



2026中国国际服务贸易交易会

同世界共享发展机遇

9月9日至13日,2026年中国国际服务贸易交易会在北京举行。90个国家(地区)和国际组织参展,1800余家企业线下参展,200余项新产品新成果集中发布的扩容升级之势,为全球服务贸易开放合作注入新动能。走过14个春秋,服贸会早已成为联通中国与世界的重要纽带。在这里,商品与服务交汇、思想与共识碰撞、项目与机遇落地,成为观察中国高水平开放的一扇窗。

共寻合作空间

开放是合作的前提,交流是互信的起点。本届服贸会国际参与度较上届提升,折射出全球各方开拓市场、深化合作的共同诉求。各国政要、国际组织负责人、跨国企业代表聚焦服务贸易前沿议题深入研讨;参展客商展示产品、磋商业务,将合作意愿转化为实实在在的对接机遇。

踏入首钢园1号馆,迎面即是主宾国挪威本报**记者**。海洋健康营养、绿色工业技术、创意设计等主题板块依次排布,一件件展品勾勒出挪威特色产业图景,也寄托着参展企业对接中国市场、深化互利合作的愿景。

挪威驻华大使馆商务参赞汉宁说:“中国是挪威在亚洲最大贸易伙伴,约160家挪威企业已在中国落地经营,服贸会为挪威企业展示产品与服务搭建起优质平台,希望借助服贸会**表**不断拓展合作领域。”

开放市场吸引全球企业奔赴而来,深度交流则为各方寻觅合作契机。中国丹麦商会全国会长曹明思表示,丹麦企业在服务贸易领域拥有丰富的产品与服务供给,服贸会为其展示业务、对接中国合作伙伴搭建良好平台,也为深化两国经贸往来创造机遇。

“要在中国开展业务,企业必须亲自来到中国、了解中国,与中国同行建立联系。”在曹明思看来,丹麦企业若要开展对华合作,两件**勇**事尤为关键:一是扎根中国市场,摸清本地需求;二是找到合适的本土合作伙伴,借助本土资源加快业务拓展。

不少参展企业都在服贸会上找到了对接伙伴、开拓市场的现实路径。中外经合(北京)科贸有限公司专注中国与阿塞拜疆双边货物贸易,既把阿塞拜疆农产品引入中国市场,也向阿塞拜疆输出小家电、家居建材等国产商品。公司副总经理马越说:“参展服贸会,持续为企业积累客户、对接贸易伙伴,为双向产品推广与业务拓展创造了有利条件。”

促进产业协同

从对接合作伙伴到携手落地项目,服贸会助力企业把各自的资源优势转化为共同增长的动能。紧扣产业实际需求,多项联合倡议、创新项目与合作签约在展会期间陆续推出,将

开放合作的共识转化为看得见的务实行动。农粮产品跨国界、跨区域流动,离不开国际物流供应链的关键支撑作用。服贸会现场,中粮集团联合邦吉、中国移动、菜鸟、农业银行等共同发布《畅通内外粮物流通道 提质全球农粮供应链协同效能联合倡议》,呼吁深化物流、数字、金融、保险等专业服务合作,提升农粮物流运行效率。

中粮集团党组成员、副总经理庆立军表示,中粮集团将以本届服贸会为契机,不断强化合作力度、拓展合作领域、创新合作模式,携手各方推动更多数智化、绿色化成果在产业链供应链各环节应用落地,共同构筑更加稳定、高效、富有韧性的全球农粮供应体系。

医疗健康服务领域合作成果也很丰富。首次参展的武田制药集中展示了其全球创新在中国市场的落地成果、全球研发管线的最新进展以及在数字科技、患者服务和可持续发展等方面的实践成果,并与合作伙伴共同发布多个创新合作项目。武田中国总裁刘燕说:“企业希望借助服贸会分享创新实践和全球经验,与政府部门、行业协会、医疗机构及生态伙伴开展深入对话与合作,共同推动健康产业高质量发展。”

服务与产业深入结合,同样为企业合作打开了空间。服贸会期间,施耐德电气与多家客户签约,覆盖传统工业、高端制造、新能源等领域,涵盖咨询、改造、运维、软件与数字化等多种服务形态。同时,携手首批7家服务合作伙伴共建的施耐德电气授权低压变频器生态联合服务站正式成立,将为各行业最终用户提供覆盖变频器全生命周期的一站式服务。

施耐德电气高级副总裁、中压及服务业务中国区负责人徐韶峰表示,施耐德电气长期以来在中国积极共建服务生态圈,携手伙伴助力产业转型升级。

释放开放红利

今年上半年,我国服务进出口总额达3.8万亿元,同比增长8.3%,其中服务出口增幅达17.6%。持续扩容的服务贸易,进一步打通中国市场与全球需求的联结,为中外企业不断释放新的发展空间。

亮眼的服务贸易数据背后,各国依托产业互补,借服贸会平台持续拓展对华合作。巴基斯坦驻华大使卡里尔·哈什米介绍,近年来,中巴企业对各领域合作机遇的理解不断深化,签



服贸会体育服务专题展一款机器人。
新华社记者 张晨霖摄

署多项合作备忘录和协议。合作持续走深,更多巴基斯坦企业进入中国市场。本届服贸会上,20余家巴基斯坦企业亮相,业务涵盖农业、能源、基建、服务贸易、医疗健康等板块,部分企业意在深化现有项目,另一些企业着力挖掘全新合作可能。

中国市场为全球伙伴带来发展机遇,中国企业加快全球化布局,同样为各国企业开辟新的合作空间,催生更多金融、法律、税务等专业服务需求。面向企业跨境经营的现实诉求,本届服贸会首次设立出海服务专区,金融、法律、会计、知识产权等领域专业机构集中参展。

连续第七年参展的安永在本届服贸会展示了企业全球化一站式服务体系,涵盖海外投资政策解读、ESG(环境、社会和公司治理)合规风险管控等领域,提供从投前规划、交易执行到投后管理的全程服务。

安永大中华区首席执行官陈凯认为,中国企业全球化竞争需要更完善的全球化生态圈,以更深入的运营能力满足当地市场需求。专业机构可以帮中国企业“走出去”,将逐步成为企业能否“走进来”“走得**好**”的关键要素。

从共享中国市场到携手开拓全球业务,中国正以更加开放的姿态连接世界,让开放机遇转化为更多合作可能,为各国共同发展持续增添动力。



在首钢园1号馆,观众在主宾国挪威展台前参观。
新华社记者 马 平摄

在运输和商务服务专题展区,观众在“出海服务”专区了解企业信息。
本报记者 李秋旻摄

联通中国市场与全球舞台

杨学聪

金秋时节,2026年中国国际服务贸易交易会如约而至,以90个国家(地区)和国际组织设展办会、1800余家企业线下参展、200余项新产品新成果集中发布的扩容升级之势,为全球服务贸易开放合作注入新动能。走过14个春秋,服贸会早已成为联通中国与世界的重要纽带。在这里,商品与服务交汇、思想与共识碰撞、项目与机遇落地,成为观察中国高水平开放的一扇窗。

服贸会的连接力,在旅游业中展现得最直接。由世界旅游城市联合会主办的世界旅游合作与发展大会,已连续6届依托服贸会平台举办。今年,来自50余个国家和地区、50余个城市的代表与跨境旅行商齐聚首钢园,共赴一场“数智焕新 和合共赢”的文旅之约。80余家海外旅行商将与110余家北京地接社、酒店、文旅科技企业面对面深度洽谈,10余组入境文旅合作项目直接落地;全球首部《品牌评价 旅游城市》ISO国际标准配套121项三级评分细则发布,让全球首个旅游城市ISO评价标准从理论条文,变成一把

可执行的评价标尺;依托“1+6”评价体系测评全球百城的《世界旅游城市发展报告(2025—2026)》同步亮相……

更立体的北京,也被呈现在世界面前。此前,海外游客说起北京,首先想到故宫与长城。这次,海外旅行商被带到资源一线,体验数智文旅、历史古迹、乡村民俗、自然景观、会奖商务线路,完成从地标北京到多面北京的入境游供给扩容。

旅游业只是冰山一角。如今的服贸会,早已跳出单纯展览展示的传统框架,向着贸易撮合、成果转化、双向赋能不断升级。对外,为全球优质服务打开广阔的中国市场;对内,为国内服务业主体搭建对接世界的舞台。

全球500强与行业龙头齐聚。香港电讯作为首批增值电信业务扩大对外开放试点的港资企业,重点展示AI产品运营和全球网络资源服务;施耐德电气带来“全生命周期一站式服务”;高通展示6G感知与智能分类、智能体AI与增强现实体验、端到端6G原型系统。首次设立的“中国服务”案例展区,140

余个案例覆盖服务贸易十二大领域。北斗时空信息服务,让中国时空基准服务世界;信贸链开源生态实践,打通跨境贸易单证跨系统协同;国际班列与跨境多式联运解决方案为企业出海提供高效物流支撑,展现出“中国服务”扬帆出海的硬实力。“出海服务”专区与推介路演区落地运行,为国内企业开拓国际市场提供一站式支撑。

服贸会的热度,也早已溢出首钢园的边界。完成升级改造的首钢园,由工业遗存蝶变为特色会展小镇;11条商务考察线路串联产业资源,74场文旅商旅展配套活动接续上演,联动北京重点商圈激活消费市场。会展经济的溢出效应持续释放,把展会流量实实在转化为产业动能、投资机会与消费活力。

从展品展示到项目签约,从商品流通到规则对接,服贸会联通中国机遇与全球市场,见证“中国制造”与“中国服务”携手并进。站在“十五五”开局新起点,这扇敞开的窗口彰显中国正以更开放的姿态,书写与世界互利共赢的崭新篇章。

服务出海双向赋能

本报记者 李和风

位于香港的弘研知识产权有限公司今年第一次参加服贸会,为有出海需求的科技企业带来了全方位知识产权保护服务。公司创始人、行政总裁李昭尚表示,希望通过服贸会这座桥梁,与内地正在开拓出海业务、有知识产权保护需要的企业建立联系,帮助它们更快走向国际市场。

深耕外贸企业线上营销服务的江苏未迟数字技术有限公司观察到,当前外贸企业的营销重心正在发生显著变化。过去,企业最看重的是快速获客,但随着流量红利见顶,单纯依靠购买流量成本过高,企业开始更加注重长期品牌传播。与此同时,市场对人工智能技术的需求大幅增加。该公司市场部总经理杨广耀说,针对以上两个变化,公司重点发力帮助外贸企业构建海外品牌矩阵、打造AI营销工具。

出海服务推介路演区与企业展示区相邻,今年服贸会期间,这里会举办41场路演活动。“出海服务推介路演可以双向赋能服务业不同阶段的全生命周期方案,模块可以灵活选配;二是技术工具上,AI深度嵌入人才选聘全流程,让“全球找人”从经验驱动变为数据驱动。

费终端与产业中端,与零售、直播电商、本地服务等业态深度融合,应用场景从单点技术赋能转向全产业链、全价值链重构,推动电商数智化转型迈向纵深。

各大电商平台持续落地AI赋能举措,推动数字技术与实体经济、民生服务场景深度绑定,加速服务消费提质升级。京东零售本地生活履约业务总经理李宗辉表示,本地生活服务已成为数实融合最活跃的领域之一,伴随消费升级,用户对服务品质、体验感要求持续提升。京东将人工智能技术全面融入消费场景,为骑手配备AI智能头盔、AI智能餐箱等智能化装备。在他看来,消费服务行业正加速从传统标准化服务,向精细化、个性化的体验式服务转型。

美团服务零售乐生活业务部总经理陈一方则从消费趋势迭代角度解读行业变化,他认为当下消费市场正发生深刻变革,消费重心逐步从拥有商品转向拥有体验。服务零售行业呈现一体化、自助化、零售化三大新变化,综合业态融合发展重构线下空间价值,自助休闲业态快速崛起,服务与零售的行业边界持续消融、相互渗透。未来,市场竞争的核心单元不再是单一的商品或服务,而是全方位、一体化的完整消费体验。

作为2026年服务贸易发展系列主题论坛之一,2026电子商务大会9月9日在北京首钢国际会展中心举行。大会以“数智赋能 乐享服务——深耕服务消费共筑电商实体融合新图景”为主题,首次将服务消费作为核心主线,聚焦电商从规模扩张向实体赋能的转型变革。

当前,服务消费已成为我国消费市场提质扩容的重要增长点,消费结构持续优化升级。数据显示,今年上半年,我国社会商品和服务零售总额同比增长2.7%,其中服务零售额增速达5.3%,较商品零售额高出4.2个百分点。消费赛道迭代升级,倒逼数字平台加速转型,持续深耕文娱体验、本地生活、即时零售、便民服务等多元场景,不断丰富数字消费业态。

行业发展模式迎来深刻变革。中国服务贸易协会会长张伟表示,依托持续完善的顶层政策设计,国内电商行业彻底告别粗放式流量扩张模式,全面迈入AI驱动、品质优先、合规有序的高质量发展新阶段,持续以数字服务赋能实体经济、联通国内外市场。

如果说服务消费拓宽了电商产业的发展边界,人工智能则重塑了行业运行逻辑与发展模式。当下,AI技术加速渗透消



首钢园首钢国际会展中心。
本报记者 李秋旻摄

本版编辑 陶 珏 美 编 倪梦婷