中国展览经济发展报告
2024

中国国际贸易促进委员会
CHINA COUNCIL FOR THE PROMOTION OF INTERNATIONAL TRADE

中国展览经济发展报告 2024

主　　办
中国国际贸易促进委员会

编纂单位
中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）
中国国际贸易促进委员会研究院

业务支持
北京中展信合数据服务有限公司

编 委 会
主　　任：
李庆霜　中国国际贸易促进委员会副会长
执行主任：
邬胜荣　中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）部长（主任）
赵　萍　中国国际贸易促进委员会研究院院长
副 主 任：
舒　寰　中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）副部长（副主任）
晏晨晖　中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）副部长（副主任）

项目统筹
章书靖　张　博　孙　扬　栾勤刚　黄　嘉　韩建兵　房　硕

撰　　稿
张继行　李士龙　王奉龙　袁　航　田康铭　徐海月　牛宇柔

特别感谢
俞　华　许忠伟　刘佳骏

前 言

2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，中国经济运行总体平稳、稳中有进，新质生产力稳步发展，改革开放持续深化，中国式现代化迈出新的坚实步伐，中国展览业实现了稳步发展的良好态势。

展览业是现代化产业体系的重要组成部分，是推动更高水平开放、全面推进中国式现代化和经济高质量发展的重要平台。2024 年，新质生产力成为引领中国展览业高质量发展的重要力量，各级政府将展览业作为促进经济发展的重要抓手，外资企业持续看好中国市场，中国国际进口博览会、中国国际供应链促进博览会等大型国际展会成为推进我国高水平对外开放的重要载体。企业出国参展办展力度不断加大、频次不断提升，为外贸稳规模、优结构贡献了重要力量。

自 2005 年以来，中国贸促会连续发布《中国展览经济发展报告》，分析展览行业年度发展趋势与特点，在国内外形成了广泛的影响力，为展览行业发展提供了参考与指引。受中国贸促会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）委托，中国贸促会研究院组织编制了《中国展览经济发展报告 2024》。2024 年度报告以在专业展馆举办的办展面积 2000 平方米以上的经贸类展会[1]为国内展研究对象，数据来源于全国各地方贸促会以及中国国际展览中心集团展会数据库；出国展研究对象为中国贸促会审批通过且实际执行的出国展览项目，数据来源于中国贸促会出国展览审批管理系统。我们在深度调研、数据分析、政策研究、专家座谈等工作的基础上，聚焦 2024 年中国展览业发展环境、总体特点、国内展览发展、出国展览发展、展览馆市场等进行了深入分析，全面研判 2024 年中国展览经济发展状况并展望 2025 年中国展览业发展趋势。

1　经贸类展会（经济贸易展会）是以贸易、投资、经济合作等商务活动为主要功能的展会（国家标准：GB/T 26165–2021）。展销会、嘉年华、年货节以及各类节庆、赛事、峰会等活动未纳入本报告的研究范围。

目 录

CONTENTS

01

第一章

2024 年中国展览业发展环境分析

一、新质生产力引领中国展览业高质量发展 / 002

二、政府将展览业作为促进经济发展重要抓手 / 002

三、人员跨境往来便利助力展览业国际化发展 / 005

四、外资企业持续看好中国市场的机遇与潜力 / 007

02

第二章

2024 年中国展览业总体特点

一、中国展览业呈现稳步发展良好态势 / 010

二、新质生产力成为年度热门展览主题 / 010

三、中国展览业市场化转型的步伐加快 / 011

四、中国展览业国际化水平不断提升 / 012

五、出国展览呈现快速发展的强劲势头 / 012

03

第三章

2024 年中国国内展览发展分析

一、项目数量同比持平面积同比增加 / 016

二、国内展会保持重点地区集聚态势 / 017

三、场均展览面积扩大规模结构优化 / 020
四、工业与科技类展会呈现较大增幅 / 023

04

第四章
2024 年中国出国展览发展分析

一、出国展频次规模稳步提升 / 030
二、亚洲西欧出国展增长显著 / 031
三、德美俄仍是出展重点国别 / 034
四、专业展参展企业数量提升 / 036
五、出国自办展更加积极踊跃 / 039
六、组展单位市场集中度持续提升 / 041

05

第五章
2024 年中国展览馆市场分析

一、实际运营展览馆数量与去年持平 / 046
二、展会进一步向大型展览场馆集中 / 046
三、多个新建展览场馆陆续投入使用 / 048

06

第六章
2024 年重点展会分析

一、第七届进博会共促普惠包容经济全球化 / 052
二、第二届链博会拓展全球合作共赢发展新空间 / 053
三、第 135 和 136 届广交会境外采购商数量屡创新高 / 056
四、2024 年服贸会推动“全球服务，互惠共享” / 058
五、第四届消博会引领全球新消费、激发消费新活力 / 060

07

第七章
2025 年中国展览业发展展望

一、展览业高质量发展将持续为经济发展注入活力 / 064
二、市场化程度持续提升推动展览业规范高效发展 / 065
三、科技创新不断成为展览业高质量发展关键引擎 / 065
四、绿色理念凝聚行业共识推动低碳可持续发展 / 066

第一章

2024 年中国展览业发展环境分析

2024 年中国经济运行总体平稳、稳中有进，高质量发展扎实推进，新质生产力稳步发展，改革开放持续深化，为展览业发展奠定了坚实基础。各级政府充分发挥展览业促进经济的重要作用，推动展览业市场化、专业化、国际化发展。

一、新质生产力引领中国展览业高质量发展

习近平总书记指出，发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，具有高科技、高效能、高质量特征，符合新发展理念的先进生产力质态。它以全要素生产率提升为核心标志，特点是创新，关键在质优，本质是先进生产力。

目前，中国展览业已进入优化布局、提升质量的重要阶段，需要不断改革创新，充分挖掘潜力，推动展览业高质量发展。科技创新能够催生新产业、新模式、新动能，是发展新质生产力的核心要素，展览业发展新质生产力要加快推动产业数字化，以新动能推动新发展。近年来，大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新，日益融入经济社会发展各领域全过程。展览业与数字经济加速融合，“数智化”为展览业创造新需求、新模式和新增长点。展览业数智化转型是顺应新一轮科技革命发展趋势、把握产业变革新机遇的必然选择。

2024 年，各地鼓励顺应大数据、云计算、人工智能等发展趋势，利用人机交互、人工智能、大数据可视化、元宇宙等新技术，推动“数字 + 会展 + 体验”等新场景加快发展，为展览业高质量发展提供了新动能。例如，北京市积极提升场馆数字化水平，完善 5G 分布系统建设，实现 5G 全覆盖，布局新一代信息技术基础设施，以人工智能、数字孪生等信息技术打造数字化、智能化场馆；杭州市推广应用全息技术、AR/VR 虚拟以及 AI 智能互动等新技术，以节能、环保、绿色低碳的理念办展办会。

二、政府将展览业作为促进经济发展重要抓手

中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革　推进中国式现代化的决定》强调：“完善发展服务业体制机制”。展览业作为现代服务业的重要组成部分，是连接生产与消费、供给与需求、国际与国内的重要桥梁，是提升产业链供应链效能的重要抓手，也是构建现代市场体系和开放型经济

新体制的重要平台，展览业高质量发展是“完善发展服务业体制机制”的重要一环。中国各级政府将展览业作为促进经济发展的重要抓手，加速释放展览经济的“乘数效应”。

在中央层面，国家强调要发挥好展会平台的交流对接作用，支持外贸企业拓展国内市场、内贸企业开拓国际市场。2023年12月，国务院办公厅印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》[1]，为加快内外贸一体化发展，提出促进内外贸规则制度衔接融合、促进内外贸市场渠道对接、优化内外贸一体化发展环境等5个方面的发展措施。其中，在促进内外贸市场渠道对接方面，提出要发挥平台交流对接作用，包括要发挥好中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会等展会作用。2024年1月，“稳中求进、以进促稳，推动商务高质量发展取得新突破”新闻发布会提出，将继续办好广交会、服贸会等重要展会，积极支持企业参加境外展会，持续推动跨境商务人员往来便利，为企业之间进行沟通交流创造更多条件，帮助企业更好对接市场和客户，争取更多订单。

在地方层面，2024年各地方政府不断出台展览业促进政策，将展览业作为推动地方经济高质量发展的重要发力点，加快形成现代展览经济新体系，提升当地城市的国际影响力和竞争力。例如，2024年2月青岛召开全市服务业高质量发展大会提出，聚力做强做优会展业，坚持专业化、市场化、国际化，积极引办申办大型展会活动，发展绿色会展、数字会展，着力提升会展质量。

支持展览企业培育壮大，促进大中小型展览企业协同发展。地方政府推动培育一批具有先进理念、多元发展、模式创新的龙头会展企业，支持中小会展企业发展，鼓励中小会展企业联合办展，推动中小会展企业规模化、专业化、品牌化发展，从而形成以大型会展企业为龙头、中小型会展企业协调发展的会展市场体系。例如，上海市鼓励本市会展企业规模化、集团化、多元化发展，开展跨区域、跨行业、跨产业联合经营，采取国内外合作、收购兼并等模式增强组展实力。天津市鼓励企业通过收购、兼并、控股、参股等形式组建大型会展企业集团；支持中小会展企业发展，鼓励中小会展企业联合办展，推动中小会展企业规模化、专业化、品牌化发展。

加强展览业与相关产业联动，推动展览产业链强链补链。地方政府鼓励展览业与商贸、文化、旅游、体育等产业联动发展，推进集餐饮零售、特色休闲、文娱健身等

1 资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/content/202312/content_6919596.htm。

业态的特色商圈建设，发展特色会展休闲度假区，通过招商引资、人才引进、技术交流与创新，促进产业升级发展，扩大展览业溢出带动效应。支持土地、劳动力、资本、技术以及数据要素资源向展览产业集聚，积极发展展览产业集群，推动建立健全结构合理、运行高效的展览产业链，促进策划运营、物流仓储、设计制作以及与展会活动相关的各类专业服务的发展。南京市推进“会展 + 产业 + 功能区 + 投资贸易”一体化，搭建“会展 + 产业 + 商贸”会客厅平台，营造会展 IP，积极培育山水风光、非遗制作、度假休闲、生态农业、健康养生等新业态、新场景、新应用、新项目，发挥多元融合交流平台效应。

支持展览业国际化发展，加强国际交流合作。地方政府支持展会品牌化国际化发展，促进品牌展会发展壮大，鼓励申办国际知名会展活动，推动国际会展产业要素聚集，对国际性组织认证的会展项目给予补贴奖励；鼓励会展企业建立境外分支机构和营销网络，加入国际会展行业组织，推动会展项目国际认证，提升境外组展办展能力。如杭州提出国际合作实现“25100”目标，发挥世界旅游联盟、世界休闲组织两个国际组织资源优势，巩固深化合作；与国际展览业协会（UFI）、国际大会和会议协会（ICCA）、国际展览与项目协会（IAEE）、国际会议中心协会（AIPC）、国际协会联盟（UIA）等五个国际会展机构在项目认证、资源共享等方面深化合作；通过开展国际交流合作、专题宣传营销等，引入一百个具有影响力的会展项目、机构来杭。

表 1-1　2024 年部分地区出台的促进展览业发展政策

地区	时间	政策
无锡市	2024 年 2 月	《无锡市政府办公室关于推进会展业高质量发展的实施意见》
柳州市	2024 年 3 月	《柳州市促进会展业高质量发展若干措施》
郑州市	2024 年 3 月	《郑州市支持会展业高质量发展若干措施》
辽宁省	2024 年 3 月	《辽宁品牌展会认定暂行办法》
山西省	2024 年 3 月	《促进会展业高质量发展的若干措施》
南京市	2024 年 4 月	《南京市会展业高质量发展两年行动计划（2024—2025 年）》
泉州市	2024 年 4 月	《泉州市支持推动会展经济发展若干措施》
杭州市	2024 年 6 月	《2024—2026 年杭州市打造国际会展之都三年行动计划》
北京市	2024 年 6 月	北京市商务局印发《关于申报 2024 年促进我市会展业发展奖励项目的通知》
海南省	2024 年 6 月	海南省《2024 年度省级会展支持计划》
合肥市	2024 年 7 月	合肥市人民政府办公室关于调整《关于加快会展业高质量发展的实施意见》部分条款的通知

续表

地区	时间	政策
重庆市	2024年7月	《重庆市加速推进现代生产性服务业高质量发展行动方案（2024—2027年）》
成都市	2024年7月	《〈成都高新区关于促进会展业高质量发展的若干政策〉实施细则》
上海市	2024年7月	上海市人民政府办公厅印发《关于增强本市会展经济带动效应的若干措施》的通知
南昌市	2024年8月	《南昌市生产性服务业高质量发展三年行动计划（2024–2026年）》
海口市	2024年8月	《海口市支持会展业高质量发展若干规定》
天津市	2024年9月	《天津市促进会展业发展条例》
福州市	2024年9月	《福州市会展管理办法》和《福州市会展发展专项资金管理办法》
广州市	2024年10月	《广州市现代会展产业链高质量发展三年行动计划（2024–2026年）》
三亚市	2024年10月	《三亚市促进会展业高质量发展资金管理办法》
阳江市	2024年11月	《阳江市促进会展业高质量发展的若干措施》
大连市	2024年12月	《大连市促进会展业高质量发展实施方案》
广州市	2024年12月	《广州市关于加快会展业发展的若干措施》

资料来源：根据公开资料整理。

三、人员跨境往来便利助力展览业国际化发展

2024年，为加强国际交流合作，推进高水平对外开放，中国不断提升外国人来华便利性，对于促进外籍人员来华办展参展、提升展会国际化水平具有重要作用，有力推动释放了中国展览业发展活力。2024年1月，国家移民管理局推出五项便利措施，即放宽来华外籍人员申办口岸签证条件、外籍人员在北京首都机场等枢纽空港口岸24小时直接过境免办查验手续、在华外籍人员可就近办理签证延期换发补发、在华外籍人员需多次出入境可申办再入境签证、简化在华外籍人员签证证件申办材料。2024年7月，商务部等7部门联合发布《关于服务高水平对外开放便利境外人员住宿若干措施》，推动解决境外人员在住宿中遇到的实际困难，为境外人员提供更加便利友好的住宿环境。2024年11月，中国商务部发布《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》，提出“吸引和便利商务人员跨境往来”“稳妥推进与更多国家商签互免签证协定”。2024年12月，国家移民管理局全面放宽优化过境免签政策，将过境免签外国人在境内停留时间由原72小时和144小时均延长为240小时（10天），同时新增21个口岸为过境免签人员入出境口岸，并进一步扩大停留活动区域。

免签政策简化外籍人员来华手续和流程。2024 年以来，中国同新加坡、泰国、哈萨克斯坦、安提瓜和巴布达、格鲁吉亚、所罗门群岛等 6 个国家签署互免签证协定，截至 2024 年 12 月 17 日已同 26 个国家实现了全面免签。同时，还参照其他一些国家的做法，先后对法国、德国等 29 个国家实行单方面免签政策。截至 2024 年 12 月 17 日，中国已同 157 个国家和地区缔结了涵盖不同护照种类的互免签证协定。此外，外国人还可利用过境免签、邮轮免签及赴海南岛等特定区域免签政策来华旅游或开展商务活动。

推出入境程序便利化措施。在入境程序便利化方面，中国推出新版中国签证申请表，优化简化项目达 34%，填表时间大幅缩短。中国驻外使领馆全面取消了签证预约制度，进一步扩大免采指纹范围，对所有申请一次或两次入境、停留 180 日内的短期签证申请人免采指纹，外籍人士来华签证手续愈发便捷。此外，按现行标准阶段性调减 25% 的签证费，外籍人员来华成本进一步降低。中国民用航空局积极推进国际航班增加，并协同落实入境简化手续政策，会同有关部门提升口岸机场航班、旅客、机组等通关及中转效率[1]。

持续畅通外籍人员来华卡点堵点，提升外籍人员在华金融支付的便利化水平。当前支付便利化工作已取得了积极的成效，2024 年 3 月，国务院办公厅印发的《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》[2] 指出，要满足外籍来华人员等群体多样化的支付服务需求，优化营商环境，促进高水平对外开放。外籍来华人员可直接使用境外手机号注册支付宝、微信，并绑定境外银行卡进行支付；新加坡、马来西亚、泰国、韩国等九地入境人员可直接使用境外电子钱包扫码支付，外籍来华人员使用移动支付的意愿大幅提高。外籍来华人员还可以在全国 6.7 万个银行网点、4200 多个外币兑换设施、32 万台 ATM 进行人民币兑换[3]。2024 年上半年，超 500 万入境人员使用移动支付，同比增长 4 倍；交易 9000 多万笔，交易金额 140 多亿元，均同比增长 7 倍[4]。

针对境外人员来华参展，中国实施了若干具有针对性的参展便利化举措。2024 年广交会期间，中国实行了签证邀请函政策，减少了部分证明文件要求，可以凭电子邀请函办理；且为境外采购商提供“绿色通道”，做到 90% 的驻外使领馆为参加广交会的客人办理签证的时间控制在 4 个工作日之内。此外，琶洲港澳客运口岸在入境区域设立

1　资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202412/content_6990537.htm。
2　资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/content/202403/content_6937623.htm。
3　资料来源：人民网，http://finance.people.com.cn/n1/2024/0727/c1004-40286832.html。
4　资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202407/content_6965178.htm。

落地签证柜台，为外籍商贸人员办理口岸签证并提供换发多次签证便利，办理时间缩短为 30 分钟以内。

在各种措施的积极推动下，外国来华人员数量得到大幅增长。2024 年三季度，全国移民管理机构累计查验出入境人员 1.6 亿人次，同比增长 30.1%，其中，外籍人员 1646.1 万人次，同比增长 50.5%；港澳台居民 6469.4 万人次，同比增长 28.9%。2024 年三季度，免签入境外国人 488.5 万人次，同比增长 78.6%[1]。中国民航局数据显示，2024 年上半年，国际航班客运规模恢复至 2019 年同期的 81.7%。

四、外资企业持续看好中国市场的机遇与潜力

在全球经济复苏乏力、贸易关系紧张、地缘冲突加剧等诸多风险挑战并存的背景下，中国持续加大政策支持力度，营商环境持续优化，经济韧性不断增强，受到投资者普遍认可。随着一系列增量政策落地，中国市场信心持续提振，全球企业加码投资中国市场。中国贸促会发布的《2024 年第三季度中国外资营商环境调研报告》显示，九成受访外资企业对中国营商环境评价为“满意”及以上，近五成受访外资企业认为中国市场吸引力上升，环比上升 2.04 个百分点。中国商务部数据显示，2024 年 1–10 月，全国新设立外商投资企业 46893 家，同比增长 11.8%，新设立企业数量的增长表明外商对中国市场信心依旧。

全球知名机构的调研结果印证了外资企业对中国市场的信心。科尔尼发布的《2024 年外商直接投资信心指数报告》显示，中国未来 3 年外商直接投资信心排名由 2023 年度的第 7 位跃升至第 3 位，且在新兴市场专项排名中位列榜首。中国德国商会发布的《2024/2025 年度商业信心调查报告》显示，中国作为创新市场的吸引力持续增强，超过半数受访德国企业计划未来两年内增加对华投资，92% 的受访德企表示将继续深耕中国市场。

展览业是经济发展的“晴雨表”和“风向标”，中国是全球经济的增长引擎，也是整个展览行业的增长引擎，外资企业重视通过展会拓展中国市场，2024 年，进博会、链博会、服贸会等重点展会的外国展商数量均创新高。

1　资料来源：国家移民管理局，https://www.nia.gov.cn/n741440/n741567/c1679173/content.html。

第二章

2024 年中国展览业总体特点

在国家政策支持和市场活力的共同推动下，2024 年中国展览行业在 2023 年全面复苏的基础上，保持平稳发展，市场化水平不断提升，国际化程度持续加深，在京津冀、长三角、珠三角等重点区域形成了具有全球影响力的展会集群，为中国乃至全球经济高质量发展持续注入活力。

一、中国展览业呈现稳步发展良好态势

2024 年全球经济增长放缓、贸易保护主义抬头，经济全球化受阻；国内改革发展稳定任务艰巨，内部困难增多。在复杂的环境下，2024 年中国经济运行总体平稳、稳中有进，在世界主要经济体中仍表现优异，为展览业高质量发展奠定了坚实基础。

根据本报告调查，2024 年中国共举办经贸类展会 3844 项，总展览面积为 1.55 亿平方米，其中展会数量与 2023 年基本持平，展会面积同比增长 10.1%。2024 年展会整体呈现大展增多、小展减少的发展态势，场均面积由 2023 年的 3.59 万平方米增长至 4.03 万平方米，增幅 12.3%。

从区域分布来看，2024 年经贸类展会依然呈现明显的区域集聚特征，东部地区举办经贸类展会项目数量和总面积均最多，分别占国内经贸类展会的 67.3% 和 72.5%。京津冀、长三角、珠三角[1]三大区域举办经贸类展会数量占全国比重为 54.9%，总展览面积占全国比重达 62.1%。

二、新质生产力成为年度热门展览主题

2024 年我国展览行业紧紧抓住新质生产力发展机遇，以创新驱动为引领，以绿色低碳为导向，展示我国新质生产力发展的最新成就，战略性新兴产业、未来产业等成为 2024 年展览业的重点与热点展示内容。2024 年工业与科技类展会数量仍居各类展会首位，共 1064 项，较 2023 年同比大幅增长 63.4%；占比达 27.7%，比 2023 年增加 11.1 个百分点。

2024 年，展览行业深度嵌套产业链条，产展融合推动产供链转型升级，更加注重科技创新对生产力提升的作用，聚焦于新质生产力核心领域的专业展示内容和展示逻

1 长三角包括上海市、江苏省、浙江省和安徽省；珠三角包括广州、佛山、肇庆、深圳、东莞、惠州、珠海、中山、江门九个城市。

辑，展出内容不断推陈出新。第二届中国国际供应链促进博览会（链博会）新增先进制造链展区，聚焦新质生产力，展示该领域从前端研发设计、新材料运用、关键零部件加工、智能制造到高端装备的全产业链过程，展现先进制造业在推动产业升级、提升国际竞争力方面的关键作用。2024年中国国际服务贸易交易会（服贸会）围绕培育发展新质生产力，集中展示了服务贸易数字化、智能化、绿色化发展的最新成果、最新技术和最新应用，陆续发布了200余项融合创新成果。2024年11月6日–8日在深圳举办的“六展联袂旗舰展”，紧扣先进制造业发展趋势，聚焦新质生产力，精准对接深圳产业发展需求，搭建汽车、电子、显示、新材料等重点产业展示窗口和创新合作平台，为推动制造业转型升级贡献力量。

三、中国展览业市场化转型的步伐加快

中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议指出：“必须更好发挥市场机制作用，创造更加公平、更有活力的市场环境，实现资源配置效率最优化和效益最大化。”2024年，在国家政策和各级政府引导下，各类行业主体市场化意识进一步提升，积极探索展会市场化的有效途径，通过科学运用市场机制举办展会活动，提升办展效果，我国展览业的市场活力加速释放。

2024年，多地政府工作报告都强调了压减一般性支出，包括论坛、展会、节庆等活动的财政支出。各地方政府积极引导支持以市场化方式举办各类专业展会、消费展会等会展活动，大力推动各类行业协会、商会等行业主体通过市场化方式举办各类展会。苏州市提出坚持市场化导向，激发市场主体活力，提升会展业市场化水平的发展方向；坚持政府引导、市场运作、各方参与原则，探索政府主办展会科学退出和向市场化运作转变机制，保障会展市场竞争公平有序。深圳市提出突出市场化专业化，持续办好高交会、文博会等高水平展会，以及国际数字能源展、国际消费电子博览会等具有行业风向标意义的展会。

2024年，重点展会市场化办展转型速度加快，多个展会实现了首次市场化办展，不断激发展会新动能。2024年消博会将“市场化办展”作为核心理念，通过市场化配置展会服务相关的各种资源，不举办开幕式，以“少而精”原则确定参会嘉宾。具体活动安排上，更多资源留给由全球头部企业、商协会或专业机构组织举办的供需对接会、新品发布会等市场化活动。2024中国国际数字经济博览会首次通过市场化方式办

会，对接交流、系列路演以及成果发布活动均由企业唱主角，更好吸引要素聚集，充分释放发展活力。

四、中国展览业国际化水平不断提升

展览业是对外开放的助推器和对外经济贸易发展的风向标。近年来，中国展览业的国际化水平不断提高，国际展商客商参加中国展会的热情不断高涨，经国际展览业协会（UFI）认证的会员单位和展览项目数量较快增长，中国展览企业探索国际化发展道路，推动展会出海，加速中国展览业国际化进程。

国际展商客商参加中国展会的积极性高，重大展会的境外参展商比重不断提升。进博会、链博会、服贸会等重大展会是推进中国高水平对外开放的重要平台，境外参展商的比重不断提升彰显中国市场的强大吸引力。第七届进博会共有 129 个国家和地区的 3496 家展商参加，国别（地区）数和企业数均超过上届，参展的世界 500 强和行业龙头企业达 297 家，创历史新高。第二届链博会境外参展商比例达到 32%，超过去年，其中欧美参展商占境外参展商比重达到 50%。2024 年服贸会国际化参与度再创新高，线下参展企业整体国际化率超过 20%，吸引了 460 余家世界 500 强和行业龙头企业，共有 85 个国家和国际组织设展办会，其中 13 个首次独立设展，数量均超上届。

UFI 认证是对展会质量和规模的国际化认证，经 UFI 认证的中国（不含港澳台）会员单位和展会项目数量不断提升。根据《UFI 全球会员报告》[1]，截至 2024 年 12 月，中国有 253 家会员单位，相比去年增长约 10%。这些会员单位分布在中国的 52 个城市，其中上海、北京、深圳是中国 UFI 会员单位最多的前三大城市，分别有 36、32、20 家。截至 2024 年 12 月，中国已有 265 个展会项目通过 UFI 认证[2]，相比去年增长超过 20%。

五、出国展览呈现快速发展的强劲势头

2024 年，全球经济形势依旧复杂，经济增长持续面临挑战，但全球贸易依然展现出强劲韧性，2024 年全球贸易额预计将达到 33 万亿美元的历史新高，同比增长

1 资料来源：UFI，https://www.ufi.org/ufi-global-membership.pdf。

2 数据来源：UFI，https://www.ufi.org/membership/ufi-approved-events/search/?company=&organiser_city=&organiser_country=21&event_city= &event_country=&event_title=&event_type=&sector=。

3.3%[1]。与此同时，中国货物进出口稳定增长，外贸结构持续优化，据海关统计，2024年前11个月，我国货物贸易进出口总值39.79万亿元人民币，同比增长4.9%。其中，出口23.04万亿元，增长6.7%；进口16.75万亿元，增长2.4%。

出国展览是企业出海对接客户、创造商机、争取订单的重要手段，我国积极支持企业出海拿订单、拓市场，企业参加境外展会热情高涨。2024年，中国贸促会审批通过并实际执行出国展览项目1166项，涉及60个国家或地区，出国参展1067项，出国办展99项，展览面积70.37万平方米，参展企业5.01万家，出国展实际执行项目数量、组织企业数量、展出面积同比2023年分别增长29.4%、26.3%、23%。

1 资料来源：联合国，https://news.un.org/zh/story/2024/12/1134096。

第三章

2024 年中国国内展览发展分析

本章分析对象为在专业展馆举办的办展面积 2000 平方米以上的经贸类展会，数据主要来自全国各地方贸促会以及中国国际展览中心集团展会数据库。为更加准确、全面地反映 2024 年全国展览业发展情况，本报告在对展会进行统计时，对同一组展方、同一时间、同一地点举办的多个近似展会，如主办方将其明确区分，则将其分开统计；如主办方无明确区分，则合并统计。本章涉及的展览历史数据均来源于历年《中国展览经济发展报告》。

一、项目数量同比持平面积同比增加

本报告共采集到 2024 年举办的经贸类展会 3844 项，总展览面积为 1.55 亿平方米，覆盖全国 31 个省市自治区（不含港澳台地区）。2024 年国内经贸类展会市场整体实现平稳运行，其中 2024 年中国经贸类展会数量与 2023 年基本持平，展会面积同比增长 10.1%。

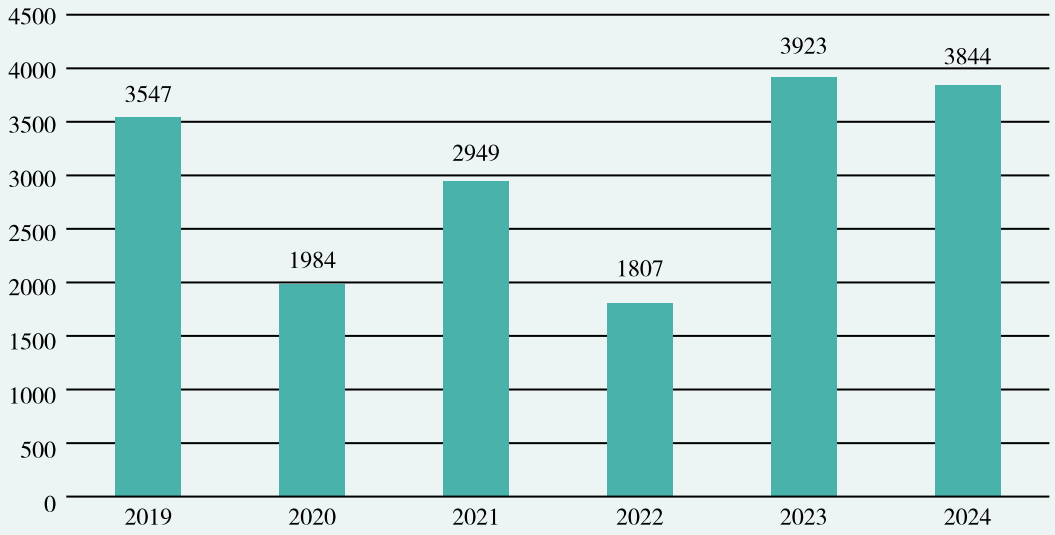

图 3-1　2019-2024 年中国经贸类展会数量

数据来源：中国贸促会。

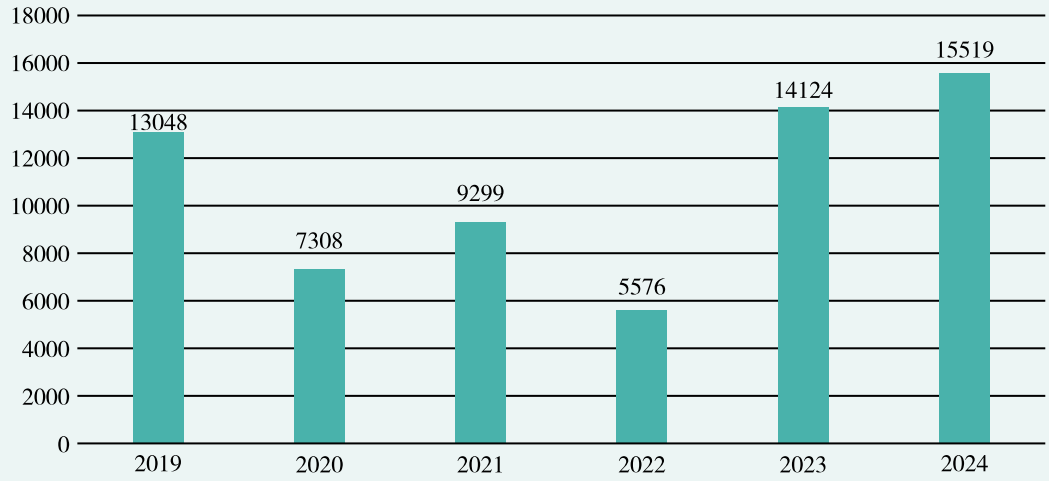

图 3-2　2019-2024 年中国经贸类展会面积（单位：万平方米）

数据来源：中国贸促会。

二、国内展会保持重点地区集聚态势

本节按照东部、中部、西部、东北[1]四个区域对 2024 年中国经贸类展会的区域分布进行分析，并对三大经济圈京津冀、长三角、珠三角地区经贸类展会的数量和面积情况进行年度比较分析。2024 年中国经贸类展会仍呈现高度区域集聚特征，但相较 2023 年，东部地区举办展会数量占比有所下降，中部、西部地区展会数量占比小幅增长，较去年分别增加 2.4 个百分点、1.8 个百分点。

从展会数量看，2024 年东部地区举办经贸类展会项目最多，共 2586 项，占国内经贸类展会总数的 67.3%。中西部地区经贸类展会数量分别为 556 项和 549 项，同比增加 16.8%、12.7%，占比分别为 14.5%、14.2%；东北地区展会数量为 153 项，占比 4.0%。

1　东中西部和东北地区划分标准参照国家统计局公布信息，其中东部包括：北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南。中部包括：山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南。西部包括：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。东北包括：辽宁、吉林和黑龙江。

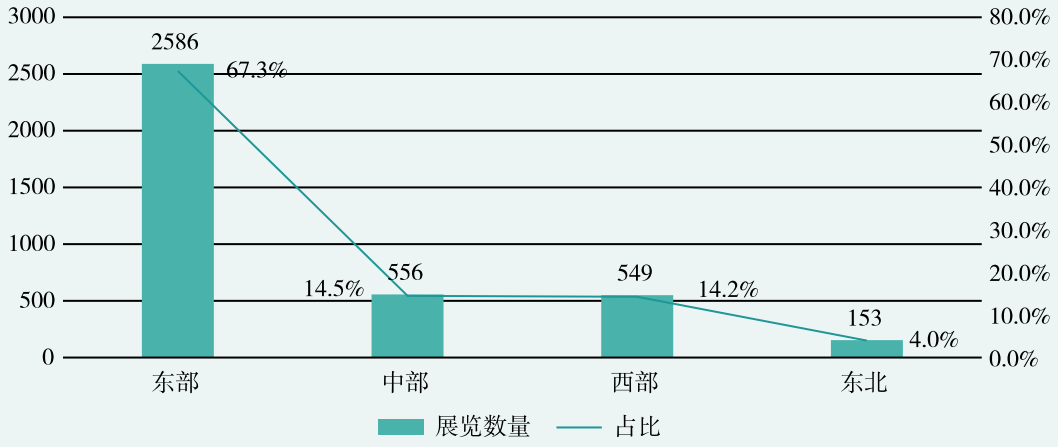

图 3-3　2024 年国内经贸类展会数量的区域分布情况

数据来源：中国贸促会。

从展览面积来看，东中西部经贸类展会总面积均有所增加，2024 年东部地区举办经贸类展览面积约 1.13 亿平方米，同比增加 8.3%，占国内经贸类展览总面积的 72.5%；中部地区经贸类展会面积为 1744 万平方米，同比增加 18.8%，占比 11.2%；西部地区经贸类展会面积为 2051 万平方米，同比增加 22.8%，占比 13.2%；东北地区经贸类展会面积为 473 万平方米，占比 3.1%。

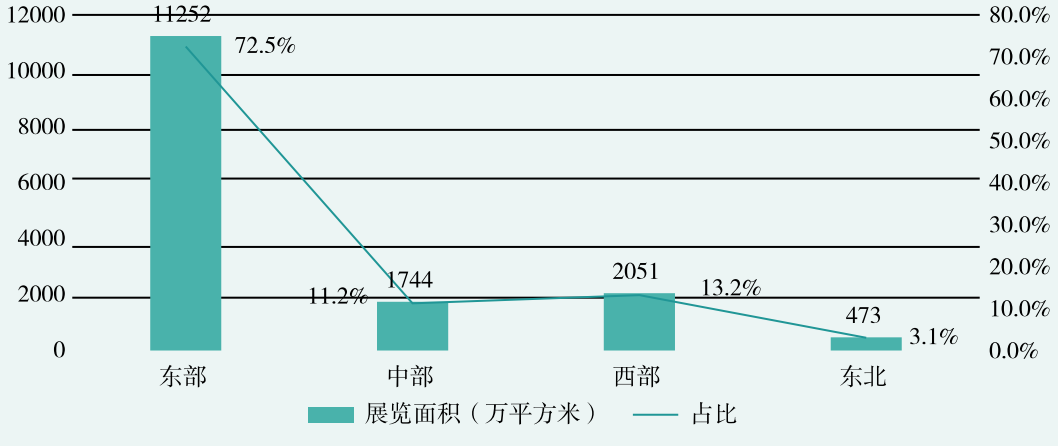

图 3-4　2024 年国内经贸类展会面积的区域分布情况

数据来源：中国贸促会。

从场均展览面积来看，2024 年东部地区平均每场经贸类展会面积达 4.4 万平方米，远超其他地区水平，且较 2023 年增长 12.2%；中部地区平均每场经贸类展会面积 3.1 万平方米，西部地区平均每场经贸类展会面积 3.7 万平方米；东北地区平均每场经贸类展会面积 3.1 万平方米，较 2023 年大幅增加 45.0%。

从重点区域来看，2024 年京津冀、长三角、珠三角三大区域举办经贸类展会数量占全国比重为 54.9%，总展览面积占全国比重达 62.1%，相较 2023 年三大区域举办展会数量占比小幅下降，面积占比基本持平。其中，长三角地区 2024 年共举办经贸类展会 1061 场，总展览面积 4508 万平方米，在全国占比分别为 27.6% 和 29.1%；珠三角地区 2024 年共举办经贸类展会 637 场，总展览面积 3583 万平方米，占比分别为 16.6% 和 23.1%；京津冀地区 2024 年共举办经贸类展会 413 场，总展览面积 1534 万平方米，全国占比分别为 10.7% 和 9.9%。

相较于 2023 年，三大区域的展览面积均较去年有所增长，其中长三角同比增长 2.5%，珠三角同比增长 13.7%，京津冀同比增长 10.7%；从数量来看，长三角展会数量同比增加 2.9%，珠三角、京津冀展会数量有所下降。

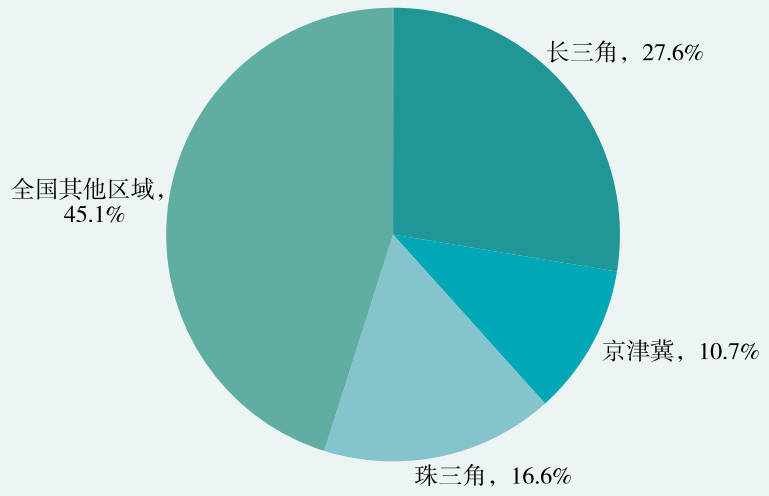

图 3-5　2024 年京津冀、长三角、珠三角经贸类展会数量占比

数据来源：中国贸促会。

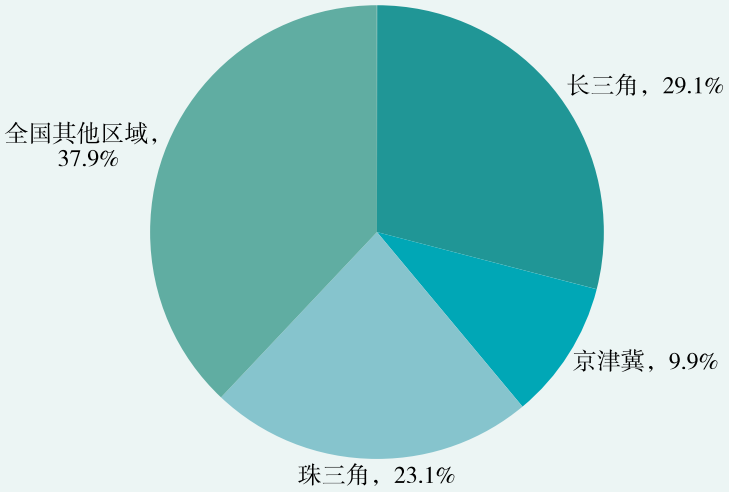

图 3-6　2024 年京津冀、长三角、珠三角经贸类展会面积占比

数据来源：中国贸促会。

具体到城市来看，三大区域中的上海、广州、深圳、北京四个城市举办经贸类展会面积之和占国内经贸类展会总面积的 40.4%，占京津冀、长三角和珠三角三大区域经贸类展会总面积的 65.1%。

三、场均展览面积扩大规模结构优化

2024 年经贸类展会场均面积有所增长，由 2023 年的 3.59 万平方米增长至 4.03 万平方米，增幅达 12.3%。

从展览数量来看，2024 年，展览规模在 1 万平方米及以下小型展会大幅下降，数量从 2023 年的 914 项下降到 678 项，同比降低 25.8%；中型、大中型、大型展会数量均有所增加，其中，5 万— 10 万平方米大中型展会数量增幅较大，同比增加 11.8%。

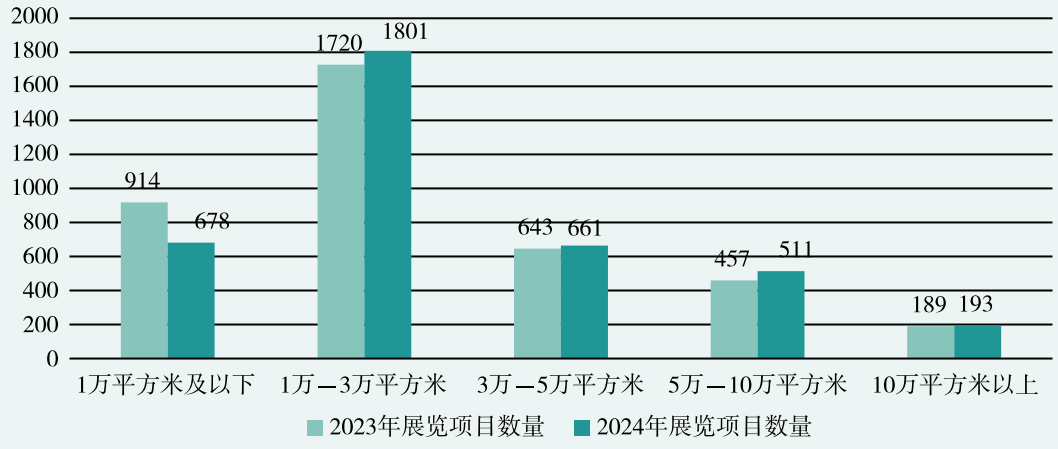

图 3-7　2023-2024 年国内经贸类展会数量分布情况（按展会规模统计）[1]

数据来源：中国贸促会。

从展览面积来看，2024 年除 1 万平方米及以下的小型展会总面积下降外，其余中型、大型规模展会面积均同比上升，其中 1 万— 3 万平方米中小型展会面积较 2023 年同比增长 14.0%，3 万— 5 万平方米中型展会面积同比增长 4.8%，5 万— 10 万平方米大中型展会面积同比增长 11.4%，10 万平方米以上大型展会面积同比增长 13.6%。

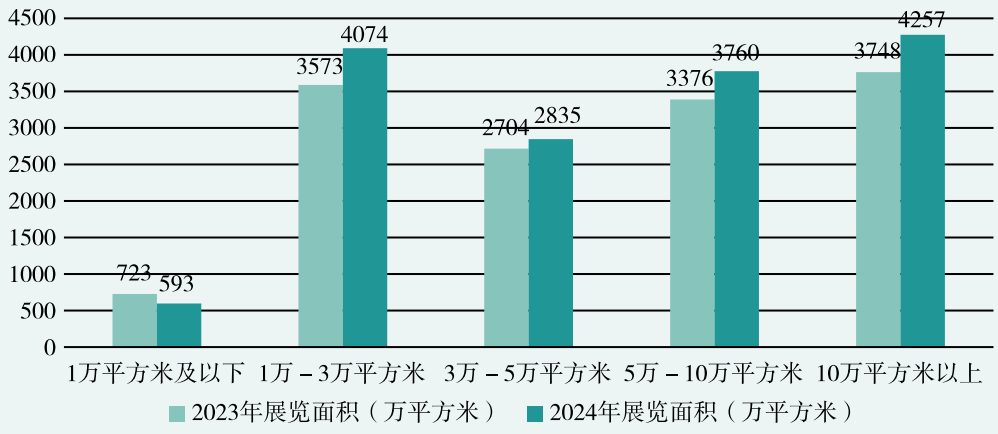

图 3-8　2023-2024 年国内经贸类展会面积分布情况（按展会规模统计）

数据来源：中国贸促会。

1　参照往年报告分类标准，将展览面积划分为五大类，即小型展会：1 万平方米及以下；中小型展会：1 万—3 万平方米（含 3 万平方米）；中型展会：3 万— 5 万平方米（含 5 万平方米）；大中型展会：5 万— 10 万平方米（含 10 万平方米）；大型展会：10 万平方米以上。

分区域来看，东部地区的大型、大中型展会数量占本地区总数的比例高于其他区域，达 19.8%，其中 10 万平方米以上的大型展会占比为 5.6%，5 万 –10 万平方米的大中型展会占比为 14.2%；中部地区小型展会数量占比高于其他区域，达 21.4%；东北地区中小型展会数量占比高于其他区域，占比达 55.6%。

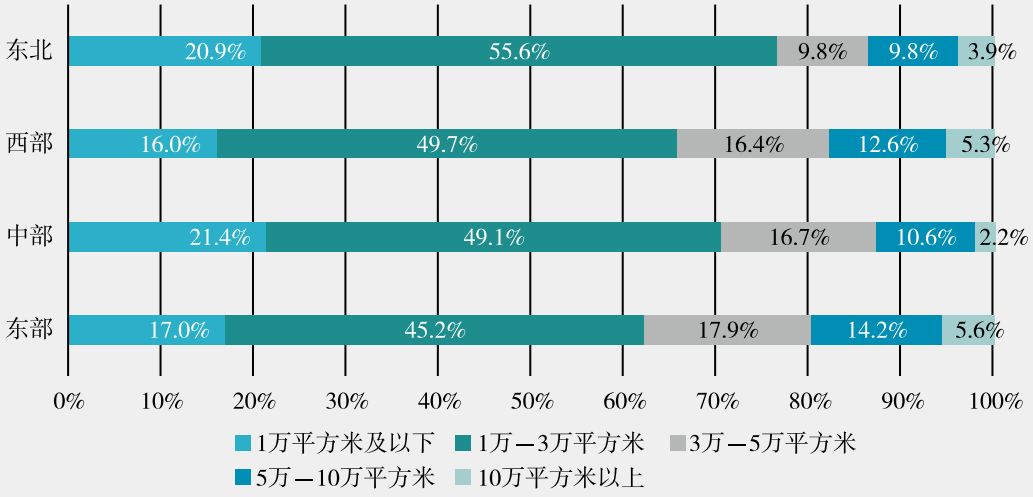

图 3-9　2024 年国内经贸类展会数量地区分布情况（按展会规模统计）

数据来源：中国贸促会。

案例 3–1

国内大型专业展会规模持续增长，影响力不断扩大

2024 年 6 月 13 日至 15 日，第十七届（2024）国际太阳能光伏及智慧能源（上海）展览会在上海虹桥国家会展中心举办。展览面积从 2007 年首届 1.5 万平方米，发展到 2023 年的 27 万平方米，再到 2024 年的 40 万平方米。本届吸引全球超 3600 家企业参展，注册观展人数超 50 万人，同比增长近 1 倍。展出内容包括：光伏生产设备、材料、光伏电池、光伏应用产品和组件，以及光伏工程及系统、储能、移动能源等，涵盖了光伏产业链的各个环节。

2024 年 3 月 28 日至 31 日，第 25 届 ITES 深圳工业展暨高端装备产业集群展在深圳国际会展中心（宝安）举办。深圳工业展展览面积由 2000 年首届 1.1 万平方米，增长至 2024 年超 20 万平方米，已成为中国超大型的工业展览会之一。本届展会汇聚了全球 2200 多家工业先锋企业，吸引 14 万人次专业观众进场参观。聚焦高端装备产业集群和先进制造技术产业集群两个核心，围绕“高端装备　精密制造 · 工业技术　智能制造”的展览内容，全面展示高端智能装备、先进数字化应用技术及精密制造工艺创新方案。

四、工业与科技类展会呈现较大增幅

从展览数量来看，2024 年工业与科技类展会数量仍居各类展会首位，共 1064 项，较 2023 年同比大幅增长 63.4%，占比达 27.7%，增加 11.1 个百分点。第 2–5 位分别为房屋建筑、装修及经营服务（417 项、占比 10.8%），日用消费品及居民服务（400 项、10.4%），交通运输、仓储和邮政（319 项、8.3%），食品、酒饮及酒店服务（302 项、7.9%）。前五大行业展会数量占比达 65.1%，相较 2023 年提升 1.7 个百分点。

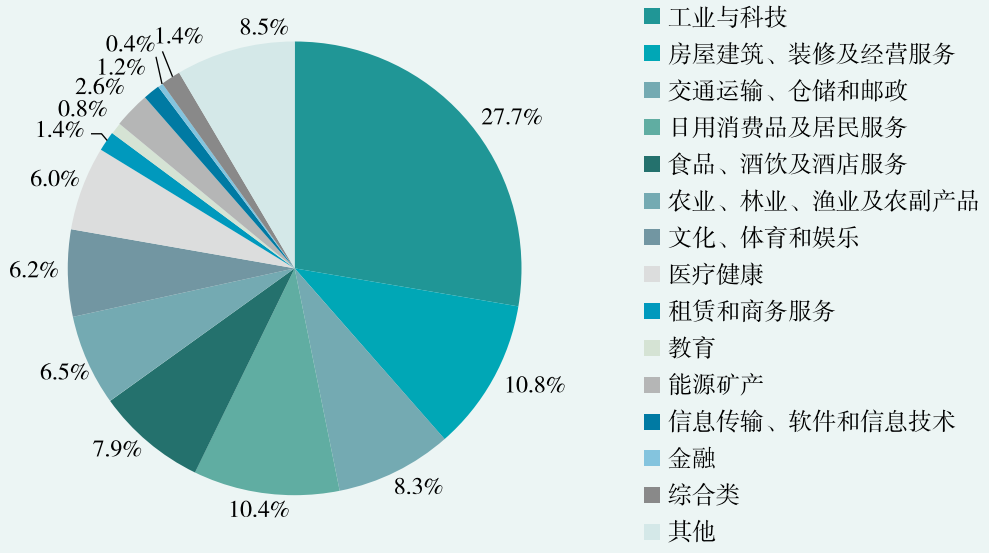

图 3-10　2024 年国内经贸类展览项目数量行业分布

数据来源：中国贸促会。

案例 3-2

第二十六届中国国际高新技术成果交易会向世界展示中国新质生产力发展成就，在全球范围内推动高新技术创新交流[1]

第二十六届中国国际高新技术成果交易会（以下简称高交会）于 2024 年 11 月 14 日 -16 日在深圳举行。本届高交会展览总面积达 40 万平方米，共有来自全球 100 多个国家和地区的 5000 余家高新技术企业参展，专业观众达 50 万人次。

本届展会共设置国际科技展、未来科技展、国之重器重大装备展、科技巨头产业链展、半导体与集成电路展、电子信息与大数据展、人工智能与机器人展、低空经济与空天展、高端装备制造展、专精特新展、智慧农业与数字乡村展、新能源产业展、高端医疗器械展、生物科技医药展、新材料展、节能环保和绿色低碳展、产教融合展等多个专业展，全方位展示世界高新技术发展趋势，发布高新技术最新成果。

从展览面积来看，排名前五的展会类别为工业与科技，房屋建筑、装修及经营服务，交通运输、仓储和邮政，日用消费品及居民服务，食品、酒饮及酒店服务，占比分别为 28.2%、11.7%、9.6%、10.3%、8.7%，前五大行业展览面积总占比为 68.5%，相较 2023 年提升 4.3 个百分点。

1　资料来源：新华网，https://www.xinhuanet.com/tech/20240523/16470743c0f1477ea22dc14e83a5a942/c.html。

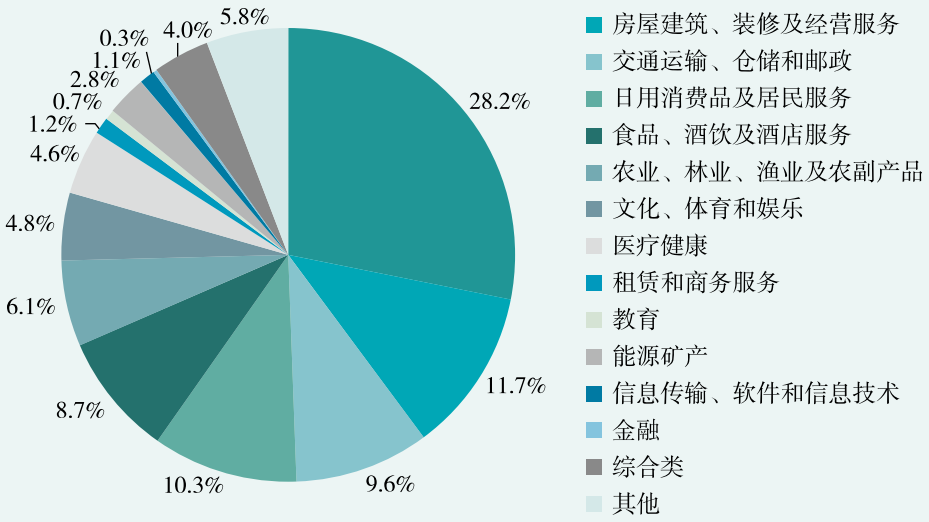

图 3-11　2024 年国内经贸类展览项目面积行业分布

数据来源：中国贸促会。

案例 3-3

2024 世界智能产业博览会着力打造引领智能科技发展风向的高端盛会

2024 年 6 月 20 日至 23 日，2024 世界智能产业博览会在国家会展中心（天津）举办。本届博览会由天津市人民政府、重庆市人民政府共同举办，以“智行天下　能动未来”为主题，秉持“高端化、国际化、专业化、市场化”理念，集展览、体验、赛事于一体，着力打造引领智能科技发展风向的高端盛会。

本届博览会高标准搭建 10 万平方米展区，围绕人工智能、智能网联汽车、智能制造、机器人等 10 大主题，汇聚了国内外超 550 家知名企业、科研机构，全景式、多方位、零距离展现最前沿、最尖端的新技术、新产品。

展会期间签约重点项目 103 个、签约额 1092 亿元，涵盖新一代信息技术、汽车、生物医药、装备制造、新能源、新材料、轻工等产业。举办 15 场撮合对

接和领军企业会晤活动，达成意向融资、投资和采购金额超 110 亿元。期间还发布了《生成式 AI 赋能营销行业创新发展与监管对策研究报告》等 102 项研究报告和创新成果，其中 53 项为首次发布。聚焦“智能制造”“智能网联汽车”“智能网络安全”三大领域，开展“Find 智能科技创新应用优秀案例”活动，遴选发布了 10 个优秀案例、20 个典型案例、30 个新锐案例，为智能产业创新发展提供“样板”。

从不同地区举办展会的行业分布来看，东部地区举办工业与科技类展会数量占比较高，占本地区举办展会总数的 30.5%，中部地区举办房屋建筑、装修及经营服务类展会的比重较高，占本地区举办展会总数的 13.1%；西部地区举办交通运输、仓储和邮政类以及能源矿产类展会的比重较高，占本地区举办展会总数的 9.7%、4.6%；东北地区举办日用消费品及居民服务类，食品、酒饮及酒店服务类，以及农业、林业、渔业及农副产品类展会项目数量所占比例较高，占比分别为 13.1%、13.1%、8.5%。

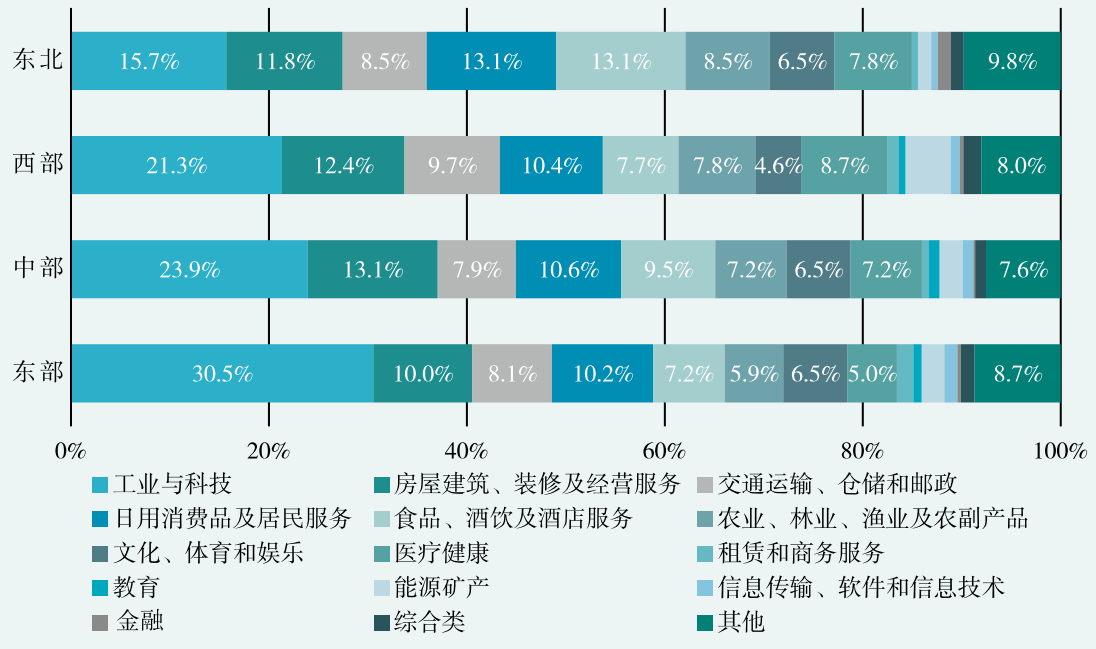

图 3-12　2024 年不同地区举办经贸类展会数量的行业分布

数据来源：中国贸促会。

各地结合重点产业特色产业积极策划专业展会，充分发挥展会平台作用，打造展会与产业融合发展格局。如深圳围绕战略性新兴产业和未来产业打造的“一集群、一展会（论坛）”体系已基本成形；广州市出台《广州市现代会展产业链高质量发展三年行动计划（2024–2026年）》，围绕全市重点产业链构建“一产业链一专业展会”；鄂尔多斯市围绕构筑世界级羊绒产业，持续扩大中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛展览会综合效益；台州市贸促会以四大品牌展会为主线，充分彰显台州主导产业集群的优势，在推动台州企业转型升级方面发挥了重要作用。

案例 3–4

中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛展览会综合效益持续扩大

2024年7月19日至21日，第七届中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛展览会（以下简称“羊博会”）在鄂尔多斯市东胜区举办，主题为“世界绒都 · 质胜未来”。

羊博会作为中国羊绒羊毛制品行业在供应链资源对接、产业高端化转型、市场国际化供给等方面具有较大影响力的大型交流合作盛会已成功举办六届，已发展成为具有“鄂尔多斯风格、中国特色、世界水平”的专业展会品牌，先后荣膺“2019年中国最具影响力品牌展会”“2020年中国品牌展览会优秀奖”等荣誉称号。

第七届羊博会展品范围包括原料与成品、动物绒类、机械及软件等。展区设置包括会务服务区、羊绒羊毛原料展区、面料纱线展区、成品展区、丝路国际合作展区、装备与科技展区、配套产业展区、开幕式舞台（走秀区）、论坛区、商务洽谈区。第七届羊博会参展企业数量较上届增长超55%，头部企业数量较上届增长50%，产业集群较上年增长达150%；展览面积超过2万平方米，较上届面积增长0.5万平方米，增幅超33%。

第四章

2024 年中国出国展览发展分析

审批出国举办经济贸易展览会是国务院赋予中国贸促会的重要职能，本章统计的2024年度出国展览数据来源于中国贸促会展览审批管理系统，涵盖全国各组展单位于2024年度已实施的各项出国办展、出国参展项目信息。

一、出国展频次规模稳步提升

2024年，全球经济形势依旧复杂，经济增长持续面临挑战，然而在重重压力下，我国外贸规模持续扩大，结构不断优化，整体呈现质升量稳运行态势。随着外贸发展新动能不断增强，出国展览步入发展快车道，在2023年逐步复苏的良好基础上进一步蓬勃发展，迎来前所未有的机遇。2024年以来，国家持续出台利好政策，进一步强化对各类外贸企业参与境外展会的扶持力度，鼓励贸促机构、商协会积极作为。2024年中国贸促会开展“千团出海”行动，全国贸促系统积极为中外企业务实合作、洽谈商机搭建更加优质的经贸平台。2024年6月商务部等9部门发布《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，支持跨境电商企业“借展出海”。各地政府也积极响应，在资源调配、资金支持等方面加大投入，持续推动境外自办展会的培育工作，为出国展览的高质量发展筑牢根基。

从全年整体数据来看，2024年，中国贸促会共审批计划出国展览项目1550项，实际执行1166项。其中出国参展1067项，出国办展99项，涉及68家组展单位和60个国家或地区，参展企业共计5.01万家，展览面积70.37万平方米。2024年出国展实际执行项目数量、组织企业数量、展出面积分别同比增长29.4%、26.3%、23%。从季度数据来看，2024年各季度出国展项目数量均呈现较大幅度增长[1]，其中第二、三、四季度项目数量均超过300项，分别同比增长14.8%、10.3%、15.2%。

从月度数据来看，2024年9月、11月出国展项目数量最多，分别为182项和156项，2月、12月出国展项目数量最少，均为49项。

1　注：2023年1–2月未完全放开审批，此处未参与比较。

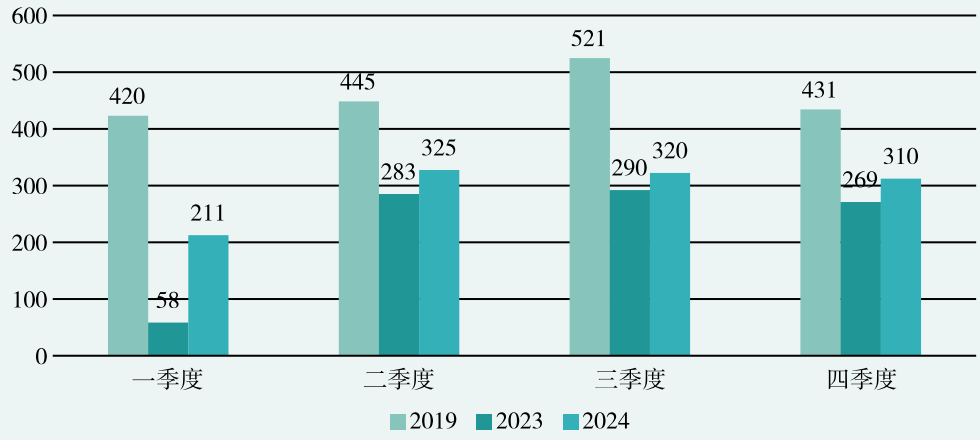

图 4-1　2019 年、2023 年、2024 年出国展览项目数量（季度数据）

数据来源：中国贸促会。

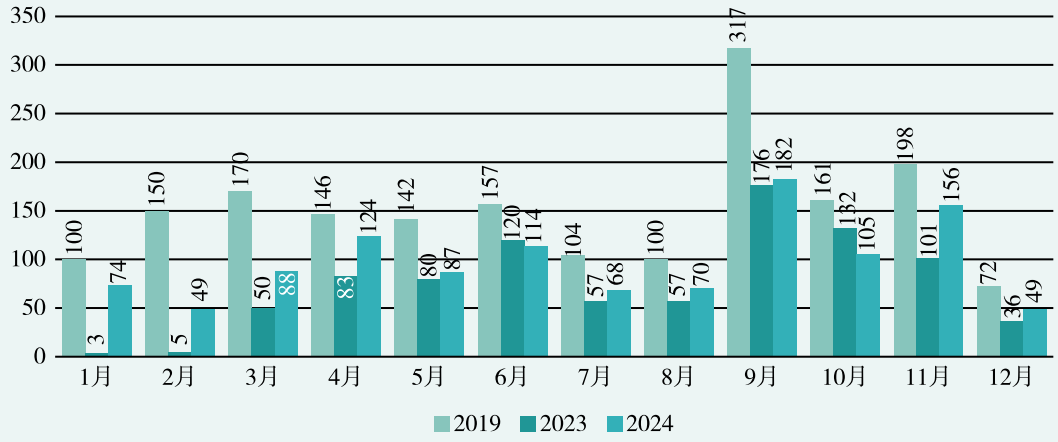

图 4-2　2019 年、2023 年、2024 年出国展览项目数量（月度数据）

数据来源：中国贸促会。

二、亚洲西欧出国展增长显著

从出国展项目数量的地区分布来看，2024 年出国展主要目的地仍集中在亚洲、西欧等重点地区。具体来看，亚洲 448 项（占比 38.4%），西欧 261 项（22.4%），东欧和俄罗斯 151 项（13%），北美 143 项（12.3%），拉美及加勒比地区 102 项（8.7%），非洲 45 项（3.9%），大洋洲 16 项（1.4%）。相较 2023 年，全球各地区展出项目数量均有

所增长，其中亚洲、西欧、北美增长最多，分别增加 84 项、73 项、50 项，同比增加 23.1%、38.8%、53.8%。

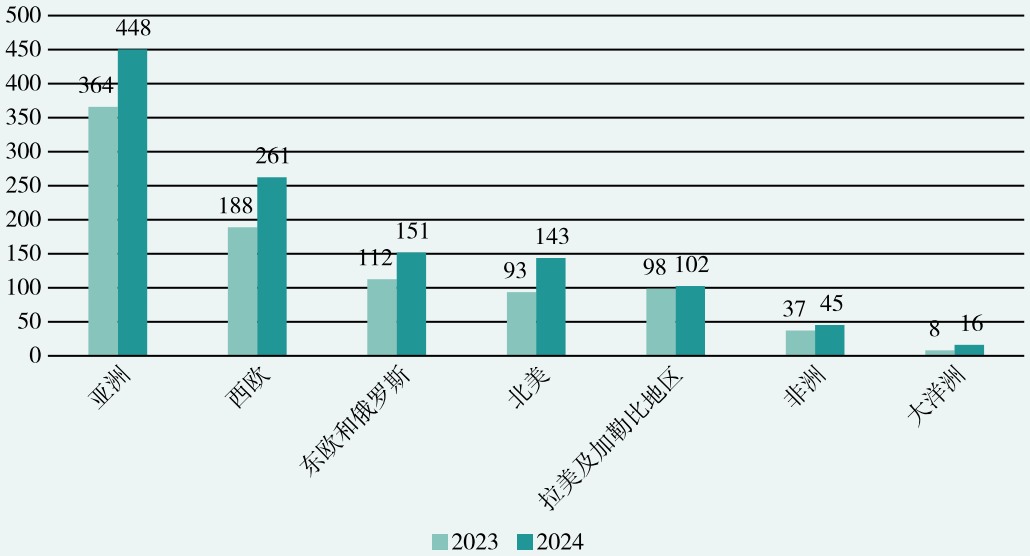

图 4-3　2023 年、2024 年出国展览项目数量的地区分布情况

数据来源：中国贸促会。

从参展企业数量的区域分布来看，亚洲、西欧依然是我国企业赴境外参展的重要市场，2024 年赴亚洲地区参加境外展的企业数量仍居于首位，企业参展数量由 2023 年的 17349 家增长至 2024 年的 20816 家，同比增长 20.0%。赴西欧地区参展企业数量同样大幅提升，由 7498 家增长至 10572 家，较 2023 年增长 41.0%。相较 2023 年，赴亚洲、西欧参展的企业数量增长较多，分别增加 3467 家、3074 家。此外，东欧和俄罗斯、北美、大洋洲、非洲增速较快，较 2023 年分别增长 15.83%、49.19%、60.42%、68.28%。

具体来看，亚洲 20816 家（占比 41.6%），西欧 10572 家（21.1%），东欧和俄罗斯 6175 家（12.3%），北美 5793 家（11.6%），拉美及加勒比地区 3927 家（7.8%），非洲 1422 家（2.8%），大洋洲 1370 家（2.7%）。

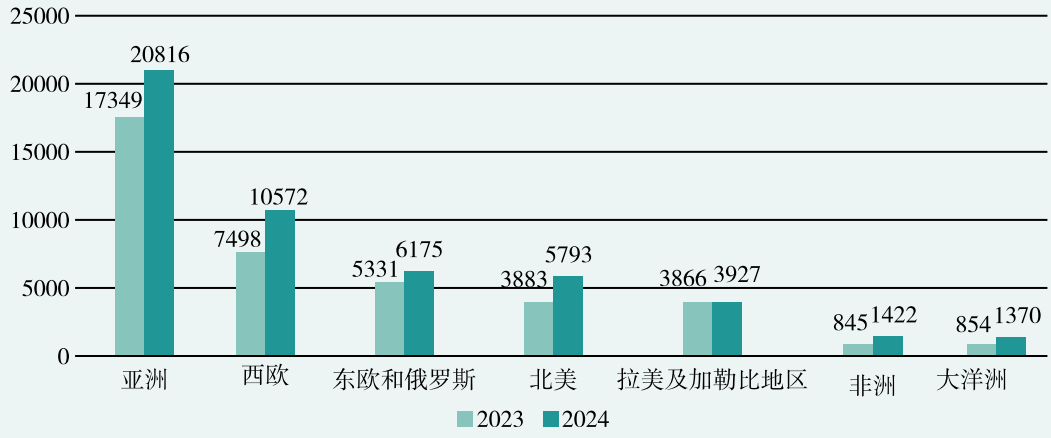

图 4-4　2023 年、2024 年出国参展企业数量的地区分布情况

数据来源：中国贸促会。

案例 4–1

新疆贸促会搭建展会平台助力企业开拓中亚市场

2024 年 3 月 30 日至 4 月 1 日，2024（第十三届）乌兹别克斯坦 - 中国新疆商品展览会（以下简称“乌展”）在乌兹别克斯坦塔什干市成功举办。乌展已连续举办 12 届，得到了中乌两国政府的高度重视和肯定，以及两国企业家的广泛认可与好评，已成为在该国举办的最大规模展览会活动之一，有力推动了中国新疆与乌兹别克斯坦的经贸交流合作。本届乌展吸引了来自新疆及内地省区市的 106 家企业与 13 家乌兹别克斯坦本地企业参加，展览面积为 2600 平方米，其中室外展览面积为 400 平方米，展位数 114 个，展品涉及机电、物流、农业、汽车、建材、医疗、纺织等领域，展会现场签约项目 51 个，签约金额 13.94 亿元。

2024 年 11 月 8 日至 10 日，2024（第十届）格鲁吉亚—中国新疆商品展览会（以下简称“格展”）在格鲁吉亚首都第比利斯国家会展中心成功举办。格展已逐步成为新疆在格鲁吉亚具有影响力的展会。本届格展由新疆贸促会主办、中国国际商会新疆商会承办，格鲁吉亚经济和可持续发展部、格鲁吉亚国家工商会、自

治区供销合作社协办。展会展览面积为 2400 平方米，其中室外展览面积为 400 平方米，参展企业 61 家，展位数 116 个，展会设置特装展区和商品贸易展区两大板块，首次设置了新疆形象特装展区，以“美丽新疆 开放新疆”为主题，紧紧围绕新疆油气生产加工、煤炭煤电煤化工、绿色矿业、粮油等重点产业集群建设，通过宣传视频、实物、展板、模型等多种形式立体呈现新疆蓬勃发展的经济环境、丰富多样的优势资源，展现新疆开放自信良好形象，增进格鲁吉亚社会各界人士对新疆的了解和认识。本届格展共有中格 10 组企业签署项目合作协议，签约总额为 8868 万元，4 家企业达成意向协议，意向金额为 2200 万元，涉及新能源汽车、旅游服务、服装、红酒、干果等多个行业。

三、德美俄仍是出展重点国别

从出国展览项目数量的国别分布来看，国别集中度持续提升，相较 2023 年数据，前十大国家参展数量和占比进一步上升，由 589 项增加至 785 项，占比由 65.4% 增加至 67.3%。2024 年中国出国展览项目数量按国别排名前十位分别是德国（156 项）、美国（139 项）、俄罗斯（130 项）、日本（78 项）、阿联酋（65 项）、越南（48 项）、土耳其（46 项）、印度尼西亚（43 项）、墨西哥（42 项）、法国（38 项）。出国展项目数量排名前三的国别仍为德国、美国、俄罗斯，阿联酋、印度尼西亚在出国展国别排名中显著提升。

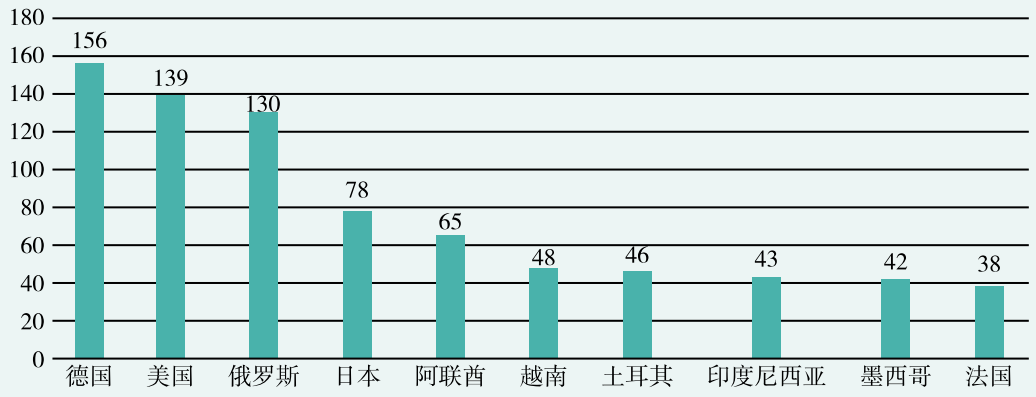

图 4-5　2024 年出国展项目数量的国别分布情况

数据来源：中国贸促会。

从出国展览项目面积的国别分布来看，前十大国别出国展面积占总面积的比重达75.8%，具体国家分别为德国（12.2万平方米）、美国（7.3万平方米）、俄罗斯（6.9万平方米）、阿联酋（6.4万平方米）、日本（4.7万平方米）、印度尼西亚（4.4万平方米）、意大利（3.4万平方米）、法国（2.8万平方米）、越南（2.7万平方米）、巴西（2.4万平方米）。

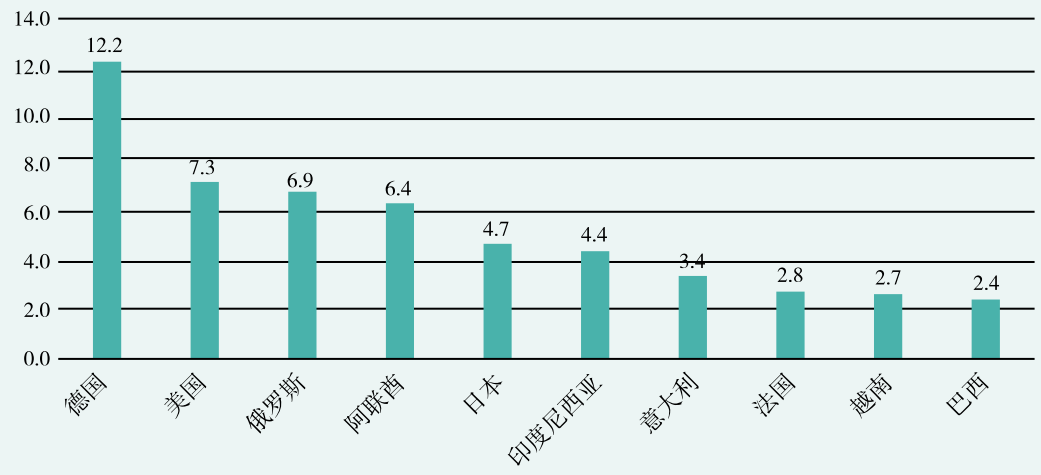

图 4-6　2024年出国展项目面积的国别分布情况（单位：万平方米）

数据来源：中国贸促会。

案例 4-2

德国杜塞尔多夫国际印刷展览会是本年度中国企业出国参展面积最大的展会

德国杜塞尔多夫国际印刷展览会是国际上最富盛名的印刷展会，该展览会每四年一届，堪称印刷和造纸工业的奥运盛会，被业内人士称作“印刷人的盛典”。本届参展商共计来自52个国家，总计1643家，共接待来自174个国家的观众17万人次。

本届展会国内组展商共组织 235 家企业参展，展出面积达 1.5 万平方米，成为本年度中国企业出国参展面积最大的境外展。展示内容涵盖纸杯机、制盒机、反光材料、防伪纸、UV 打印机等产品，参展企业反响较好。

四、专业展参展企业数量提升

按照项目数量排名，2024 年出国展前十大行业分别为机械（168 项、占比 14.4%），交通运输物流（134 项、11.5%），纺织服装、皮革制品（106 项、9.1%），综合（84 项、7.2%），食品、农产品（68 项、5.8%），五金工具（65 项、5.6%），消费品（60 项、5.1%），医疗保健（53 项、4.5%），照明（48 项、4.1%），建筑装饰（46 项、3.9%）。

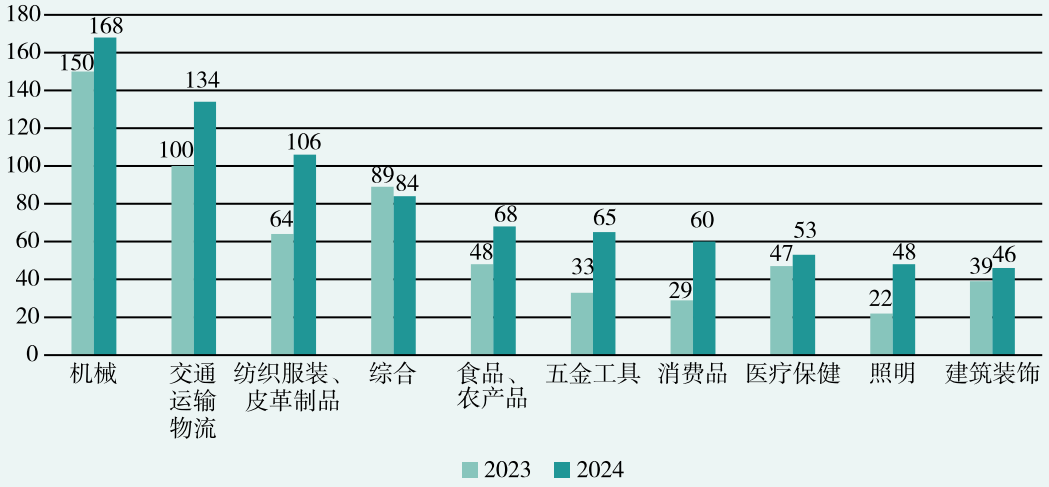

图 4-7　2023 年、2024 年出国展项目数量前十大行业分布情况

数据来源：中国贸促会。

按照参展企业数量排名，出国展览行业类别排名前十位的分别是综合（11805 家、占比 23.6%），纺织服装、皮革制品（6427 家、12.8%），机械（5104 家、10.2%），交通运输物流（3815 家、7.6%），食品、农产品（2884 家、5.8%），消费品（1993 家、4%），医疗保健（2061 家、4.1%），五金工具（2010 家、4%），建筑装饰（1667 家、3.3%），化工（1645 家、3.3%）。与 2023 年相比，出国参加、举办专业类展会的企业

数量进一步增加。

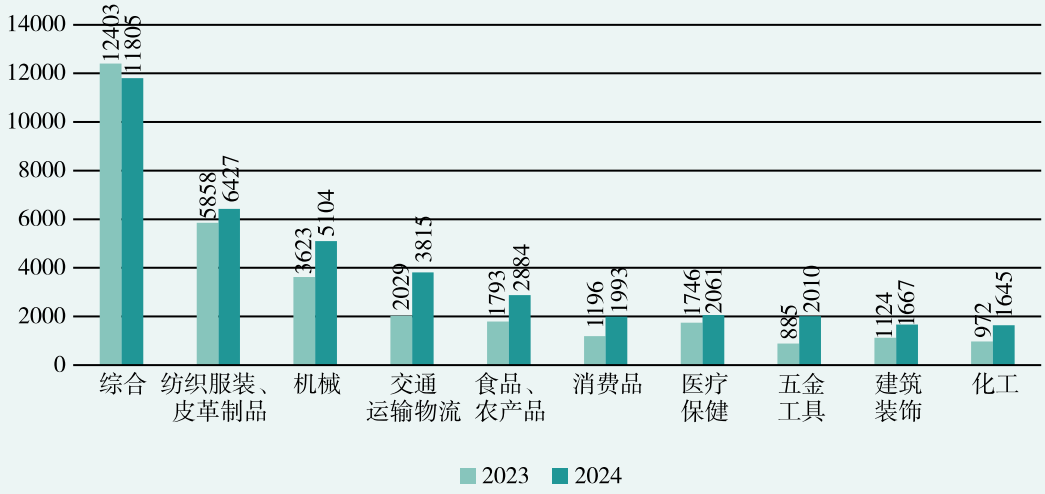

图 4-8　2023 年、2024 年出国参展企业数量前十大行业分布情况

数据来源：中国贸促会。

从各行业出国展项目数量的国别分布来看，企业赴境外不同国家参展办展的行业侧重点有所不同。如 2024 年出国参加或举办综合类展会主要集中在美国、日本、德国等国家，企业赴德国参加或举办交通运输物流、五金工具、照明、文体教育用品、印刷等专业类展会数量较多；企业赴美国参加或举办纺织服装皮革制品、食品农产品、消费品、建筑装饰等专业类展会数量较多；而机械、医疗保健、能源矿产、安保防护、家用电器等出国展项目倾向于赴俄罗斯参加或举办；此外，在阿联酋、沙特阿拉伯、印度尼西亚、泰国、越南等共建“一带一路”国家，结合区域市场不同的发展特点，出国展的专业领域各有聚焦，成为国内企业拓展“一带一路”市场的重要平台。

表 4-1　2024 年中国各行业出国展项目数量的国别分布表
（各行业出国展项目数量排名前三大国别地区）

	第一	第二	第三
机械	俄罗斯（23 项）	美国（22 项）	日本（17 项）
交通运输物流	德国（25 项）	俄罗斯（14 项）	土耳其（13 项）
纺织服装、皮革制品	美国（18 项）	俄罗斯（14 项）	德国（11 项） 法国（11 项）
综合	美国（11 项）	日本（7 项）	德国（6 项）

续表

	第一	第二	第三
食品、农产品	美国（10 项）	印度尼西亚（6 项）	法国（5 项） 俄罗斯（5 项）
五金工具	德国（17 项）	美国（9 项）	俄罗斯（8 项）
消费品	美国（14 项）	德国（11 项）	阿联酋（8 项）
医疗保健	俄罗斯（8 项）	美国（6 项） 德国（6 项）	\
照明	德国（10 项）	阿联酋（8 项）	西班牙（5 项）
建筑装饰	美国（7 项）	俄罗斯（5 项） 法国（5 项）	\
能源矿产	俄罗斯（5 项）	美国（4 项）	日本（3 项）
安保防护	俄罗斯（4 项） 阿联酋（4 项）	美国（3 项） 泰国（3 项） 法国（3 项）	\
化工	土耳其（5 项）	泰国（4 项）	俄罗斯（3 项） 日本（3 项） 越南（3 项） 德国（3 项）
信息通讯	越南（4 项）	法国（3 项）	俄罗斯（2 项） 美国（2 项）
文教体育用品	德国（9 项）	美国（5 项）	越南（2 项） 日本（2 项）
礼品工业品	泰国（4 项）	日本（3 项）	土耳其（1 项） 印度尼西亚（1 项） 德国（1 项） 俄罗斯（1 项）
农机、农药	意大利（2 项） 巴西（2 项） 日本（2 项）	\	\
家用电器	俄罗斯（3 项）	法国（2 项）	沙特阿拉伯（1 项） 哈萨克斯坦（1 项） 阿联酋（1 项） 波兰（1 项）
印刷	德国（2 项）	越南（1 项） 印度尼西亚（1 项） 阿联酋（1 项） 秘鲁（1 项） 日本（1 项）	\
科研技术	美国（2 项）	俄罗斯（1 项） 泰国（1 项） 阿联酋（1 项） 越南（1 项）	\
休闲娱乐	德国（1 项） 新加坡（1 项）	\	\
其他	德国（36 项）	俄罗斯（24 项）	美国（21 项）

案例 4-3

2024 年德国汉诺威工业博览会为中德两国企业搭建重要合作平台

汉诺威工博会是世界上最大、最重要的工业贸易展览会之一。2024 年德国汉诺威工业博览会于 4 月 22 日至 26 日举办，吸引了来自 150 个国家和地区的 13 万余名观众，4000 家参展商，300 家初创企业以及全球 300 多个代表团汇聚一堂。

本届展会国际观众比例超过 40%。除主办国德国外，参观人数较多的国家还包括中国、荷兰、韩国、美国和日本。本届汉诺威工业博览会，中国是德国以外的第一海外参展国，有超过 1150 家中国企业参展，参展企业主要来自浙江、江苏、广东、上海、北京等地，展示了中国在全球工业领域的深厚实力和广泛影响力。2024 年正值中德建立全方位战略伙伴关系 10 周年，此次汉诺威工博会为中德两国深化科技和经贸合作搭建了重要平台。

五、出国自办展更加积极踊跃

2024 年中国贸促会审批执行的出国办展项目总计 99 项，占出国展览项目总数的 8.5%，较 2023 年增加 21 项。其中，审批执行的办展项目实际展出总面积 22.69 万平方米，其参展企业数量共计 1.72 万家，展位数量共计 2.50 万个。2024 年出国办展实际展出面积、参展企业数量、展位数量同比增长 7.0%、13.9%、14.2%。

图 4-9　2023 年、2024 年出国办展各项指标整体情况对比

数据来源：中国贸促会。

2024 年出国办展各项指标场均数据较 2023 年有所增长，2024 年出国办展项目场均展出面积 2733.5 平方米，参展公司数量 207.2 家，展位数量 301.3 个，分别同比增长 0.5%、6.7%、44.2%。

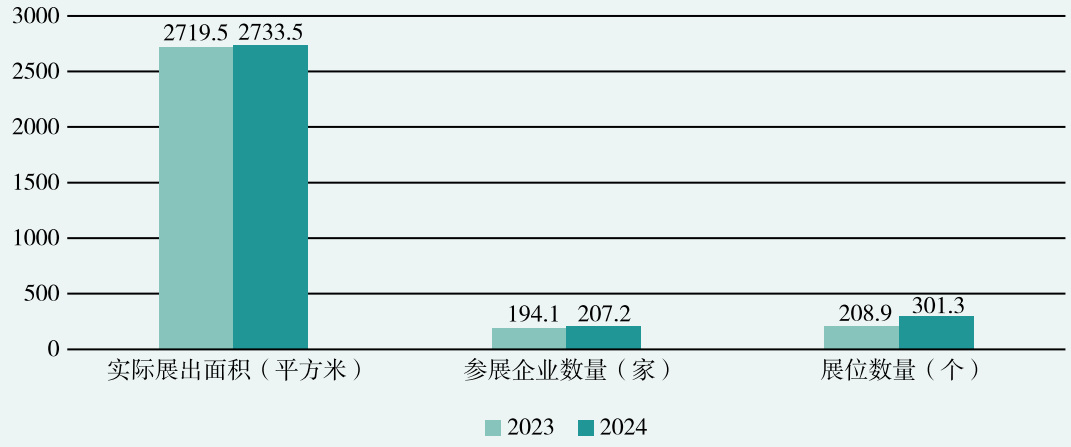

图 4-10　2023 年、2024 年出国办展各项指标场均情况对比

数据来源：中国贸促会。

案例 4-4

第七届中国（印尼）贸易博览会是 2024 年度规模最大的自办展

2024 年 6 月 4 日至 7 日，第七届中国（印尼）贸易博览会在印度尼西亚首都雅加达国际会展中心举办，来自中国和印尼的近千家企业参展。

本届展会是中国在印尼的最大自办展，同时是本年度赴海外举办的规模最大的自办展，共有来自浙江、江苏、广东、山东等 18 个省市以及香港特别行政区和印尼本土近千家企业参与，展览面积达 40000 平方米。展会涵盖工业装备和零部件、塑料印刷包装设备、教育装备、建材家装、家用电器、家居礼品、纺织服装等领域。与往届博览会相比，本届博览会首次新增教育装备行业，共有 59 家教育装备企业参展。本届展前预登记买家同比上届印尼展增长 61%，展会四天共计到展观众超 38000 人，观展人次超 73000 人次，促成意向订单金额达到 3.6 亿美元。

六、组展单位市场集中度持续提升

经中国贸促会审批，2024 年共有 68 家组展单位组织出国展览，出国展组展企业的市场集中度不断增加。

从组织展会数量来看，2024 年前十大组展单位项目数量达 696 项，较 2023 年同比增长 30.3%（2023 年为 534 项），占比达到 59.7%。前五大组展单位分别是浙江远大国际会展有限公司（138 项、占比 11.8%），西麦克国际展览有限责任公司（102 项、8.7%），上海市国际展览（集团）有限公司（79 项、6.8%），中国国际展览中心集团有限公司（67 项、5.7%），中国机电产品进出口商会（65 项、5.6%）。

从组织参展企业数量来看，2024 年前十大组展单位组织参展企业数量达 3.10 万家，较 2023 年增长 25.5%（2023 年为 2.47 万家），占比达 61.9%。前五大组展主体分别是浙江米奥兰特商务会展股份有限公司（7564 家、15.1%），浙江远大国际会展有限公司

（4058 家、8.1%），西麦克国际展览有限责任公司（3286 家、6.6%），中国机电产品进出口商会（2651 家、5.3%），贸促会纺织行业分会（2453 家、4.9%）。

从组织展览面积来看，2024 年前十大组展单位组织展览面积达 43.9 万平方米，较 2023 年增长 21.9%（2023 年为 36.0 万平方米），占比达 62.4%。前五大组展主体分别是浙江米奥兰特商务会展股份有限公司（9.66 万平方米、13.7%），浙江远大国际会展有限公司（7.04 万平方米、10%），西麦克国际展览有限责任公司（4.77 万平方米、6.8%），中国机电产品进出口商会（4.43 万平方米、6.3%），中国国际展览中心集团有限公司（3.61 万平方米、5.1%）。

表 4-2　2024 年中国出国参办展实施情况
（组织参展企业数量统计排名前 30 位）

序号	组展单位	项目数量		组织参展企业数量		组织参展面积	
		数量（项）	比例	数量（家）	比例	面积（平方米）	比例
1	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	17	1.5%	7564	15.1%	96597	13.7%
2	浙江远大国际会展有限公司	138	11.8%	4058	8.1%	70427.14	10.0%
3	西麦克国际展览有限责任公司	102	8.7%	3286	6.6%	47660.23	6.8%
4	中国机电产品进出口商会	65	5.6%	2651	5.3%	44298.5	6.3%
5	贸促会纺织行业分会	18	1.5%	2453	4.9%	28433.5	4.0%
6	贸促会化工行业分会	34	2.9%	2429	4.9%	30222.25	4.3%
7	中国国际展览中心集团有限公司	67	5.7%	2336	4.7%	36142	5.1%
8	中国医药保健品进出口商会	40	3.4%	2183	4.4%	25742.95	3.7%
9	中国国际贸易促进委员会机械行业分会	64	5.5%	2136	4.3%	34620.32	4.9%
10	远大国际展览有限公司	49	4.2%	1881	3.8%	25174.5	3.6%
11	中纺广告展览有限公司	9	0.8%	1427	2.8%	15648	2.2%
12	中国对外贸易中心集团有限公司	25	2.1%	1290	2.6%	14723	2.1%
13	中国纺织品进出口商会	9	0.8%	1223	2.4%	13506.5	1.9%
14	福建荟源文化发展集团有限公司	54	4.6%	1103	2.2%	12499.5	1.8%
15	上海市国际展览（集团）有限公司	79	6.8%	1050	2.1%	13523.3	1.9%
16	中国国际贸易促进委员会电子信息行业分会	27	2.3%	1031	2.1%	15376.5	2.2%
17	商务部外贸发展事务局	11	0.9%	912	1.8%	12248	1.7%
18	中国电子国际展览广告有限责任公司	25	2.1%	893	1.8%	11667.5	1.7%
19	保利国际展览有限公司	24	2.1%	770	1.5%	9833.6	1.4%

续表

序号	组展单位	项目数量		组织参展企业数量		组织参展面积	
		数量（项）	比例	数量（家）	比例	面积（平方米）	比例
20	长城国际展览有限责任公司	25	2.1%	745	1.5%	10184	1.4%
21	中国中轻国际控股有限公司	24	2.1%	712	1.4%	13357	1.9%
22	中国食品土畜进出口商会	15	1.3%	707	1.4%	8604.36	1.2%
23	中国五矿化工进出口商会	18	1.5%	599	1.2%	7872	1.1%
24	浙江时代国际展览服务有限公司	18	1.5%	446	0.9%	4906	0.7%
25	中国工程机械工业协会	5	0.4%	385	0.8%	8776.75	1.2%
26	中国化工信息中心有限公司	9	0.8%	341	0.7%	4421.5	0.6%
27	贸促会上海浦东分会	38	3.3%	327	0.7%	4928.2	0.7%
28	中国机械国际合作股份有限公司	14	1.2%	318	0.6%	3643.75	0.5%
29	江苏省商务厅	2	0.2%	290	0.6%	3367.5	0.5%
30	中国食品和包装机械工业协会	9	0.8%	288	0.6%	3485.15	0.5%

第五章

2024 年中国展览馆市场分析

展览馆是展览业发展的载体，展馆的硬件条件直接决定了展会的规模和档次。近年来，中国各地纷纷加快会展场馆建设，新增展览馆可展览面积显著增加，现代化的展馆设施为举办国际性展会提供了有力保障。根据 UFI 发布的《2024 年全球展览场馆地图》[1]，在全球前五大场馆中，中国占据前四席，全国室内展览面积约达 1346.39 万平方米，占亚太地区总量的 81.2%。

一、实际运营展览馆数量与去年持平

本报告从收集到办展信息的展览馆中筛选出 2024 年举办 2 个以上经贸类展会的专业展览馆，作为中国展览馆市场分析对象，即 2024 年实际运营的展览馆。

2024 年中国实际运营的展览馆数量为 190 个，与 2023 年基本持平（194 个）。

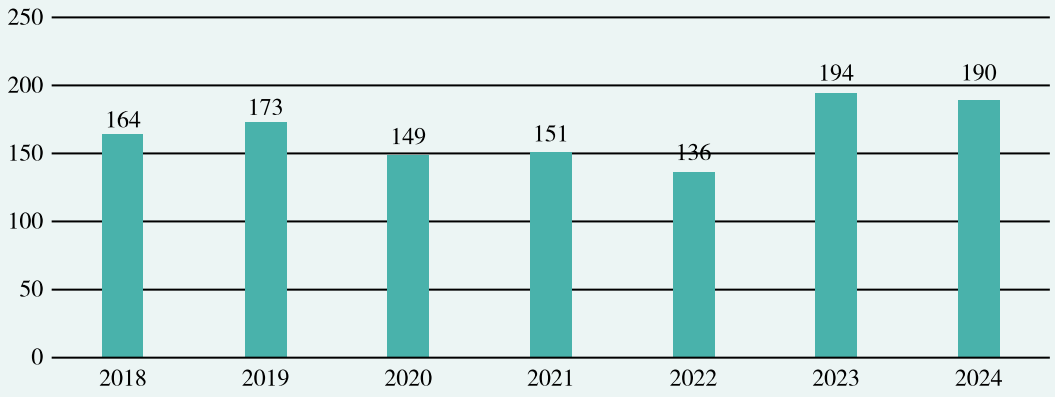

图 5-1　2018-2024 年中国实际运营的展览馆数量

数据来源：中国贸促会。

二、展会进一步向大型展览场馆集中

从举办展会数量看，2024 年共有 38 个展览馆举办 30 个及以上展会，占比 20%，与 2023 年基本持平。15 个展览馆举办展会数量在 20–29 个之间，31 个展览馆举办展会数量在 10–19 个之间，106 个展览馆举办 2–9 个展会。

1　数据来源：UFI，https://www.ufi.org/archive-research/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2024-edition-december-2024/。

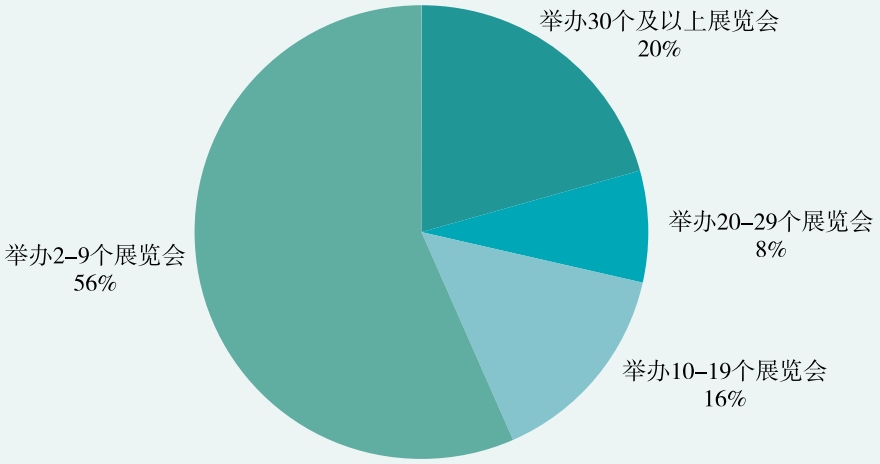

图 5-2　2024 年全国展览馆举办展会数量分布图

数据来源：中国贸促会。

从展览馆年度办展总面积看，2024 年全国有 42 个展览馆举办展会总面积在 100 万平方米及以上，比 2023 年增加 7 个，增幅达 20%。11 个展览馆举办展会总面积在 60 万 –100 万平方米之间，27 个展览馆举办展会面积在 30 万 –60 万平方米之间，49 个展览馆举办展会面积在 10 万 –30 万平方米之间，61 个展览馆举办展会面积在 10 万平方米以下。

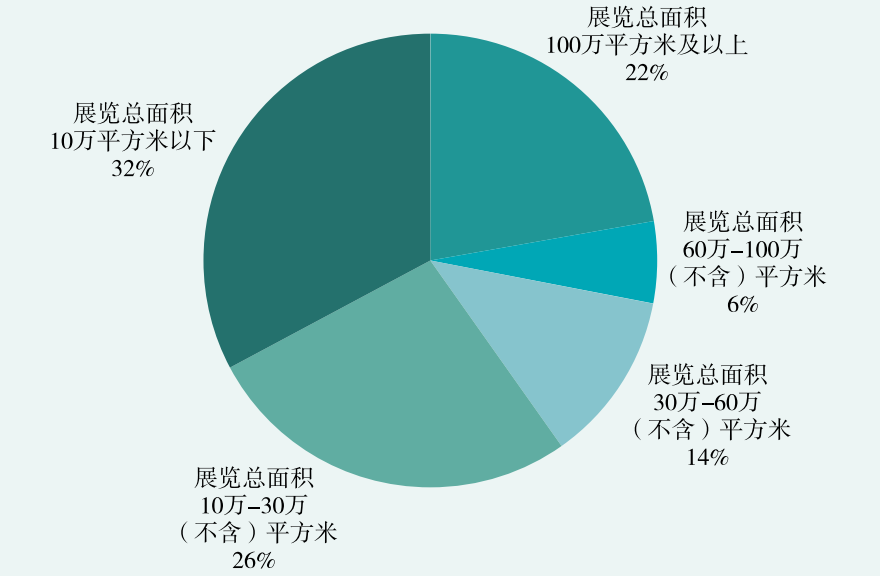

图 5-3　2024 年全国展览馆举办展会面积分布图

数据来源：中国贸促会。

三、多个新建展览场馆陆续投入使用

（一）杭州大会展中心

2024 年 5 月，杭州大会展中心一期项目全面完工，位于杭州临空经济示范区核心启动区。杭州大会展中心总建筑面积约 134 万平方米，共有 12 个展馆、18 个展厅，净展面积约 30 万平方米，可满足展会、赛事、年会、演唱会等各类需求。杭州大会展中心对标国内外一流大型会展场馆，突出国际化定位，集智能化、数字化于一体，以场馆建设带动区域开发，从而实现“建设一个馆、兴起一座城、实现一方繁荣”的目标[1]。

（二）厦门国博会议中心

2024 年 9 月，厦门国博会议中心正式启用。该项目位于福建省厦门市翔安区，为厦门国际博览中心的重要组成部分，总建筑面积 23.11 万平方米，建设内容包括 46 间会议室、VIP 室及其他附属配套用房，以及无柱多功能会议室，面积达 1.1 万平方米[2]。

（三）台州国际博览中心

2024 年 9 月 19 日，台州国际博览中心正式投入使用并迎来首展。台州国际博览中心项目位于台州商贸核心区（银泰城西侧），近心海绿廊中心区域，西至台州大道，东至人民路，南至洪兆路，北至心海路，主要功能包括展览中心、会议中心、商业中心、四星及五星级酒店。该博览中心建设用地面积约为 321 亩，总建筑面积约为 40 万平方米，标准展位 3890 个，是集技术和艺术于一身的现代化大型智能展览场馆，有助于进一步完善台州城市配套功能、推动区域经济发展、提升城市品质，助推产业集聚[3]。

（四）汕头国际会展中心

2024 年 9 月 25 日，汕头国际会展中心正式投入运营。汕头国际会展中心毗邻汕头体育中心与汕头大学东海岸校区，占地面积 8.77 万平方米，总建筑面积 15.37 万平

1 https://www.hzgcec.com/pc/index.html。
2 http://www.sasac.gov.cn/n2588025/n13790238/n29716312/n30607538/n30607771/c31702712/content.html。
3 https://tzicec.com/。

方米，建有会议中心、展览中心、标准五星级酒店等配套设施，是集多功能展览中心、会议中心、星级酒店为一体的大型会展综合体，可以满足展览、会议、宴会、赛事、演唱会、嘉年华、发布会、商务活动等多样化使用需求。汕头国际会展中心是目前粤东地区规格最高、规模最大、最具现代化水平的专业会展展馆之一[1]。

（五）杭州市武林之星博览中心

2024年11月8日，杭州市武林之星博览中心正式开园。武林之星博览中心坐落于拱墅区核心CBD商圈北翼，原址是曾经的杭州制氧机集团，占地约10.3万平方米，建筑总面积约8.3万平方米，由1–7号老厂房外加7幢新建建筑组成。1号厂房定位时尚、艺术、设计；3、4号厂房作为博览集群，聚焦于科学、艺术与文化的交融；5、6、7号楼致力于文化艺术与商业配套的完美结合。

（六）丽水国际会展中心

2024年11月底，丽水国际会展中心投入运营。丽水国际会展中心是丽水市迄今为止首个大型国际会议会展类建筑，位于丽水经开区，总用地面积约为10.5万平方米，总建筑面积约为17万平方米，室内会展场馆面积近2万平方米。丽水国际会展中心及配套酒店具备举办高端会议活动和接待国际级政务类活动的功能，同时也能满足民众日常生活娱乐、节假日旅游等需要[2]。

（七）南充国际会展中心

2024年11月中旬，南充国际会展中心竣工，项目位于高坪区江东大道中段，嘉陵江与螺溪河交汇处，占地178亩，建筑面积约10.45万平方米，分为会议、会展、配套服务3个部分，其中会议部分设1个2000人会议厅，2个贵宾厅，2个休息厅；会展部分设1个常年展厅和3个标准展厅。该展览中心集展览、会议、赛事、商务、餐饮、娱乐等多功能于一体，有助于促进南充会展商贸、创新研发、国际物流、商业服务等业态互动共融[3]。

---

1 https://pub-zhtb.hizh.cn/a/202409/25/AP66f3d898e4b05b60b9dfa636.html。
2 https://www.ccpitzj.gov.cn/art/2024/4/17/art_1229632370_44010.html。
3 https://www.nanchong.gov.cn/zjnc/tznc/tzhzxm/202406/t20240611_1981618.html。

（八）国家会议中心二期

2024 年，国家会议中心二期正逐步推进项目体内最后精装工作，拟于 2025 年正式使用。国家会议中心二期是由北京北辰会展投资有限公司投资建设及运营的北京市重点工程。项目位于奥林匹克中心区、国家会议中心一期北侧，由主体建筑和配套建筑组成，其中主体为总建面约 42 万平方米的会展中心，可承接不同规模的会议、论坛、宴会等各类活动及超过 50000 人的展览项目；配套建筑总面积约 36 万平方米，是集 5A 甲级写字楼北辰中心、精品购物中心 POLPAS 北辰荟、超星级酒店北京北辰万豪侯爵酒店和北京北辰丽思卡尔顿酒店等资源的复合型会展综合体[1]。

（九）新国展二期

2024 年 12 月，新国展二期项目展览中心、会议中心、地下车库及配套用房已具备投用条件。预计于 2025 年初正式投入使用，2 月迎来首展。新国展二期项目位于顺义新城第 23 街区、新国展一期北侧，项目用地面积约 63.74 万平方米，项目地上建设面积 43.85 万平方米。项目包括 1 栋会议中心、1 栋酒店、9 栋展馆和 3 栋登录厅，实现总净展面积约 21 万平方米、净会面积约 1.5 万平方米、客房约 450 间，可满足举办国际大型会展、国际峰会、商务会议、政务会议等使用需求，将打造成为空间规划合理、基础设施完备、产业协调发展的组团式会展综合体[2]。

（十）南京南部新城会展中心（中芬合作交流中心）

2024 年，国家级示范项目南京中芬合作交流中心建设稳步推进。中芬合作交流中心位于江苏省南京市南部新城核心区，规划用地面积约 5.15 公顷，总建筑面积约 21 万平方米，包含特色会展中心及五星级酒店、甲级写字楼、低碳生态展示与智慧城市控制中心、多功能展厅等四部分。该会展中心以“冰立方”为设计理念，应用了双玻幕墙、可再生能源集中供应等多种节能、高效技术，6 栋建筑在城市结构脉络中形成一个独特整体，旨在打造有温度的建筑，将成为连接两国经济、文化、环保等领域合作的纽带[3]。

---

1 https://wb.beijing.gov.cn/home/index/wsjx/202407/t20240709_3741484.html。
2 https://wb.beijing.gov.cn/home/gjjwzx/zgdt/202109/t20210928_2504380.html。
3 https://cscecee.cscec.com/zjdzgc/xwzx26/gsxw26/202312/3744740.html。

第六章

2024年重点展会分析

2024 年，在全球经济复杂多变的背景下，中国通过举办形式多样的展览会，积极推动经济合作与文化交流，重大展会活动成为展示中国高水平对外开放新成就的重要平台、链接中国与世界的重要桥梁纽带。

一、第七届进博会共促普惠包容经济全球化

第七届中国国际进口博览会，是由商务部和上海市人民政府主办、中国国际进口博览局和国家会展中心（上海）有限责任公司承办的展览会，于 2024 年 11 月 5 日至 10 日在上海举办。

（一）国家展充分发挥共促普惠包容的经济全球化作用

第七届进博会国家展汇聚了来自五大洲的 77 个国家和国际组织，展览面积 3 万平方米。法国、马来西亚、尼加拉瓜、沙特阿拉伯、坦桑尼亚、乌兹别克斯坦担任主宾国。贝宁、布隆迪、莱索托、马达加斯加、纳米比亚、挪威、斯洛伐克等 7 国和联合国儿童基金会首次参展。各参展国和国际组织高度重视国家展展示平台，展台设计融入各国文化、民族特色和现代科技，举办了 200 多场精彩纷呈的展台活动，既展现丰富的历史底蕴，也让观众了解到各国在不同领域的独特优势。中国馆以“推进中国式现代化，共谋世界发展繁荣”为主题，集中展示中国全面深化改革的丰富成果和生动实践，以及香港澳门回归以来的发展成就和两岸融合发展成果，很多展品和互动展项受到中外观众的广泛关注和积极参与。

（二）企业展聚焦服务新质生产力发展目标

第七届进博会企业展继续保持 36 万平方米的超大规模，共有 129 个国家和地区的 3496 家企业参展，186 家企业和机构成为七届“全勤生”，充分体现全球企业对中国经济发展的信心和中国超大规模市场的吸引力。企业展主要有以下几个特点：一是参展企业代表性广泛。有来自 104 个“一带一路”共建国家的 1585 家企业、13 个《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）国家的 1106 家企业、35 个最不发达国家的 132 家企业参展。来自美国、日本、德国、法国、英国等国参展企业的参展规模继续领跑。二是策展组展注重创新。聚焦发展新质生产力，在技术装备展区首次设立新材料专区，涵盖电子材料、生物材料、特种材料等高附加值产品；完善集成电路专区产业链，引入

存储芯片制造商和电子设计自动化解决方案供应商等龙头企业；汽车展区中一半以上的展商展示自动驾驶、新型储能等最新技术和创新成果；创新孵化专区集中展示34个国家和地区的360个创新项目，为中小企业和初创企业发展提供助力。三是参展企业质量更高。本届进博会汇聚全球多家顶尖企业，其中世界500强和行业龙头企业297家，创历史新高，包括全球十大工业电气企业、十大医疗器械企业、四大水处理企业、四大粮商、四大蔬菜种业、三大精品集团、三大快时尚集团、八大美妆日化企业、四大会计师事务所、三大快递公司等。四是首发首展新品众多。作为推动高水平开放的平台，进博会每年都汇集来自全球的新品好物。跨国企业带来450项新产品新技术新服务首发首展，包括100多项全球首发、40项亚洲首展、200多项中国首秀，积极助力“首发经济”，激发消费新动能。

（三）国际采购和投资促进功能凸显

进博会国际采购和投资促进功能凸显。一是专业观众规模更大。39个政府交易团和4个行业交易团组织注册专业观众超过43万，同比增长4%。二是供需对接场景更多。贸易投资对接会举办近50场贸易和投资促进活动。首次举办重要采购商选品会，邀请大型商超、代理经销商、餐饮企业、跨境电商及直播电商、新零售渠道商等与参展商开展专场对接活动，根据意向采购需求匹配参展商，提高对接洽谈精准性。创新设立的采购商长廊座无虚席。三是数字赋能更有效。利用网上供采大厅和数字进博平台，发布近1.2万条采购需求，助力供需双方预先对接。四是观展服务更优化。共组织280多个观展团组，安排展商集中讲解，细化具体观展路线，打通展客商精准对接的“最后一公里”。第七届进博会成交活跃，按一年计意向成交金额800.1亿美元，比上届增长2.0%。

二、第二届链博会拓展全球合作共赢发展新空间

由中国贸促会主办的第二届中国国际供应链促进博览会（简称“链博会”）于2024年11月26日至30日在北京成功举办。链博会创造一个促进各方加强沟通、深化合作、共谋发展的国际化平台，通过参加链博会，中外企业和机构相互奔赴、彼此成就，拓展了合作共赢发展新空间。

（一）发出推动产业链供应链国际合作、共建开放型世界经济的时代强音

李强总理同第二届链博会参展参会企业代表座谈，韩正副主席出席第二届链博会开幕式并致辞，何立峰副总理会见专程来华参加第二届链博会的日本关西经济界访华团，强调中国将坚定不移扩大对外开放、推动产业链供应链国际合作、维护普惠包容的经济全球化，并鼓励广大企业做全球产供链的坚定维护者和积极建设者，在参展参会的中外各界人士中引起热烈反响。

第二届链博会上，中国贸促会同与会中外工商界代表共同发布《产业链供应链国际合作北京倡议》；采用最新权威数据，全面梳理全球供应链促进体系的最新态势，发布 2024 版《全球供应链促进报告》。同时，在报告基础上开发了两个“指数”，即全球供应链连接指数、全球供应链促进指数。

（二）借助链博平台，有力服务国家战略

在服务创新驱动发展战略、加快发展新质生产力方面，第二届链博会新增先进制造链展区，“6 链 1 展区”生动展示全球科技创新和产业创新融合发展的最新成果，有力促进国际科技创新交流合作，推动发展以高技术、高效能、高质量为特征的生产力。在服务高质量共建“一带一路”方面，来自 40 多个共建“一带一路”国家的企业和机构参展，约占境外参展商数量的一半；来自东盟、非洲、拉美、中亚、中东等地区大批共建国家政府部门、商协会组织代表团前来观展交流；中国国际商会联合陆海新通道沿线 17 个国家的 18 家工商会共同发起成立陆海新通道国际工商会联盟，在本届链博会期间举行成立仪式，对于调动国际工商界力量推动陆海新通道建设具有重要意义；支持新加坡、匈牙利、秘鲁、埃塞俄比亚等共建国家有关机构举办系列交流洽谈活动，展现各国在共建“一带一路”框架下的供应链合作模式、经验、案例和发展前景，推动中国与共建国家之间的贸易投资合作。在服务区域重大战略方面，围绕京津冀产业链协同发展、长三角产业链高质量“走出去”、海南自贸港发展、粤港澳大湾区建设等举办专场活动，支持各省区市举办形式多样的招商推介和对接交流活动，促成了一大批合作项目和合作意向。在服务知识产权强国战略方面，现场设立商事法律服务展位、知识产权和法律服务工作站，围绕知识产权强链增效、知识产权管理等举办一系列交流研讨活动，增强企业知识产权保护和运用能力，推动知识产权国际合作。

（三）汇聚各方智慧力量，有效促进产业链供应链创新合作

链博会与其他展会不同，在于办展理念、展示逻辑和企业参展方式不一样。链博会不只关注短期交易，更注重促进供应链上中下游企业的长期合作和共同发展。第二届链博会线上线下观众人数超过20万人次，比首届增加约1/3，其中线下观众超过16万人次，部委和省市代表团、境外代表团均超过100个，高校和科研院所2万余人现场参观和学习交流。涉及69个国家、地区、国际组织的620家中外企业和机构参展，境外参展商占比从首届的26%上升到32%。加上参展商带来的400多家产业链上下游合作伙伴，实际参展商超过1000家。展会期间，展商与3.7万多家上下游企业建立合作联系，结识重要目标客户1.8万多家。中国贸促会为参展商和专业观众组织6000余次精准匹配，促成合作意向6700多项。6链1展区分别举办交流对话活动，中外链主企业共同牵头发起各产业链联合倡议。展会期间，共举办69场主题专题活动和370多场对接洽谈等活动，包括中国工程院院士、世界500强企业高管、国际组织负责人在内的1万余人参会交流。据不完全统计，本届链博会共签署合作协议、意向协议210多项，涉及金额1520多亿元人民币，比首届增加1.3%。

（四）实现“朋友链”“创新链”“共赢链”三大新突破

一是朋友链。第二届链博会进一步深化“平台+链”模式，推动参展企业带动供应链上下游朋友圈企业一同参展。第二届链博会组织了一系列供需对接和线上配对，推动参展商和专业观众，“链主”和“链属”企业，跨国公司与中国的专精特新、小巨人、隐形冠军企业，计划“走出去”的中国企业与外国驻华使馆、境外商协会面对面交流、手拉手合作。主宾国匈牙利与主宾省湖北共同举办供应链国际合作对接会，成为第二届链博会上的一大亮点。

二是创新链。第二届链博会把放大创新集聚功能作为重要着力点，助力打通创新链与产业链供应链“相望难相见”的卡点堵点。新设一条精彩纷呈的先进制造链，其他链条和供应链服务展区也有很多企业展示了最尖端的产品和技术。

三是共赢链。国际化是衡量一个展会水平的重要标志。作为全球首个以供应链为主题的国家级展会，链博会天然具备国际视野。第二届链博会参展企业和机构涉及69个国家、地区和国际组织，较首届增长约四分之一。境外参展商占比由首届的26%升至32%。其中，欧美参展商和40多个共建“一带一路”国家参展商各占约一半，美国

企业再次位居境外参展商数量之首，欧洲、日本参展企业数量大幅超过首届。非盟和阿盟在首届基础上继续参展。

（五）找准着力点促进新质生产力发展

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。近 80 家中外行业领军企业在新增的“先进制造链”展区参展，其中近三分之一是外资企业。其他各个链条和展区亦向“新”而行，新产品、新技术、新工艺、新材料层出不穷，令人目不暇接。链博会不仅展示了中外企业以科技创新引领产业创新的最新成果，也有效帮助各国企业拓展在华发展“朋友圈”，有力推动科技共创、产业共融、生态共赢。一是助力传统产业转型升级。本届链博会集中展示各国企业运用先进技术赋能传统产业转型升级，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展的最新实践。二是推动新兴产业发展壮大。当前，电子信息、新能源、生物医药等新兴产业蓬勃发展，众多行业龙头企业在第二届链博会展现其最新成果。三是促进未来产业加快布局。人工智能、基因技术、低空经济、商业航天等未来产业成果集中展示，是第二届链博会的一大亮点。

三、第 135 和 136 届广交会境外采购商数量屡创新高

中国进出口商品交易会，又称广交会，创办于 1957 年春，每年春秋两季在广州举办，由商务部和广东省人民政府联合主办，中国对外贸易中心承办。

（一）第 135 届广交会

第 135 届广交会于 2024 年 5 月 5 日在广州落幕，本届广交会举办期间，李强总理分别同境外采购商代表和参展企业代表座谈交流，在广交会巡馆并参观广交会发展史陈列馆，强调要深入落实习近平总书记关于办好广交会的重要指示精神，深化改革开放，坚持创新发展，打造“永不落幕”的广交会、“引领市场”的广交会，推动广交会越办越好，让广交会这个“金字招牌”不断焕发新的时代风采。

境外采购商到会人数创历史新高。截至 5 月 4 日（下同），共有来自 215 个国家和地区的 24.6 万名境外采购商线下参会，比上届增长 24.5%，刷新纪录。其中，共建“一带一路”国家采购商 16 万人，增长 25.1%；RCEP 成员国采购商 6.1 万人，增长 25.5%；

金砖国家采购商5.2万人，增长27.6%；欧美采购商5万人，增长10.7%。

出口成交呈恢复性增长态势。截至5月4日，本届广交会线下出口成交247亿美元，比上届增长10.7%。新兴市场客商成交积极，与共建“一带一路”国家成交138.6亿美元，比上届增长13%。欧美传统市场人均客单价高。线上平台成交渐趋活跃，出口成交30.3亿美元，比上届增长33.1%。

新质生产力激发外贸新动能。本届广交会参展企业现场展示新品超100万件，举办334场新品首发首展首秀活动。企业在线上平台累计上传展品超254万件，其中新产品66万件、智能产品10万件、绿色低碳产品40万件、自主知识产权产品21万件。广交会上，新产品、新技术、新材料、新工艺、新创意层出不穷，更多体现新质生产力发展成果的高端、智能、绿色、低碳产品涌现，受到国际市场热捧和青睐，彰显了“中国智造”的硬实力，为外贸发展注入新活力。

线上平台运行平稳。本届广交会线上参会境外采购商40.8万人，来自全球229个国家和地区。参展企业店铺累计访问量341.2万次，其中出口展参展企业店铺累计访问量337.6万次，进口展参展企业店铺累计访问量3.6万次。参展企业累计连线展示1291场次，共1.72万人次观看。本届广交会线上平台加大了连线展示、VR看厂、3D摄影等数字技术和智能引流，企业反馈询盘的采购商数量有明显增长。

（二）第136届广交会

第136届广交会于2024年11月4日在广州落幕。

到会境外采购商数量创历史新高。截至11月3日（下同），共有来自214个国家和地区的25.3万名境外采购商到会，较上届增长2.8%，首次突破25万大关，创历史新高。“一带一路”共建国家采购商占比超六成，共计16.5万人，增长3.7%。中东国家采购商数量增长最快，达3.4万人，增长32.6%。欧美国家采购商数量明显回升，到会5.4万人，增长8.2%，其中，欧盟采购商2.2万人，增长22.5%；美国采购商8919人，增长5.2%。共有146家工商机构组团参会，增长18.5%。头部跨国采购企业首次突破300家，达308家。

出口意向成交额较上届略增。本届广交会出口意向成交额249.5亿美元，较上届增长1%。“一带一路”共建国家成交占比过半，欧美传统市场成交实现增长。参展企业普遍反映，本届到会境外采购商采购目标明确，合作意愿较强，后续通过实地验厂、深入对接后有望达成更多交易。

线上平台运行平稳。本届广交会参展企业累计在广交会官网上传展品约 375 万件，吸引来自全球 224 个国家和地区的 45 万名境外采购商线上参会。参展企业店铺累计访问量 342 万次，其中出口展店铺累计访问量 339 万次。企业累计连线展示 986 场次，共有 3.2 万人次观看。首次推出的广交会 APP 吸引约 8.7 万人下载使用，成为广受欢迎的掌上“参会助手”。

配套活动成效显著。本届广交会举办了“提升贸易数字化水平研讨会”，围绕贸易数字化国际发展趋势、我国进展情况、国际合作路径等展开探讨，凝聚贸易数字化发展共识，推动合作共赢。首次邀请联合国儿童基金会、联合国项目事务署等国际组织共同举办采购信息交流会，向参展企业介绍联合国采购招标流程与参与方式，分享采购案例并进行交流。举办合格评定服务贸易便利化国际合作研讨会，聚焦电子家电领域，研讨进一步加强区域标准与合格评定交流合作。本届广交会还成功举办了 860 多场贸促系列活动，创历史纪录。举办 348 场“贸易之桥”系列活动，其中 334 场供采对接活动吸引了 763 家采购商和 1747 家供应商“一对一”对接洽谈，意向采购金额累计超 8.5 亿美元。举办 55 场专业会议活动，其中 19 场行业论坛吸引约 2500 名观众参与。首次发布《中国品牌出海发展报告》等 10 份前沿性、趋势性主题报告。

四、2024 年服贸会推动“全球服务，互惠共享”

由商务部和北京市人民政府共同主办的 2024 年中国国际服务贸易交易会（简称“服贸会”）于 9 月 12 日至 9 月 16 日在北京举办。本届服贸会秉持“全球服务，互惠共享”理念，突出智慧服务、开放发展，成功举办全球服务贸易峰会，精心打造综合展和 9 个专题展，举办了 13 场主题论坛、88 场专题论坛、56 场洽谈推介、25 场边会，吸引 2000 余家企业线下参展，6000 余家企业线上参展。

（一）全球服务贸易峰会凝聚合作发展共识

2024 年 9 月 12 日，习近平总书记向 2024 年服贸会致贺信，习近平指出，服贸会是中国服务业和服务贸易高质量发展的生动写照，为构建开放型世界经济作出了积极贡献，宣示了中国坚持以高水平开放推动高质量发展的坚定决心。

中央政治局常委、国务院副总理丁薛祥视察展馆，出席全球服务贸易峰会并发表主旨演讲。北京市委书记尹力宣读习近平总书记贺信，北京市市长殷勇主持。来自 37

个国家和地区近800位中外嘉宾现场参会。格鲁吉亚第一副总理及世界知识产权组织、经济合作与发展组织主要负责人发表致辞，表示全球贸易内容从有形产品转向无形服务，服务贸易增速快于货物贸易，期待加强合作，共促世界经济增长。

（二）展览展示汇聚开放创新成果

国际化参与度再创新高。85个国家和国际组织设展办会，其中13个首次独立设展，数量均超上届。主宾国法国组织赛事管理、文旅服务等企业参展，与教育服务、体育服务专题联动，拓展中法合作新空间。澳大利亚携手20家企业机构参展洽谈，为担任2025年主宾国预热。线下参展企业，整体国际化率超20%，世界500强和行业龙头企业460余家。

智慧服务集群化展示。成就展集中展示30余件我国服务贸易开放创新发展的代表性实物展品。各专题展集中亮相人工智能、云计算、元宇宙、6G等行业前沿技术，以及产业融合发展的新成果。全球首款搭载人工智能深度学习技术的骨科手术机器人、全球最小心脏起搏器、远程安全驾驶系统智能驾驶舱等，让观众现场感受智慧服务的魅力和便捷。

（三）成果发布引领行业风向

权威发布助力高质量发展。会期发布中国服务贸易发展报告、数字贸易发展与合作报告等权威成果。300余位中外嘉宾，聚焦服务贸易热点前沿交流研讨，认为绿色竞争力、数字技术等正重塑全球产业链供应链和国际贸易规则，呼吁优化国际营商环境，推动服务贸易高质量发展。

首发活动激活创新动能。世界500强及行业龙头企业、境内外机构等111家企业机构发布数字化、人工智能、医疗健康等领域219项成果，比上届增加80项，其中，全身精准诊疗超声系统等新品首发110项。

（四）洽谈推介促成务实合作

交易洽谈氛围浓厚。举办国际合作项目洽谈推介会等56场洽谈推介，其中海外对接会系列活动10场。四川、海南等10个省区市举办12场主题活动，推介优势领域和项目。打造“投资北京会客厅”，16个区和经开区全部开展直播和咨询洽谈活动，全面介绍北京产业信息、最新支持政策，与意向投资人“见面聊”。展客商使用服贸会数字

平台“商务约见”功能，发起邀约 5300 余次。

服务消费释放潜力。举办购车节、时装周等活动，促进绿色消费、拉动时尚购物。北京各区充分利用服贸会平台，开展商文旅体消费活动。此外，澳大利亚、挪威会期“直播带货”、伊朗继续设置京东线上国家馆，促进本国企业走进中国市场。

大会达成务实成果。会期共达成成交、投资等 7 类近千项成果，主要集中在建筑、金融、商业服务等领域。北京市各区和各专题成交额均高于上届。

五、第四届消博会引领全球新消费、激发消费新活力

2024 年 4 月 13 日至 18 日，以“共享开放机遇、共创美好生活”为主题的第四届中国国际消费品博览会（简称“消博会”）在海南举办。

（一）各国企业踊跃参展，展会规模创历史新高

第四届消博会总展览面积 12.8 万平方米，共有来自 71 个国家和地区的 4019 个消费精品品牌参展，参展国别数和品牌数较第三届分别提升 9% 和 19%。爱尔兰担任主宾国，共有 12 个 RCEP 国家参加，占成员国总数量 80%。英国、蒙古国、俄罗斯和马来西亚首次以国家展团的形式参展。

（二）首次采用“1+N”全岛办展模式，展会成效超出预期

2024 年，消博会除继续在海南国际会展中心设置主会场外，在海口、博鳌等地新增帆船游艇、免税购物、国际健康 3 个分会场。帆船游艇展参展船艇总数达到 250 艘，较 2023 年的 220 艘增长 14%，共有 80 家国际品牌参展，参展境外船艇数量与品质均创历史新高。免税购物展联动国内外知名品牌全年不定期举办时尚走秀、新品首发等活动。

（三）各类活动丰富多彩，首发首秀亮点纷呈

2024 年，超 1462 件新品在消博会首发，较第三届增长 45%。聚焦“消费促进年活动”，围绕消费品以旧换新、健康消费等近期重点工作，举办旅游零售、智能家居、绿色金融、医疗健康、国际教育、女性时尚等 6 场主题活动；举办中法美食品鉴、新能源汽车众测环岛赛、消博之夜嘉年华、全岛文娱旅游等系列特色活动，更好满足百姓健康品质生活需求。展会期间，超 600 场全球消费创新、新品首发首秀、时装

周、采购对接、行业推介等主题活动和特色活动举办。全球好物供需对接活动达成 92 个合作意向；建发股份分别与保乐力加、柯诺苏达成重要签约，进一步扩大酒水行业“朋友圈”。

（四）突出“绿色 + 数字化”，打造永不落幕的消博会

第四届消博会发布了绿色办展指引，在参展、搭建、出行、餐饮、物流等方面各个环节使用环保可重复利用的材料，场馆及配套设施 100% 使用绿色电力，举办“绿色金融”论坛等系列活动，积极倡导绿色消费理念，打造成为“绿色、零碳”展会。打造“6+365 天”持续运营的消博汇（市集），线下在海口、三亚等地搭建精品展示体验区，线上搭建“消博好物”交易平台，其中有 2337 件展品将成为长期商品，实现线下展示体验和线上销售相结合。

第七章

2025 年中国展览业发展展望

随着中央经济工作会议各项决策部署的落地落实落细，政策效应不断显现，经济运行向上、向好的因素在增多，经济社会高质量发展的基础有望进一步夯实，展览业稳步发展的基础将更加牢固。

一、展览业高质量发展将持续为经济发展注入活力

2024 年中央经济工作会议指出，我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大，长期向好的支撑条件和基本趋势没有变。随着中国经济的稳中向好，一揽子增量政策落地见效，2025 年中国展览业将继续保持稳步发展的态势，在中国经济高质量发展中的重要作用还将进一步凸显。

展览业将为扩大内需提振消费作出更大贡献。中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”列为 2025 年九大重点任务之首。我国拥有 14 亿多人口、4 亿多中等收入群体，居民消费不断升级，巨大市场需求有待释放。展览业作为现代服务业的重要组成部分，是扩大内需的重要支撑，展览活动有利于更好地实现供给与需求的对接。通过各类展会，能够助力消费需求的有效释放，引领消费升级新趋势。中央经济工作会议还强调要“创新多元化消费场景”“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”，重大展会活动已成为企业发布新产品，推出新业态、新模式、新服务、新技术的重要展示平台，未来展览业将继续发挥推动消费新模式、新业态发展的重要作用。

展览业将更好地扮演区域经济发展助推器。UFI 发布的《2025 年值得关注的五大趋势》指出，展览业在推动相关行业市场壮大，带动地方经济发展方面发挥着非常积极的作用，越来越多的政府了解到展览业的战略价值和重要性，展览业未来将更加明确自身的定位和作用[1]。以北京、上海、广州、深圳等重点会展城市为代表，中国形成了多个具有国际影响力的展览集聚地，围绕展览活动构建起涵盖交通、餐饮、住宿、广告、物流等多领域完备的产业链条，吸纳了大量就业人口。数据测算显示，一年两届的广交会经济带动效应占当年广州市全年 GDP 的 3.96%，其中带动效应最大的产业部门依次为租赁与商贸服务业、住宿业、餐饮业[2]。举办高水平展会是各城市展示经济发展成就和良好营商环境的重要窗口，围绕展会相关的产业和配套服务逐渐聚集与升级，将进一步带动区域经济发展。2025 年各地政府将更加注重展览业对区域经济的推动作

1　资料来源：UFI,https://blog.ufi.org/2024/12/03/5-trends-to-watch-in-2025/?trk=public_post_reshare-text。
2　资料来源：广州市人民政府，https://www.gz.gov.cn/xw/xwfbh/content/post_9290377.html。

用，出台更多鼓励展览业发展的政策措施，培育本地展览品牌，吸引优质展会资源落地，促进区域经济多元化发展。

展览业助力国际合作与对外开放的重要平台作用将更为突出。面对逆全球化、贸易保护主义抬头等不利的国际环境，中国持续扩大高水平对外开放，展现大国担当和开放姿态。进博会、链博会、广交会、服贸会、消博会等重大展会为全球提供了交流合作、增进互信的开放平台，通过汇集全球各地的人流、物流、信息流等，可以推动更多全球优质商品、技术和服务进入中国市场，让更多海外企业分享中国经济发展的红利与中国大市场的机遇，展示中国经济的良好发展态势和巨大潜力，向世界传递中国持续扩大高水平对外开放的坚定决心。随着中国市场的吸引力不断提升、重点展会的国际影响力不断扩大、外国人出入境更加便利，我国展览业在推动国际合作和对外开放不断深化中的作用将更加突出。

二、市场化程度持续提升推动展览业规范高效发展

2024年多地政府工作报告均强调了压减一般性支出，进一步转变职能，减少对展览活动的直接干预。一方面将促使展览企业更加注重市场需求的深度挖掘和精准分析，以客户为中心，不断优化展会的策划、组织和服务流程。另一方面，会展服务的专业化程度也将大幅提升，将为参展商和观众提供全方位、高品质、个性化的服务体验。

市场化将推动展会主题更加细分，更精准服务市场产业发展需求。近年来全球展览业正朝着专业化的方向迅速发展，展会主题的细分和精准定位成为行业趋势。《Eventbrite 2024年趋势报告》显示，专业活动比上一年大幅增加了32%。随着中国展览业专业化水平的持续提升，国内展会主题也将更多聚焦细分专业领域，针对特定行业、特定领域甚至特定产品的专业性展会将大量涌现，以满足市场和产业发展需要，以及不同客户群体日益多样化和专业化的需求。可以预见未来展览行业市场机制的资源调配作用将更加凸显，更多的国内外资本、技术、人才将被引入，展览行业新模式、新业态将不断涌现，展览行业的整体效率将进一步提升。

三、科技创新不断成为展览业高质量发展关键引擎

随着科技的飞速发展，新质生产力正逐渐成为推动社会进步和经济发展的重要力

量。新质生产力以其高科技、高效能、高质量的特征，引领创新，正成为展览业高质量发展的核心驱动力，为行业带来全新变革与蓬勃活力。

前沿技术将愈发成为展览业发展新动能。互联网、大数据、人工智能、虚拟现实（VR）等前沿技术深度融入展览场景。线上展览平台打破时间与空间限制，实现全天候展品展示、线上洽谈交易，与线下实体展会相互补充、融合发展，为展商和观众提供更便捷、高效的参展观展体验。利用大数据分析技术，主办方能够精准把握参展商需求、观众兴趣偏好，实现精准营销与个性化服务，提高展会运营效率与质量。而 VR、增强现实（AR）技术则为展品展示增添科技魅力，观众无需亲临现场即可沉浸式感受产品细节与应用场景，极大地拓展展览的辐射范围与影响力。

新质生产力打破展览业边界，加速“展览 + 产业”融合创新。一方面，展览业与高端制造业紧密结合，重大展会展示智能机器人、3D 打印设备等前沿制造产品，为制造业企业搭建交流、交易平台，促进新技术产业化；另一方面，与新兴数字产业联动，数字展、虚拟展会等展览业新业态不断涌现，不断开辟展览业新赛道，催生新商业模式。

人工智能推动展览业向智能化加速迈进。近年来，随着数字技术的发展，人工智能在实现更智能、更高效的活动策划、提供数据导向的解决方案及提升与会者体验方面发挥了重要作用。AI 技术特别是生成式人工智能（GenAI）的应用，极大提升了活动策划和运营的效率，同时也将影响未来行业发展格局。全球独立目的地管理公司（Destination Management Companies，DMCs）2024 年第三季度会议和活动调查显示，48% 的会展行业受访者表示在日常办展工作中使用人工智能工具，高于 2023 年底的 30%[1]。AI 技术将全方位渗透展览业的各个环节，有力地推动展览业朝着更加智能化的方向加速迈进。

四、绿色理念凝聚行业共识推动低碳可持续发展

2024 年 2 月 19 日，习近平总书记在中央全面深化改革委员会第四次会议上强调，促进经济社会发展全面绿色转型是解决资源环境生态问题的基础之策，要把绿色发展理念贯穿于经济社会发展全过程各方面。在全球积极应对气候变化、大力倡导绿色发

1　资料来源：DMC，https://globaldmcpartners.com/2024/09/2024-q3-meetings-events-pulse/。

展的当下，展览业正快步迈向低碳可持续的新征程，绿色理念已成为凝聚全行业共识的核心力量。政府政策导向、大型会展活动的策划呈现、会展场馆的规划设计运营、服务商产品和服务设计等都更加强调绿色低碳可持续发展。

中国政府高度重视展览业的绿色低碳发展，出台了一系列政策文件和行业标准。《国务院关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》要求“推进会展业绿色发展，指导制定行业相关绿色标准，推动办展设施循环使用”。《绿色展览创新基地评定标准》《绿色展馆》等绿色展会标准不断推出，各地强化标准推广应用，提升标准实施效果，以标准引领展览行业绿色发展。从展览场馆建设与运营来看，越来越多的新建场馆在设计之初就将绿色建筑标准融入其中，如选用环保节能材料，大幅降低建筑能耗；采用智能感应节能灯，减少不必要的能源消耗；实施垃圾分类精细化处理，最大程度降低对环境的负面影响；展会期间的交通组织也积极践行绿色理念。中国重点展会积极倡导践行绿色办展理念，为中国乃至全球展览业绿色发展提供了重要示范，第二届链博会制定了“绿色搭建、绿色运营、绿色餐饮、绿色物流、绿色推广”联动方案，入选《中国绿色展览发展报告 2024》优秀案例；第 136 届广交会在 100% 绿色布展基础上，探索创建零碳广交会，首次实现碳中和目标。

随着绿色理念扎根更深、技术创新赋能更强、行业协同联动更密，展览业必将在绿色发展轨道上行稳致远，为全球应对气候变化贡献会展力量。