

会展智咖说

会展供需对接如何告别“人海筛选”

■ 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

9月13日,2026年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)在首钢园落下帷幕。本届服贸会值得行业关注的是供需对接的实效,会期平台集中释放大量供需信息,商务洽谈预约繁忙,促成多批供需主体完成现场遇见。其中,“中国服务”案例展区中,以AI、大模型、智能体为核心的技术案例占比接近四成。

服贸会作为服务贸易领域国家级对外开放平台,其实践印证了一个核心判断:会展的价值从来不只是人流量,买卖场景的高效配对才是激活服

务贸易发展的关键抓手。服务贸易具有无形性、非标准化、决策链条长的特征,相比实物商品贸易,更加依赖可信对接与精准匹配。会展正是服务贸易供需对接的第一现场,但传统模式下“重展示、轻配对、重现场、轻延续”的痛点,长期制约着贸易实效的转化。

如何平衡展会人气与专业实效、破解供需错配难题?人工智能(AI)正在给出可落地的解决方案。

第一,时间分流。专业观众日与公众开放日分日运行,把黄金会期优先留给采购商对接洽谈。服贸会施行的分日模式,值得行业进一步深化落地。

第二,空间分区。推动专业展馆与大众消费体验空间物理隔离,动线分开、场景分开,互不干扰。

第三,智能供需配对,这是AI的核心价值所在。依托算法对展商产品、服务供给与观众采购需求进行多维度标签解析,提前完成双向匹配,到馆后即可定向洽谈。服贸会促成845对企业成功约见,已验证这套模式的可行性。国内不少创新型展会也开展类似实践,对海量供需清单做智能解析,实现高精度双向匹配。

第四,展场智能管控。借助AI人流监测,高峰时段动态引导分流,低峰时段开放便捷动线,优化观展与洽谈体验。

第五,线上线下长效联动。线上全年开展供需发布与对接,线下持续举办专题小型会议活动,让对接不止于展期。

国家级展会已经纷纷开启数字化配对实践:服贸会依托数智平台升级“小福”智能推荐系统,主动推送供需信息,配套AI行程助手自动规划观展路线;第139届广交会推出AI智能助手ASKME,提供采购需求解析、个性化观展路线与展位级导航;世界人工智能大会官方推出“AI逛展搭子”,基于位置实时提供场馆导览、议程查询等服务;中国—东盟博览会上线“AI东博”智能体,以“AI+贸易配对”实现提前预匹配、会期精准撮合,并专设AI赋能采购对接专区。这些单点实践已经跑通。行业下一步的重点,是持续提升智能匹配效果,将零散试点转化为通用的标准化运营动作。

现阶段,不少展会仍把AI当作展厅里的展品,停留在演示、噱头层面。真正的转型,是把AI嵌入展会日常运营,变成底层基础设施,贯穿展前、展中、展后完整闭环。

展前,AI完成供需双向画像:基于产业数据库解析企业的服务能力、采购预算与业务诉求,提前预匹配、定向邀约客商,生成个性化观展方案,从源头降低供需双方的对接成本。

展中,除导航、咨询等基础服务外,借助AI智能洽商助手、多语言翻译工具,弥合境内外服务贸易主体的沟通壁垒,实时标记洽谈意向、沉淀线索信息。

展后,AI自动完成线索分级归类,输出参展效果分析报告,辅助展商跟进意向项目;主办方依托沉淀的产业需求数据,反哺下一届展会的招商与观众邀约,形成“展后跟踪、意向落地、数据复用”的完整运营闭环,为服务贸易持续赋能。

再进一步,AI精准配对的价值不能只体现在展期那几天,而应把对接从会期延伸到全年365天。匹配准不准,关键看AI对供需双方了解得深不深;仅凭企业注册时填写的几项资料、现场发布的几条信息,数据太薄,画像自然不准。只有把每次参展、洽谈、询盘、成交中沉淀下来的企业能力、采购意向和行业偏好,持续汇入动态更新的供需知识库,让AI越“懂行”,配对才越靠谱。这已是国际通行的方向:香港贸发局把线下展会与7×24小时在线采购平台打通,展后买家仍可常年在在线客服厂、询盘;世界人工智能大会的WAIC CONNECT把“三天大会”做成“全年服务”,以365天机制持续释放订单池,组织实名采购团,累计对接上千家上下游企业、促成上百亿元意向合作。

但是,技术不能取代会展的本质价值。服务贸易合作离不开面对面交流建立的信任,AI做筛选、做分发、做记录,最终的合作决策依然要依靠人的判断。AI负责匹配,人负责任任,切忌陷入“技术万能”的误区。拒绝概念炒作,优先落地供需配对、线索管理等务实场景,循序渐进打通产业数据。

强网兴算赋能产业 具身智能点亮通信新未来

■ 本报记者 毛雯

9月22日至24日,2026年中国国际信息通信展览会(PT EXPO CHINA 2026,以下简称“通信展”)在北京国家会议中心举办。本届通信展以“强网兴算 智汇生态”为主题,秉持“科技向人”的核心主张,不仅为行业搭建了技术交流与生态合作的平台,更成为观察信息通信业“十五五”开局走向的一个窗口。

本届通信展上,“词元(Token)”成为贯穿全场的产业主线,相关论坛密集排布。华为、中兴、联想等头部企业集中展示Token高效生成与可信词元基础设施等硬核方案。Token从技术术语走向产业前台,标志着通信业正从“经营流量”全面迈向“经营智能”。

6G与智能算力的融合成为展会焦点。本届通信展特别设置“十五五·瞰见未来”专区,将下一代技术集中搬进现实。运营商、设备商与卫星产业链联手呈现空地海一体化的6G生态图谱,手机直连卫星,星载5G基站等前沿成果从实验室走向展台。通信展期间,6G移动网络与语义通信前沿学术论坛汇聚多位院士专家,为语义通信等前沿议题指明方向。与此同时,算网共生成为核心议题,中国移动等运营商机中亮相关键核心技术,展现从算力底座到算网大脑的立体化布局,让算力像水电一样成为公共基础设施。

在AI规模化落地的进程中,“用好智能体,也要兜得住底”成为行业共识。本届通信展集中呈现AI与安全深度融合的技术成果,覆盖操作系统、智能体、攻击溯源及应急通信等多个环节。十余场AI与安全主题论坛同期举行,业界专家围绕智能体安全、自智网络可信、模型可靠性等核心议题展开深度研讨。多家头部企业展示最新的AI安全防护方案,为智能时代的数字底座筑牢安全防线。

本届通信展上,多家具身智能企业集中亮相,从具身本体到核心零部件,直观展示机器人如何一步步“走进”产业一线。无论是工业制造的精密操作,还是服务保障的复杂场景,AI正加速从屏幕走向物理世界。围绕这一趋势,AI智胜未来大会暨智能体创新应用论坛、自智网络创新发展论坛等多场会议深度研讨智能体落地与自智网络L4级演进的路径,推动AI真正赋能千行百业。

大新华会展布局AI服务赛道

■ 兰馨

近日,大新华会展控股有限公司(以下简称“大新华会展”)正式宣布布局会展AI服务赛道,依托旗下小华智慧科技有限公司(以下简称“小华智慧”)自研的AI4MICE平台,赋能会展产业数智化转型升级。AI4MICE是国内首个专注于MICE(会议、奖励旅游、大会、展览)领域的细分AI服务平台。这标志着大新华会展正式从传统会展服务商进阶为会展行业数智化升级的核心赋能者。

今年3月,大新华会展在上海举办的中国会展行业国际发展论坛暨合作伙伴峰会上提出ALL IN AI核心战略,成为行业内首家拥抱人工智能、以自研AI技术打造AI原生组织的MICE会展企业。

大新华会展董事长兼总裁倪晖表示,国内MICE产业拥有万亿级广阔市场,业态丰富、场景多元,落地空间充足,是人工智能技术深度落地、赋能实体产业的优质赛道。基于会展行业长期发展痛点与数智化转型需求,小华智慧提出“硅碳协同”核心范式,将会展行业数十年沉淀的实战经验、场景认知、行业Know-how(碳基经验),与前沿人工智能数字技术(硅基能力)深度融合、双向赋能,推动行业经验与数字技术的共生迭代。

AI4MICE平台定位为“会展行业AI工作台”,依托连接、建模、运行、审计四大核心模块,搭建起一套可自主学习、可复用、可落地的智能化工作体系,适配会展全流程业务场景。同时,该团队创新打造FDE前线部署工程师驻场服务模式,深入会展一线业务场景,从实操难点、行业痛点中总结提炼出“三线齐推、四步走”标准化落地范式,助力会展企业摆脱浅层AI工具应用,实现AI原生式智能化运营。

小华智慧联合创始人刘惟国介绍,平台从价值重塑、思维革新、方法升级三大维度,为行业从业者打造专属智能工作载体。针对会展行业业态多元、流程复杂、经验难沉淀的行业特性,平台助力会展企业完成从“个人工具提效”到“组织能力进化”的跨越式升级,帮助企业将零散的项目实战经验、一线运营方法沉淀为标准化、可传承、可复用的数字知识资产,探索形成适配会展行业的人机协同全新运营模式。

今后,小华智慧将持续迭代优化AI4MICE自研平台,深耕会展细分市场、升级核心技术、完善落地体系,助力国内会展产业提质增效、创新升级。

图片新闻



9月23日至27日,第五届全球数字贸易博览会在浙江省杭州大会中心举办。

作为国内唯一以数字贸易为主题的国家级、全球性展会,本次数贸会主题为“在数贸会遇见AI未来”,展会总面积超过17万平方米,聚集了2008家企业参展。

兰馨 摄



智变会展·关注篇

从产品输出到服务升级,第140届广交会焕新登场

■ 兰馨

9月18日,国务院新闻办公室召开新闻发布会,介绍第140届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)相关筹备情况。本届广交会恰逢创办70周年重要节点,将于10月15日至11月4日在广州分三期举办。

自创办以来,广交会从未间断举办,实现了跨越式发展:展会规模从最初的9600平方米展览面积、1200名采购商,扩容至如今的155万平方米、31万名采购商。历经数十年发展沉淀,广交会已成为我国历史最久、规模最大、品类最全、客商最多、效益最优的综合性国际贸易盛会,是享誉全球的“中国第一展”。

多项“首次”落地 优化参会体验

本届广交会以创新为核心亮

点,参展质量实现大幅提升。共有3.2万家企业参展,其中专精特新企业、制造业单项冠军等优质企业超1.1万家。64%的参展企业运用工业互联网、人工智能等前沿技术赋能生产与展销,展会创新属性、绿色属性持续凸显,新产品、绿色产品展出占比分别达23.2%、26%,双双创下历史新高。

首次在贸易服务展区实现10大类生产性服务业全覆盖,为参展企业搭建一站式综合服务平台,助力企业转型,目前已有36.5%的参展企业落地“产品+服务”新型经营模式。

首次开启全年常态化采购商预登记服务,同步搭建专业化采购商标签体系,引入AI智能邀约推送功能,全新成立采购商联盟并推行

会员积分制度,通过全流程、精细化服务精准对接客商需求。

首次推出22个智慧应用场景、16项AI特色应用,在国内会展行业率先实现全馆展位级精准导航、展位AR信息可视化展示,全面提升参展、观展便捷度与体验感。

创新海外招商模式 持续扩容“朋友圈”

本届广交会深化“大招商”改革,从招商精准化、服务差异化、运营数智化三大维度创新突破,全面提升展会国际化能级与行业影响力。

招商范围更广、对接更精准。广交会招商工作首次从双边合作拓展至多边联动,走进非盟总部,并深化与世贸组织、联合国贸发会

议的战略合作。同时,本次海外路演首次设立机器人与AI体验专区,向全球采购商直观展示中国智造实力。目前,展会全球合作伙伴已增至240家,170家头部采购企业、48家合作机构确认组团赴会。

客商服务分层、场景更丰富。依托全新成立的采购商联盟及会员积分体系,展会为不同层级客商提供专属差异化服务。贸易对接方面,升级“线下展览+海外直播”融合模式,配套举办亚太专场等十余场专项供采对接活动。同时新增文旅打卡、国际医疗体验等暖心配套服务,全方位丰富参会场景。

运营模式长效、匹配更高效。展会打破传统阶段性邀约模式,依托全年常态化预登记机制,实现客商服务“全年在线”。通过构建涵

盖五大维度、73项细分指标的采购商标签体系,结合AI用户立体画像,精准推送行业资讯、高效匹配供需资源。

全域升级配套保障 擦亮“广式服务”金字招牌

凭借多项提质升级举措,本届广交会持续扩容提质全球客商“朋友圈”,目前已新增12家全球合作伙伴,超21万名境外采购商完成会前预登记。本次展会共推出29项优化升级举措,以精细化、高品质的“广式服务”,打造省心、暖心、贴心的参展环境。

广东省人民政府副秘书长郭亦乐表示,广东已全面做好展会各项保障工作。

口岸通行方面,在白云机场等

重点口岸开设广交会专用通道,落实240小时过境免签政策,推行“专人专窗、即到即办”便捷服务。

交通出行方面,优化展馆周边路网通行效率,动态加密公交、地铁班次,灵活调度出租车运力,保障客商出行顺畅。

消费支付方面,在口岸、酒店、展馆等重点涉外场所布局超6800个外币综合兑换点,实现重点商户外卡受理全覆盖,构建闭环式境外客商支付消费体系,实现“支付零距离”。

商旅体验方面,广东整合全省商贸、文旅、体育优质资源,推出广交会客商专属优惠政策与精品旅游线路,全方位完善吃、住、行、游、购、娱全链条服务,以全域服务升级激活商旅消费活力,迎接全球客商赴会。