

## 国内锂电行业展会的发展现状与优化研究

欧骅杰

广东芳源新材料集团股份有限公司，广东 江门，529100

**摘要：** 随着锂电行业从高速增长期进入平台期，相关行业展会存在重复办展、观众质量不均、价值效益低、配套不足等问题。对此，本文提出锂电行业展会应从“大而全”转向“专而精”的差异化定位，结合区域资源与细分领域精准布局；从追求规模指标转向精准匹配企业需求，以大数据实现观众分层管理与增值服务；从追求高收入转向高性价比服务，通过透明收费、数字化工具与增值服务升级平台功能。以上优化建议为锂电展会适配行业高质量发展、提升实效提供新思路。

**关键词：** 锂电行业；会展经济；差异化竞争

**Abstract:** As the lithium battery industry transitions from a period of rapid growth to a plateau, related industry exhibitions are facing issues such as redundant events, uneven visitor quality, low value efficiency, and insufficient supporting services. In response, this paper proposes that lithium battery industry exhibitions should shift from a "broad and all-encompassing" approach to a "specialized and refined" differentiated positioning, combining regional resources with precise layouts in niche segments. It also suggests moving from pursuing scale metrics to accurately matching enterprise needs, utilizing big data for stratified visitor management and value-added services. Furthermore, the focus should shift from pursuing high revenue to providing cost-effective services by implementing transparent pricing, digital tools, and upgraded platform functions through value-added services. The above optimization suggestions provide new ideas for lithium battery exhibitions to adapt to the industry's high-quality development and enhance practical effectiveness.

Received: January 13, 2026

Revised: January 23, 2026

Accepted: January 27, 2026

Published: February 5, 2026

**Copyright:** © 2025 by the authors.

Licensee Axon Academic

Publishing Institute, Hong Kong,

China. This article is an open

access article distributed under

the terms and conditions of the

Creative Commons Attribution

(CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Keywords:** Lithium Battery Industry; Exhibition Economy; Differentiated Competition

## 1. 引言

在全球碳中和目标的推动下，锂电池产业已成为新能源转型的核心引擎。随着行业规模扩大，锂电产业正从高速增长期逐步进入平台期，表现为产能过剩、技术路线多元化、原材料价格波动等新特征。在此背景下，行业展会作为连接产业链上下游、推动技术创新与市场拓展的重要平台，其功能定位与发展模式也需要同步转型。因此，本文将对锂电行业在进入平台期后，行业展会应如何转型适应新的产业需求这一核心问题展开研究，旨在为锂电展会适配行业高质量发展、提升实效提供新思路。

## 2. 锂电行业平台期的会展需求变化

目前，锂电行业对会展活动的需求发生了显著变化，主要体现在以下三个方面：

### 2.1. 技术交流与合作需求增强

企业需要通过展会获取固态电池、钠离子电池等最新前沿技术信息，推动产学研合作。2025年，中国电池工业协会与中国塑料加工工业协会联合发布《关于促进电池产业链健康发展的倡议书》，呼吁电池行业强化产业链协同，建立协调机制。展会需成为技术路线对比、标准制定与创新合作的重要平台。

### 2.2. 产能优化与区域协同需求上升

面对产能过剩问题，更多企业通过展会寻找差异化市场或技术合作机会。例如通过设立“项目研判小组”精准对接项目，推动产能优化。展会需提供行业研讨论坛、区域产业对接区、产能利用率分析报告及技术替代路线图等增值服务，助力企业优化产能结构。

### 2.3. 国际化与政策合规需求凸显

国内锂电行业“内卷式”竞争下，倒逼头部企业加速出海布局，推动产业链出海进入实质阶段。鉴于全球各国政策监管趋严，例如欧盟电池法规等国际合规要求成为出海企业关注焦点。会展作为行业资源聚合与价值传递的核心载体，参展企业存在对国际法规解读、碳足迹计算工具、跨境政策解读以及合作对接等增值服务和交流的需求。

## 3. 国内锂电行业展会的发展现状与趋势

### 3.1. 锂电展会规模与数量变化

当前，国内锂电展会呈现数量快速增长、区域发展不平衡的特点。2023年下半年，全国锂电展会达29场，主要分布在北京、上海、深圳、广州、苏州、无锡等城市（数据来源：中国会展经济研究会《2023年中国会展经济年度报告》）。2024年上海举办7场、深圳举办5场锂电相关展会，区域集中度高。2025年，CIBF2025在深圳举办，吸引全球超3200家新能源产业链企业参会，规模达历史之最。头部展会（例如CIBF、天津展）规模有着持续扩大的趋势，例如CIBF2025展览面积超过30万平方米，预计吸引超过40万海内外专业观众（数据来源：CIBF2025展后报告），而区域地方展会（如郑州展、贵州展）规模相对较小，2025年郑州展展览面积3万平方米，展商600多家（数据来源：国际能源网报道）。因此，国内锂电展会形成了“超级展会”与“区域协同”双轨格局。以CIBF等头部展会定位为全球性技术展示与交流平台，而区域展会（如枣庄展、遂宁展）则依托本地资源和产业优势，聚焦区域产业链协同。

### 3.2. 锂电展会的功能定位转型

近年来，锂电展会正逐步从“企业宣传”向“技术交流、国际合作、政策解读”等多元价值转型，并强化了企业间的技术展示与合作交流。CIBF2025设立了“固态电池”“钠离子电池”“智能装备”等专题论坛，吸引来自90多个国家和地区的海外专业观众，同期举办200余场高水平学术报告。展会成为技术路线对比与前沿技术展示的重要平台，有效提升产业链协同与资源整合功能，推动产业链上下游资源整合。展会也成为连接“政、产、学、研、用、金、服”全产业链的重要纽带，并且成为中国企业“走出去”、国际企业“走进来”的重要平台。

### 3.3. 锂电展会区域发展差异

国内锂电展会区域发展呈现“东部技术引领、中西部资源支撑”的差异化格局，主要是受产业集聚效应与政策驱动双重影响。这种区域差异的形成主要与区域产业集聚效应和政策驱动等因素直接相关。东部地区依托完善的产业链配套和高端人才资源，形成了技术引领型产业集群；中西部地区则依托丰富的矿产资源，形成了资源支撑型产业集群。此外，地方政府的产业政策也深刻影响了展会区域布局。综合来看，地方区域性展会与头部展会形成互补，共同构成“头部技术展+区域资源展”的格局。

产业集聚方面，上海、深圳等东部地区形成以动力电池、储能电池为核心的锂电产业集群（如深圳坪山新能源汽车产业集聚区、上海嘉定新能源产

业园区等)，产业技术密集度高、国际化程度强，推动当地展会主要定位“技术引领+国际化”，展品覆盖全产业链并且范围广泛；贵州、遂宁等中西部地区则依托磷锰矿、锂矿等矿产资源集聚优势，形成上游材料产业带，使得区域展会聚焦本地资源与产业链协同，参展厂商多偏向正极材料等上游领域。

政策驱动方面，东部地区自贸区政策、科技创新扶持政策鼓励展会国际化与技术化转型，中西部地区产业招商政策、资源开发扶持政策引导展会服务本地产业链整合。例如，贵州省政府出台的《关于加快建设贵州新能源动力电池及材料研发生产基地的实施意见》，明确将锂电产业作为重点发展领域，推进“电动贵州”建设，将贵州省建成国内重要的新能源动力电池及材料研发生产基地，为贵州锂电行业的发展提供了政策支持。这种区域差异化发展既反映了我国锂电产业的区域分布特征，也体现了地方政府在推动区域产业升级中的战略选择。

## 4. 国内锂电行业展会存在的主要问题

### 4.1. 重复办展和需求错配

当前，多地存在重复举办类似的锂电行业展会，导致同质化竞争加剧。以上海、深圳为例，两地年均举办多场锂电主题展会，部分展会甚至在时间跨度上仅相隔一月，内容形式也高度雷同，缺乏差异化特色，导致分散了参展企业的预算和展品资源，降低专业采购观众的参展意愿。部分非锂电核心产区城市也存在盲目跟风办展的现象，当地无相关锂电产业链支撑，导致其所举办的行业展会成为中小厂商的展销会，展会价值相对较低。此外，不少展会虽然会设置有关前沿技术成果发布、专家交流论坛等环节，但实际核心环节仍是商务洽谈，缺乏精准的企业细分领域的需求对接服务，降低了行业头部企业的参展意愿。

### 4.2. 参展观众质量参差不齐

参加锂电展的观众也存在质量分化。由于非行业观众目的多样性（如参观、推销、打卡等），容易影响行业展会的专业价值与合作交流效率。主要原因是现有锂电展对观众的分层管理不足，未能针对不同观众提供差异化服务。部分锂电展会为提升人气，放宽入场限制，展会主办方对观众身份审核不严，使得大量学生、推销员等无关人员混入会场，导致参观排队时间过长、展台观众围堵、洽谈质量和现场合作意向降低等问题，既浪费优质企业的展示资源，也稀释了展会的专业价值，让参展商难以精准对接客户需求，影响锂电企业的参展效果。从制度层面来分析以上现象，也存在主办方运营机制不完善、行业准入标准缺失等原因。此外，展会主办方也缺乏有效的观众筛

选和管理机制，未能建立观众信息数据库和精准匹配系统，进一步加剧了观众质量参差不齐的问题。

### 4.3. 参展价值与效益降低

在锂电行业产能过剩背景下，中小锂电企业参展存在成本效益不匹配、性价比不高的问题，最主要的原因还是部分展会商务转化率低，参展效果与投入不匹配，未能为企业带来实质性商业订单机会。一方面是受到行业周期和“内卷式”竞争影响，中小型厂商业绩普遍亏损，参展预算有限，参展意愿降低；另一方面，部分区域展会展位费用较高，但缺乏与之匹配的高质量观众与商务机会。锂电企业参展成本包括展位费、搭建费、物流费等，部分展会存在电力接入费、清洁服务费等隐性收费项目。根据深圳市会展行业协会在《2023 深圳会展行业发展年度报告》中的统计，以上隐性收费项目约占总成本的 15%—20%，增加了企业参展成本压力。在当前行业平台期，中小锂电企业由于普遍面临资金压力，更倾向于通过线上电商等低成本方式获客，高成本低回报的参展模式难以持续。

### 4.4. 配套服务不足与数字化程度低

现代展会应该优化配套服务措施，加强数字化基础设施投入，推动动态技术展示与互动体验融合，才能提升展会的实效性与吸引力。锂电展的配套服务与数字化程度直接影响展会的专业性与客户体验，当前国内的锂电展在配套服务与数字化建设方面有待提升。配套服务不足主要体现在交通接驳、专业物流、技术支援等环节缺位，例如大型会场常出现的网络信号延迟和用餐问题，导致参展商和观众体验不佳，商务洽谈效率不高；数字化程度低则表现为缺乏线上互动和直播平台、AR/VR 虚拟展示，无法实现远程参与或实现实时信息共享。除此之外，当前国内锂电展主要关注品牌宣传与商务洽谈，展示区域相较于消费电子等其他展览，更少关注产品和技术的交互体验。部分参展商出于规避核心技术泄露的风险，仅以静态模型或图片展示产品，回避技术核心关键参数、生产线动态演示，降低了专业观众的参展交流意愿。

## 5. 锂电行业展会优化的策略建议

### 5.1. 从追求品类“大而全”转向“专而精”的差异化定位

基于锂电行业目前发展平台期特征，针对各地重复办展和需求错配的问题，展会应根据自身资源与优势，实施差异化定位策略，从追求“大而全”向“专而精”转型。区域性的锂电展会应基于本地产业资源禀赋，制定与之匹配的展会定位，将本地资源优势与展会定位紧密结合。锂电行业内的细分

领域专业展会，应聚焦产业链特定环节，避免覆盖全产业链所导致的展览主题定位模糊。例如举办锂电材料展专门聚焦正极、负极、电解液等电池材料的合作；锂电制造展会面向智能制造、工艺优化等；锂电应用展则面向三电系统、储能系统、智能操作系统等应用方案场景，通过对不同制造环节的精准定位，更好满足下游客户的需求，才能形成有核心特色的专业展会品牌。

## 5.2. 从追求办展规模指标转向精准匹配参展企业需求

衡量锂电行业展会成功与否的核心指标，应从关注参观人次、参展商数量及展览面积等总体规模指标，转向评估是否为参展商提供高效的客户对接服务与精准匹配能力。为解决参展观众质量参差不齐的问题，展会举办方可以建立专业厂商与观众数据库，提前收集参展商的技术需求及观众角色信息，运用大数据等技术，生成动态的标签画像，再按照行业角色与层级实施分层管理。针对不同层级的参展观众制定差异化邀请策略，确保目标观众精准匹配参展商需求。同时，通过对参展观众的分层管理，设立VIP接待区、高管闭门洽谈会及行业主题论坛等活动，提高展会对锂电专业技术人员与企业高管的吸引力和参与意愿。此外，展会应平衡国内与国际观众比例，满足企业本地化拓展与国际化出海的双重需求，提供多语种服务、出海政策解读等增值服务。通过精准匹配参展商核心需求，展会将显著提升参会吸引力，增强企业复展意愿，推动展会从单纯追求流量规模向可持续盈利、品牌高质量化的路径转型。

## 5.3. 从追求高收入转向为客户提供高性价比服务

展会举办者应摒弃单纯追求高利润的思维，转向为参展客户提供高性价比服务策略，以提升客户的参展意愿和展会品牌的核心价值。具体而言，可以通过实施多梯度展位套餐等方式，同时公开透明收费结构，杜绝参会隐性收费，帮助中小企业节省参展成本。此外，鼓励产业链上下游企业联合参展，分摊成本并形成集群效应。在服务模式上，通过整合数字化工具，引入虚拟展厅与线上直播，覆盖远程观众在线观展，还能减少参展企业的实体空间投入。同时，可通过提供行业白皮书、技术趋势分析报告等高价值免费服务，并配套技术对接、投融资、检测认证及供应链服务等增值服务。通过上述举措，使锂电行业展会从单纯的企业品牌和产品展示平台，升级为具备技术合作、资金支持与供应链服务的综合服务平台，能有效解决企业参展意愿与效益降低，以及会展配套服务不足、数字化程度低等行业问题。

## 6. 总结与展望

随着锂电池产业进入平台期，国内锂电行业展会存在重复办展和需求错配、参展观众质量参差不齐、参展价值与效益降低、配套服务不足与数字化程度低等问题。针对以上问题，锂电行业展会需优化办展策略：展会应从追求品类“大而全”转向“专而精”的差异化定位，结合本地资源与细分领域精准定位办展主题；从追求办展规模指标转向精准匹配参展企业需求，利用大数据分层管理观众，平衡国内外观众比例并提供增值服务；从追求高收入转向为客户提供高性价比服务，实施多梯度展位套餐、公开透明收费、整合数字化工具、提供免费及增值服务等。通过这些优化策略，能够提升锂电行业展会的实效性吸引力，推动展会可持续盈利与品牌高质量发展，更好地适应和匹配锂电行业未来的发展形势。

## 参考文献

- [1] 中国会展经济研究会.2023 年度中国展览数据统计报告[R].北京：中国会展经济研究会，2023.
- [2] 链动全球·赋能绿色·驱动未来——CIBF2025 全球新能源盛会盛大启幕，共绘低碳未来新蓝图[J].汽车维修技师,2025,(11):18.
- [3] 贵州省人民政府.关于加快推进新能源电池及材料产业高质量发展的实施意见[EB/OL].(2024-03-22).[http://www.gztongzi.gov.cn/zwgk/zdxxgk/nyzy\\_5888019/202403/t20240322\\_83982965.html](http://www.gztongzi.gov.cn/zwgk/zdxxgk/nyzy_5888019/202403/t20240322_83982965.html)
- [4] 于世宏,刘洋.会展业与产业集群的互动效应[J].中国会展.2007,(1).182-183.
- [5] 陈若薇.如何实现中国展览业的国际化[J].中国会展.2007,(3).44-45.
- [6] 葛艳娜.新质生产力引领会展经济高质量发展的策略研究[J].商展经济,2024,(17):4-6.
- [7] 吴啸楠.会展产业与城市经济增长的互动分析[J].上海商业，2025,(12):25-27.
- [8] 张盼.科技创新赋能区域会展经济高质量发展研究[J].商展经济，2025,(01):7-9.
- [9] 卢鹏南.新形势下会展业赋能国际贸易市场品牌拓展的实践路径研究[J].商展经济，2024,(12):1-3.
- [10] 杨毓婕.数字经济对展览产业发展的影响研究[D].商务部国际贸易经济合作研究院，2024.
- [11] 袁晋芳.基于参展商感知的会展服务质量评价体系的构建及应用研究[D].北京建筑大学，2024.
- [12] 林丽青.品牌管理视角下的展会品牌构建与发展策略研究[J].智库时代,2019,(22):196+198.
- [13] 张蕊.展会品牌化发展的策略研究[J].中外企业家，2015,(22):94-95+160.
- [14] 张辉,王宁.基于参展商的展会品牌资产实证研究[J].旅游导刊，2019,3(05):27-46.
- [15] 陶树丰.从“各自为战”到“协同共生”：价值共创视角下展会直播多主体协同系统构建[J].质量与市场，2025,(11):90-92.
- [16] 裴超.驱动恒量经济——会展业促进服贸经济实现创新稳定发展[J].中国会展，2025,(15):16-20.

[17]罗芬.高端会展现场服务标准化构建研究[J].商展经济,2026,(01):1-3.

[18]中国会展业十大政策举措[J].中国会展,2026,(01):52-55.