

会展智咖说



作者简介
智海王潮传播集团合伙人/总裁
中国会展经济研究会文旅商旅融合专业委员会主任

商旅文体健融合是国家提振消费的重要举措,也是现代服务业新质生产力的代表形态。但是商旅文体健要怎么融,才能从做加法变为做乘法?在笔者看来,要解决这个问题,首先要厘清为什么要“融”。商旅文体健融合,强调的是商业、旅游、文化、体育、健康五大领域的深度协同,目的是形成更具活力的消费新场景和经济增长点。核心在于跨领域协同的广度、产业链整合的深度以及消费场景的复合性。所

以,要真正实现商旅文体健融合切忌停留在“商+旅+文+体+健”各业态简单的物理叠加上,避免陷入拼盘式的机械堆砌。打破这一瓶颈需从三个方面进行突围。

一是三体革命,打破资源孤岛。融合的第一个关键,是资源的融合。没有融合之前,各产业是一个个孤立的小圈子,缺乏跨业态的合作与交流,形成了资源孤岛,只能在行业内部形成恶性竞争的循环。比如《三体》里面有一个四维空间气泡的设定,你在里面打得天翻地覆,气泡没了,大家都覆灭;外来“新物种”降维打击,你还是覆灭,毫无招架之力。

“新物种”是什么?笔者认为具备商旅文体健融合思维和资源整合能力的创新企业和平台。

在行业层面,很多新的融合型专委会已经出现——比如中国旅行社协会会奖专委会、中国会展经济研究会文旅融合专委会、中国广告协会活动营销专委会、广东会展组展企业协会会议活动专委会等。其共同特点就是突破传统的行业划分,为跨行业交流与合作搭建平台,促进资源的共享和协同发展。

国际会展活动产业链大会(IEEC)也是基于这个逻辑搭建的,通过深化产业链协作,打造由政府、主办、场馆“会展价值共同体”协同

的新范式,会后一个月就在厦门落地了万人会议项目。

二是新质创新,现代服务业的“新四化”。有了资源融合思维和平台,接下来要怎么落到具体的项目?近期有两个项目值得学习。一个是海南五指山“三月三”活动的颠覆创新,项目总导演是五指山旅投集团总经理曹银桥,活动还没开始,其本人就背着为活动定制的超大显眼包去巴黎时装周“搞宣发”。活动更是完全突破了传统“三月三”范式,调度近千名演职工作人员以整座城市为舞台,开展NPC剧本秀全城惊喜、五指手印全城寻宝、长桌宴粮票全城买单、激光喷泉全城惊艳、欢乐大巡游等节目,从广场到街区,甚至菜市场、电影院、河面上,演员和观众、游客打成一片,观演界限彻底消弭。活动连续举行超过7天,最终这场全城狂欢创造了文旅融合的现象级传播案例。

这场“三月三”活动引发的海浪般的传播效应,吸引包括美联社、法新社在内的28个国家960多家媒体纷纷转载活动消息,触达人数超2.5亿人次。同时,由于把UGC传播理念引入到活动全流程,各路KOL、KOC有大巴车接送,还颁发“非遗传播大使”证书,社媒传播瞬间被引爆,话题传播量达到亿级。



1924年3月8日,一艘满载4800吨澳大利亚谷物的货船“萨莉·马士基”泊靠上海港,标志着马士基集团正式踏入中国市场。百余年来,马士基不仅在海运领域精耕细作,更将业务版图扩展至供应链管理、内陆运输及多式联运等多个领域,积极参与中国国际供应链合作。作为链博会的“老朋友”,马士基连续两届参展,并在首届链博会中率先签署参展合同。“当第一次听到中国贸促会将举办以‘供应链’为主题的展会时,我们就很感兴趣,因为这和我们的业务紧密相连。”马士基集团北亚区首席代表彦辞表示,这不仅是因为马士基在全球范围内提供着高效、可靠的供应链解决方案,更在于中国作为世界第二大经济体,在全球供应链网络中愈发占据举足轻重的地位。“参加链博会不仅是对我们业务的一次重要展示,

智变会展·项目篇

成都工博会:国际巨头加速布局西部

■ 本报记者 兰馨

第四届成都国际工业博览会(以下简称“成都工博会”)期间,西门子Xcelerator产业生态西部中心正式落地成都金牛区,这一布局印证了成都在工业领域的强劲吸引力。成都工博会更清晰地勾勒出头部企业加速开拓西部市场的战略图景——西门子等国际巨头与国内信息化新锐企业同台竞技,共同构建西部工业新版图。

扩大在华业务

“我们今年首次参加成都工博会,与西部目标群体实现了近距离接触。”万高(南通)电机制造有限公司数字化事业部负责人汤鹏表示,成都作为西部重要的交通枢纽和经济中心,已汇聚集成电路、新型显示、智能终端、航空发动机、工业互联网等企业入驻,且还在持续吸引全球工业资本加速集聚。作为巴西WEG集团在华的全资子公司,万高电机去年12月在江苏南通如皋投资6200万美元,加大中国基地的生产规模。汤鹏告诉《中国贸易报》记者,此次扩资的目标是完善产业生态。

无独有偶,同样看好中国市场的还有万可电子(天津)有限公司。作为德国WAGO公司的独资子公司,万可电子已在中国深耕多年。据参展人员介绍,本次参加成都工博会的数字化移动展厅是一个沉浸式交互平台,可通过灵活巡

■ 谏立雄

更加难能可贵的是“商”的融合。这样一项政府活动敞开了市场化的大门,不仅给曝光,还邀请品牌参与到场景共创。其中,智海王潮作为策划执行的服务商,就主动为主办方招引了多个汽车、快消品牌参与。

另一个项目则是业界非常熟悉的成都“春糖”(全国糖酒商品交易会,延伸同期活动,业界简称“春糖”)。这两年,成都将一个展览项目办成了一场全民参与的盛会。成都市博览局、投促局、旅游局等多个部门共同参与,将展期从正常的两三周拉长至整个春季,贯穿成都超14个区市县,200场促消费活动,10条尝鲜季美食线路,1500万元餐饮消费券,2亿元消费礼遇,数千家当地商家参与,吸引游客数以千万计。这些创新模式,不仅提升了展会的影响力,还带动了当地旅游、商业等相关产业的发展。

商旅文体健融合要的就是这种实打实的效益。通过融合,相关企业可以实现“新四化”发展:资源盘活最优化、客户满意最大化、效率提升快速化、竞争力提高可视化。

融合还会为新兴行业带来机会。如文旅会展策划、数字会展服务、城市IP运营等。这些新兴行业领域,将为未来文旅体企业发展提供新增长点。

百年航运路 马士基深耕中国市场打造供应链国际合作共赢“链”

■ 本报记者 张伟伦

更是深入了解中国供应链发展动态、探索更多合作机遇的宝贵机会。”彦辞说。

首届链博会上,绿色甲醇燃料船舶技术、4PL数字化解决方案、物流追踪系统以及碳足迹确认等创新成果,充分体现了马士基在可持续发展与数字化领域的领先地位,更诠释了这家企业对链博会核心价值的理解——链接全球资源,推动行业绿色转型与数字化转型。

事实证明,马士基的选择非常具有前瞻性。链博会不仅为马士基提供了展示实力的舞台,更助其结识了众多潜在的合作伙伴。2024年,马士基向中国船公司订购了50艘船舶,其中包括技术难度颇高的LNG双燃料集装箱船,这一举动让整个航运业为之震动。而今年2月,马士基再次发力,追加订购了40艘船舶。此外,马士基还计划在华

再订12艘大型“巨无霸”船只,据估算,这些订单的总金额高达数十亿美元。

在第二届链博会筹备期间,中国贸促会副会长陈建安出访丹麦,到访马士基总部,与集团高层进行了深入交流。双方就链博会的展示方案、合作方向以及未来规划展开了热烈讨论。马士基总部对链博会的高度重视,不仅体现了其对中国市场的坚定信心,也展现了其作为全球供应链领军者的责任感与使命感。

值得注意的是,马士基不仅自身参展,还携手上游供应商与下游合作伙伴共同参与,构建起从原材料到终端用户的完整产业图谱。这种“链式参展”的做法,形成更强大的示范效应,使更多企业认识到链博会的价值并纷纷携优质项目与创新成果参展,链博会迅速成为全球

融合的底層逻辑。商旅文体健融合的DNA可总结为“七合机制”:政策统合、资源整合、形式嵌合、功能复合、要素聚合、策划耦合、传播复合。不具备这“七合”的,都不能称之为真正意义上的商旅文体健融合,只能是“文旅+”或者“会展+”“体育+”。

政策统合机制,打破行政壁垒。政策统合机制,就是通过行政管理的改革,实现商旅文体健产业行政管理部門的有机协同,减少产业之间进入壁垒,为融合发展创造了良好的政策环境。

资源整合,催生叠加与放大效应。文化、旅游、体育、会展等产业拥有各自丰富的资源,通过资源整合,这些原本分散的资源得以交叉、渗透、重组产生叠加与放大效应,使整个项目的吸引力和经济效益大幅提升。

形式嵌合,实现多维度协作。通过互嵌发展资源、互植服务内容、互导客群流量,开展多维度的分工协作,实现紧密结合、共同发展,丰富产业内涵,实现规模效应。

功能复合,挖掘活动多元价值。在商旅文体健融合背景下,一场活动需要充分发挥文化、旅游、消费、投资等各类价值。通过延伸文旅产业价值链条,寻求产业间市场

交叠图层,提高活动回报率,真正做到办好一个会,搞活一座城。

要素聚合,技术赋能产业融合。技术要素是商旅文体健融合的关键驱动力。通过互联网技术、移动互联网和AI技术等,垂直整合文旅体的产业链、价值链、空间链,让要素聚合成为可能。

策划耦合,创新活动场景设计。在一个活动、事件或是场景中,要巧妙融入商旅文体多种元素。五指山“三月三”和成都“春糖”都是很好的例子,文旅活动可以耦合商业,商业活动也可以耦合文旅消费。通过这种策划耦合,打破了文商旅之间的界限,创造出了更加丰富多样的消费场景。

传播复合,构建立体传播矩阵。媒体即渠道,在信息爆炸的时代,传统的传播方式已经无法满足文旅融合的需求。如今需要借助自媒体平台的社会化传播力量,构建多平台多矩阵的传播体系。

通过“七合”机制,我们可以清晰地看到,商旅文体健融合绝不是简单的“商+旅+文+体+健”,而是一种全新的产业生态模式,它通过政策、资源、形式、功能、要素、策划和传播等多方面的深度融合,重构产业的底层逻辑,也为文旅企业、会展活动公司和地方政府带来了全新的发展机遇和挑战。

供应链领域的重要交流平台。这种良性循环不仅提升了链博会的国际影响力,也为全球供应链的协同发展注入了新的活力。

在中国市场,马士基积极推广绿色甲醇燃料船舶技术,这一创新成果不仅大幅降低了航运过程中的碳排放,更为全球航运业树立了绿色发展的新标杆。此外,马士基数字化解决方案不仅实现了供应链各环节的信息共享与协同,更通过智能算法优化资源配置,提高了供应链的整体运营效率。

“全球贸易和全球供应链创造了大量的岗位、价值和机会,中国是一个很好的例子。”马士基集团董事长罗伯特·马士基·乌格拉表示,链博会的成功举办,不仅为全球供应链的协同发展提供了新机遇,也为马士基等外资企业在中国市场的深耕创造了更多可能性。

以新质生产力赋能艾产业链高质量发展

■ 本报记者 张伟伦

5月10日至12日,2025年第八届中国艾产业发展大会在河南南阳举行。300余家艾草企业于1万平方米展区,通过五大板块集中展示艾草全产业链发展成果。“新质生产力”贯穿大会全程,成为高频热词。大会期间,产学研用各界代表聚焦艾产业,举办“新质生产力赋能中国传统医学”主题研讨会,共商以科技创新驱动艾草产业链升级、推动艾产业在大健康领域焕发新生。

近年来,随着人们对健康和养生的关注度不断提高,艾草的市场需求逐渐增加。仅以南阳为例,这里已形成了从种植、加工、生产到销售、康养及设备制造的完整艾草产业链。国内艾产业总产值在2020年已达395亿元以上,预计到2030年有望接近1000亿元。然而,当前艾草产业乘政策东风快速扩张的同时,行业痛点亦不容忽视——标准化体系不健全,产业链各环节协同不足,市场存在散乱现象、产品品质参差等,这些制约着艾产业的良性发展和可持续发展。

“2021年5月12日习近平总书记在视察南阳市时要求我们,要深入挖掘、科学利用艾草这一宝贵的中医药资源。四年来,我们始终牢记这一殷切嘱托,以《南阳艾产业高质量发展倍增计划(2021—2025年)》为纲领,推动艾草企业三大改造和全产业链系统性升级。”南阳市仲景健康产业发展促进会会长、原南阳市中医药管理局局长桂延耀在中国艾产业发展大会全产业链报告会上介绍,目前,南阳艾草种植面积达到30万亩,已建成艾草标准化种植基地和良种繁育基地,制定了《南阳艾标准化种植技术规程》等8项地方标准,实现了“一株艾草”从田间到车间的全程可控。此外,四年来,南阳还培育年产值超亿元的企业8家,艾产品占据全国市场70%以上,远销日韩、东南亚及欧洲,“南阳艾”品牌价值突破500亿元,年产值达200亿元,成为中国艾草产业发展的典型代表。

北京中医药大学原校长、中国中医药研究促进会艾草专委会会长郑守曾长期关注艾产业发展,他在接受本报记者采访时表示:“完善产业链是培育艾产业高质量发展新动能的关键,南阳拥有悠久的艾草文化和得天独厚的自然条件,这是产业发展的坚实基础。然而,要实现高质量发展,就必须在产业链的各个环节发力。在科研创新方面,要加强与高校、科研机构 and 领军企业的合作,深入研究艾草的药用价值和功效,面向市场开发更多新型产品。”

“艾草作为中国传统医学的‘一朵金花’,其背后承载着传承与创新。不断立足产业创新与市场特点,积极探索符合艾产业实际的发展路径和解决方案,是当前我们能否把艾草推向更广阔舞台的关键。”郑守曾建议,要加强艾草基础研究与应用开发,以新质生产力赋能,让艾草产业在现代社会中找到新的增长点。

聚焦新质生产力赋能中国传统医学,天资汇控股有限公司和南阳市卧龙区中医药发展服务中心在今年的艾产业发展大会期间签署了艾草产业链基金赋能项目,旨在为艾产业和中医药服务贸易可持续发展注入必要的资金支持。天资汇控股总裁牛楠在接受《中国贸易报》记者采访时认为,艾产业的发展需要打破各环节壁垒,实现从种植、加工到销售、服务的无缝对接。

“例如在种植环节,要引入标准化、科学化的种植模式,严格保证艾草原料的质量;加工环节则需加大技术创新投入,提升产品附加值;服务与交付环节要注重产品标准化、服务模块化和场景单元化建设,确保艾草的功效和用户体验。”牛楠说。

牛楠表示,产品和服务交付环节是撬动艾产业高质量发展的“支点”,直接决定着产品功效能否精准触达消费者。例如在艾产业科技赋能进程中,智能制造并非以机器完全取代人工,而是借助机械臂等设备,将艾灸师从重复繁重的悬灸操作中解放出来,既能大幅降低艾灸成本,又能让艾灸师聚焦于根据客人情况定制最佳配穴方案。

“我们还通过开发供应链全程可追溯系统,为艾条植入‘身份证’芯片以确保其全程可溯,将艾灸服务纳入物联网管理,以新质生产力推动中医药产业升级。”牛楠表示,从本质上讲,中医药服务贸易是其货物贸易的延伸。随着区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)深入实施,政策红利正加速释放。企业借助科技赋能拓展服务消费市场,中医药服务贸易在RCEP成员国正迎来发展黄金期。

“只有构建起涵盖产品全生命周期管理、服务全流程标准化的交付体系,才能打破产业发展的瓶颈,让艾草应用成为中医药服务贸易可持续发展的金字招牌。这一目标的实现,离不开政府、企业、高校和科研机构的协同联动,通过政产学研深度融合,为艾产业发展培育沃土,共同为中医药现代化和国际化铺路架桥。”牛楠说。