

会展智咖说

全球数智布局提速，AI成会展行业硬核刚需

徐玥



作者简介
中国国际展览中心集团有限公司战略规划部专员

随着人工智能(AI)逐步成为会展产业的核心赋能要素,会展行业正迎来全方位、深层次的变革。进博会、广交会、服贸会、消博会、教贸会、链博会等覆盖出口、进口、服务贸易、消费精品、数字贸易、供应链合作等核心领域的展会,持续依托AI技术迭代优化会展全流程运营。美国拉斯维加斯国际消费类电子产品展览会(CES)、德国汉诺威工博会等头部展会,也持续引领全球会展行业的AI创新探索。从国内外实践来看,全球会展业AI应用已形成“行业共识普及、场景落地深耕、系统全域布局”的递进发展格局。与此同时,我国会展业AI应用仍存在浅层化落地、跨境数据合规难、中小企业转型成本高昂等突出短板,需多方协同发力,推动会展业在智能经济浪潮中实现高质量发展。

全面渗透的“新格局”:全球91%的会展企业已应用AI技术

综合行业调研与实践案例来看,全球会展业AI应用发展呈现三大鲜明特征。

其一,人工智能赋能会展已形

成全球性行业共识。2026年7月,国际展览业协会(UFI)发布的第37版《全球展览晴雨表》显示,全球91%的会展企业已落地应用AI技术,会展行业数字化、智能化转型成为全球共识。从区域发展差异来看,德国依托深厚的工业展会根基,数字化落地执行力位居全球前列,39%的本土会展企业已完成AI系统集成或专属行业算法自研,多语言AI客服、客流智能分析等技术已成为工业展会标配,有效依托数字化能力对冲本土制造业疲软带来的展会需求收缩压力。美国会展市场进入存量竞争阶段,AI商业化变现模式最为成熟,44%的本土会展企业可依托AI技术创造新增营收,数字化创收已形成标准化、可复制的运营体系。我国会展行业整体处于低位修复阶段,以内需展会为核心基本盘,国际专业展会复苏节奏受全球地缘政治因素约束。目前国内72%的会展企业仅普及应用通用基础AI工具,具备自主搭建专属智能系统、研发会展定制算法能力的企业占比偏低,依托AI实现稳定商业创收的成熟模式仍处于探索阶段。但以广交会为代表的国家级展会智能化落地进程持续提速,探索出一条以内需市场为驱动的特色智能化发展路径。

其二,海外头部展会AI落地实践成效显著,形成可量化、可借鉴的示范标杆。以2026年美国CES展会为例,展会依托专属移动应用,在14个大型场馆、4000余家参展商的超大办展规模下,实现1米至3米高精度定位、个性化会议日程匹配、精准供需对接、客商在线互联等全场景智能服务,展会四天累计完成超70万次智能导航服务,大幅提升观展体验与客商对接精准度,显著优化展会运营效率。德国展览业协会(AUMA)2025年统计数据显示,德国本土展会主办方AI应用率达70%,较2022年大幅提

升40个百分点;83%的德国展会已常态化部署多语言智能聊天机器人,其中德国慕尼黑展览集团研发的AI智能导览系统,可实现22种语言实时翻译,翻译误差率低于3%;科隆展览公司搭建的观众行为智能分析平台,依托物联网设备采集15类用户交互数据,助力展商供需匹配精准度提升55%,智能化赋能实效突出。

其三,国内国家级展会AI矩阵加速成型,智能化布局持续深化。创办于1957年、已成功举办139届的广交会,上线专属AI智能体“ASKME”,可一站式实现智能行程规划、识图找品、精准展位导航、全场景问题智能答疑等功能,实现参展全流程智能化服务。2018年创办、已举办8届的进博会,依托“数字进博”平台,可基于展商上传产品信息,通过AI算法精准匹配、主动推送潜在采购客商,提升交易对接效率。前身为2012年京交会、已举办12届的服贸会,依托数字化服务平台“小福”,上线贸易供需智能匹配推荐功能,赋能服务贸易精准对接。2021年落地、2026年迎来第六届的消博会,全新搭建线上供采智能对接平台,通过线上智能匹配、线下精准洽谈的联动模式,全面提升展会交易实效。2022年落地杭州、已举办4届的数贸会,依托“数贸在线”平台推出专属智能体“数小潮”,为参会客商提供全流程、一站式智能参展服务。2023年创办、2026年举办第四届的链博会,将原有“数字科技链”升级为“数智科技链”,首次设立人工智能专属展区,引入优必选Walker C1人形机器人担任官方“硅基代言人”,组建人形机器人志愿服务团队,为各大展区提供全天候智能导览、咨询答疑等特色服务。

国家级展会密集的智能体布局充分印证,AI赋能会展已跳出“要不要做”的选择题,成为行业必须深耕、落地、做实的发展必答

题。但热闹的场景布局、亮眼的技术展示之下,行业AI深度落地的核心考验才刚刚开启。

喜忧参半的“量子态”:场景全面赋能,落地处处受限

技术赋能的亮眼光环之下,国内会展行业AI落地应用仍存在明显短板,整体呈现“看似无所不能、实则落地受限”的矛盾发展态势,核心痛点集中在三方面。

一是技术应用重展示、轻实效,行业系统整合壁垒突出。当前国内会展行业的AI应用普遍存在场景表层化问题,多数展会将AI工具作为引流造势、氛围营造的配套手段,智能设备与技术多集中应用于互动展示、娱乐体验等外围场景,在供需精准匹配、客户转化、交易赋能、精准策展等核心经营环节的落地效果微弱,“热闹有余、实效不足”成为行业共性问题。同时,展馆运营方、展会主办方、参展企业各自搭建独立的数据体系,数据接口标准不统一、数据格式不兼容,各方出于客户资源保护、商业竞争等考量不愿共享数据,导致AI系统缺乏高质量、全覆盖的行业数据支撑,技术深度落地、价值深挖遭遇明显阻碍。

二是数据采集边界模糊,跨境数据流动合规风险突出。在国际会展场景中,各类智能终端密集采集参会人员音视频、地理位置、生物识别等敏感信息,设备来源分散、归属主体多元,采集数据分别回传至不同国家和地区的后台系统,形成数据流转分散、管控无序的格局。大量参会行为数据、商业洽谈记录存在未经授权被用于AI模型训练、二次开发的风险。部分展会AI系统仍处于测试迭代阶段,为追求现场展示效果临时开放高阶数据接口,进一步放大了数据泄露、违规流转的合规隐患。

三是智能化改造成本高昂,中

小展会与中小企业转型受阻。智慧场馆升级、AI系统部署与运维需要长期、大额的资金投入,行业技术转型门槛居高不下。以浙江米奥兰特商务会展股份有限公司为例,2020年至2024年累计研发投入超9000万元,2025年上半年研发费用率同比提升1.4个百分点,头部企业的资金投入规模是绝大多数中小会展企业难以承受的成本压力。Forrester调研数据印证行业分化态势:年度活动技术支出超25万美元的行业机构中,68%已落地或计划落地AI数据分析应用;而低预算支出机构中,该比例仅为39%。资金预算差距直接造成行业技术获取、智能化转型能力的显著分层。

浅层化应用导致数据价值无法释放,数据孤岛持续加剧、合规成本不断攀升,高昂投入进一步拉大行业头部企业与中小主体的发展差距。三大短板相互制约、层层叠加,若无法有效破解,AI赋能会展终将流于形式、难成实效。

多维破局:全方位推动会展业AI深度高质量发展

针对当前行业发展痛点,需从技术落地、合规管控、普惠转型三个维度精准发力,打通全链条堵点,推动会展AI从表层展示走向深度赋能。

第一,推动AI技术深度落地,破解行业浅层应用困局。一方面,政府牵头制定会展行业AI应用规范、技术落地指引与统一数据接口标准,支持行业协会牵头搭建行业数据共享联盟,在严守商业机密、保障数据安全的前提下,打通会展全产业链数据壁垒。可借鉴第四届链博会期间京津冀三地贸促会发布的“人工智能+”产业行动倡议,推广区域协同、行业联动的智能化转型模式。另一方面,展会主办方需转变发展思维,推动AI从“展示道具”升级为核心生产力工具,聚焦精准策展、智能供需匹配、

客户精细化运营、交易转化赋能等核心场景深耕应用,推动会展行业从传统“展位销售”模式向数据驱动的数字运营模式转型。

第二,健全跨境数据合规体系,防范数据安全风险。一方面,相关政府部门充分发挥涉外商事法律服务优势,常态化开展跨境数据政策解读、合规风险评估、行业培训等服务,依托国际工商合作机制及时更新发布各国数据保护法规动态,助力会展企业、参展主体完成展前合规自查,规避跨境数据流转风险。另一方面,展会主办方建立展前、展中、展后全流程数据安全管控机制,展前完成所有参展AI设备、智能系统的安全审计,明确数据采集范围、权限与使用边界;展中实时监测数据采集、传输、流转全过程;展后规范数据存储、使用与处置流程,严禁将展会采集的各类数据用于模型训练、商业二次开发等超范围用途。

第三,强化政策扶持赋能,降低中小企业转型门槛。一方面,政府将会展业AI智能化转型纳入现代服务业重点支持目录,针对中小会展企业出台专项财政补贴、税收减免、低息专项贷款等扶持政策,将智慧场馆智能化改造纳入新基建重点扶持范畴,降低企业硬件升级、系统部署成本。另一方面,引导科技企业针对会展行业需求,开发轻量化、模块化、低成本的智能工具与解决方案,降低中小主体技术应用门槛;支持行业协会搭建AI应用案例库与经验共享平台,推动头部成熟落地经验快速普及,带动全行业协同转型。

会展行业应坚持问题导向、实效为先,打通技术落地、安全合规、普惠转型全链条堵点,让AI深度融入会展产业核心业态、运营流程与价值体系,推动我国会展业从智能化初步试水,迈向全域数智化高质量发展新阶段。

2026 海南国际咖啡博览会在海口举行

■ 本报记者 张伟伦

8月14日至16日,2026海南国际咖啡博览会在海口举办。作为海南自贸港封关运作后首场国际化、专业化的咖啡全产业链展会,本次盛会汇聚全球产业资源,搭建起国内外咖啡经贸合作与产业交流的重要平台,展览面积超4万平方米,吸引500余家海内外展商参展,展示内容覆盖咖啡生豆、加工设备、成品饮品、器具文创、供应链服务等全产业链品类。展会创新打造三大特色展馆、七大主题展区,兼顾专业商贸对接与大众消费体验,实现产业展示、技术交流、贸易合作、文化体验的深度融合。哥伦比亚担任主宾国,埃塞俄比亚、肯尼亚、乌干达等多个世界咖啡主产国驻华代表齐聚海口,共探产业合作新机遇。

“咖啡是哥伦比亚最重要的农产品,我在中国的一部分工作就是围绕咖啡展开。”哥伦比亚驻华大使馆商务参赞奥斯卡·普拉塔在博览会期间接受采访时说,咖啡可成为哥中两国开展多领域合作的重要平台,相关产业链涵盖农业科研、气候适应型农业、技术创新、数字化溯源、咖啡加工、物流、电商以及文化交流等多个层面。

《中国贸易报》记者从哥伦比亚驻华

大使馆获悉,过去四年,中国从哥伦比亚进口的咖啡量增长了约105%,2025年进口金额已达约1.6亿美元。这一数字增长的背后也反映出中国咖啡消费者的转变,即他们除了追求咖啡品质,也更加关注咖啡的产地故事、可持续发展以及原料的可追溯性。

埃塞俄比亚驻华大使馆副馆长阿齐扎·格莱塔在出席博览会时表示,埃塞俄比亚拥有悠久的种植历史和丰富的种质资源,而海南自贸港具备得天独厚的政策与区位优势,双方在咖啡品种引进、技术交流、贸易互通等方面合作空间巨大。

在本届博览会期间,海南省贸促会牵头举办海南自贸港咖啡产业招商推介会,以“自贸赋能咖啡产业、链接全球经贸合作”为主题,依托自贸港零关税、加工增值免关税、便利通关等政策红利,吸引境内外商协会、企业、科研机构及专家学者等300余位代表齐聚海口,共谋咖啡产业合作发展新路径。推介会上,海南省贸促会与亚洲咖啡协会、云南及北京咖啡行业协会签署合作备忘录,将在种植技术交流、品牌推广、跨境贸易等领域开展长期深度合作。活动现场还通过政策解读、市县推介、企业分享的形式,详解自贸港税收优



惠、通关便利化等利好政策,推介海南各市县咖啡产业资源与园区配套优势。

据主办方介绍,展会期间,咖啡产业系列特色活动轮番上演,不仅设置福山、兴隆、白沙、琼中四大海南本土产区,以及云南精品咖啡专场杯测活动,还同步开展咖啡拉花挑战赛、新品发布、产业论坛、商贸对接等活动。

近年来,为做大咖啡国际贸易规模与产业国际流量,海南出台一系列举措。依

托自贸港“零关税”政策,海南当地企业从巴西、越南、哥伦比亚等全球主产区进口咖啡原料,可免征进口关税及环节增值税;叠加加工增值超30%免关税配套政策,以及海关推行的生豆“随报随检”、单一窗口一体化申报等便利化监管措施,大幅缩短通关周期。这一系列政策红利,正推动海南咖啡产业逐步形成全球原料进口、岛内精深加工、内外双向分销的贸易闭环。

中国农业国家展团亮相第36届香港美食博览

8月13日至17日,第36届香港美食博览在香港会议展览中心举行。农业农村部农业贸易促进中心(以下简称“贸促中心”)组织中国农业国家展团亮相展会,贸促中心主任彭廷军率团参展并参加系列经贸交流活动,全力推动内地优质农产品供港出海、链接全球市场。

本届展会是贸促中心连续第六年以中国农业国家展团形式组织内地农业企业赴港参展。多年来,贸促中心落实中央支持香港巩固提升国际贸易中心功能的各项部署,依托香港国际化、专业化、市场化优势,打造“内地优质供给、香港增值中转、全球共享共赢”合作模式,助力内地特色优质农产品走出国门,走向世界。本次展团阵容规模、参展质量、合作成效均实现新突破,为全场规模最大的国家级展团。展团汇聚内地11个省(区、市)130余

家优质农产品企业,集中展出千余种绿色、有机、地理标志农产品,充分展现了新时代内地农业产业发展成果与品牌实力。

据初步统计,展会期间内地农业企业现场成交及采购意向金额累计超18亿港元。湖南省作为主宾省,全面展示了本地特色农产品产区优势和品牌特色;湖南、山东、新疆、广东、黑龙江等8个省(区、市)先后举办了多场具有地方特色的优质农产品专场推介会,擦亮内地农业金字招牌。新华网、人民网、中国新闻网、香港商报、香港文汇报、新浪网等境内外主流媒体竞相报道中国农业国家展团情况。

展会期间,贸促中心联合香港特别行政区政府环境及生态局、香港贸易发展局,举办第四届助力内地优质农产品出海交流合作对接会,聚焦“讲政策、建渠道、搭平台、促对接”,为广大企业解读农产品供港

政策、出口流程、基地备案、检验检疫标准等,并提供现场展示和精准对接服务,助力内地优质农产品保供和对接全球市场。彭廷军作开场发言,介绍展团参展以及对接会相关情况。中联办副主任张勇出席活动,香港特区政府政务司司长陈国基作主旨发言,香港特区政府环境及生态局局长谢展寰、香港贸易发展局总裁张淑芬致辞。

陈国基表示,我国是农业生产大国,食材品种丰富、质量不断提升。优质农产品和食品要顺利开拓海外市场,需要高效的国际贸易平台、专业的市场推广服务,以及与国际标准的无缝对接,这正是香港的优势所在。

谢展寰表示,对接会已经成为香港与内地食品贸易领域的年度品牌活动。这些成功经验为深化两地农业经贸往来奠定了坚实基础。未来将持续依托这一平

台,推动更多内地优质农产品由“输港销售”迈向“借港出海”。

张淑芬介绍,香港贸易发展局将充分发挥国际化网络优势,助力内地农产品企业对接海外买家、市场渠道及合作伙伴。同时联动香港品牌推广、法律、金融、物流和供应链等专业服务资源,与内地企业携手“拼船出海”,共同开拓农产品国际市场。

香港美食博览由香港贸易发展局主办,同期举办美与健康生活博览、家电·家居博览、香港国际茶展、美食商贸博览等活动。作为亚太地区具有广泛影响力的国际美食盛会,本届博览会汇聚来自全球超过30个国家及地区的1850余家展商参展,不仅为香港市民带来一站式美食及生活消费体验,也为海内外农食产业搭建了互利共赢的国际化交流合作平台。

(来源:农业农村部农业贸易促进中心)

超5000家企业参展第34届广州博览会即将启幕

■ 本报记者 马晓娟

第34届广州博览会将于8月21日至23日举办。本届博览会以“两业融合提质效,畅通循环向未来”为主题,汇聚超5000家参展企业,配套多场产业推介、供需对接、项目签约、惠民文体等活动,全力打造高能级产业“会客厅”和高品质市民“嘉年华”。

据介绍,本届展会规模质效全面升级,主要有五个突出亮点。一是聚焦科创赋能,打造新质生产力“展示高地”。本届展会策划布局全空间无人体系、智能机器人、新材料新能源、生物医药、海洋经济等前沿特色展区,立体化呈现国内外前沿科创成果、硬核智造产品与成熟落地应用场景,集中彰显广州科创赋能实体经济、推动产业迭代升级的强劲动能。

二是聚焦双向开放,打造内外联动“经贸枢纽”。首次设立主宾城市,特邀海口市作为本届博览会的主宾城市,搭建粤港澳大湾区与海南自贸港常态化对接平台,推动两大国家级战略平台资源互通、产业互补、市场共享。持续提升展会国际化能级,进一步深化“一带一路”、金砖国家科创经贸合作,拓宽国货出海、海外优品入华的双向流通路径,助力畅通国内国际双循环。

三是聚焦协同共富,打造乡村振兴“赋能平台”。本届展会深度服务广东省“百千万工程”建设,做实做强“土特产”文章。升级广州消费帮扶展,集聚全国20多个重点帮扶产区、22个省份优质农特产品;首办地理标志产业展,集中展示全国地标优品、非遗文创与县域特色资源。

四是聚焦民生康养,打造健康消费“标杆场景”。依托5万平方米大健康专业展区,汇聚国际医疗、前沿技术、智慧诊疗、医疗器械、健康管理等核心板块,集中展示粤港澳大湾区医疗健康产业创新成果;同时深挖银发经济蓝海,围绕智慧养老、适老产品、康养服务、药食同源、健康管理等完善全产业链展示。

五是聚焦模式创新,打造全域流量“活力引擎”。首次开启夜间展览,延长智能机器人展演至21时,拉长市民体验链条。首次拓展场外联动场景,联动海心沙地标开展“广州未秀”大型城市光影展演,以光影、机器人科技秀演绎千年羊城文脉与城市活力。全新上线“数字广博”线上平台,打造集成成果展示、供需对接、常年招商于一体的数字化载体,构建“永不落幕”展会,持续放大展会辐射带动效能。