

中国展览经济发展报告 2025

前言

2025 年是“十四五”规划收官之年，也是“十五五”规划谋篇布局之年。中国经济顶压前行、向新向优发展，现代化产业体系建设持续推进，改革开放迈出新步伐，重点领域风险化解取得积极进展，民生保障更加有力，为展览业高质量发展筑牢坚实根基、注入强劲动能。

自 2005 年以来，中国贸促会连续发布《中国展览经济发展报告》，已成为研判行业发展态势、引导产业方向的重要参考，在国内外行业领域形成广泛影响力。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 2025》。本报告以在专业展览馆举办的 2000 平方米以上经贸类展会¹为国内展研究对象；以中国贸促会出国展览审批管理系统审批通过且实际执行的出国展览项目为出国展研究对象。在深度调研、数据分析、政策解读与专家座谈的基础上，报告聚焦 2025 年中国展览业发展环境与特征、国内展览动态、出国展览布局、展览馆市场运行等核心维度展开系统分析，全面复盘年度发展状况，并结合“十五五”规划导向展望 2026 年行业发展趋势，为政府决策、行业发展与企业运营提供参考与指引。

2025 年，中国经济向新向优为展览业高质量发展提供坚实支撑，中国展览业整体呈现稳中有进的良好发展态势，经贸类展会数量与面积均创历史新高；出国展览市场总体平稳、结构优化，欧美等传统市场参展办展项目稳步增加，企业赴“一带一路”沿线及拉美、非洲等新兴市场参展办展热情高涨，出国办展效率大幅提升。作为连接供给与需求、贯通产业与消费、联动国内与国际的重要平台，展览业凭借“一业带百

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、峰会等活动不在本报告研究范围。

业”的乘数效应，在国家和各地方落实发展战略、推动产业升级、激活经济活力中发挥了重要作用。

站在新的历史起点，面对世界之变、时代之变、历史之变的深刻演进，以习近平同志为核心的党中央总揽全局、掌舵领航，为“十五五”时期经济社会发展作出顶层设计与战略部署。这也为中国展览业乘势而上、服务中国式现代化建设指明前进方向。面向未来，在政策引导与市场驱动的双重赋能下，中国展览业数字化、绿色化、市场化、国际化步伐将进一步加快，高质量发展水平将持续提升。

目 录

CONTENTS

01

第一章

2025 年中国展览业发展环境与特点分析

- 一、中国经济向新向优为展览业提供坚实支撑 / 002
- 二、各地政府持续加大对展览业的支持力度 / 003
- 三、国内展览继续呈现稳中有进的良好态势 / 006
- 四、中国展览业国际化水平持续提升 / 007
- 五、新技术新模式加快推动展览业创新升级 / 008
- 六、出国展览市场总体平稳、结构优化 / 010
- 七、大型展会平台充分发挥对外开放窗口作用 / 010

02

第二章

2025 年中国国内展览发展分析

- 一、展会数量和面积均创历史新高 / 014
- 二、中西部地区展会数量占比提高 / 015
- 三、三大经济圈保持展会主要聚集地 / 017
- 四、中小型展会数量大幅增加 / 019
- 五、展会行业布局紧贴区域发展定位 / 021

03

第三章
2025年中国出国展览发展分析

一、出国展项目数量延续增长态势	/ 026
二、亚洲、拉美和非洲项目数量增长显著	/ 027
三、德美俄保持前三大出展目的地	/ 028
四、专业展项目和企业数量双提升	/ 031
五、出国自办展成交金额大幅提高	/ 036
六、出国展组展企业数量持续增加	/ 037

04

第四章
2025年中国展览馆市场分析

一、实际运营展览馆数量显著增加	/ 042
二、办展面积不足10万平展览馆大幅增多	/ 042
三、展览馆聚焦绿色化数字化转型	/ 044

05

第五章
2025年重点展会分析

一、第三届链博会激发中外企业合作新动能	/ 048
二、大阪世博会中国馆实现历史性突破	/ 050
三、第八届进博会展现中国市场“磁吸力”	/ 052
四、第137届、138届广交会助力释放外贸新动能	/ 054
五、2025年服贸会拓展服务贸易国际合作网络	/ 055
六、第四届数贸会共享数字发展机遇	/ 056
七、第五届消博会搭建供需连接桥梁	/ 057
八、第二十五届投洽会共促全球发展	/ 058

06

第六章

2025年重点城市展览业发展分析：武汉

- 一、总体发展情况：规模能级跨越式提升 / 062
- 二、政策支持体系：精准赋能高质量发展 / 064
- 三、展览馆建设与运营：专业化现代化基础设施 / 065
- 四、发展经验与模式创新 / 066

07

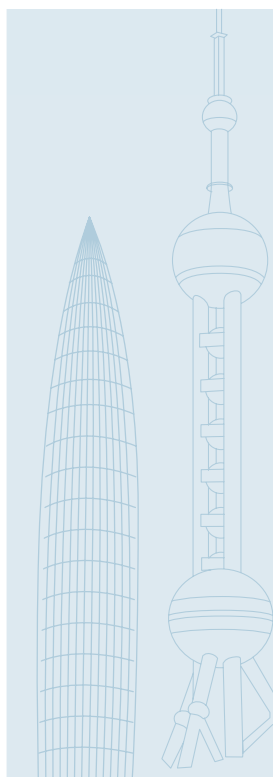
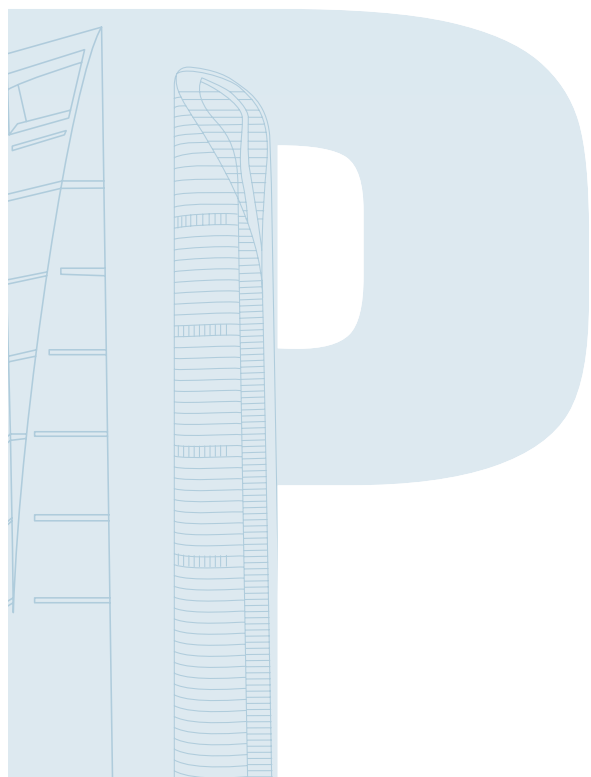
第七章

2026 年中国展览业发展展望

- 一、展览业在现代化产业体系建设中的作用愈加突出 / 068
- 二、展览业在引领新消费创造新场景中作用更加明显 / 069
- 三、数字经济加快发展为展览业转型提供支撑和空间 / 070
- 四、绿色需求持续扩大推动展览业绿色化升级转型 / 071
- 五、城市展览业错位竞争差异化发展态势将愈发明显 / 072

第一章

2025 年中国展览业 发展环境与特点分析



一、中国经济向新向优为展览业提供坚实支撑

2025 年，我国经济顶压前行、向新向优发展，现代化产业体系建设持续推进，改革开放迈出新步伐，重点领域风险化解取得积极进展，民生保障更加有力¹。作为连接产业与市场、国内与国际的重要平台，展览业在经济结构优化、发展动能转换的进程中，实现了高质量发展。

“三新”经济推动展览服务场景提质升级。在以新产业、新业态、新商业模式为核心的“三新”经济驱动下，展览服务不断突破传统产品展示单一维度，逐渐延伸至数字技术应用、绿色低碳转型、产业融合发展等领域综合解决方案的全景呈现，涵盖从技术研发、成果转化到市场对接的关键环节，为产业链供应链上下游协同创新、跨界资源整合提供了高效载体。同时，线上线下融合、参展方与采购方智能供需匹配系统等创新形式的加速普及，打破时空限制、提升对接效率。

现代化产业体系不断丰富展览主题和内容。现代化产业体系建设为展览业提供了丰富的内容供给，推动展会题材从传统领域向新兴赛道不断延伸，形成展产融合的良好互动。在新质生产力加速培育的背景下，人工智能、商业航天、智能网联车等前沿领域成为展会新热点。传统产业的转型升级也为展会赋予新内涵，通过推动行业经验交流与资源整合，使展览业成为产业迭代的“助推器”。

对外开放深化推动展览平台能级提升。对外开放的持续推进为展览业开辟了更广阔的发展空间，链博会、进博会、广交会、服贸会、数贸会等重大展会持续打造全球经贸交流合作重要平台。海南自贸港等制度型开放不断深化，展品数量和金额限制大幅放宽，展品“即到即放”和驻场监管免担保服务全面推广，商务人员临时出入境政策更宽松，一系列开放政策为海南等地展览业发展打造差异化竞争优势。与此同时，随着“一带一路”倡议深入实施，中国与共建国家展览合作日益紧密，一批具有国际影响力的本土展会品牌逐步走向全球，不仅为国内企业拓展海外市场搭建了重要桥梁，也为全球贸易伙伴共享中国发展机遇提供了优质载体。

消费升级释放展览市场活力。民生保障强化与消费升级，推动展览业从生产端向消费端全面发力，形成供需双向赋能的发展格局。居民可支配收入稳步增长与消

1 资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202512/content_7050963.htm。

费需求多元化，带动消费类展会规模持续扩大，实现展会与消费的双向赋能。“会展+”融合模式不断创新，展会与文旅、餐饮、零售等业态深度联动，充分释放会展经济的乘数效应。绿色消费、智能消费等新热点催生一系列特色展会，新能源汽车、智能家居等主题展览持续升温，既满足了居民品质化消费需求，也为企业开辟了新的市场空间。

二、各地政府持续加大对展览业的支持力度

2025 年《政府工作报告》在因地制宜发展新质生产力，加快建设现代化产业体系的部署中提出，要积极发展现代服务业，促进新动能积厚成势、传统动能焕新升级。展览业作为现代服务业的重要组成部分，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。2025 年，各地政府密集出台政策文件和支持措施，覆盖财政扶持、产业联动、品牌培育、规范管理等多方面，政策力度、精准度和协同性显著提升。

财政扶持精准化升级，覆盖全链条发展需求。2025 年，各地进一步细化财政支持政策，完善“奖励+补助+减免”的多元扶持体系，精准匹配展览业不同发展阶段需求。在省级层面，安徽省将展览业纳入商贸流通业发展促进政策，通过财政资金推动展览项目落地¹；江西省出台《推动会展产业发展的十条措施》²，设置专项奖励，覆盖项目举办、企业培育、品牌打造等；浙江省商务厅等 18 部门联合发文³，明确对消费类展会、品牌展会的补贴方向，强化会展促消费的资金保障；北京市发布会展业发展奖励项目申报通知⁴，细化奖励标准与申报流程。在地市级层面，厦门市出台扶持办法，按展会规模、国际化程度设置梯度奖励⁵；深圳市修订建设国际会展之都的若干措施，加大对大型国际展会、品牌展会的资金倾斜⁶。在区县层面，杭州市萧山区出台会展活动补助办法，精准扶持区域内中小会展项目；北京市顺义区修订产业集聚发展扶持办法，对会

1 资料来源：安徽省商务厅，<https://commerce.ah.gov.cn/public/21711/123001511.html>。

2 资料来源：江西省人民政府，https://www.jiangxi.gov.cn/jxsrnzf/2025nd6q/pc/content/content_1907632010833088512.html。

3 资料来源：浙江省商务厅，https://zcom.zj.gov.cn/art/2025/8/28/art_1229268085_2566678.html。

4 资料来源：北京市人民政府，https://www.beijing.gov.cn/zhengce/zhengcefagui/202505/t20250507_4083513.html。

5 资料来源：厦门市商务局，https://swj.xm.gov.cn/zwgk/zfxgk/zc/xzgfxwj/202506/t20250604_2937075.htm。

6 资料来源：深圳市商务局，https://www.sz.gov.cn/cn/zjsz/fwts_1_3/tzfw/yhzc_1/content/post_12467112.html。

展产业集聚园区给予专项奖励¹；青岛西海岸新区聚焦品牌培育，提供专项资金支持会展企业强品牌、拓市场²。

锚定城市定位与产业基础，推动展览业特色化集聚化发展。各地结合资源禀赋，形成城市定位引领、特色产业赋能的发展路径，加速会展产业集聚。一方面，各地不断明确城市展览发展目标，武汉市印发《建设国际会展中心城市三年行动方案（2025—2027年）》，从场馆建设、项目引进、服务提升等方面系统布局，致力打造中部地区领先的国际会展中心城市³；深圳市以“加快建设国际会展之都”为核心，重点打造多层次高能级展会体系，提升行业国际化水平⁴；宁波市人大常委会通过《加快推进会展业高质量发展的决定》⁵，明确建成“一带一路”国际会展名城、全国工贸会展之都的目标。另一方面，各地依托特色产业培育专业展会，北京市将展览业与时尚产业深度绑定，着力培育时尚类展会⁶；海南省在生物医药产业支持政策中，将专业展会纳入产业服务体系，促进技术交流与成果转化⁷；河北省结合重点特色产业集群提档升级，鼓励举办针对性强的专业展会，助力产业提质增效⁸；宁波市立足制造业优势，推动展览业融入“361”现代化产业体系，形成“一产一展”的产展融合格局⁹。

深化“会展+”融合赋能，精准对接消费升级与产业转型需求。各地打破业态壁垒，推动展览业与消费、贸易、文旅、文体等领域深度融合，放大综合带动效应。在“会展+消费”方面，广东省、江西省、天津市、重庆市等多地将展览业纳入提振消费专项行动，鼓励举办消费类展会、首发首秀活动，推动展会场景向消费场景转化；浙江省创新提出“跟着会展逛浙江”品牌，通过会展集聚消费人口，带动餐饮、零售、文旅等关联消费。在“会展+贸易”方面，北京市在服务贸易和数字贸易高质量发展方案中，强调展览业的平台作用，鼓励举办数字贸易、服务贸易类专业展会¹⁰；宁波市支

1 资料来源：北京市人民政府，https://www.beijing.gov.cn/hudong/gfxwjzj/qjzjxx/202503/t20250327_4046294.html。

2 资料来源：青岛西海岸新区，https://www.xihaian.gov.cn/zwgk/gknr/zfwj/zcxwj/qwj/202509/t20250915_10221313.shtml。

3 资料来源：武汉市人民政府，https://3g.wuhan.gov.cn/zwgk/xxgk/zfwj/szfwj/202512/t20251205_2690983.shtml。

4 资料来源：深圳市商务局，https://www.sz.gov.cn/cn/zjsz/fwts_1_3/tzfw/yhzc_1/content/post_12467112.html。

5 资料来源：宁波市人大常委会，https://www.nbrd.gov.cn/art/2025/7/15/art_1229578100_43295.html。

6 资料来源：北京市经信局，https://jxj.beijing.gov.cn/zwgk/2024zcwj/202506/t20250609_4109180.html。

7 资料来源：海南省人民政府，<https://en.hainan.gov.cn/hainan/szfbgtwj/202508/c8506a47219048a5b8a78556c766b2df.shtml>。

8 资料来源：河北省人民政府，<https://www.hebei.gov.cn/columns/97ea6a2c-09f3-4eb8-bca8-a12cd52142cd/202505/21/9423a5e2-752b-4bb1-b064-e90e8cd7f8e0.html>。

9 资料来源：宁波市人大常委，https://www.nbrd.gov.cn/art/2025/7/15/art_1229578100_43295.html。

10 资料来源：北京市人民政府，https://www.beijing.gov.cn/zhengce/zfwj/zfwj2016/bgtwj/202505/t20250516_4090666.html。

持品牌展会赴“一带一路”国家、RCEP 成员国办展，助力企业拓展国际市场。在“会展+文旅文体”方面，宁波市推进会、商、文、体、旅跨界融合，举办文化产业博览会、品牌体育赛事等活动，丰富展览业态；浙江省提出发展会展“票根经济”，加强会展与文旅活动联动，延长消费链条。

聚焦规范管理与优化环境，筑牢行业高质量发展根基。各地在加大扶持力度的同时，注重制度建设与环境优化，推动展览业从“快速发展”向“高质量发展”转型。在规范管理方面，上海市出台《会展活动备案管理办法》¹，明确备案流程、主体责任与风险防控要求，提升行业规范化水平；宁波市从立法层面明确展览业发展目标、任务与保障措施，为行业发展提供制度保障。在环境优化方面，云南省出台政商交往“正面、负面、倡导”清单，鼓励党政机关公职人员依法依规组织企业、行业协会商会参加推广企业产品或服务、促进投资融资等各类展会活动；浙江省建立跨部门工作协调机制，优化会展活动审批流程，提供通关便利、人才培育等配套保障；多地支持会展行业协会发展，加强行业自律与信用建设，维护市场秩序。

表 1-1 2025 年部分地区出台的促进展览业发展的政策

	地区	时间	政 策
省 级	云南省	2 月	《云南省政商交往“正面、负面、倡导”清单（试行）》
	江西省	2 月	《推动会展产业发展的十条措施》
	天津市	4 月	《天津市构建“大消费”格局行动方案》
	河北省	4 月	《河北省重点特色产业集群提档升级三年行动方案（2025—2027 年）》
	北京市	6 月	《北京市时尚产业高质量发展实施方案（2025—2027 年）》
	广东省	6 月	《广东省促进经济持续向好服务做强国内大循环工作方案》
	重庆市	7 月	《重庆市提振消费若干措施》
	上海市	7 月	《上海市促进高成长企业加快发展三年行动方案（2025—2027 年）》
	浙江省	8 月	《关于加快推进会展经济促消费的若干举措》
	安徽省	8 月	《2025 年商贸流通业发展促进政策》
市 级	海南省	8 月	《海南省关于进一步支持生物医药产业高质量发展的若干政策措施》
	宁波市	7 月	《宁波市人大常委会关于加快推进会展业高质量发展的决定》
	汕头市	9 月	《汕头市促进会展业发展扶持措施》
	深圳市	10 月	《深圳市关于加快建设国际会展之都的若干措施（修订）》
	武汉市	11 月	《武汉市建设国际会展中心城市三年行动方案（2025—2027 年）》

1 资料来源：上海市商务委员会，<https://sww.sh.gov.cn/zwgkhsgwj/20250228/a8857342932549b68ab568fef02cfb73.html>。

续表

	地区	时间	政 策
区县级	杭州市萧山区	6 月	《杭州市萧山区会展活动补助办法》
	北京市顺义区	8 月	《顺义区鼓励会展产业集聚的发展扶持办法（2025 修订版）》
	青岛西海岸新区	9 月	《青岛西海岸新区会展业强品牌促发展政策》

资料来源：根据公开资料整理。

三、国内展览继续呈现稳中有进的良好态势

2025 年，我国国内展览市场继续呈现稳中有进的良好态势，经贸类展会数量、展览面积均创历史新高。本报告共采集到 2025 年举办的经贸类展会 4095 项，总展览面积为 1.59 亿平方米，覆盖全国 31 个省市自治区（不含港澳台地区），展会数量和展会面积分别同比增长 6.53%、2.5%。在数量稳中有增的同时，中国展会的国际竞争力也在不断提升，根据国际展览业协会（UFI）数据¹，2025 年，我国共有 28 个展会入选全球商展 100 大榜单，位居全球第二，仅次于德国（44 个），其中上海（16 个）位居各省区市第一，其次分别为北京（5 个）、深圳（3 个）、广州（2 个）、南宁（1 个）、香港（1 个）。中国入榜展会平均面积从 2008 年的 12.5 万平方米跃升至 2025 年的 24.4 万平方米，已连续两年超过全球平均水平（2024 年为 22.6 万平方米）和德国平均水平（2024 年为 22 万平方米）。

在国内展览馆市场方面，2025 年中国实际运营的展览馆数量为 224 个，与 2024 年（190 个）相比大幅增长 17.89%，展览馆市场规模持续扩大。UFI 数据²显示，截至 2024 年底全球共有 22 个国家 / 地区的室内展览总面积超过 30 万平方米，前五大国家 / 地区（中国、美国、德国、意大利和法国）占全球室内展览总面积的 60% 以上，其中中国室内展览总面积 1366.22 万平方米，排名第一，总面积占全球 30.9%。在全球排名前 81 的场馆中，中国有 33 个场馆上榜；在亚太地区，中国展览馆室内展览总面积占 81%，亚太地区共有 10 万平米以上场馆 38 个，中国占据了其中 33 席。

在市场化转型方面，2025 年，各地政府持续探索展览业市场化转型，展览业市场

1 资料来源：国际展览业协会，<https://www.ufi.org/>。
2 资料来源：《2025 年全球展览场馆地图》，<https://www.ufi.org/reports/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2025-edition-november-2025/>。

化进程持续推进、市场化水平不断提升。江西省商务厅印发《推动会展产业发展的十条措施》，提出巩固展会清理优化成果，引导党政机关举办的展会逐步转为市场化办展。2025年上半年，广西展会活动中社会化办展数量达57场，占总活动数的77%，政府主导型展会逐步从“数量扩张”转向“质量提升”，形成“政府支持、市场主导、互补共生”良性发展格局。2025中国海洋经济博览会首次实行市场化办展，按照“市场主导、以会促展、突出深海、国际多元”原则，为企业提供全链条服务，从企业需求对接、产业资源链接，到交易合作促成，让市场活力成为展会的核心驱动力。

四、中国展览业国际化水平持续提升

2025年，中国对多国实行免签政策以及民航航班的恢复，持续便利外国人来华参展办展，助力展览业国际化水平提升。在外国人入境方面，截至2025年底，中国已对48个国家实行单方面免签，与29国全面互免签证，240小时过境免签政策适用国家扩展至55个。2025年第三季度，全国移民管理机构累计查验出入境人员1.78亿人次，同比上升12.9%；其中内地居民8937.2万人次、港澳台居民6873.1万人次，同比分别上升13.8%、6.2%；外国人2013.4万人次，同比上升22.3%，其中免签入境外国人724.6万人次，占入境外国人72.2%，同比上升48.3%。在国际航班的恢复方面，2025年1-11月中国民航国际航线运输总周转量、旅客运输量、货邮运输量同比增速均突破20%，其中国际旅客运输量达7285.3万人次，较2019年同期增长16.6%，国际航线网络已全面恢复并超越疫情前水平。

2025年，重大展会的外国参展商比例不断提升。中国国际供应链促进博览会举办三届以来，境外参展商占比逐年攀升，从首届的26%、第二届的32%，上升至第三届的35%。其中，参展商覆盖范围从首届的55个国家和地区，增加到第三届的75个。大批美国、欧盟、日本企业积极参展。25个国际组织观展参会，其中联合国粮农组织、联合国贸法会、世界知识产权组织等8个国际组织参展。第四届全球数字贸易博览会国际展商占比超20%，其中欧美展商超130家，国际客商数量较上届增长64%。

作为国际化水平的重要指标，2025年，经UFI认证的中国（不含港澳台）会员单位数量继续增加。根据《UFI全球会员报告》，截至2025年12月，中国（不含港澳台）会员总数为258家，相比2024年增加5家，上海、北京、深圳依然是UFI会员单位最多的三大城市。

表 1-2 中国 UFI 会员单位数量城市排名

排名	城 市	会员单位数量
1	上 海	43
2	北 京	26
3	深 圳	22
4	广 州	20
5	成 都	10
5	杭 州	10
7	济 南	9
7	宁 波	9
9	南 京	7
9	武 汉	7
9	西 安	7

数据来源：UFI。

在展览业国际标准方面，2025 年 4 月，由中国牵头制定的 ISO25639-1《展览与活动第一部分：术语》国际标准正式发布。该标准是中国在展览与活动领域牵头制定的首个 ISO 国际标准，实现了中国自 1978 年恢复 ISO 成员身份以来的重要突破，统一全球展览术语，消除交流障碍，推动中国展览业加快同国际接轨。

五、新技术新模式加快推动展览业创新升级

在新技术、新模式驱动下，2025 年中国展览业在内容展示、呈现形式等方面不断创新升级，不仅成为展示科技创新成果的重要平台，更成为推动相关产业发展的重要动力，赋能经济高质量发展。

展览内容上，新技术新模式占比持续提升。创新驱动发展战略深入实施，各类展会愈发注重科技创新内容的展示与推广，前沿技术、创新成果成为展览核心看点。2025 年，国内经贸类展会中，工业与科技类展会项目数量占比为 21.87%，在各行业中排名第一。第三届中国国际供应链促进博览会首发、首展、首秀 152 项新产品、新技术、新服务，比上届增长 67%¹。第二十七届中国国际高新技术成果交易会集中展示 5000 余项

1 资料来源：中国贸促会，<https://www.ccpit.org/a/20250720/20250720nyy6.html>。

代表全球科技前沿的新产品、新技术、新成果，同比增长约 16%¹，20% 以上为全球首发首展。2025 世界人工智能大会展出 3000 余项前沿展品，涵盖 40 余款大模型、50 余款 AI 终端产品、60 余款智能机器人以及 100 余款“全球首发”“中国首秀”的重磅新品，规模创历届之最。

展览形式上，数字化绿色化转型成效显著。在绿色化方面，随着绿色化规范管理推进以及绿色需求的增加，展会绿色化发展进程不断加快，绿色办展逐渐从“选择题”变为“必答题”。目前，广交会、进博会等重点展会已实现绿色电力供应率、特装展位绿色达标率“两个百分之百”²。地方层面同样积极响应，结合实际探索绿色展会新模式，盘锦市首届零碳展会通过引入“碳中和”理念，购买足量“国家核证自愿减排量”抵销展会举办期间产生的二氧化碳排放，实现零碳办会³。在数字化方面，2025 年 5 月 30 日，市场监管总局发布《线上展览会服务指南》⁴，重点聚焦线上展览新业态，给出展前、展中、展后的全流程操作指引，明确服务提供方保障能力要求，为促进新业态健康发展提供指导。与此同时，展会数字化转型同步推进，各类展会广泛运用线上展示、交互体验、精准对接等数字化模式，大幅提升展会交流效率，有效拓展展会辐射范围。例如，2025 中国文化旅游产业博览会落地国内首个 MR 剧游式会展导览系统，采用“虚实共生”的技术把文化元素和现场展会紧密结合，通过交互式体验让游客在游戏中穿梭和了解各展馆⁵。第二十一届中国（深圳）国际文化产业博览交易会首发 AI 会展助手“文小博”，通过生成精准画像实现展商与采购商的“一键智能匹配”，助力高效对接潜在合作对象，同时提供智能问答、多语言翻译、文案生成等沟通辅助功能，提升磋商效率与交易达成概率。

展览成效上，助推相关产业创新转型。展会活动人流、物流、资金流汇聚，具有“一业带百业”的乘数效应。尤其是各类科创主题展会通过搭建高效对接平台，有效促进科技创新企业与市场资源对接，加速技术成果转化，有效推动产业链上下游协同发展。第三届链博会首次在先进制造链展区设置了创新链专区，以“制度、载体、服务”为支点，打通从知识产权确权、技术孵化到产业化的全流程，推动创新资源从“书架”

1 注：2024 年，第二十六届中国国际高新技术成果交易会共发布 4300 余个新技术、新产品、新成果。

2 资料来源：中国商务部，https://www.mofcom.gov.cn/zcfb/dwmygl/art/2025/art_93d8c16b4f194913848b475e0a261d6c.html。

3 资料来源：双台子区人民政府，https://www.stq.gov.cn/2025_04/16_08/content-516930.html。

4 资料来源：国家市场监督管理总局，https://www.samr.gov.cn/xw/sj/art/2025/art_b0e1eb6b40a746ca8a260844a738565e.html。

5 资料来源：人民网，<http://hb.people.com.cn/n2/2025/0914/c192237-41351093.html>。

走向“货架”，让创新链和产业链无缝对接。

六、出国展览市场总体平稳、结构优化

联合国贸发会议报告指出，尽管受到地缘政治局势紧张、贸易成本上升等不利因素的影响，但 2025 年全球贸易仍然呈现增长态势，全球贸易额预计首次突破 35 万亿美元¹。2025 年，面对依然严峻复杂的外部环境，中国外贸顶住压力，稳中有增。2025 年 1-11 月，中国货物进出口总额 412076 亿元，同比增长 3.6%。其中，出口 244579 亿元，增长 6.2%；进口 167498 亿元，增长 0.2%。

出国办展参展是企业开拓国际市场的重要方式，各级政府高度重视支持企业通过出国办展参展拿订单、拓市场。2025 年《政府工作报告》提出加大稳外贸政策力度，支持企业稳订单拓市场；《关于开展中小企业出海服务专项行动的通知》提出加大中小企业国际参展支持力度，助力企业对接海外市场资源。2025 年中国贸促会牵头审批全国 70 家组展单位赴 57 个国家参展办展 1259 项，展出净面积 68.4 万平方米，参展企业 4.77 万家。赴德国、俄罗斯、阿联酋、美国等国家参办展数量保持前列，中东、南美、中亚、非洲等地区成为企业出海参展热点。行业结构持续优化，新能源、医疗保健、汽车零配件等行业引领出海新趋势。

七、大型展会平台充分发挥对外开放窗口作用

国家级的大型展会平台是中国对外开放的重要窗口，在促进经贸交往、产业升级、人文交流等方面发挥了重要作用，是连接国内国际双循环的关键枢纽与公共产品。

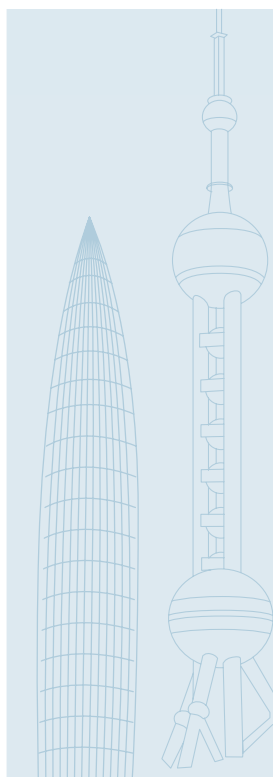
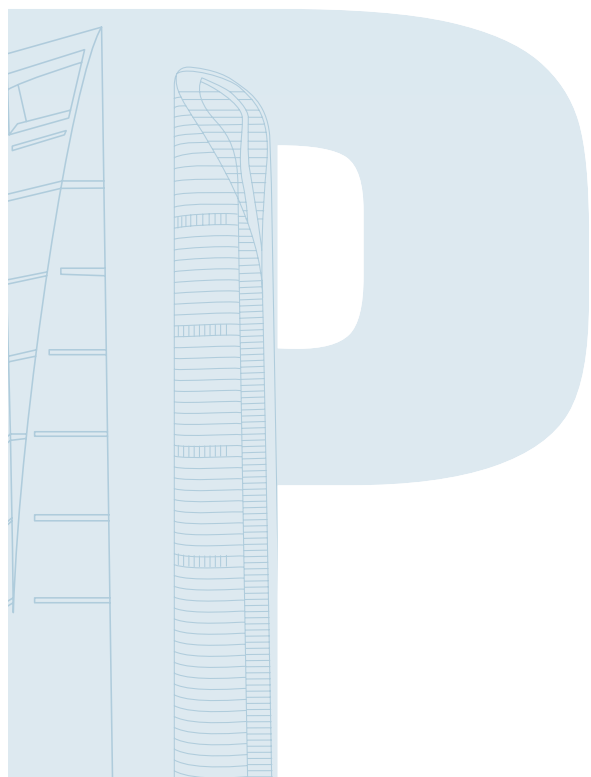
2025 年，我国国家级大型展会平台成果丰硕，向世界传递了中国扩大开放的强音。第三届中国国际供应链促进博览会盛况空前，吸引 75 个国家和地区参与，国际化程度持续攀升，创新成果集中亮相，产业链协同效应更加凸显，已经成为举世瞩目的国际经贸盛会，“链接世界、共创未来”的“链博品牌”越擦越亮，为全球产业链供应链合作注入强大动力。第八届中国国际进口博览会企业展面积超过 36.7 万平方米，共有来自 138 个国家和地区的 4108 家企业参展，展览面积和企业数量均创历史新高。其中，

1 资料来源：联合国贸发会议，<https://unctad.org/publication/global-trade-update-december-2025-global-trade-poised-record-breaking-2025-flows>。

世界 500 强和行业龙头企业达 290 家，180 家企业成为“八届全勤生”，充分体现中国超大规模市场的强大“磁吸力”。大阪世博会中国馆圆满成功，累计接待全球观众近 200 万人次，是最具特色、最具人气的展馆之一，来自 90 多个国家和地区 280 多位政要和知名人士到访参观，集中呈现中华文明、展示中国式现代化发展成就、推动文明交流互鉴和民心相通，获得国际各界的高度称赞，首次荣获国际展览局颁发的最高奖项——大型自建馆展示金奖，实现中国参展海外世博会历史性突破。

第二章

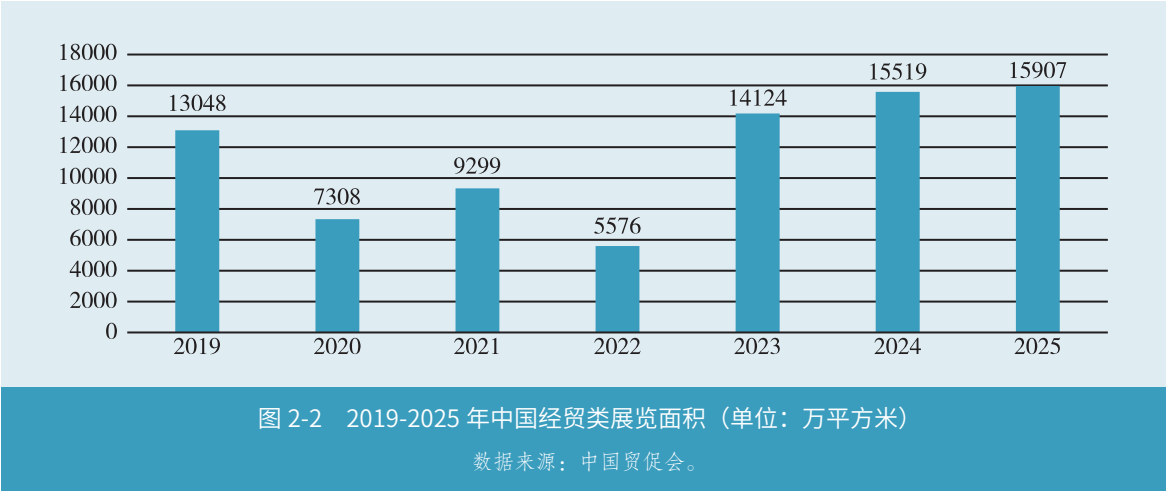
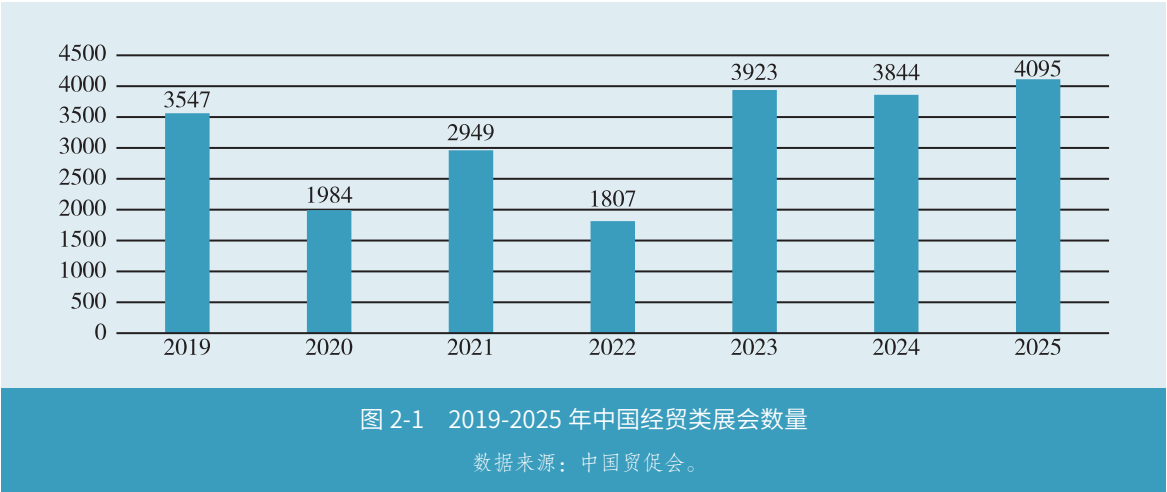
2025 年中国国内 展览发展分析



本章分析对象为在专业展览馆举办的办展面积 2000 平方米以上的经贸类展会。为更加准确、全面地反映 2025 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、展会数量和面积均创历史新高

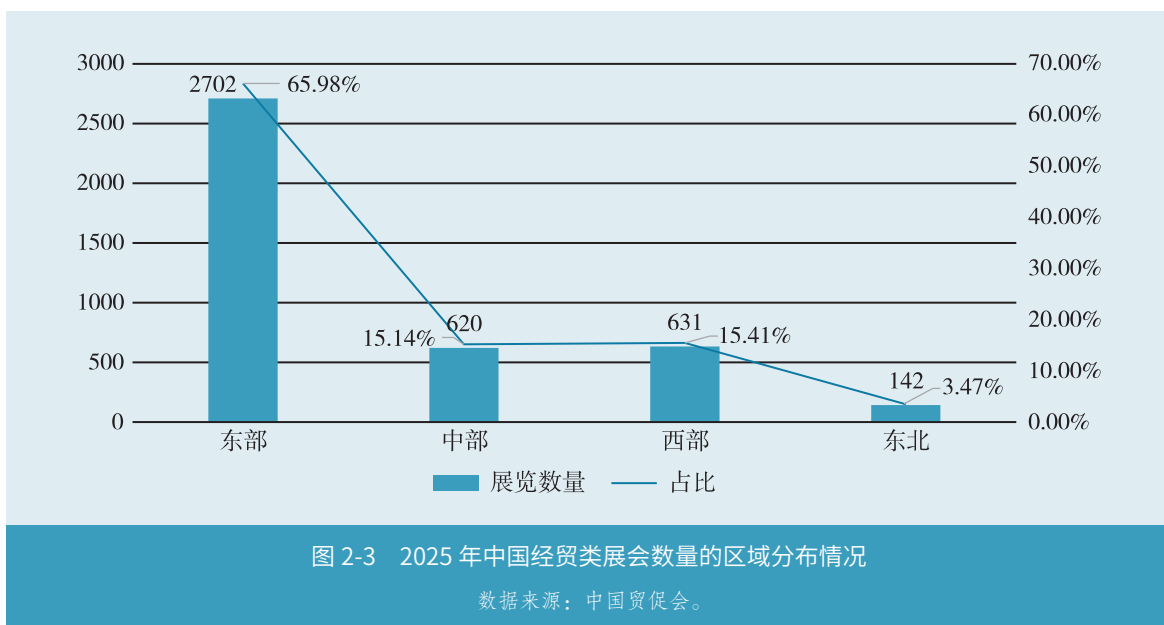
本报告共采集到 2025 年举办的经贸类展会 4095 项，总展览面积为 1.59 亿平方米，覆盖全国 31 个省市自治区（不含港澳台地区）。2025 年国内经贸类展会市场整体实现稳中有进，展会数量和展会面积分别同比增长 6.53%、2.5%。



二、中西部地区展会数量占比提高

2025 年中国经贸类展会仍呈现区域集聚特征，但区域发展格局出现细微变化，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。

从展会数量看，2025 年东部地区¹ 凭借雄厚的经济基础、完善的基础设施和庞大的市场需求，举办经贸类展会项目最多，共 2702 项，占国内经贸类展会总数的 65.98%。中部和西部地区分别为 620 项和 631 项，占比分别为 15.14% 和 15.41%，分别同比增加 11.51% 和 14.94%，增速均显著高于全国平均水平。东北地区展会数量为 142 项，占比为 3.47%，同比下降 7.19%。



从展览面积来看，2025 年东部地区举办经贸类展会面积达 1.16 亿平方米，同比增长 3.11%，占国内经贸类展会总面积的 72.93%；中部地区经贸类展会面积为 1851 万平方米，同比增长 6.16%，占比 11.64%；西部地区经贸类展会面积为 1946 万平方米，同比下降 5.08%，占比 12.23%；东北地区经贸类展会面积为 509 万平方米，同比增长 7.61%，占比 3.2%。

¹ 注：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。

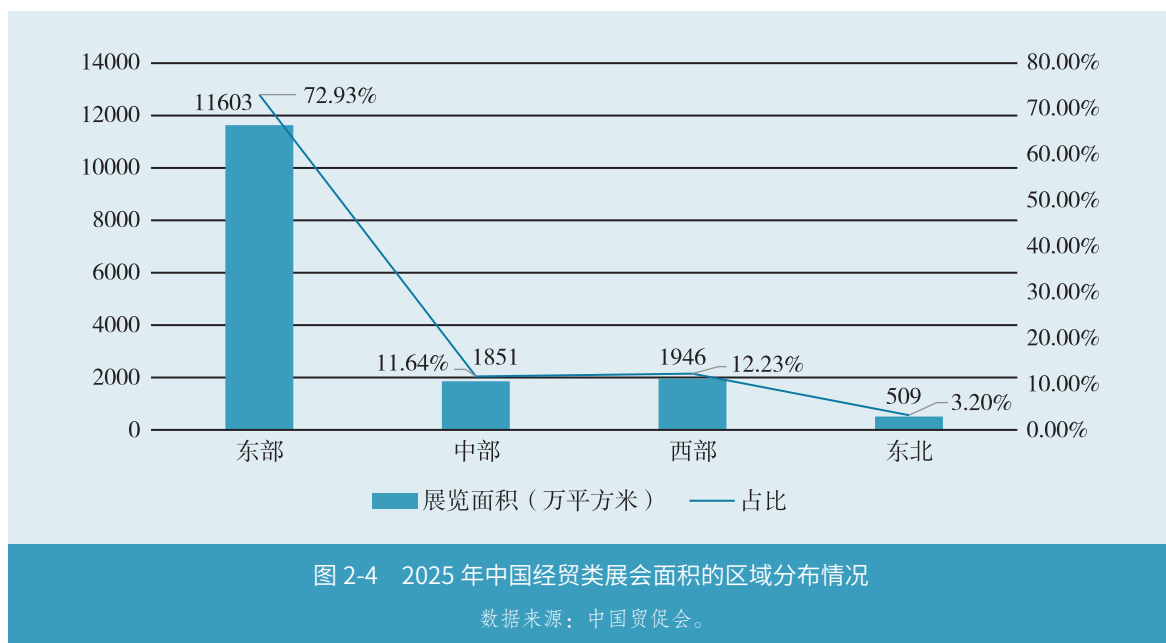


第二十届中国西部国际博览会为世界各国分享中国西部发展机遇搭建有效平台

2025年5月25日至5月29日，第二十届中国西部国际博览会（简称“西博会”）在四川成都举办。展会由四川省人民政府主办，以“深化改革增动能 扩大开放促发展”为主题，吸引了来自62个国家和地区以及国内27个省（区、市）的3000余家企业参展，展览总面积达20万平方米，签约项目总数达到416个，总投资金额高达3543亿元人民币。

本届西博会设置产业新动能七大展区，重点呈现人工智能、生物技术、低空经济等前沿领域突破性成果，大力提升展览展示的含新量、含智量、含绿量。全球首款空客A350碳纤维增强聚合物机翼结构件、国内首台自主研发的F级50兆瓦重型燃气轮机、新一代“人造太阳”环流三号（HL-3）等首发、首创的技术和产品集中亮相。

在展览创新方面，本届西博会在展览展示中创新设计了“产业图谱+链主企业+链属企业”的立体展示模式，龙头企业携完整生态链精彩亮相；首创“国际消费长廊+未来生活体验区”的双场景模式，以“科技+文化”驱动消费升级；推出自主研发的“智数会展平台”，实现智能撮合与云端参展，提升对接效率；升级“西博管家2.0”服务体系，整合物流、金融等全链条要素保障，解决参展堵点；增设多语种服务窗口，覆盖英、法、西、阿等语种，为国际客商提供便捷支持。



从场均展览面积来看，2025 年东部地区平均每场经贸类展会面积达 4.29 万平方米，同比下降 2.54%；中部地区平均每场经贸类展会面积 2.99 万平方米，同比下降 3.55%；西部地区平均每场经贸类展会面积 3.08 万平方米，同比下降 16.76%；东北地区平均每场经贸类展会面积 3.58 万平方米，同比增长 15.92%。

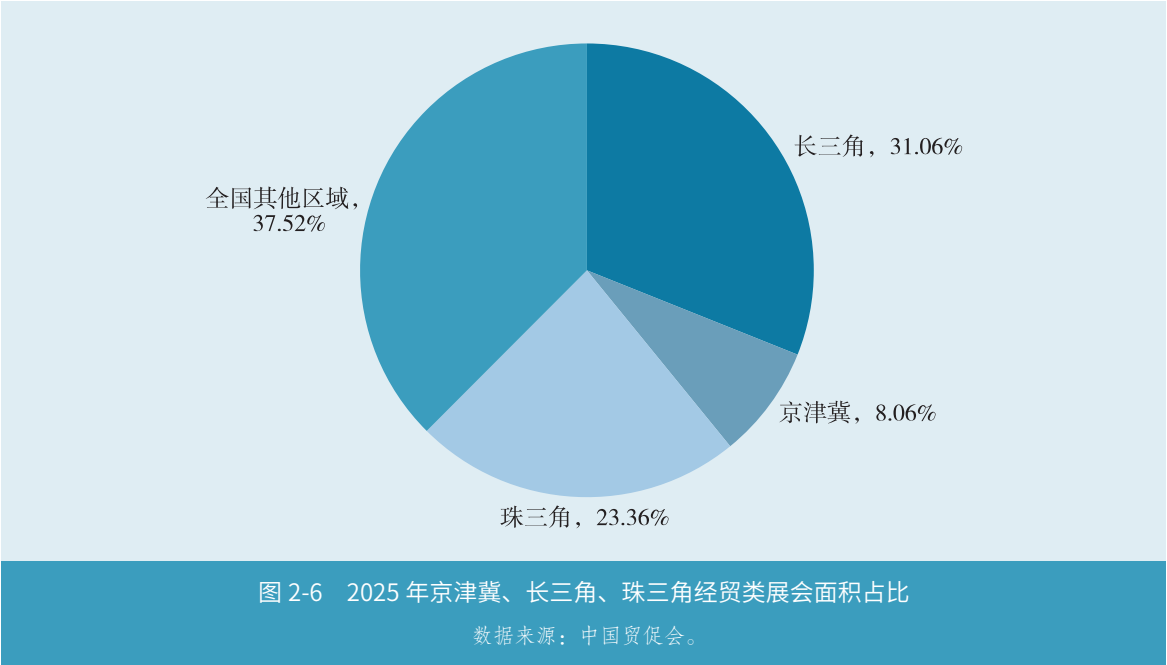
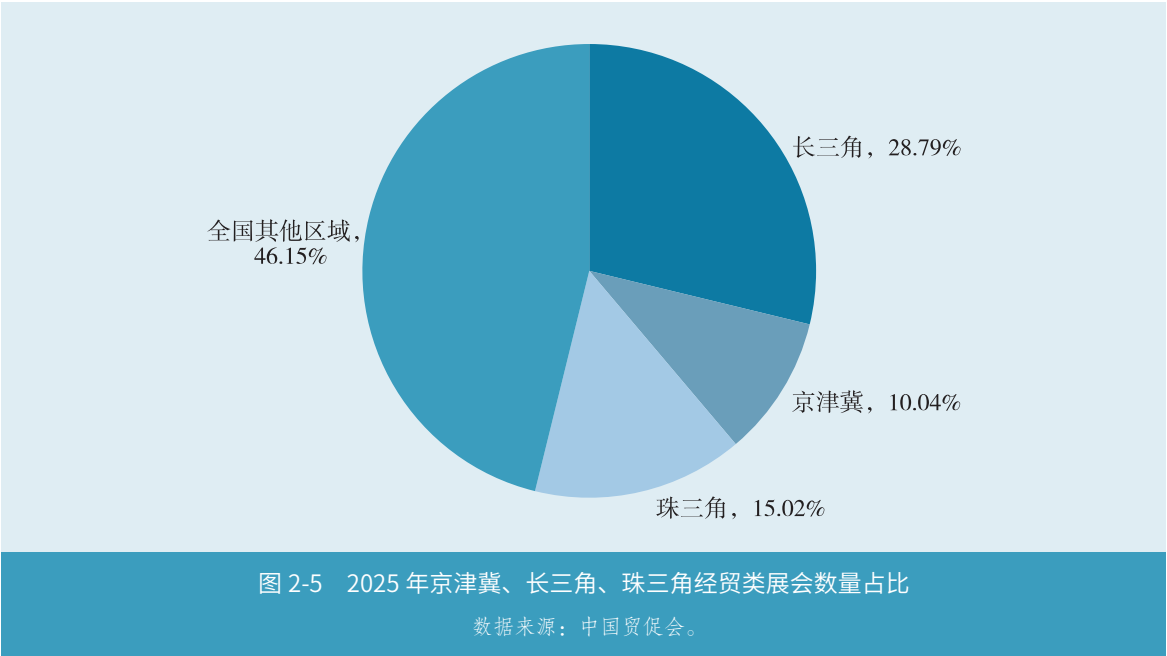
三、三大经济圈保持展会主要聚集地

2025 年京津冀、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 53.85%，总展览面积占全国比重达 62.48%。其中，长三角地区共举办经贸类展会 1179 场，总展览面积 4941 万平方米，在全国占比分别为 28.79% 和 31.06%，数量和面积均居三大区域首位；珠三角地区共举办经贸类展会 615 场，总展览面积 3716 万平方米，全国占比分别为 15.02% 和 23.36%；京津冀地区共举办经贸类展会 411 场，总展览面积 1282 万平方米，全国占比分别为 10.04% 和 8.06%。

相较于 2024 年，2025 年长三角和珠三角的展览面积均有所增长，分别同比增长 8.65%、3.71%，京津冀展览面积同比下降 14.24%。从数量来看，长三角展会数量同比

1 注：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。

增加 11.12%，珠三角、京津冀展会数量分别下降 3.51% 和 0.54%。



具体到城市来看，三大区域中的北京、上海、广州、深圳四大城市举办经贸类展会总数量和总面积分别占国内经贸类展会总数量和总面积的 29.33%、41.4%，分别占京津冀、长三角和珠三角三大经济圈经贸类展会总数量和总面积的 54.47%、66.26%。



案例 2-2

粤港澳大湾区会展业联盟

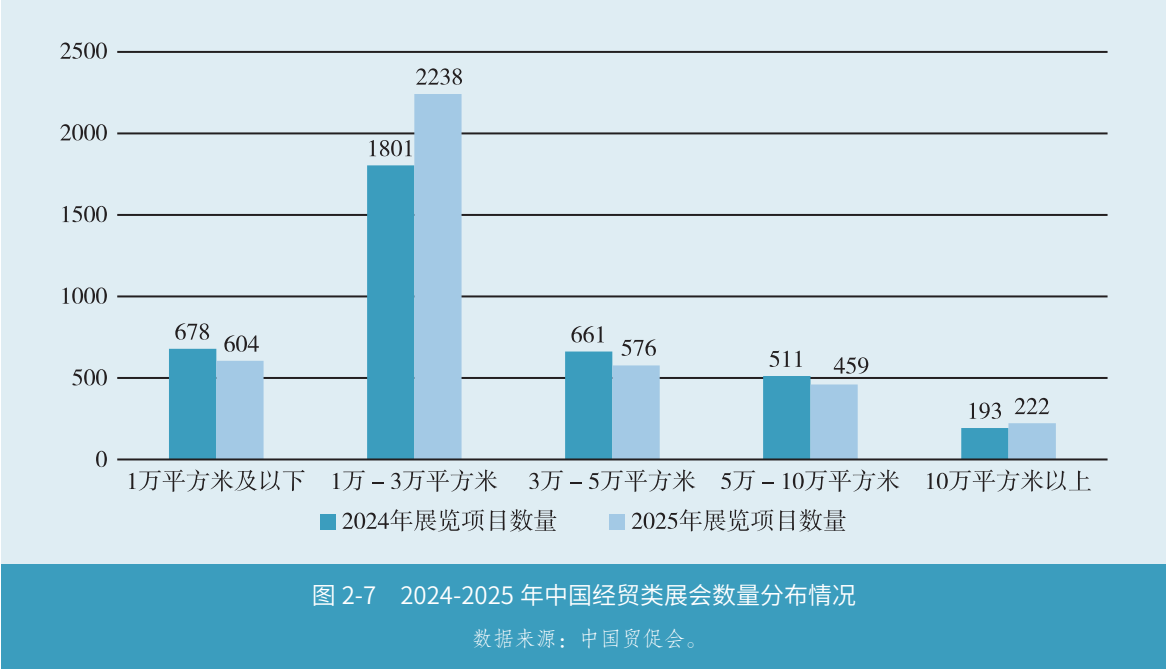
2025 年 9 月 15 日，在第三届粤港澳大湾区发展工商大会上，广东省贸促会联合中国贸促会驻香港、澳门代表处、中国国际展览中心集团有限公司等机构共同发起成立粤港澳大湾区会展业联盟。联盟包括 160 家会员单位，涵盖展览会议主办单位、场馆运营方、活动服务商及高校等会展产业链相关机构。

粤港澳大湾区会展业联盟的成立将有利于进一步整合粤港澳大湾区会展业资源，以展建链，发挥永久产业集群与临时产业集群互促作用，抢占产业创新全球高地；以展搭台，构建全球首发经济生态圈，提升会展消费带动能级；以展互联，强化城市协作建设世界一流会展城市群，打造粤港澳大湾区软联通的标杆样板；以展为媒，聚力打造粤港澳大湾区展贸 IP 形象，提升区域国际影响力，共同打造具有全球竞争力的粤港澳大湾区会展业共同体。

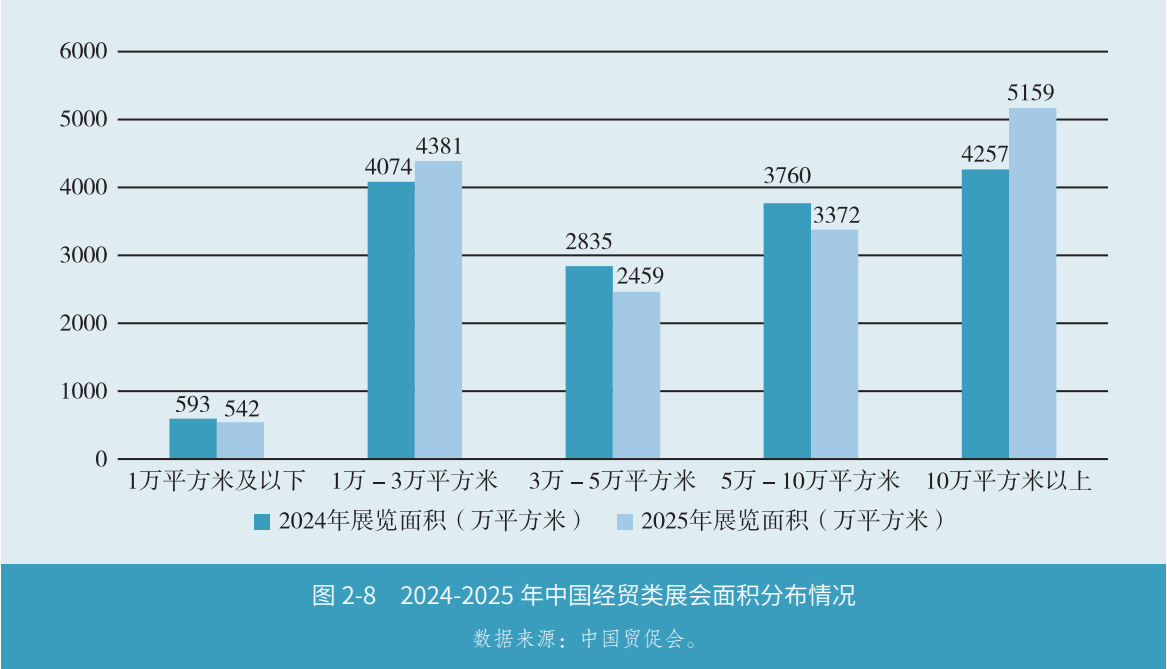
四、中小型展会数量¹大幅增加

从展览数量来看，2025 年不同规模展会呈现差异化发展态势。展览规模在 1 万平方米及以下的小型展会数量有所减少，从 2024 年的 678 项减少为 604 项，同比下降 10.91%；1 万 -3 万平方米的中小型展会数量大幅增加，从 2024 年的 1801 项增加到 2238 项，同比增长 24.26%；3 万 -5 万平方米的中型展会以及 5 万 -10 万平方米的大中型展会数量均有所下降，分别同比下降 14.22% 和 10.17%；10 万平方米以上大型展会数量有所增加，从 2024 年的 193 项增加到 222 项，同比增长 15.03%。

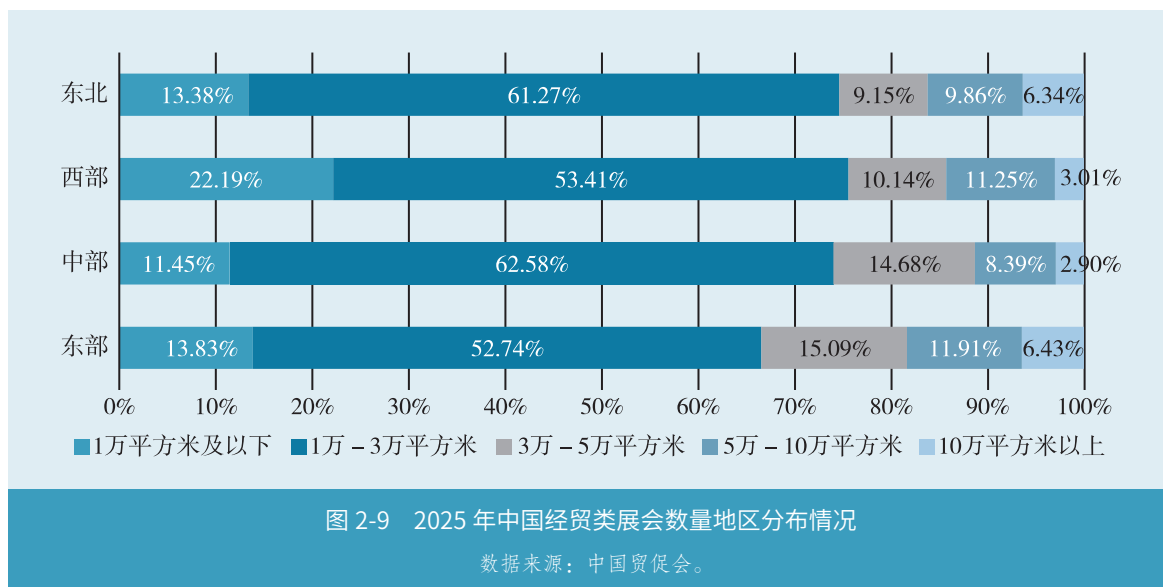
¹ 注：参照往年报告分类标准，将展览面积划分为小型展会：1 万平方米及以下；中小型展会：1 万 -3 万平方米（含 3 万平方米）；中型展会：3 万 -5 万平方米（含 5 万平方米）；大中型展会：5 万 -10 万平方米（含 10 万平方米）；大型展会：10 万平方米以上。



从展览面积来看，1 万 - 3 万平方米的中小型展会和 10 万平方米以上的大型展会总面积实现同比增长，分别增长 7.54% 和 21.19%；其余规模展会面积均同比下降，其中 1 万平方米及以下小型展会面积同比下降 8.6%，3 万 - 5 万平方米中型展会面积同比下降 13.26%，5 万 - 10 万平方米大中型展会面积同比下降 10.32%。

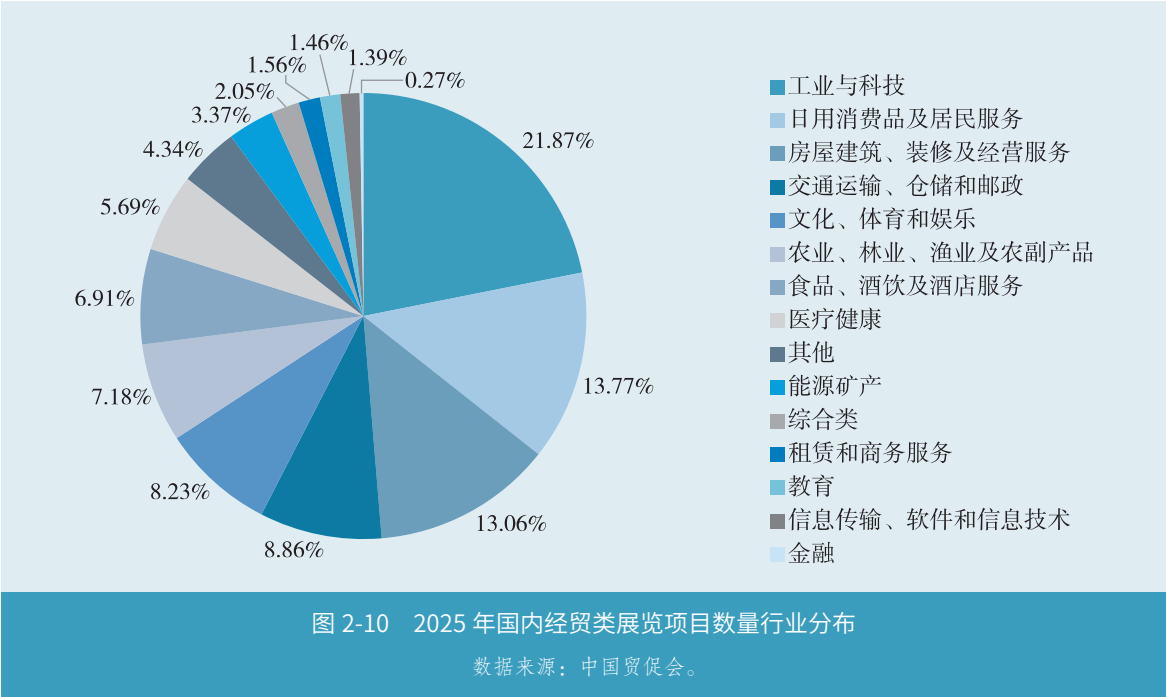


分区域来看，中小型展会在各大区域展会中均占比过半。东部地区的中小型展会占比为 52.74%，大中型和大型展会占比高于其他区域，分别为 11.91% 和 6.43%；中部地区中小型展会数量占比最高，达 62.58%；西部地区中小型展会占比为 53.41%，小型展会占比达 22.19%，高于其他地区；东北地区中小型展会数量占比达 61.27%。

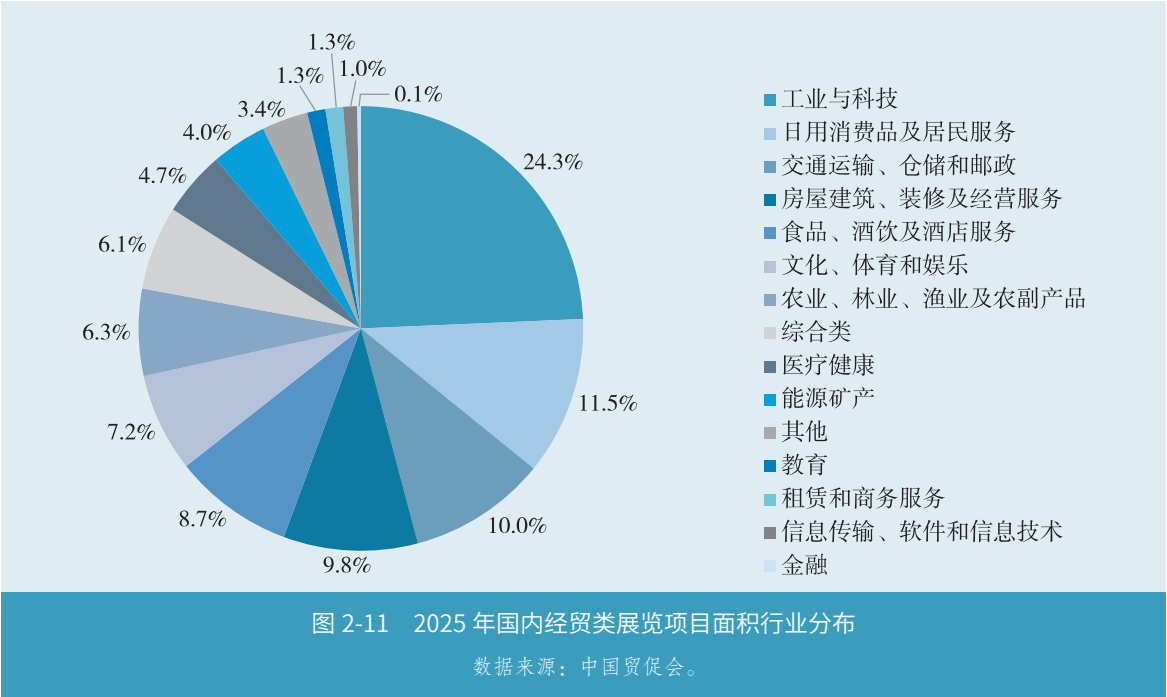


五、展会行业布局紧贴区域发展定位

2025 年，数量最多的前五大类展会分别是工业与科技（896 项，占比 21.87%），日用消费品及居民服务（564 项，占比 13.77%），房屋建筑、装修及经营服务（535 项，占比 13.06%），交通运输、仓储和邮政（363 项，8.86%），文化、体育和娱乐（337 项，占比 8.23%），共计 2695 项，同比增长 7.71%，占全国比重为 65.81%，与 2024 年（65.1%）基本持平。



从展览面积来看，2025 年，排名前五的展会类别分别为工业与科技（占比 24.3%），日用消费品及居民服务（占比 11.5%），交通运输、仓储和邮政（占比 10.0%），房屋建筑、装修及经营服务（占比 9.8%），食品、酒饮及酒店服务（占比 8.7%），占全国比重为 64.3%，较 2024 年减少 4.2 个百分点。



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 24.96%；其次分别为日用消费品及居民服务类展会（占比 15.53%）、房屋建筑、装修及经营服务（占比 12.20%）。



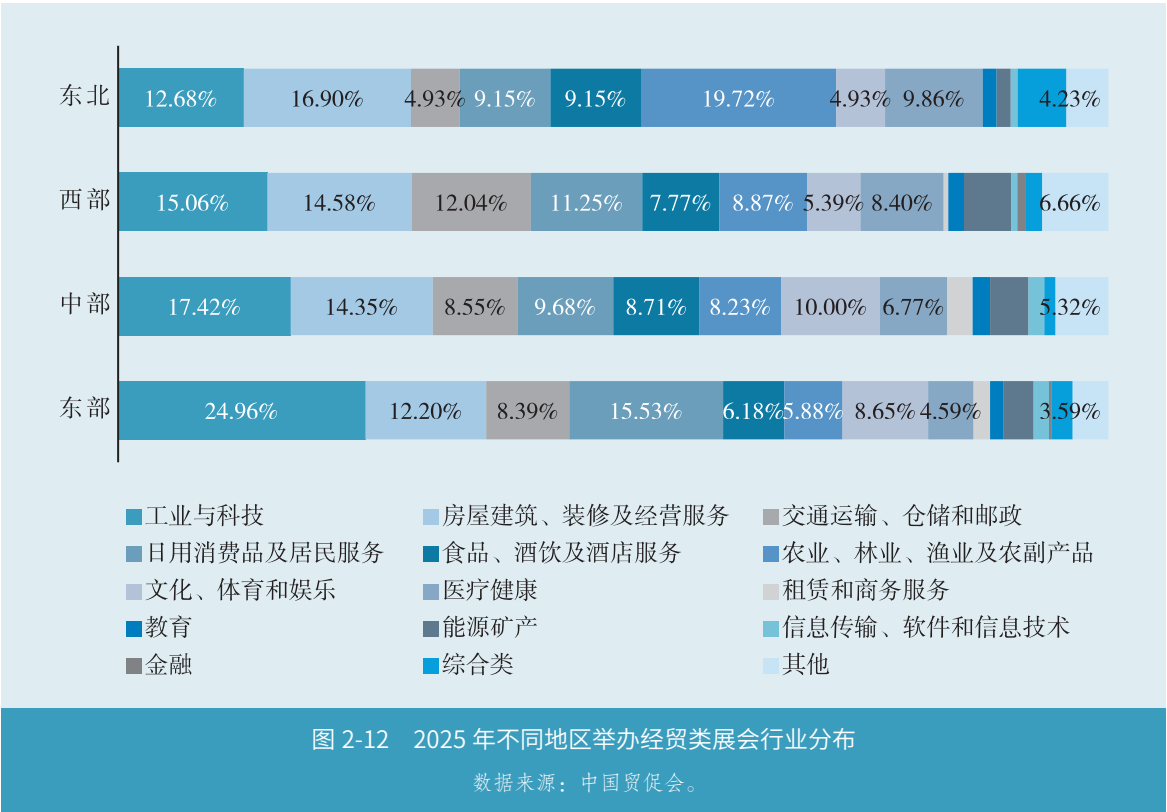
案例 2-3

第十五届中国（广饶）国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会：激发橡胶轮胎产业发展活力

2025 年 5 月 15 日至 17 日，第十五届中国（广饶）国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会在东营市广饶国际博览中心举办。展会面积为 5.5 万平方米，参展企业超 800 家，参展的全球轮胎 75 强或世界 500 强企业达到 50 家，全球轮胎前 10 强企业全部参展；专业采购商超 3 万人次，到会观众超 15 万人次。

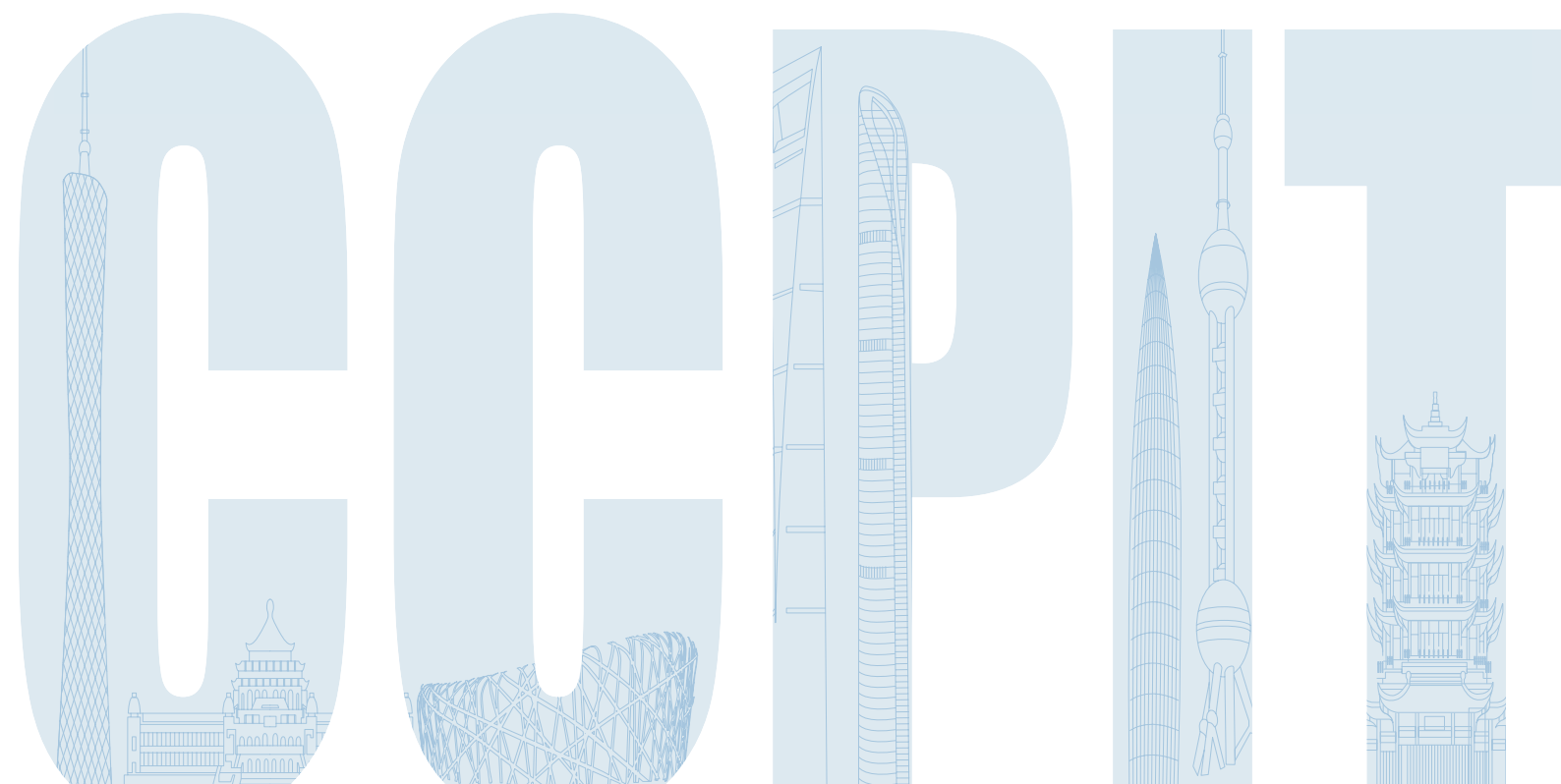
本届展会以“智领全球生态 链动产业未来”为主题，全链条展示轮胎汽配行业上下游环节的新产品、新技术、新方案，持续提升会展平台融聚作用，促进产业更新迭代发展，助力橡胶轮胎企业融入全球产业链供应链。一是打造全产业链融合展示平台。设置轮胎、车轮、汽配等八大专业展区，充分展现橡胶轮胎产业全链条、全环节最新风采、最全面貌，提供更精准的商贸对接、技术交流和品牌推广服务，全面彰显展会聚合效应。二是创新升级技术交流平台。聚焦智能工厂、柔性制造、供应链协同场景，利用 VR、AR 等技术替代传统轮胎静态展陈方式，将技术与未来场景生动融合演绎，让“高端”具象化为被看见、记住、传播的亮点。三是鼓励首发创新技术产品。70% 以上参展企业都携带三款以上新技术、新产品亮相展会，展会企业首发记忆橡胶轮胎、高端新能源 EV 轮胎、静音舒适轮胎，产品性能达到国际一流水平，吸引行业注目。四是聚力推动产学研深度融合。展会首次设置高校展区，联动青岛科技大学、山东理工大学等高校，展示研发团队前沿技术，推动科技成果从“实验室”走向“生产线”迈向“市场化”。

中部和西部地区举办工业与科技类以及房屋建筑、装修及经营服务类展会的比重较高，分别占中部地区展会总数的 17.42% 和 14.35%，以及西部地区的 15.06% 和 14.58%。此外，中部地区文化、体育和娱乐类展会数量占比较高，为 10.00%；西部地区交通运输、仓储和邮政类展会数量占比较高，为 12.04%。东北地区举办农业、林业、渔业及农副产品类和房屋建筑、装修及经营服务类展会项目数量所占比例较高，占比分别为 19.72%、16.90%。



第三章

2025 年中国出国 展览发展分析



审批和管理出国举办经济贸易展览会国务院赋予中国贸促会的重要职能，本章统计的 2025 年度出国展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 2025 年度已实施的各项出国办展、出国参展项目信息。

一、出国展项目数量延续增长态势

2025 年，中国贸促会共审批计划出国展项目 1652 项，实际执行 1259 项，分别同比增长 6.58% 和 7.98%。其中，出国参展 1156 项，出国办展 103 项，涉及 70 家组展单位，覆盖 57 个国家和地区。参展企业数量 4.77 万家，展览面积 68.38 万平方米，分别同比下降 4.7% 和 2.88%。

从季度数据来看，第二季度出国展项目数量同比增幅达 16%，表现最为突出；第一、四季度分别增长 4.27% 和 13.23%，第三季度则同比下降 2.81%。从月度数据来看，9 月（190 项）和 11 月（156 项）为出国参展办展高峰期，出国展项目数量最多，而 1 月（38 项）和 12 月（48 项）出国展项目数量相对较少。

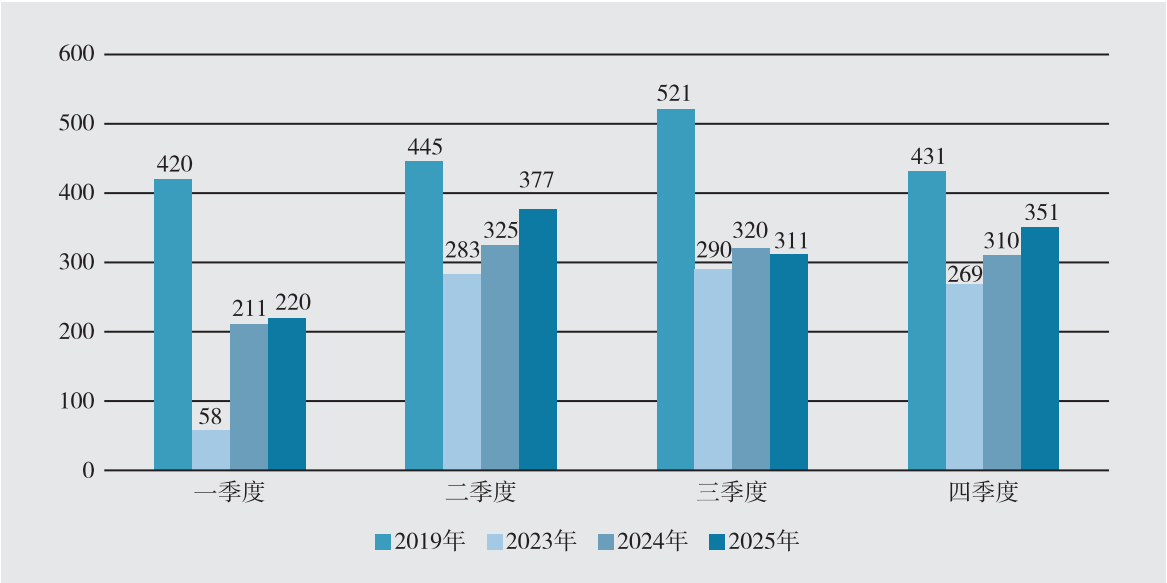


图 3-1 2019、2023、2024、2025 年出国展览项目数量（季度数据）

数据来源：中国贸促会。

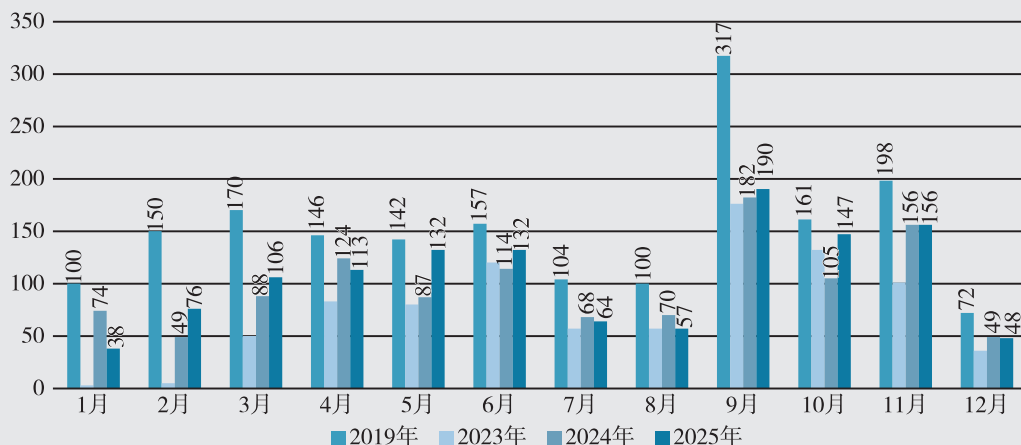


图 3-2 2019、2023、2024、2025 年出国展览项目数量（月度数据）

数据来源：中国贸促会。

二、亚洲、拉美和非洲项目数量增长显著

2025 年中国出国展项目主要集中在亚洲、西欧等地。其中，亚洲地区项目达 520 项，同比增长 16.07%，占比 41.3%，较 2024 年提升 2.88 个百分点。值得注意的是，非洲（59 项）增长最快，同比增长 31.11%；拉美及加勒比地区（124 项）紧随其后，增长 21.57%。相比之下，欧美市场占比有所下降，西欧（262 项）占比从 22.38% 降至 20.81%，北美（130 项）占比从 12.26% 降至 10.33%。

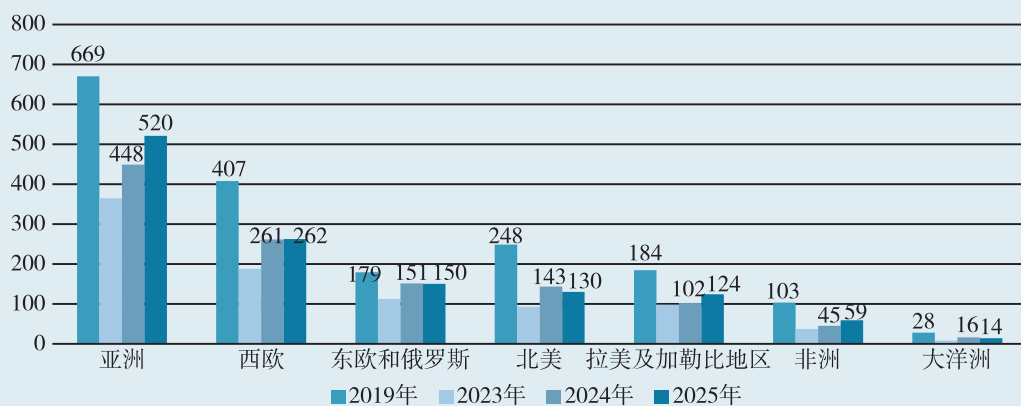
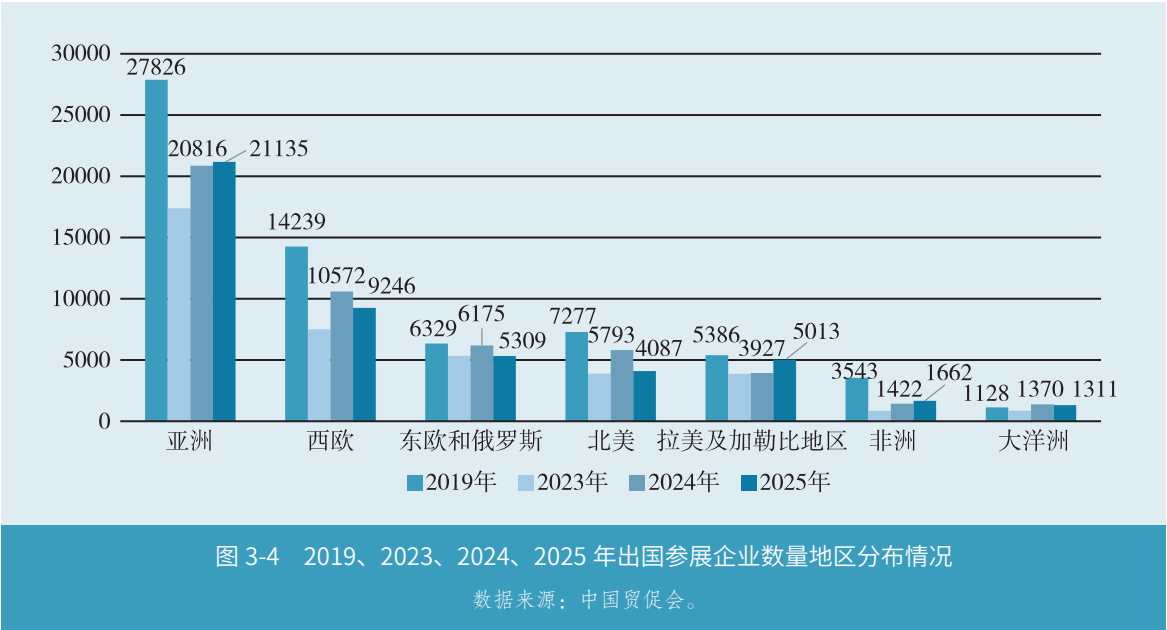


图 3-3 2019、2023、2024、2025 年出国展览项目数量地区分布情况

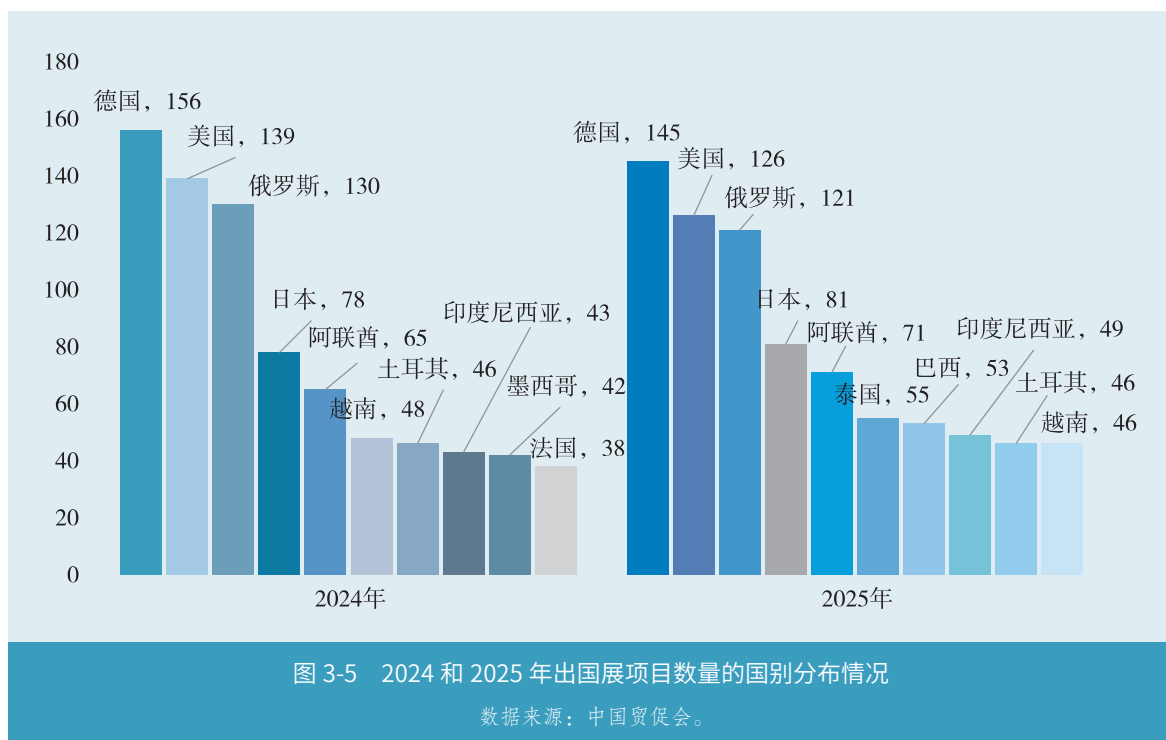
数据来源：中国贸促会。

2025 年，中国企业多以亚洲和西欧地区为出国参展目的地。2025 年，赴亚洲地区参展企业数量最多，为 21135 家，占当年中国出国参展企业总数比重为 44.25%，同比增加 1.53%。赴西欧（9246 家，占比 19.36%）、东欧和俄罗斯（5309 家，占比 11.12%）、北美（4087 家，占比 8.56%）、大洋洲（1311 家，占比 2.74%）参展企业数量分别同比下降 12.54%、14.02%、29.45% 和 4.31%，其中北美地区降幅最大。与此同时，拉美及加勒比地区，以及非洲地区表现较为突出，参展企业数分别同比增长 27.65% 和 16.88%。



三、德美俄保持前三大出展目的地

从出国展项目数量的国别分布来看，2025 年中国出国展项目数量按国别排名前十位分别是德国（145 项）、美国（126 项）、俄罗斯（121 项）、日本（81 项）、阿联酋（71 项）、泰国（55 项）、巴西（53 项）、印度尼西亚（49 项）、土耳其（46 项）、越南（46 项），项目数量共计 793 项，占中国出国展项目总数比重为 62.99%。具体来看，德国、美国、俄罗斯项目数量稳居前三，但均较 2024 年有所下降，降幅分别为 7.05%、9.35%、6.92%。日本、阿联酋按项目数量分别排名第四和第五，分别增长 3.85% 和 9.23%。另外，泰国、巴西项目数量排名提升较快，均上升 5 位。



案例 3-1

2025 年杜塞尔多夫国际医疗器械设备展为中国产品拓展欧洲和全球市场提供平台

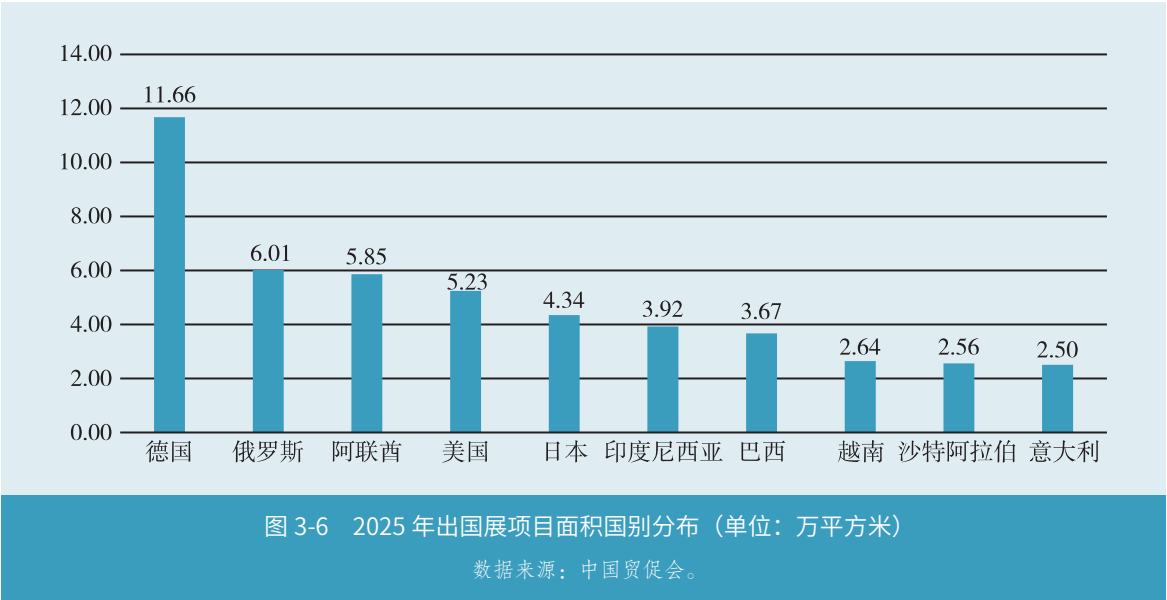
2025 年 11 月 17 日至 20 日，2025 年杜塞尔多夫国际医疗器械设备展（MEDICA 2025）在德国杜塞尔多夫国际会展中心举办。该展会是全球规模和影响力最大的综合性医疗设备展之一，重点展示医疗器械设备、数字健康、实验室分析诊断、理疗矫形和医用耗材等领域的产品和服务。

本届展会吸引了约 70 个国家和地区的 5300 余家参展商参展。1300 多家中国企业携创新产品和服务参展，参展商数量在所有国家中位居首位，涵盖心脑血管介入、医疗防护、微创外科、超声诊断、激光医疗、肿瘤筛查等多个细分领域。中企参展产品全方位展现了中国医疗器械产业从基础耗材到高端装备、从传统制

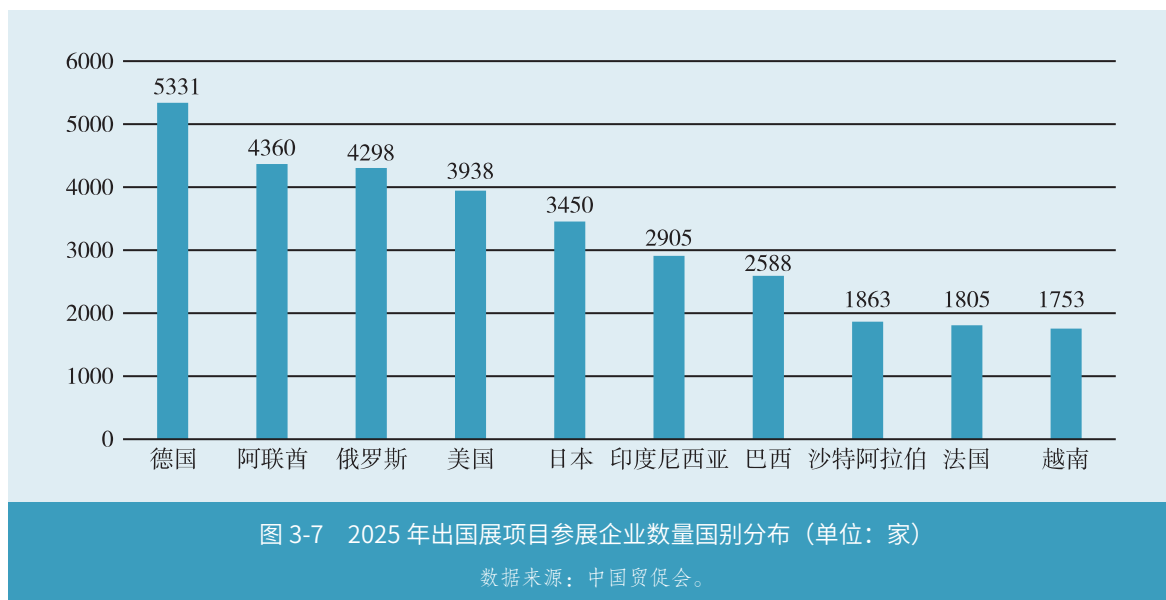
造到智能创新的全产业链发展成果，获得了展会各方高度认可。根据中国贸促会展览审批管理系统数据，本届展会中企接待客商数和洽谈项目数均是上一届展会的两倍以上。

当前，全球医疗器械市场需求持续升级，对高端化、智能化、绿色化医疗产品的需求日益迫切。中国作为医疗器械生产和出口大国，在技术创新、产能供给及全产业链配套方面具备显著优势，近年来加速推进医疗产业国际化布局。欧洲市场作为全球高端医疗器械的核心消费市场，是中国医疗器械企业出海的重要目标市场。随着中欧医疗产业合作不断深化，MEDICA 2025 为中国企业对接欧洲及全球市场资源、展示创新成果、提升国际品牌影响力提供了平台。

从出国展项目面积的国别分布来看，前十大国别出国展面积占中国出国展总面积的比重为 70.74%，具体国家及其面积分别为德国 11.66 万平方米、俄罗斯 6.01 万平方米、阿联酋 5.85 万平方米、美国 5.23 万平方米、日本 4.34 万平方米、印度尼西亚 3.92 万平方米、巴西 3.67 万平方米、越南 2.64 万平方米、沙特阿拉伯 2.56 万平方米、意大利 2.5 万平方米，美国由 2024 年的第二名下降为第四名，展览面积大幅下降 28.36%。



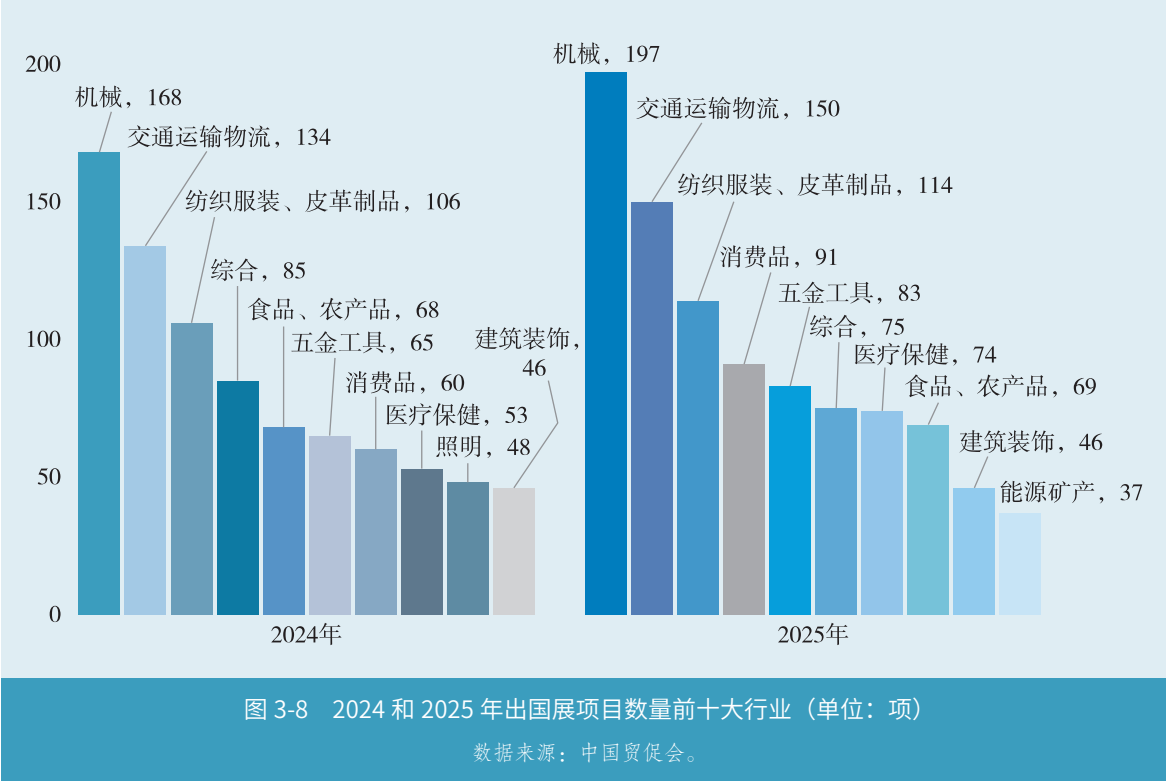
从出国参展企业数量的国别分布来看，前十大国别出国展参展企业数量占中国出国参展企业总数比重为 67.61%，具体国家及其数量分别为德国 5331 家、阿联酋 4360 家、俄罗斯 4298 家、美国 3938 家、日本 3450 家、印度尼西亚 2905 家、巴西 2588 家、沙特阿拉伯 1863 家、法国 1805 家、越南 1753 家。



四、专业展项目和企业数量双提升

从各行业出国展项目数量来看，机械、交通运输物流、纺织服装及皮革制品三大行业稳居前三位。其中，机械行业表现最为突出，项目数量从 168 项增至 197 项，占比提升至 15.65%。交通运输物流、纺织服装及皮革制品行业项目数量分别增至 150 项和 114 项，占比分别为 11.91% 和 9.05%。

消费品、五金工具等贴近终端市场的行业参展热度显著提升。具体来看，消费品行业项目数量从 2024 年 60 项大幅增至 91 项，排名从第七提升至第四。五金工具行业项目数量从 65 项增至 83 项，排名从第六提升至第五。另外，值得关注的是，能源矿产行业由第十二位跻身前十，成为新亮点。



案例 3-2

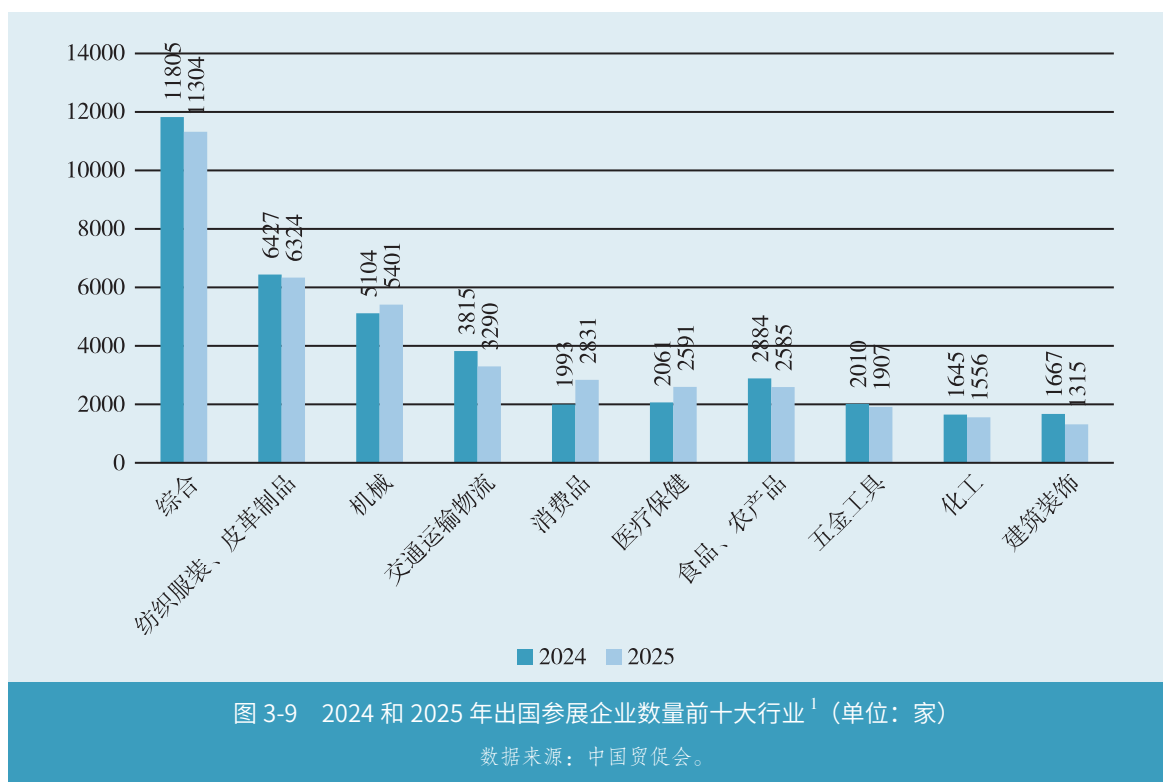
2025 印尼国际煤炭及能源工业博览会为中国和印尼能源产业技术交流及经贸合作搭建新桥梁

2025 年 5 月 15 日至 17 日, 2025 印尼国际煤炭及能源工业博览会 (简称 “印尼国际煤博会”) 在印尼举办。展会由印尼煤炭开采协会、印尼矿业服务协会、中国国家创新与发展战略研究会能源产业研究院与世信国际会展集团股份有限公司主办, 以 “能源新发展 合作新未来” 为主题, 聚焦 “高端化、多元化、低碳化” 发展趋势, 旨在打造印尼首个煤炭能源领域全产业链展会, 为全球煤炭能源转型搭建集展示交流、供需对接、采购贸易、国际合作于一体的专业高效服务平台。

展览面积为 15000 平方米, 展示内容覆盖露天采矿装备与技术、井工采矿装备与技术、煤炭加工利用装备与技术、矿山服务与工程、绿色矿山装备与

技术、新能源装备与技术等领域，吸引了 Adaro Energy（阿达罗能源）、Bumi Resources（布米资源）、Bukit Asam（普吉亚森）以及徐工集团、中车大同、徐矿集团、郑煤机集团、东风汽车在内的 120 余家全球能源领域的知名企业参展，从传统煤炭开采加工利用技术到绿色矿山智能装备体系，再到可再生能源一体化解决方案，全方位、系统性呈现了全球煤炭及能源领域的创新实践成果与发展趋势，印尼煤炭及矿业企业三大巨头、百大煤炭商、头部服务商等赴现场洽谈采购，为印尼、东南亚乃至全球能源转型搭建起专业高效的展示交流合作平台。

从各行业出国展企业数量来看，出国展行业类别排名前十位的分别是综合类（11304 家，占比 23.67%），纺织服装、皮革制品（6324 家，13.24%），机械（5401 家、11.31%），交通运输物流（3290 家、6.89%），消费品（2831 家、5.93%），医疗保健（2591 家、5.42%），食品、农产品（2585 家、5.41%），五金工具（1907 家、3.99%），化工（1556 家、3.26%），建筑装饰（1315 家、2.75%）。前十位行业类别与 2024 年相同，其中消费品、医疗保健、化工行业排名均上升 1 位。



1 注：2024 和 2025 年出国参展企业数量前十大行业类别相同。

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。其中，机械、五金工具等行业展会项目重点布局德国、美国、俄罗斯、墨西哥；纺织服装、消费品等终端产品行业聚焦美国、日本、欧洲等消费市场，以及越南、印尼等人口红利市场；交通运输物流、建筑装饰行业重点布局土耳其、哈萨克斯坦、阿联酋等区域物流枢纽或基建需求旺盛国家；医疗保健、信息通讯等技术密集型行业优先布局德国、美国、日本等技术先进国家。

表 3-1 2025 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)

行业	第一	第二	第三
机械	德国（25）	美国（21）	俄罗斯（17）
综合	美国（13）	阿联酋（9）	巴西、日本、沙特阿拉伯（5）
化工	泰国（5）	日本（4）	俄罗斯、印度尼西亚、德国（3）
建筑装饰	阿联酋（9）	美国（5）	俄罗斯、沙特阿拉伯（4）
农机、农药	乌兹别克斯坦、土耳其、埃及、巴西、日本、沙特阿拉伯、法国、泰国、澳大利亚、肯尼亚、越南、马来西亚（1）		
信息通讯	巴西（5）	德国、美国（3）	印度尼西亚、法国、西班牙（2）
印刷	泰国（2）	印度尼西亚、意大利、秘鲁、越南、韩国（1）	
食品、农产品	德国（8）	美国（7）	俄罗斯（6）
其他	德国（22）	俄罗斯（19）	日本（12）
交通运输物流	土耳其（13）	俄罗斯、哈萨克斯坦、阿联酋（12）	德国（11）
休闲娱乐	德国、阿联酋（1）		
医疗保健	德国（16）	日本（8）	美国、俄罗斯（7）
五金工具	德国（15）	俄罗斯（11）	美国（10）
文教体育用品	德国（6）	美国、越南（3）	俄罗斯、沙特阿拉伯、泰国、日本（2）
消费品	美国（18）	日本（12）	德国（11）
科研技术	美国、越南（2）	俄罗斯、巴西、阿联酋、马来西亚（1）	

续表

行业	第一	第二	第三
能源矿产	俄罗斯（7）	德国、沙特阿拉伯（4）	日本（3）
礼品工艺品	泰国（1）		
家用电器	俄罗斯（4）	土耳其、意大利、美国、阿联酋（1）	
礼品工业品	土耳其（3）	印度尼西亚（2）	
照明	墨西哥（4）	俄罗斯、波兰、西班牙、阿联酋（3）	哈萨克斯坦、埃及、美国、越南（2）
纺织服装、皮革制品	美国（16）	俄罗斯（14）	法国（12）
安保防护	泰国（5）	德国、阿联酋（4）	美国（3）

资料来源：中国贸促会。



2025 年中国 - 中亚（乌兹别克斯坦）贸易展览会助力中乌前沿技术领域务实合作

2025 年 9 月 16 日至 18 日，由中国国际贸易促进委员会主办的 2025 年中国 - 中亚（乌兹别克斯坦）贸易展览会在塔什干国际展览中心举办。此次展会聚焦数字经济、绿色能源、智能制造等前沿领域，旨在深化中乌全面战略伙伴关系，通过高端展示与深度对话，推动两国经贸务实合作。

展会汇聚了近 200 家中国领军企业及优质产品，包括行业龙头企业格力的“家庭智能方案”、海信的“超清显示技术”，以及细分领域翘楚浙江杭叉的“新能源叉车”、云深处科技的“仿生机器人”等，参展企业阵容强大。同时，高新技术企业与自有品牌等创新主体携前沿技术成果集中亮相。展会设有智能制造、绿色能源、数字贸易等六大专业展区及国家形象展示区，展出面积达 4800 平方米。展品种类丰富，涵盖多个热门领域，全方位展示了中国企业在技术创新与产业升级方面取得的显著成就，彰显了中国产业链向高端化、绿色化转型的实际成效。

展会同期，举办了“中国 - 乌兹别克斯坦贸易和投资论坛”，中乌两国领导、商协会代表及企业领袖共聚于此，展开深入对话。在品牌供需发布会上，现场发布了近百项采购需求，精准匹配中乌贸易大热趋势，助力构建长效合作机制。

五、出国自办展成交金额大幅提高

2025 年中国贸促会审批执行的出国办展项目总计 103 项，较 2024 年增加 4 项，占出国展项目总数的 8.18%。其中，审批执行的办展项目实际展出总面积 24.18 万平方米，其参展企业数量共计 1.77 万家，展位数量共计 2.63 万个，分别同比增长 6.58%、2.84%、5.28%。从场均数据来看，2025 年出国办展项目场均展出面积 2347.6 平方米，参展公司数量 171.7 家，展位数量 255.6 个，分别同比下降 14.12%、17.14%、15.16%。但值得注意的是，2025 年出国办展实际成交额大幅增加 19.09%，场均成交额同比增长 14.16%。

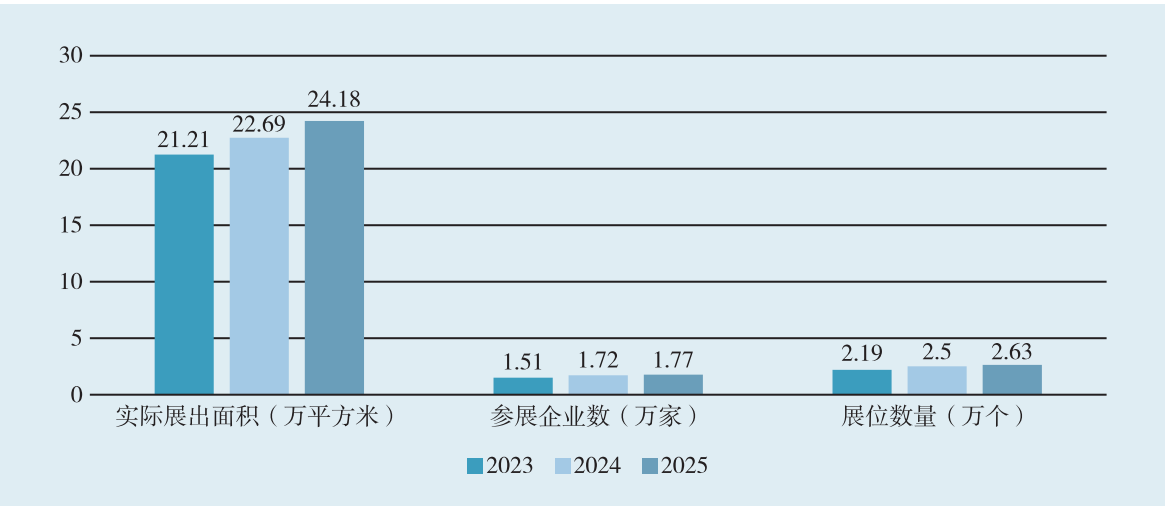
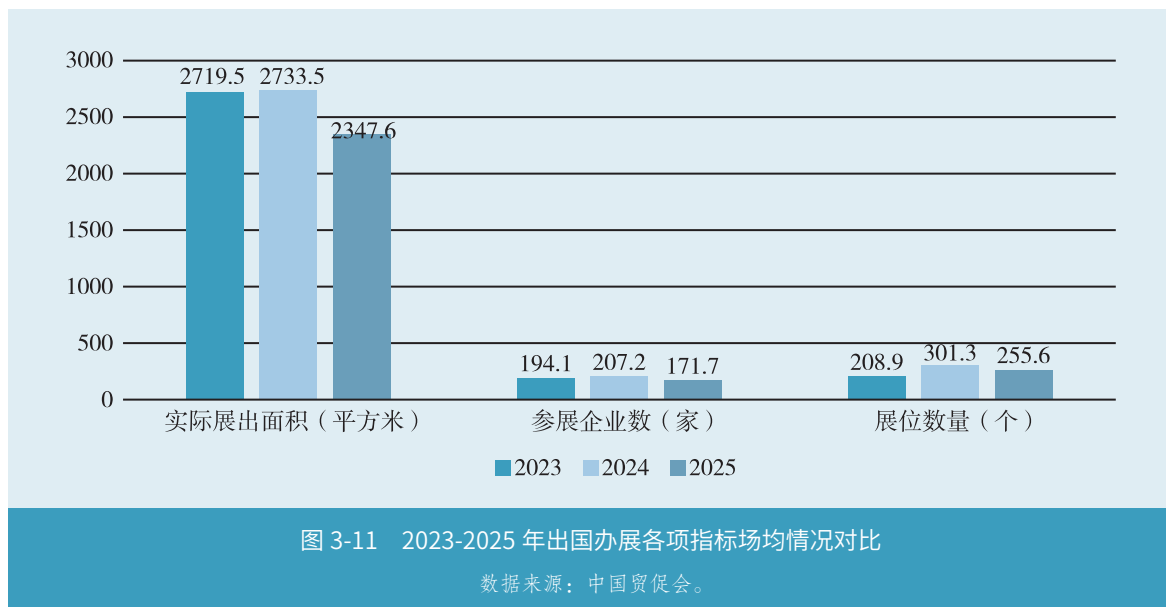


图 3-10 2023-2025 年出国办展各项指标整体情况对比

数据来源：中国贸促会。



六、出国展组展企业数量持续增加

经中国贸促会审批，2025 年共有 70 家组展单位组织出国展览，平均每个组展单位组展项目约 18 个，分别较 2024 年增长 2.41% 和 4.91%。

从组织展会数量来看，2025 年前十大组展单位项目数量达 768 项，同比增加 10.34%，占比达到 61%。前五大组展单位分别是浙江远大国际会展有限公司（156 项，占比 12.39%），上海市国际展览（集团）有限公司（111 项，8.82%），西麦克国际展览有限责任公司（82 项，6.51%），贸促会上海浦东分会（74 项，5.88%），中国机电产品进出口商会（73 项，5.8%）。

从组织参展企业数量来看，2025 年前十大组展单位组织参展企业数量达 2.99 万家，同比减少 3.37%，占比为 62.69%。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（7672 家，占比 16.06%），浙江远大国际会展有限公司（4726 家、9.89%），中国机电产品进出口商会（2711 家、5.68%），贸促会纺织行业分会（2419 家、5.06%），中国医药保健品进出口商会（2243 家、4.7%）。

从组织展览面积来看，2025 年前十大组展单位组织展览面积达 43.76 万平方米，与 2024 年（43.9 万平方米）基本持平，占比达 64%。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（10.64 万平方米、占比 15.56%），浙江远大国际会展有

限公司（7.22 万平方米、10.56%），中国国际展览中心集团有限公司（4.39 万平方米、6.42%），中国机电产品进出口商会（4.35 万平方米、6.36%），贸促会纺织行业分会（3.53 万平方米、5.17%）。

表 3-2 2025 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（项）		组织参展面积（平方米）		组织参展企业数量（家）	
		数量	比例	数量	比例	数量	比例
1	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	14	1.11%	106371	15.56%	7672	16.06%
2	浙江远大国际会展有限公司	156	12.39%	72211	10.56%	4726	9.89%
3	中国机电产品进出口商会	73	5.80%	43494	6.36%	2711	5.68%
4	贸促会纺织行业分会	22	1.75%	35337	5.17%	2419	5.06%
5	中国医药保健品进出口商会	40	3.18%	29004	4.24%	2243	4.70%
6	贸促会化工行业分会	38	3.02%	27070	3.96%	2225	4.66%
7	西麦克国际展览有限责任公司	82	6.51%	29044	4.25%	2153	4.51%
8	中国国际展览中心集团有限公司	62	4.92%	43908	6.42%	2057	4.31%
9	商务部外贸发展事务局	22	1.75%	25466	3.72%	1925	4.03%
10	中国国际贸易促进委员会机械行业分会	66	5.24%	25711	3.76%	1814	3.80%
11	远大国际展览有限公司	62	4.92%	20821	3.04%	1559	3.26%
12	中纺广告展览有限公司	9	0.71%	15828	2.31%	1419	2.97%
13	上海市国际展览（集团）有限公司	111	8.82%	16556	2.42%	1238	2.59%
14	中国纺织品进出口商会	8	0.64%	13416	1.96%	1226	2.57%
15	中国对外贸易中心集团有限公司	24	1.91%	16897	2.47%	1115	2.33%
16	福建荟源文化发展集团有限公司	42	3.34%	9605	1.40%	880	1.84%
17	中国国际贸易促进委员会电子信息行业分会	26	2.07%	12825	1.88%	863	1.81%
18	浙江时代国际展览服务有限公司	26	2.07%	9217	1.35%	765	1.60%

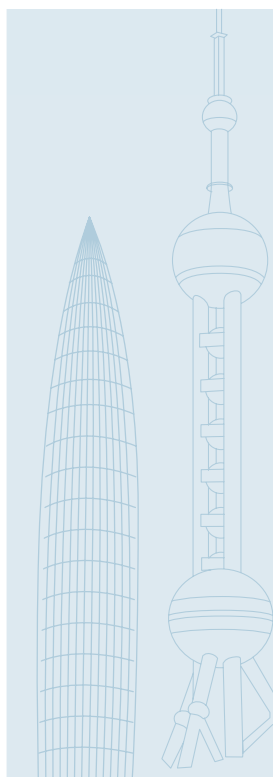
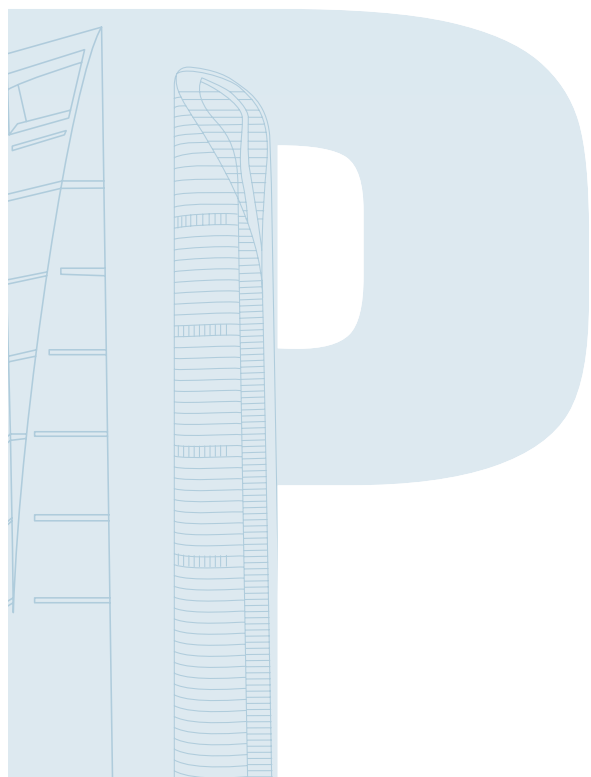
续表

序号	组展单位	项目数量（项）		组织参展面积（平方米）		组织参展企业数量（家）	
		数量	比例	数量	比例	数量	比例
19	中国中轻国际控股有限公司	25	1.99%	12775	1.87%	657	1.38%
20	保利国际展览有限公司	33	2.62%	6723	0.98%	588	1.23%
21	贸促会上海浦东分会	74	5.88%	7509	1.10%	578	1.21%
22	长城国际展览有限责任公司	33	2.62%	7573	1.11%	549	1.15%
23	中国电子国际展览广告有限责任公司	13	1.03%	7151	1.05%	516	1.08%
24	中国五矿化工进出口商会	8	0.64%	4996	0.73%	416	0.87%
25	中艺新国际展览（北京）有限公司	19	1.51%	4154	0.61%	366	0.77%
26	国药励展展览有限责任公司	3	0.24%	8433	1.23%	342	0.72%
27	中国食品和包装机械工业协会	16	1.27%	4395	0.64%	332	0.70%
28	中国机械国际合作股份有限公司	17	1.35%	3457	0.51%	301	0.63%
29	中国工程机械工业协会	2	0.16%	8965	1.31%	258	0.54%
30	江苏省商务厅	2	0.16%	2613	0.38%	255	0.53%

资料来源：中国贸促会。

第四章

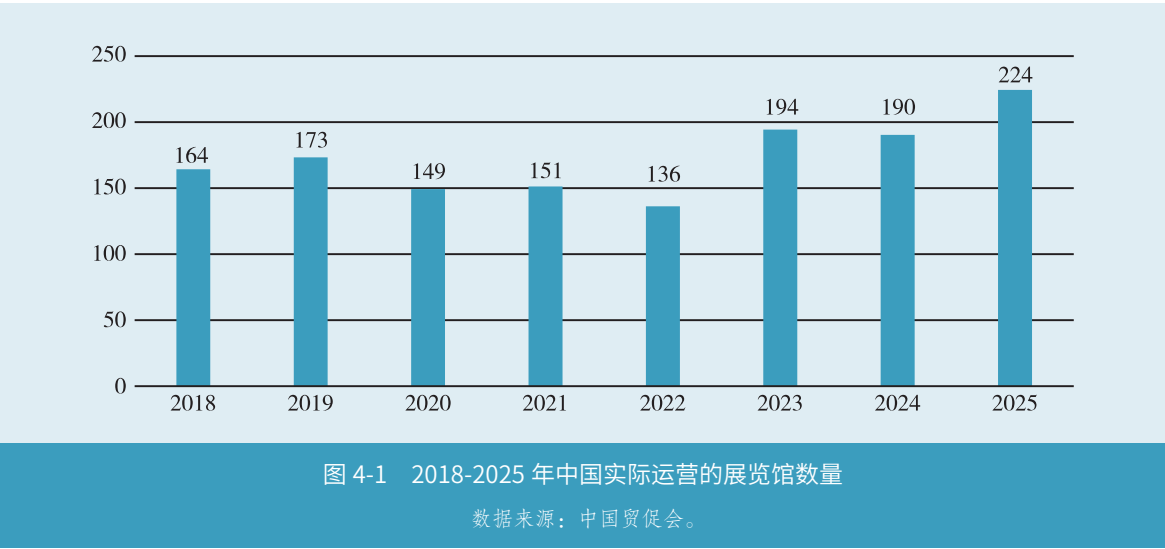
2025 年中国展览馆 市场分析



展览馆是展览业发展的核心载体，其硬件设施、运营管理水平直接影响展会的规模、档次和影响力。近年来，中国各地纷纷加快展览馆建设，现代化的展览馆设施为举办国际性、规模化展会提供了有力保障，为展览业高质量发展注入强劲动能。

一、实际运营展览馆数量显著增加

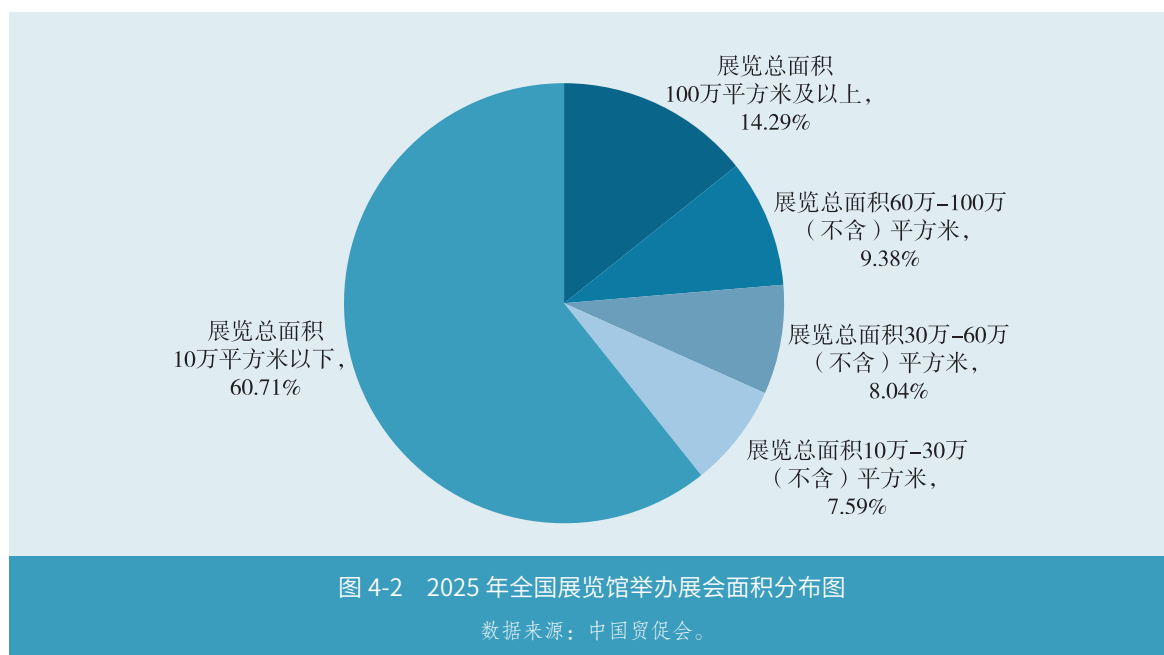
本报告从收集到办展信息的展览馆中筛选出 2025 年举办 2 个以上经贸类展会的专业展览馆，作为中国展览馆市场分析对象，即 2025 年实际运营的展览馆。2025 年中国实际运营的展览馆数量为 224 个，与 2024 年（190 个）相比大幅增长 17.89%，展览馆市场规模持续扩大。



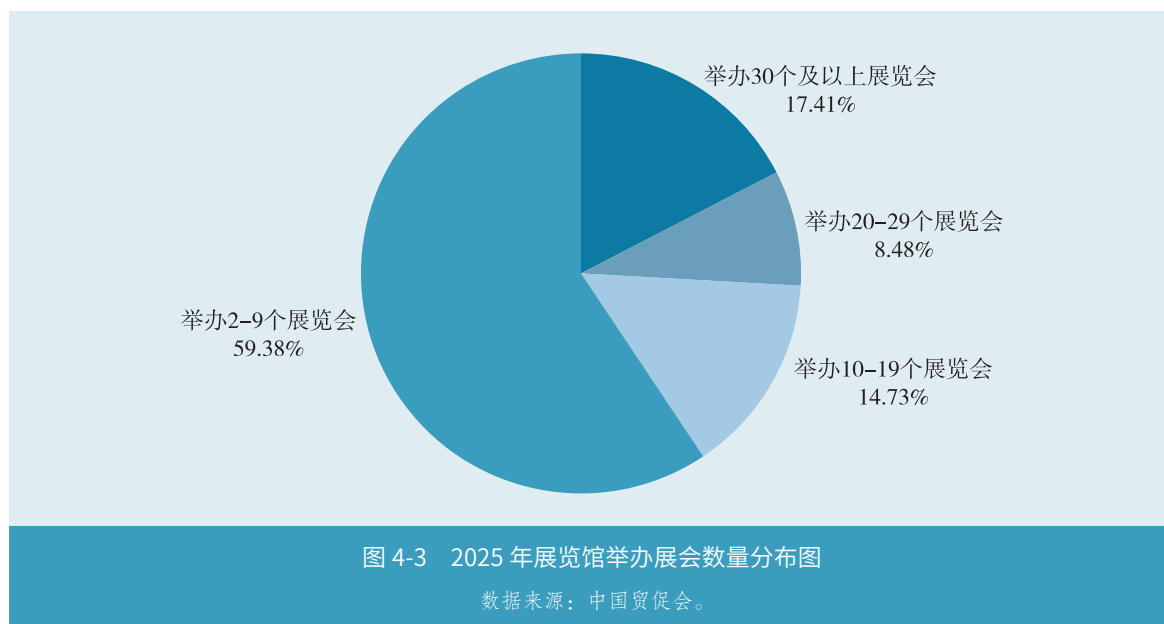
二、办展面积不足 10 万平展览馆大幅增多

从展览馆年度办展总面积看，2025 年全国 21 个展览馆办展总面积在 60 万 -100 万平方米之间，比去年增加 10 个，增幅达 90%，这一群体的快速扩容是 2025 年展览馆市场的重要亮点。办展面积在 100 万平方米以上的展览馆有 32 个，占比 14.29%，较上年度下降 7.71 个百分点；办展面积在 30 万 -60 万平方米（不含）的展览馆有 18 个，占比 8.04%，较上年度下降 3.06 个百分点；办展面积在 10 万 -30 万平方米（不含）的

展览馆有 17 个，占比 7.59%，较上年度下降 18.01 个百分点；办展面积在 10 万平方米以下的展览馆有 136 个，占比 60.71%，较上年度增加 28.71 个百分点。



从举办展会数量看，2025 年共有 39 个展览馆举办 30 个及以上展会，占比 17.41%，19 个展览馆举办展会数量在 20-29 个之间，33 个展览馆举办展会数量在 10-19 个之间，133 个展览馆举办 2-9 个展会。



三、展览馆聚焦绿色化数字化转型

在全球能源转型与数字化浪潮的推动下，中国展览馆市场正加快绿色化与数字化转型升级的步伐。绿色化不仅有助于减少能源消耗和环境污染，还能提升展览馆的社会形象和市场竞争力；数字化则能通过先进的信息技术，提升展览馆的展示效果和观众体验，推动展览馆行业的创新发展。

国家层面出台政策文件和行业标准支持展览馆绿色化与数字化转型升级。在绿色化方面，国务院发布的《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》¹明确提出，要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。2025年6月，国家市场监督管理总局发布《公共机构绿色场馆评价导则》（GB/T 45840-2025）²，首次为展览馆等提供国家级绿色评价框架，包括能源节约与利用、资源节约与利用等5大类指标。2025年8月，商务部发布《绿色展馆》标准（SB/T 11255-2025），并于2026年1月实施，明确展览馆绿色规划、节能管理等要求³。在数字化方面，工业和信息化部等五部门联合印发的《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）》明确指出，VR/AR等技术为展览领域重点推广方向。

展览馆作为展览业的重要组成部分，积极响应国家政策号召，加快绿色化转型步伐。展览馆采用光伏发电、雨水回收、能耗监测等技术，实现资源的循环利用，降低运营成本，提高经济效益和环境效益。国家会展中心（天津）采用装配式建筑、地源热泵、光伏太阳能等100多项低碳、节能、环保技术，每年能减少二氧化碳的排放量约10000吨。2025年夏季达沃斯论坛在国家会展中心（天津）举办，此届论坛通过绿证交易，实现100%绿色电力供应，也是夏季达沃斯论坛首次通过采购绿色电力证书⁴的方式实现全绿电供应。2025年8月，浙江安吉国际会展中心投入运营。该展馆在建设过程中全面应用光伏玻璃、地源热泵、雨水回收、能耗监测等100多项绿色节能技术，结合BIM（建筑信息模型）建模、三维扫描、装配式施工等智慧建造手段，打造全过程低

1 资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/content/2021-02/22/content_5588274.htm?5xyFrom=site-NT。

2 资料来源：国家标准全文公开系统，<https://openstd.samr.gov.cn/bzgk/gb/newGbInfo?hcno=FEFE94810D2E301D6DC7BB8288700FF0>。

3 资料来源：全国标准信息公共服务平台，<https://std.samr.gov.cn/hb/search/stdHBDetailed?id=3D7E3C2DDA1C83EFE06397BE0A0AB5BB>。

4 注：绿色电力证书是我国对可再生能源上网电量颁发的“电子身份证”，是绿色电力环境价值的唯一凭证，1张绿证对应1000千瓦时的绿色电力。

碳、高效、可持续的绿色建筑样板。

人工智能技术作为展览馆数字化升级的核心引擎，正从体验端、运营端、内容端三个维度重构展览馆的空间形态和服务逻辑。在体验端，传统展览馆的参观体验以“视觉+听觉”为主，存在交互单一、代入感弱的痛点。人工智能与 VR/AR、柔性可穿戴传感器的结合，打破了物理空间和感官维度的限制。随着柔性可穿戴传感器技术的进步，在 VR、AR 终端支持下，可以通过人工智能算法实现触觉反馈，让使用者在元宇宙环境中具有真实触感。在运营端，展览馆运营的核心痛点在于物理空间与管理数据脱节，导致展品维护、人流调度、应急响应效率不高。展览馆运营数字孪生技术¹有助于更好地实现展品管理维护、应急响应、多场景调度，将物理场馆转化为具有感知、决策和进化能力的“智慧生命体”。在内容端，不同参观者的需求差异较大，传统展览馆的“标准化内容输出”无法满足个性化需求。展览馆可通过机器学习技术，分析参观者的需求，提供更有针对性的服务，让参观者获得更准确、更有价值的信息。



运维数字化“护航”上海新国际博览中心高质量运营

上海新国际博览中心联合海康威视搭建物联数据底座，打造场馆数字孪生，建成并投入使用的设施运维平台，以更高效的运维响应速度推动服务质量和运营效率“双提升”。

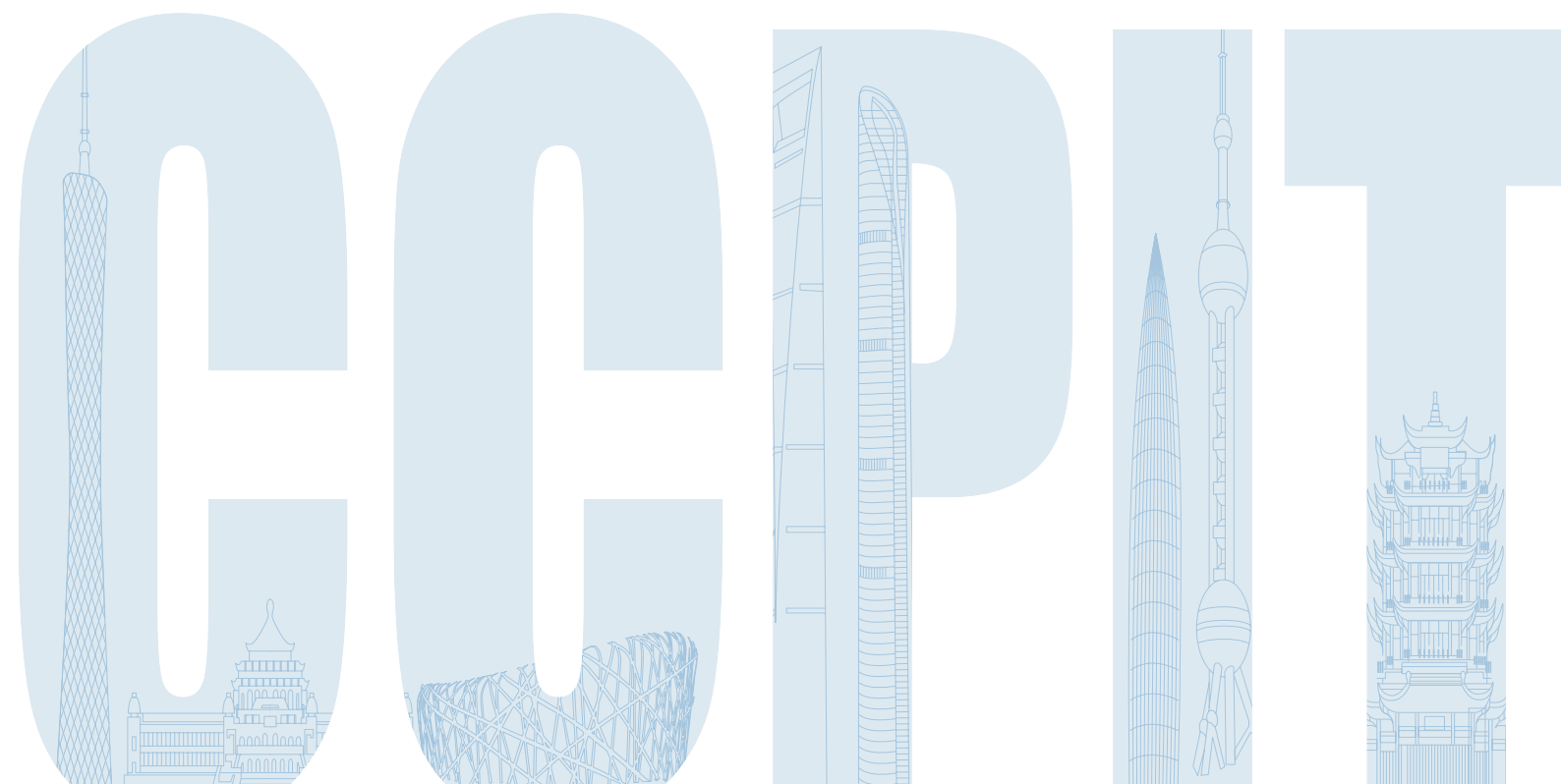
通过 3D 建模重塑，上海新国际博览中心构建了 1V1 的数字孪生，将展厅、会议中心、园区道路及各类设备设施“搬”到三维空间，建立起物理世界到数字世界的映射，实现整个博览中心“一屏总览”。管理人员可以通过第一视角，查看设备状态、能耗数据、消防态势等，借助平台隐患识别及智能预警功能，实时联动运维人员快速响应并处置问题。

1 注：3D 数字孪生系统作为城市物理世界与网络虚拟空间相互对应、相互映射、协同交互的复杂系统，可实现对 3D 世界各个方面的精确仿真和实时监控。

“节能环保、绿色零碳”的办展需求也可以通过平台达成。平台通过物联网关接入智能电（水）表，获取读数并周期性自动生成能耗报表，实时监测展会用电、用水情况，分析不同区域能耗数据，统计场馆用能变化趋势。出现用能异常时平台将及时预警，通知运维人员检查处理。所有报表均支持回溯，提供历史数据查询，实现能耗“算得清、查得快”。

第五章

2025 年重点展会分析



2025 年，我国国家级大型展会平台成果丰硕，促进了国际交流与合作，向世界传递了中国扩大开放的强音。

一、第三届链博会激发中外企业合作新动能

2025 年 7 月 16 日至 20 日，由中国贸促会主办、中国国际展览中心集团有限公司承办的第三届中国国际供应链促进博览会（简称“链博会”）在北京中国国际展览中心顺义馆举行，主题为“链接世界、共创未来”。

（一）顺应时代、凝聚共识

当前，世界进入新的动荡变革期，单边主义、保护主义加剧，经济全球化遭遇逆流。何立峰副总理在开幕式致辞中指出，各国唯有相互尊重、团结协作、互利共赢，才能促进全球发展繁荣，鼓励各国工商界做全球产业链供应链稳定畅通的坚定拥护者、积极建设者、重要贡献者，引起热烈反响。《第三届中国国际供应链促进博览会北京倡议》凝聚起加强全球产业链供应链开放合作的普遍共识。

多国政要专程赴华参加第三届链博会，南非副总统马沙蒂莱率多位部长和众多企业来华出席链博会。泰国担任主宾国并委派高级别代表团参展参会。40 多位世界 500 强跨国企业领导人专程参会，美国英伟达创始人兼首席执行官黄仁勋连续 4 天在京出席链博会相关活动。国际展览局、国际商会、国际商标协会、“可持续市场倡议”全球理事会等机构主要负责人专程参会。172 个境外团组观展参会，数量是上届的 2.2 倍。这充分反映出全球各界对链博会的认可，链博会是中国的，更是世界的。

（二）成果丰硕、亮点突出

链博会是中国推动产业链供应链国际合作的重要平台载体，是维护全球产业链供应链稳定畅通的重要公共产品，彰显了中国推动建设开放型世界经济、构建人类命运共同体的大国担当。与前两届相比，第三届链博会层次更高、人气更旺、交流更广、成果更实。中外参展企业和机构达到 1200 家，线上线下观众人数超过 21 万人次，比上届增长 5%。参展商首发首展首秀 152 项新产品新技术新服务，比上届增长 67%，其中链博首发站发布 55 项，直播观看人数超过 5000 万人次。参展商与 4.2 万家上下游企业建立合作关系。据不完全统计，现场共签署合作协议、达成合作意向超过 6000 项。

一是“国际范”更足。链博会举办三届以来，境外参展商占比逐年攀升，从首届的26%、第二届的32%，上升至第三届的35%。其中，世界500强和行业龙头企业占比超过65%；参展商覆盖范围从首届的55个国家和地区，增加到本届的75个。大批美国、欧盟、日本企业积极参展。25家国际组织观展参会，其中联合国粮农组织、联合国贸法会、世界知识产权组织等8家国际组织参展。

二是“创新力”更强。聚焦加快发展新质生产力，第三届链博会首次在先进制造链展区设置了创新链专区，首次打造以“链博新品·共促未来”为主题的“链博首发站”。在第二届发布全球供应链促进指数、连接指数基础上，全新发布全球供应链创新指数、韧性指数，形成全球供应链指数矩阵，并首次绘制6链1展区产业图谱。在展陈方式方面，展商更突出体验式、互动式、沉浸式展览叙事。观众可以像工程师一样检视供应链网络，体验虚拟工厂漫游，通过XR眼镜沉浸式穿梭于电商购物、社交互动、文化旅游等应用场景。

三是“链接度”更高。链博会不追求短期的现场交易成交额，更注重推动长期互利合作，第三届链博会组织参展商和专业观众精准匹配2.4万次，是第二届的4倍。第三届链博会创新优化了链博会指标评价体系，进一步突出帮助参展商和专业观众“找朋友、找伙伴、找解决方案、找应用场景”。链博会3.0版本得到广泛认可，越来越多中外企业深刻认识到链博会的独特价值和展示逻辑。“链主”企业与“链属”企业联合参展，同台讲述供应链合作故事。

（三）绿色发展、厉行节约

第三届链博会继续贯彻“绿色、环保、可持续”办展理念，着力打造绿色链博、零碳链博、零塑链博。一是场馆运营更绿色。链博会首次实现100%全绿电供应。对场馆进行能耗升级改造，更换照明节能灯具，投入使用低碳智慧能源系统，构建起“智能管控+绿色供能”的现代化能源体系；采用“光伏绿电+外购绿证”双轨模式，利用展馆屋面建设光伏能源项目，日均发电量可达5万千瓦时，同步采购可再生能源电力证书，展期减排二氧化碳1100多吨，节约电费超过30%。二是展台搭建更绿色。链博会积极推广绿色展台理念，对展商开展免费的绿色展台搭建培训，将绿色化作为展台设计方案的核心评估标准，引导推动参展商在保证搭建质量和功能完整性的前提下，优先使用库存材料和环保轻量材料，做到结构模块化、构件标准化、设计减量化。三是观展参会更绿色。链博会将“循环、减塑、降污”的绿色理念融入每一个细节，转

化为可量化、可复制的标准化实践。减少实体门票使用，推广扫码进场，工作人员证件跨届次循环使用，票证印制成本降低 26%。倡导“光盘行动”，100% 使用可降解或可循环餐具和打包袋，餐饮成本降低 12%。

（四）创新链产业链高效对接

第三届链博会首次在先进制造链展区设置了创新链专区，以“制度、载体、服务”为支点，打通从知识产权确权、技术孵化到产业化的全流程，推动创新资源从“书架”走向“货架”，让创新链和产业链无缝对接。

一是政策切中创新转化难点痛点。国家知识产权局首次公开展示高校和科研机构专利盘活系统，该系统覆盖全国 2700 余所高校和科研机构的 68 万条存量专利，可便捷查看高校院所的高价值专利详情和对接信息，加快推动专利技术成果从实验室走向产业链。诸多参展商、专业观众排队查询，一批国内外团组表达了合作意向。工业和信息化部电子一所展示其新技术基础产品的“一条龙”应用推广系统，面向企业提供技术转化应用解决方案，充分解答科技成果转化中“不能用”“不好用”“不会用”的难题，100 多家科研院所、生产制造企业、检验检测机构前来对接洽谈。

二是促进创新转化成效显著。中国技术交易所、上海技术交易所、深交所科交中心三大交易机构现场展示其快捷高效技术交易系统和成功案例，现场对接企业技术评估、确权、交易全方位需求，累计与近百家企业和机构达成合作意向。

三是综合效益突出。创新链专区有效推动政府部门、国际组织、科研机构、交易平台、科技园区和高新技术企业等主体互动，贯通创新生态系统，汇聚各方发展合力。中国科学院理化所展示的液氢技术可解决氢产业链的“储运”难题，吸引阿根廷、白俄罗斯等国家相关机构以及多地政府部门前来洽谈交流。世界知识产权组织全景展示国际商标注册、专利申请等全流程国际化服务，与各地多个机构建立广泛联系。多家参展企业展示多项关键技术转化过程，其中科天新材料就与 40 余家企业和机构达成合作意向。

二、大阪世博会中国馆实现历史性突破

大阪世博会以“构想焕发生机的未来社会”为主题，于 2025 年 4 月 13 日至 10 月 13 日在大阪举行。中国馆以“共同构建人与自然生命共同体—绿色发展的未来社会”为主题，馆内“天人合一”“绿水青山”“生生不息”三大叙事篇章依次呈现道法自然

的古老文明、展示绿水青山的今日中国、共绘绿色发展的未来社会，成为最具特色、最具人气展览馆之一，累计接待全球观众近 200 万人次，来自 90 多个国家和地区的 280 多位政要和知名人士到访参观，首次荣获国际展览局颁发的最高奖项——大型自建馆展示金奖，实现中国参展海外世博会历史性突破。

（一）讲好中国故事，提升中华文明传播力影响力

世博会是人类文明的百花园，历届世博会都是人类文明成果荟萃的盛会，也是充分体现文明多样性的平台。习近平主席强调，“讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”“中华文明是世界上唯一绵延不断且以国家形态发展至今的伟大文明”。高质量参加大阪世博会是中华文明以更加开放的姿态拥抱世界、以更有活力的成就贡献世界的重要方式。大阪世博会期间，中国馆举办了一系列丰富多彩的文化活动，向世界展示了中国各地的文化特色和风土人情，促进了不同文化之间的交流与互鉴。2025 年 7 月 11 日，中国国家馆日举行，中共中央政治局委员、国务院副总理何立峰出席活动并致辞。馆日活动期间举办了以“华彩中国·共绘未来”为主题的大型文艺演出，来自陕西省的演出团队运用民族歌舞、乐器、戏曲、武术、杂技、街舞等表演形式，在大阪世博会舞台精彩呈现历史悠久、底蕴深厚的中华文化。“中华书简”建筑外墙镌刻 117 首经典名篇，“万物各得其和以生，各得其养以成”等 54 则习近平主席引用的诗词，连同甲骨、何尊、云梦秦简等珍贵展项从中华文化根脉载体——文字演进角度生动阐释中国人的宇宙观、天下观、社会观、道德观。匈牙利总统舒尤克表示：“中国馆传递的理念犹如一泓清泉滋润无数参观者的心田，引发人们对可持续未来的深思。此行使我坚信，守护人类福祉与敬畏自然密不可分。”东帝汶总统奥尔塔表示：“中国在生态保护中实现脱贫和乡村振兴，是世界前所未有的壮举。”

（二）展示中国式现代化发展成就

世博会是创新变革的风向标，从蒸汽时代到电气时代再到信息时代，历届世博会集中展示人类生产力发展和科技进步的最新成果，航天探索、人工智能、清洁能源、智慧生活等领域创新成就日益成为近几届世博会关注重点。中国馆的科技展示紧扣时代主题，聚焦国家战略科技领域，既展现硬科技实力，也传递科技服务人类的理念。在大阪世博会中国馆中，从月球正面和背面土壤样品首次零距离对比展示到“蛟龙号”下潜 7062 米拍摄的珍贵影像，从“八网”融合智慧城市解锁的未来城市之钥到与观众

亲密互动的人工智能大模型孙悟空，全面展现了中国式现代化建设的巨大成就。瑞士联邦议会联邦院议长卡罗尼高度赞赏中国对国际航天事业难以估量的重要贡献；国际展览局秘书长科肯切斯表示：“中国馆为世界读懂中国打开了生动的视窗。它展现对人类未来的美好愿景，并呈现了以开放合作拥抱世界，携手应对共同挑战的解决方案。”意大利副总理萨尔维尼、印尼众议院议长马拉哈尼、马来西亚副总理法迪拉、古巴副总理迪亚斯等多国政要由衷赞叹中国发展成就和风范担当，表示中国馆之行为进一步加强同中国在绿色发展、数字经济、基础设施、文化旅游等各领域合作夯实信心、增添动能。

（三）推动国际友好交往与经贸合作

世博会是务实合作的大平台，作为全球性盛会，世博会为供求双方搭建交流平台，各国政府、企业均重视利用世博平台进行经贸交流，组织各种企业对接洽谈、产品展示、商务考察等活动，达成众多合作成果。大阪世博会中国馆以丰富活动构建起立体的交流平台，成为沟通世界的“中国窗口”。省区市活动周、企业日、主题日活动接连上演，在深化友好关系、国际文化交流、国际经贸交流方面取得了务实成果。31个省市自治区和澳门特别行政区接续举办活动周、活动日，创参展历届海外世博之最；各省区市会同部委机构和领军企业举办非遗展演、文旅推介、经贸论坛、学术交流、产品首秀。天津活动周不同影像区域滚动呈现天津宣传片、中日首对友城天津－神户结好50周年历史图鉴，携手解码友好交往初心，为国际友城合作提供了情感联结的范式样本。

目前，2027年贝尔格莱德专业类世博会中国馆筹备工作已全面展开，2030年利雅得综合类世博会中国馆筹备工作即将正式启动。中国积极参与世博会事务，将推动世博会在促进科技创新协同、文明交流互鉴、经贸合作深化等领域潜力持续释放，助力凝聚全球发展共识，为构建人类命运共同体注入持久而强劲的动力。

三、第八届进博会展现中国市场“磁吸力”

2025年11月5日至10日，由商务部和上海市人民政府主办的第八届中国国际进口博览会（简称“进博会”）在国家会展中心（上海）举办。

（一）国家展助力各方拓展合作空间

共有67个国家、地区和国际组织参加第八届进博会国家展，展览面积3万平方米，

会期举办了上百场活动。第八届进博会首次设立双城联展和“魅力友城”。格鲁吉亚、塞尔维亚、阿联酋等 19 国领导人或高级别官员参加国家展有关活动。中国馆集中展示“十四五”时期中国经济社会发展的开创性进展与历史性成就，共汇集展品 570 件，为历届最多。CR450 高速动车、C919 大型客机、6G 空天一体应用场景等展品，吸引中外观众纷纷驻足“打卡”，生动诠释了中国式现代化的最新实践和中国新质生产力发展的最新成果。

（二）企业展实现规模、质量双提升

第八届进博会企业展面积超过 36.7 万平方米，共有来自 138 个国家和地区的 4108 家企业参展，展览面积和企业数量均创历史新高。其中，世界 500 强和行业龙头企业达 290 家，180 家企业成为“八届全勤生”，充分体现中国超大规模市场的强大“磁吸力”。企业展主要呈现三个特点：一是首秀功能增强。共发布 461 项代表性新产品、新技术、新服务。其中，全球首发 201 项、亚洲首展 65 项、中国首秀 195 项，涵盖生物医药、绿色低碳、技术装备等行业，人工智能、人形机器人占比更高。全球“最快”的无创体检设备、“最小”的 X 光机、“最轻”的大折叠屏手机等，都在本届进博会上首发首展，助力中国大市场进一步成为全球创新的试验场、应用场、利润场。二是消费热点突出。“银发经济”“宠物经济”“悦己消费”成为新热点，智能助听器、智能舒眠系统、陪伴机器人等适老产品广受欢迎，低碳饮食、智能健身等助力“体重管理”的定制化方案得到全链条展示，经典老爷车与电动汽车上演“百年对话”。三是顶尖企业齐聚。近百家大型跨国公司、大型商协会负责人来到“四叶草”。其中，有 10 家行业顶尖企业由董事长或 CEO 亲自率队，将企业“总部决策层”集体带到进博现场，有些企业直接把高管会议搬入进博会场，成为全球企业持续看好中国、加码中国、深耕中国的生动缩影。

（三）“出口中国”成为本届展会新亮点

2025 年 11 月 4 日，李强总理出席“共享大市场·出口中国”系列活动启动仪式并宣布活动启动。参加启动仪式的企业代表纷纷表示，中国创新打造“出口中国”品牌，向全球传递了明确信号：中国不仅是一个巨大的消费市场，更是一个愿意通过制度创新与世界共赢共享的合作伙伴。本届进博会围绕“出口中国”“投资中国”“购在中国”，组织展客商专题对接、企业闭门座谈会、精品消费月启动等多场活动，推动贸

易、投资、消费相互促进和有效协同，进博会重要平台作用和溢出效应进一步放大。

四、第 137 届、138 届广交会助力释放外贸新动能

中国进出口商品交易会（简称“广交会”），由商务部和广东省人民政府主办，每年分两届在广州中国进出口商品交易会展馆举办。其中，第 137 届广交会于 2025 年 4 月 15 日至 5 月 5 日举办，第 138 届广交会于 2025 年 10 月 15 日至 11 月 4 日举办，展览总面积均为 155 万平方米。

（一）到会境外采购商人数屡创新高

第 137 届广交会共有来自 219 个国家和地区的 288938 名境外采购商到会。新兴市场仍是广交会最大客源地，共建“一带一路”国家采购商 187450 人，增长 17.4%，占比达 64.9%。金砖国家采购商 72417 人，增长 24.1%。RCEP 成员国采购商 64808 人，增长 6.9%。欧美采购商 51862 人，增长 3.4%。共有 140 家工商机构组团参会，增长 17.6%。头部跨国采购企业达 376 家，创历史新高。

第 138 届广交会吸引来自 223 个国家和地区的超 31 万名境外采购商到会，较上届增长 7.5%，再创历史新高。其中，共建“一带一路”国家采购商达 21.4 万人，同比增长 9.4%。欧盟、中东、美国、巴西等地区采购商增长明显，增幅分别为 32.7%、13.9%、14% 和 33.2%。158 家工商机构、550 个采购团组团参会。

（二）助力中国外贸“向新”而行

在第 137 届广交会上，新产品、新技术、新设计、新材料、新工艺大量涌现，绿色低碳、智能化产品广受关注，成为撬动订单和开拓市场的有力支点。企业现场展示产品超 455 万件，其中新产品 102 万件、绿色低碳产品 88 万件、智能产品 32 万件。首次设立的服务机器人专区火爆“出圈”，46 家国内领先的机器人企业展出 60 个细分领域的 500 多款机器人，企业日均接待客户超 300 人次。广交会设计创新奖（CF 奖）展厅集中展示 147 件获奖产品，吸引超 4 万人次到访。

在第 138 届广交会 460 万件展品中，新产品、绿色产品、自主知识产权产品占比分别达到 23.3%、23.5% 和 23.9%。AI 赋能、创新智造、绿色低碳、高端定制成为贯穿三期的核心关键词，具身机器人、脑机接口设备、零塑家居、生物基材料、AI 智能康复

设备、3D 打印等新质生产力成果成为“流量担当”。632 场新品发布活动和广交会设计创新奖，为“全球首发、中国严选”搭建了展示舞台。

五、2025 年服贸会拓展服务贸易国际合作网络

2025 年中国国际服务贸易交易会（简称“服贸会”）由商务部和北京市人民政府主办，于 2025 年 9 月 10 日至 14 日在北京市首钢园区举办。本届服贸会首次在首钢园区“一址举办”，以“数智领航，服贸焕新”为年度主题。

（一）更开放重要活动凝聚创新合作共识

习近平主席连续 7 年向服贸会视频致辞或致贺信，在本次贺信中指出，中国将坚定不移扩大高水平对外开放，积极对接国际高标准经贸规则，加快在自由贸易试验区、国家服务贸易创新发展示范区等平台先行先试，有序推进服务市场开放，推动服务贸易高质量发展，为我们探索服务业制度型开放指明了方向。

北京市委书记尹力宣读习近平主席贺信，国务院副总理丁薛祥出席全球服务贸易峰会、发表主旨讲话并宣布 2025 年服贸会开幕，商务部部长王文涛主持峰会。澳大利亚总理阿尔巴尼斯、秘鲁总统博鲁阿尔特、世界贸易组织副总干事希尔、联合国贸易和发展会议副秘书长马雷诺和有关嘉宾视频或现场致辞。来自 30 余个国家和地区近 800 位中外嘉宾现场参会，共话服务开放合作，共促贸易互利共赢。

（二）更专业展览展示链接全球向新向质

一是展商质量高。行业“顶流”集结，480 余家世界 500 强和行业龙头企业线下参展，占参展商比例超 1/4，头部企业数量和占比均超上届。各省区市及港澳台地区优势服贸企业组团参展，共同展现了多元化、高质量的“中国服务”。二是数智服务多。全球首款光子计数 CT、具身智能清洁产品等新成果，5G 规模化应用全链条场景、智能手术室等新场景，数字供应链创新方案、燃气泄漏检测方案等新案例，充分展示了科技服务赋能发展的蓬勃生机。三是国际参与广。爱尔兰、世界知识产权组织等 85 个国家和国际组织设展办会。澳大利亚组织服贸会最大规模主宾国展团，联动墨尔本分会场，推介教育、旅游、绿色经济等特色服务。线下参展企业整体国际化率超 20%，覆盖 26 个服务贸易前 30 强国家和地区。四是展陈方式新。围绕服务“无形化、抽象化”特点，

借助数字人、VR 模拟设备等载体，更好展示新技术应用场景、解决方案和产品背后的附加服务。突出“小镇式会展”特色，增加展区洽谈空间，为线上约见设置专属洽谈区，让服务可观可展可谈。

（三）更权威前沿首发引领服贸行业发展

一是聚焦前沿议题。260 余位国际组织负责人、境内外部长、世界 500 强高管、中外院士等重要嘉宾，围绕数智时代电商发展、服务贸易新趋势、数字贸易创新能力提升、旅游文明互鉴、全球绿色经济发展等热点话题深入交流，为服务贸易高质量发展探索有效路径。二是发布权威报告。先后发布中国服务贸易发展报告、全球服务贸易包容发展趋势报告、世界旅游城市发展报告、服务贸易国际标准化观察报告等重磅成果，系统呈现服务贸易发展风向。三是首发创新成果。商务部发布《支持北京市率先试行世贸组织〈电子商务协定〉工作方案》，推动全球首个多边数字贸易规则在中国加快落地。北京正式发布首批通过北京真实场景检验的“北京方案”，包括 1 个数智化算力底座、1 个北京市政务云、N 个应用方案。世界 500 强、独角兽企业、国家级“专精特新”小巨人、首台（套）企业、行业协会等 113 家企业机构，发布人工智能、金融科技、医疗健康、绿色低碳等领域 198 项成果，包括 109 项精准医疗、超高清视听、光量子计算机、仿生细胞传感器等方面的新品首发。

六、第四届数贸会共享数字发展机遇

全球数字贸易博览会（简称“数贸会”）是中国唯一以数字贸易为主题的国家级、国际性、专业型展会，由浙江省人民政府和商务部主办，杭州市人民政府、浙江省商务厅和商务部外贸发展事务局共同承办。第四届数贸会于 2025 年 9 月 25 日至 29 日在杭州大会展中心举办。

（一）凸显开放合作主题，凝聚数贸共识

共有来自 10 个国家的 18 名国际政要出席第四届数贸会，33 家国际组织参展参会，400 余个跨国公司负责人、1200 余名行业专家围绕深化数贸领域合作沟通交流。国际展商占比超 20%，其中欧美展商超 130 家，国际客商数量较上届增长 64%，主宾国印度尼西亚今年超 300 名客商参加，跨国企业更深融入中国市场，市场化合作日益拉紧

全球数贸纽带。联合国贸发会议、联合国教科文组织等国际组织首次在数贸会上主办配套活动，“丝路电商日”吸引 44 个国家 700 余家企业参加，数字贸易“朋友圈”持续扩大。

（二）展览展示新品荟萃，人工智能引领创新

第四届数贸会主展馆 382 项“首发”“首秀”“首展”涵盖了数字文娱、数字康养、数字家居等领域，多维度展示数字贸易前沿技术应用场景。第四届数贸会突出“数字贸易与人工智能深度融合”特色，人工智能展区面积占比近 1/3，首次设置“智能体专区”，首次开展机器人动态展演，超 330 家人工智能企业同台荟萃，数贸会已成为人工智能产业创新成果的汇聚地。

（三）搭建精准对接平台，强化“精准匹配”

第四届数贸会搭建精准对接平台，展前、展中先后举办 46 场重点活动、110 场企业主体活动和 1219 场次精准贸易匹配。“数贸在线”平台上有 26 万次的线上供采匹配，平均为每家展商提供上百条采购需求信息，助力数字技术加速实现产业化。据统计，第四届数贸会采购金额 309 亿元，实现翻番，其中人工智能、文化出海、跨境电商三大类订单占了 82%，国际订单占 71.5%。第四届数贸会首次设立“数贸创投日”，组织全国 132 个科创项目与 117 家投资机构开展配对，38 组项目资本达成初步合作意向。

七、第五届消博会搭建供需连接桥梁

第五届中国国际消费品博览会（简称“消博会”）由商务部和海南省人民政府主办，于 2025 年 4 月 13 日至 18 日在海南省举办。

（一）参展规模再创新高

第五届消博会共有来自 71 个国家和地区的 1767 家企业、4209 个消费品牌参展，规模创历届新高。第五届消博会围绕消费主题和海南特色，举办新品发布、健康消费、低空经济、“全球好礼”评选等活动 60 余场。展会期间，还举办了“全球好物、电商平台、重点国别”等主题供需对接活动，共达成 52 个签约意向，意向合作金额约 920 亿

元。本届消博会专业采购商超过 6 万人，相对于第四届增长超过 10%。

（二）科技消费特点凸显，新型消费亮点纷呈

第五届消博会更加聚焦前沿科技领域，新消费科技展区总面积扩大 30%，首次设立了人工智能、低空经济展区。宇树科技、强脑科技、群核科技等企业，携带人形机器人、外骨骼装备、仿生手以及脑机接口等参展，展现了 AI 技术对生活消费的赋能；亿航智能、联合飞机、小鹏汇天、中国通航等企业，集中展示包括无人机、飞行汽车在内的多款新品，挖掘低空消费新场景，全面展示低空经济产业链的协同创新。

（三）各类活动丰富多彩，供需对接成果突出

第五届消博会围绕消费主题和海南特色，举办启动仪式、全球消费创新暨免税与旅游零售交流活动、新品发布、时装秀、私享会、健康消费、低空经济、新能源汽车环岛众测赛、“全球好礼”评选等官方活动，以及特色精品活动和系列配套活动 60 余场。其中，新品发布活动集聚 25 家国内外知名企业，集中发布近百款首发首秀新品，进一步强化了消博会作为全球消费趋势风向标的作用。

八、第二十五届投洽会共促全球发展

第二十五届中国国际投资贸易洽谈会（简称“投洽会”）由商务部主办，于2025年9月8日至11日在厦门举办。

（一）高水平对外开放，国际参与度创新高

9月8日，国家主席习近平向第二十五届投洽会致贺信。习近平指出，中国国际投资贸易洽谈会以“扩大双向投资 共促全球发展”为永久主题，为推动建设开放型世界经济发挥了积极作用，已成为全球投资者深化务实合作的有效平台。第二十五届投洽会展览总面积达12万平方米，123个国家和地区，1100多个政府官方机构及工商企业团组参会，客商总数超8万人。57位境外部级及以上官员、11国驻华大使和临时代办、15位国际组织高级代表、97位跨国公司高管出席大会。

（二）“引进来”“走出去”，共筑稳定之锚

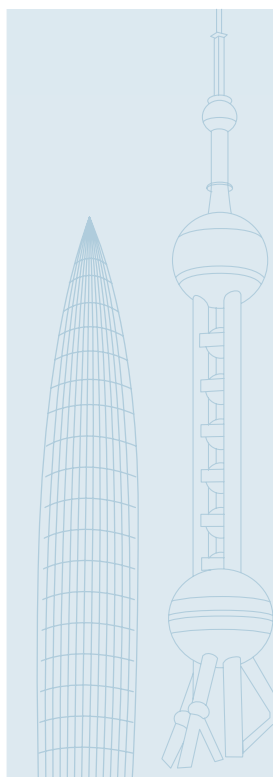
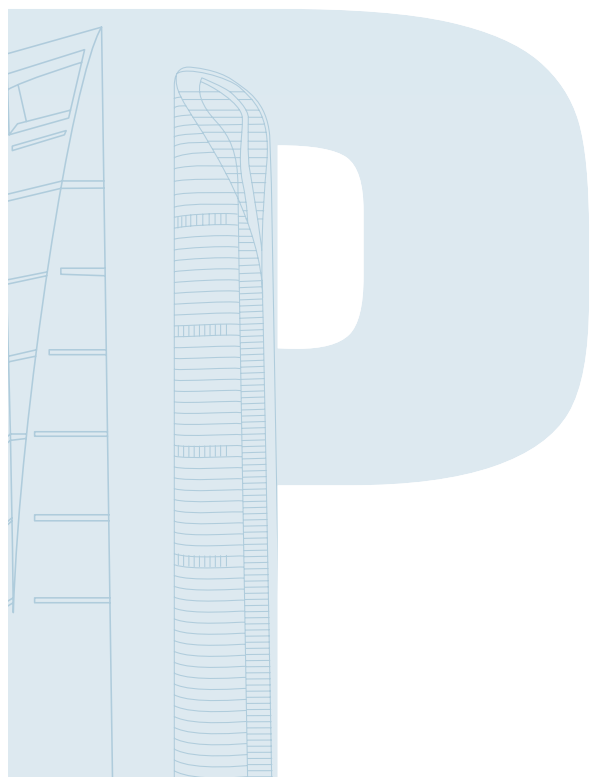
超过30个国家在投洽会期间开展专场推介，向中国企业发出投资邀请。首次亮相投洽会的“海联会客厅·走进投洽会”系列活动共设置8个专场，聚焦欧洲、RCEP成员国、拉美、非洲等关键市场，邀请了24个国家代表参会推介，吸引超过1000家企业参会对接，达成32个“走出去”意向项目，总金额超过6亿元。

（三）精准务实对接 投资实效显著提升

“展洽融合”一体布局成为第二十五届投洽会突出亮点，4天内展馆举办的各类推介及路演活动近300场，参与人数超过10000人次，让项目与资金“零距离”碰撞，签约热度直线拉升。投洽会正成为投资效率高、转化链条短、合作成果实的一站式“展洽融合”标杆。

第六章

2025 年重点城市展览业 发展分析：武汉



武汉作为建设中的国家中心城市、长江经济带核心城市，正以建设国际会展中心城市为目标，将展览经济作为推动开放型经济发展、促进消费升级、赋能产业转型的重要引擎。2025 年，武汉展览业呈现规模能级双提升、业态创新加速、国际影响力扩大的高质量发展态势。

一、总体发展情况：规模能级跨越式提升

近年来，武汉展览业实现量质齐升，展现出强劲的发展活力，多次荣获中国最具竞争力的会展城市、中国十佳会展名城等称号。2025 年 1-10 月全市举办展会活动 278 场，同比增长 38.3%。国际化水平不断提升，2025 年新增 2 家企业获 ICCA（国际大会及会议协会）认证，新增 1 个会展项目获 UFI（国际展览业协会）认证，新增 1 家企业获 IAEE（国际展览与项目协会）认证，累计获得国际组织认证的会员和项目数量达到 26 个。2025 年，武汉市成功引进包括世界数字教育大会、第 32 届生活用纸国际科技展览会、2025 中国国际农业机械展览会、国际酒博会在内的 9 个国际性展会，国际影响力显著提升。

（一）展产对接平台不断完善

武汉市搭建展产对接平台，精准助力产业发展，加快构建“会展搭台、产业唱戏”的资源对接体系，依托展会平台为产业链提供技术合作、品牌宣推、市场拓展、资源整合等多维度支持。例如，健博会立足武汉“医、药、械、养、游”大健康产业基础，吸引飞利浦、GE 医疗、阿斯利康、联影医疗、迈瑞等龙头企业集聚。通过 6 年的培育，展会规模、层级和影响力持续攀升，国际化水平日益提高，不仅成为产业趋势发布的“风向标”，更是全球大健康资源对接的“强磁场”，确立了其在大健康领域知名品牌展会地位；光博会借力“光芯屏端网”万亿级产业集群，吸引全球芯片设计商、设备制造商参展，专业观众数量、国际化水平和交易成果连年突破，展会能级快速提升，成为国内外企业展示尖端技术和寻求合作的重要平台。



“中国光谷”国际光电子博览会

“中国光谷”国际光电子博览会（简称“光博会”）是每年 11 月在武汉举办的国际性光电子展会，2002 年创办于“中国光谷”，由工业和信息化部等国家部委与湖北省人民政府共同主办。作为国务院批准的湖北省唯一政府主办光电产业盛会，展会涵盖激光技术、光通信、光电子技术应用等领域，现已成为国际知名、国内前三、中西部地区最大的光电子领域专业展会。

2025 第二十届光博会以“光联万物、智引未来”为主题，首次被纳入联合国教科文组织“国际光日”全球系列活动，成为全球光电领域的一大焦点。2025 光博会展览面积达 2.5 万平方米，吸引了来自美国、德国、法国、俄罗斯、尼日利亚、马来西亚等 12 个国家和地区的 390 家企业参展，汇聚 24 位国内外院士、40 余位国际专家及 230 余位知名企业家，共同见证近百项全球光电领域前沿技术的集中亮相。展会突破传统框架，首次设置“空天地海”无人驾控装备实景场，通过“光+无人驾控装备”“光+机器人”“光+AI”等融合场景，直观呈现光电子技术在低空经济、智能汽车、智能制造等新兴领域的支撑作用，彰显光电技术对产业升级的驱动力量。

（二）会展业乘数效应凸显

武汉市加速会展+商文旅体融合，打造“大会展+”生态，会展业的乘数效应凸显，有效拉动了文旅、交通、餐饮、住宿等相关产业增长。例如，2025 武汉体育消费展与武汉马拉松同期举办，设七大主题展区，结合潮流运动、本地美食、文化旅游，深入打造“赛、食、赏、购、游”为一体的消费新场景，激发体育消费新活力。2025 第二十五届武汉国际车展以“汽车+”跨界融合为特色，通过打造专属 IP“汉小车”、组织穿越城市地标巡游、举办特艺文创展以及发放过千万元消费券等创新举措，深度

联动文化、旅游与公益，现场成交近 30 亿元，近三届累计拉动消费超 130 亿元。2025 中国国际商用车展（CCVS）通过“展+会+赛”三维联动、设立动态演示与冷链专项展区，并组织产教融合活动，有效促进了商用车全产业链在新能源与智能化领域的协同创新与国际合作。



案例 6-2

武汉国际汽车展览会

武汉国际汽车展览会（简称“武汉国际车展”）创办于 1995 年，由中国机械工业联合会、中国贸促会汽车行业分会主办，武汉市贸促会等单位承办，是中国五大车展之一、中部地区规模最大、影响力最强的汽车专业展会。2025 年，第二十五届武汉国际车展以“智联新世界驾趣新生活”为主题，展览规模达 14 万平方米，并首次在湖北鄂州、黄石、咸宁等都市圈设立 5 万平方米分会场。展会吸引百余家国内外汽车品牌参展，展出车型超千款，集中发布新车超 20 款。展会期间单日最高参观人数近 6 万人次，现场成交金额近 30 亿元，近三届累计拉动消费超 130 亿元。本届车展深度聚焦科技引领，不仅设立专利展示专区，还首次引入人形机器人等智能科技互动；同时创新“汽车+”跨界融合，打造专属 IP“汉小车”、组织穿越 12 个城市地标的汽车巡游、举办展出近 300 件作品的首届特艺人才文创展等系列活动，并叠加“国补+厂补”等总额过千万元的专项消费券，极大激发了区域消费活力，充分彰显其对汽车产业升级和消费提振的重要平台作用。

二、政策支持体系：精准赋能高质量发展

武汉市通过构建完善的政策支持体系，为展览业高质量发展提供了有力保障。

（一）顶层规划设计

2025年11月28日,《武汉市建设国际会展中心城市三年行动方案(2025-2027年)》正式印发实施。该方案制定了17项重点任务,为武汉市会展业高质量发展提供了清晰的路线图。

（二）专项资金激励

武汉市设立会展业发展专项资金,根据《武汉市会展业发展专项资金管理办法》,在汉举办的专业展会最高可获200万元资金奖励,在汉举办的高端会议最高可获60万元资金奖励,对符合“965”产业集群发展方向、品质规格高的会展项目,奖励标准还可上浮10%。此外,对加入国际认证的会展项目和企业给予一次性奖励,充分发挥财政资金的引导和激励作用。

三、展览馆建设与运营：专业化现代化基础设施

武汉拥有四大专业展览馆,可展览总面积近30万平方米,可搭建国际标准展位约1.5万个,配套设施完善,能够满足各类展会需求。

（一）现有展览馆

武汉现有展览馆主要包括武汉国际博览中心(15万平方米,UFI认证,承办多项国家级大型综合展会及国际性专业展览)、武汉国际会展中心(3.9万平方米,ICCA认证)、中国光谷科技会展中心(2.1万平方米,UFI认证)、中国(武汉)文化博览中心(4.5万平方米)。此外,还有沉湖国际小镇(设计双年展永久会址,2.7万平方米)、长江金融港国际会展中心(1.3万平方米)等中小型展览馆。

（二）在建展览馆

目前武汉市在建展览馆包括武汉天河国际中心(30万平方米,预计2027年一期竣工)、汉口北国际贸易城展馆群(5万平方米,预计2026年11月投用)、车谷国际会展中心(3.5万平方米,预计2026年6月投用)。

四、发展经验与模式创新

武汉会展业的蓬勃发展，得益于一系列卓有成效的模式创新和实践探索。

（一）展产深度融合机制

武汉市商务局统筹建立“965 产业会展信息共享机制”，强化多部门协同联动，基本形成“一链一展会”格局。推动市发改委、市科创局、市经信局、市金融局等部门将产业需求融入展会活动，实现“一个展会激活一条产业链”的倍增效应。

（二）商文旅展融合发展

武汉市会展行业协会、武汉餐饮协会、酒店协会、旅游协会联合组建全国首个商文旅展联合体，整合会展、酒店、餐饮、文旅等资源，开发“展游通”会展一条龙服务小程序，在大型展会期间，发展票根经济，提供餐饮、住宿、旅游、交通等全方位配套服务，提升展商观众参展参会体验，有效实现“会展+”经济拉动。在第十三届中国食材电商节期间，策划“乐购武汉——食惠春风拂江城”大型促消费活动，整合 77 项优惠资源，成功打造展会消费新场景，在酒博会期间开设武汉名品疆品入汉专区，联动全城近 100 家商户开展优惠促销活动。

（三）数字化智慧会展

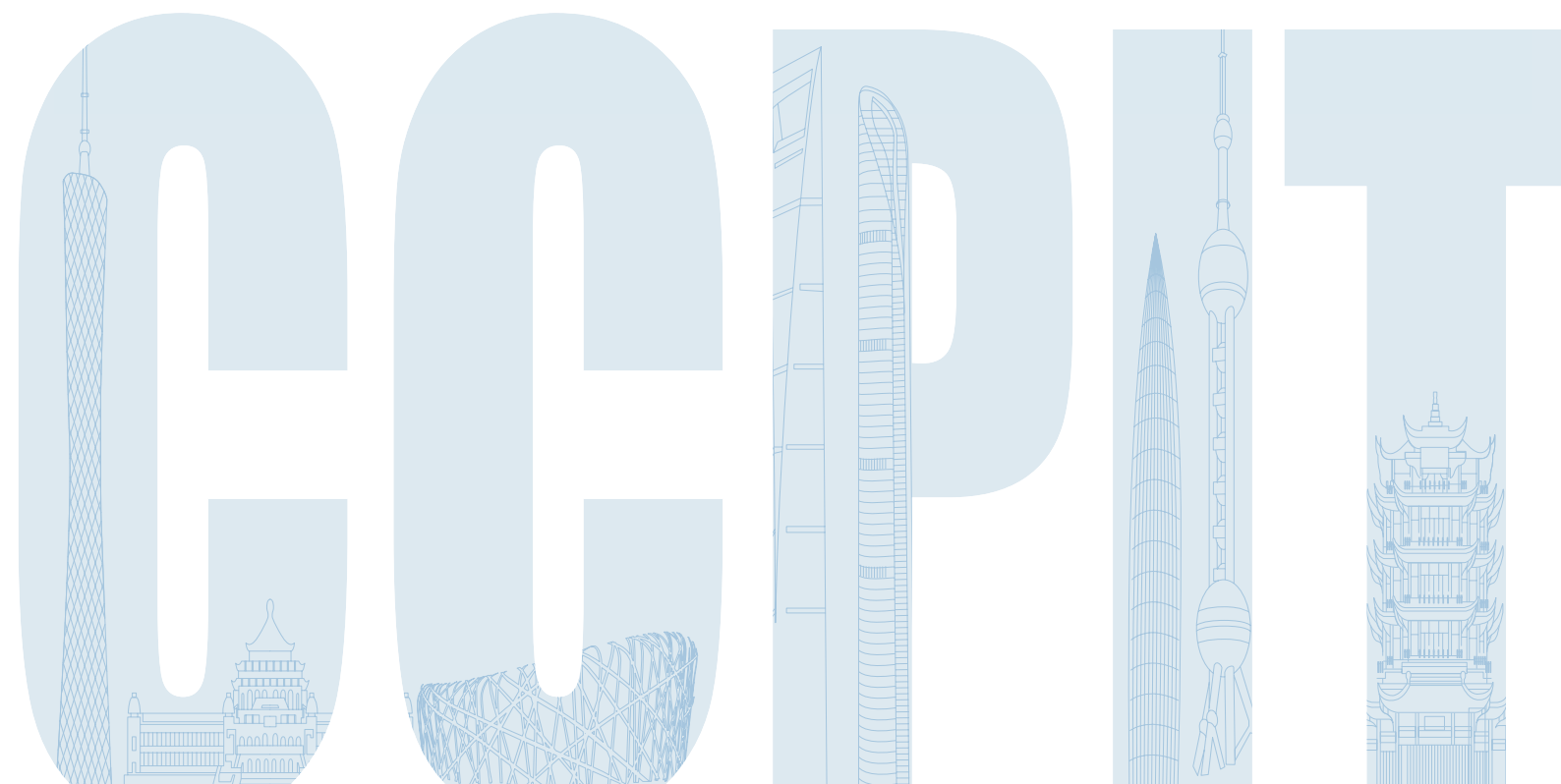
武汉国际博览中心已全面覆盖 5G-A 3CC 网络，是华中首个实现 5G-A 3CC 的大型场馆。可满足单日人流量 10 万人次的网络需求，改善了展商、观展人员的通信使用体验，为裸眼 3D、XR 虚拟现实等新业务应用奠定了网络基础。此外，武汉国际博览中心还升级改造了智慧泊车系统，通过 APP、小程序实现国博停车一站式服务。

（四）梯度培育品牌展会

实施“引育并重”的策略，除了加大国际农机展、国际酒博会等国内外知名展会引进外，还成功打造了世界大健康博览会、“中国光谷”国际光电子博览会等 20 余个本地品牌展会。

第七章

2026 年中国展览业 发展展望



2026 年是“十五五”开局之年。党的二十届四中全会擘画了未来 5 年中国发展新蓝图，中央经济工作会议明确了做好 2026 年经济工作的总体要求和政策取向，中国经济韧性与活力将进一步彰显，中国展览业也必将在中国经济高质量发展中提质升级，在提升服务效能、赋能产业升级、促进国际经贸合作、支撑经济高质量发展中发挥更大的作用。

一、展览业在现代化产业体系建设中的作用愈加突出

“十五五”规划建议明确提出“优化提升传统产业”“培育壮大新兴产业和未来产业”，部署开展“制造业重点产业链高质量发展行动”“新技术新产品新场景大规模应用示范行动”“提高现代服务业与先进制造业融合发展水平”等关键任务。展览业贯穿现代化产业体系建设的全链条环节，对于传统产业，展会是产业链高质量发展的供需对接重要平台；对于新兴产业，展会为新技术新产品规模化应用打造首发首验场景；对于现代服务业，展会则通过集聚技术服务、检测认证、物流仓储、金融信贷等生产性服务要素，成为产业融合流量入口。因此，展览业既是展示新质生产力发展成就的重要窗口，也是推动产业升级的关键纽带。

诸多地方政府已经将促进展览业发展作为“十五五”时期国民经济和社会发展的主要内容，强调立足自身资源禀赋与发展定位，以重大展会培育、“会展+”融合创新等为重要抓手，为开放合作与经济转型升级注入动能。例如，北京、重庆、湖北等聚焦会展业国际化建设，广东、浙江等强调特色展会与融合发展，江苏、黑龙江等则侧重会展基础培育，包括高标准培育规模性专业展会，引进高水平展览机构等。

表 7-1 中国部分省份“十五五”规划建议关于展览业发展的内容

省份	主要内容
北京	吸引更多国际性会展落地，持续加强国际交往中心能力建设；持续拓展会展旅游产品，推进文商旅体展融合发展；提高展览等商务服务国际化水平，做优做强现代服务业 ¹ 。
广东	办好深圳文博会等展会，鼓励更多文化企业和优秀文化产品走向世界；用好展会平台，有效拓展国内市场，推动内外贸一体化；大力发展商务物流会展等服务业 ² 。

1 资料来源：北京市政府网，https://www.beijing.gov.cn/ywdt/hyxx/sw/202511/t20251118_4284729.html。
2 资料来源：广东省政府网，https://www.cyqf.gov.cn/news_view.asp?id=10118。

续表

省份	主要内容
浙江	更高水平办好全球数字贸易博览会等重大展会，进一步提升影响力和拉动力；大力发展“会展+”经济，打造引领消费转型升级的高地 ¹ 。
湖北	支持武汉打造国际消费中心城市、国际会展中心城市，提升国际化消费环境；积极发展会展经济 ² 。
重庆	完善多元特色国际交往机制，争取和培育重大国际展览和会议活动，建设国际会展名城 ³ 。
黑龙江	打造文化交流平台，引进培育高水平演出团体、展览机构，发展演艺经济、会展经济 ⁴ 。
江苏	更大力度开拓新兴市场，高标准培育一批规模性专业展会、双中心贸易枢纽 ⁵ 。

资料来源：根据公开资料整理。

展览业是贯穿优化传统产业、培育新兴产业、融合现代服务全链条的重要平台，通过信息聚合、场景集中降低交易成本，通过首发首验加速创新扩散，通过要素集聚推动融合创新，将为“十五五”时期现代化产业体系建设提供持续动能。

二、展览业在引领新消费创造新场景中作用更加明显

“十五五”规划建议高度重视扩大内需、促进消费，明确提出：“扩大优质消费品和服务供给”“打造一批带动面广、显示度高的消费新场景”“培育国际消费中心城市”“拓展入境消费”。展会作为链接供给与需求、融合线上线下的枢纽载体，兼具场景聚合、体验沉浸、首发首秀等核心属性，其作为消费新场景重要入口的功能定位愈发凸显。其中，消费品博览会、智能家居展、国潮品牌展等特色展会，通过互动体验、场景复刻等形式，有效助力品牌推广与新型消费培育；消费促进展会及相关活动是建设国际消费城市的重要内容，商务部《关于支持国际消费中心城市培育建设的若干措施》提出，支持国内外优质品牌开展新品首发首秀首展活动，办好各类大型消费促进活动⁶；境外参展商和采购商通过展会平台入境，直接贡献“拓展入境消费”指标。因此，展会既是“新消费场景”的物理载体，也是落实国际消费中心城市建设、拓展入

1 资料来源：浙江省政府网，https://www.zj.gov.cn/col/col1229823372/art/2025/art_4b6e15e88f75429b951b37ee73c0d7fd.html。

2 资料来源：湖北省政府网，https://www.hubei.gov.cn/zwgk/hbyw/hbywqb/202512/t20251205_5827192.shtml。

3 资料来源：重庆市政府网，https://www.cq.gov.cn/ywdt/jreq/202512/t20251208_15217601.html。

4 资料来源：黑龙江省政府网，https://www.hlj.gov.cn/hlj/c107856/202511/c00_31891379.shtml。

5 资料来源：江苏省政府网，https://www.zgjssw.gov.cn/yaowen/202512/t20251211_8544931.shtml。

6 资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/gongbao/2025/issue_11986/202504/content_7019255.html。

境消费等政策的重要抓手。

地方层面已形成政策响应共识，多地将“展会+消费”模式纳入相关政策框架，契合“十五五”规划建议扩内需促消费要求，形成“中央—省—市”三级政策共振格局。例如，江苏《关于加快推动首发经济促进消费高质量发展的若干措施》要求拓展首发、首店、首秀、首展等消费场景¹；浙江《加快推进会展经济促消费的若干举措》提出立足产业、开放、市场、区位等优势，加快推进会展经济高质量发展，全力打响“跟着会展逛浙江”品牌，放大会展经济促消费效应²；广东《促进服务消费高质量发展若干措施》提出依托广东国际旅游产业博览会等文旅活动，推高“请到广东”系列文旅品牌网络热度，打造消费领域品牌展会，并利用广交会、高交会、文博会等展会带动效应，带动食、住、行、游、购、娱消费³。

面向“十五五”，展会引领消费的路径将实现双重升级。一是业态升级，从单一商品展示向沉浸式场景体验、即时交易转化、线上复购留存全链路延伸，AR/VR 体验、AI 智能导购、数字人直播等新技术使用率将大幅提升，有效提升供需匹配效率与成交转化率；二是内容升级，国潮、绿色、智能、健康等新型消费元素在展会中的占比将显著提高，冰雪、银发、宠物、二次元等细分领域展会将持续快速增长，成为新消费品牌孵化的重要入口。

三、数字经济加快发展为展览业转型提供支撑和空间

“十五五”规划建议提出“深入推进数字中国建设”，强调“全面实施‘人工智能+’行动，促进实体经济和数字经济深度融合，强化算力、算法、数据等高效供给，全方位赋能千行百业”，为展览业数字化升级提供了顶层政策支撑。展览业是数字技术赋能实体经济的重要应用场景。我国数字经济规模的持续扩张，数实加快融合，为展览业数字化转型提供了坚实的技术支撑和广阔的实践空间。

我国数字经济发展持续向好。我国数字经济规模由 2012 年的 11.2 万亿元增长至 2023 年的 53.9 万亿元，11 年间规模扩张了 3.8 倍。我国数字基础设施在规模、技术等方面表现突出，截至 2025 年 6 月底，5G 基站总数达到 455 万个，千兆宽带用户达 2.26

1 资料来源：江苏省商务厅，https://doc.jiangsu.gov.cn/art/2025/5/16/art_87170_11594359.html。

2 资料来源：浙江省商务厅，https://zcom.zj.gov.cn/art/2025/8/28/art_1229268091_2566682.html。

3 资料来源：广东省人民政府，https://www.gd.gov.cn/zwgk/wjk/qbwj/yfh/content/post_4670330.html。

亿户。算力总规模位居全球前列，近5年平均增速约为30%¹。2024年，全球新公开生成式人工智能专利4.5万件，我国占比达61.5%，数字技术创新再上新台阶。中国信息通信研究院预测，数实融合将持续释放需求潜力，到2030年，中国数字经济规模将超过80万亿元。

我国数字技术加速向千行百业深入渗透，数实融合的场景持续丰富。产业融合方面，我国已建成3万余家基础级智能工厂、1200余家先进级智能工厂、230余家卓越级智能工厂。2025年一季度，我国数字产业实现业务收入8.5万亿元，同比增长9.4%，增速较上年同期提升4.4个百分点。其中，制造业和服务业部分分别增长10.4%和8.2%，数字“赋能”效果明显。促进消费方面，我国连续11年为全球第一大网络零售市场，移动支付普及率居全球第一，网约车、外卖配送、数字文旅、在线医疗等新业态不断发展壮大。

未来，随着数字中国建设的深入推进，我国展会数字化将呈现“三个更加”的发展趋势。一是技术融合更加深入，AI、数字孪生、会展专业数据库等工具的普及面更广、应用成熟度更高，重大展会、国际展会“线上+线下”运营水平进一步提升；二是数据互通更加顺畅，展会平台将依托全国一体化算力网和工业互联网平台，构建展品、订单、物流、结算全链路在线闭环，打破不同环节、不同主体间的数据孤岛；三是政策支持更加聚焦，中央、省、市等各级将形成政策协同，通过专项资金扶持、场景开放引导等方式，精准支持展会数字化建设。

四、绿色需求持续扩大推动展览业绿色化升级转型

“十五五”规划建议提出“加快经济社会发展全面绿色转型”“以碳达峰碳中和为牵引，协同推进降碳、减污、扩绿、增长，增强绿色发展动能”。展览业作为生产和消费瞬时集聚平台，承担着绿色理念展示与绿色标准执行的枢纽功能，在节能减碳和推动绿色经济发展方面的“乘数效应”同样不容小觑。推动展会绿色化是拓展绿色发展的一项务实举措，也是展览业高质量发展的必然要求。

中国绿色经济发展前景向好。世界经济论坛报告²显示，全球绿色经济市场规模

1 资料来源：中国网信办，https://www.cac.gov.cn/2025-12/17/c_1767700566045456.htm。

2 资料来源：世界经济论坛，<https://www.weforum.org/publications/already-a-multi-trillion-dollar-market-ceo-guide-to-growth-in-the-green-economy/>。

2024 年已超过 5 万亿美元，预计将在 2030 年增长至 7 万亿美元以上，增长速度仅次于科技行业，成为全球最具活力的增长领域之一。同时，中国是全球绿色经济发展的重要推动力，在投资、创新等关键维度成效明显，清洁能源投资增长显著。截至 2024 年底，中国累计创建了 451 家绿色设计企业，开发推广了绿色产品超过 4 万个，累计培育国家绿色工厂 6430 家、绿色工业园区 491 家，国家绿色工厂产值占比超过 20%。

国家和地方层面积极推动展览业绿色化发展。早在 2021 年，国务院印发的《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》就已明确要求“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”¹。2025 年 10 月 30 日，商务部印发《关于拓展绿色贸易的实施意见》，明确提出提升展会绿色化水平²。对此，商务部明确表示，未来将从加强展会绿色化规范管理、展会绿色化统计监测、展会绿色化标准引导等方面进一步推进展会绿色化的转型³。行业层面也在积极响应。2025 年 11 月，中国国际展览中心集团发布的《新时代会展业可持续发展倡议》⁴提出，深化多边合作、建立完善会展服务标准、推动业态创新、贯彻“双碳”理念等关键举措，致力于打造低碳、零废弃的绿色展会新模式。12 月，太原市会展行业创新发展大会发布的《会展产业联盟倡议书》提出，鼓励内容与形式创新，探索绿色低碳办展模式，推广使用环保材料，引领行业可持续发展⁵。

随着绿色低碳循环发展经济体系的建设，绿色会展将呈现“标准统一、数据在线、全链低碳”的趋势。国家层面开展绿色标准体系顶层设计和系统规划，发布绿色展会等级评价国家标准，地方财政对获得“零碳认证”的展会给予阶梯奖励；展会碳排放数据接入全国碳市场，实时公示碳足迹；“绿色展台—绿色物流—绿色餐饮”全链条低碳环保，成为“双碳”目标下会展业高质量发展的重要赛道。

五、城市展览业错位竞争差异化发展态势将愈发明显

“十五五”时期，围绕建设现代化产业体系、巩固壮大实体经济根基、推动经济社

1 资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/content/2021-02/22/content_5588274.htm。

2 资料来源：中国商务部，https://www.mofcom.gov.cn/zcfb/dwmygl/art/2025/art_93d8c16b4f194913848b475e0a261d6c.html。

3 资料来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zccfh/2025zccfh/20251031/wzsl/202510/content_7046563.htm。

4 注：中国国际展览中心集团是中国贸促会开展展览工作的重要主体。

5 资料来源：太原市政府网，<https://www.taiyuan.gov.cn/zwyw/20251216/30272356.html>。

会全面绿色转型等方面任务和目标，展览业在实现自身高质量发展的同时，将持续放大乘数效应，为经济社会发展提供有力支撑。在此背景下，中国各省市纷纷将促进会展业发展纳入重要工作清单，从国际会展之都到区域会展中心，从交通枢纽城市到县域会展集群，各地密集出台支持政策，致力于将展览业打造为产业升级、消费扩容的重要平台。同时，各地依托自身资源禀赋开展错位布局与错位发展，共同构建起全国会展业欣欣向荣、百城竞放的发展新格局。

当前，城市会展经济发展呈现出国际、区域、特色三级梯队同场竞技的态势。一是国际都会城市聚焦世界级商展，全力打造国际会展高地。国际都会城市凭借基础设施、产业基础和开放优势，全力抢占会展经济制高点和国际展会资源。二是区域中心城市深耕国家级重点展会项目，强化区域辐射带动作用。区域中心城市立足区位优势，重点承接国家级重点展会，通过展览经济激活消费、带动城市发展。除北京、上海、广州、深圳等外，其他会展经济较强的城市通过积极发展国家级重要展会，在区域发展中表现突出。三是特色产业城市立足本地优势产业，打造具有辨识度的产业地标展会。此类城市依托本地主导产业，培育特色展会。例如，浙江永康作为“中国五金之都”，将会展经济与五金产业深度绑定，通过持续培育五金相关展会，吸引全国乃至全球五金行业资源集聚，推动本地五金产业转型升级、拓展市场空间；四川宜宾以“动力电池之都”依托，打造世界动力电池大会等展会，实现展产互促互融。此类特色展会不仅带动展会直接消费，更通过产业联动效应，推动上下游产业链协同发展，成为特色城市参与会展经济竞争的重要抓手。

未来，随着政策红利释放以及产业结构优化升级，各类展会资源将在不同能级城市间加速重构分配，展览经济由此将成为未来城市竞争极富成效的新赛道，竞争强度也将不断提升。与此同时，各地也将继续加大政策扶持力度，通过优化营商环境、强化配套服务等措施吸引展会资源。