

会展智咖说

数实融合提升展会的连接力和驱动力

■ 周景龙



作者简介
道同共创科技CEO兼创始人
全国会展标准化委员会委员
中关村会展与服务产业联盟副理事长
新会展共创园创始人

过去半年,笔者走过不少展会现场——有时是以参展企业的身份带着产品 and 需求参与,有时则是以专业观众的视角穿梭展厅、对接资源。这段经历里,笔者既看到行业龙头会展依旧保持着旺盛活力,展位抢手、交流火热;也真切触碰到行业深处的隐忧:除了少数头部

展会,大多数会展主办方仍被“招商难、成本高、口碑弱”的困境困住,不少参展企业更是直言“展厅里人来人往看着热闹,真正能对接上的有效资源、能落地的合作意向却少得可怜”。

如今会展业的竞争,早已不是拼规模、凑人流的阶段,而是比谁能靠数实融合强化连接力、激活驱动力,这才是突破困局的关键。

AI大模型时代的到来,彻底改变了信息获取的规则。如今,专业知识、行业数据甚至产品信息都容易获得,甚至近乎免费;借助AI工具,内容生产也变得门槛越来越低,图文、短视频等素材可以快速批量生成。但硬币的另一面是,信息过载导致“优质内容”与“无效信息”难分伯仲,AI生成的同质化内容让创意变得稀缺,“眼见为虚”的视频世界更让信任成本持续攀升。在这样的背景下,会展业“数实融合”的价值反而愈发凸显——线上用数字工具高效匹配资源、沉淀信任,线下靠面对面交流深化情感、促成合作,这种“人性温度+数字效率”的结合,恰恰是AI无法替代的。这也意味着,会展人不能再停留在“办一场展会”的传统思维里,必须构建新的能力:既要善用AI、微信等数字工具提效,更要守住“创意策划”与“线下体验”的核心,让展会成为破解信息焦虑、建

立真实信任的重要平台。

对当下的会展业而言,连接力是突破“办展难”的根本,可传统会展的粗放型办展模式仍是主流——很多会展主办方与参展企业负责人,一年顶多见一两次面,平时很少互动,这种“展会时才联系、展会后断了线”的弱连接,根本无法了解企业参展的真实需求,自然也做不好精准对接。这也解释了为什么行业协会办的展会往往效果更好:协会常年通过各类会议、论坛、沙龙与企业保持高频互动,企业负责人和行业专家也能在这些场景里持续交流,久而久之形成了强信任、高密度的连接网络,这种天然的连接优势,是很多只重视展会销售收益的展览公司远不能及的。而“数实融合”的办展理念,正是帮更多会展人补上连接短板,让连接从“碎片化、低频次”变成“精准化、全周期”,实现线上线下双向发力。

说到连接,很多人连微信这个天天用的工具都没有用好。现在哪个会展人手机里没几千个微信好友?但一半以上可能都叫不上名、说不出需求,纯属人脉资源白白浪费。微信早就是当下职场人的核心工作平台了,想让连接不白搭,关键就是做好精细化运营。加好友时就随手打标签,是参展商、采购商还是演讲嘉宾,属于哪个行业、来自哪个区域,都标清楚;再写个简短备注,

比如“2024春季展认识,想找新能源供应商”“关注跨境电商对接”,后续对接才不盲目。

更可惜的是朋友圈及视频号营销。现在,虽然朋友圈文章的打开率呈下降趋势,但当客户有意了解你时,朋友圈往往是他们构建你本人人设、进而产生信任感的重要途径。许多会展人,很少或几乎不发朋友圈,白白浪费了这一免费的“信任构建渠道”。视频号也是如此。微信已经成为数字营销的一个基础设施,而且成本极低。实际上,若能经常通过朋友圈、视频号、公众号分享一些行业动态、展会筹备的最新进展以及嘉宾的干货内容,无需进行硬性推销,也能逐渐让潜在客户记住你、信任你,这正是线上连接所带来的独特价值。

光靠线上渠道的连接尚显单薄,线下活动才是推动“数实融合”向纵深发展的关键枢纽。建议常态化开展小而精的产业活动:聚焦细分领域的主题沙龙、直击核心痛点的供需对接会、标杆企业走访学习、行业领袖闭门研讨会等。这类活动不求规模,但求精准——通过AI算法智能匹配供需双方需求,提前锁定高价值参会群体,让企业与专业买家在深度对话中直击行业痛点,建立可信赖的合作关系。

这种“线上蓄客—线下深耕—展会成交”的闭环模式,不仅将微信

社群中碎片化的人脉资源转化为面对面的信任关系,更通过线下活动的深度互动,为展览场景注入精准流量。参展商得以在展前通过主题沙龙预热需求,在展中通过定向邀约实现高效对接,在展后通过社群运营持续转化;专业观众则能通过线下活动提前锁定展览亮点,带着明确需求参展,大幅提升观展效率与价值获取。最终形成“活动建联—展览变现—长效运营”的全链条价值闭环,让零散的好友关系升华为可复用的商业生态网络。

AI工具在此过程中扮演着关键赋能角色:通过需求画像精准匹配参会群体,利用数据洞察优化活动议程,借助智能推荐系统提升展览对接效率。这种虚实融合的生态构建,不仅让每次握手都蕴含商业价值,更使展览成为检验连接力升级的核心场景——当线下活动建立的深度信任转化为展览现场的签约意向,当社群沉淀的行业资源转化为展台前的持续互动,数实融合的真正价值便得以完整呈现。

如果说连接力是展会的“人脉网”,驱动力就是展会的“发动机”,“数实融合”让驱动力从“经验蛮干”变成“精准赋能”。过去办展,靠的是业务员打电话、约见拜访的老路子,不仅效率低,还容易让企业反感;现在经济环境承压,加上AI带来的信息透明化冲击,专业买家不

用参展也能获取产品信息,传统以销售为重点的模式失灵了。数字化时代的驱动力,核心是从“被动推销”转向“主动吸引”,关键要找准三点:一是内容驱动,AI能帮我们快速产出基础素材,但核心创意必须靠人——结合行业痛点和趋势,打造有独特视角的观点、有深度的嘉宾对话,这些“AI难替代”的优质内容,才能让企业觉得“参展能拿到真价值”;二是协同驱动,用数字化平台把销售、运营、策划团队拧成一股绳,借助AI数据分析优化任务分配、追踪工作进度,摆脱过去“各自为战”的低效模式,让团队执行力翻倍;三是机制驱动,搞点有意思的激励,比如转发展会内容给VIP权益、邀请好友报名给住宿福利,不用花太多钱,就能让参展商、嘉宾主动帮忙宣传,形成“全员传播”的合力。

对会展人来说,“数实融合”从来不是高大上的技术堆砌,AI也不是要取代我们,而是成为我们的“得力助手”。真正的破局,是从身边的微信运营、一场精准的线下沙龙做起,用AI提高效率、用创意打造差异、用人性构建信任。唯有让数字工具与线下场景深度融合,线上线下联动强化连接,多维驱动激活增长,才能在行业分化中站稳脚跟,让展会在AI时代持续焕发独特价值。

智变会展·关注篇

第138届广交会:严审资质+智慧赋能,书写外贸高质量发展新篇章

■ 本报记者 兰馨

10月19日,第138届广交会一期圆满闭幕。这场以“先进制造”为主题的展会,不仅吸引境外采购商约15.79万人线下到会,较上届增长6.3%,更通过一系列创新举措,从参展质量、服务智能化、行业引领等多维度,展现了中国外贸“风向标”的高质量发展新面貌。

严审入场资质

高质量是广交会的核心竞争力,而参展商资质则是高质量的第一道门槛。第138届广交会推行“史上最严资质审核”,从源头对参展企业及展品进行严格筛选,为广交会质量保驾护航。

在中国会展经济研究会首席研究员、对外经济贸易大学教授、博导储祥银看来,这一举措的价值体现在三个层面。一是有效提升参展商质量,杜绝低质展商带来的无序竞争,推动广交会向更高质量发展迈进。二是为国内展会树立标杆,纠正部分展会“贪多求大”导致展商质级参差不齐、绩效欠佳的问题。三是为行业评判展会质级提供了清晰参照,让“展商质量决定展会档次”的标准更加明确。

储祥银进一步提到,高质量展商是判定展会质量的重要因素,高质量采购商则是展会成功的关键。第138届广交会正是通过严审资质吸引了更多优质采购商,形成“优质展商+优质采购商”

的良性循环。

中国会展经济研究会副会长兼秘书长姜淮表示,广交会凭借强大的品牌影响力,在展会中占据卖方市场主导地位,拥有充分话语权。在审核层面,广交会作为主办方,对参展企业行为、展品及企业资质拥有认定权,而通过严格审核保障展商与展品质量,正是展会品牌质量的核心支撑,展商与展品的品牌性、技术水平,直接决定了展会的品牌高度。

智慧赋能高效参展

在数智化浪潮下,第138届广交会将智慧化贯穿展会全程,以技术创新提升服务效率与参展体验,成为展会高质量发展的重要助推力。

在导航与服务方面,此次广交会采用“蓝牙+北斗+5G”三位一体定位技术,结合广交会APP、AR导航等工具,实现“一键导航、一码逛展”,彻底解决“找馆难、找展位难”的痛点。首次引入的AI智能体技术,通过300余个智能入口提供全天候服务,形成服务闭环,大幅提升逛展效率。

“数字化手段优化会展场景。”姜淮表示,大量AR技术的应用,不仅让国际国内展商的体验感大幅提升,也使广交会成为AR技术应用的典型且有效场景。在沟通与配套服务上,科大讯飞提供的全场景多语言翻译服务,支持60种语言实时互译,首字响应



速度最快不到2秒,彻底打破语言壁垒。

此外,本届广交会展馆内“即买即退”的数智化退税服务、机器人咖啡制作等智能商旅服务,以及首设的智慧医疗专区、从沟通、贸易、生活、健康等多维度,为展会客商打造便捷、舒适的参展环境。

为外贸高质量发展注入信心

第138届广交会的高质量实践,不仅进一步提升了自身品牌价值,更对国内会展行业及外贸发展产生了深远影响。

“从行业示范来看,广交会的智慧化举措与严审机制,为国内展会提供了可参考的发展路径。”姜淮表示,广交会凭借自身品牌影响力,在推动绿色参展、可持续发展等方面的积极探索,为整个行业树立了标杆,尤其为政府主导型展会提供了清晰的借鉴方向。

储祥银也认为,本届广交会境外采购商人数和国别地区数量均有较大幅度增长,这一数据充分验证了无论世界经济形势如何变化,无论地缘政治多么风云变幻,贸易始终是连接国际生产与消费、满足全球消费需求、提升世界福智的重要路径和载体,因此受到全世界的广泛关注和重视。

姜淮进一步强调,从外贸信心层面来看,本届广交会境外采购商人数与国别地区的双增长,既印证了贸易作为连接国际生产与消费重要载体的核心价值,也表明单边主义、逆全球化趋势不符合经济发展规律与世界各国共同意愿。

第138届广交会的实践充分证明,高质量发展不是单一维度的提升,而是参展质量、服务水平、行业影响力等多个维度的全面进阶,这也为中国会展业和外贸行业的未来发展提供了清晰方向。

服務四海 誠信天下

中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkltd.com

廣告

新质引领发展 智造链接未来 2025沈阳机器人大会成果丰硕

■ 本报记者 毛雯

10月16日至18日,由沈阳市人民政府主办的2025沈阳机器人大会召开。大会邀请机器人领域院士、学者及顶尖专家,日本、韩国等国知名机器人企业高管,以及国内机器人领域上下游重点企业,沈阳机器人及智能制造产业集群企业嘉宾共计400余位,齐聚沈阳见证一场产学研用深度融合的国际级机器人领域产业盛会。

大咖云集 共绘产业新蓝图

大会期间,中国工程院院士王天然、于海斌,香港大学工业及制造系统系机器人与自动化首席教授席宁,中国工程院外籍院士、加拿大皇家科学院院士孙钰等机器人领域专家出席活动并发表主旨演讲。沈阳市工业和信息化局和东北具身智能创新中心分别发布沈阳市机器人及智能制造产业集群应用场景和为具身智能应用技术。

同期举办机器人产业交流会、机器人应用技术创新论坛以及机器人+赋能新质生产力现场交流会。日本安川电机、韩国现代机器人、韩国唯一机器人、埃克斯蒂尔泰克等国际机器人企业、中信重工、深圳瑞声科技等国内机器人产业链企业全程参与,推动技术交融与项目对接,助力沈阳更深层次融入国际机器人产业生态圈。与会专家学者围绕具身智能、人形机器人、应用场景拓展等热点话题展开思想交锋、分享科技成果、共绘机器人产业发展蓝图。

首发新品 引领产业新风向

大会以“首发+应用”相结合的方式,集中推出多款机器人新产品、新技术与新应用。韩国现代机器人、中国科学院沈阳自动化研究所、辽宁辽河实验室、新松公司等22家单位展出51件展品,现场与160余家机器人领域相关企业进行项目对接与合作洽谈,推动创新成果市场转化。设置“人形与仿生首发”“协作与康养创新”“机器人部件及特种机器人”“AI+具身智能与教育消费

新品”4个展区,展品涵盖中国首台光子计数CT、轮式人形机器人、双臂协作机器人、四足机器人、智能无人机、灵巧手等,全面展示机器人技术在工业、医疗、服务等多领域的深度融合与创新应用。

聚力引资 共筑产业新高地

大会期间组织多场“智能制造企业沈阳行”活动,实地考察中国科学院沈阳自动化研究所、东北大学、浑南科技城、铁西中德产业园、沈河方城等科创与产业基地。依托京沈对口合作机制,举办“京沈智能制造企业合作对接会”,推动跨区域产业协同与项目落地。本次大会共有59个项目实现签约,意向签约金额约43.46亿元人民币;其中,创新平台类项目13个、科技研发类项目35个、产业园区类项目11个,涉及智能机器人及特种装备、工业自动化与高端装备制造、半导体与精密量测技术、新能源与能源装备等领域。签约成果集中展示沈阳在机器人领域发展成果,充分体现沈阳作为国家先进制造重镇,在机器人及智能制造集群方面的吸引力与发展动能,为区域产业升级与经济高质量发展汇聚新势能。

青春激荡 培育产业新动能

大会同期举办2025沈阳机器人竞技邀请赛,东北大学、大连理工大学、吉林大学、中国科技大学等8所国内知名高校机器人团队汇聚沈阳。竞赛聚焦自主导航、人机协作、智能识别等前沿技术应用,以实战检验研发成果、锻炼青年工程师队伍,营造“以赛促研、以赛促创”的良好氛围,进一步激发创新活力,推动产学研深度融合,为机器人产业生态集聚发展注入青春动能。

本次大会,构筑了“产学研用”深度融合的机器人产业生态圈。与会专家表示,期待大会激发的创新动能能够持续转化为产业优势,助力沈阳从传统制造重镇迈向以新质生产力为引领的智造新高地,为中国机器人产业发展注入强劲的“沈阳力量”。

中国国际经济贸易仲裁委员会
CHINA INTERNATIONAL ECONOMIC AND TRADE ARBITRATION COMMISSION

廣告



10月19日,第138届广交会第一期闭幕。据承办方中国对外贸易中心统计,境外采购商累计线下参会约15.79万人,来自全球222个国家和地区,环比增长6.3%。图为第138届广交会一期展馆新能源汽车及智慧出行展区。

新华社记者 肖恩楠 摄