境内采购商申请工作的通知。为服务国家经贸发展大局，更好发挥广交会贸易促进平台作用，助力企业拿订单、拓市场，根据大会安排，第137届广交会将继续按照“总量控制、定向邀请”的原则开展境内采购商邀请组织工作。本届广交会广州交易团邀请的境内采购商总量控制在400人以内，重点邀请广交会重点境内采购商邀请名单内企业，以及广州市大型批发零售和制造企业。

来源：广州市商务局

4、关于办理广州交易团第137届广交会出口展区证件的通知

3月25日，广州市商务局发布关于办理广州交易团第137届广交会出口展区证件的通知。为做好第137届广交会出口展区参展企业证件办理工作，广州市商务局发布有关办证事项通知以规范证件管理和使用，并公布证件办理注意事项。

来源：广州市商务局

5、广州市商务局关于召开第 137 届广交会广州交易团筹备工作会议暨第 145 次广州市法规政策说明会的通知

3 月 28 日，根据商务部相关工作部署，为做好第 137 届广交会广州交易团组展工作，进一步加强企业参展纪律宣导，切实提高参展企业拓展国际市场的能力，同时，助力企业做好品牌展位的申请及贸易调整援助等工作，广州市商务局定于 4 月 11 日（星期五）举办第 137 届广交会广州交易团筹备工作会议暨第 145 次广州市法规政策说明会。

来源：广州市商务局

6、2025 华南国际口腔展圆满闭幕，2026 年我们再相聚！

3 月 3 日-6 日，第三十届华南国际口腔医疗器材展览会暨技术研讨会在中国进出口商品交易会展馆顺利开展。展会面积 82000 平方米，汇聚了 20 多个国家和地区的共 1150 多家高端口腔品牌和制造企业，其中包括德国、美国、韩国、中国台湾、佛山南海五大展团。展会发挥其平台优势，举办了 259 场专业研讨会，一共迎来 72502 名观众。来自中国、马来西亚、菲律宾、巴西、印度、孟加拉、越南等国家的观众组团热情观展，通过高效的商贸配对平台，与参展企业进行深入洽谈、寻求合作机会，有力推动了口腔医疗设备和技术的国际贸易。

来源：华南口腔展

7、2025 华南展圆满收官，见证产业蓬勃发展！2026 黄金展位预定全面开启！

3 月 4-6 日，第 31 届华南国际印刷工业展览会暨 2025 中国国际标签印刷技术展览会在广州·广交会展馆 A 区完美收官。2025 年华南国际印刷展/标签展与中国国际包装工业展/包装制品与材料展，四展联动协同发力，构建印刷标签包装全产业链生态圈展出面积高达 150,000 平方米，2,100+参展企业，吸引了 12 万专业观众到会参观采购，充分彰显了印包装行业的蓬勃生机与强大凝聚力。

来源：华南印刷展标签展

8、2025 华南包装展圆满落幕，2026 聚力创新，启航未来！

3 月 4 日-6 日，第 31 届中国国际包装工业展览会暨 2025 中国（广州）国际包装制品展览会会在广交会展馆 B 区圆满落幕。2025 年华南包装展与华南国际印刷展/标签展，四展联动协同发力，打造包装全产业链生态圈，展出面积高达 150,000 平方米，2,113 参展企业，再度刷新包装工业展览会新高度。展会期间，吸引了来自波兰、捷克、乌兹别克斯坦、白俄罗斯、巴西、印度尼西亚、菲律宾、越南、马来西亚、泰国、韩国、伊朗、蒙古、中国香港等 118 个国家及地区的专业观众到场参观采购。海内外观众采购需求强盛，现场成交活跃。

来源：Sino-Pack 华南包装展

9、CHINA LAB 2025 圆满落幕：联结共享，共进未来！

3月5日-7日，为期三天的2025广州国际分析测试及实验室设备展览会暨技术研讨会（CHINA LAB 2025）圆满落幕，来自全国各地的实验室工作者们齐聚在这里，分享前沿技术成果、创新理念与实践经验。作为实验室领域的重要纽带，CHINA LAB始终秉持着联结·共享·共进的初心，搭建起产学研深度对话的桥梁。CHINA LAB 2025 迎接了来自广东省质量检验协会、肇庆市质量协会、广东省食品工业研究有限公司、广东轻工业职业技术大学、广州白云山敬修堂药业股份有限公司、广东省科学院生物与医学工程研究所等多家单位，积极组团参与本次盛会。

来源：实验室会

10、2025 华夏家博会（广州）春季展会盛大举办

3月7日-9日，2025广州华夏家博会春季展会在广州国际采购中心圆满举行，作为华南地区家居行业标杆性展会，本届家博会汇聚了近200多个商家，涵盖家具、建材、家电、软装等领域，为消费者提供“省时、省钱、省心”的家居采购服务，为参展商与观众搭建精准获客及高效对接平台。展会依托专业办展经验，致力推动行业创新与商贸合作，赋能家居产业高质量发展。到场消费者3万多人，商家成交活跃。

来源：广州华夏家博会

11、广州美博会圆满收官：向上升、向内求、向外走，开创美业新生态

3月10日-12日，第66届中国（广州）国际美博会、2025广州国际化妆品供应链博览会（春季）、第10届广州国际医疗健康博览会、养生大健康博览会、第15届中国（广州）国际家用医疗康复护理及福祉辅具展览会在中国进出口商品交易会展馆圆满收官。展览面积达20万平方米，3800+全产业链企业聚集，吸引了来自68个国家和地区的专业买家。在这三天的盛会中，能够看到美业人以“向上升、向内求、向外走”的姿态，跨过增长高墙，突破内卷困境，在火热的氛围中，共同迎来了新一年的开门红。

来源：美博会

12、圆满闭幕！轻高定成主流、旧改掀热浪、出海启新篇，行业盛会再谱华章，明年3月见！

3月30日，为期四天的2025广州定制家居展暨轻高定展在保利世贸博览馆圆满落下帷幕。展会期间，商贸对接成果显著，产业创新成果丰硕，为行业转型升级注入强劲动能。轻高定成主流、旧改再掀热浪、出海启新篇，整家整装全面升级、设计+产业融合共生，五大趋势引爆行业新生态。10万m²超大规模、800+品牌矩阵、50+产业活动，构建起覆盖全产业链的创新生态平台。

来源：广州定制家居展

深圳

1、深圳市商务局发布关于《2024 年对外投资合作扶持计划（2024 年 1-6 月境外展览重点支持项目资助事项）拟资助计划》公示的通知

3 月 6 日，深圳市商务局发布关于《2024 年对外投资合作扶持计划（2024 年 1-6 月境外展览重点支持项目资助事项）拟资助计划》公示的通知。为加强财政专项资金管理，自觉接受社会各界监督，根据《深圳市市级财政专项资金管理办法》等有关文件规定要求，现将《2024 年对外投资合作扶持计划（2024 年 1-6 月境外展览重点支持项目资助事项）拟资助计划》在深圳市商务局网站予以公示，向社会广泛征求意见，欢迎社会各界监督。

来源：深圳市商务局

2、深圳市商务局发布关于 2025 年支持企业参加境外展会有关事项的通知

3 月 13 日，深圳市商务局发布关于 2025 年支持企业参加境外展会有关事项的通知。为贯彻落实省市关于加强“五外联动”工作部署，助力深圳市企业在发达国家及“一带一路”共建国家和地区等重点市场参加境外展会，进一步构建市区协同的境外参展支持政策体系，深圳市商务局制定了《深圳市商务局 2025 年度境外展会支持清单》和《2025 年度中央资金（企业赴境外参展资助事项）申报指南》，供相关企业和单位参考。具体开放申报受理时间另行通知。

来源：深圳市商务局

3、深圳市商务局发布关于下达 2024 年对外投资合作扶持计划（2024 年 1-6 月境外展览重点支持项目资助事项）资助计划的通知

3 月 19 日，深圳市商务局发布关于下达 2024 年对外投资合作扶持计划（2024 年 1-6 月境外展览重点支持项目资助事项）资助计划的通知。根据《深圳市商务发展专项资金管理办法》和《深圳市商务局 2024 年对外投资合作扶持计划（境外展览重点支持项目资助事项）申报指南》等规定，经受理、审核、公示等程序，现下达 2024 年对外投资合作扶持计划（2024 年 1-6 月境外展览重点支持项目资助事项）资助计划，本批下达资助项目 41 个，下达资助金额 3639 万元。

来源：深圳市商务局

4、深圳市商务局发布关于邀请参加第 137 届广交会（线下展）境内采购有关工作的通知

3 月 21 日，深圳市商务局发布关于邀请参加第 137 届广交会（线下展）境内采购有关工作的通知。第 137 届中国进出口商品交易会（又称广交会）线下展分三期在广交会展馆举办，共 21 天，每期展览时间为 5 天。为服务国家经贸发展大局，聚焦广交会出口核心功能，畅通国内国际双循环，第 137 届广交会将继续按照“总量控制、定向邀请”的原则开展境内

采购商邀请组织工作。

来源：深圳市商务局

5、深圳市商务局发布关于发布会展业发展扶持计划（2024 年 1-12 月新引进国内外知名品牌展会扶持项目）申报指南的通知

3 月 26 日，深圳市商务局发布关于发布会展业发展扶持计划（2024 年 1-12 月新引进国内外知名品牌展会扶持项目）申报指南的通知。为支持新引进国内外知名品牌展会，根据《深圳市关于建设国际会展之都的若干措施》、《深圳市商务发展专项资金管理办法》、《〈深圳市关于建设国际会展之都的若干措施〉实施细则（修订）》等有关规定，深圳市商务局现启动会展业发展扶持计划（2024 年 1-12 月新引进国内外知名品牌展会扶持项目）的申报工作。请各单位按照《深圳市商务局会展业发展扶持计划（2024 年 1-12 月新引进国内外知名品牌展会扶持项目）申报指南》规定的申报条件、申请材料、受理时间等要求，认真准备申报材料，深圳市商务局将按照规定程序组织审核并拨付补贴资金。本次项目申报的网络填报时间为 2025 年 4 月 21 日—2025 年 4 月 25 日 18:00；纸质材料提交时间为 2025 年 4 月 21 日—2025 年 4 月 28 日 17:30。

来源：深圳市商务局

6、超 38.3 万名观众，打造亚洲首个汽车全产业链生态展贸平台

2 月 28 日-3 月 3 日，2025 深圳国际智慧出行、汽车改装及汽车服务业生态博览会盛大举办，展会 38.3 万人参观，盛况空前。本届博览会总展览规模达 42 万平方米，其中室内展出规模 32 万平方米，室外汽车文化活动体验区规模 10 万平方米。超 120 家新能源及传统汽车品牌、5600 家全球汽车产业链企业到场，发布近 2 万款年度新车型、前沿科技、个性化改装、智能化升级和养车用车的新产品、新技术、新方案。

来源：九州汽车生态博览会

7、ISLE 2025 载誉闭幕 | 明年 3 月再见！

3 月 9 日，第十届国际智慧显示及系统集成展（ISLE 2025）在深圳国际会展中心圆满闭幕。展览面积达 8 万平方米，参展企业达 1000+，参观观众达 22 万人次，近 200 组买家人组团聚集于此。为期 3 天的 ISLE 展带来了显示技术及配套设备、LED 产业链、音视频集成、声光视讯融合等领域的新产品、新技术及智慧应用场景，吸引着来自全球各地的专业观众以及行业商协会组织前来洽谈供需，联通行业上下游资源，打造信息共享的服务交流平台，促进产业链创新发展。

来源：ISLE 国际智慧显示及系统集成展

8、2025 华夏家博会（深圳）春季展会隆重举办

3月14日-16日，2025深圳华夏家博会春季展会在深圳（福田）会展中心隆重举办，本届家博会汇聚了200多家涵盖建材、家具、家电、软装等全品类家居品牌，通过品牌直供、热销爆品与消费补贴等多元形式，为消费者提供了一站式选品平台，同时为家居产业链上下游企业搭建高效商贸对接桥梁。展会持续聚焦行业前沿趋势，以专业办展实力助推消费升级，到场消费者逾4万人次，达到了需求两旺。

来源：华夏家博会

9、圆满闭幕！从40届深圳展看中国家居行业进入新周期

3月16日-19日，深圳家居设计周暨第40届深圳国际家具展在深圳国际会展中心圆满闭幕。在这场汇聚全球顶尖家居品牌的国际舞台之上，汇聚300多家行业领军品牌，涵盖六大新生活方式主题展区，不少参展商携“行业首发”“国内首创”新产品、新技术悉数亮相，让观众感受前沿设计理念与生活方式的碰撞与融合。

来源：深圳家居设计周暨深圳家具展

10、18W人次！链接全球 破圈出海！第四届CHWE出海网全球跨境电商展圆满落幕！

3月20日-22日，由出海网主办，潮域展览、AMZ123承办的第四届出海网全球跨境电商展（春季）在深圳福田会展中心成功举办。18万名圈层人士、3800+参展企业、80+跨境平台、500+链路服务商等齐聚一堂，在交流与合作中开启2025年的跨境商机。3天的展会，取得了卓有成效的业绩。据主办方统计，截至3月22日展会圆满闭幕，展会签到总人次达180368人，在线观看直播120519，现场续约展位1268（同比增长124.8%），参展观众满意度99.2%。

来源：出海网跨境电商

11、完美收官，IEAE深圳国际消费类电子及家用电器展圆满落幕！金秋九月再相见！

3月22日，经过为期三天的精彩展示与交流，IEAE深圳国际消费类电子及家用电器展在深圳会展中心圆满画上句号！展会历时3天，IEAE深圳电子展以40,000 m²的宏大展示规模，吸引了逾千家国内电子电器品牌企业与创新势力同台竞技！吸引来自全球43个国家及地区的133,854人次专业观众到场观展采购，现场交易与意向合作金额创下新高！

来源：IEAE深圳电子展

12、第20届中国（深圳）国际品牌内衣展览会暨深圳国际贴身衣物供应链展圆满落幕！

3月25日-27日，2025中国内衣文化周暨第20届中国（深圳）国际品牌内衣展盛大开幕！本届展会规模10万平方米，吸引1000多个品牌、18大内衣产业集群参加，来自100多个国家和地区的展商以及众多买手纷至沓来，探风向、谈采购、下订单，掀起新一轮内衣时尚展示和交易热潮。

来源：SIUF 深圳内衣展

13、四天高光时刻，与您共同见证！ITES 明年 3 月 • 再相聚

3 月 26 日-29 日，第二十六届深圳国际工业制造技术及设备展览会在深圳国际会展中心圆满闭幕。展览面积达 16 万平方米，120519 位观众参观，1651 家企业参展。作为中国超大型的工业展览会之一，ITES 深圳工业展延续高质量的行业创新成果展示与产业链上下游连接的平台价值，在为期四天的展览里，为行业奉上了一场技术与思考碰撞的行业盛会，汇聚技术、商机、趋势、人脉，多维度助力制造业开年加速冲刺。

来源：ITES 深圳工业展

东莞

1、东莞市商务局发布关于组织企业参加第五届中东阿联酋国际家具家居展的通知

3 月 5 日，东莞市商务局发布关于组织企业参加第五届中东阿联酋国际家具家居展的通知。为深入贯彻落实中央经济工作会议精神，认真落实省委、市委全会精神，围绕推动东莞市手机、纺织、家具、玩具、食品等五大领域企业“走出去”开拓国际市场的目标要求，助力全市外贸稳定增长，东莞市商务局拟重点组织家具家居领域企业参加第五届中东阿联酋国际家具家居展。

来源：东莞市商务局

2、东莞市商务局发布关于公布《2025 年东莞市重点境外展会目录》的通知

3 月 5 日，东莞市商务局发布关于公布《2025 年东莞市重点境外展会目录》的通知。为支持东莞市企业开拓国际市场，充分发挥展会平台帮助企业抓订单、稳市场的积极作用，东莞市商务局通过征集各有关单位、商协会等意见，结合东莞产业发展情况和企业参展需求，遴选出 11 个境外展会作为东莞市商务局认定的重点境外展会，形成《2025 年东莞市重点境外展会目录》，现予以公开。

来源：东莞市商务局

3、2025 华夏家博会（东莞）春季展会精心举办

2 月 28 日至 3 月 2 日，2025 东莞华夏家博会春季展会在广东现代国际展览中心成功举行，本届家博会聚焦了行业优质品牌 200 多家涵盖建材、家具、家电、软装等领域，为消费者提供了一站式选品平台，同时为品牌搭建了精准获客与品牌推广的桥梁。吸引到场消费者 2 万多人，共探品质生活新图景。

来源：东莞华夏家博会

4、见证“拥抱”的力量！第 53 届名家具展圆满收官！

3 月 15 日-19 日，第 53 届国际名家具（东莞）展览会于东莞厚街·广东现代国际展览

中心成功举办。本届展会以拥抱之姿，拥抱行业，拥抱机遇与挑战，集合 1200+优秀品牌打造了一个充满活力、机遇和创新的家居盛宴，5 大特别企划 IP 展、6 大主题馆和精彩纷呈的重磅活动，开启家居产业发展新篇章。为期 5 天的展会共接待海内外专业观众 166933 人。

来源：名家具

5、2025 大湾区制衣制鞋·数码印花工业设备展暨华南国际缝制设备展圆满收官

3 月 25 日-27 日，2025 大湾区制衣制鞋·数码印花工业设备展暨华南国际缝制设备展在广东现代国际展览中心成功举办。本届展会以“厚街重启·继往开来”为主题，吸引 500+行业领军企业参展，展会面积共 5 万平方米，涵盖了大湾区国际智能纺织制衣工业设备展、华南国际缝制设备展、大湾区国际智能鞋机鞋材工业设备展、大湾区国际数码印花工业展等多个重量级展会，为行业呈现一场科技与产业深度融合的年度盛会。

来源：东莞商务局

佛山

1、佛山市商务局关于发布 2025 年上半年重点组织的国内展会项目的通知

3 月 28 日，佛山市商务局关于发布 2025 年上半年重点组织的国内展会项目的通知。为贯彻落实“粤贸全国”的工作部署，支持佛山企业积极拓展国内市场，宣传佛山城市、产业和品牌形象，前期佛山市商务局对外征集 2025 年上半年国内重要专业展会项目，经组织评审确定，现形成《佛山市商务局 2025 年上半年重点组织的国内展会项目》。参加列入 2025 年上半年重点组织的国内展会项目且符合相关申报条件的企业，可申报相关专项资金。

来源：佛山市商务局

2、CMES 华机展、佛山国际机床展圆满落幕！

3 月 13 日-15 日，第 5 届 CMES 华机展、佛山国际机床展在佛山潭洲国际会展中心盛大启幕。这场专属机加人的功夫盛会，在开展首日便集结工业母机高手、现场观众人头攒动，以空前人气共鉴功夫智造一代宗师。作为国际展览业协会（UFI）认证的知名机床展，本届佛山国际机床展聚焦家具家电零配件、新能源汽车零部件以及模具制造等加工领域，集结 500+展商，在佛山潭洲国际会展中心 7、8、9、10 馆同台竞技，为机床同仁敬献一场开春盛宴。

来源：CMES 华机展

中山

1、2025 中山以旧换新消费周于 3 月 21 日隆重开幕！

3 月 21 日，2025 中山“以旧换新”消费周活动在中山博览中心综合展厅正式拉开帷幕。本次在 3 月 21 日-23 日进行的“以旧换新”消费周活动，旨在进一步扩大以旧换新政策的

社会影响力，让更多的市民了解政策，并利用好相关政策，让更多家庭用上智能节能产品，开上绿色环保汽车，让“省钱”与“环保”并行，同时也希望更多企业加入“以旧换新”活动，以优质产品、诚信服务回馈市民。

来源：中山市商务局

2、中山市商务局发布关于公示 2024 年国庆车展抽奖拟补贴消费者名单的通知

3月26日，中山市商务局发布关于公示2024年国庆车展抽奖拟补贴消费者名单的通知。为加强财政专项资金管理，自觉接受社会各界监督，将2024年国庆车展抽奖拟补贴消费者名单予以公示，向社会广泛征求意见，欢迎社会各界监督。资金拨付最终将以资助计划下达文件为准。

来源：中山市商务局

3、第 35 届中国家电交易会电商新渠道选品会圆满闭幕

3月7日-9日，第35届中国家电交易会电商新渠道选品会在中山黄圃圆满闭幕。共有5.9万人次进场参展采购，与3万平方米展区内超700家参展企业面对面交流洽谈，共享信息、分享经验，掀起家电行业的春季采购热潮，现场意向成交金额19亿元，产品超6万款。这种交流促进了加速行业资源整合，推动上下游企业之间的合作，形成更紧密的产业生态链，提升整个家电行业的竞争力。

来源：黄圃发布

江门

1、江门市摩托车产业链工作专班办公室 江门市商务局关于开展第 137 届广交会场外对接活动（摩托车专场）的倡议书

3月24日，江门市商务局发布江门市摩托车产业链工作专班办公室 江门市商务局 关于开展第137届广交会场外对接活动（摩托车专场）的倡议书。第137届中国进出口商品交易会将于4月15至5月5日在广州举行。为支持外贸企业抢订单拓市场，进一步提升“江门摩托”的国际影响力和市场竞争力，拟在广交会期间充分发挥江门蓬江摩托车试车场功能，鼓励有需要的摩托车企业举办场外对接和客户试驾活动。现向江门市广大摩托车整车企业、配件企业、经销商、服务机构等发起倡议，请结合自身实际，精心设计对接活动，积极邀请国内外客户到试车场试乘试驾、体验产品，借助广交会和试车场双平台大力推动订单成交。

来源：江门市商务局

珠海

1、珠海市商务局关于发布《2025 年珠海市重点支持境外专业展会名录（第一批）》的通知

3月11日，珠海市商务局发布关于《2025年珠海市重点支持境外专业展会名录（第一

批)》的通知。为充分发挥境外展会帮助外贸企业抓订单、稳市场的积极作用,今年1月27日经市政府同意,珠海市商务局已印发《珠海市稳外贸若干措施》。根据该文要求,经广泛征求企业意见,珠海市商务局决定将338场境外展会列入《2025年珠海市重点支持境外专业展会名录(第一批)》,对企业参加相关展会发生的展位费、交通费予以支持。根据工作需要,后续珠海市商务局将适时发布需新增的展会名录。

来源:珠海市商务局

2、珠海交易分团关于第137届广交会境内采购商报名工作的通知

3月21日,珠海市商务局发布珠海交易分团关于第137届广交会境内采购商报名工作的通知。第137届广交会将于2025年4月15-5月4日分三期在广州琶洲广交会展馆举办,本届广交会继续按照“总量控制、定向邀请”的原则开展境内采购商邀请组织工作,现将珠海交易分团邀请境内采购商有关事宜进行通知。

来源:珠海市商务局

湛江

1、关于采购第137届广交会湛江家电珠江游轮采购对接活动项目服务的公告

3月24日,湛江市商务局发布关于采购第137届广交会湛江家电珠江游轮采购对接活动项目服务的公告。为进一步宣传推广以湛江家电为代表的湛江特色产业整体形象和实力,向世界客商展示湛江家电扎实的产业集群基础和独具特色的产业布局,帮助湛江市重点企业在广交会抓订单、拓市场,湛江市商务局拟于2025年4月15日在广州市珠江游轮举办第137届广交会湛江家电珠江游轮采购对接活动。现对该活动项目服务进行采购。

来源:湛江市商务局

韶关

1、关于积极组织企业参加第三届中国国际供应链促进博览会的通知

3月11日,韶关市商务局发布关于积极组织企业参加第三届中国国际供应链促进博览会的通知。由中国贸促会主办的第三届中国国际供应链促进博览会将于2025年7月16日至20日在北京举办,请韶关高新区管委会,各县(市、区)商务局,各有关企业积极组织发动辖区外贸企业,特别是广交会企业充分利用好展会平台,积极参加展会,抓订单,稳外贸。请各外贸企业,特别是广交会企业根据自身发展需求,积极参加展会拓展市场。

来源:韶关市商务局

2、韶关市商务局发布关于印发《韶关市2025年境外重点展会计划》的通知

3月24日,韶关市商务局发布关于印发《韶关市2025年境外重点展会计划》的通知。为充分发挥政府引导作用和企业主体作用,支持企业应对新挑战、开拓新市场、对接新客户、

获取新订单、培育新优势，多措并举促进韶关市外贸稳规模优结构。经韶关市政府同意，《韶关市 2025 年境外重点展会计划》内的 90 场展会已列入韶关市政府组团的境外经贸活动。现将《韶关市 2025 年境外重点展会计划》印发，请高新区和各县（市、区）商务局积极宣传组织辖区企业参展，请各有关企业积极参展抓订单、拓市场。

来源：韶关市商务局

肇庆

1、肇庆市商务局关于做好第 137 届广交会境内采购商相关组织工作的通知

3 月 18 日，肇庆市商务局发布关于做好第 137 届广交会境内采购商相关组织工作的通知。本届广交会境内采购商总量控制在 4000 人以内。中国对外贸易中心参考各地进口额和第 136 届广交会境内采购商邀请情况拟定各地方交易团邀请额度；根据中国连锁经营协会、跨境电商协会等最新发布行业排行榜单、往届广交会境内大型企业参会情况和大型连锁百货推荐情况更新广交会重点境内采购商邀请名单。

来源：肇庆市商务局

惠州

1、2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配方案公示

3 月 18 日，惠州市商务局发布 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配方案公示。根据《广东省商务厅关于做好 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）申报入库工作的通知》、《广东省商务厅关于下达 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）项目计划的通知》有关规定，惠州市商务局拟定 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配方案，对惠州市企业开展“粤贸全国”项目给予政策引导和扶持，资金合计 18.799 万元，经惠州市商务局党组会议集体审议通过，予以公示。公示期为 3 月 24 日-30 日（共 7 天）。

来源：惠州市商务局

河源

1、关于选聘第三方承接河源分团组织参加第 137 届广交会工作服务事项的通知

3 月 12 日，河源市商务局发布关于选聘第三方承接河源分团组织参加第 137 届广交会工作服务事项的通知。为进一步贯彻落实商务部、省商务厅关于举办第 137 届中国进出口商品交易会的工作部署，全面做好河源分团组织筹备、参展参会各项工作，扎实服务好参展企业，确保平安有序参会，结合工作实际需求，河源市商务局现拟采用购买第三方服务形式，公开选聘第三方承接河源分团组织参加第 137 届广交会工作服务事项。

来源：河源市商务局

汕头

1、关于发动组织境内采购商参加第 137 届广交会的通知

3 月 20 日，汕头市商务局发布关于发动组织境内采购商参加第 137 届广交会的通知。第 137 届广交会将继续按照“总量控制、定向邀请”的原则开展境内采购商邀请组织，助力提升各方贸易成效。本届广交会由各地交易团在一定额度内定向邀请符合条件的境内采购商线下参会。境内采购商证件将采取线上申请、线上审核、线上支付的方式办理。经交易团审核通过的企业可凭邀请码申办参会证件。

来源：汕头市商务局

潮州

1、关于潮州市 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配计划的公示

3 月 1 日，潮州市商务局发布关于潮州市 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配计划的公示。根据《广东省商务厅关于做好 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）申报入库工作的通知》、《广东省商务厅关于下达 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）项目计划的通知》精神和省级专项资金相关规定，经第三方机构评审、潮州市商务局党组会审议通过，将对 24 个参加粤贸全国展会入库项目给予支持。现将《潮州市 2025 年省级促进开放型经济发展水平提升专项资金（“粤贸全国”事项）分配计划表》予以公示。

来源：潮州市商务局

2、“潮”品入沪 璀璨夺目——潮州展团亮相 CCF 上海百货展

3 月 7 日-9 日，由中国轻工工艺品进出口商会主办的开春首场家居百货行业盛会——CCF 2025 上海国际日用百货（春季）博览会在上海新国际博览中心盛大举行。本次潮州市商务局组织发动了 20 家企业共 78 个展位参展。参展企业以陶瓷行业为主，有四通、松发、海鸿、顺祥、庆发、伯林等潮州知名陶瓷企业集中展示潮州陶瓷精品，涵盖家居日用瓷、酒店瓷、艺术瓷、礼品瓷等多个品类，餐厨用具、茶具、家居鞋等不同类别的家居礼品也同步登场，吸引了各方采购商及买手们关注，达到预期参展效果。

来源：潮州市商务局

云浮

1、培训赋能助参展，政策护航拓市场——云浮召开第 137 届广交会参展培训暨纪律教育动员会

3月14日，云浮分团分别在云城区和新兴县举办第137届广交会参展培训暨纪律教育动员会。云浮市商务局、各县（市、区）商务主管部门有关负责同志及云浮市42家参展企业代表参加会议。会上，云浮市商务局对展位使用及违规展位认定、展位缴费、贸易促进活动、成交统计、证件办理等业务进行全面且细致的讲解，确保企业清晰掌握参展关键环节。随后，从实施内容及政策申报相关注意事项方面深入解读了进口贴息、促进投保出口信用保险、开拓国际市场等外贸政策，助力企业更好地了解政策、运用政策，提升企业在国际市场的竞争力。

来源：云浮市商务局

马国宜：家具商 场馆 展商 技术公司共创动人展会体验|美国 style 会展活动启示

多次到美国参会我的共同体验都是：客户体验不仅是展会组织者塑造的，产业链其他环节的在其中的贡献也能被深切的感受到。

我用这篇记录，和大家一起展开看看他们各自在如何在活动中为客户带来更好的体验：**家具供应商、场馆、展商、技术服务商**

未来有一天，当中国会展产业链中的这些环节也有同样水准的表现，我们的活动会很动人。

1.家具供应商-给客户体验兜了底

想一想在展会中，当观众徜徉在展位，当展商与观众落座下来，最直接的体验就来自于：你置身的空间：养眼、私密还是方便？屁股下坐着啥：舒服还是难受？给心情加分还是不加分？

来看这个小亭子间：



里面有电源，有灯，可以自己处理工作，可以与人做私密的交谈。体积不大，也就两米来长，两米来高，方便放在会议室门外，场馆的过道灯很多地方。真是完美满足参会人的几大需求：充电、交谈、快速处理工作。

再来看这些家具：



不仅是说让你的身体休息，还愉悦人的眼睛和心情。

看了这些家具，我就对国内的展会家具服务商有一个期望：不要觉得一定要靠低成本拉业务，今天什么级别的服务都有人买。帮主办方、帮展商一起，全方位取悦客户，这里会有商业机会。

做到这一步，需要的：

意识上的差异化定位。观察和盘点人的需求：哪些可以满足的更好；

多走多看，比其他服务商扩展见识，更有可能想到去提供领先一步，贴合今天的人的需求的服务。

一个展会上，如果家具是让人全身心愉快的，不也是客户体验的一种保障么？

2.场馆-丝滑串联商务、玩乐、休息各种需求

参加 CL25（Convening Leaders 2025）这几天，徜徉在乔治布朗会展中心，我发现这个场馆是有主题的。你看，从二楼的圆形窗户向外看，这是不是很像船舱的观景窗？建筑中很多蓝色金属架也很有在一艘大船上的感觉。



会展中心外面的道路，晚上封起来就可以办晚会，这点还算比较常见的安排。

不常见的是，会展中心门前就有摩天轮，晚间活动启动摩天轮，看天空中的烟火，灯光秀，这个感觉就不一般了。

今天我们国内新的场馆实际上也越来越有意境，杭州国博，成都西部博览城都是非常有意境有韵味的代表。在场馆给人带来的优质体验上，感觉国内外差距实际上越来越小。

乔治布朗会展中心从外看既不宏大，也不奇特，但里面的功能却非常完善和便利。有众多的会议室以及多个阶梯式剧院，依靠在剧院厚实又软的椅子上，给参加严肃的行业话题研讨带来一丝舒服与放松。

展馆两侧各有一家酒店，分别是万豪与希尔顿，两家酒店在二楼都有长廊连通至展馆二楼。有空调，有绿植，一路走来，方便愉快。这种从规划就开始的协同，真的挺棒的。



场馆给我带来的体验并不是瞠目结舌，而是丝滑串联不同功能：如展览与会议；工作与娱乐、休息等等。

3. 展商-把劲儿使在怎样留下让人喜欢的深刻印象

下图是休士顿城市的展位，他们每天安排不同的获奖大厨给观众带来美食。展位边还安排了两个熨烫机，由工作人员帮助大家完成DIY布袋。袋子上既有休士顿城市名，也有客户指定的名字与图案。

这位小哥的表情，和最逗乐的表情包无异。他们非常知道，营销的一个目标是赢得客户喜爱——让客户开心。



休士顿城市展位的美食与表情帝

给我留下最大悬念的是加拿大蒙特利尔市，我多次在地毯上，路上，发现他们的指示牌，上面写着-“来这里，让蒙特利尔宠你”。而每次，循着指示走到卫生间门口，我就不知道该往哪里再去。往复3次，我终于忍不住问站在这个卫生间门口的一位工作人员，她说就是这儿，你进去看看。

原来蒙特利尔市改造了场馆的卫生间，墙上的标语是：我们让平常变得非凡，欢迎来

102 展位具体了解。每个城市都在吸引商务活动组织者，厕所也是体现城市先进水平的重要一站。蒙特利尔作为参展商，很会体现自己。



蒙特利尔在展现自己的什么？

4. 技术服务-这是我感受到最大差距的方面

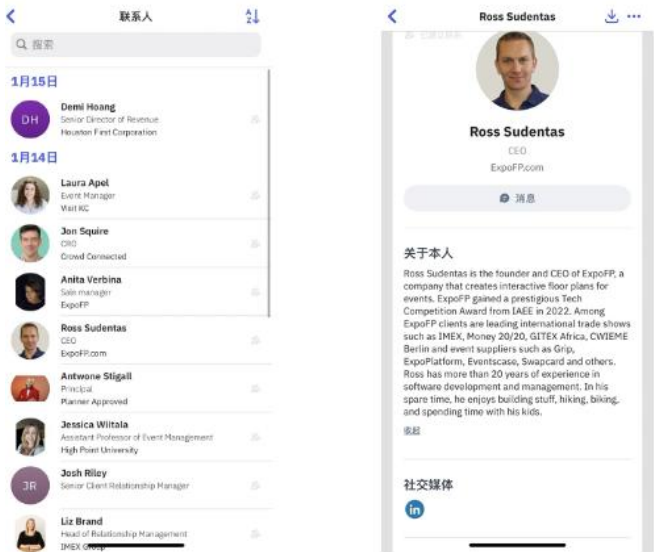
在 CL25 感受会展业技术发展，一是作为参会者，体验这场活动应用的技术；二是在现场技术讲座中学习。

CL25 是一场几乎彻底无纸化（除了胸卡）的活动，所有信息都在 PCMA+这个 APP 上。

（一）做为一名参会者，哪些功能让我印象深刻？

（1）添加联系人

每个人的胸卡上都印二维码，从新人 Orientation 开始，坐在一桌的参会者就开始打开 APP，互相扫码。作为一个很不活跃的社交者，几天我也和几十个人建立了联系。看这里，点击后就看到每个人的介绍，社交媒体账号，邮件，电话等信息。

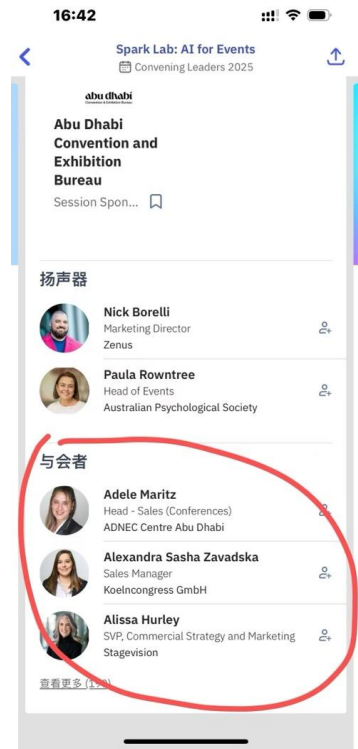


（2）会议辅助功能

比方说，我在纠结去听哪场，这时我打开 APP，几乎每场进行中的会议都有视频。我看

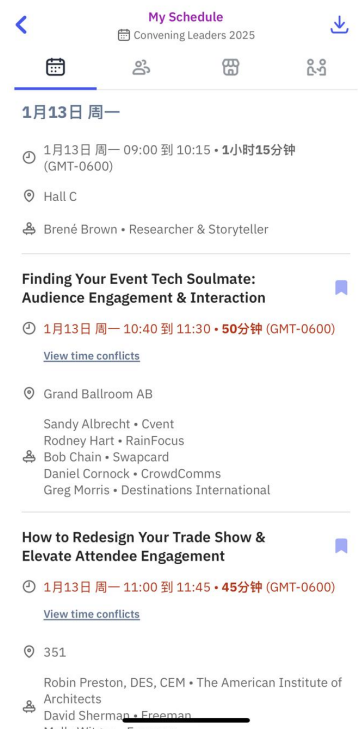
一看，就可以决定更想走进哪场。

另外，app 中同步有语音转文字和翻译；有会议室信息以及地图；有与会者列表。



(3) 个性化日程

如果说很多功能对我不算必要，个性化日程则是不可或缺，否则这一天的事情会像乱花飞入眼。下面是我的日程。



（4）交互式地图

在个性化日程之外，另一个我较高频使用的功能是交互式地图——我天天都会查早餐在哪儿，会议在哪儿，娱乐活动在哪儿。用的时候，我感觉能大概找到方位，还远不如高德地图灵敏。尽管如此，我还是觉得想到要帮助人解决找地儿的问题，这个意图是很好的。

（二）在技术讲座中的学习

我听了一场讲座，这个讲座在一个展厅中，四周全是展商（100%技术服务商），还有很多观众在交谈、或者参加竞赛、游戏等等。所以你看，听会的人以及演讲人都带着耳机。这个技术应用，就很触动我心。



带着耳机的会议听众在主持人引导下给所有展商鼓掌问候

这场讲座是关于如何吸引观众参与并对观众数据进行分析。

扬声器

	Ross Sudentas CEO ExpoFP
	Shideh Doerr CEO/Chief Magician Officer Jabber Yak
	Jon Squire CRO Crowd Connected
	David Stauffer Go-To-Market Lead Wicket Software

比方说，我在纠结去听哪场，这时我打开 APP，几乎每场进行中的会议都有视频。我一看，就可以决定更想走进哪场。

4 位演讲人的公司分别做这些事：

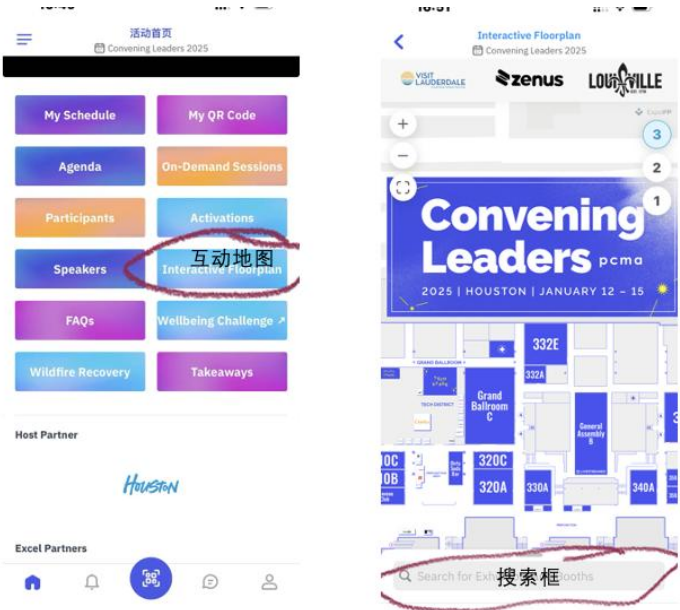
NO. 1 交互式地图，来自 ExpoFP

NO. 2 统计不同场地的人流数据，来自 Crowd Connected

NO. 3 支持参会人群中不是社牛的人们与更多人不但建立联系，并且建立关系，来自 Jabber Yak.

NO. 4 用生物技术采集参会者信息，提升效率与安全。

让我感到很欣赏的是每位讲的都是他们想要解决的问题是什么，提供的价值是什么，而不是就技术本身说来说去。



今天打开 APP 看地图这页，我发现底下有一条文字栏，允许根据公司名字进行搜索。这弥补了图上只有展位编号的问题。

一个厅（2-3 千平米）的技术服务商；以解决问题如导向的开发思路；想到去帮不同利益相关群体解决具体问题（主办方关注的工作效能与安全、参展商关注的更容易被找到、参会者关注的更容易社交，不一而足……）技术开发与应用，是我感受到美国会展业明显领先的地方。

在这一篇，我记录了除了展会主办方之外，产业链中的每一个环节，包括家具供应商、场馆、展商、技术服务商在如何齐头并进增强客户体验。

这里的启示是什么？
是各个环节都需要更开阔眼界、提升服务体验、致力于研究要为客户群体解决什么核心问题。当产业链的每个环节都提升了的时候，我们中国市场上的会展活动会更加打动人心。

来源：赛诺迅会展培训

王春雷：无锡年会归来再谈会展+

这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代。

全球经济整体放缓、地缘政治格局复杂、全球贸易摩擦频繁出现，所有国家、绝大多数产业都不能幸免。AI 技术和数字化对各行各业、对大学的各个专业都带来了新的机遇和挑战，会展业、会展专业也不可回避。唯一的对策是主动求变和积极拥抱。

在刚刚结束的 2025 中国会展经济研究会年会暨无锡会展目的地建设大会上，曲维玺会长做了一个非常精彩的主题演讲。基于此，他提出了未来一段时期会展业发展的五大路径：政策驱动：释放“会展+”乘数效应；消费促进：会展激活消费潜能；展产融合：塑造城市产业名片；国际化拓展：助力企业出海；数字赋能：重构会展生态。他还在演讲中提议，将今年定为“会展业融合发展年”，我对此深表赞同。

为什么要“会展+”？

的确，正如曲会长所言，会展业正从单一经济活动转向“多维融合引擎”，需要通过政策协同、消费激活、产业联动、国际化拓展及技术革新，释放其对经济的乘数效应。无锡等城市的实践表明，深度融入地方产业生态、创新业态融合是未来关键。企业需以开放思维拥抱变革，在“融合发展年”中抢占先机。

为什么需要“会展+”？既是时代背景，也是战略价值。

1. 经济转型升级的必然需求

当前，全球经济格局重构，中国经济面临新旧动能转换的压力。一大批传统产业需要通过创新与融合提升附加值，而会展业作为“经济加速器”，天然具备资源整合与平台链接功能，能够通过“会展+”模式激活产业链、消费链与创新链的协同效应。

2. 释放乘数效应的重要抓手

业内人士常说，会展业具有“1:9”的经济带动效应。通过“会展+文化/旅游/科技”等跨界融合，可放大其对交通、住宿、零售、广告等产业的辐射力，形成“一业兴、百业旺”的生态效应。当下，许多城市在积极推进的会商文旅体联动发展，也是这个道理，只不过各个城市的突破口不同。

3. 应对全球化竞争的主动选择

中国企业出海从“产品输出”转向“品牌输出”，亟需会展活动平台来提供国际资源对接、品牌展示与市场拓展服务。“会展+”通过海外办展、跨境会展服务等国际化合作，能助力中国企业构建全球竞争力。这也是中国会展业下一步取得大发展的重要机遇。

什么是“会展+”？

顾名思义，“会展+”是以会展业为核心，通过横向跨界融合（文化、旅游、赛事等）、纵向产业链协同（产业经济、城市经济、新技术）及生态化协作（上下游企业联动），构建多维度、立体化的经济赋能平台或机制。

对于当下的中国会展业而言，会展+至少具备 4 个关键特点：（1）平台化：连接供需两端，成为资源整合与价值创造的枢纽。（2）生态化：形成“会展主办方+配套服务商+关联产业”的共生网络。（3）数字化：运用 AI、VR/AR 等技术，重构线上线下融合的参展体验与服务产品体系。（4）国际化：推动国内会展标准、服务与品牌“走出去”。

为什么需要“会展+”？既是时代背景，也是战略价值。

我个人认为，会展业融合发展的内涵丰富，当务之急有三个重点：

一是展产融合，进一步发挥会展业在促进产业发展和赋能企业出海方面的特殊功能；二是展城融合，推动会展业与文化、旅游、演艺、赛事、节庆等行业之间的融合发展，进一步释放会展业的乘数效应，特别是促进消费；三是数实融合，积极拥抱数字化和新技术，推动会展业自身的转型升级。同样，这些都应该反映在会展教育和研究的变革中。

换句话说，通过有效的会展+，可放大乘数效应，致力于实现四大提升。一是升级产业，如无锡以物联网会展推动产业集群发展；二是提振消费，如上海“首发经济”激活高端消费市场；三是塑造城市品牌，如成都春季糖酒会深化“展城融合”；四是增强国际竞争力，如企业通过参加海外会展活动拓展全球市场。

如何推进“会展+”？

我就自己比较关注的方面，站在城市的角度提出以下 5 点：

1.政策驱动：构建“会展+产业”政策协同体系

城市政府应制定相应政策，鼓励会展业与其他产业融合。例如，设立专项扶持资金，对“会展+”项目给予补贴或税收优惠。

2.展产融合：推动产业融合与创新

一方面，城市要在打造“产业链-品牌展”特色生态上下功夫，用针对性的政策引导会展主题与城市优势、特色或新兴产业深度对接；另一方面，积极推进会展与文化、旅游、体育、科技等产业的融合发展。

3.消费激活：创新“会展+消费”场景

一是扩大食品展、车展、老年人用品展等消费类展会的规模，融合会展与消费，促进消费升级；二是拓展新兴业态，如举办时尚消费展、沉浸式体验展以及各类创意市集，以激活 Z 世代、家庭和银发市场等群体的消费力。

4.国际拓展：助力本土企业出海

通过制定补贴等专门政策,鼓励和支持本地企业参加海外展览会,并提供海外市场调研、资源对接等服务。

5.人才支撑：培养与引进并举

“会展+”模式需要具备跨行业知识和技能复合型人才。一方面,应鼓励和支持所在地区的院校优化相关专业设置,并依托各自的学科优势,培养各类会展跨界人才;另一方面,制定相应政策鼓励企业积极引进高端人才,提升团队整体素质。

来源：活动研究

曲维玺在 2025 中国会展经济研究会年会暨无锡会展目的地建设大会上的讲话

推动会展业与文化、旅游等融合，推动会展业与产业经济等的深度融合，推动会展产业上下游以及会展企业之间融合发展，进一步释放会展业的乘数效应。

——商务部国际贸易经济合作研究院副院长、中国会展经济研究会会长 曲维玺

江南春早，太湖潮涌。今天，我们相聚在“太湖明珠”无锡，共谋会展业高质量发展大计。在此，我谨代表中国会展经济研究会，向来自全国各地行业主管机构、业界精英和媒体界的各位领导、嘉宾和朋友们表示热烈的欢迎和诚挚的感谢！

历经 20 年的积淀，中国会展经济研究会始终与行业同频共振，见证了中国会展业从规模扩张到质量跃升的辉煌历程，研究会年会已成为业界洞察趋势、前瞻未来的年度盛会，足迹遍布中国主要会展经济带的核心城市，成为引领行业发展的风向标。

当前，全球经贸格局加速重构，地缘政治波动不断，不确定性增多，中国经济面临转型升级、培育发展新动能等挑战，在此形势下，会展业这一“经济晴雨表”应发挥更重要的作用。今年是贯彻党的二十届三中全会精神的开局之年，是“十四五”收官之年，也是“十五五”规划谋划之年，两会刚刚闭幕，布局全年工作意义重大。会前我们做了《2024 年会展行业情况及 2025 年预期调查问卷》，调研结果显示，会展机构高度关注创新发展、展产融合和出海拓展等关键词，希望年会议题聚焦会展经济发展的战略方向和重点领域以及数字化应用，并期待通过年会平台，为企业、行业谋求更好的发展。因此，今年年会主题定为“创新谋机遇·融合促发展”，同时，我也代表研究会提出倡议，将今年定为“会展业融合发展年”，旨在推动会展业与文化、旅游、演艺、赛事、节庆等融合，推动会展业与产业经济、城市经济、新技术等的深度融合，推动会展产业上下游以及会展企业之间融合发展，进一步释放会展业的乘数效应。

借此机会，我想对今年的会展业发展提几点思考：

一是用足用好政策，释放出“会展+”的乘数效应。

会展业作为现代服务业的关键一环，具有“一业带百业”的显著乘数效应，能强力带动国际贸易、文旅、科技等多行业协同发展。今年的政府工作报告中提出，高质量办好进博会、广交会、服贸会、数贸会、消博会等重大展会。商务部也出台了系列政策稳外贸。各地政府积极响应，山西、大连等省市站在新起点上优化会展高质量发展政策环境，精准施策。无锡则出台政策重点扶持契合产业集群发展方向、市场化运作且符合条件的会展活动。不难看出，这些政策旨在放大会展平台价值，推动会展支持政策与产业扶持政策相结合，形成合力，进一步释放会展乘数效应。

二是以展会为抓手，为促消费贡献会展业的力量。

消费是经济增长的“压舱石”和“稳定器”，会展业则是激发消费潜力的重要平台。近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，为会展业促进消费指明方向。上海举办 2025 年全国精品首发季暨“首发上海”系列活动，充分发挥了重点展会作用，不断丰富首发平台载体，指导各地因地制宜发展首发经济，推动消费提质升级；成都通过举办全国糖酒会等重大展会，深化展城融合，拉动消费；江西计划举办 150 余场消费类展会，积极提振消费。无锡也借此东风，以打造“美食之都、购物天堂”和创建国际消费中心城市为契机，利用会展平台，扩大农博会、汽车展等传统消费展规模，办好“太湖购物节”，培育新消费增长点；并结合新兴业态，创新举办时尚消费类展览，打造多元消费场景，释放消费潜能。

三是展产融合，塑造城市产业名片。

会展与产业相辅相成，是推动城市经济发展的重要力量。南京凭借“会展搭台、产业唱戏”，推动智能制造集群崛起；成都依托西博会培育电子信息千亿产业链。无锡作为国家传感网创新示范区，也在聚焦物联网、集成电路、生物医药等优势产业，打造“一展一链”特色会展生态。因此，各主要会展城市应积极对接京津冀、长三角、粤港澳大湾区等区域会展资源，承接相关会展活动，深化区域产业合作；对接高端科研机构，举办科产融合会展，加速产学研成果转化；加强与行业协会合作，举办产业链招商会议，培育高层次会展活动，实现“会展+产业”优势互补、协同发展。

四是助力出海，促进会展业国际化开放合作。

近年来，中国企业积极拓展海外市场，出海已成为企业发展的必然选择。企业正从单纯的产品输出转向品牌国际化。今年初，由我们新媒体营销专委会主办的 2025ME 觅目出海大会，构建了一个务实的平台，旨在了解企业出海需求、实现海外资源对接、促进学习交流，从而提升企业在海外经营、参展、办展等各方面的能力，并助力中国产业和企业增强国际竞争力。

五是数字赋能，重塑会展服务生态。

数字化与 AI 影响广泛，在会展业中也发挥着越来越重要的作用。2024 年，我国数字会展规模突破千亿元，线上线下融合展会占比达 35%，但在数据应用与交互体验上，与国际先进水平相比仍有差距。会展行业也需借鉴 DeepSeek 大模型“开源共享”理念，搭建会展行业 AI 平台，提供智能客服、精准匹配、数据洞察一站式服务，提升运营效率。大力推广 VR/AR 沉浸式逛展、区块链电子签约等技术，将“云参展”从补充选项转变为核心竞争力，为参展各方带来全新体验。

近几年，锚定长三角区域特色会展产业高地建设目标，无锡会展业一端连着产业、一端连着市场，其“会、展、节、赛、演”融合发展不断推进，一业带百业，为无锡引着流量、

添着增量，为无锡经济社会发展作出了会展的贡献。我相信，像无锡会展业发展的路径一样，2025 年只要我们会展企业坚定信心，紧跟政策方向，深入挖掘潜力，加强融合发展，就一定能在新发展格局中实现新发展。

来源：会展经济 Plus

董宇辉 AWE 狂揽 2.68 亿！直播电商如何改写会展流量规则？

上海 AWE 展会结束一周后，一组数据在会展圈疯传：董宇辉带着东方甄选团队在展会现场直播 3 小时，直接拉动相关品牌成交 2.68 亿元。这个数字是什么概念？相当于一个中型展会全部参展商 3 天的总成交额。更讽刺的是，当董宇辉在扫地机器人展位前即兴背诵《赤壁赋》时，距离他 30 米外的某国际品牌展台，两位西装革履的销售总监正对着零星路过的观众重复着千篇一律的 PPT 话术。

这不是孤例。去年广交会期间，某跨境主播在展馆走廊举着手机边走边播，单日引导成交额超过该展区 20% 企业的总和。当这些数字赤裸裸地摆在面前，一个残酷的真相浮出水面：会展行业苦守三十年的“流量分配权”，正在被直播电商重新洗牌。

一、流量去哪了？展商交 50 万参展费买的究竟是什么

“我们公司今年砍掉了 70% 的展会预算。”一位广东小家电企业老板私下坦言。他的账本很直白：参加一次行业头部展会，展位费+搭建+差旅成本至少 50 万，但去年在某国际大展上，真正留下联系方式的专业买家不到 30 人，最终成交订单仅 2 单。“还不如把预算投给直播团队，直接在展馆里架设备现播现卖。”

这种情绪正在中小展商中蔓延。根据中国会展经济研究会数据，2023 年展会平均观众转化率已跌破 3.5%，而同期头部直播电商的进店转化率超过 18%。更致命的是，传统展会的流量漏斗正在失效——过去主办方还能用“专业买家数据库”“精准匹配服务”作为卖点，但现在采购商们进场第一件事是打开手机扫码比价，第二件事是直奔网红直播间领优惠券。某会展公司销售总监透露，今年已有客户在合同里新增条款：如果展会期间未能邀请到超头主播驻场，甲方有权扣减 10% 服务费。这背后是一个正在重构的价值链：展商不再只为展位买单，而是在争夺附着在会展场景下的流量放大器。

二、董宇辉撕开的裂缝：当“小作文”比展台设计更抓人

回到 AWE 现场那个魔幻场景。某国产清洁电器品牌最初并未被列入董宇辉的选品清单，但当主播团队路过其展台时，工程师出身的创始人突然摘下话筒，用五分钟讲透“为什么中国电机寿命比德国品牌少标 200 小时反而更诚实”。这段临时起意的技术解读，被董宇辉即兴改编成《劝学》版的“国货自强宣言”，当天该品牌直播间涌入 7 万人，库存 3 小时售罄。

这暴露出传统会展的两个致命伤：

1. 信息密度塌方：

当观众可以在直播间用 2 倍速听完产品核心卖点，谁还愿意站在展台前听 15 分钟标准化讲解？某参展商做过测试：把展位视频投放到抖音，完播率最高的片段是董宇辉边拆机器边聊“父母总舍不得换旧家电”的共情话术，而非精心拍摄的产品功能介绍。

2. 信任链断裂：

采购商老张的说法很具代表性：“以前选供应商要看工厂规模、看展位豪华程度，现在直接看直播间在线人数。如果连C端消费者都不愿意下单，B端采购风险更大。”这种从“规模信任”到“市场信任”的迁移，让重资产搭建的展台陷入价值危机。

三、会展的“二次元”生存：流量规则重置下的反攻路径

但把责任推给直播电商是懒惰的。真正该警惕的是，会展行业对“空间价值”的认知还停留在物理层面。事实上，董宇辉们创造的正是一种“二次元会展经济”——用内容重构空间关系，用情绪重置交易链路。想要夺回主动权，不妨从三个维度构筑新护城河：

1. 把展位变成“片场”：

深圳某消费电子展曾要求所有参展商提交“短视频脚本”，主办方提前筛选出20个最具传播力的产品演示方案，在展会期间匹配抖音中腰部主播进行二创传播。结果展会线上话题播放量突破2亿，远超同期落地广告投入效果。这揭示了一个新逻辑：展位设计的第一优先级不再是“让人停留”，而是“让人拍摄”。

2. 让专业买家成为“群演”：

上海跨国采购会展中心做过一次激进试验：在高端制造展区设置“首席体验官”席位，邀请行业KOL以采购商身份入驻，他们的实时点评通过小程序同步推送给所有观众。这种做法本质上是在复制直播间的“实时弹幕”效应，用专业洞察制造社交货币。

3. 主办方的“新中间商”角色：

杭州某主办方今年开始向参展商收取“流量服务费”，用于联合MCN机构打造展会专属直播间。不同于企业自播的分散作战，这种模式通过集中调度主播资源，实现“一个爆款直播间带动整个展区流量”的虹吸效应。数据显示，参与该计划的展商平均获客成本降低47%。

四、冷思考：流量狂欢下的价值锚点

在东莞某家具展上，一位越南采购商的举动颇具象征意味：他在某网红直播间下单20个样品后，径直走到对应展位对销售说：“我已经在直播间付款了，现在想看看你们怎么包装出货。”这种“线上下单、线下验货”的行为，恰恰揭示了会展不可替代的核心价值——在高风险决策中提供确定性。

直播电商可以解决“为什么买”，但回答不了“凭什么信”。当越来越多采购商带着直播间订单到展会现场突击验厂，当跨境电商卖家在展馆角落用手机直播“老板亲自质检生产过程”，这些场景都在证明：会展的本质不是流量集散地，而是信任增强器。

某位转型成功的会展经理说破真相：“以前我们卖的是展位面积，现在要卖‘信任可视’”

化解决方案’。比如在展台设置 24 小时直播角，让客户亲眼看到有多少人咨询、多少技术人员在岗；又比如给每个产品贴上来不及 PS 的热敏标签，显示生产倒计时。”这些细节看似微小，实则用互联网时代的透明性，重建会展场景的信用溢价。

五、结语：杀死展会的不可能是直播间

回到文章开头的那个对比场景：当董宇辉的直播间创造 2.68 亿成交时，隔壁展台的销售总监们真的输了吗？数据背后有另一组事实：该直播间 80% 的爆款产品来自参展商，其中三家企业在直播后收到超 200 家线下渠道商询盘。更值得玩味的是，有品牌在直播结束第二天紧急加印产品手册——因为采购商们说：“我们要拿着董宇辉讲解的卖点去说服终端门店。”

这或许指明了会展业真正的出路：不再纠结于“线下流量被线上掠夺”的零和博弈，而是重新定位为“信任基建提供商”。当直播间负责点燃需求，展会就要成为持续供氧的管道；当网红负责制造冲动，展商就要用看得见摸得着的专业力完成临门一脚。

董宇辉在 AWE 现场说错了一句话。当时有观众问他：“你们会把展会都变成直播间吗？”他回答：“优秀的直播间本身就是一个展馆。”但事实上，会展人应该自信地给出反向答案：“所有直播间，最终都要回到展会。”因为商业世界里，总有必须面对面才能确认的东西——可能是机器运转时的温度，可能是握手时的力度，也可能是突然下雨时，参展商下意识护住样品的那一瞬间。

来源：阿牛顿商业观察

万涛：群体性孤独时代：会展业如何重塑连接与价值

我简单介绍一下我们为什么办这样一场大会？

今年是我们办 CEIDIC 大会的第八年，这个大会的核心主题一直是关心会展业的数字化和创新。在今天，我们特别强调在 AI 的大背景下，如何应对 AI 对会展活动行业产生的影响，是我们会展人面临的新使命。

1.AI 发展历程回顾

首先，简单地用标志性的概念和事件和大家快速回顾一下 AI 的发展历程。AI 的发展始于 1950 年提出的“图灵测试”，1956 年正式提出了“人工智能”这个词，然后有了“专家系统”，到了上世纪七八十年代进入了低谷，九十年代人工智能有一个小的高潮，当时 IBM 做了深蓝的系统，打败了国际象棋的世界冠军，然后又进入了低谷。

我们今天如日中天的深度学习神经网络算法在上世纪 90 年代就已经提出来了，但是当时算力不够，数据量太大，根本算不过来。为什么芯片是卡脖子的技术？从那个时候就可以看到了。芯片的发展到了 2010 年的时候，芯片技术开始有了 GPU（图形处理器）。计算机科学家李飞飞是专门做图像识别的，最率先用了深度学习算法解决了图片识别的问题。到了 2016 年，Alpha Go 用深度学习打败了世界围棋冠军。而当年国际象棋世界冠军被深蓝打败的时候，大家认为计算机打败围棋冠军还有很多年。到了 2017 年，出现了今天大模型用的底层架构 transformer，它出现以后改变了整个人工智能行业。

特别在 Chat GPT 出来以后，人工智能开始大爆发，从边缘学科来到了舞台的中央。今天人工智能已经处于几乎所有学科的核心位置，今天，科学家在讨论 AI for science，工程师在讨论 AI for Engineering，我们在讨论 AI for Events，每个领域都在 AI 的加速下改变。科学界对 AI 的认可体现在 2024 年的诺贝尔生物和化学奖都颁发给 AI 相关的科学家，这是一个标志性事件，意味着 AI 已经来到了人类科学的核心。

2.AI 对社会与行业的深远影响

AI 给我们带来巨大的效率提升，从生产力提升讲，很多工作可以用 AI 来干，譬如会展策划案，包括嘉宾演讲里面的内容都可以让 AI 干，工业里面的 AI 也多了，无论是视觉的，还是自动化的等等，AI 几乎无所不能。在专业服务业里面，我们看到无论是会计师、律师都可以用 AI 干很多工作。

在《奇点临近》这本书里面讲到，2032 年医学发展可以给大家带来的好处是什么？此后每一年医学发展可以给大家带来边际寿命的延长超过一岁，在座的诸位每个人都有机会活到 120 岁以上，这就是 AI 驱动医学带来的好处。

我们的教育资源也可以更加的普惠和个性化，每一个人都会有一个 AI 教练来帮助你，你的教程、内容都是个性化的，所以未来的人类学习会得到极大的改变，还有材料、生物学等

等，各方面的内容给我们提供了非常多的可能性。让我们可以看到，科技可以让生活更美好。

3.AI 带来的挑战与困境

AI 让人类生活更美好的可能性我们已经看到了，现在我想讨论的是另外一方面，AI 给我们带来了很多好处，同时也给我们带来了新的问题。我们需要关注科技进步带来的挑战，这个挑战不仅仅是因为 AI。自工业时代开始的时候，挑战就已经产生了。工业社会之前是农业社会，在农业社会，我们每个人是和大自然、土地森林、水直接接触的，我们生产的东西我们直接吃，我们可以感受到我们的劳动成果。

到了城市以后，我们发现我们是生产线的一部分，我们生产一个商品，远远超过自身所需，要通过商业的交换网络才能获得自己生活所需，现在在城市的人们已经不可能自己种田，自己收割自己吃。然后你会发现，在农业社会，人和母体是在一起的，工业社会人和母体是脱离的。

在工业社会，你上了流水线以后发现，你就是机器的一部分，人类被工具化了，用我们的经典理论讲，人类被异化了。以前在村里面人都相互认识，今天你换一个同事，明天换一个同事，你是没有稳定的朋友的，所以群体性孤独是特别明显的。这种自动化+网络，让每个人的能力被放大了，但实际上你却变得越来越孤独了，这是我们今天社会的重大命题。

回到 AI 给我们带来挑战的时候，第一个挑战就是 AI 会替你工作。我们看到生产力提升带来了很大的好处，让我们有了空闲。刚刚还在担心工业社会人类被异化了，成为流水线的一部分，但今天我们要担心的是人类没有工作机会了，你被工作驱逐了，被 AI 驱逐了，这是今天非常大的挑战。

我们看到有很多调查和预测，2030 年以前，美国的工作岗位有大概接近 50%直接受到 AI 威胁。现在 AI 的发展有两种路径，一种是帮助人、辅助人，一种是替代人。包括今天我们看到很多 Agent 的发展，AI 实际上真的会替代人。我们看到 Salesforce、Meta、谷歌都停止了对工程师的招聘。游戏行业的动画师也发生了这样的情况。

这件事情发生下去带来的后果是什么？我们当前社会是按劳分配的体系，生产力和生产关系发生了巨大的矛盾，生产力高度发达，生产关系跟不上，今天面临着人类社会里面很严峻的问题，一方面是科技不断进步，比如萝卜快跑，自动驾驶等，物流、配送、司机这些岗位被取代的时候，这些人没有参与劳动，就没有分配，带来巨大的社会分配问题，这个话题太大。这件事情是人类社会在未来十年、二十年里面，面临最重要的挑战。

当你不能产生价值，你没有被异化了，这个时候人类对自身的疑问会更多了，因为我们是万物之灵，我们有非常高的优越感，整个生物界我们是最顶端的，我们智力超群，我们发明了 AI。但在今天，我们发明了一个对人类自身可能产生毁灭性的问题。当然我们有很多机会把 AI 控制好。

今天，我们会产生对人类自身价值的怀疑，这是人类面临的大挑战，那么，我们还能做什么？

硅基进化速度比我们碳基快太多了，它的认知比我们好，可以替代我们做很多事情，并在未来产生越来越多的内容，我们甚至都消化不了。刚刚报道出现了两个 AI 机器人聊天，聊着聊着突然把语言换了，人类完全不懂，这是正在发生的事情。

4.人类独特性与社会关系的重要性

我们要思考，人类它的独特性到底在哪儿？我们的优越感还在吗？

这个问题有一点沉重，我努力来回答一下。人类是有自己独特性的，人类独特性存在于人类本身。

第一，是人类感情上的认知，比如友情、亲情、爱情这样的感受，目前 AI 没有办法提供。无论任何时候，回到你的家，就是温暖的港湾，你的父母、朋友可以鼓励你，在你脆弱的时候，有人可以包容你，这种高级的情感 AI 不具备，未来也很难具备，这种体验是人类非常非常独特的。我们未来的会展人，都是围绕这个展开的。

第二，是感官上的体验，人类是有肉体躯壳的，这个躯壳带给我们非常不同的东西，现在 AI 给我们的界面、交互介质也好，包括未来的人形机器人也好，缺乏人类的一些特质，比如我们看到颜色，吃东西有酸甜苦辣，我们可以识别不同的味道，听到不同的声音，包括音乐，这些都是人类独特的。

第三，还有价值观，举个例子，比如创业这件事情，九死一生，为什么人类会做？AI 肯定不会做这个事情，因为这个太难了。孟子说“虽千万人吾往矣”，人有道德、勇气，我相信这个事情是正确的时候，无论有多少人不同意，我依然会坚持，所以在这种情况下，我们看到人类的缺陷，不完美，道德感给我们人类带来独特性是一堆代码、一堆数据没有办法提供的。

人类在认知上、个性体验上和 AI 不一样。最重要的是什么呢？我们是社会人，我们是社会关系的总和。在需求层次理论里，我们每个人在温饱解决以后最关心的是什么呢？是安全感和归属感，我是谁？我属于哪儿？这是人类在社会关系里和 AI 非常不一样的地方。

今天我们可以看到这种归属感，每年 3 月 1 日召开的 CEIDIC 大会，这是中国会展业里面，对会展、对数字化与创新、对未来最关心的一群人。随着这个会开了八年以后，这群人会对当下面对面的现场有共同的体验。每年的 3 月 1 日，我们的氛围、感觉，人和人的关系非常不一样。这种关系对人是非常重要的，当一个人离开了社会网络的时候，其实他是非常脆弱的，关系不仅仅可以带来归属感、安全感，还可以带来健康和幸福，很多研究表明，一个人一生的幸福并不是财富和地位决定的，它是由健康的关系决定的，我们可以看到关系的重要性。

5.会展业的新使命与未来发展方向

既然关系这么重要，回到我们会展行业来思考我们自身的使命和责任。面对面是关系构建的核心，比如你线上聊了很多，真正跟你交朋友的时候都是线下见过面的，因为线下我

们能看到眼神，看到面部表情的细微之处，体察到肢体语言，他们所传递的信息远超过了文字和语言，线下可以形成人类关系的深度记忆，我们的集体记忆。线下良好的关系在你的朋友、你的家人之间，给你线上没有办法得到的体验，无论是通过 VR 还是线上，给你带来的核心只是数字化的体验，而不是一个真实的全身心的体验，而这种体验对你的健康、归属感、安全感是非常非常重要的。

面对面的活动既然这么重要，在今天我们有了新的使命，我们不仅仅是做一个商务活动，不仅仅是做贸易配对、洽谈，我们在面对人类群体性孤独的时候，帮助人类重构连接、重构关系——会展活动是重构人类关系的中枢。未来人类做什么呢？生产力这么发达，我们有那么多的空闲时间，我们可以去旅游、比赛，去参加节庆、赛事和体育运动等。人类的不满足感，人类的原始性被激发出来，人和人之间需要面对面碰撞，构建人类新的关系。线下是“反算法”的，你不是被推送的，你是在当下的咖啡间、休息区和各种空间里面偶遇的，你会看到各种可能性。

所以这是会展产业对人类发展的新使命，我们不仅仅自发地从事会展活动，我们需要有自觉性，更需要重构技能栈。今天我们说未来会展人不会失业，会非常有前途，因为人类的未来寄托在我们身上。但我们会展人还要思考，在这样的定位、使命和愿景下，我们会展人接下来该怎么做？

我们要怎么去重构、去升级我们的技能栈，以及线下的体验空间。首都会展是物理空间的基础设施，31 会议是数字化的基础设施，未来人类既然有这么多面对面的交流机会，人类未来需要数智化的融合新空间，在这个空间里面，我们需要帮助人类构建新型关系。线下空间是促进人类之间互动的地方，比如促进商务配对、贸易洽谈、学习交流等等各种大的、小的活动的空间；空间既是关系的构建，也是传播发生的地方，也是我们所有内容发生的地方，也是我们整个未来人类关系发生的重要地方。

来源：31 会议

两天展会 vs 三天展会：为什么“少即是多”？

展会通常以三天为主流，但越来越多的行业开始质疑：三天真的必要吗？事实上，两天展会不仅可行，甚至在某种意义上更具优势。

以下我们从效率、成本、体验这三个维度，探讨为什么两天展会可能比三天更好。

1. 效率提升：时间紧迫感激发行动力

三天展会往往让人产生“时间还多”的错觉，导致参展商和观众拖延决策。而两天展会则营造出一种紧迫感，迫使参与者更快行动。

我现在做的奢侈品包装展，问过很多参展商，他们普遍表示：“两天内我们接触的潜在客户数量和质量都比之前参加的别的三天的展会显著提升，因为大家都意识到时间有限，必须抓紧。”

2. 成本优化：省钱又省力

展会成本是参展商和观众的重要考量。三天展会意味着多一天的场地租赁、人员工资、差旅住宿等费用。两天展会则能显著降低成本，同时减少资源浪费。

两天展会不仅节省了参展商的预算，还让他们更高效地利用时间，避免了第三天的疲软状态。

3. 体验升级：专注力最大化

三天展会容易让人疲劳，尤其是观众。到了第三天，许多人已经精疲力尽，参展商也难以保持最佳状态。两天展会则能让人保持高度专注，提升整体体验。

根据我们的统计发现，三天展会的第三天，展台的参观量通常比前两天下降 50% 以上。而两天展会则能让人流分布更均匀，展台的价值得到充分发挥。

4. 顺应趋势：短平快是未来方向

在信息爆炸的时代，人们的注意力越来越稀缺。短平快的活动形式更符合现代人的需求。两天展会不仅能吸引更多忙碌的专业人士，还能提高参与者的留存率。

可能这时候有很多人会问了，如果是一个展会做了很多的特装，只有两天是不是有点浪费？

特装展台的核心目标是吸引注意力、提升品牌形象、促进高效沟通。这些目标并不依赖于展会时间的长短，而是依赖于展台的设计、互动性和目标客户的精准对接。

特装展台通常设计精美，注重互动体验。如果展会时间过长，观众的体验感会因疲劳而下降。两天展会能让观众保持新鲜感和兴奋度，特装的互动效果更好。

结论：两天展会，效率与效果的双赢

两天展会不是简单的“砍掉一天”，而是通过优化时间、提升效率和降低成本，实现更好的商业价值。它迫使参与者更专注、更高效，同时也更符合现代商业的节奏。

来源：会展经济学

主 送：广东省商务厅 广东省贸促会 省各有关部门 省各研究机构 协会专家顾问 各会员
企业、战略合作服务商、个人会员

签 发：会长 刘松萍

热线电话：020-22281170

地 址：广东省广州市海珠区中洲中心南塔 A 座 2404

电子邮箱：gfoa29@163.com 网址：www.gdfoa.com