

会展智咖说

聚焦“十五五”会展业：深耕细分市场、数字赋能、出海布局

■ 杨正



作者简介
31会议研究院执行院长

高质量发展是“十五五”时期全面建设社会主义现代化国家的首要任务。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》把推动高质量发展的主题,既与“十四五”规划一脉相承,又在准确把握未来5年发展大势的基础上部署了战略任务。当下,新一轮科技革命和产业变革深入演进,以人工智能为代表的战略性技术正深刻重塑全球生产方式和产业格局,国际竞争日趋激烈。在这一背景下,中国会展业迎来了关键的发展拐点。

过去依赖规模扩张、政府主导、资源投入驱动的粗放式增长模式已经难以为继。尽管目前展览业毛面积规模基本恢复到2019年的水平,但是展会数量显著下降,小型展会、二线城市展会以及政府主导型的展会萎缩较为明显。面对新形势,会展业必须告别依靠经济高增长、政府高补贴的传统路径,转向“高质量、可持续稳定”的发展之路。这不仅是顺应中国经济高质量发展大局的必然要求,

更是会展企业在新发展格局下实现自身突围、增强核心竞争力的战略选择。

实现高质量转型,首要任务是深耕产业垂直细分市场,实现资源精准对接。高质量发展的核心在于从“泛化”走向“专业化”,从“粗放”走向“精细化”。会展企业需要摒弃“大而全”、唯面积规模的传统思维,转而聚焦特定产业赛道,建立与细分市场的深度链接。比如立足地方特色产业、深耕目的地产业会展细分市场;或依靠垂直媒体深度服务垂直领域,打造专业化展会品牌。以海智平台、国联股份等为代表的产业互联网平台,已探索出精准高频的对接模式——通过数字化手段将供需匹配从“广撒网”转为“精准投放”,从一年一次的展会对接升级为全年无休的在线撮合,真正嵌入产业链,成为不可或缺的服务枢纽,其模式值得会展行业学习借鉴。

在聚焦细分市场的基础上,会展企业还需打破收入结构单一的瓶颈,拓展多元收入流,突破传统盈利天花板。传统会展企业过度依赖展位费和赞助费,收入结构单一,增长空间有限,未来应该着力构建“展期+全年”“线下+线上”的多元收入体系。一是推进内容数字化变现,将展会现场的论坛、对接会、新品发布等内容进行录播、直播、付费点播等,延伸服务周期和价值链条。二是开展密集化小型对接活动,在展期内外举办闭门会、展中会、行业沙龙等,提高客户参与深度和单客户贡献值。三是搭建全年化的会议体系,比如推动展览与会议深度融合,通过“垂媒+会议+展览”模式,打造全年不间断的产业服务触点。通过这些创新举措,会展企业有望实现从“一次性交易”向“持续性服务”的转型,显著提升客户黏性和复购率。

构建多元收入体系,离不开商业模式的底层支撑,未来会展企业需创新商

业模式,打造“会议、展览、媒体、内容、咨询”多位一体的服务生态。未来会展企业的竞争力将不再取决于单一业务能力,而是通过整合多种服务功能,构建自己的综合竞争优势。比如会议板块创造高端内容和行业声量,展览板块提供交易场景和商业变现,媒体板块实现持续触达和品牌积累,内容板块生产增强专业影响力,咨询服务板块深化客户价值。国际巨头英富曼公司在其并购战略中便进行了如上的成功实践。通过关注交易导向型的B2B展览、内容导向型的B2B会议、体验导向型的B2C节庆,英富曼形成业态互补、场景多元、赛道丰富的发展格局。中国会展企业也应主动打破业务边界,通过内生增长和外延并购,构建具有自身特色的综合服务生态。

而这一系列商业模式创新与落地,都需要数字技术的强力赋能,通过智能工具提升整体效能。这里的数字化不是简单的“展会上网”,而是围绕产业精准对接、专业人脉生态搭建、全年线上社群运营的全方位重构。在产业对接方面,通过搭建专业人脉生态和全年线上社群运营,实现从“一年一次的展会对接”到“365天持续撮合”的跃升。利用大数据分析捕捉产业新趋势、新需求,借助AI智能推荐引擎将供需匹配从“广场式邂逅”升级为“定向式约见”,建立可视化、可运营的数字化人脉图谱,真正成为产业垂直细分市场的连接枢纽。在拓展收入流方面,利用AI工具将展会期间的内容进行二次加工,变成在线的长尾需求,实现内容持续变现。虽然这部分收入可能只有传统收入的1%甚至更少,但长期积累终将形成规模效应。

在持续优化内部业务与模式的同时,会展业还需主动向外拓展国际化布局,服务国内国际双循环新发展格局。全球前20名的会展集团如英富曼会展集

团、励展博览集团等大多数都是全球性会展企业,均在数十个国家布局业务网络。在中美贸易摩擦持续、全球供应链重构的背景下,中国会展业国际化进入新阶段,不再局限于“出海参展”,而是向“出海办展、出海办会、出海开店”深度转型。这一战略跃迁对内促进产业升级和供需对接,对外链接全球资源、输出中国标准,不仅帮助中国企业深度融入全球产业链,更让中国会展从“借船出海”走向“造船出海”,成为提升会展企业国际竞争力的重要支点。

与此同时,在市场由增量扩张转变为存量竞争的市场背景下,战略并购成为会展企业提升核心能力、抢占产业互联网制高点的关键举措。会展企业应将目光投向拥有先进技术、创新模式的产业互联网企业。这类企业掌握着产业链核心数据、拥有成熟的数字化撮合能力、建立了持续的客户服务体系,专注精准高频对接——这正是传统会展企业最缺乏的能力拼图。通过并购整合,实现“展会场景+互联网技术”“线下流量+线上运营”“一次性交易+持续性服务”的能力融合,推动商业模式从“展览组织商”向“产业服务平台”升级。此外,规模化发展也是提升竞争力的必由之路,通过并购做强做大市场主体,培育更多营收过亿、过十亿的龙头企业,不仅有助于提升中国会展业的整体实力,也将为构建高质量、可持续的现代会展生态体系提供坚实支撑。

综上所述,面对“十五五”时期的发展机遇与挑战,会展业需从深入细分市场、改变收入结构、升级商业模式、加强数字赋能、优化国际化布局和实施战略并购等多方面协同发力。道阻且长,行者必至。唯有坚持创新驱动,善于创新实践,才能在变局中开新局,在危机中育新机,走出一条可持续的高质量发展之路。

第十七届大连国际海事展明年10月下旬举办

■ 本报记者 毛雯

近日,中国大连国际海事展览会(以下简称“大连国际海事展”)组委会官方确定,第十七届大连国际海事展将于明年10月下旬举办,主题为“绿色智能领航,深蓝未来共赢”,将设置2.8万平方米展区,打造船舶与海工、配套与技术、港航物流与服务、高校及科研院所、国际、绿色新能源、邮轮游艇设施及技术、航海科技及文化、大(重)型设备、舰船防务等10大展区,覆盖海洋装备产业从研发设计、生产制造到运营服务的全生命周期。目前,智慧海事已成为全球海事产业发展的核心方向。第十七届大连国际海事展将聚焦展示全球领先的智能船舶、无人船技术,包括具备自动驾驶、远程操控、

智能导航等功能的先进船舶控制系统。这些系统利用高精度传感器、人工智能算法与卫星通信技术,能够实现船舶在复杂海况下的自主航行与智能决策,大幅提升船舶航行的安全性与效率。

作为一个具有全球影响力的海事专业展会,第十七届大连国际海事展将扩大国际企业参展比例。在参展国家与地区方面,除俄罗斯、韩国、日本、英国、法国、挪威、丹麦、荷兰、美国、西班牙、阿联酋、伊朗、印度尼西亚、土库曼斯坦等上届参展国家,展会还将重点邀请德国、意大利、新加坡等海事产业发达的国家和地区的企业参展,进一步丰富国际参展商的来源。同时,还将针对共建“一带一

路”国家,策划专场推介会与合作交流活动,加强与共建国家在海洋装备产业领域的合作,共同推动“一带一路”倡议在海事领域的落地实施。

为提升国际化交流水平,展会同期将举办多场国际研讨会、交流会等活动,将邀请国际海事专家、学者、企业代表等参与,围绕全球海事产业发展趋势、国际海事法规政策、绿色智能船舶技术创新等热点话题展开深入研讨,为国际海事界提供一个思想碰撞、经验分享的高端平台,进一步强化大连国际海事展在东北亚海事合作中的枢纽地位,推动全球海事产业的协同发展。

作为我国海洋装备产业连接世界的

重要窗口,大连国际海事展将通过展会的平台辐射,助力我国海洋装备企业高效对接国际标准认证机构、船东协会、金融资本,拓展国际合作渠道,提升国际市场份额。

“我国海洋装备产业在全球价值链中的地位不断攀升,逐步从‘造船大国’向‘海洋装备强国’进阶。”业界人士评价,在海洋强国战略的指引下,我国海洋装备产业链正以技术创新为引擎,以全球化展会为桥梁,在突破“卡脖子”技术、构建产业新生态的征程中稳步前行。

大连国际海事展由中国船舶工业行业协会、中国造船工程学会、中国船东协会、大连星海会展商务有限公司联合主办。

全运新经济：粤港澳从体育盛会到“体育+文旅+消费”生态新图景

■ 本报记者 兰馨

11月9日至21日,第十五届全国运动会(以下简称“十五运会”)在广东、香港、澳门三地举办。这是粤港澳三地首次联合承办的大型体育赛事,也是全运会第一次走进香港、澳门,标志着三地以体育为纽带,在融合发展的道路上迈出了历史性一步。随着各项赛事的推进,十五运会的融合价值不断凸显。深圳湾大桥上,马拉松选手的脚步连接深港两地;港珠澳大桥上,自行车选手飞驰而过,勾勒出大湾区“一小时生活圈”的生动图景。这场体育盛会不仅展示了竞技体育的魅力,更进一步推动区域经济增长、产业升级与城市空间的有机更新,化身为粤港澳大湾区融合发展的“超级连接器”,书写着粤港澳三地同心“圆梦”的历史新篇章。

广东：深挖IP价值，打通全链消费生态

在十五运会的热潮中,以中华白海豚为原型的吉祥物“喜洋洋”“乐融融”无疑成为了最耀眼的明星,它们不仅以灵动可爱的形象“萌”动赛场,更为赛事注入了蓬勃的商业活力。以“喜洋洋”“乐融融”为主题的盲盒产品迅速在年轻消费群体中掀起了抢购热潮;系列徽章尤其是比赛项目主题类徽章设计精美,备受收藏爱好者青睐。

数据显示,截至赛事举办期间,十五运会特许商品的销售额已突破

千万元,并且呈现出持续增长的态势。文创产品的火爆不仅丰富了观众的观赛体验,更成为赛事商业化运作的成功范本,彰显出优质体育IP在消费市场的巨大延展力与商业价值。

本届全运会的赛事门票也不再仅仅是进入赛场的凭证,而是成为开启全链消费生态的“万能钥匙”。凭借全运会门票可免费畅游多地景点,比如前往广州塔俯瞰城市壮丽美景,走进深圳世界之窗领略世界各地名胜古迹,还能到香港迪士尼乐园感受童话世界的欢乐与奇妙。

在赛事举办城市,配套消费福利也同步跟进。众多酒店和民宿纷纷推出针对全运会观众的折扣优惠,让观众能以更经济实惠的价格入住;公交优惠降低了出行成本,方便观众便利往返各个赛事场馆和旅游景点。叠加发放的消费券、满减券等更是进一步激发观众在购买餐饮、购物、娱乐等场景的消费热情。这种创新的门票设计,将“看全运”升级为“玩全运”,吸引大量观众为赛事而来,开启包含旅游、住宿、餐饮等全链条的消费之旅。

在赛事带动下,广东省21个地市也各展所长,充分发挥自身特色和优势,以体育为支点撬动整条消费链。比如茂名以其独特的山海自然资源开展定向赛事,吸引了众多户外运动爱好者前来参赛和观赛。今年前三季度,广东省限额

以上单位体育娱乐用品类零售额同比增长32.2%,充分彰显了体育产业在促进消费升级、拉动内需方面的强大作用。

香港：“体育+”破局，激活经济增长新动能

十五运会尚未启幕时,香港赛区的赛事已率先点燃竞技激情。

“香港已经准备好了。”香港特别行政区文化体育及旅游局局长罗淑佩的这句承诺背后是全港人的同心协力,从赛事场馆的升级改造到服务保障团队的专业培训,从交通动线的优化调整到应急预案的反复演练,这座城市正以饱满的热情和严谨的态度,迎接来自全国的运动健儿与游客。

全运会的热度能够“拉满”绝非偶然,而是香港各界协同发力,系统构建体育生态链的必然结果。为让更多市民共享赛事红利,香港从线上到线下、从校园到社区,搭建了多层次的参与平台,广泛激发公众参与,让体育热情渗透到城市的每一个角落。

在文旅融合领域,香港更是打出精准“组合拳”。香港中旅社推出的多条全运主题旅游线路,将观赛与城市观光巧妙结合,“全运会七人制橄榄球门票+香港海洋公园门票”“全运会击剑门票+昂坪360缆车车票”等创新套票,让旅客在欣赏高水平赛事的同时,还能深度领略

香港的自然风光与人文魅力。

为了避免单一城市旅游的局限,香港相关部门主动携手广东省5家头部旅行社,打造“跟着全运去旅游”专属旅游产品,创新推出“一程多站”模式。该产品将香港全运会核心场景与深圳、广州等大湾区城市的体育文旅资源深度串联,形成覆盖三地的特色旅游环线。

值得关注的是,全运会的热度正持续向文化领域延伸,催生“体育+文化”的叠加效应。11月刚刚落成的东九文化中心正式启用,原创音乐剧《一束光·高锟的记忆》同步上演,为旅客提供了“观赛事、赏艺术”的双重选择。此外,由香港旅游发展局启动的“香港缤纷冬日巡礼”以及11月30日举办的香港单车节,形成赛事、文旅、节庆的连贯体验链,有效延长了旅客停留时间,提升了消费频次,让全运效应持续发酵。

测算显示,本届全运会及系列配套活动预计将吸引超10万旅客专程访港。香港以“体育”为核心纽带,联动文旅、消费、产业等多元领域,构建起兼具短期热度与长期价值的经济增长极,让赛事红利得到最大化释放。

澳门：借全运东风，筑“旅游+”体育融合发展新优势

在本届全运会筹备过程中,澳门积极践行“体育+文旅”融合发展

战略,创新性地将公路自行车赛道与港珠澳大桥、澳门塔等地标有机串联。对于这一创新融合模式,业界人士表示,“文旅+赛事”战略有望在未来为“到澳门旅游”这一经典品牌再添三重亮色。一是注入“动感”活力。以本次全运会的公路自行车赛为例,港珠澳大桥上公路自行车飞驰而过,城市道路秒变赛道,让观众感受到澳门作为活力之城的独特魅力。二是打造“打卡”地标。赛事画面中融入众多澳门代表性地标建筑,吸引游客拍照分享,实现“赛事即景点”的传播效应。三是提升沉浸式体验。澳门在观赛动线设置、交通接驳、服务保障等方面精心筹备,努力为观众提供便捷、舒适、深度的观赛与旅游体验。

“十五运会赛事不仅是赛事季的流量引擎,更是城市形象展示的重要窗口。”澳门旅游业界表示,在澳门特区政府深化“旅游+”跨界融合的施政导向下,全运会所激发的“体育+旅游”叠加效应,正成为提升澳门旅游业国际竞争力的关键抓手。

业界人士进一步表示,赛事经济已逐渐成长为澳门旅游业的新增长极。在他们看来,“旅游+体育”的融合发展模式具有双重价值:一方面能为澳门引入优质客源,优化游客结构;另一方面,体育赛事所承载的健康、进取、向上的精神内核,与家庭游、亲子游的市场需求高度契合,为澳门打造“健康城市”名片

在传统印象里,盖房子是粗活累活,是劳动密集型行业,施工现场尘土飞扬,很少有人能够把盖房子和高精尖科技联系起来。近日,好房子科技展、中国国际住宅产业暨建筑工业化产品与设备博览会、中国国际城市建设展览会同期举行,其中呈现的浓烈科技味,让人觉得无论是房屋建造过程,还是居住体验方面,科技正在让“好房子”离我们越来越远。

“好房子”需要有好标准、好设计、好材料、好建造、好运维,这都离不开科技支撑。

国家标准《住宅项目规范》于今年5月1日起正式实施,有14项新标准提高住房品质。其中,针对房屋隔音有了更高标准。在好房子科技展现场,一家企业展出了他们新研制的隔声玻璃,现场模拟高分贝环境,使用隔声玻璃的窗户能有效阻隔声音。可见,新科技能支撑新建住宅满足新标准。

好房子科技展展出了18个“好房子”样板房。一个保障性租赁住房样板房仅有30平方米,在设计中充分利用每寸空间,实现了功能齐备。还有的样板房不再是固定的几室几厅,而是可以根据家庭需要任意组合,多孩家庭可以随时增加卧室。房屋需要重新装修时,只需在平板电脑上轻触,效果图即可呈现,一键下单购买需要的部品和服务。老房子也要改造成“好房子”,目前全国有15个省(区、市)二手房交易量超过新房,旧房改造需求增多,更凸显好设计的重要性。有参展企业带来旧房改造设计方案,从设计师看现场到改造交付仅需40天时间。

用于建造房屋的好材料日新月异。用灯光一照,混凝土即从深灰色变成浅灰色,这种特殊的混凝土将增加吸热、减少散热,大大提升节能效果。一些企业研发出了具有高抗腐蚀性和抗渗透性的建筑材料,能够让建筑更长寿。自愈合混凝土则针对年久易开裂的问题,埋设一种胶囊,在湿润或者干燥情况下及时调整状态,当出现裂缝时实现自修复。冬季采暖只需薄薄一层石墨电热膜,能够节省不少室内空间。目前,建筑材料研发、生产、检测、应用等环节正齐发力,创新推出光伏建筑玻璃、气凝胶保温材料、高性能隔声毡等一大批新型材料。这些新型材料的推广应用,能显著提升建筑和市政基础设施的性能,减少碳排放,降低维护成本。

展会中还展出了很多“好建造”,一大批新型装备成为推动工程建设的“利器”和彰显大国建造的国之重器。比如,我国自主研发的新型造楼机,更加集成化、轻量化、智能化,可以自动纠偏、智能监控,实现全天候封闭作业,具备多工序立体流水化施工能力,处于世界领先水平。“好建造”为建造高质量的住房奠定了坚实基础。

房屋要想维护好,房屋体检不可少。一家企业展出了他们自主研发的“天空地”一体化房屋检测平台,能够检测室内甲醛含量和建筑裂缝、空鼓、渗漏,以及水质、燃气等情况。全面体检后,每一栋建筑都有健康档案,需要修补的地方能及时修补。

从展会上不难发现,人工智能技术、大数据、物联网、云计算等新一代信息技术,正与住宅产业和城市建设融合发展。随着新技术加速突破,新材料不断涌现,新装备迭代升级,新应用高效赋能,科技将让人们的居住生活更美好。(来源:经济日报)

三场展会看科技如何打造『好房子』

■ 亢舒