

# 推动价值升维 培育消费场景 输出“中国方案”

## 杭州会展:展城共舞,奔向世界

■ 杨渐

作为经济发展的“晴雨表”、城市形象的“瞭望窗”,会展已成为众多城市竞逐的黄金赛道。

掘金会展经济,杭州势头强劲。时间回拨至数月前,第四届数博会吸引了来自154个国家和33个国际组织的展商客商和嘉宾参加;连续举办三届的良渚论坛,以五千年文明为纽带搭建全球对话桥梁……

以会展迎客,在杭州已是常态。数据显示,2024年杭州市举办展览项目178场,较2023年增加66场,增幅达58.93%。

站上“后亚运、2万亿、超大城市”的新起点,杭州将加速“演赛展商旅”联动,全面深化国际“赛”“会”之城建设,作为加快打造世界一流社会主义现代化国际大都市的关键落子。

蓝图之下,作为杭州会展产业发展的主平台,杭州市会展集团如何助力全面深化打造国际“赛”“会”之城建设?实现展与城的“双向奔赴”?

### 展产融合 迈向更高价值维度

今年12月,杭州市委十三届十次全体会议上,提出要加快建设高能级开放强市,全面深化国际赛会之城建设,增强全球高端生产要素配置能力。

“会展作为连接生产与消费、国内与国际的核心平台,其价值正在被重新定义。”杭州市会展集团主要负责人表示,会展不仅是驱动产业升级、为战略性新兴产业提供全链条解决方案的价值枢纽,更是推动高水平对外开放、助力中国智造出海的战略通道。

“杭州建设高能级开放强市,需要会展向更高价值维度迈进。”该负责人认为,展产融合是核心路径之一,需要依托本土优势产业做深做实产业会展,助力科技创新与产业创新深度融合。

以9月底落幕的第四届数博会为例,会议期间场内外共签约项目113个,总金额达1650.8亿元,其中外资17.15亿美元。硕果累累的背后,依托的正是杭州



第四届全球数字贸易博览会

吸引超5万人次到场打卡;劳斯莱斯首款纯电车型Black Badge闪灵亚洲首秀、小米SU7 Ultra尊享品鉴会等活动先后在此举办;Chanel秋VIC预览、维莎集团“双生纪元”等时尚展也在此上演……自2024年3月杭州市会展集团接手运营以来,超

200场活动落地、超80万人次汇聚,梦想天堂、ADM等创新展会IP在此扎根,人工智能、时尚潮流、赛事竞演在此共生。

从打造全民狂欢的城市消费IP到实现消费力在全域范围的精准渗透,从构建高效转化的商品卖场到创场景引领消费趋势,杭州市会展集团将会展的“一时一事”之热,转化为城市消费“常年全域”之活。

### 对话全球 输出更多“中国方案”

作为中国现代会展业的发祥地之一,杭州与会展“结缘”始于1929年的首届西湖博览会,2016年G20峰会为杭州铺就了通往世界舞台的道路,随后的亚运会,则让城市能级和开发水平进一步提升。

“双会之城”加持下,杭州在国际会展舞台上一直扮演着重要的角色,也将会展视为推动城市国际化的重要抓手。

在这一新背景下,杭州市会展集团也积极融入全球会展网络:一方面与16家全球TOP20会展主办方、50余个品牌展会建立联动机制;另一方面借2025印度尼西亚数字化转型博览会DTI-CX、2025中国—中亚(乌兹别克斯坦)贸易展览会等海外自办展,持续扩大全球“朋友圈”。

“深化与国际会展行业组织及企业的合作只是第一步,关键是要深度参与数字时代国际会展业的标准制定。”杭州市会展集团相关负责人表示,底气源自运营数博会时建设并完善了“一体运营、数实

融合”的数字会展运营新模式,“我们打造的‘数贸在线’平台持续进阶焕新,‘一码通行’范围从首届的场馆内部,迭代到升级到‘全市通’;今年又接入AI大模型,打造了可发布全球采购需求的平台‘供需大厅’,让商机匹配更精准。”数字化加持下,数博会能级也在不断跃升,于2024年通过了国际展览业协会(UFI)认证,成为国内首个获得此项认证的国家一类展会。

今年9月,杭州市会展集团携手全球最大的展览与活动协会IAEE,将“Predict US”的自有IP拓展为“CEIR Predict”并从华盛顿引入杭州。这场“金球对话”,吸引了来自全球10余个国家地区的400多位会展、营销和科技领域的领军人物参加。美国展览与项目协会(IAEE)主席Chuck Grouard盛赞杭州“已成为传统与创新交融的全球枢纽”,他十分期待在这里探讨数字创新如何持续塑造会展行业的未来,并支持将全球数智会展创新中心打造成为研究与实践交汇、驱动跨界转型的重要枢纽。为杭州点赞的,还有柯莱睿会展集团亚太区CEO Richard Ireland:“这里就像‘中国的硅谷’,它展现的不仅是技术,更是一种坚定走向未来的信心。”

与此同时,杭州市会展集团也积极推动新时代会展人才培养,依托“全球数智会展创新中心”,深耕数智会展理论研究、人才培养与实践创新,“我们正加快培养既懂会展、懂设计,又懂AI的复合型国际人才,助力杭州构建创新协同的智能会展生态群。”浙大城市学院国际文化旅游学院副院长吕佳颖说。

会聚杭州,展揽天下。在全面深化国际“赛”“会”之城建设的背景下,杭州这座融合千年文脉与现代创新的城市,将持续放大展会“溢出效应”,以会展活跃度激发城市发展活力,以更加开放的姿态,拥抱世界的目光,输出“中国方案”。

2025金球对话·IAEE Predict  
图片由杭州市会展集团提供

## 从价格竞争转向价值竞争 平台经济2.0,滨江探路

■ 王心慧 宣诚 蒋天铮

近年来,我国平台经济快速发展,在赋能实体经济、发展新质生产力、满足人民生活需要等方面发挥了积极作用。在平台经济1.0阶段,浙江领跑全国,平台企业数量和交易额持续位居全国前列,培育了1200万线上经营主体,创造了超1000万个就业岗位。

进入平台经济2.0阶段,行业竞争加剧、全球外贸环境变化等现实情况突出。面对新形势新挑战,如何推动平台企业从价格竞争加快转向价值竞争,成了政府的必答题。

作为平台经济大区,杭州高新区(滨江)拥有阿里1688、网易等129家平台企业,前三季度,全区平台经济实现稳中有进,增速达16.49%。与此同时,滨江区平台企业研发投入超200亿元,继续领跑杭州市。

### 供给更智能

平台经济迈入2.0时代,如何先行?首要任务是提供更高质量的服务供给。

提到平台经济,你可能会直接联想到点外卖、找餐厅、订民宿,这些交易往往发生在本地生活服务平台。这类平台企业承担的是“交易枢纽”角色,本身并不生产商品,但接入了大量经营主体特别是小

店,可以通过聚合资源、引流推荐实时匹配海量需求与供给,成为拉动社会消费的关键增量。

随着人工智能技术的不断演进,平台企业在如何撮合供需关系方面,变得更智能、更先进。乐其集团是一家典型的平台企业,深耕电商行业已有16年,总部位于滨江区。在传统电商行业里,员工需通过扫码枪逐件核验库存商品,存在效率不高、人工易产生操作等痛点。而乐其自主研发了AI订单复核系统,以“数字慧眼”智能识别商品外观及包装特征,精准核验订单,将商品错漏发率控制在万分之一以下,整体年均节省人力时间6000个小时。

把AI技术融入平台经济供应链,乐其并不是个例。今年7月,在浙江“平台+产业”AI对接会召开期间,高新区(滨江)市场监管局把平台企业、AI工具企业请到一张桌面上面对面谈合作。有商家靠AI分析下游平台的热搜热采数据、节日热点,精准拿到了采购商机;有商家通过AI的场景化组货服务,轻松搞定穿搭搭配和相似货品推荐,生意越做越顺。

在大平台企业做优做强的同时,滨江区涌现出一批智能体企业。它们通过提供轻量化、模块化、低成本的技术型服务平台,成为传统工厂数字化转型的“加速器”。

比如,联汇科技通过搭建OmAgent万物真身智能体平台,以“一脑多形”架构实现机器狗、无人机、IoT设备等多类终端的快速部署与协同作业,推动智能体技术在安防、媒体、工业等场景中的规模化商用。

当平台企业不再局限于“流量变现”的短时博弈,而是通过数字技术提升全产业链效率、创造真实社会价值时,真正的“价值竞争”便拉开了序幕。

### 生态更健康

在平台企业自我演进的同时,滨江区通过前瞻性的制度创新,为平台经济中的新技术新领域提供明确指引,有效填补行业空白。

12月,由高新区(滨江)市场监管局牵头制定的两项团体标准正式发布。其中,《共享经济 平台共享用工管理与运营



滨江一景

指南》首次在规范性文件中确立了以“人身、经济、组织从属性”为核心的劳动关系判断框架,为解决网约车司机、外卖骑手等数千万劳动者的权益保障难题提供了可操作的解决法。

同期发布的另一项标准《共享经济平台运营者数字人应用管理规范》,则针对AI数字人在客服、直播等场景广泛应用却缺乏管理规范的问题,为其建立了全生命周期管理规范。比如,数字人必须公开身份标识、肖像权属,并设置便捷的“人工接管”通道,引导技术向安全、可控的方向发展。

不只国内,面对出海浪潮,平台企业只有提前布局,加大合规投入,建立长效机制,通过合规经营提升国际竞争力,才能以不变应万变。

11月的AI跨境电商生态大会上,高新区(滨江)市场监管局发布《跨境电商合规指引》,围绕知识产权、出口管制、出口原产地(关税)三大高风险领域,构建起一套“事前预防、事中控制、事后应对”的出海全流程合规管理框架。

从规范共享用工到管理AI数字人,再到护航跨境电商,高新区(滨江)发布的一系列团体标准与指引,清晰地勾勒出平台经济2.0时代合规发展的演进路径。

在高新区(滨江)市场监管局常态化



交个朋友直播间



1688选品中心

举办的“上马石”下午茶活动中,上述团体标准和合规指引被推广给滨江全区平台企业。轻松、开放的政企对话场景,也为后续标准的修订、补充解释或相关配套工具的开发提供了宝贵依据。

高新区(滨江)市场监管局相关负责人解释,遵守行业规范,并不意味着束缚,

而是驱动平台企业行稳致远,创造更大社会价值,营造鼓励创新、公平竞争、规范有序的市场环境,推动平台经济创新和健康发展。

### 消费更放心

平台经济一头连着商家,一头连着消费者。今年以来,滨江聚焦平台经济供需两旺,提升产品服务品质,开拓消费场景,营造一流消费环境,着力打造激发消费活力的新标杆。

直播电商场景,已成为平台经济的新阵地。滨江通过实施绿色直播行动,累计培育绿色直播间31家,超千万消费品牌和直播间分别达到20个、15个,超十亿规模直播运营机构4个。在《放心消费直播间管理与运营规范》的指引下,交个朋友直播间已落地“先赔后追”机制,累计先行赔付超千万元。

直播电商链长,涉及众多主体。依托交个朋友电商学院、上马石学院等,滨江全年培训主播超2800名。此外,滨江全年监测直播超3000场。

在扩大国内市场的同时,滨江平台企业也在积极出海。借助亚马逊等平台成熟的全球站点及服务网络,麦瑞克在出海两年内已将业务布局从国内拓展至全球16个国家和地区,并一跃成为北美动感单车品类的头部卖家。

麦瑞克是滨江平台企业出海转型的缩影。为鼓励企业双向布局,简化外贸流程,滨江已联合省市推动“货通全球”出海计划,助力企业拓展国内外市场。

面向未来,滨江将推动平台与跨境、直播等深度融合,培育百亿级产业集群和“超级工厂”,并引导流量向中小微主体倾斜。

在平台经济2.0阶段,激发消费活力远非简单刺激购买,而是通过提升供给质量、创新消费场景、优化消费环境,系统性重塑供需关系。高新区(滨江)市场监管局相关负责人表示,滨江将继续实施“平台+产业”赋能工程、“平台+消费”提质工程、“平台+治理”增效工程、“平台+创新”提能工程,以促进平台经济创新发展、健全平台经济常态化监管制度为主线,全面推进平台经济高质量发展。

图片由受访者提供



应用了AI技术的乐其仓库