



(受访者供图)

人物名片

储祥银，中国会展经济研究会首席研究员，中国国际贸易促进委员会专家委员，对外经贸大学教授、博导。长期致力于会展经济理论研究与实践指导，深度参与国家会展业发展政策研讨。

“十五五”时期是基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键阶段，会展业作为构建现代市场体系与开放型经济体系的重要平台，恰逢高质量发展黄金机遇。坐拥全球第一大港、制造业根基深厚的宁波，早已把会展业列为现代服务业发展的重点抓手。

立足“十五五”规划要求，紧扣行业发展规律，宁波会展业如何依托自身优势破难题、提能级，实现跨越式发展？记者就此采访了储祥银教授。

记者 单玉紫枫

储祥银：解码宁波会展破局之道

核心观点

- 会展是连接国内国际双循环的“关键节点”，要素市场化配置是会展业高质量发展的“核心引擎”，与宁波国内国际双循环枢纽城市定位高度契合
- 产业优势≠会展优势。宁波产业集群是最大底气，关键要通过专业运营实现“产展互哺”，打造“根植产业、反哺产业”的特色展会生态
- 全国会展场馆竞争白热化，宁波需跳出“规模内卷”，以“港口+产业”差异化定位破局，依托口岸优势与产业特色，打造具有国际辨识度的品牌展会，从“规模竞争”转向“价值竞争”
- 政策精准化、人才专业化、服务精细化是会展生态建设的“三大支柱”，宁波需协同发力，筑牢发展根基



2025年宁波智博会现场。(王鹏 徐能 摄)

A “十五五”时期，宁波会展业的“坐标与使命”

记者：储教授，“十五五”规划明确提出“加快完善要素市场化配置体制机制”，会展业作为开放型经济的重要平台，正迎来全新发展阶段。在您看来，这一时期会展业的发展逻辑发生了哪些变化？宁波坐拥港口、产业双重优势，在全国会展格局中应如何找准自身坐标、扛起使命？

储祥银：“十五五”是我国会展业从“规模扩张”转向“质量跃迁”的关键期，发展逻辑的核心变化是从“政府主导”转向“市场主体”。

导、政府引导”，从“拼场地、比规模”转向“强内容、优配置”。

会展的本质是“市场化资源配置平台”，就像经济运行的“万能螺丝钉”，能汇聚人流、物流、资金流、信息流，在生产与消费、国内与国际之间搭建高效桥梁，这与“十五五”强调的“双循环”格局高度契合。

宁波的会展坐标，绝对不能走“大而全”的跟风之路，而要立足“港口+产业”的独特禀赋，走“专而精、特而强”的差异化路线。从全国格局看，北京、上海主打综合性国际会展，广州聚焦广交会等龙头展会，宁波

的核心竞争力在于“工贸属性”与“开放枢纽”的叠加。宁波舟山港是全球第一大港，宁波的制造业单项冠军数量连续8年居全国第一，这些是其他城市难以复制的“王牌”。

因此，宁波的使命很清晰：打造“一带一路”国际会展名城和全国工贸会展之都。要成为长三角产业带与全球市场对接的“会展中心转站”，让展会成为宁波制造业走向世界的“展示窗”、全球优质资源落地宁波的“桥头堡”，最终让会展业成为宁波对外开放的“新名片”、产业升级的“新引擎”、城市发展的“新动能”。

B “产业优势≠会展优势”，宁波的转化路径何在

记者：您提出的“产业优势≠会展优势”，戳中了很多产业强市的痛点。宁波制造业实力雄厚，但如何将这种产业优势转化为会展优势，避免“有产业无强展”的尴尬？现有的消博会、中东欧博览会、塑博会等展会该如何提质升级，真正实现“以展兴产、以产哺展”？

储祥银：产业是会展的“根”，但要长成“参天大树”，还需要“市场化运营”的阳光雨露和“专业策划”的精心培育。宁波要实现产业优势向会展优势的转化，应该抓住三个关键点：

第一，“深耕细分赛道”，打造“一业一标杆”。宁波重点产业集群每个领域都有做标杆展会的潜力，

不能贪多求全。比如绿色石化产业，可打造国际石化技术装备展，聚焦新能源、环保技术等前沿领域；高端装备产业可结合港口优势，举办港口装备博览会；家电、文具等特色产业，要做深做透细分领域，形成“人无我有”的专业展会IP。像塑博会，不能只停留在产品展示上，要升级为“技术交流+成果转化+投融资对接”的产业平台，让展会成为塑料行业的“技术风向标”和“合作撮合器”。

第二，“双向深度绑定”，让展融合不流于形式。会展不是产业的“附属品”，而要嵌入产业链的核心环节。比如中东欧博览会，要从“商品展销”升级为“产业合作平台”，增设中东欧优势产业展区，聚焦汽车零部件、高端制造等领域，建

立常态化贸易对接机制，让展会成果在会后持续落地；宁波国际服装节可突出“红帮裁缝”文化底蕴+智能制造特色，引入国际设计师资源，搭建品牌孵化平台，让展会成为本土服装品牌走向国际的“跳板”。

第三，“培育市场经营主体”，让专业人做专业事。产业优势的转化，离不开强大的会展企业操盘。宁波目前有200多家专业会展企业，但缺乏全国性龙头。政府要从“办展会”转向“搭平台”，通过政策扶持、资源整合，鼓励本土企业做大做强，同时与国际顶尖会展公司开展合作，学习其先进运营理念。比如对重大展会实行市场化招标，让专业团队负责策划、招商、运营，提升展会的国际化、专业化水平。

C 场馆竞争白热化，宁波如何跳出“内卷”打造国际品牌

记者：数据显示，中国展览空间占全球31.3%，全球前40大场馆中国占15个，宁波也有十多座大型展馆，全国会展资源竞争日趋激烈。在“千馆一面”的同质化竞争中，宁波如何突出重围？如何通过“会展+”融合创新，提升展会附加值和国际辨识度？

储祥银：当前会展业的竞争，已经不是场馆规模的“硬件比拼”，而是品牌影响力、产业适配度、服务附加值的“软件较量”。宁波要跳出“内卷”，关键是“差异化”和“融合化”两大抓手：

差异化的核心是“放大独特优势”。宁波最大的独特性就是“港

口+中东欧合作”。要依托宁波舟山港的物流优势，重点培育国际大宗商品交易会、港口物流博览会等，降低参展商运输成本，吸引全球贸易商集聚；要深化中东欧博览会的独特性，加强与中东欧国家会展机构的合作，推动展会品牌在中东欧地区推广，打造中国—中东欧合作“第一展”，让这一展会成为宁波最具国际辨识度的“名片”。

融合化的关键是“延伸价值链”。“会展+”是提升展会附加值的核心路径，宁波要重点发力“会展+文旅”“会展+数字”。在“会展+文旅”方面，要将天一阁、河姆渡遗址、海鲜美食、非遗技艺等文旅资源与会展深度绑定，推出

“参会+游玩”特色线路，让参会者停留时间更长、消费意愿更强——数据显示，2023年这类参会游客带动文旅消费增长18.5%，效应非常显著；在“会展+数字”方面，要加快线上虚拟展厅建设，利用VR/AR、大数据等技术实现精准供需匹配，优化展会全流程数字化服务，突破时空限制，扩大展会覆盖面。

同时，要避免“为融合而融合”，所有融合创新要围绕产业需求和参会者体验。比如在塑博会上融入港口文化主题布置，在服装节期间举办非遗纺织技艺体验活动，让融合既有特色又有价值，真正提升展会的吸引力和影响力。

D 筑牢生态支撑，宁波还需补齐哪些短板

记者：会展业高质量发展离不开完善的生态支撑，您提到政策、人才、城市配套等都是关键要素。结合宁波实际，要建成“一带一路”国际会展名城，在生态建设上还需补齐哪些短板？“十五五”时期，宁波还需把握哪些关键机遇？

储祥银：宁波会展业的生态基础不错，但要实现能级跃升，还需在“精准化、专业化、精细化”上持续发力：

政策层面，要从“普惠式补贴”转向“精准化赋能”。当前各地纷纷出台补贴政策，单纯拼补贴已无优势可言。宁波应将政策重点放在支持展会品牌升级、数字化转型、产业融合创新上，比如对引进的国际性高端专业展给予重点支持，对本土展会的技术创新项目给予专项补贴。同时，简化政策落地流程，提升营商环境的“感知度”——营商环境好不好，不在于政府怎么说，而在于参展商、企业的实际感受。

人才层面，要破解“复合型人才短缺”难题。会展业需要既懂产业、又懂策划、还懂营销的人才，宁波可通过“引、育、留”三措并举——引进国内外高端会展团队，带来先进经验；深化高校会展专业建设，与企业共建实训基地，培养本土人才；建立人才激励机制，在薪酬待遇、职业发展上给予保障，留住优秀人才。

城市配套层面，要从“满足基本需求”转向“贴合会展特色”。比如：优化场馆与机场、高铁站的接驳服务，开通展会专线；鼓励酒店推出会展专属套餐，提升大型展会接待能力；围绕场馆打造配套商圈，提供一站式消费体验；优化国际化服务，提升签证、支付便利化水平，为举办国際性展会创造更好条件。

“十五五”时期，宁波要把握三大关键机遇：一是要素市场化配置的政策机遇，充分激发市场经营主体活力；二是长三角一体化发展机遇，与上海、杭州形成错位发展、互补共赢的格局；三是“一带一路”高质量发展机遇，深化与中东欧国家等国际合作，打造对外开放的会展平台。

只要坚持以产业为根、以市场为魂、以融合为翼、以服务为基，我相信，宁波一定能成为名副其实的“一带一路”国际会展名城和全国工贸会展之都，让会展业在新时代再创辉煌！这份辉煌，终将转化为宁波城市发展的新动能，照亮这座港口名城的未来之路。



宁波国际会议中心。(唐严 摄)