

中国展览业信息系列发布

中国 2023 展览经济发展报告

ANNUAL REPORT ON CHINA'S EXHIBITION INDUSTRY



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

2023



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 2023

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

中国国际展览中心集团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）

刘英奎 中国国际贸易促进委员会研究院副院长

项目统筹

章书靖 孙 扬 程 伟 陈三炼 栾勤刚 黄 嘉 韩建兵 房 硕 方 可

撰 稿

张继行 李士龙 李明哲 袁 航 廖 斌 杨佳乐 吴 正

特别感谢

刘大可 李保尔 俞 华 黄 浩

前言

2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年，我国经济回升向好，高质量发展扎实推进。随着国民经济的持续恢复、政策支持力度的不断加强、国际交往的不断恢复，2023年中国展览业呈现全面复苏的局面。

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。2023年，各地各部门加大对展览业的支持力度，展览业加速复苏，各类展会为推动中国经济发展注入了强劲动力，也为各国企业深化合作搭建了公共平台。企业纷纷重启出国参展办展，积极开拓国际市场，出国办展质量不断提升，助力外贸稳规模、优结构。国家级展会扛起了引领展览业复苏的大旗，进博会、广交会等全面恢复线下办展，国际参展商、采购商比例不断提升，首届中国国际供应链促进博览会创新办展模式，打造全新开放型国际合作平台，成为全球首个以供应链为主题的国家级展会。

自2005年以来，中国贸促会已连续19年发布《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，中国贸促会研究院编制了《中国展览经济发展报告2023》（以下简称《报告》）。《报告》以经贸类展会¹为研究对象，在数据分析、政策研究、专家座谈基础上，聚焦2023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、国家级展会进行了深入分析，全面、准确地反映2023年中国展览经济发展状况并展望2024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）。

01

第一章

2023 年中国展览业发展环境分析

- 一、中国经济持续恢复向好奠定展览业发展基础 / 002
- 二、各级政府加大支持力度强化展览业发展保障 / 003
- 三、新一代数字技术创新激发展览业发展新动能 / 005
- 四、中外人员往来持续恢复释放展览业发展活力 / 006
- 五、全球展览业复苏助力中国展览业国际化发展 / 007

02

第二章

2023 年中国展览业总体特点

- 一、中国经贸类展览全面恢复至疫情前水平 / 010
- 二、展览业市场主体经营情况不断恢复向好 / 010
- 三、企业重启出国参办展加大市场开拓力度 / 011
- 四、国家级展会成为引领展览业复苏排头兵 / 012
- 五、展览馆实际运营数量和利用率大幅提升 / 013

03

第三章

2023 年中国国内展览发展分析

- 一、展会数量和面积均超疫情前水平 / 016

- 二、展会分布呈现显著区域集聚特征 / 017
- 三、小型和中小型展会恢复速度领先 / 020
- 四、工业与科技类展会数量面积均居首位 / 021

04

第四章

2023 年中国出国展览发展分析

- 一、企业出国参展办展逐渐恢复 / 028
- 二、亚洲西欧仍是出国展览主要市场 / 029
- 三、交通物流、医疗保健行业占比上升 / 032
- 四、出国办展项目质量有所提升 / 035
- 五、组展单位呈现头部集中态势 / 038
- 六、中国贸促会恢复组织线下出国展 / 040

05

第五章

2023 年中国展览馆市场分析

- 一、实际运营展览馆数量创历年新高 / 046
- 二、大型展览馆利用效率同比大幅提升 / 046
- 三、新建展览馆迎来交付高潮 / 048

06

第六章

2023 年中国国家级展会分析

- 一、首届链博会打造全新开放型国际合作平台 / 052
- 二、第 133 和 134 届广交会全面恢复线下办展 / 055
- 三、第六届进博会推动“三大定位”再提升 / 056
- 四、2023 年服贸会彰显中国开放成果 / 058

07

第七章

2024 年中国展览业发展展望

- 一、展览业将在经济复苏中继续发挥重要作用 / 062
- 二、中国展览业国际影响力将持续提升 / 062
- 三、展览业专业化细分化趋势愈发凸显 / 063
- 四、中国展览业走出去步伐将进一步加快 / 063
- 五、展览业标准化规范化水平将进一步提升 / 064
- 六、技术进步将推动展览业加速转型升级 / 064

08

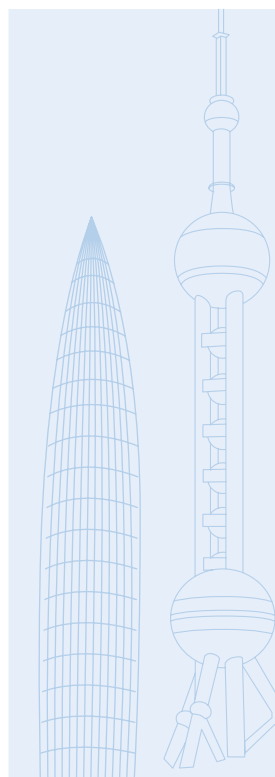
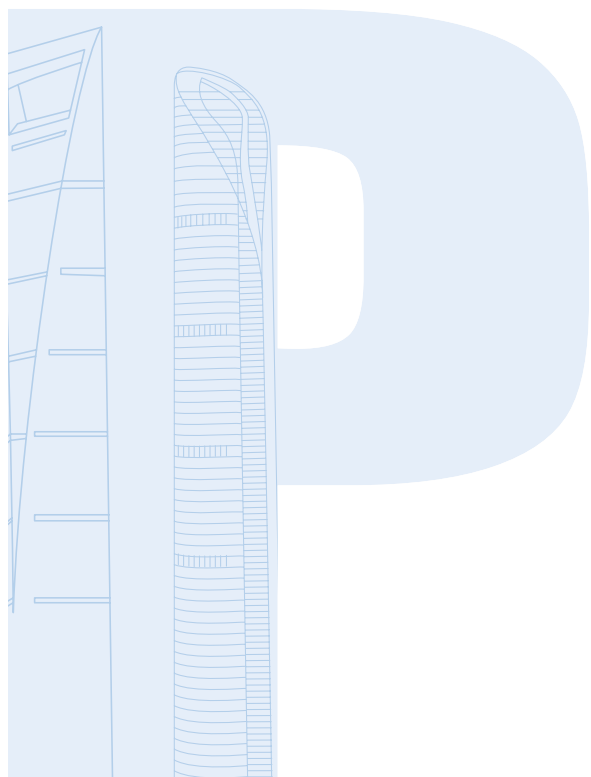
附录

2023 年城市展览业发展分析：以南昌为例

- 一、南昌市展览业发展总体情况 / 068
- 二、2023 年南昌市展览业发展成效 / 068
- 三、2023 年南昌市展览业经验做法 / 069

第一章

2023 年中国展览业 发展环境分析



2023年，各地区各部门更好统筹国内国际两个大局，更好统筹疫情防控和经济社会发展，国民经济持续恢复、总体回升向好，中国经济具有巨大的发展韧性和潜力，为展览业发展提供了坚实的保障。

一、中国经济持续恢复向好奠定展览业发展基础

2023年以来，中国经济持续恢复向好，消费市场加速回暖，展现强大韧性，为展览业奠定了坚实的发展基础。

国家统计局数据显示，2023年前三季度国民生产总值（GDP）达到913027亿元，按不变价格计算，同比增长5.2%；其中第三产业GDP增幅最大，同比增长6%。

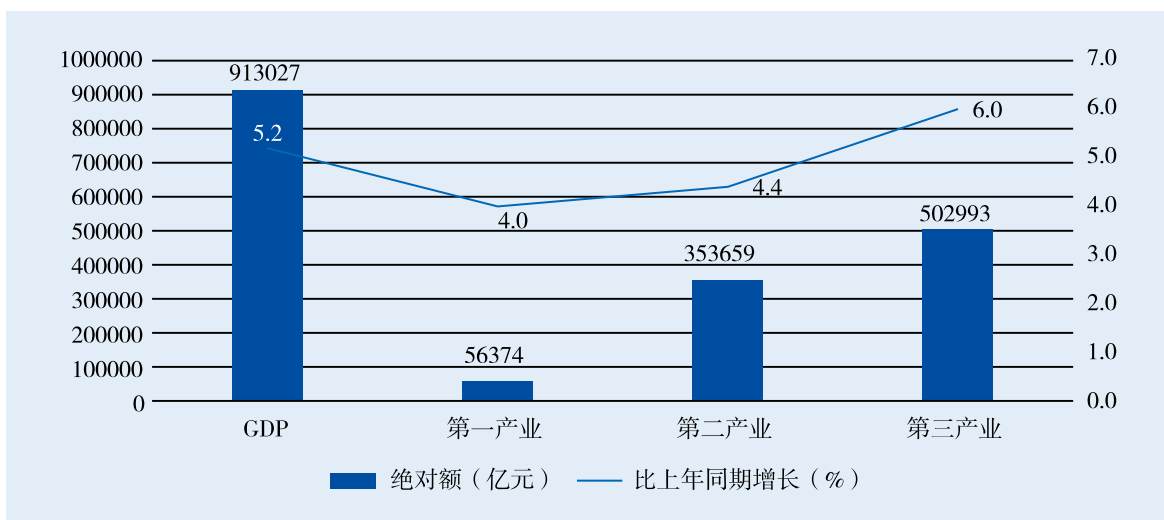


图 1-1 2023 年前三季度 GDP 绝对额及增长率

数据来源：国家统计局。

在吸引外资方面，2023年前三季度全国新设立外商投资企业37814家，同比增长32.4%；实际使用外资规模达到9199.7亿元¹。

在对外贸易方面，2023年我国外贸规模继续向好，外贸结构持续优化、民营企业贸易额保持增长，稳中向好的发展态势持续巩固。1-11月，我国进出口总值37.96万亿元人民币，与去年同期持平。随着外贸发展积极因素的不断增多，11月，进出口总

1 数据来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202310/content_6910660.htm。

值连续两个月实现正增长，月度增速由 0.9% 进一步提升至 1.2%。其中，在进口额保持增长的情况下，出口额同比增长 1.7%，实现 2023 年 4 月以来首次正增长，贸易顺差扩大 5.5%。在总体规模稳中有进的同时，外贸结构也持续呈现积极变化，机电、高新技术等重点产品进出口数据表现亮眼。

在居民收入方面，中国居民人均可支配收入与人均消费支出均实现快速增长。2023 年前三季度全国居民人均可支配收入接近 3 万元，比上年同期名义增长 6.3%，扣除价格因素影响，实际增长 5.9%。我国消费市场呈现持续复苏的态势，2023 年前三季度我国社会消费品零售总额达到 342107 亿元，同比增长 6.8%。居民人均消费支出接近 2 万元，比上年同期名义增长 9.2%，扣除价格因素影响，实际增长 8.8%。

随着升级类消费需求加快释放，文化、体育和娱乐类消费日益成为新热点，文体体育类展览成为展览业新的增长点。2023 年前三季度教育文化娱乐类支出 2084 元，占人均消费总支出的 10.7%；医疗保健类支出 1835 元，占人均消费总支出的 9.4%。2023 年前三季度，全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入 91619 亿元，同比增长 7.7%。其中，文化新业态特征较为明显的可穿戴智能文化设备制造、数字出版、互联网搜索服务、互联网文化娱乐平台、多媒体游戏动漫和数字出版软件开发 5 个行业小类营业收入增速较快，分别为 25.1%、22.7%、19.5%、19.0% 和 18.9%，文化市场供需潜能明显释放¹。

二、各级政府加大支持力度强化展览业发展保障

作为现代服务业的重要组成部分，展览业具有产业关联度高、带动效应明显等特征，在引导产业发展、推进经贸往来、拉动消费升级、带动技术创新、促进区域发展等方面发挥着重要作用。2023 年，各级政府高度重视展览业的重要作用，不断出台系列支持政策，积极推动线下展会加快恢复。

在中央层面，2023 年 1 月 28 日，国务院召开常务会议指出，推动国内线下展会恢复，支持企业出境参展。2023 年 4 月，国务院办公厅发布《关于推动外贸稳规模优结构的意见》，首条意见即聚焦展会作用，要求“优化重点展会供采对接。推动国内线下展会全面恢复。办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

1 数据来源：国家统计局，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202310/content_6912672.htm。

易交易会、中国国际消费品博览会等重点展会。”2023年7月31日，国务院办公厅转发《国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知》，要求促进文体体育会展消费；鼓励各地加大对商品展销会、博览会、交易会、购物节、民俗节、品牌展、特色市集等活动的政策支持力度，进一步扩大会展消费。

在地方层面，2023年各地政府密集出台展览业支持政策，涉及发展规划、资金支持、产业促进、行业标准等多个方面，为各地展览业持续复苏提供了有力支持。多地将展览业作为经济高质量发展的重要发力点，北京、上海、湖南、武汉、济南、苏州等地均出台了推动本地展览业高质量发展的政策措施（见表1-1）。

表 1-1 2023 年部分地区出台的展览业支持政策

地区	时间	政策
福州	2023.2	《福州市关于加快打造东南会展高地的若干措施》
广州	2023.3	《广州市品牌展会认定办法（暂行）》
厦门	2023.5	《厦门市进一步促进会议展览业发展扶持办法》
雄安新区	2023.5	《关于雄安新区促进会展业发展的若干措施》
上海	2023.6	《上海市推动会展经济高质量发展 打造国际会展之都三年行动方案（2023—2025年）》
宁夏	2023.7	《关于促进会展博览产业发展政策措施》
湖南	2023.8	《湖南省推动会展业高质量发展的若干措施（征求意见稿）》
苏州	2023.8	《苏州市关于推动会展业高质量发展的若干政策措施》《苏州市会展业高质量发展三年行动方案（2023—2025年）》
济南	2023.8	《济南市促进会展业高质量发展的若干措施》
北京	2023.9	《关于促进本市会展业高质量发展的若干措施》
郑州	2023.9	《郑州航空港经济综合实验区加强会展引领作用、支持会展业优先发展的若干意见》
哈尔滨	2023.10	《哈尔滨市支持第三产业（会展业）发展补贴资金管理暂行办法》
武汉	2023.10	《武汉市推动会展业高质量发展 建设国家会展中心城市三年行动方案（2023—2025年）》
陕西	2023.10	《展会现场服务规范》《会议服务现场规范》
沈阳	2023.11	《推动沈阳市会展业高质量发展三年行动计划（2023—2025年）》

资料来源：根据公开资料整理。

三、新一代数字技术创新激发展览业发展新动能

展览业具备深度融合应用数字技术的天然土壤，人工智能、大数据、虚拟现实等新一代数字技术的广泛应用激发展览业发展新动能，催生了虚实融合一站式会展技术平台、元宇宙技术场景等展览新业态新模式；技术领域的快速变革，推动展览业上下游企业重塑组织结构、工作方式和业务流程，为展览业发展带来了深刻变革。

新冠肺炎疫情暴发以来，由于线下展览场景受限，加速了“数字展览”业态从技术理念到应用实践的发展进程。励展博览集团（Reed Exhibitions）调查显示，疫情暴发后，84%的观众和参展商至少尝试过一种新的数字服务¹。全球展览业协会（The Global Association of the Exhibition Industry, UFI）对未来展览模式发展趋势的调查显示，61%受访者认为应推动线上与线下相结合的展览模式，并注入更多数字化元素²。

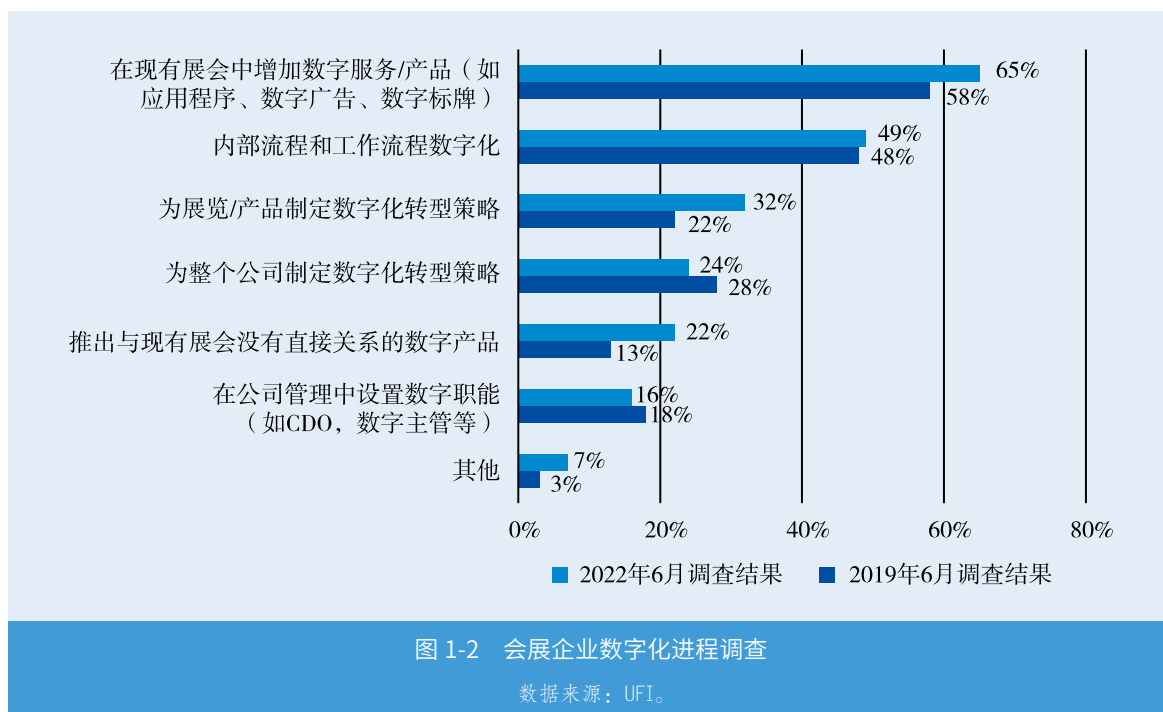
各级政府也纷纷出台相关政策鼓励展览行业应用数字技术推进展会服务创新、管理创新、业态模式创新。2023年，北京市提出“提升场馆数字化水平”，上海市提出“鼓励展览场馆大力推进智慧场馆建设，加快会展线下线上融合发展”，苏州市提出构建会展业“智能服务”体系。

数字化转型是展览企业实现抗风险能力、市场竞争力提升的重要途径。数字化展览服务使得企业能够充分利用云端线上空间，通过应用数字工具，办展、参展、观展等多主体之间可有效突破传统线下场景的时空限制，实现跨地域、跨行业的深度合作交流。数字化展览管理助力企业优化运营成本，提高管理效率，降低参展、办展的成本和技术门槛，同时可以吸引更多的参展商和观众，提高展览效果。

目前，展览业各方主体对数字化的理解程度和接受程度不断深化，纷纷布局数字化转型升级。英富曼集团和杭州会展集团共同推出“全球数贸通”计划，米奥会展推出网展贸MAX数字化产品支持企业双线展，励展博览集团推出励展通（Reed Connect）电子平台，帮助展商实现智能化参展。广交会、进博会等各大展览品牌，借助5G、元宇宙等新技术打造永不落幕的“云展”平台。腾讯、阿里巴巴等互联网企业也深度参与数字会展业务。深度融合数字技术、推动业态模式数字化发展，已成为业界共识，为展览业发展注入新动能。

1 资料来源：励展博览集团，<https://www.rxglobal.com.cn/zh-cn/press-media/newsfolder/ReedExhibitions-COVID-19.html>。

2 资料来源：UFI，https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/07/29th_UFI_Global_Barometer_july_2022.pdf。



四、中外人员往来持续恢复释放展览业发展活力

人员流动是展览业发展最基础的要素，疫情期间，国际人员往来受限极大阻碍了展览活动特别是国际展览活动的开展。2023年以来，随着中国采取“乙类乙管”措施，不断优化外国人员来华签证及入境政策，有序恢复受理审批中国公民因出国旅游、访友申请普通护照，恢复办理内地居民旅游、商务赴港签注等，中外人员往来便利化程度进一步提升，入境旅游稳步复苏，国际人员往来持续恢复。

民航部门支持和鼓励中外航空公司恢复国际航班，进一步便利国际经贸合作和中外人员往来，国际客运航班持续恢复，自2023年8月下旬以来已稳定在疫情前的50%以上，其中，英国、意大利、阿联酋等22个国家的航班量已经接近或超过疫情前水平。中国国家移民管理局数据显示，中国第三季度对外国人签证的签发量已经恢复到了2019年同期的水平；第三季度全国移民管理机构共查验出入境人员1.23亿人次，同比增长454.4%，达到2019年同期的73%¹。

经济学人智库（EIU）发布的旅游业2023年展望报告预测，2023年全球国际旅客

1 数据来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202310/content_6911291.htm。

数量增长将保持强劲复苏势头，国际旅客数量将同比增长 30%，达到 16 亿人次¹。携程数据显示，2023 年第三季度入境游订单比第二季度增长 34%。2023 年前三季度北京接待入境游客 75.07 万人次，同比增长 303.5%；接待外国人 59.96 万人次，同比增长 309.8%；国际旅游收入 10.8 亿美元，同比增长 192.4%²。

五、全球展览业复苏助力中国展览业国际化发展

2020 年以来，全球展览业遭受了较大冲击，随着世界逐步远离疫情困扰，全球展览业已经进入了复苏通道。2023 年 7 月，UFI 发布《全球展览行业晴雨表》，预计 2023 年全球展览业收入将平均达到 2019 年水平的 97%。2023 年上半年，79% 的公司报告称其活动“正常”，而下半年大部分月份这一比例增至近 90%。

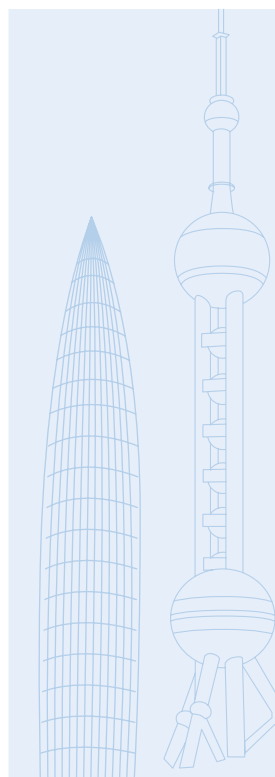
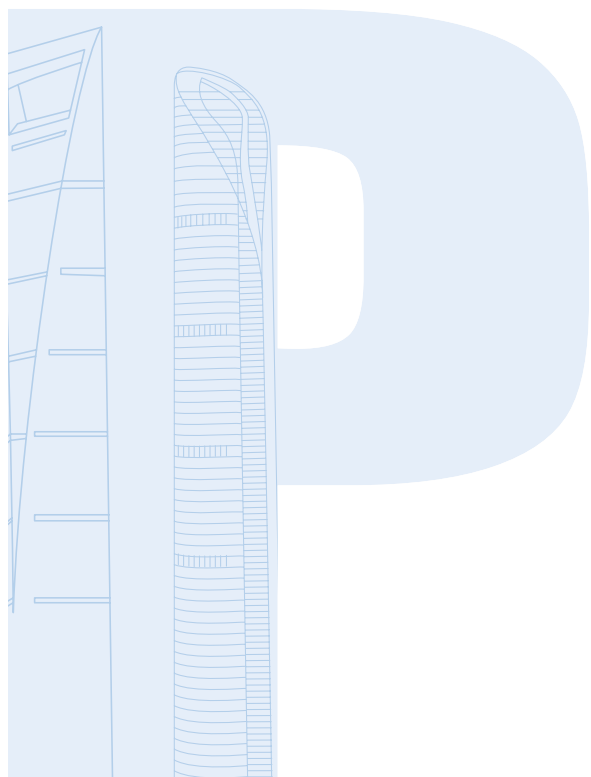
展览业是对外开放的助推器和对外经济贸易发展的风向标。近年来中国展览业国际化程度不断提升，国际影响力不断扩大，越来越多的国际参展商来到中国。中国展览业也加快“走出去”步伐，在展览规模、服务水平方面接近或领先国际水平，搭建广交会、进博会、服贸会、消博会、链博会等国际经贸合作平台，形成一批全球知名的国际展览。全球展览业不断复苏有效促进了中国展览业的国际交往、推动中国企业出国参展，吸引更多国际化展览落地中国。

1 数据来源：经济学人智库，<https://www.eiu.com/n/campaigns/tourism-in-2023/>。

2 数据来源：北京市文化和旅游局，https://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/zxgs/tjxx/lyzt/202311/t20231108_3297104.html。

第二章

2023 年中国展览业 总体特点



2023 年是中国全面恢复线下展会的第一年，随着国民经济的持续恢复、政策支持力度的不断加强、国际交往的不断恢复，2023 年中国展览业呈现了全面复苏向好的局面。

一、中国经贸类展览全面恢复至疫情前水平

2023 年，各地各部门积极推动线下展会加快恢复发展。我国境内展览市场需求旺盛，2023 年中国经贸类展会数量和面积相比 2022 年均实现了大幅增长，且已超过 2019 年疫情前水平，展览业呈现全面恢复态势。

根据本报告调查，2023 年中国共举办经贸类展会 3923 项，比 2022 年增加 2116 项，同比增长 117.1%；比 2019 年增加 376 项，同比增长 10.6%，超越疫情前水平。2023 年中国经贸类展会总面积 1.41 亿平方米，比 2022 年增加 8548 万平方米，同比增长 153.3%；比 2019 年增加 1076 万平方米，增长 8.25%，同样超越疫情前水平。

UFI 的数据也印证了中国展览业的持续复苏，报告 2023 年下半年活动“正常”的中国公司比例达到 74%，而半年前这一比例仅为 29%。

从区域分布来看，2023 年经贸类展会分布呈现明显的区域集聚特征，东部地区举办经贸类展览项目数量和面积均大幅领跑全国，全国占比分别为 68.26% 和 73.53%；京津冀、长三角、珠三角仍是热门展览区域，2023 年三大区域举办经贸类展会数量占全国比重为 57.35%，总展览面积占全国比重高达 63.27%；其中，长三角地区 2023 年共举办经贸类展会 1031 场，总展览面积 4398 万平方米，在全国占比分别高达 26.28% 和 31.14%。从行业分布来看，工业与科技类展会在数量和面积上均居各行业展览首位。

二、展览业市场主体经营情况不断恢复向好

随着线下展览市场需求的回暖、展览业的逐渐恢复，展览业相关市场主体的经营情况不断向好。

UFI 数据显示，在营业收入方面，所有受访中国企业均表示 2023 年营业收入已超过 2019 年的 50%，其中 54% 的受访企业表示已经恢复到 2019 年的 75% 以上；在营业利润方面，14% 的受访企业表示 2023 年利润已经超过 2019 年的 110%，21% 表示 2023

年利润在 2019 年的 90%–110% 之间，50% 表示 2023 年利润比 2019 年减少 11%–50%，没有企业反映 2023 年出现亏损¹。

为反映展览业市场主体经营情况，本报告选取了中国展览行业的两家上市公司对其经营情况进行分析。2023 年前三季度，两家上市公司均实现盈利，与 2022 年同期相比扭亏为盈（见表 2-1）。

表 2-1 2023 年前三季度国内部分展览业相关上市企业经营情况

上市公司	主要业务领域	营收情况	利润情况
米奥会展	主营境外会展策划、组织、推广及运营服务	营业收入 4.69 亿元，同比增长 236.56%	归属于上市公司股东的净利润 8172.78 万元，同比扭亏为盈，去年同期亏损 1278.73 万元
东浩兰生	业务涵盖展览组织、展馆运营、会议活动赛事、会展服务等	营业收入 9.63 亿元，同比增长 355.75%	归属于上市公司股东的净利润 2.42 亿元，与上年同期 -581 万元相比，增加约 2.48 亿元，实现扭亏为盈

资料来源：根据上市公司报告整理。

三、企业重启出国参办展加大市场开拓力度

随着国际交往的逐渐恢复、经济形势不断复苏向好，国内企业纷纷重启出国参办展，加大力度开拓国外市场。中国贸促会数据显示，2023 年 1 月至 9 月，全国贸促系统共签发出境 ATA 单证册² 7101 份，同比增长 216.87%；相关 ATA 单证册涵盖货值约 19.88 亿元人民币，同比增长 160.61%；办证企业 3124 家，同比增长 307.30%。这表明，我国企业参与国外展览等经贸活动的次数和规模快速增长。

2023 年中国贸促会审批通过并实际执行出国展览项目 900 项，涉及 55 个国家或地区，展览面积 57.22 万平方米，参展企业 3.96 万家。其中，出国办展 78 项，占出国展览项目总数的 8.7%，出国办展项目质量有所提升，2023 年出国办展各项平均数据达到甚至超过 2019 年水平，2023 年出国办展项目场均展出面积 2719.5 平方米，参展公司数量 194.1 家，展位数量 280.9 个，分别达到 2019 年水平的 0.97、1.33、1.2 倍。

1 资料来源：UFI，https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2023/07/31st_UFI_Global_Barometer_July_2023.pdf。

2 ATA 单证册是一份国际通用的海关文件，它是世界海关组织为暂准进口货物而专门创设的。

四、国家级展会成为引领展览业复苏排头兵

国家级展会是引领中国展览业发展的排头兵，2023年4月，国务院办公厅发布《关于推动外贸稳规模优结构的意见》，着重要求“办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、中国国际消费品博览会等重点展会”。

2023年，各国家级展会全面恢复线下展，相关数据全面超越疫情前水平。第六届进博会超过3400家参展商和39.4万名专业观众注册报名，全面恢复到疫情前水平。展览面积约36.7万平方米¹；意向成交额达784.1亿美元²，与疫情前第二届进博会相比提高10.2%。第134届广交会线下参会的境外采购商19.8万人，比第133届增长53.4%，比疫情前的第126届增长6.4%；展览总面积155万平方米，展位总数7.4万个³，线下出口成交223亿美元⁴，其中展览总面积比疫情前的第126届提升30.8%，展位总数增加21.3%。2023年消博会总展览面积达10万平方米，比首届总展览面积提高了25%⁵；参展品牌数量比首届消博会大幅增加了28.7%，各类采购商和专业观众数量提高66.7%，进场观众数量提高33.3%。去哪儿大数据显示，2023年消博会期间海口酒店预订量比2019年增长80%。

中国贸促会主办的首届中国国际供应链促进博览会（简称“链博会”），是全球首个以供应链为主题的国家级展会，是中国为全球工商界加强产业链供应链交流合作搭建的全新开放平台。在515家参展商中，世界500强企业53家，中国500强企业57家，中国民营500强企业25家。境外参展商占26%，覆盖55个国家和地区，美欧企业占境外参展商总数的36%，共建“一带一路”国家参展商数量占境外参展商总数的近一半。南非、加拿大、日本、越南、非盟、东盟、葡语国家、拉美和加勒比国家等以国别和地区展位形式参展。观展人数达到15万人次，其中采购商和专业观众的人数超过8万。首届链博会成果丰硕，有关各方共举办360多场配套对接、交流活动，发布研究报告、宣言、标准等23项成果，据不完全统计，共签署合作协议、意向协议200多项，涉及金额1500多亿元人民币。

1 数据来源：新华社，<http://www.news.cn/expo/20231107/6e9efde11e734dc3b458778dae061892/c.html>。

2 数据来源：新华社，http://www.news.cn/world/2023-11/10/c_1129969606.htm。

3 数据来源：央视网，<https://local.cctv.com/2023/10/16/ARTIKv77LvjmKJtVYqkxiFR231016.shtml>。

4 数据来源：广东省政府，https://www.gd.gov.cn/gdywdt/wzwt/jfqyhl/wzwmwz/content/post_4277607.html。

5 数据来源：中国国际消费品博览会，<https://www.hainanexpo.org.cn/aboutus/4.html>。

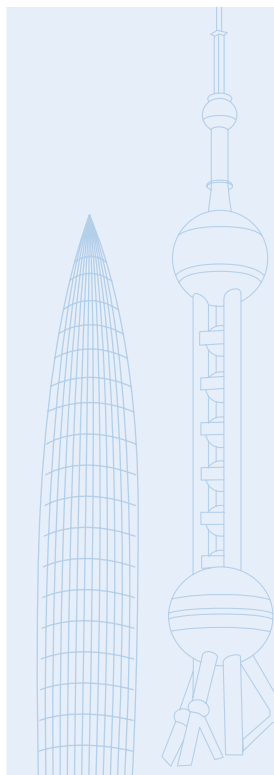
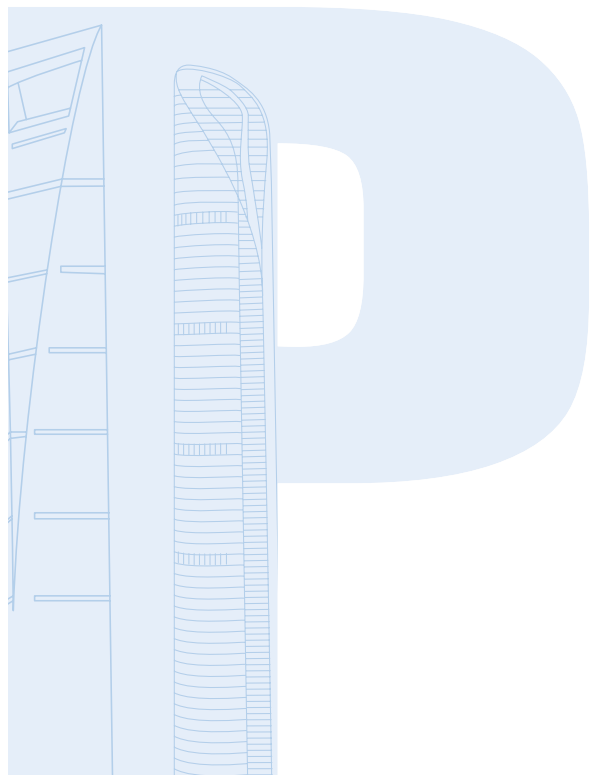
五、展览馆实际运营数量和利用率大幅提升

本报告筛选出室内可租用面积大于等于 5000 平方米，且 2023 年举办 2 个以上经贸类展会的专业展览馆，作为 2023 年中国展览馆市场分析的对象，即 2023 年实际运营的展览馆。分析显示，2023 年纳入分析范围的展览馆数量为 194 个，比 2022 年增加 58 个，比 2019 年增加 21 个，数量创历史新高。

2023 年实际运营的 194 个展览馆中，共有 40 个展览馆举办 30 个及以上展会，比 2022 年大幅增加 22 个，增幅达 122.22%；比疫情前的 2019 年增加 4 个，增幅为 11.11%。2023 年全国有 35 个展览馆举办展会总面积在 100 万平方米以上，比 2022 年增加 15 个，增幅达 75%；比疫情前的 2019 年增加 3 个，增幅为 9.38%。

第三章

2023 年中国国内展览 发展分析

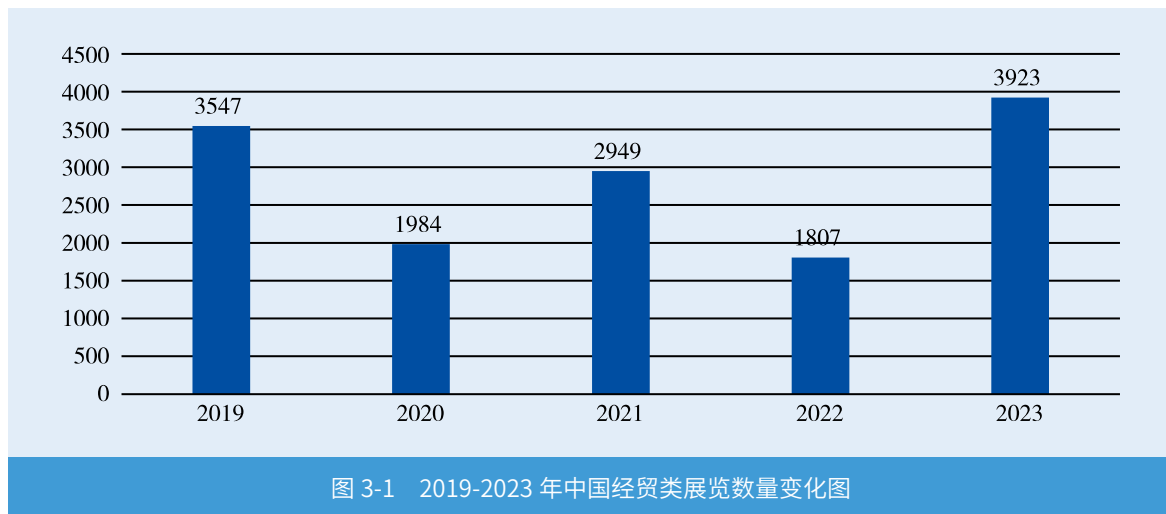


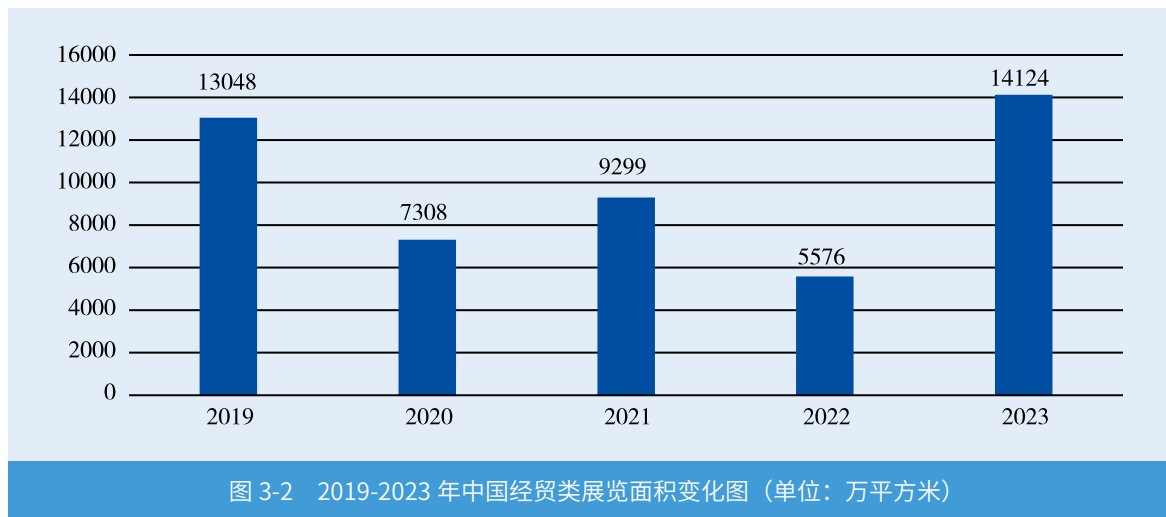
本章数据主要来自贸促系统各地会员单位以及中国国际展览中心集团展会数据库。为更加准确、全面地反映 2023 年全国展览业发展情况，本报告在对展会数量进行统计时，对同一组展方、同一时间、同一地点举办的多个近似展会，如主办方将其明确区分，则本章将其分开统计；如主办方无明确区分，则合并统计。本章涉及的 2023 年以前的展览数据均来源于当年的《中国展览经济发展报告》。

一、展会数量和面积均超疫情前水平

本报告共采集到 2023 年举办的经贸类展会 3923 项，总展览面积为 1.41 亿平方米，覆盖全国 31 个省市自治区（不含港澳台地区）。

2023 年，中国经贸类展会数量和面积相比 2022 年水平均实现了大幅增长，且已超过疫情前 2019 年的水平。2023 年，中国经贸类展会数量同比增加 117.1%，面积同比增加 153.3%；同 2019 年相比，2023 年经贸类展会数量增加 10.6%，面积增加 8.25%。





二、展会分布呈现显著区域集聚特征

本节按照东部、中部、西部、东北¹四个区域对2023年中国经贸类展会的区域分布进行分析，并对京津冀、长三角、珠三角地区2023年的经贸类展会情况进行分析。分析发现，2023年中国经贸类展会呈现了明显的区域集聚特征。

从展会数量看，2023年东部地区举办经贸类展会项目最多，共2678项，占国内经贸类展会总数的68.26%。中西部地区经贸类展会数量分别为476项和487项，占比分别为12.14%和12.41%，东北地区展会数量为282项，占比7.19%。

从展览面积来看，2023年东部地区举办经贸类展览面积达10385万平方米，占国内经贸类展览总面积的73.53%；中部地区经贸类展会面积为1468万平方米，占比10.39%；西部地区经贸类展会面积为1670万平方米，占比11.82%；东北地区经贸类展会面积为601万平方米，占比4.26%。

¹ 东西中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。

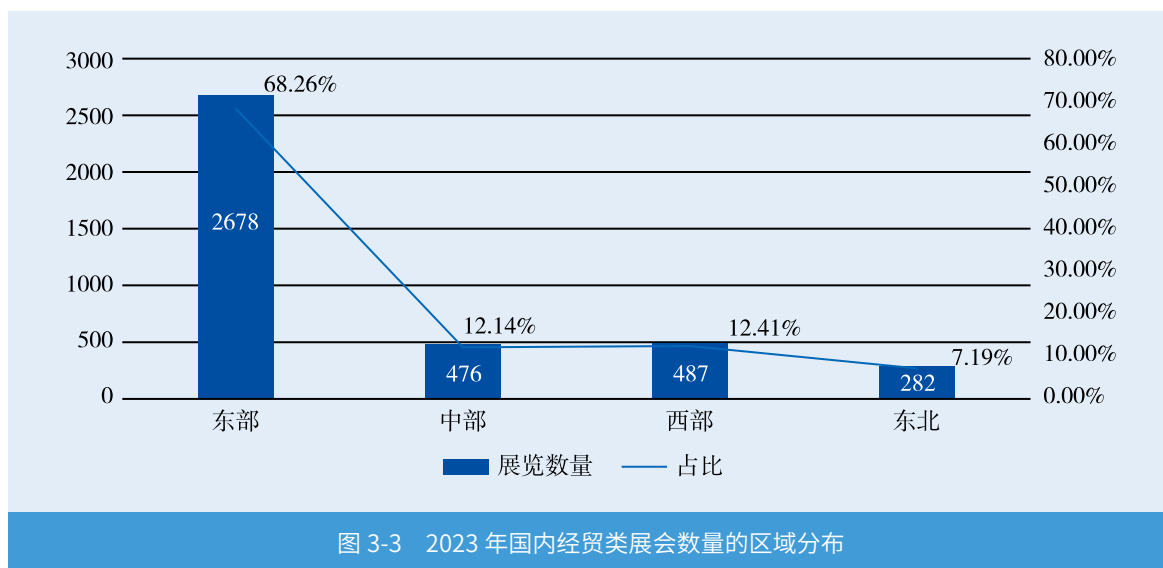


图 3-3 2023 年国内经贸类展会数量的区域分布

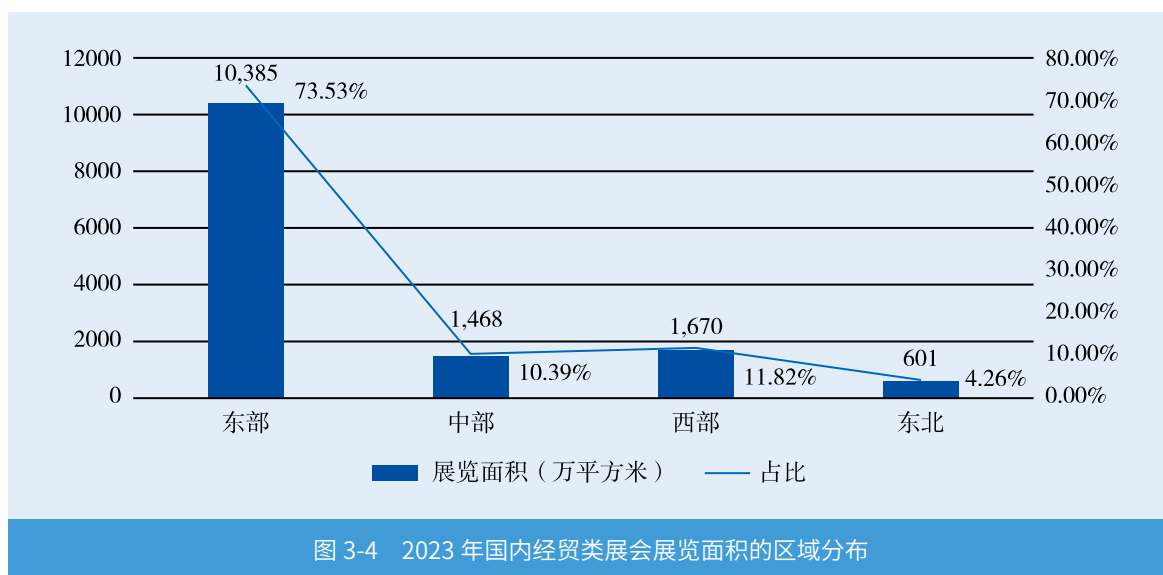


图 3-4 2023 年国内经贸类展会展览面积的区域分布

从场均展览面积来看，东部地区平均每场经贸类展会面积达 3.88 万平方米，远超其他地区水平，中部地区平均每场经贸类展会面积 3.08 万平方米，西部地区平均每场经贸类展会面积 3.43 万平方米，东北地区平均每场经贸类展会面积 2.13 万平方米。

京津冀、长三角、珠三角¹ 仍是全国热门展览区域，2023 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 57.35%，总展览面积占全国比重高达 63.27%。其中，京津冀地区 2023 年共举办经贸类展会 474 场，总展览面积 1387 万平方

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。

米，全国占比分别为 12.08% 和 9.82%；长三角地区 2023 年共举办经贸类展会 1031 场，总展览面积 4398 万平方米，在全国占比分别为 26.28% 和 31.14%；珠三角地区 2023 年共举办经贸类展会 745 场，总展览面积 3150 万平方米，占比分别为 18.99% 和 22.31%。

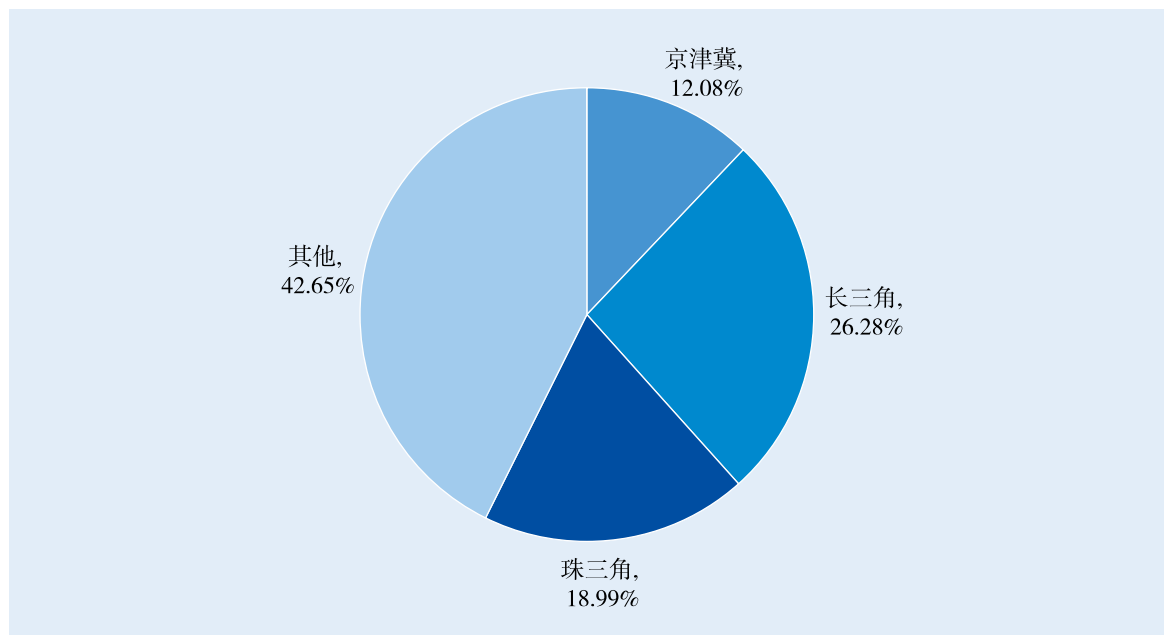


图 3-5 2023 年京津冀、长三角、珠三角经贸类展会数量占比

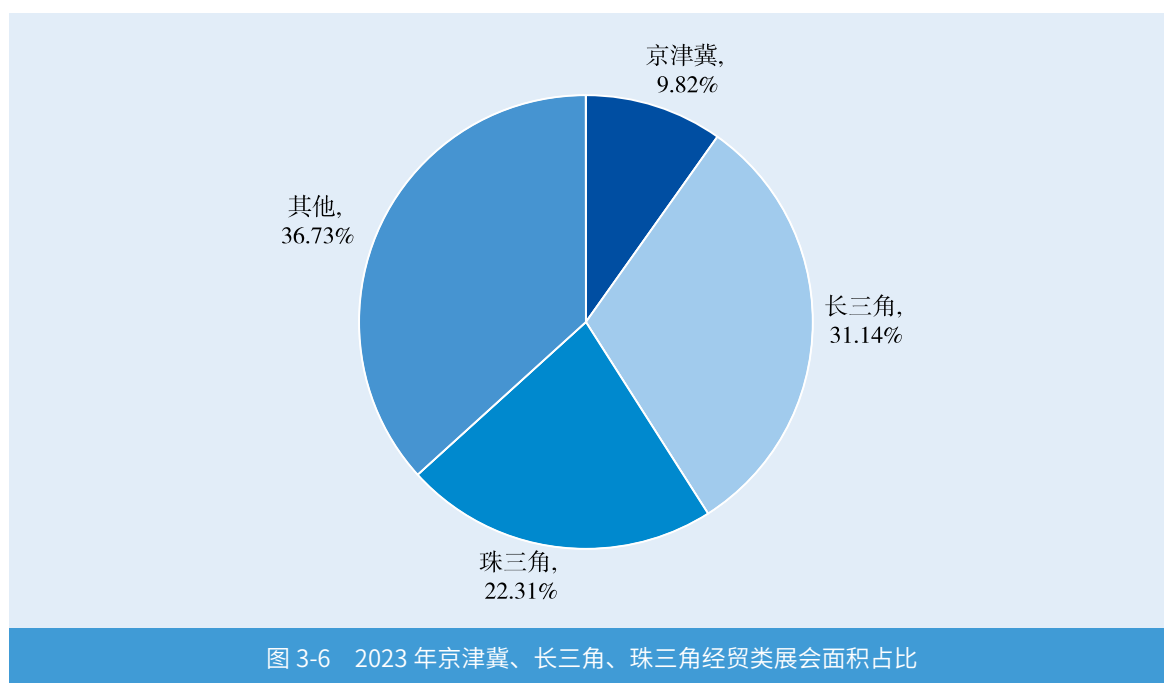
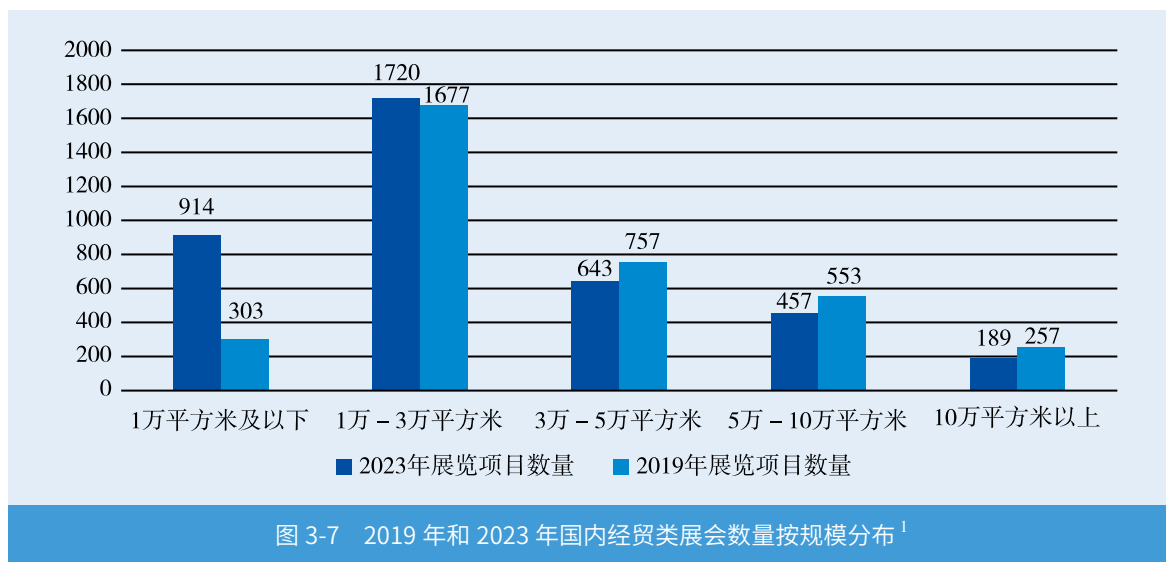


图 3-6 2023 年京津冀、长三角、珠三角经贸类展会面积占比

三、小型和中小型展会恢复速度领先

从展览数量来看，2023年，展览规模在1万平方米及以下小型展会和1万—3万平方米的中小型展会快速恢复，项目数量分别为914项和1720项，均超过2019年水平。



从展览面积来看，2023年不同规模展会面积均超越2019年水平或与2019年水平基本持平，其中2023年1万平方米及以下、1万—3万平方米、3万—5万平方米规模展会较2019年分别同比增长261.7%、31.42%、3.09%。5万—10万平方米、10万平方米以上规模展会分别恢复至2019年的97%和93.1%。

分区域来看，各区域展会规模结构呈现不同特点。东部地区5万平方米以上展会数量占本地区总数的比例高于其他地区，其中10万平方米以上的展会占比为5.83%，远超其他地区。中部和西部地区1万—3万平方米展会数量占比超过其他地区，其中西部地区占比49.9%，中部地区占比47.27%。东北地区1万平方米以下的展会数量占比最多，达到43.26%。

¹ 参照往年报告分类标准，将展览面积划分为1万平方米及以下、1万—3万平方米（含3万平方米）、3万—5万平方米（含5万平方米）、5万—10万平方米（含10万平方米）、10万平方米以上五大类。

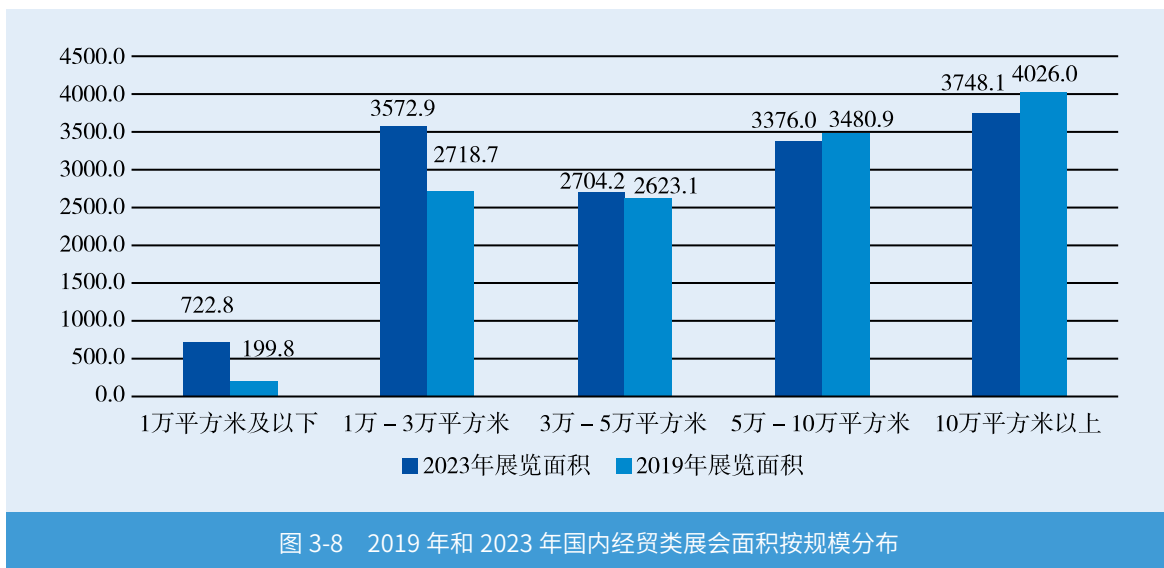


图 3-8 2019 年和 2023 年国内经贸类展会面积按规模分布

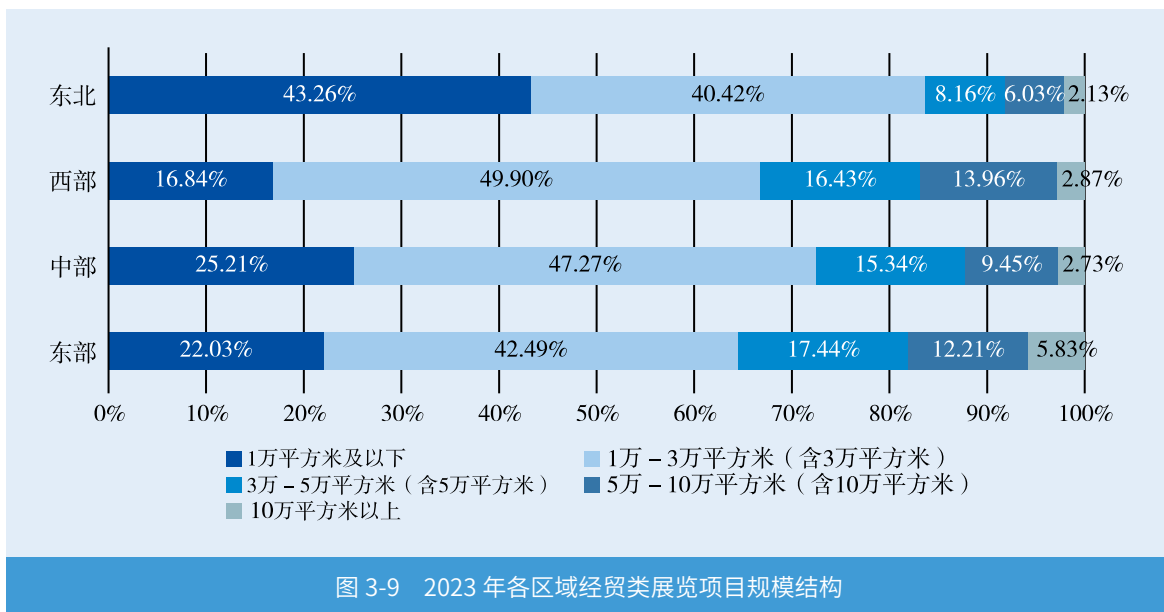


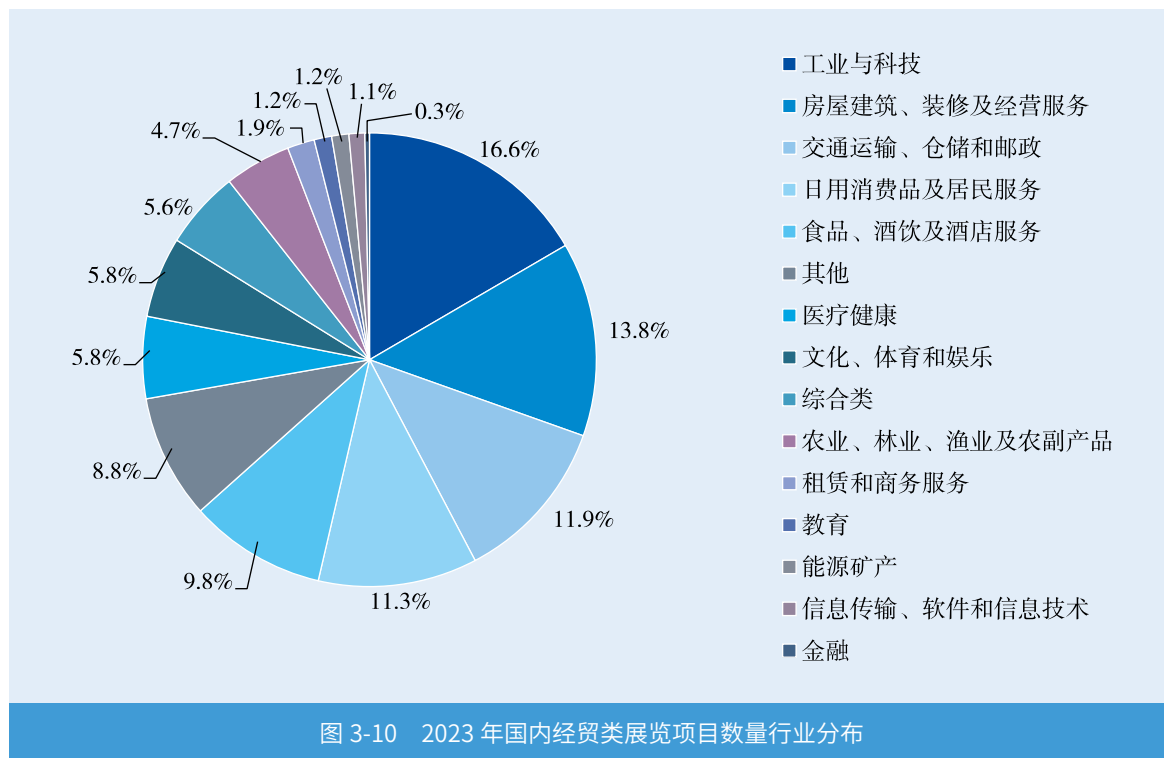
图 3-9 2023 年各区域经贸类展览项目规模结构

四、工业与科技类展会数量面积均居首位

根据商务部《展览业统计调查制度》，本报告将展会按行业领域分为 15 大类¹。

1 《展览业统计调查制度》将展会划分为 15 大类，包括工业与科技，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，农业、林业、渔业及农副产品，文化、体育和娱乐，医疗健康，租赁和商务服务，教育，能源矿产，信息传输、软件和信息技术，金融，综合类，其他。

从展览数量来看，2023年工业与科技类展会数量最多，共651项，占比达16.6%，第2-5位分别为房屋建筑、装修及经营服务（13.8%），交通运输、仓储和邮政（11.9%），日用消费品及居民服务（11.3%），食品、酒饮及酒店服务（9.8%）。前五大行业展会数量占比达63.4%。



从展览面积来看，排名前五的展会类别同样为工业与科技，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17.2%、14.2%、12.9%、10.1%和9.8%，前五大行业展览面积总占比为64.2%。

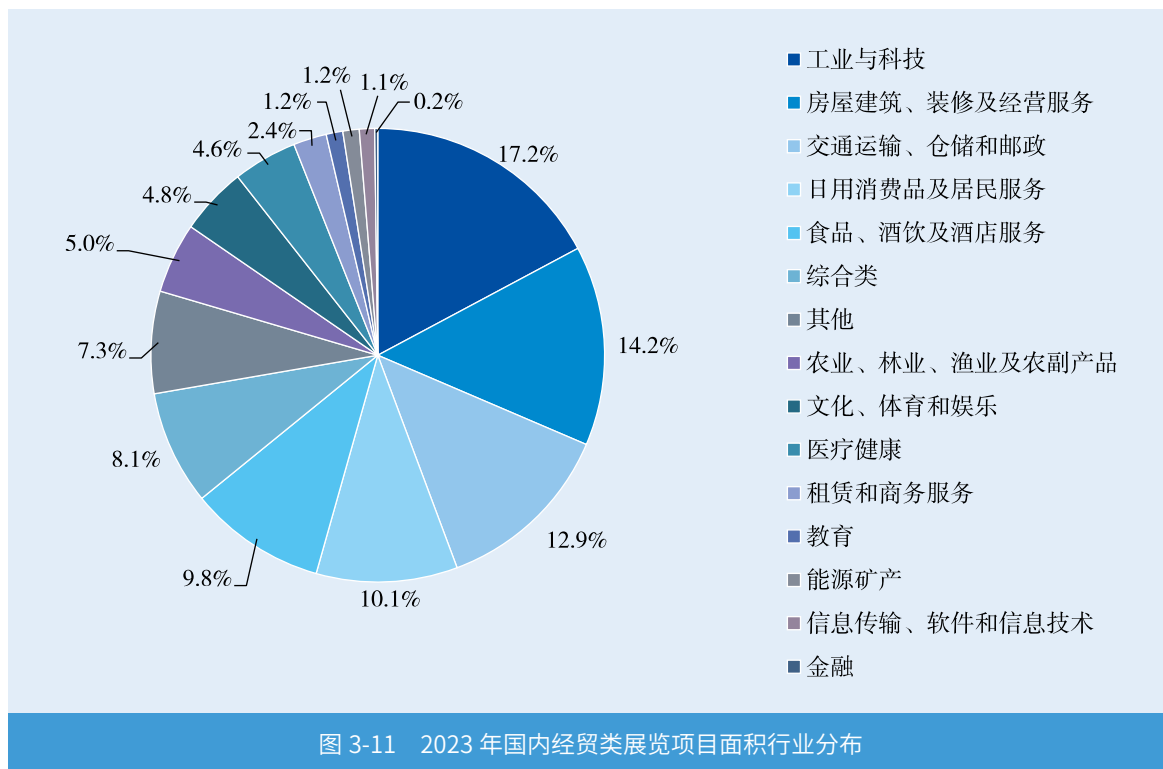


图 3-11 2023 年国内经贸类展览项目面积行业分布



案例 3-1

第二届全球数字贸易博览会拓展贸易新空间

第二届全球数字贸易博览会（以下简称“数贸会”）展览展示总面积达 10 万平方米。来自 25 个国家和地区的 1018 家企业线下参展，367 家企业通过数贸会云平台在线上参加展览。

本届数贸会聚焦数贸全链路，突出数实融合，推动展贸联动，举办“数贸之夜”，实现全媒传播，参展企业包括 51 家世界 500 强企业和 53 家数字贸易百强榜单企业，这些头部企业拿出机器人、智能仿生手、多模态 AI 卫星等“看家本领”，全面展现数字贸易领域的最新成果与场景。100 项创新类“首发”“首秀”“首展”在展会集中呈现。数贸会成为促进全球数字贸易交流、培育数字贸易新机遇、汇聚数字贸易新动能的大平台。



第二十一届中国国际装备制造业博览会构建创新、协作、共同发展的全球制造业生态

第二十一届中国国际装备制造业博览会（以下简称“制博会”）于2023年9月1日至5日在沈阳成功举办。本届制博会展览面积11万平方米，共设八个展馆、11大展区、4516个展位，比上届增长近30.7%。包括8家央企、62家国内头部企业、184家外资企业在内的1042家国内外知名企业参展、同比增长28.3%，集中展示了多种国际、国内领先的智能制造装备，填补国内外行业空白的精益智造产品，以及汽车制造及零部件、轨道交通、新能源、新材料等100余项细分领域高端制造技术解决方案。

制博会举办期间，沈阳市举办了制博会装备制造项目集中签约仪式，签约项目投资规模大、产业结构优，合作层级高。现场签约项目26个，总投资497.5亿元。其中，50亿元以上项目2个，30亿-50亿元项目8个，先进制造业项目6个，新兴产业项目20个。

随着疫情对消费者消费习惯的重塑，以及科技创新的快速发展，展览题材领域不断拓展，展览新题材不断涌现。前沿科技和绿色低碳等领域的产业博览会蓬勃发展，“Z世代”群体青睐的动漫游戏、休闲时尚等题材展会不断涌现，文化和体育类展会也逐渐成为备受青睐的展会题材。在15大行业分类中，2023年文化、体育和娱乐类展会在数量和面积方面分别占比5.8%和4.8%，分别排名第8和第9位。



第十九届中国（深圳）国际文化产业博览交易会激发文化活力、创新产业发展

由中央宣传部、文化和旅游部、商务部、国家广播电视总局、中国国际贸易促进委员会、广东省政府和深圳市政府主办的第十九届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“文博会”）于6月7日至11日在深圳国际会展中心举办。

本届文博会以线下为主、线上同步的方式举行，主会场设在深圳国际会展中心，共6个展馆，总展览面积达12万平方米。一是活动规模大、参与单位全。共有3596家政府组团、文化机构和企业线上线下参展。二是展出产品多、交流活动热。共展出文化产品超过12万件，4000多个文化产业投融资项目在现场展示与交易。除主会场外，还在全市各区设立64个分会场，共开展各类活动500多项。主会场、分会场、各相关活动点总参与人次达400多万。



2023中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会推动体育高质量发展

中国体育文化博览会由国家体育总局和中国奥委会主办，中国体育旅游博览会由中华全国体育总会、中国奥委会和中国旅游协会主办。

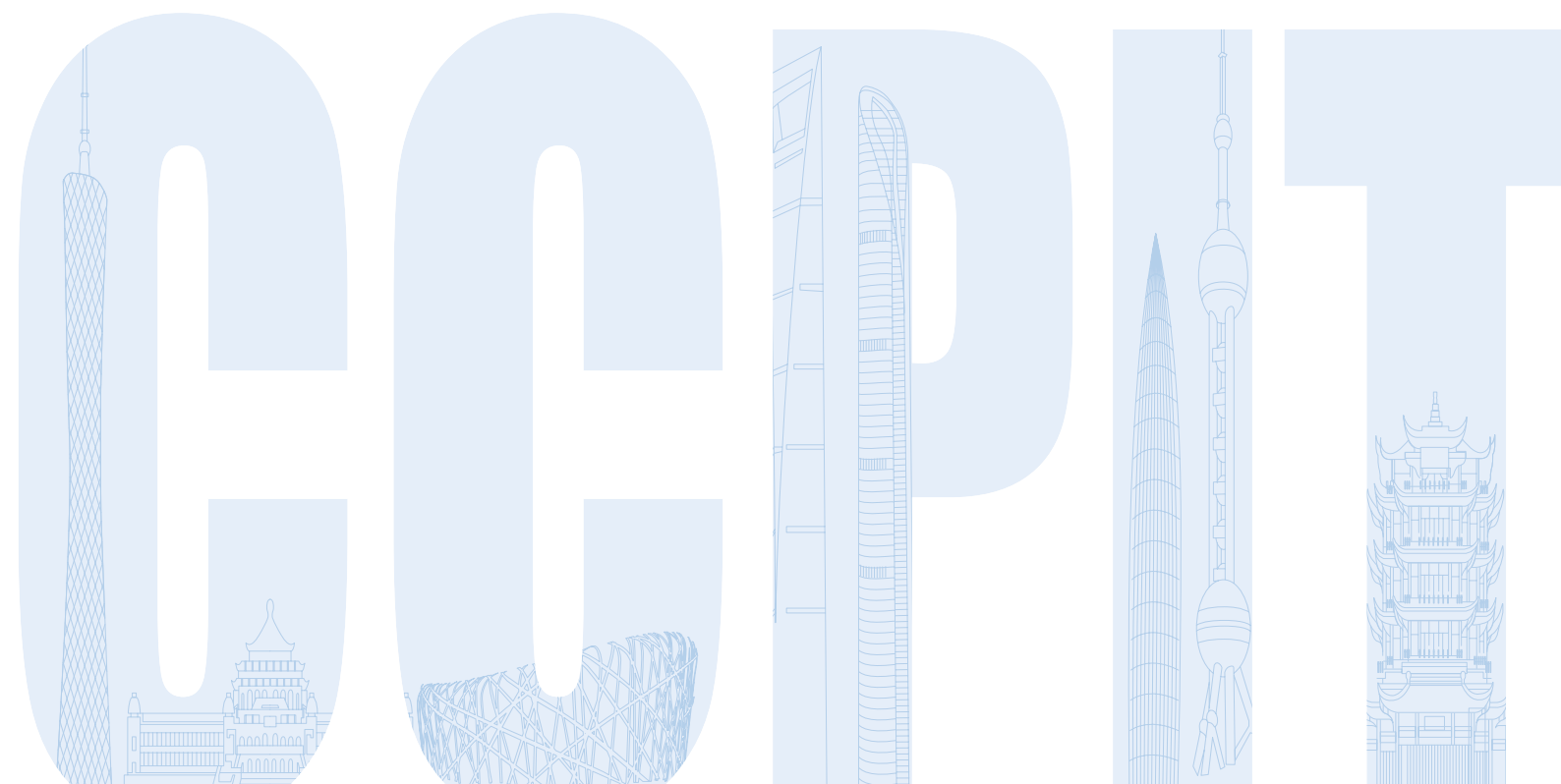
本年度两个博览会的主题为“共筑强国梦 体育建新功”，目标是通过“展、会、赛、奖、演”相结合的模式，搭建国际化、专业化、市场化、高端化的体育

文化和体育旅游展示交易平台。

2023年两个博览会具有三大特点：一是关注度高，吸引社会各界广泛支持和参与。今年两个博览会吸引了国家体育总局各司局、直属单位、项目中心、单项协会、各省区市体育局、高等院校、各界专家学者、相关国际组织、国内外企业的广泛参与，是有史以来各界嘉宾参与人数最多的一届。二是引领性强，以体文旅融合赋能经济社会发展。突出政策引领，作为国家级的展会平台，整个展会的内容围绕贯彻落实党的二十大精神，贯彻落实习近平文化思想，贯彻落实国务院关于推动旅游业高质量发展的文件精神等策划设计，通过体育文化、体育旅游融合，促进体育产业高质量发展，激发体育消费活力，助力体育强国建设。突出示范引领，将国家体育旅游示范基地、中华体育文化优秀项目、中国体育旅游十佳精品项目发布、优秀组织奖颁发等安排在开幕式上，凸显体育文化、体育旅游在经济社会发展中的重要地位。突出冠军引领，举办冠军捐赠以及“中华体育精神——冠军榜样”宣讲活动，充分发挥优秀运动员的引领示范作用，弘扬中华体育精神，传播正能量，形成浓厚的全民参与体育的氛围。三是互动体验丰富，满足人民群众日益增长的体育需求。两个博览会特设丰富多彩的互动体验活动，首次设置户外体验区，让广大与会嘉宾和观众通过不同形式、在不同空间，共享体育行业发展最新成果，全方位多角度展现体育风采，让大家在展会能看、能听、能动、能玩，尽享体育运动带来的欢乐。

第四章

2023 年中国出国展览 发展分析



审批出国举办经济贸易展会是国务院赋予中国贸促会的重要职能，自 2004 年以来贸促会已履行审批职能近 20 年。2023 年 1 月，我国疫情防控进入“乙类乙管”常态化防控阶段，受疫情影响中断近三年后，中国贸促会恢复受理出国举办经济贸易展会审批申请。本章统计的 2023 年度出国展览数据来源于中国贸促会展览审批管理系统中各组展单位已实施的出国展览项目，出国展览的组展形式主要有出国参展和出国办展两种。

一、企业出国参展办展逐渐恢复

今年以来，全球经济增长乏力，我国外贸顶住多重压力，运行总体平稳，展现较强韧性，内生动力持续增强。随着我国疫情防控进入“乙类乙管”常态化防控阶段，线下展览全面复苏，出国展览迎来新机遇。2023 年 4 月，国务院办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构的意见》，要求各地方和贸促机构、商协会进一步加大对外贸企业参加各类境外展会的支持力度，持续培育境外自办展会、扩大办展规模。

受疫情影响中断近三年后，中国贸促会恢复受理出国举办经济贸易展会审批申请。2023 年 2 月，《国务院办公厅关于公布〈法律、行政法规、国务院决定设定的行政许可事项清单（2023 年版）〉的通知》（国办发〔2023〕5 号）再次明确中国贸促会同商务部实施出国举办经济贸易展会审批的行政许可事项。

中国贸促会共审批计划出国展览项目 1240 项，实际执行 900 项。其中出国参展 822 项，出国办展 78 项，涉及 71 家组展单位和 55 个国家或地区，参展企业共计 3.96 万家，展览面积 57.22 万平方米。由于出国参展办展的计划性较强、筹备周期较长，部分组展公司和参展商未能及时安排相关出国展览计划。从月度数据来看，2023 年一季度出国展项目数量较少，仅有 58 项，其中 1 月和 2 月仅有 3 项、5 项。随着国际航班、人员签证等跨境往来更加便利，相关支持政策措施持续发力，外贸企业加速复苏，2023 年一季度之后，企业出国参办展恢复速度逐渐加快，海外展会迎来更多中国参展商。2023 年 9 月份共实施出国展 176 项，为全年数量最多月份；2023 年 6 月和 10 月实施项目数量约为 2019 年同期八成水平。

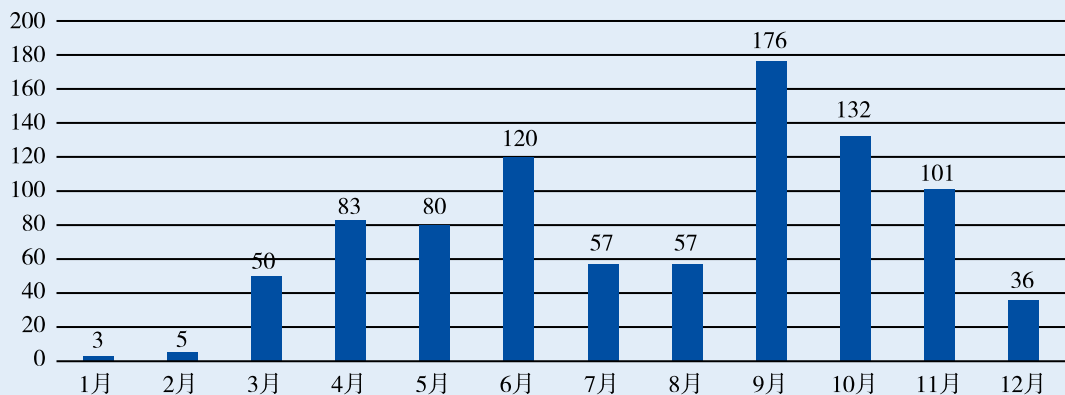


图 4-1 2023 年中国出国展览项目数量

数据来源：中国贸促会。

二、亚洲西欧仍是出国展览主要市场

从出国展览项目数量的地区分布来看，出国参展办展仍主要集中在亚洲地区和西欧地区，其展览项目数量之和仍超半数，达 61.33%，与 2019 年占比 59.16% 基本持平。具体来看，亚洲 364 项（40.44%）、西欧 188 项（20.89%）、东欧和俄罗斯 112 项（12.44%）、拉美及加勒比地区 98 项（10.89%）、北美 93 项（10.33%）、非洲 37 项（4.11%）、大洋洲 8 项（0.89%）。

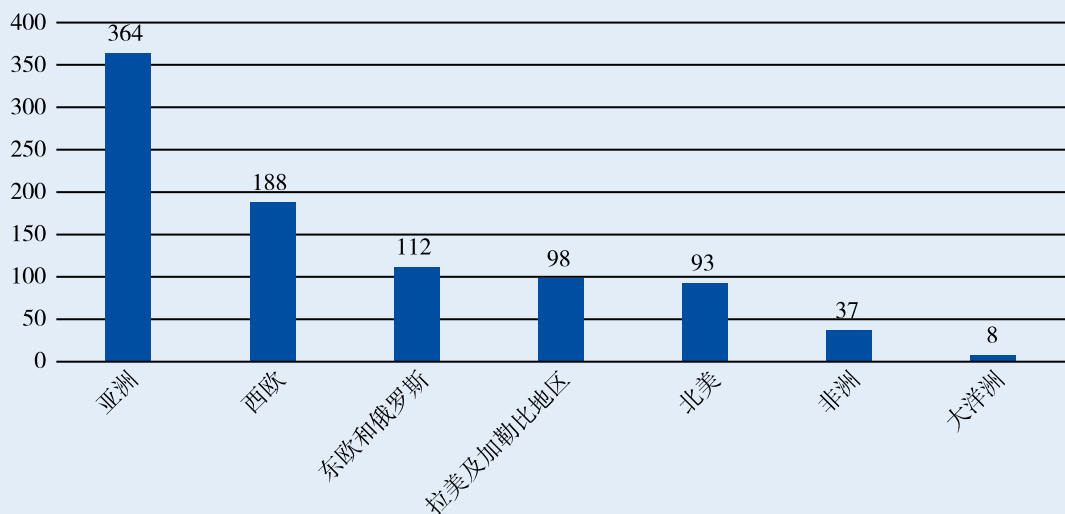


图 4-2 2023 年中国出国展览项目数量的地区分布

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、西欧和北美地区仍是我国企业赴国外参加展览的重要市场，对中国企业保持高吸引力。东欧和俄罗斯成为今年增长最快的地区，参展企业数量占比较 2019 年（9.65%）上涨 3.8 个百分点。具体来看，亚洲 17349 家（43.78%）、西欧 7498 家（18.92%）、东欧和俄罗斯 5331 家（13.45%）、北美 3883 家（9.80%）、拉美及加勒比地区 3866 家（9.76%）、大洋洲 854 家（2.16%）、非洲 845 家（2.13%）。

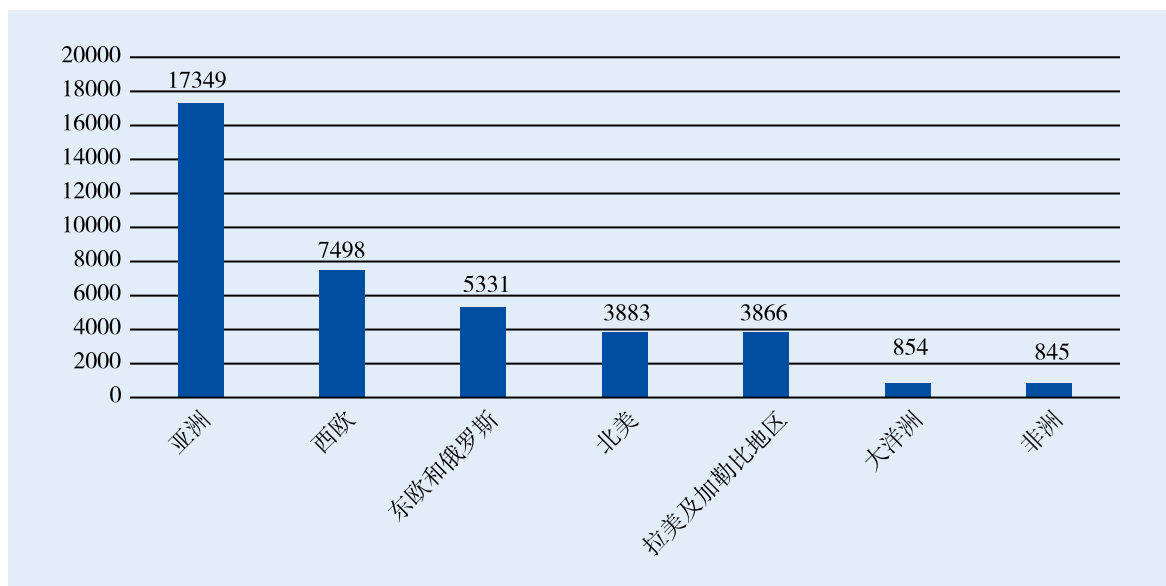


图 4-3 2023 年中国出国参展企业数量的地区分布

数据来源：中国贸促会。

从出国展览项目数量的国别分布来看，2023 年中国出国展览项目数量排名前十位的国别分别是德国（105 项）、俄罗斯（93 项）、美国（90 项）、日本（54 项）、越南（53 项）、巴西（43 项）、泰国（43 项）、土耳其（37 项）、阿联酋（36 项）、墨西哥（35 项）。出国展项目数量排名前三的国家有所变化，由 2019 年的美国、德国、俄罗斯调整为 2023 年的德国、俄罗斯、美国。赴上述十国展览项目数量占全年出国展览总量的 65.4%，较 2019 年的 61.1% 提升 4.3 个百分点，出国展览项目的国别集中度进一步提升。

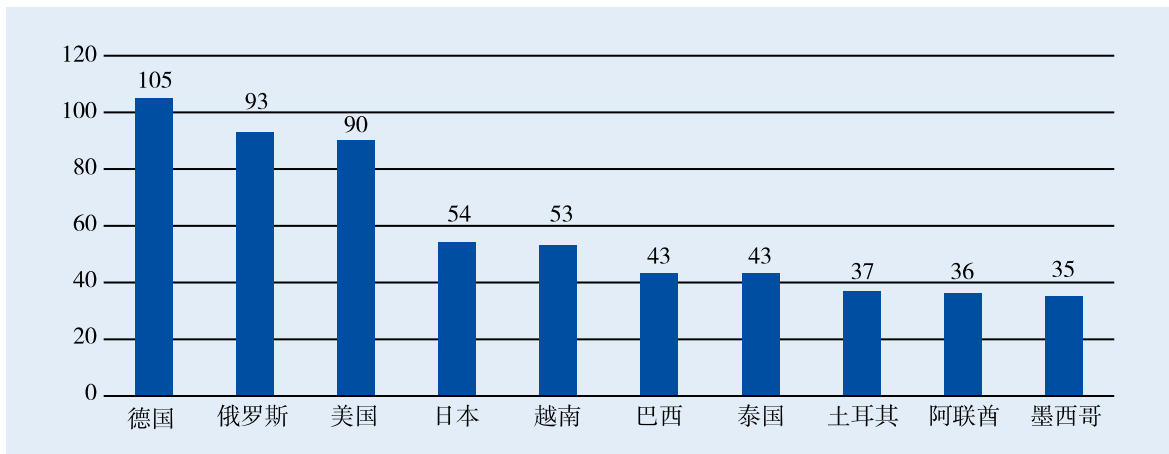


图 4-4 2023 年中国出国展项目数量的前 10 大国别分布情况

数据来源：中国贸促会。

从参展企业数量的国别分布来看，德国是中国企业赴国外参加展览的首选目的地，俄罗斯紧随其后。具体来看，2023 年中国企业出国参加展览的前十大目的地分别是德国（4295 家）、俄罗斯（3806 家）、美国（3722 家）、阿联酋（3521 家）、印度尼西亚（2955 家）、日本（2882 家）、巴西（1979 家）、越南（1812 家）、泰国（1566 家）、墨西哥（1355 家）。其中，前五大国别占比近 50%，企业出国参展的国别集中度较高。

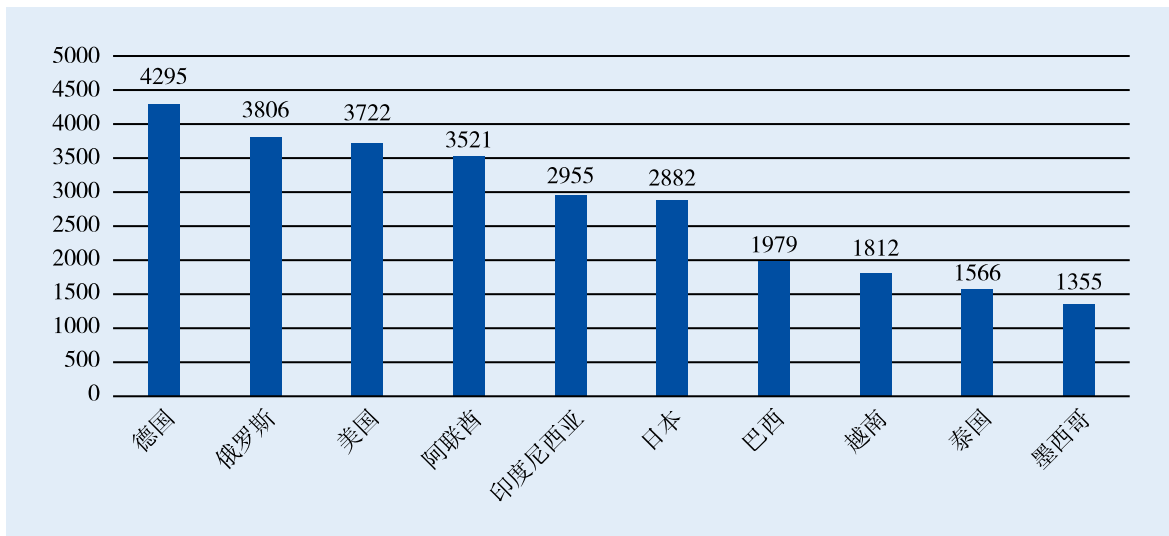


图 4-5 2023 年中国出国参展企业数量的前 10 大国别分布

数据来源：中国贸促会。



2023（第十二届）乌兹别克斯坦—中国新疆商品展览会参展规模创历史之最

2023年9月4日—6日，由新疆贸促会主办，中国驻乌兹别克斯坦大使馆经济商务处、自治区商务厅支持，乌兹别克斯坦国家工商会协办的2023（第十二届）乌兹别克斯坦—中国新疆商品展览会在乌兹别克斯坦首都塔什干市举办。来自中国新疆、湖南、广东、江西、贵州、陕西等省区市和新疆生产建设兵团的企业参展，展品范围涉及机电、建材、石油化工、纺织、电器、食品饮料、信息产品、特色农产品等。

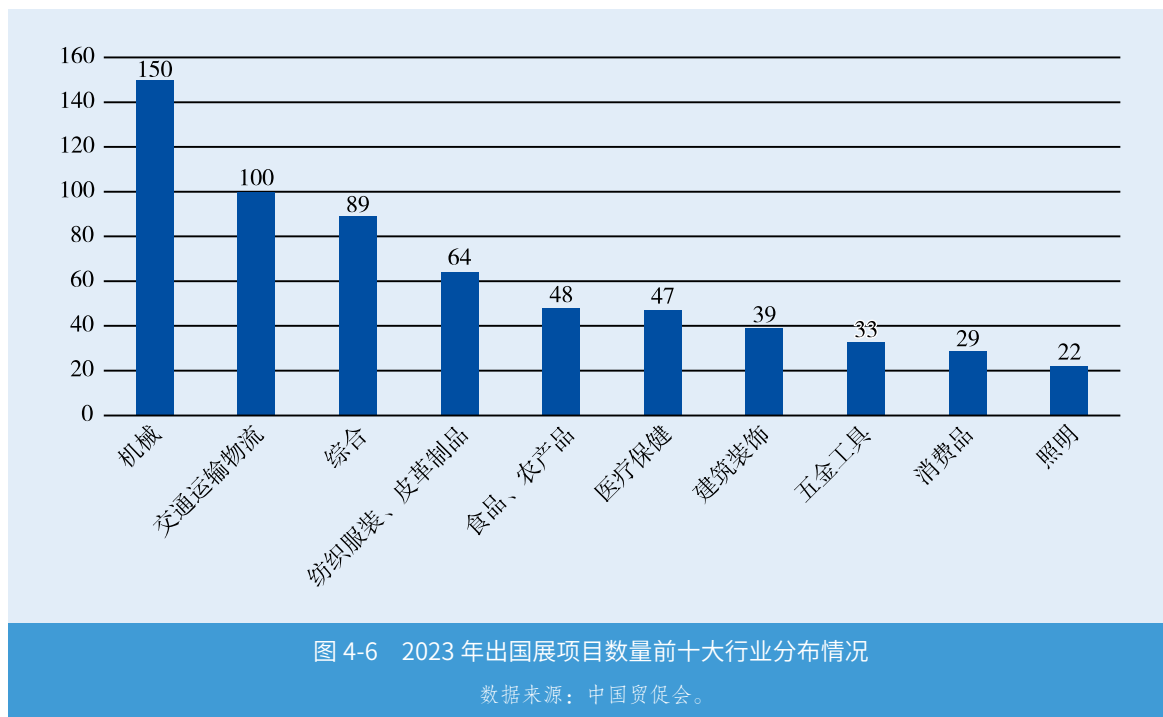
本次参展企业数为历史之最，是往届参展企业数的3倍；展位面积是往届的5倍；展区面积远超历届展会，达5000平方米，设置中国新疆投资合作展区、新疆企业展区两大板块。中国新疆投资合作展区以“新疆是个好地方”为主题进行特装搭建，以视频、图片等形式集中展示新疆“一港、两区、五大中心、口岸经济带”建设及“八大产业集群”特色优势产业等。

中方各企业、代表团与乌方共签订22个意向合同，签约总额达48.18亿元，涉及能源、基础设施建设、汽车制造、农产品生产加工、文旅项目等特色优势领域，成交规模创历史之最。

三、交通物流、医疗保健行业占比上升

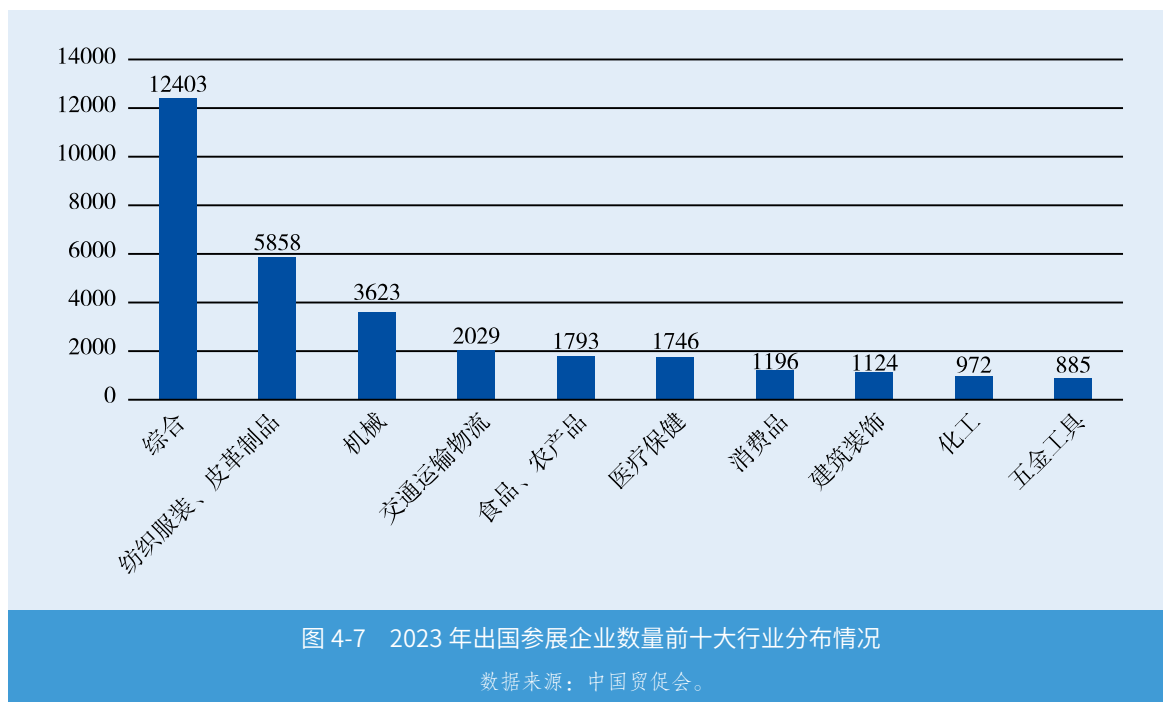
按照展览项目数量排名，出国展览行业类别排名前十位的分别是机械（150项，16.67%）、交通运输物流（100项，11.11%）、综合（89项，9.89%）、纺织服装（64项，7.11%）、食品农产品（48项，5.33%）、医疗保健（47项，5.22%）、建筑装饰（39项，4.33%）、五金工具（33项，3.67%）、消费品（29项，3.22%）、照明

(22项, 2.44%)。



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（12403家，31.30%）、纺织服装（5858家，14.78%）、机械（3623家，9.14%）、交通运输物流（2029家，5.12%）、食品农产品（1793家，4.52%）、医疗保健（1746家，4.41%）、消费品（1196家，3.02%）、建筑装饰（1124家，2.84%）、化工（972家，2.45%）、五金工具（885家，2.23%）。其中，排名前三的行业参展企业数量之和接近半数。

与2019年相比较，出国展览结构发生一定变化，综合、纺织、机械仍是出国参展主要行业，交通运输物流、医疗保健等行业占比提升。



2023 年德国汉诺威工业博览会展示中国尖端技术产品

2023 年 4 月 17 日至 21 日，中国贸促会机械行业分会组团参加了在德国汉诺威举行的汉诺威工业博览会（HANNOVER MESSE 2023）。该展被公认为“全球工业贸易领域的旗舰展”和“最具影响力涉及工业产品及技术最广泛的国际性工业贸易展会”。

据统计，本次参展的中国企业数量约 700 家，净展示面积达到 12000 平方米。特变电工、中国移动、卡奥斯 COSMOPlat、大族激光、东华链条、宝光电气等国内知名展商纷纷亮相。本次展会上，中国企业向世界展示了工业零部件及解决方案、自动化及动力传动、数字生态系统、能源解决方案、创新技术及未来生产、空压及真空技术展、全球商业及市场等七大领域尖端技术以及产品，为企业形象

宣传和品牌树立打下良好的基础。中国话题在本届工博会上热度持续高涨，在工博会开幕当日，“投资中国年 - 德国站”启动仪式、“中国机会”2023 中德智能制造论坛、中德智能制造投资促进工作组全体会议等重磅活动精彩纷呈，为中德经贸合作注入积极力量。



2023 年德国储能展等专业展览助力中国高技术企业拓展国际市场

2023 年德国慕尼黑国际电池储能与智慧能源博览会于 2023 年 6 月 14 日 -16 日在德国慕尼黑新国际博览中心举办。中国国际展览中心集团有限公司共向主办方申请 821 个展位，组织 194 家中国企业参展，参展面积 7389 平方米，组团人员 1213 名。参展企业展示产品主要包括电池和储能系统、电池生产设备，电池制造技术、材料、部件和配件，电池测试与研究等。参展企业普遍反映此次参展效果为近年最佳，获得订单数量比疫情前大幅增加，意向成交金额 2200 余万美元。

四、出国办展项目质量有所提升

2023 年中国贸促会审批执行的出国参展共 822 项，占审批执行出国展览项目总数的 91.3%；审批执行的出国办展项目总计 78 项，占出国展览项目总数的 8.7%。其中，审批执行的办展项目实际展出总面积 21.21 万平方米，参展企业数量共计 1.51 万家，展位数量共计 2.19 万个。

2023 年出国办展各项平均数据达到甚至超过 2019 年水平，2023 年出国办展项目场

均展出面积 2719.5 平方米，参展公司数量 194.1 家，展位数量 280.9 个，分别达到 2019 年水平的 0.97、1.33、1.2 倍，办展项目质量有所提升。

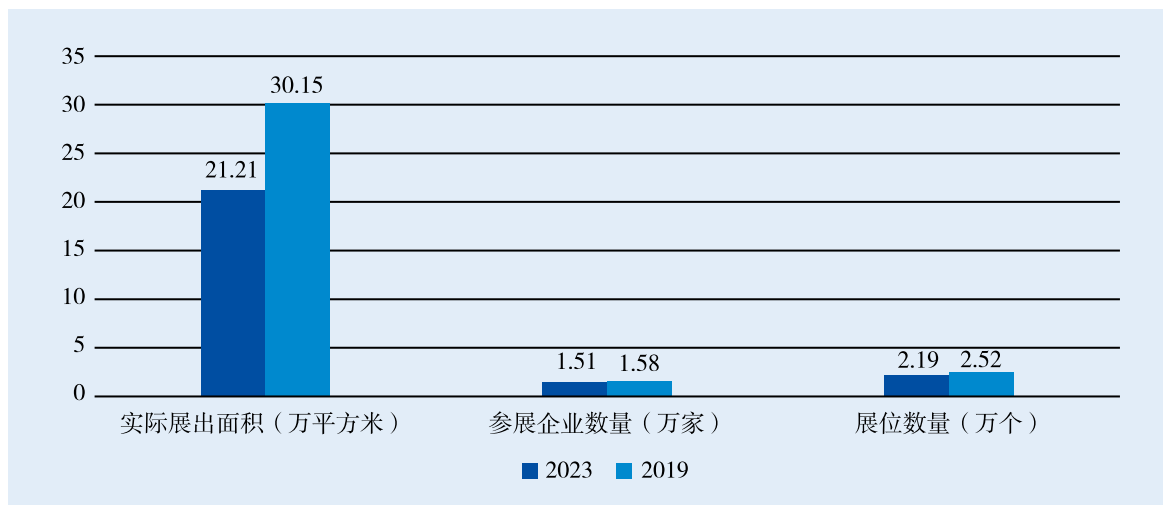


图 4-8 2019 和 2023 年出国办展各项指标整体情况对比

数据来源：中国贸促会。

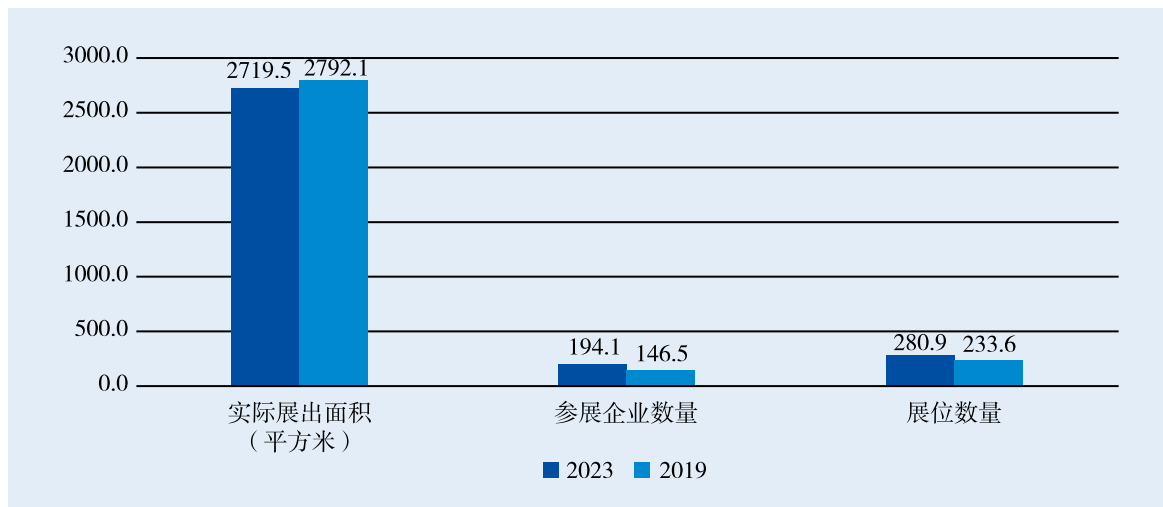


图 4-9 2019 和 2023 年出国办展各项指标场均情况对比

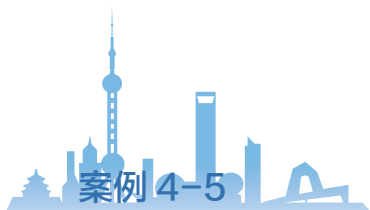
数据来源：中国贸促会。



中国商品和服务（白俄罗斯）展会助力企业开拓“一带一路”市场

2023年6月29日至7月1日，2023年中国商品和服务（白俄罗斯）展会在白俄罗斯中白工业园区展示交易中心成功举办。本次展会由中国机械工业联合会、中白工业园区管委会和中白工业园区开发股份有限公司主办，重庆市商务委员会联合主办，中国机械工业集团有限公司、招商局集团有限公司支持，中白工业园区开发股份有限公司和西麦克国际展览有限责任公司承办，中央企业经贸促进联合体等单位协办，展出面积10000平方米，参展企业131家。

围绕两国企业实际需求，展会期间密集召开重庆-白俄罗斯企业经贸对接会、“点亮丝路·连接欧亚”供需对接会、海虹实业3D打印医疗器械推介会、北京市线上线下融合参展推介等展会配套活动。作为落实中白两国联合声明的具体举措，展会已成为助力国内企业开拓“一带一路”市场并持续推动中白工业园招商引资的常态化平台。



首届印尼国际应急减灾和救援博览会的举办为专业展走出去探索成功路径

2023年10月19日至21日，首届印尼国际应急减灾和救援博览会在印尼首都雅加达举办。本次展览由上海贸促会和高美艾博展览公司合作举办，规模达到10000平方米，来自中国、印度尼西亚、美国、德国、澳大利亚、新加坡、马来西亚、泰国、越南、菲律宾等十余个国家和地区的180家企业参展。其中包括上

汽大通、清华大学合肥公共安全研究院、国动集团、中内动力科技、首帆动力、辰安科技、海洋王、阿莫斯等一批来自国内的应急产业的领军企业赴印尼开拓东南亚市场，展示了应急防灾减灾、工业安全防护、消防应急救援装备、城市防汛排涝装备、大型综合救援装备等优质产品、技术和解决方案。首届印尼国际应急减灾和救援博览会的成功举办为专业展走出去探索有效路径。

聚焦产业，走专业化办展道路。纵观整个世界展览发展史，多数全球化品牌系列展览会，都先由培育国内母展起步，从而形成国际化品牌影响力，积累到一定的国际资源后，在合适时机复制移植到行业产业集聚地或市场集散地的相关国家举办。2021年，上海贸促会就围绕安全应急产业创新创立了EDRR品牌的长三角国际应急减灾和救援博览会，该展览会首届便达到了5.2万平方米的展览面积，第二届展览面积增加到8万平方米，600余家国内安全应急产业头部企业参展，优质展商和产业信息的积累为成功举办印尼应急展奠定了扎实的产业基础。

因势利导，走国际化办展道路。寻找机会结合自身优势产业联合国际展览公司和区域相关产业协会共同举办自有品牌的专业境外展会，是会展企业服务中国企业全球化品牌建设的重要手段，也是提升自有展览品牌国际化水平的重要举措。同时，选择优质的国际合作伙伴，形成合力共同投资展览项目是符合展览发展规律的合理路径。

价值延伸，走品牌化移植道路。在统一的展会品牌下，通过母展引导海外子展，海外子展又反哺母展，国内外联动发展的格局，为中国品牌会展的国际化发展道路开拓了新思路。

技术创新，走信息化办展道路。通过提升数字化能力，提高客户服务质量；通过创新线上经营模式，增加收入来源；通过建设大数据平台，形成大数据资产，已成为众多会展企业的发展共识。

五、组展单位呈现头部集中态势

经中国贸促会审批，全国共有71家组展单位组织出国展览。其中，组展单位项目数量、组织企业参展数量、组展参展面积等指标显示，组展单位呈现头部集中趋势。

从组织展会数量来看，前五大组展单位分别是浙江远大国际会展有限公司（105项，11.67%）、西麦克国际展览有限责任公司（76项，8.44%）、贸促会机械行业分会（58项，6.44%）、上海市国际展览（集团）有限公司（57项，6.33%）、中国机电产品进出口商会（54项，6%）。前五大组展单位占比达38.89%，2019年前五大组展单位占比30.27%，提升8.62个百分点。

从组织参展企业数量来看，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（7229家，18.24%）、西麦克国际展览有限责任公司（2542家，6.41%）、浙江远大国际会展有限公司（2411家，6.08%）、中国国际展览中心集团有限公司（2319家，5.85%）、贸促会纺织行业分会（1981家，5.00%）。前五大组展单位占比达41.59%，2019年前五大组展单位占比32.57%，提升9.02个百分点。

从组织参展面积来看，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（9.21万平方米，16.09%）、中国国际展览中心集团有限公司（5.15万平方米，9.00%）、西麦克国际展览有限责任公司（4.04万平方米，7.06%）、浙江远大国际会展有限公司（3.70万平方米，6.46%）、中国机电产品进出口商会（3.17万平方米，5.54%）。前五大组展单位占比达44.14%，2019年前五大组展单位占比35.47%，提升8.67个百分点。

表 4-1 2023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	16	1.78	7229	18.24	92070	16.09
2	西麦克国际展览有限责任公司	76	8.44	2542	6.41	40371.25	7.06
3	浙江远大国际会展有限公司	105	11.67	2411	6.08	36969.95	6.46
4	中国国际展览中心集团有限公司	53	5.89	2319	5.85	51477	9.00
5	贸促会纺织行业分会	11	1.22	1981	5.00	27620	4.83
6	贸促会化工行业分会	27	3.00	1774	4.48	20414.87	3.57
7	中国机电产品进出口商会	54	6.00	1763	4.45	31689	5.54
8	中国医药保健品进出口商会	33	3.67	1665	4.20	18546.55	3.24
9	中纺广告展览有限公司	7	0.78	1541	3.89	19014	3.32
10	商务部外贸发展事務局	13	1.44	1456	3.67	19285	3.37

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 (%)
11	贸促会机械行业分会	58	6.44	1324	3.34	21104.75	3.69
12	中国纺织品进出口商会	6	0.67	1138	2.87	11878	2.08
13	远大国际展览有限公司	32	3.56	1075	2.71	12724.5	2.22
14	福建荟源国际展览有限公司	34	3.78	968	2.44	10990	1.92
15	保利国际展览有限公司	32	3.56	941	2.37	10764	1.88
16	中国对外贸易中心集团有限公司	11	1.22	738	1.86	9400.82	1.64
17	上海市国际展览(集团)有限公司	57	6.33	569	1.44	8766.04	1.53
18	贸促会电子信息行业分会	23	2.56	529	1.33	7142	1.25
19	长城国际展览有限责任公司	23	2.56	496	1.25	6894.75	1.20
20	中国中轻国际控股有限公司	11	1.22	486	1.23	10971	1.92
21	中国食品土畜进出口商会	11	1.22	380	0.96	3668.77	0.64
22	中国五矿化工进出口商会	12	1.33	373	0.94	5378.5	0.94
23	中国电子国际展览广告有限责任公司	19	2.11	371	0.94	4204.5	0.73
24	中国国际贸易中心股份有限公司	3	0.33	360	0.91	6032	1.05
25	中国化工信息中心有限公司	11	1.22	351	0.89	4204.5	0.73
26	贸促会浙江省委员会	10	1.11	324	0.82	3957	0.69
27	江苏省商务厅	2	0.22	288	0.73	3495	0.61
28	中国机械通用零部件工业协会	4	0.44	231	0.58	2593.5	0.45
29	浙江中浙国际展览商务有限公司	10	1.11	230	0.58	2412	0.42
30	中国机械国际合作股份有限公司	11	1.22	227	0.57	2593.5	0.45

六、中国贸促会恢复组织线下出国展

代表国家出国举办展览是中国贸促会的重要职责，2023年中国贸促会恢复组织企业线下出国展览，把出国展览工作同高质量共建“一带一路”、稳外贸稳外资、开拓多元化市场等有机结合，重点在发展中国家、新兴市场国家和战略性新兴领域参展办展，

多措并举助力企业出海拓商机。

从组展形式来看，2023年中国贸促会共举办5项出国展览项目，其中4项线下展，1项线上展，包括西班牙国际未来交通大会及展览会、澜湄合作经济技术展览会、中国（印尼）智慧能源及交通产业展览会、中非（尼日利亚）产能合作品牌展览会、中国—大洋洲及南太地区国际贸易数字展览会。

从展览内容来看，展会项目聚焦新能源、智慧交通等新兴产业，支持企业开展高质量、高技术、高附加值的绿色低碳贸易，更好融入全球产业链、供应链和价值链。如西班牙国际未来交通大会及展览会中国企业展出了人工智能数据管理软件、城市监控传感器、智能街道设施和照明系统等智慧交通领域新产品和智慧城市解决方案；中国（印度尼西亚）智慧交通及能源产业展览会重点展示以新能源汽车、锂电池和光伏组件“新三样”为代表的新能源和汽车产业高技术产品。



案例 4-6

中国（印度尼西亚）智慧交通及能源产业展览会为出口“新三样” 打造出海平台

由中国贸促会主办，米奥兰特国际会展承办的“中国（印度尼西亚）智慧交通及能源产业展览会”（以下简称“智慧交通展”）于2023年11月23日-26日在印度尼西亚雅加达举办。本次展会作为由中国贸促会外贸专项资金资助主办的境外展会，来自广东、江苏、浙江、山东、河北、湖北、江西、广西等省份的38家企业参加本次展会，其中包括五菱、长城、东风、奇瑞、小蓝快充、比克动力等新能源汽车、智慧物流仓储、新能源储能电、城市交通管理、充电管理等领域的中国品牌企业参加了本次展会，展览面积1008平方米，特装面积900平方米，特装率达到90%，品牌参展企业28家，占参展企业总数的73%。智慧交通展成为中国新能源汽车、锂电池和光伏组件“新三样”出海的重要平台。

从举办地点来看，2023 年中国贸促会组织出国展举办地点侧重于发展中国家和新兴市场，为中国同发展中国家开展产能合作、经贸交流提供高质量平台。如在越南胡志明市举办的 2023 澜湄合作经济技术展览会，共吸引来自白俄罗斯、韩国、斯里兰卡、印度等约 20 个国家观众参观；在尼日利亚举办的中非（尼日利亚）产能合作品牌展览会，成为中国企业对非经贸合作窗口和重要的产品展示平台。



案例 4-7

2023 澜湄合作经济技术展览会助力中越两国产业对接与贸易投资合作

2023 年 12 月 7 日 -9 日，由中国贸促会主办、中国国际商会承办的 2023 澜湄合作经济技术展览会（以下简称“澜湄展”）在越南胡志明市西贡会展中心与越南国际贸易博览会同期同地成功举办。本届澜湄展展出面积 1200 平方米，参展企业共计 67 家，包括阿里巴巴国际站、中宝电气、海马汽车、新世纪机车等众多知名企业，展品涵盖电子电气、车辆与配件、农业食品、智能设备、五金轻工等多个领域的高品质产品。展览会共吸引来自白俄罗斯、韩国、斯里兰卡、印度等约 20 个国家的约 15000 位观众参观。

此次展览会紧扣中国和越南市场需求，在企业组织筛选、境外推广宣传、商业信息共享、法律法规解读等方面精耕细作，发挥贸促会与商会资源优势，为中国与越南企业打造高效的经贸交流平台；在中越建立全面战略合作伙伴关系 15 周年之际，为进一步深化我与越南产业对接与贸易投资合作、加快构建新发展格局作出了积极贡献。

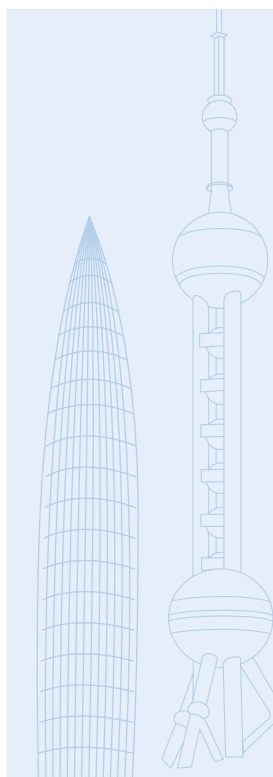
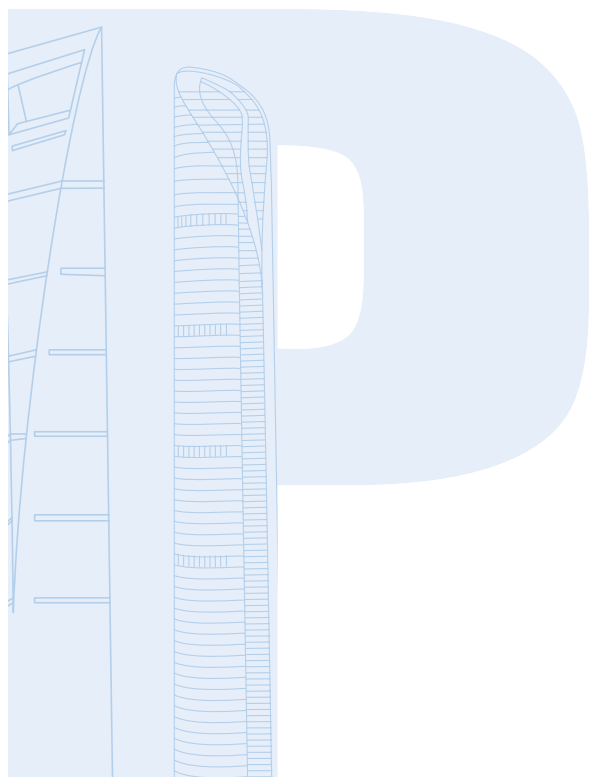
从展出时间来看，本年度中国贸促会组织企业出国办展参展时间主要集中于 11 月、12 月。作为中国与萨尔瓦多经贸领域交流合作平台，2024 年 1 月，中国贸促会在萨尔瓦多首都圣萨尔瓦多市举办 2023 年中华人民共和国贸易展览会。

表 4-2 中国贸促会 2023 年组织出国展情况一览表

序号	国家	城市	展（博）览会名称	展出时间	展出内容
1	西班牙	巴塞罗那	西班牙国际未来交通大会及展览会	11月7-9日	公交、地铁与轻轨、智能汽车、自动驾驶系统、充电管理、智慧物流仓储、城市物流设备及运营管理、城市交通管理、智慧交通大数据运营管理及解决方案等
2	尼日利亚	拉各斯	中非（尼日利亚）产能合作品牌展览会	11月7-10日	农产品和食品加工、电子、电器、电力设备、通信产品和网络信息产品、建筑建材、交通工具、新能源等
3	印度尼西亚	雅加达	中国（印度尼西亚）智慧交通及能源产业展览会	11月23-26日	以锂电为代表的新能源储能电池和设备、新能源汽车、自动驾驶系统、充电管理、智慧物流仓储、城市物流设备及运营管理、城市交通管理等
4	澳大利亚、斐济、所罗门群岛等大洋洲及南太地区国家	线上	中国-大洋洲及南太地区国际贸易数字展览会	12月5-14日	医疗器械、建材五金、办公用品、家具家居、礼品、电子消费品、家电、纺织服装、食品等
5	越南	胡志明市	澜湄合作经济技术展览会	12月7-9日	农产品和食品加工、电子、电器、电力设备、通信产品和网络信息产品、建筑建材、交通工具、车辆与配件、绿色发展、光伏、清洁能源等

第五章

2023 年中国展览馆 市场分析



一、实际运营展览馆数量创历年新高

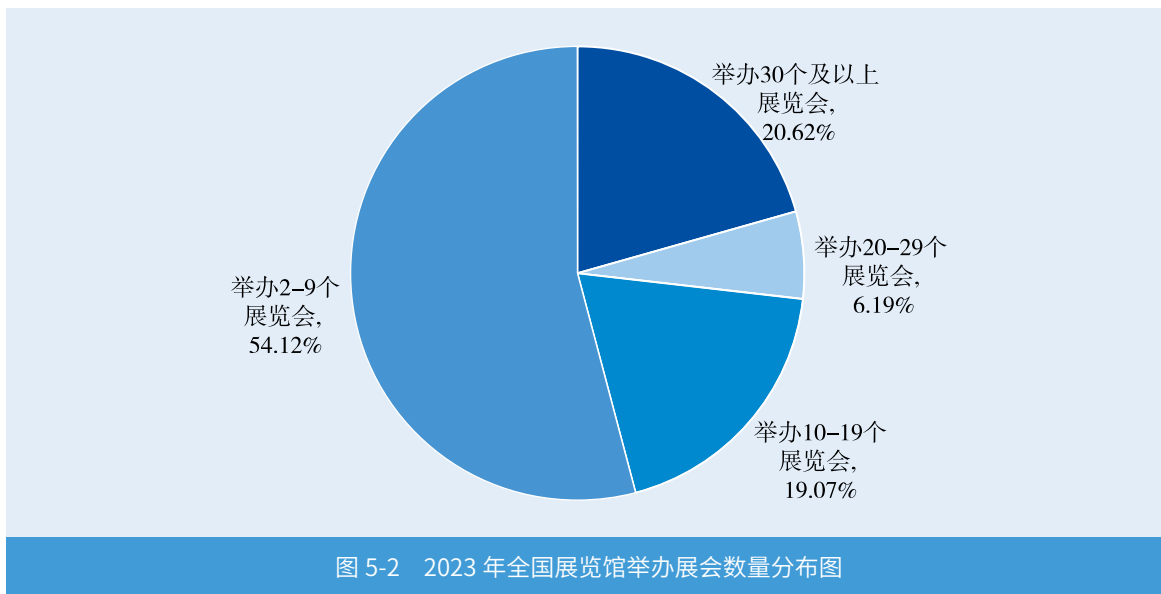
本报告从收集到办展信息的展览馆中筛选出室内可租用面积大于等于 5000 平方米，且 2023 年举办 2 个以上经贸类展会的专业展览馆，作为 2023 年中国展览馆市场分析对象，即 2023 年实际运营的展览馆。

2023 年中国实际运营的展览馆数量为 194 个，比 2022 年增加 58 个，比 2019 年增加 21 个，数量创历年新高。

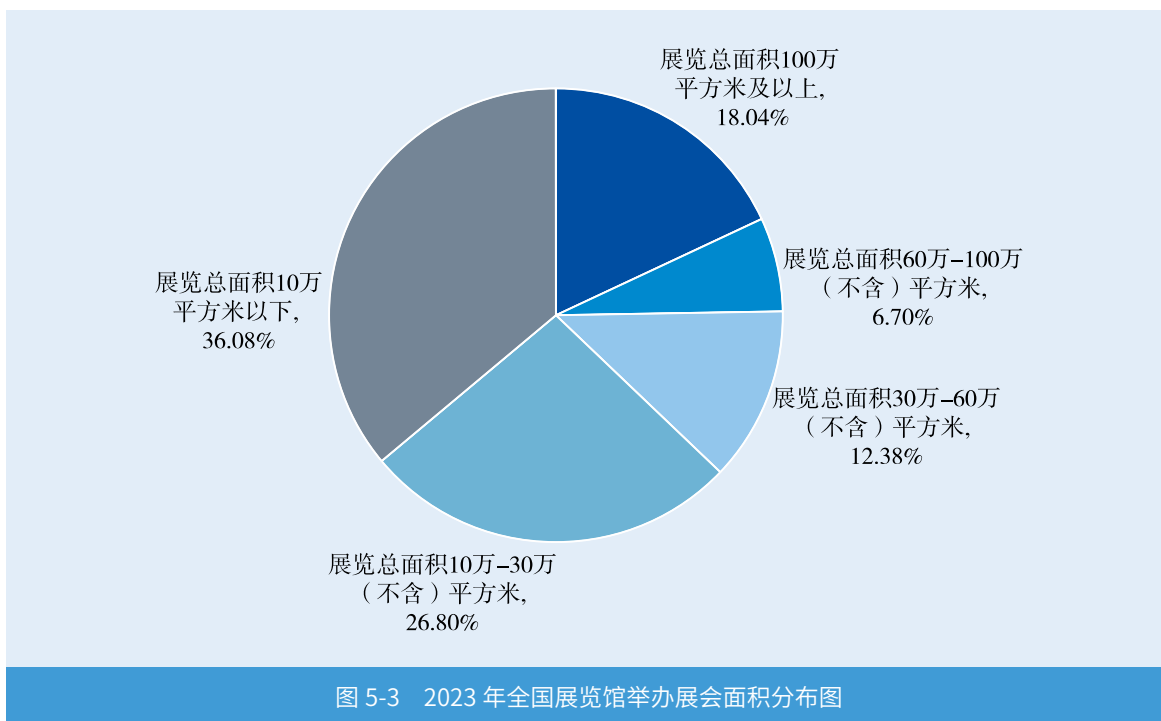


二、大型展览馆利用效率同比大幅提升

从展览馆举办展会数量看，2023 年实际运营的 194 个展览馆中，2023 年共有 40 个展览馆举办 30 个及以上展会，占比 20.62%，比 2022 年大幅增加 22 个，增幅达 122.22%；比 2019 年增加 4 个，增幅为 11.11%。12 个展览馆举办展会数量在 20-29 个之间，37 个展览馆举办展会数量在 10-19 个之间；105 个展览馆举办 2-9 个展会。



从展览馆年度办展总面积看，2023 年全国有 35 个展览馆举办展会总面积在 100 万平方米以上，比 2022 年增加 15 个，增幅达 75%；比 2019 年增加 3 个，增幅为 9.38%。13 个展览馆举办展会总面积在 60 万 -100 万平方米之间；24 个展览馆举办展会面积在 30 万 -60 万平方米，52 个展览馆举办展会面积在 10 万 -30 万平方米，70 个展览馆举办展会面积在 10 万平方米以下。



三、新建展览馆迎来交付高潮

新冠肺炎疫情对展览馆建设造成了一定的负面影响，2023年各地加快展览馆建设步伐，一大批新建展览馆迎来交付，据不完全统计，2023年新增展览馆可展览面积超过100万平方米。

（一）厦门国际会展中心

2023年7月6日，厦门国际会展中心D馆（会展五期）竣工、正式投入使用。厦门国际会展中心D馆占地面积约3万平方米，总建筑面积超7万平方米，展厅面积近1.5万平方米，会议面积近1万平方米。D馆落成后，厦门国际会展中心总展览面积超过20万平方米。

（二）国家会展中心（天津）

2023年9月，国家会展中心（天津）二期项目通过竣工联合验收，并于9月7日-9日举办了2023天津国际机床展，这也是国家会展中心（天津）二期项目交付后迎来的首个展会。国家会展中心（天津）是商务部和天津市人民政府合作共建的重点工程，总建筑面积约138万平方米，集展览、会议、商业、办公、酒店等功能于一体，二期项目在中央大厅增设了2700多平方米的国家会议中心，室内高近12米，可同时容纳2000余人。

（三）广州空港博览中心

2023年10月，广州空港博览中心1、2号馆正式通过竣工联合验收，标志着该展馆正式落成并即将投入使用。广州空港博览中心位于广州市空港经济区内，距离白云机场航站楼仅3公里，计容面积约25万平方米，规划建设12个展厅，多个展厅可自由组合；室外展览面积2万平方米。

（四）济南黄河国际会展中心

2023年10月7日，济南黄河国际会展中心一期项目正式交付。济南黄河国际会展中心规划净展览面积约51万平方米，共分三期建设，济南黄河国际会展中心一期建成

启用，建筑面积 37.2 万平方米、净展览面积 15 万平方米，包含 12 个标准单层重型展厅、多功能厅、登录大厅、星级酒店等设施，弥补了济南市 15 万平方米以上大型展馆的空白。

（五）桂林国际会展中心

2023 年 10 月 13 日，桂林国际会展中心新馆正式启用。桂林国际会展中心新馆项目总投资 68 亿元，占地面积 548 亩，总建筑面积为 40.1 万平方米，计容建筑面积 29.8 万平方米；展览中心有 2828 个展位，展位面积 4.88 万平方米。桂林国际会展中心新馆集多功能展览中心、会议中心、星级酒店于一体，项目全部建成后可容纳约 8000 人同时开会或约 2900 人同时用餐，可满足各种国际国内展会、活动、赛事举办需求。

（六）中原国际会展中心

2023 年 10 月 27 日，中原国际会展中心在郑州航空港举行开馆仪式。中原国际会展中心规划总建筑面积 100 万平方米，目前已建成 20 万平方米。2023 年底，中原国际会展中心一期全部建成，8 个场馆全部投入运营；二期将于 2024 年年底建成，届时总共 16 个场馆投入运营，室内展览面积将达到 12.8 万平方米，室外有 10 万平方米。

（七）珠海国际会展中心

2023 年 11 月 3 日，珠海国际会展中心二期正式启用。珠海国际会展中心二期总建筑面积约 27 万平方米，设有 7500 平方米展厅、6800 平方米无柱式宴会厅、1200 平方米国际圆桌会议厅及 2 个贵宾阶梯报告厅等多个会议厅室。

（八）厦门国际博览中心

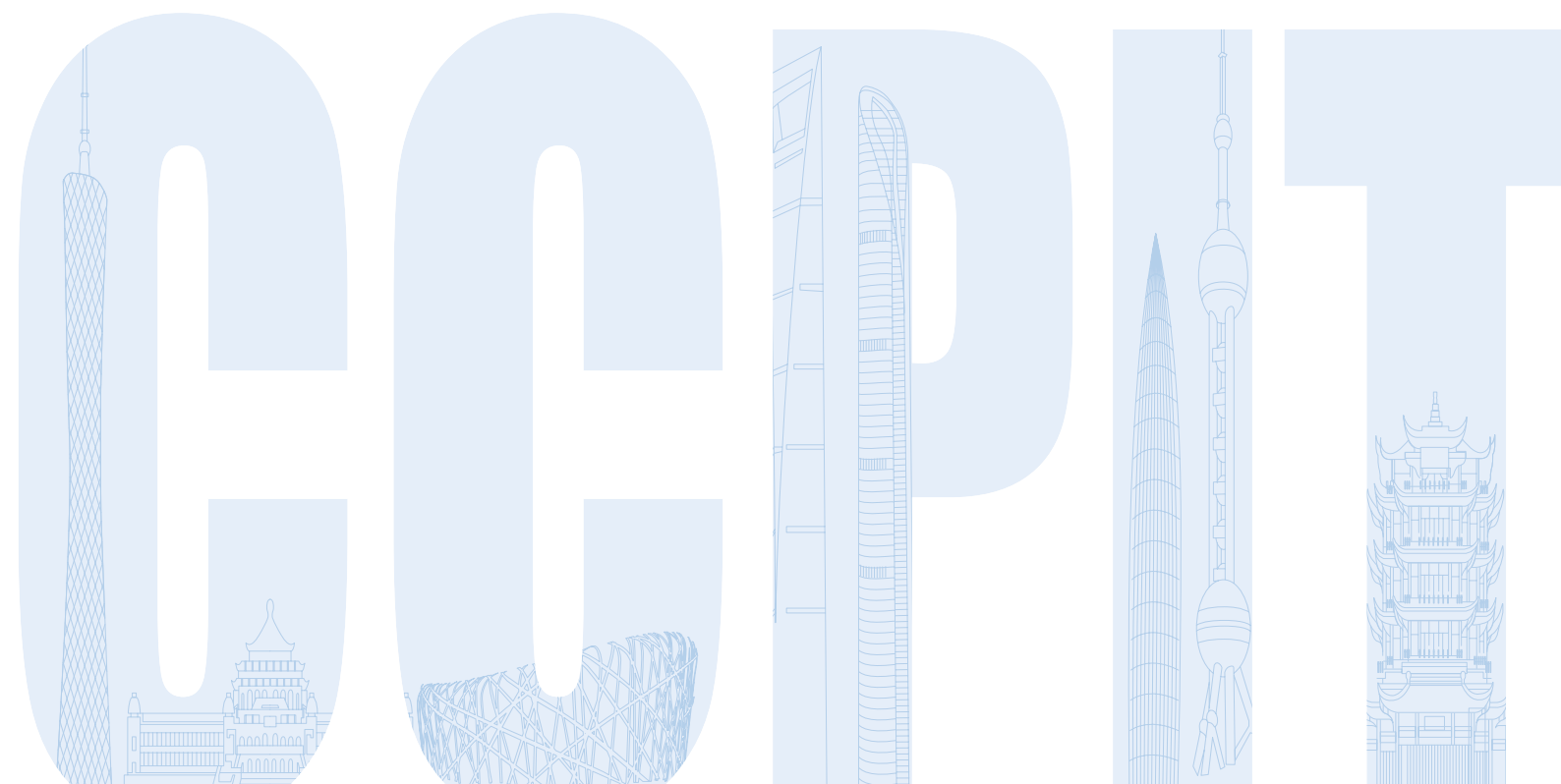
厦门国际博览中心于 2020 年 12 月 26 日开工建设，其展览中心部分于 2023 年 11 月 13 日全馆开馆投用。厦门国际博览中心由展览中心、会议中心、会展酒店等组成。截至 2023 年 12 月，厦门国际博览中心总用地面积 84.67 万平方米，总建筑面积 115.92 万平方米，其中展览中心用地面积 71.13 万平方米，展览中心拥有 11 个室内无柱展厅，净展览面积约 30 万平方米，室外展场 5.5 万平方米，会议中心用地面积 10.74 万平方米。2023 年 11 月 13 日-15 日，第 63 届（2023 年秋季）全国制药机械博览会暨 2023（秋季）中国国际制药机械博览会在厦门国际博览中心举办，这是厦门国际博览中心的满馆首秀。

（九）株洲国际会展中心

2023年11月30日，株洲国际会展中心展馆交付仪式在汽博园举行。株洲国际会展中心是在株洲汽车博览园原有展馆的基础上改扩建，新建交轨展馆D、交轨展馆E、交轨展馆F及其连接门厅、轨道交通装备产业园后勤配套中心（停车场）、轨道交通装备产业园综合服务中心改扩建及配套附属工程。

第六章

2023 年中国国家级 展会分析



一、首届链博会打造全新开放型国际合作平台

由中国国际贸易促进委员会主办，中国国际展览中心集团有限公司承办的首届中国国际供应链促进博览会（简称“链博会”）于2023年11月28日至12月2日在北京中国国际展览中心（顺义馆）成功举办，链博会是全球首个以供应链为主题的国家级展会。

（一）链博会呈现全新的办展理念、办展方式和办展成效

首届链博会坚持国际化、专业化、市场化、绿色化办展方向，在各方大力支持和共同努力下，办成了一届高标准、高质量、高水平的全球经贸盛会，实现了促进上中下游衔接、大中小企业融通、产学研用协同、中外企业互动的目标，彰显了贸易促进、投资合作、创新集聚、学习交流四大平台功能，成为全球共享的国际公共新产品、推动建设开放型世界经济的新载体，为世界经济复苏和全球发展繁荣作出积极贡献。与其他博览会相比，链博会有三个“不一样”。

一是办展理念不一样。当前，供应链是世界经济的“热词”和“关键词”，链博会以链为名，将“链接世界，共创未来”作为展会主题，凝聚更多开放共识，推动各国共同克服全球经济发展面临的困难和挑战，让开放为全球发展带来光明未来。同时，链博会以链为媒，通过展览、论坛、研讨等多种方式，让全球工商企业携手成链、聚沙成塔，找到供应链上下游的合作伙伴，共同发出维护全球产业链供应链稳定畅通的最强音。

二是办展方式不一样。链博会不是展示单一产品，而是展链条、展生态。链博会纵向展示各链条上中下游全球领先的产品和技术，突出绿色发展、低碳环保和数字化转型；横向展示金融、物流、贸易咨询、商事法律、文化旅游及创意设计等供应链服务，形成相关产业发展的生态圈。既有供应链上的旗舰链长企业，也有专精特新、小巨人、隐形冠军等中小企业。大家看到的不是某一个企业、某一件产品的展览，而是五大链条完整的生态系统。

三是办展成效不一样。链博会不是单纯让展商和采购商展商品、签订单，而是更加注重供应链上中下游企业的交流合作，让大家找到自己在供应链上的准确位置，找到最对口需要的合作伙伴。链博会不仅关注短期交易，更关注长期合作和共同发展；链博会不仅向专业采购商开放，也面向大专院校、科研院所和社会大众开放，让大家

看到五条链上最新的产业链供应链发展形态和未来发展趋势。

（二）链博会发出了中国以实际行动维护产业链供应链稳定畅通的时代强音

中国国务院总理李强出席首届链博会开幕式暨全球供应链创新发展论坛，并发表主旨演讲。李强总理指出中国既是全球产业链供应链合作的参与者、受益者，也是坚定的维护者、建设者，中方愿同各方一道，把全球产业链供应链建设得更具韧性、更有效率、更富活力，并就深化产业链供应链国际合作提出四点倡议。印度尼西亚总统佐科、乌拉圭总统拉卡列和5家重要国际组织负责人依次线上线下发表致辞。来自世界90个国家、地区的各界人士和有关国际组织代表1100多人出席这一活动。李强总理的主旨演讲引发中外嘉宾热烈反响，各方纷纷表示从中感受到中国坚定推动产业链供应链国际合作、建设开放型世界经济的信心和决心。

中国贸促会同与会工商界代表共同发布《全球产业链供应链互联互通北京倡议》，传递了国际工商界加强互利合作、坚定维护全球产业链供应链稳定畅通的共同期盼。

（三）链博会展览展示精彩纷呈，成为各方加强产业链供应链国际合作的大舞台

首届链博会展览总面积10万平方米，设置智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链等5大产业链和供应链服务展区。在515家参展商中，世界500强企业53家，中国500强企业57家，中国民营500强企业25家。境外参展商占26%，覆盖55个国家和地区，美欧企业占境外参展商总数的36%，共建“一带一路”国家参展商数量占境外参展商总数的近一半。南非、加拿大、日本、越南、非盟、东盟、葡语国家、拉美和加勒比国家等以国别和地区展位形式参展。为体现首届链博会的开放性和包容性，链博会还为老挝、卢旺达、东帝汶、海地等最不发达国家参展商提供支持。

首届链博会纵向展示各产业链关键环节先进技术、产品和服务以及未来发展趋势，横向展示金融、物流和平台企业等服务。6大展区各具特色，聚焦高质量发展和高品质生活，突出创新引领、绿色低碳、科技赋能，注重从展产品到展链条再到展生态，搭建全球相关产业链各类主体之间的合作平台。所有展位均为特装展位。47家企业以互动式、沉浸式、体验式方式，首发首展首秀62项代表性新产品、新技术、新服务，获得观众青睐。

(四) 链博会专题论坛贡献“链博智慧”、凝聚广泛合作共识，生动描绘了维护全球产业链供应链稳定畅通的新愿景

链博会对应5大产业链和供应链服务展区举办6场专题论坛，设置主题发言、交流研讨、成果发布等环节，5名中国科学院、中国工程院院士，90多名国际组织等机构代表、世界500强和行业龙头企业高管等，聚焦产业链供应链前沿问题，热烈交流研讨，发表真知灼见，吸引3000余名中外观众参会。

首届链博会期间，中国贸促会举办了贸促智库论坛暨《全球供应链促进报告》发布会。该报告首次全面量化分析全球供应链发展趋势，首次构建全球供应链促进分析体系，围绕推动全球供应链技术创新、开放合作、互联互通、包容发展等内容提出建议。这是链博会的旗舰报告，也是全球首份以供应链促进为主题的研究报告。

在专题论坛上，有关企业公布和讲解了攻克世界级铝合金难题等最新研究成果，中国能建等单位共同发布《新能源国际投资联盟零碳倡议》，一些企业就联合推广产业标准、构建合作伙伴联盟、加强消费端数实融合、创新供应链服务等积极建言献策。众多外资企业表示将扎根中国、加大研发力度，为中国和全球市场提供更好产品。与会人员一致认为全球产业链供应链密不可分，只有坚持资源共享、优势互补，才能更好促进世界经济复苏增长。

(五) 链博会配套活动丰富多彩，放大了展会综合效应

首届链博会期间，有关各方共举办360多场配套对接、交流活动，15000多人参与，发布研究报告、宣言、标准等23项成果；据不完全统计，共签署合作协议、意向协议200多项，涉及金额1500多亿元人民币。

地方招商推介活动精准高效。2023年京津冀产业链供应链大会以“投资京津冀共赢新时代”为主题，搭建三地产业协同推介的新窗口和国内外共话合作发展的新平台，举办产业考察等系列活动，发布氢能、生物医药、工业互联网等跨区域产业链图谱及京津冀产业协同发展报告。内蒙古、辽宁、湖北、四川、贵州、新疆、深圳等省区市政府分别举办优势产业推介会，打造面向全球的招商推介和资源聚合平台。

中外经贸交流活动有声有色。中国贸促会与土耳其对外经济关系委员会、土耳其工商协会举办中国—土耳其经贸论坛，与韩中民间经济协力论坛、中国亚洲经济社会发展协会举办中韩供应链促进交流会，促进了中土、中韩经贸交流与合作。匈牙利

驻华大使馆、南非非国大经济发展论坛等举办国家主题展区开馆仪式。国际合作社联盟与中华全国供销合作总社举办“合作社国际贸易与发展论坛暨合作社国际贸易培训班”。巴西南里奥格兰州与中国出入境检验检疫协会共同举办国际贸易链可持续发展研讨会，并与该机构、哈尔滨电气工程公司签署了战略合作协议。

其他配套活动形式多样。参展企业和机构举办了大量交流、路演、对接洽谈等活动。比如，国家电网举办新型电力系统现代产业链共链活动暨产业链开放合作倡议发布会，江苏天一航空举办智慧民航整体解决方案发布会，晶澳太阳能与厦门国贸举行战略合作协议签约仪式。

二、第 133 和 134 届广交会全面恢复线下办展

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 133 届广交会

第 133 届广交会线下展于 2023 年 5 月 5 日在广州圆满落幕，线上平台常态化运行。本届广交会是我国疫情防控平稳转段后首次全面恢复线下举办，截至 5 月 4 日（下同），共有来自 229 个国家和地区的境外采购商线上线下参会，其中线下参会的境外采购商 12.9 万人，来自 213 个国家和地区。共有 55 家工商机构组团参会，100 余家头部跨国企业组织买手参会，线上参会境外采购商 39.1 万人。

创新产品亮点纷呈。参展企业累计上传展品 307 万件，其中新产品超 80 万件，智能产品约 13 万件，绿色低碳产品约 50 万件，自主知识产权产品超 26 万件。举办新品首发首展首秀活动约 300 场。

出口成交好于预期。现场出口成交 216.9 亿美元。常态化运营线上平台，4 月 15 日至 5 月 4 日，线上出口成交 34.2 亿美元。

贸易对接成效显著。第 133 届广交会共举办 52 场“贸易之桥”全球贸易推广系列活动、8 场“好宝、好妮探广交”展示活动、3 场省市主题专场对接活动、2 场双循环贸易促进活动，来自 67 个国家和地区的境外工商机构、采购商、供应商等 3000 多人参加。举办 19 场贸易推广活动、7 场时尚秀，精准推介特色产业、优质企业、创新产品和知名品牌，为供采双方牵线搭桥，推动多个项目签约成功。如新疆棉纺织业专场对

接活动，现场宣传 300 余种棉纺织品，达成意向采购金额 5.7 亿元。“宁聚珠江，贸通世界”南京专场对接活动达成合作意向金额 23 亿元。

助力乡村振兴取得新成果。第 133 届广交会线下展设立“乡村振兴特色产品”展区，线上设立“乡村振兴”专区，供脱贫地区企业集中展示。“乡村振兴特色产品”展区共有来自 22 个省份的 171 家企业参展，涉及食品、工艺品、医药保健品、休闲用品等 13 个产品类别。脱贫地区企业共上传展品 4.44 万件。

（二）第 134 届广交会

第 134 届广交会线下展于 11 月 4 日在广州圆满落幕，线上平台常态化运行。

彰显中国外贸创新实力。参展企业在线上平台累计上传展品超 275 万件，其中新产品超 70 万件、智能产品约 11 万件、绿色低碳产品超 43 万件、自主知识产权产品约 23 万件。共举办新品首发首展首秀活动 401 场。

境外采购商到会踊跃。截至 11 月 3 日（下同），共有来自 229 个国家和地区的境外采购商线上线下参会。其中，线下参会的境外采购商 19.8 万人，比第 133 届增长 53.4%，比疫情前的第 126 届增长 6.4%。“一带一路”共建国家采购商 12.6 万人，占比 63.9%，比第 133 届增长 68.6%。共有 117 家工商机构组团参会，165 家跨国头部企业组织买手参会。线上参会境外采购商 45.4 万人，较第 133 届增长 16.2%。

出口成交呈恢复性态势。第 134 届广交会线下出口成交 223 亿美元，比第 133 届增长 2.8%，呈恢复性增长态势。品牌企业出口成交 63.5 亿美元，比第 133 届增长 7.8%，占出口成交总额的 28.5%。与共建“一带一路”国家成交 122.7 亿美元，比第 133 届增长 2%。

进口展助力境外企业拓展全球市场。本届广交会进口展共有来自 43 个国家和地区的 650 家企业参展，其中“一带一路”共建国家参展企业占比 60%。

线上平台为企业获客加力。第 134 届广交会线上平台累计访客数 789 万人，其中境外访客数 660 万人，占比 84%。参展企业店铺累计访问量 438.6 万次，其中出口展参展企业店铺累计访问量 434.8 万次，进口展参展企业店铺累计访问量 3.8 万次。参展企业累计连线展示 3362 场次，共约 3 万人次观看。

三、第六届进博会推动“三大定位”再提升

中国国际进口博览会（以下简称进博会）由习近平主席亲自谋划、亲自提出、亲

自部署、亲自推动，是党中央着眼于推动新时代高水平对外开放的重大决策，是中国主动向世界开放市场的重要举措，是中国推动建设开放型世界经济、支持经济全球化的务实行动。第六届进博会于2023年11月5日-10日成功举办。

（一）习近平主席对进博会“三大定位”提出新要求

2023年11月5日，习近平主席向第六届进博会致信。习近平主席强调，当前，世界经济复苏动力不足，需要各国同舟共济、共谋发展。中国将始终是世界发展的重要机遇，将坚定推进高水平开放，持续推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。希望进博会加快提升构建新发展格局的窗口功能，以中国新发展为世界提供新机遇；充分发挥推动高水平开放的平台作用，让中国大市场成为世界共享的大市场；更好提供全球共享的国际公共产品服务，助力推动构建开放型世界经济，让合作共赢惠及世界。

（二）国家综合展成为综合形象展示重要平台

国家展为不同发展水平的国家增进交流、促进合作、互利共赢提供重要平台。巴林、中非、多米尼克、冈比亚、几内亚比绍、洪都拉斯、马里、阿曼、塞拉利昂、多哥、津巴布韦等11国首次参展。各参展国积极推介本国投资环境、旅游资源、优势产业和特色产品，举办近200场丰富多彩的展台活动。中国馆以“中国式现代化新成就为世界发展提供新机遇”为主题，聚焦自贸试验区建设十周年成就，重点展示我国推进高水平开放和高质量发展的最新成果，向世界讲述“中国好，世界会更好”的精彩故事。

（三）企业商业展众商云集、新品众多、成效显著

128个国家和地区的3486家企业参展，其中，世界500强和行业龙头企业达289家，数量为历届之最。六大展区设置聚焦高质量发展和高品质生活，创新引领成为共同主题，科技赋能成为主流趋势，展台展品科技感强，题材新颖，亮点纷呈。442项代表性首发新产品、新技术、新服务集中展示。创新孵化专区吸引来自39个国家和地区的超过300个创新项目参展，超过前两届的总和。据统计，本届进博会按一年计意向成交金额784.1亿美元，比上届增长6.7%。

（四）虹桥论坛持续为构建开放型世界经济贡献智慧

开放主题更加突出。聚焦“携手促发展 开放赢未来”这一主题，22场分论坛围

绕“开放发展”“开放合作”“开放创新”“开放共享”四个板块开展深入研讨；重磅发布旗舰报告《世界开放报告 2023》，公布最新世界开放指数并举办专题研讨会。发言嘉宾阵容强大。副国级以上嘉宾 8 人，省部级 68 人，诺贝尔奖和图灵奖得主 6 人，境内外院士（学部委员）8 人，知名专家学者 22 人，世界 500 强和行业龙头企业高管 118 人。政商学等各界发言嘉宾共计 345 位。创新功能促进“投资中国”。举办“投资中国年”系列活动，包括高峰会议暨上海城市推介大会、自贸试验区专场投资促进活动、外资企业圆桌会议。多场分论坛围绕推介营商环境、促进贸易投资对接等开展深入研讨，放大论坛综合效应。各方参与度大幅提升。虹桥论坛参会人数超过 8000 人，为历届之最。联合国开发计划署等国际组织合作主办分论坛，数量创新高。

（五）专业配套和人文交流活动放大展会综合效应

集中举办政策解读、对接签约、投资促进、研究发布、产品展示等各类配套活动 122 场。其中，由国际组织、有关部门、地方政府（交易团）及中央企业主办的活动占比 40% 以上。增设配套活动组团观展服务，吸引更多活动嘉宾到展台参观洽谈，进一步强化“以会促展”功能。贸易投资对接会邀请近 4000 家展客商参加洽谈对接，达成合作意向 416 项。组织 96 场集中签约活动，达成合作意向超过 600 项。开展 71 场新品发布活动，展示 142 项前沿科技产品。

四、2023 年服贸会彰显中国开放成果

由商务部和北京市人民政府共同主办的 2023 年中国国际服务贸易交易会（以下简称“服贸会”）于 9 月 2 日至 9 月 6 日在北京举办，主题为“开放引领发展，合作共赢未来”。本届服贸会展览展示面积 15.5 万平方米，共举办 10 场高峰论坛、102 场专题论坛、18 场边会和 72 场推介洽谈。线下参展企业 2400 余家，线上参展企业 6700 余家，累计入场近 28 万人，共达成 1100 余项成果。

（一）习近平主席发表视频致辞

9 月 2 日上午，习近平主席在全球服务贸易峰会上发表视频致辞，从开放、合作、创新、共享四个方面提出中国与世界各国共同推动服务业和服务贸易发展的方向和路径，宣示了扩大开放、深化合作、共促发展的积极意愿与坚定决心，彰显了负责任大

国担当，为推动全球经济复苏与可持续发展汇聚广泛共识、注入强大力量。

来自 42 个国家和地区的部长级嘉宾和代表、有关国家驻华使节、国际组织代表线下出席，近 800 人现场参会，300 人线上参会。境内外媒体高度关注、广泛报道，有关专家学者、跨国公司代表等积极评价，国际社会反响热烈。

（二）展览展示量质提升

成就展主题鲜明。聚焦党的十八大以来我国服务业扩大开放和服务贸易创新发展取得的巨大成就，突出展示了航天航空、医疗服务、信息数据服务等领域的 40 余个先进成果及案例。全球首枚成功入轨的液氧甲烷火箭等比模型、术锐单孔手术机器人等重点展品受到观众欢迎。

国际参与度进一步提升。83 个国家和国际组织以政府或总部名义设展办会，比上届增加 12 个，其中 8 个国家和国际组织首次设展。主宾国英国组建了参展以来最大规模展团，集中展示了创意、教育、科技等领域的英国品牌。线下参展企业国际化率超过 20%，包括 500 余家世界 500 强、行业龙头企业，覆盖 28 个服务贸易前 30 强国家和地区，“朋友圈”进一步扩大。

展示内容突出创新引领。重点展示了全球首个氢能源燃料电池冷热电三联供示范项目、我国首个在欧美获批上市的自主研发抗癌新药等人工智能、芯片技术、清洁能源等服务领域的新技术、新应用。AI 大模型、量子测控、卫星遥感等专精特新成果竞相亮相。

（三）论坛活动权威性强

办会参会规格高。66 场由国际组织、驻华使馆、境外机构及国家相关部委举办，19 位国际组织负责人、83 位境内外部长级及以上嘉宾、57 位中外院士及诺奖获得者、125 位世界 500 强及跨国公司高管等 340 余位境内外嘉宾参会，聚焦服务贸易便利化、“一带一路”合作、科技创新、文旅新业态等热点话题研讨交流。各方一致认为，全球数字服务贸易、绿色服务贸易正成为推动服务贸易增长的重要领域，世界旅游市场快速复苏，也为世界经济增长注入新的活力；各国要深化服务贸易多领域合作，共同助力世界经济增长。

发布新成果、新技术多。百余场论坛会议活动，发布了中国服务贸易发展报告、数字贸易发展与合作报告、世界旅游城市发展报告、中国医药企业研发指数白皮书等

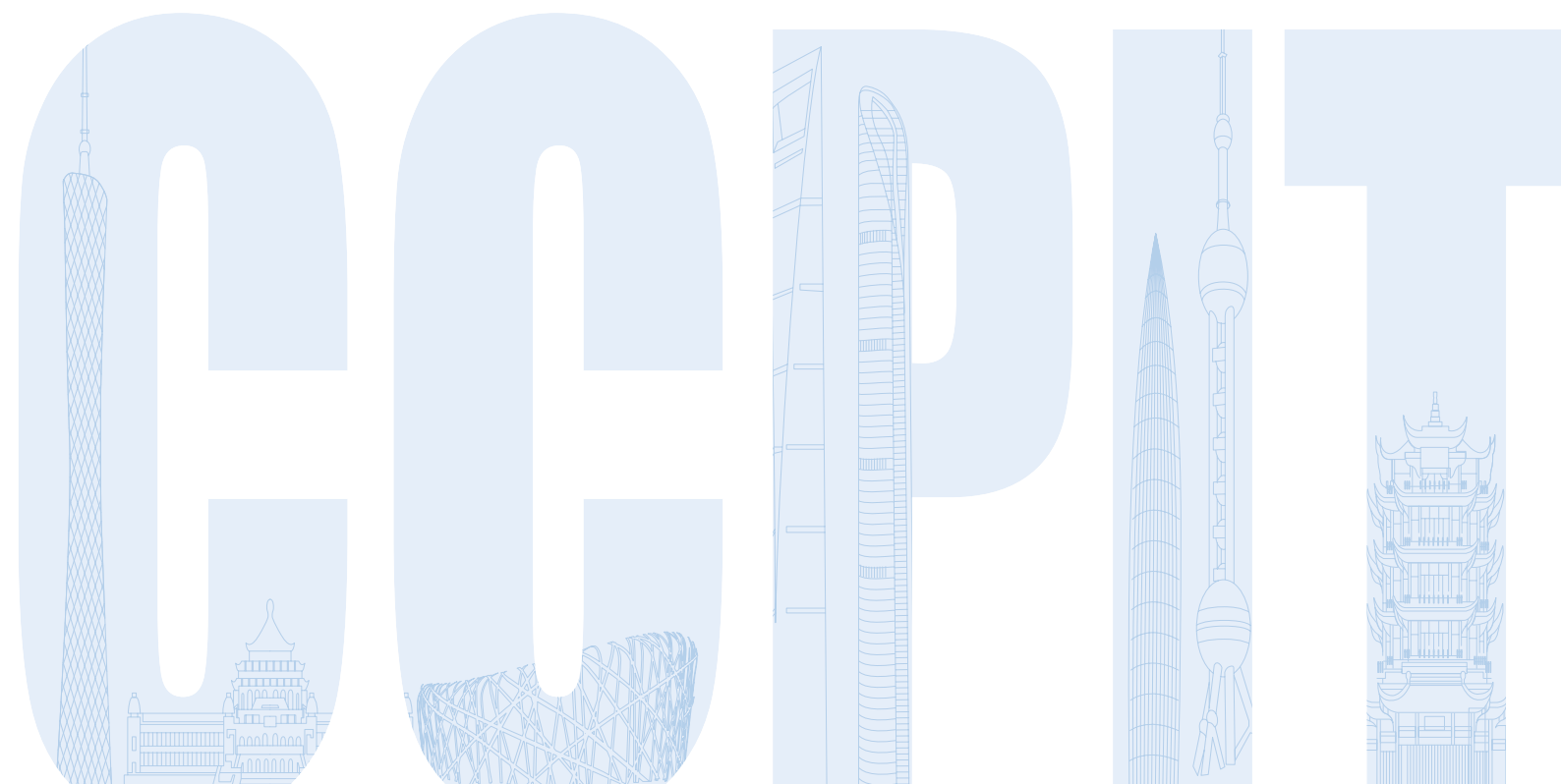
百余项权威信息，引领服务贸易新趋势、新发展。75家知名企业和机构发布成果139项，其中66家首发125项人工智能、金融科技、医疗健康、文化创意等领域的新产品、新技术，涌现出产业带数字地图、智慧实验室数字解决方案等一批优秀成果。

(四) 展会绩效成果显著

72场推介洽谈中，各行业举办了30场，英国、德国、世界知识产权组织等举办29场，香港特别行政区和台湾地区举办5场，山东等8个省区市举办8场。来自央企、金融机构、各省区市、各专题等近8万名专业观众应邀到会洽商，在成交项目、投资、战略协议、权威发布、首发创新和联盟平台等7方面共达成1100余项成果。

第七章

2024 年中国展览业 发展展望



一、展览业将在经济复苏中继续发挥重要作用

随着展览业恢复常态化运行，企业对线下展会的需求加速释放，各类展会积极展示新产品、新服务、新技术、新模式，聚合人流、商流、信息流，为推动中国经济发展注入强劲动力。

2023年中央经济工作会议指出，我国经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变。展览业作为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台，在拉动经济发展和带动产业联动方面具有重要作用。办好一个展，带活一条链，提升一座城，各地也愈发重视展览业在对外开放、区域经济、产业升级、招商引资中的重要平台作用，强化展览业的政策支撑。2023年11月，商务部表示“将持续创新优化政府服务，加快制订出台推动展览业高质量发展的政策措施，总结推广各地好经验好做法，进一步优化展览业发展环境，以高质量展会助力经济高质量发展”¹。展览业将持续发挥畅通经济循环、撬动产业升级、推动区域经济发展的助推器作用，为经济复苏继续贡献力量。

二、中国展览业国际影响力将持续提升

展览业是国际交流的重要窗口，重点培育国际知名展会、知名企业、知名展馆，打造国际会展名城，是当前我国展览业提升国际化水平的重要发力点。截至目前，已有超过230家来自中国的会展企业成为UFI会员，并且有超过220个中国的展览项目获得UFI认证。

2024年，我国展览业国际化发展将面临更多新的机遇。全国多地将提升展览业国际化水平作为展览业发展的重要目标，如上海、广州、深圳、杭州、成都等城市致力于打造国际会展之都。2023年深圳发布了《〈关于建设国际会展之都的若干措施〉实施细则（修订）》，上海发布了《上海市推动会展经济高质量发展 打造国际会展之都三年行动方案（2023-2025年）》，将进一步推动城市展览业国际化水平提升。2023年中央经济工作会议明确指出，切实打通外籍人员来华经商、学习、旅游的堵点，进一步畅通国际人员往来。随着我国加快培育外贸新动能，扩大高水平对外开放，未来中国

1 资料来源：中国商务部，<http://www.mofcom.gov.cn/xwfbh/20231102.shtml>。

将持续培育更多国际知名展会，吸引更多国际知名展览企业在国内落户，更多国际参展商和观众也将来华参展，中国展览业国际化水平和国际影响力将持续提升。

三、展览业专业化细分化趋势愈发凸显

随着各行业垂直细分程度不断提高，展览业的专业化程度不断加深，并推动专业展览向高度细分化发展，展会紧密联系相关产业链条，打造专业交流平台，助力市场需求的精准对接和企业品牌推广的精准发力。2023年米奥会展在原有贸易展的基础上升级孵化专业展，将 Homelife 和 Machinex 系列展会升级为八大专业展。各地持续推动展览业专业化发展，北京市《关于促进本市会展业高质量发展的若干措施》制定促进会展业发展奖励政策，推动会展业品牌化、专业化、国际化、数字化发展，提升会展业与产业发展融合度；《辽宁省会展业高质量发展行动方案（2023-2025年）》明确提出“加强会展业专业化、品牌化建设”。

专业化办展将进一步提升品牌化、市场化水平，在充分明确市场定位、展示逻辑、受众群体的基础上，各类办展主体的破圈跨界也将进一步加速，跨行业联动、跨区域协同、跨形式展示等实践探索将加快落地，助力展览业持续扩大影响力、提升经济带动作用。

四、中国展览业走出去步伐将进一步加快

为帮助企业开拓国际市场，各地各部门陆续发布关于企业境外参展、办展的扶持政策，支持展览业走出去。但受限于企业出国参展计划性强、准备时间长、海外市场环境不明朗等客观因素，2023年在出国展览逐步恢复后，部分企业仍持谨慎观望态度，出国参办展需求未充分释放。

2024年，全球展览业整体持续向好为中国出国展览带来良好的外部环境，有效提升企业出国参展办展信心。AMR International 在第15期 Globex2023《全球展览组织市场：到2025年的评估和预测》中预测，到2024年，全球展览市场规模将反超2019年水平，增长7%。市场研究机构 Market Research Future 指出，2022年全球会展业的市场规模为8715亿美元，预计从2023年的9403亿美元增长至2032年的17276亿美元，复合年均

增长率将达到 7.9%¹。2023 年中央经济工作会议指出，要加快培育外贸新动能，巩固外贸外资基本盘。出国参展办展作为企业拓展国际市场的重要方式，是助力我国外贸稳增长、优结构的重要途径，企业出国参展办展将进一步恢复，中国展览业走出去的步伐将进一步加快。

五、展览业标准化规范化水平将进一步提升

标准化建设是经济活动和社会发展的技术支撑，我国展览业标准化建设不断推进，目前已经构建了展览业国际、地方、团体标准系统联动、协调推进的体系。2023 年 8 月 11 日，国际标准化组织旅游与相关服务技术委员会（ISO/TC 228）将 ISO/TC 228/WG 20 工作组名称由展览与会议（Exhibition and convention）更名为展览与活动（Exhibitions and events），这意味着工作组的业务范围拓展至展览、会议、奖励旅游、节庆、赛事和演出等广义的活动领域，也标志着国际标准化组织（ISO）会展国际化进入新发展阶段；2023 年 3 月 17 日发布的国家标准《绿色展览运营指南》（GB/T 42496-2023），以及 2023 年 9 月 7 日发布的国家标准《模块化展览展示系统基本要求》（GB/T 43213-2023）为展览业绿色低碳发展提供行业规范；2023 年 11 月 7 日发布的团体标准《会展业展览展示操作规范》（T/SCCEIA 001—2023）对会展业及相关的术语和定义、总体要求、展会运营规范、展馆运营规范、展览商务服务、线上展会服务等进行了规定；2023 年 11 月 27 日发布的《经济贸易展会境外举办指南》为企业赴境外举办经济贸易展会提供指引。标准化规范建设是展览业高质量发展的重要推动力，随着我国展览业标准的持续推进实施，展览业标准化、规范化发展水平将进一步提升。

六、技术进步将推动展览业加速转型升级

数字经济高速发展重构展览业态模式，新冠疫情加速了展览业数字化转型进程，与数字技术的深度融合已成为展览业发展的必然趋势。即使在 2023 年线下展全面恢复常态化运行后，线上线下相结合的双线办展依然是展览业模式创新的重要方向。未来展览业将持续探索人工智能、大数据等数字技术的行业赋能和场景应用，在营销管理、

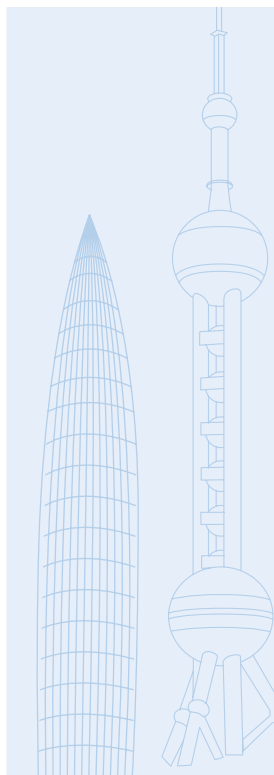
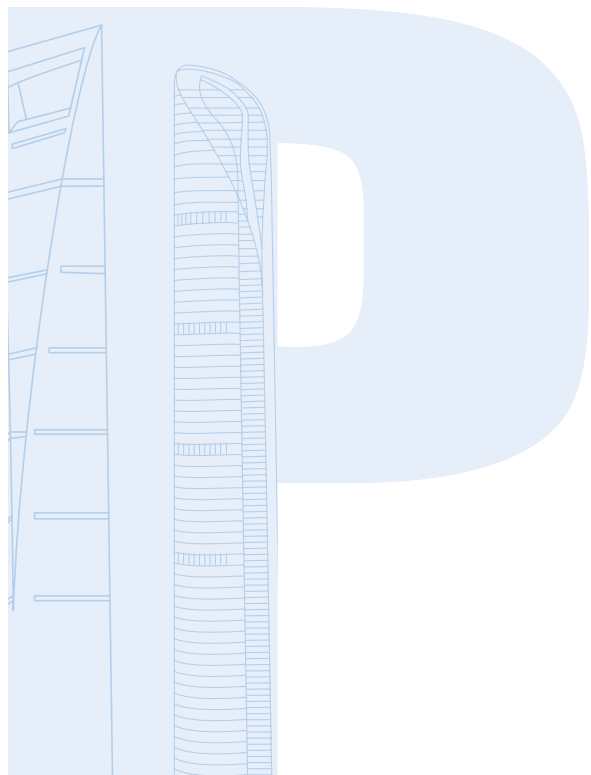
1 资料来源：Market Research Future，<https://www.marketresearchfuture.com/reports/mice-market-12442>。

展览展示等方面持续发挥降本增效作用，为参办展企业和观众提供更加优质、便捷的体验。

与此同时，随着科技创新不断催生新技术、新产品、新产业，加速孵化新兴产业落地转化，新兴科技领域的展会层出不穷，高科技产业与展览业之间的融合程度不断加深。2023年工业与科技类展会数量和面积均居首位，其中智能装备、电子信息、人工智能等科技创新类展会项目数量持续增加。越来越多同高科技产业契合度高、关联性强，支撑作用明显的展览项目将为科技进步、产业升级和经济高质量发展提供强劲动力，形成产展融合、良性循环的局面。

附 录

2023 年城市展览业发展 分析：以南昌为例



南昌市依托生态资源禀赋和独特区位优势，围绕“打造中部会展名城，全国会展目的地”的目标，积极主动谋划破局、寻求机遇，大力发展会展经济。南昌已成为全国流动展会举办的热门城市，南昌会展已成为南昌的一张新名片。

一、南昌市展览业发展总体情况

（一）管理机构

2004年10月，南昌市成立了会展工作领导小组，由市长任组长，分管副市长任副组长，市直各有关部门负责人为成员；领导小组下设办公室（简称会展办，为临设机构），负责全市会展管理、协调、指导工作。市级会展领导机构的设立，高位推动了会展经济发展。2011年，南昌市会展工作管理办公室正式成立，隶属市政府办公厅。2019年机构改革归口市商务局管理，2021年市会展办与市商贸企业服务中心合并成商贸和会展服务中心。

（二）展览场馆

目前，南昌市会展现代化专业展馆主要为南昌绿地国际博览中心，南昌绿地国际博览中心位于红谷滩区九龙湖新城，于2014年3月启动建设，2016年11月22日正式投入运营。项目占地面积30.7万 m^2 ，建筑面积27万 m^2 ，室内净展览面积14万 m^2 ，可提供6600个标准展位。该展馆目前是中部地区建成运营单体最大的展馆，共有上下两层14个独立展厅，单个展厅面积约1万 m^2 。展馆一层会议室4间，其中含1间VIP会议室。南昌市其他可用于办展场所包括蓝海会展中心、江西国际汽车会展中心、安义建材门窗博览中心、江西省艺术馆（原江西省展览中心）以及奥体、国体、八一等体育馆（场）等。

二、2023年南昌市展览业发展成效

2023年，南昌市紧紧围绕“带动产业发展、拉动消费升级”两条主线，引进一批全国展、打造一批产业展、培育一批消费展，实现“周周有小展、月月有大展、全年展会不断”的发展格局。2023年南昌市展会场次和展览面积再创历史新高，全年举办

规模以上展会 83 场，展览面积达 200 万平方米，较疫情前的 2019 年分别增长 62.7% 和 54.4%（2019 年规模以上展会活动 51 场，展览面积 129.5 万平方米）。

三、2023 年南昌市展览业经验做法

（一）完善会展服务支撑体系

在政策保障方面，在省级支持南昌会展发展资金的基础上，南昌市级财政、红谷滩区财政每年分别安排不少于 3000 万元扶持会展经济发展，形成省、市、区三级扶持政策体系。同时，进一步完善展馆租赁补助事项办事指南，精简补贴兑现流程，实行一个科室对外、一个窗口受理、一次性办结。在服务体系方面，“一展一专班”组建专班服务队，在公安、消防、报批及餐饮等方面提供配套保障服务，确保第一时间响应需求、解决问题。公安、商务、消防、城管等部门统筹联动、同向发力，确保展会顺利举办。同时，加快推进绿地国博中心周边基础设施建设，不断完善周边配套功能服务，着力提高餐饮、住宿等配套服务接待能力，为展览经济营造“拎包入住”的服务环境。

（二）大力引进全国展、国际展

2023 年全年成功引进举办 7 个全国展（含 4 个国际展），其中，第 81 届中国教育装备展示会展览面积 21 万平方米，展会规模创江西展会之最，是全球教育装备行业规模最大的展会；第二十二届中国国际检验医学暨输血仪器试剂博览会展览面积 12 万平方米，是体外诊断行业世界第一的展会；2023 中国国际地理信息测绘展展览面积 3 万平方米，是目前世界上唯一一个得到全球展览业协会认证的同类型国际展会。

（三）依托优势产业培育产业展览

依托南昌市“4+4+X”产业，打造以展促产、以产兴展、产展一体”的良性互动格局，培育 2023 中国（中部）工业博览会、2023 中国（江西）国际新能源新材料产业博览会、2023 中国（南昌）国际大健康产业大会暨博览会、2023 年江西（安义）铝型材及门窗博览会、2023 第六届中国（江西）糖酒会暨茶叶博览会等一批产业展，2023 年借助展会平台，共达成合作项目 74 个，签约金额 449 亿元。其中，第二届中国（南昌）

国际大健康产业大会暨博览会落户签约美目美佳医疗隐形眼镜生产、CRO 研发中心及试剂盒生产等 5 个招商引资项目，签约金额 29 亿元。

（四）通过消费展推动消费提质增效

突出重大节庆假日消费拉动效应，充分利用五一、端午节、国庆等假日及周末，举办华夏家博会、江西省消费品博览会、五一车展、2023 南昌第三届“红五月”房地产展销会，2023 第十八届南昌国际车展、2023 趣盒动漫游戏展等大众消费类展会，拉动内需扩大商品消费，促进商贸消费提质增效。

（五）积极组织企业参加外埠重点展会

2023 年组织江铃汽车、海昏侯文创，食品类煌上煌系列产品、绿滋肴江西名优特色食品、绳金塔三花酒等南昌市名优特色产品，参加亚欧商品贸易博览会、中国 - 蒙古国博览会、广州博览会、辽宁国际投资贸易洽谈会等省外知名展会，集中展示南昌市城市综合形象，拓展南昌老字号及名优企业的市场推广空间和品牌提升度。



案例 8-1

世界 VR 产业暨元宇宙博览会集中展示最具影响力的新产品、新技术和新应用

世界 VR 产业暨元宇宙博览会已经成功在南昌举办五届，2023 年展会展出面积 3 万平方米，包括科大讯飞、华为、京东方、海信、贝壳、OPPO、HTC、Xreal、小米、NOLO、VIVE、中兴、4K 花园、芒果 TV、大朋、中国移动、中国联通、中国电信、科俊、泰豪等超 200 家知名企业和机构参展。

相比往届，在本届元宇宙博览会上，一大批新产品、新技术、新内容、新应用将闪耀登场，博览会的展示技术产品内容更加丰富、展示技术应用范围和领域更广、国际性企业也增多、展会现场大众化得到进一步提升，行业重点龙头企

业参与程度更深、更广。作为全球虚拟现实产业专业展会，世界 VR 产业暨元宇宙博览会已成为国内外虚拟现实产业产需对接、行业产品展示交流优质平台。参展观众广泛覆盖国内外行业专家、优秀学者、投资商、采购商、供应商等各界人士。世界 VR 产业暨元宇宙博览会历届观众人次超 10 万，其中专业观众累计达 2 万余人，更多观众亲身参与元宇宙，沉浸体验“VR 就在身边”。



中国绿色食品博览会推动绿色食品产业发展和促进消费升级

由中华人民共和国商务部、江西省人民政府主办，商务部流通产业促进中心、江西省商务厅、南昌市人民政府承办的第十五届中国绿色食品博览会（以下简称“绿博会”），于 2023 年 11 月 17 日—11 月 20 日召开。本届绿博会以“新亮点 新场景 新突破 新消费”为主题，共设置展出面积 6 万平方米。据会后统计，四天展期内累计参观人数 12 万人次。

本届绿博会共呈现四大亮点：1. 突出产销对接，专业化程度全面提升。本届绿博会现场交易额达 1.46 亿元，意向订单交易额累计达 13 亿元。2. 企业参展质量提高，名优企业云集荟萃。共吸引国内外绿色食品行业 1800 余家优秀企业参展，展品近 2 万件。3. 突出“土特产”元素，助力乡村振兴战略走深走实。本届绿博会首次规划了约 3000 平方米的乡村振兴及县域土特产品专区、非遗手工展区等，组织了全国 20 余个县组团参展，为乡村振兴重点帮扶县等地区集中展示特色优质产品提供了平台。4. 多样式、多渠道、全方位的宣传推广模式。本届绿博会通过建立官方网站、公众号、线上展览平台、抖音、视频号等宣传渠道为博览会做推广宣传，广泛吸引市民、游客到场观展。

