



探寻产业发展“新引擎”·特色产业集群

上海会展产业“吸睛”更“吸金”

■本报记者 张文湘
见习记者 占健宇

“我们每年都会把最重要的新品首发放在上海。”一位全球光伏企业市场总监直言。在不久前落幕的第十九届国际太阳能光伏和智慧能源(上海)大会暨展览会(SNEC 2026)现场,海内外从业者交流经验、对接合作,前沿技术轮番亮相,一笔笔合作订单顺利敲定。展会现场的火热氛围,也是当下上海会展产业活力的真实写照。

2025年,上海全年展览总面积已达1933.61万平方米,国际展览面积占比持续稳定在80%以上,在沪举办的世界百强商展数量、全市获国际展览业协会(UFI)认证的机构、展会数量均位列全球主要会展城市首位。“十四五”期间,上海顺利建成国际会展之都;迈入“十五五”新阶段,上海则明确将持续提升会展之都能级,多元引育新展,加快展产融合的新方向。

初夏时节,上海会展市场热度依旧不减。《证券日报》记者走访发现,历经多年发展,如今在上海举办的展会早已跳出单纯展品陈列的模式,会展业的价值正得到持续释放,既汇聚产业资源、促成贸易合作,也带动城市消费、催生发展新机,成为拉动当地实体经济增长的重要力量。

日均举办会展2.7场

根据上海市商务委员会数据,2025年,上海全年举办各类展览活动978个,日均举办近2.7场。不同于单纯的品牌展示,上海举办的展会更看重产业对接与实际合作,一场场高规格专业展会,正在成为产业资源整合的重要平台。

经过多年培育,上海已经形成进博会、工博会、世界人工智能大会(WAIC)、SNEC等一批具有全球影响力的标杆展会,覆盖高端制造、人工智能、生物医药、新能源、民生消费等多个领域。《证券日报》记者在多个展会现场看到,技术路演、产学研对接、成果交易等活动已经成为标配,不少还在实验室阶段的技术,在这里就已找到了第一批客户和这位合作伙伴。

最直观的价值体现在订单上。2025年举办的第八届进博会按一年计意向成交金额达834.9亿美元,同比增长4.4%,创下历史新高,成为联通国内国际市场的重要纽带。

对不少企业而言,展会的意义早已超越了“卖货”。被誉为世界新能源产业“晴雨表”的SNEC,通过精准资源对接环节,促成大批新能源产业链的上下游合作。

上海新能源行业协会执行会长、SNEC创始人米月向记者介绍,今年的SNEC通

过定向邀约央企、资本方与渠道商,将以往零散的交流升级为精准对接,大幅提升了合作落地效率。据不完全统计,开展仅两天,签约总规模超过20GW(吉瓦)。

庞大的参展人流,也带火了周边的消费。上海持续探索展城联动模式,让展会人气转化为实实在在的消消费活力。2025年进博会期间,上海推出80余个精品文旅项目、50场特色消费活动,实现了“一场盛会、全城受益”。

上海对外经贸大学会展与传播学院院长、长三角会展研究院联席执行院长王春雷告诉《证券日报》记者,会展业经典的“1+9”产业带动效应,在上海已经实现“流量—留量—增量”的三级进阶。通过首发经济、票根经济、文旅旅展联动等多元模式,上海正在努力把展会的短期热度转化为企业拓市、产业升级、城市增益的长期动能。

进入2026年,上海会展业活力持续释放。仅6月份,全市就集中举办33场大型专业展会,覆盖光伏储能、环保科技、养老服务等多个领域,持续为产业创新、内外贸易、城市消费输送新动能。

不止“露个脸”

上海会展业能保持这样的热度和落地效果,并非偶然。多家参展企业和会展机构负责人表示,企业发展中常会遇到新技术应用场景,“出海”缺渠道、上下游配套难对接的问题,而上海的会展生态,恰好能系统性地解决这些痛点。

在多位参展企业看来,完整的产业链是上海会展最核心的竞争力。本土会展业龙头东浩兰生会展集团股份有限公司(以下简称“兰生股份”)董事会秘书张荣健告诉《证券日报》记者:“长三角区域集聚了全部41个工业大类,这是举办高端展会最扎实的土壤。”以其承办的2025年工博会为例,该届展会吸引了22.4万名专业观众,“展商来参展不止‘露个脸’,而是能找到上下游客户、供应商、合作伙伴,这才是产业类展会最核心的价值。”

这也是许多行业龙头都将年度重磅新品首发放在上海的核心原因。前述全球光伏企业市场总监说:“在这里,能见到全国80%以上的核心客户,能对接完整的上下游产业链,还能第一时间感知政策风向和全球市场变化。”

除了产业基础,持续的制度开放也为上海会展业发展提供了有力支撑。王春雷向记者分析,上海会展产业的核心竞争壁垒,是“制度型开放+超大规模设施+完备产业生态”的三位一体格局。依托“五个中心”建设,浦东新区高水平改革开放和虹桥国际开放枢纽建设等机遇,上海在国



多场于上海举办的专业产业展会

占健宇/摄

际会展企业准入、数据跨境流动、展品通关便利化等方面形成了独特优势。

成熟完善的配套服务,也是大型展会高效运转的保障。上海拥有全球领先的超大规模场馆集群,国家会展中心(上海)室内展览面积位居全球第二,与上海新国际博览中心、世博展览馆等共同构成了覆盖全城的场馆网络。与此同时,上海集聚了从展会策划、特装搭建到法务合规、资本对接的全链条服务资源,形成了国内最完整的会展业生态圈。

普华永道中国咨询服务合伙人陆遥在接受《证券日报》记者采访时表示,不同地区的会展业发展路径各有特色,上海则走出了一条市场化、国际化、资本化的独特道路。作为跨国企业亚太及中国总部聚集地,叠加金融资本活跃的优势,上海天然成为全球供需、技术和资本的交汇点。

正是产业基础、制度红利、全生态服务等多重优势的深度融合,造就了上海会展业不可复制的系统性竞争力。

下一站是“生态制胜”

如今上海会展业早已跨过“拼规模、拼数量”的初级阶段,行业竞争逻辑正在发生深刻变化。相比展览面积的增长,产业

生态的完善度、行业规则的话语权、长效赋能产业的能力,正成为衡量城市会展业实力的核心指标。

配套政策的持续落地,为行业转型升级筑牢了基础。今年1月份,上海市商务委员会印发的《关于加快推动我市会展业提升能级的若干措施》正式施行,将进一步提升上海国际会展之都能级。

行业企业也在主动求变,通过数字化改造破解传统办展痛点。兰生股份等会展龙头企业正加快数字化布局,推进展会中台建设,打通各业务板块数据壁垒,实现从招展招商到观众服务的全流程数据驱动。

记者从业内了解到,通过智能算法实现供需精准匹配后,部分专业展会的意向对接效率可提升三成左右,签约周期也能得到明显压缩。

长效运营模式正在打破展会的短期效应。米月向记者介绍,SNEC创新打造“4天展会爆发+365天常态化服务”双向赋能闭环,依托全球新能源赋能中心(GNEEC),为入驻企业提供全年资本对接、政策咨询、项目落地等服务。

与此同时,上海会展IP加速“出海”,帮助中国企业“带着产业链走出去”。张荣健向记者表示,WAIC已于2025年在新加坡

举办海外专场;上海国际广印展布局持续提速,2024年落地厄瓜多尔,现已进驻哈萨克斯坦;2026年工博会将在泰国迎来海外首展。

王春雷建议,上海需持续聚焦集成电路、生物医药、人工智能、新能源等产业,建立“储备—培育—提升”会展项目梯队机制,引导中小展会向垂直细分、硬核科技方向升级;同时培育本土会展链主企业,通过资源整合、行业并购增强国际竞争力,提升国际规则话语权。此外,要加快会展业向展城融合生态进阶,补齐国际会议和奖励旅游短板。

陆遥则认为,上海要建立会展能级梯度评价体系,强化IP牵引,推动展会从“三天交易场”升级为“永不落幕的价值共生平台”,通过设立展商会员体系、配备专属客户经理等方式延长服务价值链,实现会展与产业、消费的深度联动。

梳理上海会展产业发展脉络可见,从“十四五”建成国际会展之都,到“十五五”启动能级提升,上海会展业已形成了产业、生态、开放叠加的综合竞争力。未来,依托成熟的标杆展会矩阵,上海会展业将持续串联技术转化、订单落地、产业培育、城市消费等多个环节,为城市高质量发展输送新动能。

下一代立体通信网络面貌日渐清晰

■本报记者 李季宇

6月24日至26日,上海新国际博览中心人头攒动,2026上海世界移动通信大会(以下简称“MWC上海”)正在这里召开。

此次大会首设“未来星座”卫星专区,银河航天(北京)科技集团股份有限公司(以下简称“银河航天”)、浙江时空道宇科技有限公司(以下简称“时空道宇”)等商业卫星企业首次登上MWC上海的舞台。

“卫星通信正从基础设施建设阶段,逐步走向与产业融合的新阶段。”时空道宇相关负责人告诉《证券日报》记者,未来,卫星通信将不再是传统意义上的补充网络,而是全球数字基础设施的重要组成部分,与地面网络协同构建起“全球始终在线”的通信能力。

立体网络建设提速

今年以来,卫星发射组网提速,下一代立体通信网络样貌日渐清晰。

中国移动通信集团有限公司(以下简称“中国移动”)的展台讲解人员告诉《证券日报》记者:“中国移动现阶段推进的星地融合研发工作,主要围绕天基卫星系统与地面移动通信网络两大主体开展技术攻关。”

中国联通网络通信集团有限公司(以下简称“中国联通”)相关讲解人员告诉《证券日报》记者,一方面,中国联通通过共建共享方式强化卫星资源构建,以天通与北斗三号系统为打底保证稳定可靠,以低轨道星座等为补充效能感知;另一方面,中国联通还在探索与卫星运营商合作,致力于打造普惠性的手机直连卫星与物联网业务。

该讲解人员表示,未来,中国联通将加快星地融合网络规模化部署。

多家卫星公司亦于此次大会上亮相。北京国电高科科技有限公司展台工作人员告诉《证券日报》记者,目前,该公司自主建设运营的我国首个低轨卫星物联网星座“天启星座”已完成一期全球组网,累计发射41颗卫星,为地面网络盲区提供稳定通信支撑,助力6G时代星地融合的持续发展。

时空道宇携卫星通信芯片、模组和终端等该公司自研产品首次在大会上亮相。银河航天首次向公众展示了其自研的第二代手机直连相控阵天线。

“6月初,两颗手机直连试验星成功发射,其中一颗就是由银河航天承担研制的。”银河航天展台讲解人员告诉《证券日报》记者,未来,银河航天将在手机直连、星上大能源、超大容量数字处理与运算载荷等领域加大投入、开展技术攻关,持续提升卫星批产能力。

网络建设多维提质

卫星通信不但要做到连得通,还要连得好、用得上。星地融合是实现卫星通信从连得通迈向连得好、用得上的重要路径。星地融合指的是将地面蜂窝通信网络与卫星网络通过统一调度、信息互通实现两张异构网络深度协同部署,最终形成全域无死角的一体化通信底座。

“长期以来,星地两张网络采用松耦合模式,卫星网络与地面网络独立运行,仅能完成基础信号切换;面向星地深度协同的星地紧耦合架构可实现星地双向信息交互、全网资源统一管控。”中国移动展台上的讲解人员告诉《证券日报》记者,“中国移动原创的星地协同组网(STCN)技术体系就是面向星地紧耦合的技术探索。”

“紧耦合可实现星地信息互通,统一资源管控,能通过地面基站调整卫星波束、地面与卫星频率动态共享,满足偏远地区、航空、远洋、应急等全域场景需求。”该讲解人员表示,更多技术路径仍在探索过程中。中国电信集团有限公司展台讲解人员告诉《证券日报》记者,该公司完成高中轨协同组网技术试验,“我们实现了高轨、中轨和地面的协同组网以及跨轨无缝切换,打造了兼顾稳定覆盖与高速带宽的轻量化空天地组网方案。”该讲解人员表示,“区别于海量低轨星座重资产建设模式,该方案为远洋、应急、户外高传输等场景提供低成本落地选择。”

多家产业链企业亦在护航卫星通信连接。此次大会上,亚信科技控股有限公司(以下简称“亚信科技”)展示了自主研发的NTN(非地面网络)车载基站,以及星地融合、低轨卫星资产连接管理、卫星网络安全等产品和解决方案。

亚信科技副总裁王君波对《证券日报》记者表示:“亚信科技打造的低轨卫星互联网全栈基础设施,面向星座运营商和行业客户提供‘空地一体化’智能网络连接、编排、治理能力,助力行业实现安全的卫星地面连接。目前,部分产品和服务已为国内低轨星座体系的关键节点和商业场景提供服务。”

以生态协同突破瓶颈

实现星地深度融合、构建网络的全域覆盖,绝非易事。《证券日报》记者在现场采访过程中发现,这一宏大蓝图的落地仍需攻克四重瓶颈。首先是成本瓶颈。各环节成本均处于高位,压缩了商业闭环的利润空间。其次是关键器件配套瓶颈,供应链韧性不足。再次是产业开放生态瓶颈。卫星通信产业长期沿袭封闭式研发路径,接口标准不统一、适配流程烦琐,难以快速响应市场迭代需求。最后是应用场景与商业模式瓶颈。当下卫星通信应用场景趋于碎片化,可持续的商业模式仍在探索期,尚缺乏可批量复制的盈利模式。

中国移动正通过技术路线的战略性选择,系统性地探索卫星通信产业的降本路径。在此次大会上,中国移动展示了降低卫星通信成本的技术矩阵。

以“天地一体:存量手机直连卫星透明基站”为例,展台讲解人员告诉记者,存量手机直连卫星模式下,该设备能够实时补偿功能全部转移到地面基站上,使得普通5G存量手机无需更换终端即可直连卫星,从根本上避免了用户为使用卫星通信而购置专用终端的高额支出。

中国铁塔股份有限公司(以下简称“中国铁塔”)正在通过集约化共享地面基础设施,降低卫星通信产业应用成本。

中国铁塔展台上的讲解人员告诉《证券日报》记者,中国铁塔能够通过复用现有铁塔资源改造为分布式卫星接收站,为空地海网络覆盖提供快速部署方案,提供地面基础设施低成本、集约化共享方案。

如今,跨领域协同与产业链上下游的深度合作,正成为破解卫星通信产业发展瓶颈的关键路径。“未来,卫星通信产业的竞争不仅是星座能力的竞争,也是生态协同能力的竞争。”时空道宇相关负责人告诉《证券日报》记者,时空道宇在此次大会上发布了低轨通信星座全栈开源生态,并将联合产业链伙伴共同推进重点行业应用落地,让卫星通信真正成为各行业数字化发展的基础能力。

暑期出游高峰临近 需求多元化特征凸显

■本报记者 梁傲男

随着全国中高考陆续结束,各地中小考生也相继进入暑假节奏,暑期出游高峰即将到来。

综合民航、铁路及主流在线旅游平台数据来看,今年暑期出行需求集中释放,推动机票价格小幅上涨,亲子、学生客群仍是出行主力。小众目的地、特色旅游列车和深度文化体验的升温,则让今年的暑期出行市场较往年更加多元化,整体呈现“稳中有升、结构优化”的特征。

途牛预订数据显示,第一波出游热潮将于6月27日开启,出游高峰期将贯穿整个7月份,并持续至8月中下旬。截至6月26日,今年暑假团期旅游产品预订

出游人次同比增长20%,其中,境内游预订热度增长更为显著,同比增幅超30%。

进入6月下旬,暑运机票预订明显提速。航旅纵横大数据显示,截至6月24日,7月份国内航线机票预订量已超1028万张,出入境航线预订量超448万张。票价方面,据航班管家预售数据统计,今年暑运民航经济舱平均含税票价达到1197元,同比上涨18.6%,较2019年同期增长33.6%。

旅游酒店行业高级经济师赵焯焯向《证券日报》记者表示,本轮机票均价上扬,是暑期需求集中释放、燃油成本波动及热门航线供需变化共同作用的结果。众信旅游数据表示,暑期出境游定制小团机票价格均有望在后续阶段逐

步回调。

同程旅行数据显示,截至6月26日,亲子、学生客群仍是2026年暑运出行的主力军。暑期是学生群体出行的黄金窗口期,毕业旅行、研学旅行、海外游学等需求集中释放,推动学生客群占比持续提升,尤其是国际出行方面,亲子群体已经成为第一大客群。亲子家庭依然是国内暑运市场的基本盘。此外,银发客群在暑运出行中也保持了稳定占比,国内航班银发客群占比约16%,国际航班占比约13%。

今年暑期,传统热门目的地不再一枝独秀,小众目的地与特色线路开始站上风口。众信旅游数据表示,暑期出境游定制小团化占比持续攀升,国内研学、非

遗主题特色产品唱响主旋律,旅游市场实现了从传统观光向深度文化体验的升级,暑期游市场呈现“出境火热、国内提质”的双旺态势。

在铁路领域,同程旅行数据显示,今年暑运铁路出发客流仍将集中于北京、上海、广州、成都、杭州等一二线城市,大学生客群往返与亲子家庭出游是核心需求。

值得注意的是,火车在这个暑期不仅是交通工具,也成为了一种旅游方式。特色旅游列车成为今年暑运的新亮点。同程旅行数据显示,暑期旅游列车预订热度较去年同期提升七成以上。集交通、住宿、观景、休闲于一体的旅游列车,精准契合了亲子家庭与中老年游客对慢节奏、沉浸式深度旅行的消

费偏好。

长线线路方面,串联吐鲁番、哈密、伊犁、阿勒泰、喀什的南北疆线路,由于覆盖喀纳斯、赛里木湖、喀什古城等知名景区,人气颇高;主打避暑主题的东北旅游列车途经哈尔滨、大兴安岭、呼伦贝尔、长白山等优质避暑目的地,成为今年暑期出游的新晋热门选择。

同程旅行出行事业部相关负责人表示,对《证券日报》记者表示,小众目的地的异军突起,特色旅游列车的走俏以及跨境中转的升温,折射出旅客对旅行品质与个性表达的更高追求。而暑期出游需求的多元化,虽然有效分散了传统热门目的地的客流压力,却也考验着运力