

会展智咖说

# 全球会展格局重构：区域化、数字化与规则博弈的新图景

■ 孟育建



作者简介  
中国国际展览中心集团有限公司战略规划部经理

作为开放型经济的重要组成部分，会展是对外贸易高质量发展不可或缺的有效载体。当前复杂的贸易环境对全球会展业形成了多维度的冲击，会展行业需根据国际经贸趋势研判展会新趋势新格局新形态，并关注区域贸易协定下的新兴机会。笔者建议首

先要从两方面对会展业发展进行研判。

一方面要研判展会新形态。

当前，全球供应链重构与贸易政策的不确定性，正推动会展业呈现新形态。首先是成本结构显著变化，供应链中断导致会展物流成本飙升30%。慕尼黑车展数据显示，2025年欧洲汽车零部件展商预订量同比下滑18%，叠加主要会展城市仓储费用上涨18%，中小参展商生存压力加剧。其次是参展策略区域性转向，特朗普政府以关税推动制造业回流，美国企业逐步缩减海外参展规模，聚焦本土展会。美国行动论坛数据显示，保护主义政策每年造成消费者损失570亿美元，间接压缩企业营销预算，导致国际参展需求下降。

美国展会的“国际化退潮”即典型缩影。全美零售商联合会(NRF)数据显示，关税导致进口商品价格上涨19%。2025国际消费电子展(CES)亚洲参展商数量同比减少14%，北美本土中小企业填补率

达76%。在汽车行业，25%关税不断压缩车企利润空间，密歇根州专家指出，通用、福特等企业可能缩减国际车展投入；墨西哥生产的丰田RAV4等车型成本上升，迫使车企转向区域展会以降低费用。从宏观层面看，中金研究显示，对等关税推高美国PCE通胀1.9个百分点，叠加高盛预测经济衰退概率升至35%，企业营销预算普遍收紧，国际展会参展规模将持续萎缩。

值得注意的是，行业应对策略与制度创新正同步展开：伦敦劳社推出了关税波动险，能够覆盖35%的展品押金损失，苏黎世保险则针对报复性关税推出了短期展展补偿条款，投保率提升42%，这些都显示出会展保险产品的适应性创新。与此同时，世界贸易组织(WTO)与国际大会与会议协会(ICCA)联合倡议建立关税弹性认证体系，已有127个展会获“绿色通道”资质，展品通关效率提升40%。在制度层面，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)与《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)等多边贸易

协定重塑全球贸易版图，推动展会主办方围绕区域设计主题展览，正催生“区域化会展主题”新趋势。

另一方面需聚焦展会新格局的重塑。

首先是区域会展枢纽的崛起。HTF最新报告指出，《美国高关税如何影响全球贸易并重塑会展地图》分析美国高关税引发全球产业重新布局，催生“参展本地化”趋势——外国企业减少赴美直接参展，转而通过本土合作伙伴参与。在此背景下，阿联酋、沙特阿拉伯等国加速会展基础设施投资，将迪拜、利雅得打造为区域性会展枢纽；新加坡不断巩固东南亚战略地位；印度、巴西等发展中国家依托自贸协定推动本土展会增长。达沃斯论坛报告显示，东南亚跨境会展服务需求同比增长25%，印证区域会展的崛起态势。

其次，应对行业需求驱动的国别展会进行细分。彼得森国际经济研究所指出，美国对等关税将推高平均关税10至15个百分点，迫使企

业重构全球供应链，催生“区域化参展”趋势——亚洲、拉美展会成为新热点，欧洲传统工业展面临客源分流。德国化工巨头巴斯夫集团的表态颇具代表性：尽管本地生产比例较高使其受关税冲击有限，但其强调需警惕客户行业需求变化的间接影响，这反映出会展业需更精准地对接产业链上下游需求，以应对供应链调整带来的参展布局变化。

再次，要关注“市场绕道型”展会的兴起。报复性关税引发跨境物流效率危机。尽管西班牙首相桑切斯强调维护“开放贸易体系”，但跨境物流成本上升已导致展品运输时效延缓、通关复杂性增加。以农产品展会为例，欧盟拟对美大豆、猪肉加征20%报复性关税，直接冲击芝加哥农业展交易量，迫使澳大利亚等农业出口商转向亚洲市场展会。沃尔玛数据则从侧面印证这一趋势：2023年其自中国进口商品比例下降，但仍占60%，而4月关税政策宣布后其股价于6天内应声下跌

7%，反映出企业对供应链成本波动的敏感性。

最后是跨境电商与虚拟会展的技术迭代。耶鲁大学研究表明，高关税加速企业线上化转型，环球资源展等B2B电商展会规模年均增长12%，数字化展台服务成为新增长点。Temu、SHEIN等平台的实践颇具代表性：2023财年，超10亿件“小额免税”货物进入美国，其中两个平台包裹占比达1/3。尽管这两个平台2024年美国市场销售占比由超过50%降至30%，但数字会展技术需求仍在持续激增。穆迪分析指出，关税不确定性推动企业转向虚拟展会，同时全球展览业协会(UFI)数据显示，2025年全球虚拟会展市场规模预计增长30%，混合模式成为主流。值得警惕的是，WTO争端解决机制失效加剧了行业规则风险——中国、欧盟就美国关税提起诉讼但裁决执行存疑。清华大学马弘教授认为，多边贸易体系崩溃可能导致会展业国际标准分裂，区域化规则博弈将进一步激化。

## 西博会成都馆好看又好耍

# 新场景新展品呈现成都创新基因



“哇！这个机器人会跳舞！”“机器人还可以远程做手术！”5月25日，第二十届中国西部国际博览会在成都中国西部国际博览城开幕。位于6号馆的成都馆成为观众和海内外采购商关注的焦点，混动无人机、可远程手术的机器人、通过拍照就能给出问诊意见的AI中医、VR飞行体验……一系列“成都智造”的硬核科技，引发此起彼伏的惊叹声；30余项沉浸式的互动体验，让现场充满欢声笑语。本届博览会持续至5月29日。

多位参展商相关负责人感叹，成都馆的展陈是成都高科技企业的集体亮相，从中深切感受到成都以科技创新引领培育的新质生产力，已然成为高质量发展的核心动力。

### 低空科技、AI应用 硬核科技赚足观众眼球

踏入成都馆，映入眼帘的就是多架科幻感十足的无人机，如沃飞长空AE200模型、鲲鹏油电混动无人机、TD550无人直升机……展现着成都低空经济领域的快速发展。不少观众排着长队合影打卡，大家一边仔细端详，一边热烈讨论：“说不定不久以后就能坐着‘成都造’飞的出门！”

看到企业制造的产品获得观众喜爱，沃飞长空首席市场官费岚深有感慨。去年以来，“低空经济”成为贯穿全年的热词，是新质生产力的典型代表之一，也是各地争抢的经济增长新机遇。沃飞长空作为一家低空经济eVTOL主机企业，目前已将全球总部基地落地成都。下一步，还将和成都高新区合作共建低空经济产业园、组建低空经济产业基金、成立低空经济产业联盟等，打造产业集群，促进相关科技成果转化。

AI的应用以及各种“神通广大”的机器人，更是让成都馆科技感拉满。“灵瞳”四足机器狗活力四射，前进、后退、侧移一气呵成，还会主动“凑”到观众身边，伴随着动感音乐跳起炫酷的舞蹈，引得小朋友们又惊又喜地拍手叫好。

记者注意到，“成都智造”机器人不仅有如“灵瞳”四足机器狗这样给人类提供情绪价值的产品，还有在健康领域发挥重要作用的产品。布法罗外骨骼机器人助力截瘫患者缓缓站立，H2手功能训练机器人精准辅助康复训练。在工程建设领域，隧道智能建造综合量测机器人高效作业……这些“成都智造”的机器人，在不同领域大显身手，生动展现着创新实力与应用潜力。

值得一提的是，一系列全国甚至全球领先的创新药企业也亮相成都馆，如康诺亚生物医药科技(成都)有限公司，其研发的康悦

达(司普奇拜单抗)是中国首个、全球第二个获批用于治疗慢性鼻窦炎伴鼻息肉的生物制剂；健进制药有限公司是中国首批通过FDA认证的无菌注射剂企业，其注射剂在美国市场ANDA获批数量长期稳居国内企业第一……

展览面积1000平方米的成都馆以“创新创造之城 安逸巴适之都”为主题，精心划分“机遇涌动的逐梦成功之都”“拼搏奋进的创新创造之城”“近悦远来的开放共赢之城”“活力迸发的安逸巴适之都”四大板块，集中展示了成都在人工智能、航空航天、数字文创、生物医药等前沿领域取得的突破性成果。

### 元梦空间、智能问诊 沉浸式互动太好玩

“我写的这首歌真好听”“妈妈，我会写歌了”……AI音乐创客体验区域围满了观众，不少人跟着互动教学，尝试作曲作词，创作出属于自己的旋律。中医智能舌诊系统前，大家好奇地体验科技与传统中医的奇妙碰撞，纷纷感慨人工智能为生活带来的无限可能。

成都馆内，除了众多未来感十足的高科技产品，沉浸式互动体验区堪称欢乐的海洋。30余项互动活动精彩纷呈：戴上VR设备，即刻“漫步”于东郊记忆工业风与文艺气息交融之处；进入元梦空间，光影交错、虚实融合的沉浸式场景，令人仿佛置身奇幻世界。VR刑侦系统体验区围满了观众，在这里可以透过VR视角置身刑侦现场，通过VR传感系统身临其境地感受和体验刑侦现场勘察工作。“就像剧本杀一样体验了破案过程！”一位刚体验完的观众还意犹未尽。

此外，成都馆内还准备了众多“成都礼物”，从变脸娃娃、大熊猫玩偶到成都名酒，方便大家“买买买”。值得一提的是，为迎接8月7日至17日即将在成都举办的第12届世运会，成都馆还特设世运会特许商品展

柜。这里人气爆棚，“蜀宝”“锦仔”的玩偶、手办被观众们争相选购。“之前看大运会就觉得成都超棒，这次世运会一定要来现场加油！”一位游客抱着刚买到的吉祥物，满脸兴奋地说道。

### 参展企业热议 从成都馆看到城市蓬勃创新动能

除了普通观众，海内外采购商被成都馆的展陈所吸引，众多参展企业的相关负责人在开幕当天也走进成都馆，感受成都的蓬勃动能。

“相信专业且多元的展陈环境中，我们参展企业将获得更多关注，进而把成都的高质量产品与服务推向更广阔的市场。”总部位于成都高新区的健进制药有限公司战略发展资深总监王娟在参观成都馆后感叹，成都馆的展陈设计独具天府特色，还结合不同企业产品的特性进行了突出重点的展品布局，足见专业和用心。

成都博恩思医学机器人有限公司董事长、CEO&创始人李耀告诉记者，参观成都馆后，更深切感受到成都在科技创新领域所展现出的系统性优势与全球化格局。“展陈内容不仅展示了成都在前沿技术上的领先地位，更体现了这座城市开放包容、面向全球的创新视野。”李耀说，成都具备完整的科技创新生态体系，在政策支持、科研基础、产业转化、人才引育等方面形成良性闭环。特别在人工智能、机器人、生物医药等战略性新兴产业方面，已建立起一批具有国际影响力的创新平台与企业集群，成都正加速成长为国家级科技创新高地和世界级人才聚集地，也为博恩思提供了广阔的发展土壤与合作空间。

“成都馆不仅呈现了技术高度，更传递出成都加快建设西部科技创新中心的决心。”成都星宇纪元科技有限公司产品负责人杨耀举表示，成都馆的展陈完美诠释了“科技与人文共生”的理念，从智慧医疗机器人到柔性光伏建材，系统性展示了成都“科创+产业”的生态闭环。杨耀举表示，未来公司计划与成都合作建立西南地区首个具身智能机器人研发中心，聚焦具身智能人形机器人的自动化生产线研发。

可以看到，通过成都馆这一窗口，看到的不仅是成都在科技、文化、开放等领域的亮眼成就，更是这座城市蓬勃的创新动能。成都，正通过聚焦培育新质生产力，加力推动科技创新和产业创新深度融合，抢占未来发展制高点，加快建设更具带动力的西部科技创新中心。今天的成都，已不仅是一个我们所熟悉的近悦远来的安逸巴适之都，更是一座拼搏奋进的创新创造之城。

(成都市博览局 供稿)



## 智变会展·企业篇

近日，2025年第四届越南中国出口品牌联展(以下简称“越南联展”)在越南胡志明市西贡会展中心举办。这是米奥兰特国际会展(以下简称“米奥兰特”)自今年1月发布“AI慧展1.0”以来，首次启动“AI慧展”。

“我们将AI眼镜这种硬件与展会及外贸出海场景深度耦合，为参展企业提供AI数智化参展解决方案。”米奥兰特国际会展董事长潘建军表示，越南联展是“AI+场景+商业”闭环生态的一次实践和检验。

### 重构参展全链路

米奥兰特相关人员表示，本届越南联展作为“AI慧展”的首次实战，吸引了500多家参展企业和近3万名专业买家，共同体验AI赋能的数字化贸易场景。本届越南联展启用了“AI慧展”六“慧”功能系统，从展前、展中到展后形成完整闭环：展前通过精准算法挖掘和邀约买家；展中依托大语言模型突破语言障碍，实时记录洽谈要点；展后通过客户分层管理、展会数据可视化及智能价值诊断，实现全流程数字化管理。

越南联展期间，AI眼镜的实际应用成为最大亮点。此款设备支持120多种语言(涵盖越南语、加泰罗尼亚语等小语种)，不仅针对外贸场景优化了语义训练，更与李未可科技联合开发离线翻译功能，精准突破了展会弱网环境下的沟通瓶颈，确保参展商在各类场景中实现无缝交流。基于米奥兰特在海外会展领域的全球资源网络，AI眼镜未来将为中国企业拓展海外市场提供实时语言翻译、跨文化商务谈判辅助等功能，助力出海企业打破地域与语言壁垒。

业界人士表示，米奥兰特的“AI慧展”之所以引发关注，在于其锚定了出境展的两大核心痛点——语言障碍与信息过载。其搭载的实时翻译、客户信息提示、语音记录等功能，直击国际参展的“沟通壁垒”与“数据盲区”。从会展业发展角度看，这类技术若实现成熟落地与规模化应用，不仅能显著提升沟通效率与订单转化率，更将重新定义“展中交互”与“参展效果”的评价标准，成为AI赋能会展业的典型范式。

### 构建出境会展生态圈

在数字技术迭代升级的背景下，米奥兰特以“数字化+全球化”为理念，突破传统会展企业依赖境外代理的传统模式，开辟了出境自办展的新赛道。

这一转型背后，是米奥兰特多年探索形成的“中国展览走出去孵化平台”。正如潘建军年初在第二十届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO2025)上所言，该平台已成为国内会展主体出海的桥梁——2023年，5家会展企业通过“自办展+数字化+本地化”模式，成功启动出境自办展项目。目前，该平台已联合50家国内主办方、100余家服务商(物流、翻译、法律)，构建起覆盖全链条的跨境会展生态圈，显著降低行业出海门槛。

在此基础上，米奥兰特进一步开放AI匹配系统、AR眼镜等数字化工具，推动行业从“人力密集型”向“技术驱动型”加速跃迁。中国会展经济研究会首席顾问储祥银评价，米奥兰特的探索不仅在于出境办展模式的突破，更在于其以数字化为核心驱动力的模式创新。从早期技术工具应用到全流程数字化体系构建，其持续迭代的创新实践，为会展业提供了“数智化出海”样本。正如潘建军所言，这种“自主掌控全球资源+数字化服务体系”模式，不仅为中国企业出海开辟了“低成本、高效率、强自主”的新路径，更以技术赋能重构了中国会展业在全球市场的竞争力版图。

### 加速本土化运营

在全球化布局中，米奥兰特以共建“一带一路”国家及新兴市场为战略支点，全力推进出境自办展网络的本土化深耕。数据显示，其已在阿联酋、印度、巴西等20多个国家的25个城市实现常态化办展，境外项目占比超80%，形成以本土化为核心的市场渗透力。

随着出境自办展体系的逐步成熟，米奥兰特开始从综合展向专业展进行战略升级。以印尼国际工业展(IIE)为例，该展会聚焦机械装备、电子制造、建材家居三大产业，吸引了三一重工、美的、海尔等150家行业龙头参展，成为制造业集群出海的标杆案例。潘建军表示，垂直领域的精准聚焦，显著提升了参展企业与目标市场的匹配度。

在印尼会展项目中，米奥兰特与印尼工业部、中华总商会深度合作，邀请500余家当地采购商参会，并设置印尼—中国供应链对接会，构建起供需两端直接对话的高效平台。

在中东(迪拜)中国家居展(MCHF)中，米奥兰特与中东头部零售商Pan Emirates、Ace Hardware合作推出“采购商专场”，促成顾家家居与Pan Emirates达成1500万美元年度采购合同，并进驻其在阿联酋、沙特的20家门店。数据显示，该展会推动参展企业自主品牌销售(额)占比从10%提升至40%，成为中国家居品牌叩开中东市场大门的“金钥匙”。

“米奥兰特的自办展模式以‘数据’为核心资产，构建了覆盖‘展前一展中一展后’的全流程数字化体系。业界人士认为，在全球化分工深化的背景下，这种模式正从‘战术性市场拓展’演变为‘战略性生态构建’。通过本土化合作机制，未来中国会展业有望从‘单一服务提供商’升级为‘全球资源整合者’，重塑会展业竞争格局。”

## 米奥兰特“AI慧展”开启会展业新实践

■ 本报记者 兰馨