

会展智咖说

当AI成为“讲故事的人”：营销的革命与会展新叙事

■ 刘志良



作者简介
2050 自愿者
中国美术学院拼格创意
媒体奖学金发起人
拼格科技创始人、CEO

在柏拉图的洞穴寓言中，囚徒们终其一生只能观看火光投射在墙上的影子，并坚信那就是真实的全部。今天，AI短视频营销正以一种前所未有的方式，重构着品牌与消费者之间的“洞穴之影”。它不再是简单的工具理性延伸，而是一场关于“真实”与

“拟像”的哲学博弈。然而，在会展与广告的语境下，这种“拟像”并非虚空的欺骗，而是一种高效的认知桥梁。它让海外品牌能在瞬间跨越地理与文化的断层，用视觉语言完成对中国市场的“软着陆”；也让中国制造能以极低的成本，在TikTok、YouTube等平台上构建起不亚于好莱坞大片的品牌叙事。

这不仅是效率的提升，更是叙事主体的迁移。当AI介入讲故事的过程，创作从“以人类为中心”演变为“人机复合主体”。我们正在见证的，不是创意的消亡，而是创意民主化的曙光，那些曾经因预算有限而沉默的中小企业，终于获得了与世界对话的麦克风。

AI擅长的是将产品置于一个“理想瞬间”的叙事中，直接触发观众的“情感开关”和“身份认同”。传播的策略核心是避开冰冷的、展示所有功能点的产品说明书式视频，转而描绘一种可触及的生活方式和情感氛围。AI高效地构建这种“氛围感”，让海外消费者在瞬间完成代入，“这就是我想要的生活，这件产品属于这种生活。”这直接转化为极高的完播率、点赞率和收藏

率。收藏行为尤其关键，意味着用户将其视为“理想生活模板”。分享率也会上升，因为用户愿意通过分享视频来定义和展示自己的品味。

传统视频制作周期长，无法快速试错。AI短视频营销的核心优势在于，可以近乎零成本地生成大量变量版本，进行动态测试和优化。针对同一款产品或信息，同时生成在主角形象、场景设定、背景音乐、价值主张等多个维度上不同的版本进行测试。让数据而非主观臆断来指导创意方向，能在极短时间内锁定针对特定区域、特定人群的最优沟通组合，这使点击率和转化率能够持续爬升。营销活动从一个“静态发射”变为一个“动态成长的生命体”。投资回报率模型变得极为健康，因为每一分钱都花在了被数据实时验证的有效创意上。

从“千人一面”到“一人千面”的动态创意，这是AI会展营销的“终极形态”。它不仅在群体间做差异化，更能针对同一个用户的不同状态和旅程阶段呈现不同的创意内容，整合用户数据，实现沟通的深度个性化。从初次触达的品牌理念塑造，到深度决策时的功能详解，再到临门一

脚的促销激励，AI能自动生成与用户当下心理状态最匹配的内容。这让用户感觉品牌“懂我”，极大地缩短了决策路径。用户生命周期价值显著提升，购物车放弃率大幅降低。品牌与用户的关系从单次交易，转变为基于持续、个性化沟通的长期连接。

成本结构与效率的范式革命是最直观、也最根本的要素。它改变了游戏规则，让中小企业拥有了与巨头同台竞技的武器。从时间效率上来说，创意构思、视频制作、多语言适配的周期被压缩了90%以上，品牌得以紧跟甚至创造市场热点。再者，从金钱效率上来说，将单条高质量视频的创意与制作成本降至极低，使得预算可以大规模投向精准流量投放和海量创意测试，而非昂贵的制作本身。最后，从迭代效率上来说，近乎为零的试错成本鼓励了大胆的内容创新和快速优化。“每周产出视频数”和“单次互动成本”成为衡量其效能的标志性指标。

会展业AI短视频与数字人技术结合，打造“线下引流、线上长尾”的新模式。展会的物理时空限制被打破，通过AI生成的数字人直播展前悬念视频、展后高光集锦，一个“永

不落幕的展台”成为可能。这将会展从一次性的营销事件，转变为可沉淀、可互动、可长期转化的数字化资产，极大地延长了投资回报周期。

AI短视频是品牌出海跨越文化鸿沟的“视觉桥梁”。无论是海外品牌进入中国，还是中国品牌走向世界，最大的痛点莫过于文化隔阂与本地化成本。AI短视频成为破解难题的“利器”。它可以通过分析目标市场的视觉偏好、流行趋势、热门音乐，自动生成高度本土化的内容，实现“千人千面”的精准沟通。这本质上是一种“文化翻译”和“审美适配”，让品牌能以最低的成本，迅速融入当地语境，建立情感共鸣。

AI短视频推动创意生态竞争从“资源垄断”到“创意平权”。传统的高质量广告视频是资金、时间和专业团队的“资源密集型”产物。AI工具的出现，使得“创意”成为一种普惠的、可规模化的服务。这意味着，拥有出色产品的中小企业无需巨额预算，也能获得讲述动人品牌故事的能力。这推动了整个商业生态的“创意民主化”，让竞争更回归产品与创新的本质。

在算法与人文的十字路口，AI

短视频营销的狂飙突进让会展活动的主体们站在了一个十字路口。一边是斯蒂格勒所警示的“文化熵增”风险：如果所有人都依赖相同的算法模型，可能导致视觉风格的严重同质化，品牌故事变得千篇一律，失去打动人心的“灵韵”。另一边，则是前所未有的机遇。技术本身并无善恶，关键在于驾驭它的人。未来的会展顶级营销人，不再是单纯的会展“内容创作者”，而是会展“叙事架构师”。我们需要做的，不是让AI取代人类，而是构建一种新型的人机协同关系：让算法负责“把事做对”（效率、规模、测试），让人类负责“做对的事”（品牌灵魂、情感内核、价值与伦理）。

正如海德格尔所言，技术的本质是“解蔽”，是让存在者以新的方式显现。AI短视频正在解蔽一种新的全球商业语言，它跨越山海，无视时差，在算法的精准与人文的温度之间，为全球品牌搭建起一座通往消费者内心的桥梁。在这座桥上，衡量成功的最终标准，将不仅仅是飙升的会展活动数据，更是算法所编织的每一个故事，是否在解蔽会展活动商业价值的同时，也守护并唤醒了我们共同的人性微光。

图片新闻



2026年德国汉诺威工业博览会于4月20日至24日在德国汉诺威会展中心举办，中国参展商约700家。本届展会上，人形机器人成为核心展示内容之一。图为中外企业代表在汉诺威工业博览会中展示台交流。
新华社记者 张豪夫 摄

链博老友记

“洛阳轴承集团与GE集团已经联合开展了第三届链博会，成果丰硕。2026年，我们将继续深化与GE医疗在医疗器械等领域的新材料合作，为中国精密制造贡献‘洛轴力量’。”洛阳轴承集团（以下简称“洛轴集团”）副董事长王军在近日郑州举行的第四届中国国际供应链促进博览会（以下简称“链博会”）河南推介会上发言感谢中国贸促会搭建起的“黄金平台”链博会。

正如王军所言，洛轴集团参加链博会的经历，是一段与知名医药企业GE医疗强强联手、在全球供应链舞台上“找朋友”，共同探索精密“智造”之路，成为企业借助平台拓展合作、实现提质增效的生动缩影。

首届链博会上，来自美国的医药科技企业GE医疗亮相健康生活链展区。GE医疗不仅展示了CT、磁共振设备，还为20余家来自中国的供应链伙伴专设展台，展示它们生产的产品，这其中便有洛轴集团和其生产的医疗CT旋转轴承。

此后，在第二届、第三届链博会上，洛轴集团继续作为GE医疗的合作伙伴，亮相GE医疗展台。洛轴集团的CT轴承作为核心零部件与GE医疗的CT、磁共振、核医学等国产高端设备并排展示，向观众讲述着两家企业在技术创新和智能制造方面的深度合作成果，也进一步诠释了链博会平台对企业长效合作的推动作用。

据了解，洛轴集团与GE医疗结缘于1998年。合作20多年来，洛轴集团已经成为GE医疗在华重要的供应链合作伙伴。借助GE医疗的先进技术和研发能力，洛轴集团不断吸收和应用行业前沿技术和管理经验，实现了国产CT机主轴研发零的突破，相继研发出每分钟80转、120转、180转等高转速的高性能CT主轴，并已实现量产，将生产效率提高30%以上。洛轴集团还牵头制定了国内首个医疗CT主轴国家标准。如今，双方的合作已经扩展到X光机轴承、球管机轴承和心血管机轴承等多个领域。

此外，第二届、第三届链博会期间，洛轴集团还作为河南企业代表参加了配套经贸活动，与来自多国的合作伙伴交流对接。在第二届链博会期间，洛轴集团参加了河南省贸促会组织的河南优势产业合作交流，与中外伙伴深入交流探讨。第三届链博会期间，洛轴集团再次作为河南企业代表参加河南与境外驻京商务机构圆桌交流会，展示自身在轴承产业领域的“硬核”领跑地位，与来自智利、哥伦比亚、摩尔多瓦等国的使馆、商协会代表共商合作机遇。

“2025年5月19日，习近平总书记亲临洛轴集团考察并发表重要讲话，为洛轴的腾飞指明了航向、注入了磅礴动力。一年来，我们牢记嘱托、感恩图报，将总书记的殷殷期许转化为干事创业的实际行动。”在第四届链博会河南推介会上，王军介绍了洛轴集团改革发展的多项成就。一是经营效益大幅提升，营业收入、净利润增速均大幅增加，在行业重点企业一马当先；二是市场开拓成效显著，持续深化大客户战略，创新项目制管理，市场开发新动能持续释放，生产与销售指标频频刷新月度纪录，核心赛道持续领跑；三是科技创新成果丰硕，多个科研项目获得嘉奖，科研成果达到国际先进水平；四是产能升级强劲有力，智能化生产线、工厂相继落成投产，成为未来高质量增长的引擎；五是品牌影响力持续扩大，各类媒体报道使得洛轴集团影响力大幅提升，塑造了开放自信、行业领先的良好企业形象。

“随着产业基础再造、重大装备攻关等政策赋能，以及新能源、航空航天、低空经济等新兴市场的爆发式增长，高端轴承市场正迎来黄金发展期。这正是我们转型升级的战略窗口期。”王军说，“十五五”时期，洛轴集团将坚持科技创新引领，深化改革激发活力，全面推进产品、方式、数智化、人才、国际化五大转型，加快培育新质生产力，全力建设一流国际化企业，在制造强国的征途上不断迈上新台阶，共筑伟大的轴承强国梦。

以链博为『轴』，铸精密『智造』领军企业

■ 万泽玮

智变会展·行业篇

迈向“会展强国” 会展业借“十五五”加速转型

■ 兰馨

近日，2026中国会展经济研究会年会暨会展经济（昆明）论坛（以下简称“年会”）在昆明举办，“会展强国”成为全场热议高频关键词。

回望过去二十年发展历程，中国会展业完成了从跟跑模仿到自主创新、从本土深耕到全球布局的跨越式蜕变。二十年来，行业技术体系持续迭代升级，实现从传统线下办展，到数字会展、智慧场馆、线上线下融合办展全面普及，再到境外自主办展全球化运营能力成熟落地的全链条升级，国内会展企业已经全面掌握全流程、全场景自主办展核心技术。

当前正值“十五五”规划开局起步关键阶段，中国会展业正站在由“会展大国”迈向“会展强国”转型升级的重要历史节点。

立足“十五五”新起点 迈入行业发展新周期

本次年会以“规范有序筑根基，会展强国启新程”为主题，立足“十五五”全新发展起点，倡导全行业坚持创新驱动，加快提质增效，稳步推进我国实现从“会展大国”向“会展强国”的战略性跨越。

在中国会展经济研究会会长曲维玺看来，如今行业正处于研究会成立二十周年、“十五五”规划开局、百年未有之大变局深度演进三重历史周期叠加的关键阶段。依托我国完备的现代化产业体系，行业应抢抓重大战略机遇，聚力加快会展强国建设。

年会期间，中国会展经济研究会首席研究员储祥银发布《2025年度中国展览数据统计报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，2025年全国展览项目百强主办机构格局发生深度重构。从榜单结构看，民营机构以26场办展数量居首位，国营机构则以741.35万平方米展览总面积领跑。同比数据显示，国营机构展览面积大幅增长134.49%，民营机构办展项目数量增长85.71%，外资机构平稳增长；政府、社团

办展规模大幅收缩，展览面积分别下降70.78%、51.89%。

这一数据表明，行业已告别政府直接办展模式，正式形成国营引领规模、民营激活活力、外资国际化补充、政府社团转型服务的全新发展格局，市场化转型加快深化。

《报告》还显示，我国会展企业独立上市始于2014年；截至2025年，展览行业上市公司中A股上市企业3家，新三板挂牌企业17家，行业资本化进程持续提升。

境外办展方面，2025年我国境外自主办展总量稳步增长，全年累计举办境外自主办展229个，较2024年新增13个，同比增长6.02%。从行业结构看，商品贸易类展会占比最高，达22%；家具及红木家具类展会占比8%，服装类展会占比7%。境外办展持续聚焦我国优势外贸产业，国际化布局步伐持续加快。

国际展览业协会（UFI）名誉主席陈先进表示，中国已成为全球第一大展览市场。当前全球会展行业进入低速增长周期，急需构建涵盖会展强度、国际化水平、全球布局、品牌影响力、属地运营及抗风险能力的综合评价体系，重新划分全球会展发展梯队。我国会展数量、展览总面积稳居世界前列，会展出海应深度融入区域产业，强化本地化运营、主动参与国际规则制定。

锚定战略定位 激活会展“超级连接器”价值

“会展是激活全国统一要素资源的‘超级连接器’。”中国会展经济研究会副会长兼秘书长姜淮表示，会展经济天然具备全球链接、高度聚合、场景体验三大属性，是现代服务业中具有战略先导地位的核心平台。

姜淮表示，新周期下中国特色会展经济，以三大核心功能夯实要素配置根基，以三大服务践行国家战略使命，即全面服务国家发展战略、服务区域与城市经济发展、服务产业创新转型升级。

立足全球发展新格局，当前国际会展行业正向绿、蓝、数、金四维转型，全方位赋能国家要素全球流通与高效优化配置。绿即低碳可持续发展，践行全球会展净零排放使命；蓝即会展新基建建设，助力企业出海能级迭代升级；数即人工智能深度赋能，重塑会展国际链接全新范式；金即外延式资本扩张，对标全球资本运作先进标杆。

业界普遍认为，国际格局深刻变革为中国会展打开重要机会窗口，行业必须实现从“走出去”到“走进去”的能力跃迁。一方面，欧洲本土展会规模持续收缩，为中国企业抢占国际地位、提升国际话语权创造机遇；另一方面，新兴市场潜力巨大，行业应主动前瞻布局、创新展会内容与办展形式，推动发展重心从数量增长转向质量提升。中国会展业稳健发展的底气，正是我国门类齐全、配套完整的现代化产业体系。

在把握机遇的同时，行业也面临诸多转型挑战。与会专家达成共识：必须以数字科技为核心引擎，以品牌建设为关键抓手，以人才培育为坚实基础，以规范协同为保障底线，推动行业全面转型升级。加快人工智能、大数据技术全产业链深度赋能，将数据打造为会展企业核心资产，贯穿策划、运营、服务、维护全流程，加速智慧会展、数字会展新业态落地。

凝聚行业合力 构建规范有序健康生态

为凝聚全行业共识、汇聚产业链合力，中国会展经济研究会在本次年会上发布了《推动会展高质量发展 共建规范有序行业生态倡议书》（以下简称“倡议书”）。《倡议书》立足全产业链视角，提出八大核心行动准则：覆盖主办方、场馆方、服务商等全链条参与主体，为行业高质量健康发展清晰指明了前进路径。一是凝聚产业链合力，推动融合创新发展，打通上下游协同链条，促进业态跨界融合与模式创新；二是坚持创新提质增效，助力品牌强国建设，鼓励

主办方打造具有全球影响力的自主专业展会品牌；三是推进智能绿色升级，实现场馆赋能增效，加快展馆智慧化运营与低碳化改造；四是倡导精耕细作，构建高端专业服务体系，引导服务商全面提升服务品质与专业化水平；五是强化人才强业理念，夯实产业发展根基，完善人才梯队建设，培育数字化复合型人才；六是严守合规经营底线，坚守安全至上原则，全面保障生产安全与行业各方合法权益；七是恪守诚信经营为本，维护公平竞争市场秩序，健全行业信用体系，营造公正透明市场生态；八是积极践行社会责任，主动服务国家发展大局，推动会展经济与区域经济、产业升级协同共进。

“我国凭借完整现代化产业体系，在全球会展竞争中占据显著优势。”曲维玺表示，在这一背景下，中国会展业将聚焦五大核心路径精准发力：一是做强国际化品牌展会，培育自主可控、具有全球影响力的展会IP，持续提升国际话语权；二是推动行业兼并整合，培育世界级会展龙头企业，增强全球化综合运营能力；三是建强专业人才培养，联动高校与科研机构，培养数字化、国际化复合型人才；四是提升产业综合效益，优化行业评价体系，强化会展对国民经济与区域发展的带动作用；五是深化数字科技全面赋能，以人工智能、大数据驱动业态创新，打造智慧会展新生态。

商务部前国际贸易谈判副代表、中国世界贸易组织研究会前会长袁泉认为，推动会展业高质量发展，必须以法规制度为保障，以标准建设为支撑，以品牌培育为引领。一方面要持续完善法规政策体系，坚持放管结合，不断优化营商环境，另一方面要加快构建科学完善的行业标准框架，实现办展全流程标准化覆盖。同时大力培育具有国际影响力的自主品牌展会，推动会展与先进制造、数字技术深度融合，为行业长远发展夯实基础。