

会展智咖说

从一人公司到全球蓝海：

AI工具+展会重塑中小外贸企业核心竞争力

■ 刘志良



作者简介
2050 自愿者
中国美术学院格创媒体奖学
金发起人
拼格科技创始人

生成式人工智能(AIGC)的普及,冲击了传统外贸重资产、高门槛的运营壁垒,催生了OFC(单人创始公司)这一全新商业形态。过往外贸创业依赖场地、团队、多元岗位配置等重投入,限制了个体入局的可能性。而当下,依托AIGC全链路赋能,个人创业者即可独立完成选品、多语种内容创作、短视频营销、客服对接与订单履约等全流程工作,实现轻量化跨境运营。同时,线下展会补齐了纯数字化运营的信任短板与实体对接优势,线上AI提效、线下场景赋能的双线协同模式,让传统个体户完成迭代升级,诞生了“硅基增强型”一人跨国公司。AIGC、OFC与外贸展会的深度融合,推动外贸行业从传统人力驱动的“汗水外贸”迈向智能赋能的“全新大航海时代”,持续重构中小外贸企业的核心竞争力与行业发展边界。

打破内容天堑
OFC“一个人的战争”

传统外贸与早期跨境电商最大的隐形门槛,在于内容的生产力与多样性。广告与短视频是数字贸易的硬通货,比如一张符合亚马逊A+页面标准的场景图、一条TikTok美国区投流的15秒爆款视频、一组精准击中德国工程师痛点的德语文案。在过去,这意味着摄影棚、模特、专业剪辑师和多语种翻译的协同作战,成本高昂且周期漫长。这些难以规避的行业痛点,对于资源有限、单兵作战的OFC单人外贸创业者而言,更是难以逾越的短板。

AIGC的出现,改变了这种情况。在深圳龙华,一位90后的OFC创业者,正在演绎新时代的“一个人的战争”。他不需要摄影师,只需用Midjourney输入“极简主义风格、北欧家居、自然光”,便能瞬间生成数百张媲美国际大牌的场景主图;他不需要视频团队,利用Runway和Sora即可将一张静态产品图转化为展示使用场景的动态短视频;他甚至不需要雇佣外语客服,通过GPT-4o实时翻译与润色,就能以地道流畅的表达与全球客户进行无障碍沟通。

AIGC赋予了OFC“超本地化”的营销能力。面对全球碎片化市场,OFC利用AI分析不同地区消费者的心理画像。针对美国市场,AI生成强调“个人主义与自由”的文案;针对日本市场,AI转向“极致细节与工匠精神”的叙述;针对中东市场,AI突出“尊贵感与定制化服务”。这种颗粒度对齐的营销,从前只有大型跨国公司的专业市场团队才能做到。如今,一个创始人加一套AI工具,就能完成过去需要整支团队才能完成的广告矩阵铺设。

各类境内外展会则成为OFC落地AI

营销成果、完成线下精准转化的核心平台。创业者依托AI批量产出适配不同国家市场的宣传物料、产品画册、短视频素材,在线下展会现场通过平板、大屏循环播放AI生成的本地化宣传内容,快速吸引到场海外采购商驻足洽谈。展会主办方配套的商贸配对系统,能够根据OFC的主营品类、目标市场,提前匹配对应国家、对应采购需求的海外客商,省去单人企业自主线上挖掘客户的海量筛选成本,充分发挥展会作为供需桥梁的核心作用。广交会、行业跨境展还专门开辟中小微企业、跨境单人创业专区,为缺乏线下实体展厅的OFC提供标准化展示空间,弥补轻量化团队线下曝光不足的短板,打通“AI线上引流种草,展会线下实地对接”的完整获客链路。

短视频与流量
算法时代的“一人舰队”

短视频既是全球电商的流量黑洞,也是传统外贸人的噩梦。拍摄、剪辑、配音、运营,每一个环节都是对人力和创意的双重考验。而对于OFC模式下的单人创始公司,AIGC不仅是提效工具,更是其生存的“数字替身”。

在短视频营销侧,OFC正在构建一种“虚实结合”的新型叙事。创始人只需拍摄一段自己在仓库理货、工厂验厂或拆解产品的真实原生视频(Raw Footage),AI就可以自动识别画面内容,生成多语种的精准字幕,并根据不同平台的调性(TikTok的快节奏、YouTube的干货风、Instagram的精致感)自动拆条、变速、添加背景音乐和特效。

OFC甚至开始大规模部署AI数字人分身。利用HeyGen等工具,创始人录制一分钟的真人视频,即可生成可使用50种语言进行口播的数字人。这意味着,一个不

懂英语、不会露脸的创业者,也能拥有一个24小时不间断直播、用地道伦敦腔推销产品的“虚拟CEO”。这种“永动机”式的短视频内容输出,让OFC在与传统企业的竞争中丝毫不落下风。当传统企业还在为下周发布的视频脚本头疼时,OFC已经用AI生成了未来一个月的日更内容,并在全球各大社交平台上编织起一张密不透风的流量捕获网。

宏观视野
新贸易主体与国家竞争力

站在国家与时代的宏观视野俯瞰,OFC、AIGC与外贸展会的融合共生,远不止是个体创业者的致富故事,它是中国外贸微观基础的一次深刻重构,是新质生产力在外贸领域的具体体现。展会作为国内中小外贸企业出海的核心公共平台,承担着孵化智能跨境创业主体、打通全球供需通道、推广数字化外贸模式的关键职能,是衔接国内数字技术供给与海外市场需求不可或缺的桥梁。

过去四十年,凭借人口红利和规模效应,中国成为了全球商品的供应基地。如今,数以百万计的OFC正如同神经末梢一般,借助AIGC这把手术刀,精准地切入全球市场的每一个细分缝隙,同时依托遍布国内外的展会完成精准的跨海供需对接。他们不再满足于做代工厂,而是通过智能广告和短视频线上种草,借助展会完成线下深度洽谈、样品交付、长期订单签约,直接触达C端消费者,建立品牌认知,攫取品牌溢价。

这是一种“分布式出海”的力量。相比于巨型跨国公司的“中心化”扩张,OFC模式更具韧性和渗透力。当千万个OFC活跃在TikTok、Temu、Shein等平台上,又持续

奔赴广交会、行业跨境专业展、海外自主办展等各类商贸展会时,他们共同构成了中国数字贸易的“蚂蚁雄兵”。展会为这群轻量化创业主体集中汇聚全球采购商资源,降低单人企业跨国获客的地缘、信息门槛。OFC用AIGC生成的线上内容持续输出品牌形象,在线下展会落地真实交易,线上线双向发力,持续重塑全球市场对中国制造的认知,推动外界印象从“廉价仿制”转向“敏捷创新”和“个性化定制”。

在全球数字贸易规则博弈加剧的今天,OFC是中国争取话语权的重要力量。当美欧国家试图用AI法案和碳关税构筑壁垒时,中国蓬勃发展的OFC群体,叠加体系完善、覆盖全球的展会平台网络,正在用市场实践证明,技术应当服务于普惠贸易,而非制造新的鸿沟。与此同时,国内各类外贸展会持续增设数字化、人工智能外贸主题展区,推广AI赋能跨境经营的成熟模式,扶持大批OFC登上国际商贸舞台;出海自办展则带领国内智能创业主体走进海外本土市场,直面当地采购商,传递中国数字外贸创新成果。

放眼未来,中国外贸既要壮大龙头企业,也要厚植OFC发展沃土。依托AIGC简化创业流程,依托展会打通全球商贸链路,让个体创业者借力数字技术与线下平台,开拓海外市场。贸易的形态在变,但人类对连接的渴望不变。线下展会是实体贸易时代连接海内外的不可或缺载体,AIGC是数字贸易时代释放个体生产力的全新引擎,二者共同赋能下的OFC正是这个时代的弄潮儿。当潮水涌来,正是这些看似渺小的个体,依托数字工具提效、依靠展会平台拓客,汇聚成了不可阻挡的洪流,驶向那片属于智能大航海的广阔蓝海。

中国贸促会培训中心推出注册出展经理培训项目弥补国内空白

■ 本报记者 毛雯

近日,中国贸促会培训中心正式推出国内首个出境展览管理权威认证项目——注册出展经理(Certified in Outbound-exhibition Management,简称“COEM”)培训。首期培训班将于7月在北京举办。

该项目紧扣国家共建“一带一路”倡议及国内国际双循环新发展格局,精准把握企业出海发展规律与前沿实际需求,课程体系严密,将开阔的国际视

野、丰富的项目管理经验与营销开发实战紧密结合,填补了我国出展领域专业培训市场的空白,对于提升我国会展业在国际舞台上的话语权与核心竞争力具有开创性意义。

该项目旨在提升出展行业从业人员的专业能力,培养具备国际视野、熟悉国际规则的高端管理人才。在课程设计上,COEM项目紧扣“海外自办展、组团出展、企业赴海外参展”三大核心业务场

景,邀请国内外知名会展领域专家、资深出境展览项目负责人组成专家顾问团,提供学术指导与课程审定。COEM课程由海外展会市场调研、海外展会立项与筹备、海外展会市场营销、海外展会销售、海外展会运营五个模块构成,构建起全生命周期实践课程体系,通过专家面授与案例研讨等多元化教学形式,确保学员能够学以致用,切实解决业务中的实际难题。

智变会展·关注篇

服贸会升级,打造全新复合型会展平台体系

■ 兰馨

6月1日,2026年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)新闻发布会在北京举办。记者现场获悉,第十三届服贸会定于9月9日至13日在首钢园举办,秉持“全球服务,互惠共享”核心理念,锚定专业化、国际化、市场化发展方向,持续打造集峰会论坛、展览展示、洽谈对接、成果发布、文商旅配套于一体的复合型会展平台体系,全方位升级展会综合服务能级。

搭建层级化会议矩阵
引领行业风向

本届服贸会搭建起“全球服务贸易峰会+服务贸易发展系列论坛”层级化会议矩阵,持续做强论坛品牌影响力。系列论坛划分为开放融合、合作共赢、数智创新、绿色发展四大板块,紧扣全球服务贸易数字化、绿色化、融合化发展趋势,将落地40余场专业研讨活动。

本届全球服务贸易峰会由联合国贸易和发展会议、世界知识产权组织、商务部、北京市政府联合主办。其中世界知识产权组织首次跻身峰会主办方。依托两大国际组织深度赋能,中外政要、国际机构负责人、跨国企业高管齐聚现场,共话行业新机遇,凝聚全球服务贸易合作共识。

展览板块迭代升级
首创出海路演区

场馆硬件建设方面,首钢园服贸会永久会址工程施工进度接近八成,预计8月15日完成全部竣工验收并投入使用。园区同步推进3座场馆升级改造,整体展览面积、会议空间同步扩容,场馆空间利用率、展商洽谈舒适度进一步提升。

展览内容紧扣企业出海刚需,打造系统化出海服务展示矩阵。展会保留综合主题展与九大专业专题展,创新设立分层出海展示载体。其中,电信信息、体育、运输商务、教育四大专题设置独立出海服务专区,集中展示出海政策、落地案例、跨境解决方

案;卫生健康、环境等其余五大专题,由参展企业在自有展位展示出海实操项目。

本届服贸会首次落地出海服务推介路演区,汇集金融、法律、财会、知识产权、广告、人力资源等跨境服务机构现场路演,配套专属洽谈空间,一站式为出海企业提供咨询对接,直观展现国内服务业助力市场主体扬帆海外的综合实力。

主宾机制充分释放国际招商效能。主宾国挪威打造国家馆,围绕绿色能源、数字科技、高端营养等优势产业展示创新成果;主宾省广西以“医美八桂”为主题搭建特色展馆,聚焦数字服务、跨境电商、中医药服务等赛道,专门面向东盟市场推出出海配套服务,并举办多场特色推介与主题论坛。目前挪威、法国、澳大利亚以及世界知识产权组织等40余个国家及国际组织确认参展办会,250余家国内外龙头企业锁定展位。

九大专题展区
打造沉浸式智慧观展场景

据北辰集团副总经理魏明乾介绍,本届服贸会九大专题展全面融入新一代信息技术,聚焦智慧化互动场景落地,各细分展区各有创新亮点。电信计算机信息服务专题升级北京方案展区,聚焦未来产业与科技出海,集中展示6G、卫星互联网、量子科技、AI通信融合应用;文旅专题汇集AIGC、VR、脑机接口、8K超高清技术,联动头部文旅品牌打造AI沉浸式体验空间;体育专题展出AI赛事直播、体育机器人等设备,覆盖赛事IP运营、版权交易全产业链;卫生健康专题全新设立医疗科技前沿展区,深耕医工融合创新赛道。

线上数字平台同步完成改版升级,围绕三大方向搭建“永不落幕的服贸会”智慧生态,联动会展数智平台打通产业链资源。其一,升级AI助手“小福”智能贸易匹配功能,依托大数据主动推送供需信息,实现从人找商机到商机找人。其二,优化英文官网架构,增设国际特色专栏,强化全球品牌传

播与海外招商吸引力;其三,打通观展、参会、办证全流程线上服务,新增AI行程助手,依据用户偏好自动生成个性化观展路线与论坛日程,全方位简化参展流程。

首钢会展小镇
创新“会展+”融合业态

今年是服贸会落地首钢园第六年,园区以国际会展小镇全新面貌迎接全球客商,打破传统会展场馆物理边界,融合工业遗存景观、产业创新成果与全链条消费业态,实现办展、观展、休闲、兴业一体化发展。

会展小镇规划“一环六轴”整体空间结构,构建三条山水景观廊道、四条工业记忆廊道,现代化会展场馆、巨型工业地标与自然山水相映成趣。新建场馆采用钢铁灰、铁锈红、金属银专属配色,高低错落屋面搭配钢骨连廊,将工业历史肌理与未来科技美学融为一体,打造沉浸式参会环境。

园区文旅旅配套全面焕新,IP活动矩阵持续扩容。第二届中国国际糖果季落地园区,融合数字艺术、潮流市集、运动休闲多元业态;永定河畔夜间经济带正式拓展,滑雪大跳台区域上演国潮杂技剧目,搭配园区巡游、街头快闪丰富夜间体验。商业配套同步完善,29个规划商铺已有20家品牌入驻,文创商店、连锁餐饮、便利店悉数就位。园区同步上线多语种服务、跨境支付、“一码游首钢”智慧导览,联动商圈推出展会专属消费优惠。

依托服贸会平台,首钢园形成展会引流、产业落地的双向赋能闭环。数据显示,2025年园区全年活动超240场,接待客流1438万人次。当前园区入驻企业达1249家,集聚科幻、元宇宙、虚拟现实、智能机器人等数字产业集群,有利于推动建设北京未来数字空间创新试验区。本届服贸会将推出多条会展小镇特色游览线路,落地专属促消费活动,把展会客流高效转化为产业投资增量,释放“会展+”融合业态综合价值。



七十载工业匠心,兰石集团赴链博相伴之约

■ 本报记者 钱颜

兰州兰石集团有限公司(以下简称“兰石集团”)与链博会的缘分,始于参展的初心,归于相伴的默契。从初次牵手上到深度绑定,这份联结已成为企业发展路上的温暖支撑。兰石集团运营管理部总经理韩晓铭结合企业参加链博会的历程,讲述了这段双向赋能、共同成长的故事。

兰石集团成立于1953年,由“一五”时期156个重点项目中的两家机械厂合并而成。韩晓铭介绍,70余年来,企业深耕能源装备研发制造领域,创造113项“中国第一”,填补百余项技术空白,获评“石化机械脊梁”“装备功勋企业”。

“在企业发展的关键时期,兰石集团有幸与链博会相遇。链博会就像一位并肩前行的伙伴,始终为我们赋能,助力我们紧扣国家‘双碳’战略,加速向绿色化、智能化、高端化转型,成功从传统石化装备企业蜕变为‘核、氢、光、储’多能互补的新能源装备整体解决方案制造商,成为甘肃清洁能源产业发展的中坚力量。”韩晓铭表示。

谈及与链博会的深厚联结,韩晓铭说,链博会不同于其他展会,它打破了行业壁垒,将产业链、供应链充分整合,链接全球资源,凝聚发展合力,这也是它能与兰石集团一直相伴的核心原因。“从第二届链博会兰石集团首次亮相,带着初步转型的成果寻求合作;到第三届链博会兰石集团深耕细作,展示更成熟的技术与方案,收获众多伙伴青睐;再到如今兰石集团整装待发,筹备参加第四届链博会,兰石集团每一步成长,都离不开链博会的陪伴与助力。”

韩晓铭介绍,兰石集团的产品远销全球40多个国家和地区,与中亚、中东国家的能源合作项目落地见效;兰石集团建成4个智能工厂、10个数字化车间,自主研发116个工业应用系统,数字化赋能绿色化成效显著;通过链上对接,兰石集团与国内外头部企业建立深度合作,新增订货连续两年突破百亿元,还带动甘肃省内配套企业一同融入全球供应链,为甘肃外向型经济发展增添了新动能。

谈到参加链博会的感受,韩晓铭表示,链博会不仅是企业展示创新成果的窗口,更是产业链协同发展的桥梁,为企业转型发展注入了强劲动力。“每一次参加链博会,都是一次学习提升的机会,也是一次与老朋友重逢、新朋友相识的契机。”韩晓铭介绍,此次筹备参加第四届链博会,兰石集团更是全力以赴,高标准谋划,计划将参展面积拓展至90平方米以上,集中展示氢能装备等新能源领域最新技术成果,不负这份相伴之缘,也期待收获更多合作与成长。

“兰石集团将以参加第四届链博会为新的起点,聚焦产业链上下游,精准对接国内外行业领军企业,持续深化务实合作,全力推动合作意向落地生根、开花结果,不辜负链博会多年来的陪伴与赋能。”韩晓铭说。

兰石集团与链博会的相伴之路还在继续延伸。“我们将持续深化与链博会的合作,加快科技创新与产业转型步伐,在链博会的舞台上展示兰石力量,讲述兰石故事。也期待与链博会继续携手,链通天下,博采众长,为全球清洁能源产业发展贡献更多力量。”韩晓铭表示。