

会展智咖说

会展物流的智慧化转型：从工具应用到生态重构

■ 何缅芝



作者简介
中国会展经济研究会新媒体营销专委会副秘书长

会展业作为经济发展的“晴雨表”，正经历从规模扩张到质量跃升的关键转型期。在此过程中，物流环节的效率与创新成为破局核心所在。

回溯会展物流百年发展历程，其一直与会展供应链紧密交织，共同构建起展会高效运转的底层逻辑。从1851年伦敦万国博

览会水晶宫展品开启跨国运输篇章，到20世纪70年代集装箱革命推动汉诺威工业展等实现标准化运输，再到当前人工智能与绿色物流深度融合，会展物流的行业形态不断演进。尤其在“双碳”目标的推动下，一场更深刻的行业变革正加速到来。

从20吨矿山设备智能模拟布展，到医疗器械展商通过动态算法压缩认证时间、降低成本——这些实践印证着会展物流的蜕变：它已从传统的“运输服务”升级为联结产业资源的“生态中枢”，而数据整合正是驱动这场变革的核心引擎。当数据价值被深度挖掘与整合，物流链条上的各个环节从资源调配到流程优化都展现出前所未有的效率革新。

会展物流始终遵循严格的5R（正确时间、正确地点、正确条件、正确物品、正确方式）准则：借助动态时效预测系统，确保展品在正确时间抵达；依托全球展馆三维数据库，精准定位交付地点；通过温湿度传感网络，保障展品处于适宜环境；利用溯源技术，保证展品安全无误；结合参展商需求偏好，实现个性化交付。这五个维度环环相扣，构筑起

会展物流的坚实框架。

在会展供应链中，主展方、展馆方、展览代理商、参展商、服务商、采购商六大主体相互协作，各自扮演着关键角色。主展方，如广交会主办方，最关注全场物流调度效率，通过系统对接实现资源高效调配；展馆方制定并执行有序规则，为展会顺利开展保驾护航；展览代理商期望提升展位申报效率，自动化审核系统成为了其得力助手；参展商，如三一重工的展品既要保障安全，又需控制成本，3D布展模拟与碳排放优化方案助其达成目标；物流、搭建等服务商依赖多方实时协作，联合决策看板让沟通更顺畅；采购商则追求深度展品体验，增强现实技术带来沉浸式交互体验。

与普通物流追求成本效率平衡不同，会展物流要求则更为严苛：精密仪器运输误差需控制在0.1毫米以内，30%的订单带有临时加急需求，87个国家海关政策的动态变化更带来极高合规风险……2023年欧盟REACH（欧盟化学品注册、评估、授权法规）法规更新导致37家展商设备滞留海关、单日损失520万美元的案例，正是行业特殊性、残酷性的真实写照。

在了解行业历史脉络与本质特征后，我们不得不直面长期制约会展物流发展的三大痛点。

一是时效失控。过去，参展商因对物流专业知识了解不足，常选择与展品特性不匹配的运输方案。天气突变、劳工罢工、地缘冲突等突发因素，也屡屡导致船期延误、码头作业停滞。加之信息协同滞后，面对临时变动，参展商往往难以及时制定有效预案。这些问题交织在一起，使行业长期被30%的延误率所困扰。

二是合规黑洞。全球187个国家和地区的海关政策复杂多变，巴西ANVISA认证、印度BIS认证、埃及ACID等合规要求常成为展商的“隐形门槛”。以往，仅凭人工跟进政策更新，耗时费力——如某团队曾为埃及客户处理ACID认证连续熬夜72小时，却还是因为信息差导致申报失误。如今，智能工具成为政策风险的“雷达系统”。依托覆盖全球的法规数据库，可实时同步各国政策变动，相关报关文件生成效率提升40%。此外，展品溯源技术的应用为贵重物品打造了“数字护照”。比如某世界名画跨国运输途中，全程温度波动被精准控制在0.5摄氏度以内，有效规避了运输风险。

三是成本迷局。在成本管控层面，行业正从“费用洼地”向“价值高地”转型，从被动控费到主动创造价值。针对关税保证金问题，通过风险控制模型可降低30%的资金占用；展馆现场引入智能分拣设备，使叉车作业费用减少45%；借助可视化验货技术与环境监控系统，货损理赔率大幅下降90%。这些实践表明，会展物流领域通过技术手段优化全链条流程，不仅能实现成本精细化管理，更能为行业创造新的价值增长点。

当下，会展物流领域正通过数据整合、模式创新与智能联动，推动行业向共生型生态加速演进。这些协同范式的落地，正为行业注入全新生命力。站在技术变革的临界点，会展物流已展现出清晰的进化方向。对此，笔者提出以下几条建议。

首先，搭建数据中台，打造打破信息壁垒的“超级枢纽”。凭借开放式数据架构，海关政策库、运输资源池、展馆三维库、环境社会治理数据库四大核心资源库实现资源整合。在国际物流巨头DHL接入后，转运失误率下降18%，这一数据有力印证了数据整合的巨大价值。这种跨边

界的数据流通，如同为行业搭建了一个“超级连接器”，让原本分散的资源得以高效协同并释放更大能量。

其次，明晰收益分成模式，让降本增效的成果可量化、可共享。通过制定明确的分成规则，产业链上下游各参与方能够清晰看到成本优化带来的实际效益，并实现收益共享。这种模式让以往隐形的降本成果变得“可见可触”，激励着各参与方共同探索效率提升的空间，形成良性发展循环。

最后，构建联合决策看板，打造危机响应的“数字神经中枢”。多角色协同的智能系统正在成为应对复杂挑战的核心利器。当海关扣货发生时，法律专业人士可实时标注相关条款；遭遇天气突变，气象专家能叠加风暴路径预测；运输中断时，调度人员可快速调配备用资源。这种跨领域、跨地域的实时联动，如同为行业装上了“数字神经中枢”，将危机应对从被动滞后扭转为主动高效。

当操作智慧化、协作无界化、价值可视化成为新常态，会展物流将不再是会展产业链的“配角”，而是驱动全球商业连接的“智慧引擎”。这既是技术赋予的机遇，更是所有从业者的时代使命。

马拉松赛事热：一场城市发展的“名利双收”之战

■ 本报记者 兰馨

近年来，从省会城市到乡镇小城，马拉松赛事如雨后春笋般涌现。6月10日，2025横店马拉松组织方宣布报名系统正式启动，这意味着在浙江横店，3万名跑者将穿越影视场景体验“跑进电影”的梦幻赛道。在贵州省贵阳市，3.5万人规模的世界田联精英标牌马拉松（A1）——2025多彩贵州马拉松超级联赛（第三站）暨蒙牛·贵阳马拉松也将于6月15日开跑。这场与乳制品龙头企业深度“捆绑”的国际级赛事，瞄准的其实是以城市IP为目标客群的区域市场。

如今，马拉松对城市知名度的提升不再是一次性曝光，而是联动产业形成的长期价值链条。这场全民奔跑的热潮背后，究竟是单纯的经济冲劲，还是城市发展的深层逻辑？其带来的溢出效应又将如何重塑地方发展格局？

看得见的“流量变现”

马拉松赛事对地方经济的直接拉动可谓一目了然。以2024年广西桂林马拉松为例，赛事直接创造经济效益1.83亿元，带动餐饮、住宿、交通等相关产业产生2.9亿元间接收益。一场万人规模的赛事，仅参赛者的交通、食宿消费就能为当地注入数千万元现金流。乡镇赛事虽规模较小，却能精准激活特色产业——如辽宁本溪桓仁五女山半程马拉松，带动当地山货特产销量增长30%，民宿预订量翻倍。业界人士表示，赛事经济的吸引力，对旅游依赖度高的城市尤为显著。贵阳马拉松期间，参赛者可享景点免费游

政策，数据显示，赛事前后一周内，青岩古镇、黄果树瀑布等景区客流量增长25%，旅游收入提升近亿元。横店马拉松更将赛道嵌入影视城，参赛者平均停留时间达3.5天，较普通游客延长1.5天，“参赛+”客流量同比激增28%。“比短期收益更具战略价值的是赛事对城市品牌的重塑。”在业界人士看来，深圳马拉松就是通过十年运营，将城市“创新、活力”的形象植入全国跑者心中，成为吸引科技企业落户的隐形名片；贵州“生态马拉松”系列赛事，则将“山地公园省”的自然禀赋转化为文旅品牌资产，2024年相关赛事带动全省旅游收入增长12%。

对于乡镇而言，赛事更是打破地域认知壁垒的“破圈”利器。辽上京·巴林左旗半程马拉松让这座北方小城的搜索量激增400%，契丹文化遗址成为新晋网红打卡地；大巴山原乡半程马拉松则让“川东秘境”的生态旅游概念走向全国，赛事当年周边农家乐新增32家，形成“赛事—旅游—乡村振兴”的闭环。

赛事背后的多维溢出效应

“马拉松是城市治理的‘压力测试’与升级契机。”在“三新展”组委会秘书长许峰看来，马拉松是检验城市治理能力的“试金石”。从交通管制、医疗保障到志愿服务，一场大型赛事需要公安、卫健、文旅等多部门协同作战。贵阳马拉松为应对“夺命十八坡”的赛道挑战，升级了全城智能医疗急救系统，这套系统在赛后直接应用于日常城市应急救

援；横店马拉松的“影视场景赛道”设计，倒置城市交通标识、导览系统与文旅产业需求接轨，相关经验被纳入《浙江省景区城市建设标准》。

这种城市治理能力的提升也在潜移默化中帮助优化了城市营商环境。2023年，曾举办过马拉松的城市在“中国最具投资吸引力城市”榜单中占比达67%，赛事组织能力被视为城市现代化水平的重要指标。

然而，赛事对地方产业的带动不仅限于文旅方面。通化马拉松依托当地葡萄酒产业，在赛道终点设置品鉴区，推动“跑步+红酒”跨界产品开发，相关文创销售额突破500万元；沁水半程马拉松结合当地煤层气资源，吸引新能源企业赞助，赛后促成3个光伏项目启动落地考察。

乡镇赛事更成为乡村振兴的创新抓手。双辽乡村（森林）半程马拉松将赛道设在万亩林场，赛后催生“森林康养”旅游线路，带动林下经济作物销售额增长40%；临泽马拉松以戈壁景观为卖点，吸引户外运动装备企业入驻，形成“赛事—装备制造—研学旅游”的产业集群雏形。

热潮背后的理性审视

“赛事热也需警惕‘为办赛而办赛’的盲目性。”业界人士提到，有部分小城不顾基础设施承载力盲目跟风，导致资源浪费；个别赛事过度依赖商业赞助，忽视公共体育服务属性，引发居民获得感下降。

从整体趋势看，马拉松早已超越单

一的经济或旅游工具属性，成为检验城市治理智慧、丈量社会发展温度的综合性平台。如厦门马拉松沿用环岛路景观带，赛后成为市民日常锻炼路线，既降低建设成本，又让赛事资源反哺民生；杭州马拉松将部分赛道设在运河沿线，赛后推动运河游步道升级，成为文旅打卡点与居民健身走廊。还有，成都马拉松与城市急救中心联动，赛事医疗站点在赛后转为社区医疗服务点，有效避免了设备闲置；西安马拉松使用太阳能照明设备，赛后捐赠给周边乡镇。更有上海马拉松每年推出主题纪念跑，联合高校开展跑步科学研究，将赛事转化为城市体育文化的长期载体，并通过大数据分析跑者消费习惯，吸引运动装备、健康食品等相关产业生态长期入驻，形成产业集群效应。

专业分析人士呼吁，或可鼓励社会资本参与赛事运营，让政府从“主办方”转向“监管者”。例如杭州通过PPP模式引入企业负责赛事招商与服务，政府聚焦安全监管与公共服务，既减轻财政压力，又提升运营效率。同时，设立城市体育发展基金，将赛事收益反哺社区体育设施建设，形成“赛事收益—民生改善—品牌提升”的闭环。

当产业收益反哺生态与民生，马拉松才能超越短期热度，成为驱动城市可持续发展的内生动力。两者真正的平衡在于将马拉松从一次性盛事转化为城市生活方式的有机组成部分。这需要决策者跳出“流量思维”，以“绣花功夫”深耕细节，让每一场奔跑都成为城市跃迁的见证。

第二十届中国西部国际博览会（以下简称“西博会”）近日在成都市中国西部国际博览城举办。本届西博会，成都馆以“时空之门”的独特设计，串联起城市发展的微观切面与宏观愿景。透过前沿展品与数据图谱，一座机遇叠加、创新澎湃、开放通达、活力迸发的现代化城市跃然眼前，勾勒出新时代中国西部中心城市的发展新图景。

作为“一带一路”与长江经济带的战略交汇点，成都正以国家中心城市的能级优势，成为全球资本布局西部的首选项”。馆内，星云纪元科技创始人杨鹏举指着智能硬件展品感慨：“从政策扶持到产业配套，成都为科创企业搭建了全周期成长舞台。”博恩思医学机器人负责人李耀则表示，企业落地后3个月内就完成了研发团队组建，“这里的开放生态让创新灵感随时能转化为产业成果”。

一组数据印证着成都的“强磁场”效应：2024年GDP突破2.35万亿元，稳居国内城市前列；全球创新指数排名6年跃升33位，位列第23位，成为全国进步最快的城市之一；实际利用外资持续高位增长，301家世界500强企业落户，数量领跑中西部。从传统工业重镇到现代化产业新城，成都馆内的展品迭代——从智能协作机器人到AI大模型，从无人驾驶技术到基因编辑药物——勾勒出产业结构升级的清晰轨迹。正如馆内大屏循环播放的城市宣传片所言：“这里是机遇的‘反应堆’，每一个创新因子都在裂变出无限可能。”

在成都馆的“创新引擎”展区，一组动态数据图谱格外醒目：2024年人工智能核心产业规模突破1000亿元，2025年目标直指1300亿元，增速超30%；低空经济集聚企业超1500家，构建起全国最完整的产业生态链；生物医药领域，2024年全国获批的40款国产1类创新药中，成都贡献6款，数量与质量均居全国前列。

“立园满园”行动与“进解优促”工作的双轮驱动，成为成都智造崛起的底层逻辑。在产业功能区建设中，成都精准布局人工智能、低空经济、生物医药等前沿领域，推动英特尔、京东方等龙头企业与上下游中小企业形成“链主+配套”的共生格局。

在成都馆的“开放之门”展区，一幅动态地图实时闪烁着中欧班列（成渝）的运行轨迹。截至2025年一季度，该班列累计开行超3.6万列，覆盖境内外150个城市，一季度货运量同比增长11.4%，持续领跑全国。在航空运输方面，天府与双流机场“两场一体”运营，拥有77条定期直飞国际及地区航线（客运55条、货运22条），航线密度稳居中西部第一，年旅客吞吐量突破7000万人次。

开放能级的提升，直接转化为经济外向度的跃升：2025年1至4月，成都外贸进出口总额达2759.8亿元，同比增长11.2%；“蓉品”自主品牌出口（不含加工贸易）166.2亿元，同比劲增28%，一般贸易出口比重过半。自贸区、综保区等开放平台成为产业升级的“助推器”——成都国际铁路港综保区引进京东方柔性屏等重大项目，形成“屏—端—芯”产业集群；天府新区自贸区推出“跨境贸易秒级通关”改革，货物通关时间压缩60%。

从“内陆腹地”到“开放前沿”，成都用一条条钢铁动脉、空中走廊和数据通道，重塑着西部城市的发展坐标系。正如馆内视频解说词所言：“当铃铃车被汽笛声取代，当蜀道难变为全球通，成都的开放故事，正在定义中国西部的‘国际时区’。”

在成都馆的尾厅，“活力之源”展区用沉浸式场景再现了城市的生活美学。2025世运会吉祥物“蜀宝”“锦仔”憨态可掬，吸引观众纷纷打卡；东郊记忆工业遗产更新项目通过VR技术，让老厂房与新文创碰撞出别样火花。

文化与生活的交融，构成成都独特的“幸福密码”。成都市建成社区美空间超1200个，24小时图书馆58家，公园城市绿道总里程突破1.8万公里。在“最具幸福感城市”评选中，成都连续14年位居榜首。这背后是“创新与传承共生、奋斗与闲适并存”的生态密码——既有高新区的科创楼宇昼夜通明，也有宽窄巷子的盖碗茶袅袅飘香；既有国际顶级赛事的激情澎湃，也有街头民谣的婉转悠扬。

西博会成都馆：解码蓉城高质量发展的四维密码

■ 本报记者 毛雯

链博传奇

百年企业“双链”铺轨，隐形冠军与“尔”共赢

■ 本报记者 刘馨蔚

成立于1905年的克诺尔集团，是全球制动系统领域的领导者，也是轨道交通和商用车辆系统及其他关键系统的领先供应商，被誉为行业的“隐形冠军”。2024年9月，中国贸促会会长任鸿斌率中国企业代表团访问德国，此行旨在加强中德工商界交流合作，深化双边经贸关系。其间，任鸿斌一行专程前往克诺尔位于慕尼黑的总部进行考察。

成立近120年，克诺尔一直致力于提升全球交通安全与能效，高度重视前沿技术的研发和应用，近三年研发投入占集团销售额的比例稳定维持在5.5%至5.8%，远超行业平均水平。任鸿斌及随行中国企业代表在考察时对克诺尔在轨道和商用车辆领域的技术创新给予了高度评价。

在随后举行的会谈中，克诺尔首席执行官马思拓详细介绍了公司在中国市场的本地化战略，并表达了克诺尔继续深耕中国轨道交通及商用车市场的决心。马思拓称：“中国持续深化的对外开放政策，为包括克诺尔在内的跨国企业带来广阔的发展

机遇。在这一背景下，克诺尔期望能够进一步深度参与到中国铁路和城市轨交市场，并在商用车标准化方面贡献力量。”

此次访问不仅加深了克诺尔与中国贸促会及中国企业之间的相互了解，也促成了克诺尔与中国国际供应链促进博览会（以下简称“链博会”）的“牵手”。第二届链博会上，克诺尔携最新研发成果亮相，以“智领安全之路，共筑中国交通新未来”为主题，聚焦优化生态足迹、提升旅行舒适度、管理交通流量、无缝集成运营和维护以及数字化解决方案五大创新领域，展示公司在轨道交通和商用车领域的技术突破与产业链和创新链“双链”融合发展成果。

依托链博会的超凡平台效应，展会期间，克诺尔亚太区董事会主席徐保平、董事会成员白迪森博士以及轨道交通中国区总裁、董事毕光红等公司高层接受了多家媒体采访。他们一致表示，克诺尔始终秉承“融汇全球智慧，深耕本地实践”的理念，通过技术创新和本地化协作，不断响应市场需

求并推动行业发展。他们还特别强调，克诺尔不仅依托全球领先的技术资源，更注重与中国本地合作伙伴合作，希望双方能够共同构建稳健的供应链体系，确保创新成果能够有效地转化为实际价值，服务于广大客户。

在链博会先进制造链展区，克诺尔、中国铁建、中国中车等中外企业携手参展，展示轨道交通产业链上下游中外企业的深度合作，生动勾勒出一幅轨道交通产业的全景图。克诺尔展台不远处就是其全球最大的业务伙伴——中国中车。

“过去30年间，中国轨道交通事业日新月异。如今，中国在运营的高铁、地铁上，许多制动系统、车门等部件都来自克诺尔。可以说，没有中国市场的快速发展，就没有克诺尔的今天。”徐保平说。

作为交通工具的相关制造商，克诺尔自身的供应链“既要能保证供货，更要追求安全”。徐保平表示，中国相关产业的快速发展为克诺尔“更有质量的交付提供可靠支撑”，链博会为克诺尔提供了展示先进技术和深化合作

的宝贵平台，既帮助寻找下游合作伙伴，也推动与上游供应商的协同合作，为企业创造了“链接”的好机会。

克诺尔展台展出的绿色节能制动系统、超高效节能空调系统以及智能风源装置等展品，吸引了众多专业观众的目光。一位来自轨道交通行业的观众表示：“克诺尔的展品让我看到了未来交通的绿色与智能发展方向，尤其是其轻量化制动系统，不仅节能高效，还为运营成本的降低提供了可能。”

克诺尔的展台还吸引了众多国内外企业的关注。一位来自国内商用车企业的代表称：“克诺尔的创新技术和产品让我们看到了行业发展的新方向，我们期待与克诺尔在智能化和绿色化领域展开更深入的合作。”

克诺尔在中国深耕多年，已形成覆盖研发、生产、销售及服务的本地化全产业链布局。毕光红说：“此次参展不仅是展示技术实力，更是希望通过链博会这一平台，进一步加强与中国企业的合作，共同构建低碳、灵活、强韧的供应链体系。”