

本期话题:新形势下会展业如何为内外贸业发展赋能

# 以展为媒 助企扩大“朋友圈”



今年一季度,泉州市会展经济交出亮眼“成绩单”——意向成交额突破200亿元,政策赋能与行业协同效应叠加释放,“会展+”生态圈正加速构建。会展业被视为经济发展的“晴雨表”“瞭望窗”,在全球经济波动与行业调整并行的当下,会展业的发展无疑承载了更多的观察与期待。本期民企会客厅聚焦“新形势下会展业如何为内外贸业发展赋能”这一话题,邀请多位在会展领域深耕多年的嘉宾共同探讨。

本期主持:魏晓芳  
嘉宾名片:

司总经理  
周世伟  
泉州国贸  
荟源国际会展有限公司

裁叶集团有限公司  
叶乔钧  
福建三总

限公司  
易联展服务有限公司  
施坤福  
福建省



## 不再只为获取订单 借展会深挖市场机遇

**主持人:**面对复杂多变的市场,参展企业需要关注哪些发展趋势?这些趋势对企业参展策略提出哪些新要求?

**周世伟:**面对多变的市场环境,不少供应链企业积极调整,通过跨境电商、海外设厂、海外仓布局等深入到主营市场中,这些都是新的发展趋势。不同的产品和企业类型,关注的市场趋势也不同,企业首先要明确参展的核心目标。现在企业参展策略已发生变化,不仅仅是为获取订单,而是要将企业新品放到市场中接受检验,了解市场对产品款式、功能需求、定价策略等的反应。此外,企业还可以借助展会深入了解行业动态、竞争产品的研发销售模式,推动自身产品创新,并通过参展深入考察当地市场的机会,了解市场需求、进口相关政策等,为开拓新兴市场奠定基础。

**叶乔钧:**近年来展览业的生态融合了更广泛的维度。和过去相比,参展企业在现场成交比例降低,采购商态度趋于

谨慎,展会现场成为短期链接池,企业后续需要持续跟进才能获得好的转化率。除此之外,参展企业还需要关注消费受众结构变化、目标市场的行情波动以及政策与文化背景差异等趋势,并结合参展展会属性及企业自身优势,利用最新行业实践与技术趋势,形成可落地的参展策略。例如参展企业可通过解析展会品牌调性,打造契合所属区域市场环境的跨境资源等,也可捕捉参展、贸易退税等方面政策红利,还可以通过首发展示、开放式生态合作、品牌价值转化等方式构建展示竞争壁垒。

**施坤福:**从参展目的来看,参展不再是企业获取信息的起点,而是深度验证、建立信任和促成决策的关键环节,企业需借助数字化工具实现展前、展中、展后的无缝衔接。从市场来看,欧美传统市场仍是基本盘,RCEP、中东等新兴市场增速明显,企业需结合市场变化及自身定位,调整目标市场和产品策

略。从订单需求来看,“小单快反”特征明显,产品定制化需求比例提升,柔性生产是企业核心竞争力。从销售模式来看,跨境电商渗透率提高,独立站、TikTok直播等新渠道重构交易链路。从供应链布局来看,全球供应链格局深度调整,供应链国内外双轨布局策略盛行。以上趋势倒逼企业在参展策略上必须实现“四个升级”:从“广撒网”到“精准狙击”,以目标为导向,基于自身核心优势、客户画像及重点市场,科学选择垂直细分领域的国际专业展;从“产品陈列”到“价值传递与体验”,展台要转变为传递品牌价值、提供解决方案体验的“会客厅”,围绕核心价值主张与客户需求痛点设计;从“传统单一线下”到“线上线下整合营销”,让线上营销、内容营销与销售跟进,形成展前、展中、展后闭环;从“经验主义”到“数据驱动”,要利用数字化工具收集分析数据,优化策略、计算投资回报率,指导未来参展决策。

## 不断创新服务模式 向企业策略顾问转型

**主持人:**当下的会展业有哪些创新服务模式助力企业更精准高效实现供需匹配?

**周世伟:**借助多年的海外资源积累,我们根据企业需求和行业发展趋势,积极做好信息收集工作,帮助企业判断海外展会成效,给出合理建议,同时做好海外参展的服务保障等。在服务模式上,例如今年将首次组织的沙特建材展,我们不仅要为企业提供展览服务,也为产业定制沙特专场产业推介会为例,在创新服务上,我们加入了当下热门的国际市场拓展、海外卖家定向邀约,组织开展产业供需对接会,了解自身产品在当地市场的接受度和销售模式,让企业能更深入了解市场需求和接触高端商贸渠道资源。在展览模式上,我们今年组织的印尼建材五金展立足当地华裔在建筑工程领域的资源和分销渠道基础,以及当地对于建材产品的巨大市场需求,与当地建材市场、行业社团合作,开创“专业展+海外市场+海外营销中心+电商平台”新模式,

助推企业“出海”。该模式突破传统短期线下单纯商业展形式,以3天的线下主题展为基础,配齐了中国参展企业365天的印尼本土建材商城入驻服务,并将线上线下相结合,将入驻企业的产品免费上传至商城的印尼建材分销线上平台,实现全年双线营销。

**叶乔钧:**近年来行业正从传统会展服务向企业策略顾问转型。以今年承办的中国(泉州)专用通信暨应急产业博览会为例,在创新服务上,我们加入了当下热门的国际市场拓展、海外卖家定向邀约,组织开展产业供需对接会,了解自身产品在当地市场的接受度和销售模式,让企业能更深入了解市场需求和接触高端商贸渠道资源。在展览模式上,我们今年组织的印尼建材五金展立足当地华裔在建筑工程领域的资源和分销渠道基础,以及当地对于建材产品的巨大市场需求,与当地建材市场、行业社团合作,开创“专业展+海外市场+海外营销中心+电商平台”新模式,将企业展示区别于竞争对手,从而吸引目标客户,提高现场询盘数量。

“上的”展销互动。此外,我们也积极帮助企业对接跨境电商平台,将他们链接到政府打造的海外仓,助力企业“出海”。

**施坤福:**企业实现精准供需匹配的关键在于挖掘企业优势和打造差异化定位。要跳出单纯比价格、比基本功能的层面,深入挖掘自身在技术创新、工艺独特性、快速响应、定制能力、文化内涵、绿色生产等方面的优势,并将其与目标客户的深层需求紧密结合,讲好“泉州制造”的价值故事。为我们企业制定参展策略时,首先会通过深度访谈与价值链分析,深入挖掘企业内部优势和价值,其次分析目标客户在其业务场景中的核心痛点、决策流程、关注的价值点,并研究同展会主要对标的企业的定位、卖点、展示方式,避免同质化,寻找空市场或价值高地。其核心在于将企业内部优势与外部客户痛点精准对接,并通过展会设计、人员话术、配套活动等,将企业展示区别于竞争对手,从而吸引目标客户,提高现场询盘数量。

## 聚合多方资源 数字化中探索“会展+”新业态

**主持人:**会展业未来如何持续提升自身能力为内外贸业高质量发展赋能?

**周世伟:**作为“经济助推器”和“产业链催化剂”的会展业与制造业发展紧密相连,在推动我市经济高质量发展过程中发挥着重要作用,目前泉州已形成了鞋博会、海博会、建博会、石博会、农博会等一批具有广泛影响力的展会。与时俱进、不断创新是会展企业发展必须具备的能力,未来我们将会通过整合各专业渠道资源,为企业搭建更高质、高效益的交流展示平台,同时在展会模式和业态上不断创新探索,提升服务企业水平,满足不断变化的市场需求。作为泉州市会议展览业协会的一员,我们将持续聚合行业优势资源、协同发展,推动会展业与我市支柱产业深度融合,为企业内外贸高质量发展赋能,引导企业在

“会展+AI”“会展+产业”“会展+文旅”等新业态中寻找机遇,助力打造具有泉州特色的会展品牌,为泉州经济发展注入新动能。

**叶乔钧:**产业基础和市场需求是展览举办的前提,新形势下我们要从产业优势和地方企业需求出发,借助数据分析,持续做好服务,稳扎稳打做好本土市场。未来将紧随数字化浪潮,深化数字化转型,搭建和优化自有“合诚云展”数字平台,积极探索“会展+AI”“会展+文旅”“会展+研学”等创新发展模式,为观众带来不一样的观展体验。同时,主动对接地方政府和行业协会,深度参与政府主导的产业促进项目,在展会现场设置政策解读专场,帮助参展企业精准把握政策,明确发展方向,将展会打造成地方政府推动产业升级的重要抓

手。此外,通过多元化举措,深度参与国际展会联盟,积极对标国际优秀展会,严格规范展会服务流程与质量,增强品牌专业性和认可度。

**施坤福:**新形势既是挑战更是机遇。我们将聚焦细分领域,深耕熟悉的产业,升级服务。以往的境外展会服务,只是“摆渡”服务,把企业带出去再带回来,市场合不合适,展会成交效果好不好,全靠企业。粗放式的服务跟不上新形势下企业“出海”的需求。我们的会展服务需实现“三化转型”:服务专业化,如为细分行业参展企业提供目标市场的经济数据、关税政策、产品需求等深度报告;工具数字化,利用逐渐成熟的AI技术,帮助客户开展数字获客;链条延伸化,尝试“参展+”模式,帮助企业打通从展示、获客、供应链的全链路。

《报告》对当前宠物行业格局与发展动力进行了全面梳理,以翔实数据和前瞻视角为市场参与者的未来战略布局提供了重要参考。随着行业的持续成熟与技术的迭代,宠物经济预计将在未来几年迎来更为广阔的发展空间。  
(记者)

## 毕马威中国首份宠物行业报告发布 解码宠物经济近万亿赛道新机遇

2023年的5928亿元,预计在2025年将达到8114亿元,展现出强劲的增长潜力。

毕马威中国华南区零售及消费品行业审计合伙人、2025中国宠物行业市场报告组委员会主席刘婉婷指出,尽管线上渠道已成为宠物食品销售第一大渠道,但线

下渠道(包括宠物店、宠物医院、商超、犬猫舍等)仍占据重要地位,因其能提供更好的购物体验和附加服务。未来,品牌方需要同时注重线上和线下渠道的协同发展,不断优化产品和服务,以更好地适应市场变化和消费者需求。

## 全国医疗服务价格 “一览表”将持续更新

据新华社电 国家医保局24日发布通知,进一步强化医疗服务价格管理责任,优化医疗服务价格管理流程,明确将持续更新全国医疗服务价格“一览表”,引导各地做好横向比较和区域协同。

医疗服务价格关乎人民群众看病就医,也关系医疗机构健康发展。根据《国家医疗保障局办公室关于优化医疗服务价格管理流程的通知》,各省级医保部门将结合本地区经济发展水平、医疗技术进步程度、各方承受能力等实际情况,兼顾省际间比价关系,加强区域间横向比较,协同保持合理比价。

通知明确,各省级医保部门应定期开展医疗服务价格动态调整评估,严禁在医药费用增速过快或医保基金收不抵支等不具备条件的情况下,仍开展增支性调价。

对于地方政策与宏观政策取向相悖、重要事项报告内容失实、落地价格实践与报告不符等情况,国家医保局将采取约谈、通报批评、责令限期整改等处置措施,推动医疗服务价格政策平稳有序落地实施。

据悉,医疗服务价格实行属地管理,其中医疗服务项目由省级医保部门管理,医疗服务价格水平由省级医保部门和具有价格管理权限的地市级医保部门管理。

## 九部门联合发文 推动黄金产业 高质量发展

据新华社电 工业和信息化部、国家发展改革委、自然资源部等九部门日前联合印发《黄金产业高质量发展实施方案(2025—2027年)》,提出到2027年,我国资源保障能力和产业链创新水平明显提升,黄金资源量增长5%至10%,黄金、白银产量增长5%以上。

黄金是战略性矿产资源,兼具商品和货币属性,对维护国家产业安全和金融安全具有重要意义。实施方案明确,到2027年,突破一批关键共性技术和装备,新一代电子信息、航空航天、高端医疗器械、新能源等领域用黄金、白银高端新材料供给能力明显增强;培育形成一批优质企业,标准体系不断健全,产业结构进一步优化。展望2035年,相关产业高质量发展格局将全面形成,资源综合保障能力明显增强,建成全球领先的技木体系和产业体系。

实施方案部署了一系列重点任务,提出推进国内资源增储上产,加大地质勘查找矿力度;强化关键技术装备攻关;建设一批绿色矿山和绿色工厂,推进废弃电器电子产品、退役光伏组件等黄金、白银回收;鼓励新建企业提高生产规模,培育具有全球竞争力的企业集团;加快数字化改造升级,支持企业开展地测采掘规划设计;鼓励企业不断高质量共建“一带一路”,融入全球黄金产业链供应链等。

据悉,工业和信息化部下一步将会同有关部门加强统筹协同,强化央地协同和部门联动,加大政策支持力度,扎实推动各项政策措施落地见效,加快促进黄金产业高端化、智能化、绿色化、安全化发展。

## “数据要素×”行动 取得阶段性成效

据新华社电 国家数据局政策和规划司副司长栾捷24日介绍,“数据要素×”行动开展一年多来,取得阶段性成效,挖掘出一批优秀数据开发利用解决方案,有效推动各行业领域数据要素价值释放。

栾捷在当日举行的国家数据局第二场“数据要素×”系列新闻发布会上说,行动以试点建设为牵引,部署开展了金融服务、气象、中医药等领域“数据要素×”的试点,加快破解行业内数据汇聚、流通、使用等环节堵点卡点难点;发布两批共48个“数据要素×”典型案例,促进以数据破解行业发展难题、以数据助力行业焕新提质;启动“数据要素×”大赛,去年吸引超过1.9万支队伍,约10万人参赛,涌现出一批可复制、可推广、高价值的数据开发利用项目。

记者从此次发布会上获悉,中国人民银行正组织开展金融数字化转型提升工程、金融科技赋能乡村振兴示范工程;中国气象局构建了从过去、现在到未来,覆盖全球、区域、局地的数据产品体系,先后向全社会开放5批12类100余种气象数据,累积向130多万用户提供了13PB气象数据,支撑20余个行业和领域创新开发应用气象数据;中国证监会稳步推进数据要素在资本市场的深度融合与创新应用;国家文物局持续扩大文物基础数据规模,建成文物保护领域首个科学数据数据中心。

栾捷表示,下一步国家数据局将联合各部门持续推进深入推进“数据要素×”行动,从典型应用场景入手,加快挖掘更多数据要素价值释放的新模式新路径,希望更多企业能够参与到相关试点、案例遴选及大赛活动中来,共同激活数据要素价值,为各行业高质量发展提供新动能。

本报讯 近日,毕马威中国发布了首份关于宠物行业的深度调查报告——《2025年中国宠物行业市场报告》(以下简称《报告》)。《报告》从宏观经济、消费趋势、价值链构建等多个维度,全面剖析宠物行业的现状与未来,为投资者及从业者提供了极具参考价值的行业洞察。

《报告》援引的数据显示,在宠物市场,我国宠物相关业务市场规模以25.4%的年复合增长率从2015年的978亿元跃升至