

导报记者 黄奕琳 杨晓辉/文  
中国体博会组委会供图

20万平方米、2000+品牌、两项关键指标均创历史新高……5月21日,2026(第43届)中国国际体育用品博览会(以下简称“中国体博会”)在厦门国际会议展览中心盛大开幕。这场行业盛宴不仅折射出中国体育用品产业的澎湃动能,更成为厦门这座国际会展名城展示深厚底蕴与多维优势的绝佳窗口。

以产兴展、以展促产、内外联动、跨界融合,厦门会展业正按照“3+1”城市发展总体框架率先推进转型升级,在服务内外双循环中,迈出建设国际会展高地的坚实步伐。



2026中国体博会外场。

# 展城共融 向新而行

## 从中国体博会看厦门国际会展名城的崛起

### 以产兴展,以展促产 产业底盘构筑会展“硬核”支撑

一场顶级展会的落地,离不开城市产业基因的深度融合。厦门与体博会的“双向奔赴”,核心在于坚实的产业底盘。

数据显示,今年一季度,厦门体育用品及设备出口总值达21.6亿元,占全省总额近七成;全球每10台家用跑步机,就有6台产自厦门;集聚体育用品制造企业超260家,其中国家级高新技术企业超100家。在C3馆的厦门体育展区,特步、361°、匹克、奥佳华等本土头部品牌集中亮相,全面展现了厦门体育产业集群的优势与势能。

强大的制造能力、品牌资源和外向型贸易基础,让厦门具备了天然的“吸展”体质。展会在家门口举办,本土企业第一时间获取全球前沿趋势,更能直接将研发实力转化为海外实实在在的订单。

借力厦门港口枢纽优势与体博会国际化平台资源,厦门任和运动器材有限公司不仅成功深耕欧美、澳洲市场,更在巴西等拉美市场实现突破性进展。该公司副总经理张冰泉表示,厦门优质的会展营商环境、旺盛的国际客流、便捷的备展配套,为本土体育制造企业品牌升级、市场出海、产业迭代提供了绝佳助力。

厦门凯欣达体育用品有限公司总经理徐翠水坦言,预计本届展会将达成千万级订单增量,未来企业将持续深化“代工+自主品牌”双轨出海策略,借力厦门区位优势与城市软实力,持续拓展全球120多个国家和地区的市场份额。

以产兴展,以展促产,厦门正将产业优势转化为会展胜势,打造不可替代的品牌展示与全球贸易的高地。



2026中国体博会现场人流如织。



厦门品牌凯欣达展位。



厦门品牌任和运动展位吸引众多境外客商咨询。

### 营商环境+城市魅力 国际会展名城的进阶之路

顶级展会“用脚投票”,考量的是一座城市的综合承载力与营商环境。2026中国体博会再度落户厦门,且规模创历史新高,正是对厦门城市吸引力与营商环境的最高赞誉。

“厦门具备‘展馆设施完善、产业基础扎实、营商环境优越、服务保障高效’的综合优势。”厦门市会展局工作人员介绍,厦门致力于打造“会展友好型城市”,建立了重大会展活动协调保障机制,强化宣传推广、展商邀约、产业对接和综合协调等支持;同时,持续优化会展营商环境,推动从“保姆式服务”向“理财式服务”升级——不仅当好“保姆”,更当好展商的“理财师”,帮助算好“投资回报账”。

不仅如此,厦门高素质高颜值的城市特质与开放包容的基因,让展会不仅是一场商贸对接,更是一次生态与人文交融的绝佳体验,让许多客商也期盼来厦参展。

随着厦门国际博览中心等新场馆的投用,形成思明区环岛路、翔安区凤翔新城、湖里区五缘湾三大会展集聚区,全市展览面积从不到20万平方米跃升至50万平方米,为超大体量展会提供空间支撑,办展办会能级大幅提升。

在软件方面,厦门在全国较早出台会展扶持政策,2023年又出台新的扶持办法,对符合条件的经贸类专业展会和消费类展会给予奖补,单个展会项目最高补助600万元,着力扶优扶强、培育品牌展会。叠加出入境便利化、签证咨询、APEC商务旅行卡推广等举措,厦门正把“会展友好型城市”的承诺细化为可感知的服务流程。

20万平方米的宏大叙事,落脚于城市发展的铿锵步履。2026中国体博会的盛装启幕,是厦门体育产业硬实力的检阅,更是建设国际会展名城道路上的步履铿锵。以产兴展、内外联动、跨界融合、环境赋能,厦门正以多维度优势构筑国际会展高地,在世界会展版图上绽放更耀眼的光芒。

### 锚定内外双循环 厦门从“卖全球”到“链全球”

本届体博会吸引了来自东南亚、欧洲、北美、中东等全球各地的采购商。在这一全球化图景中,厦门的角色不仅是“东道主”,更是国内国际双循环的“枢纽节点”。

依托“一带一路”倡议及RCEP生效机遇,厦门正加速打造新发展格局节点城市。中国体博会不仅在厦门主场链接全球,更主动“走出去”辐射东南亚。例如,2025中国国际体育用品博览会(印尼展)暨东盟体育用品博览会的成功举办,就是一

个将中国体育用品的制造与品牌优势向东盟市场深度延展的生动实践。

从厦门本地的“展商秀”“体博悦”等线上商贸平台,到“优质海外买家计划”(POB)等定制化外贸服务,厦门正结合中国体博会这一国家级平台,构建起“立足厦门、服务全国、辐射东南亚、链接全球”的体育用品贸易生态圈。

从这个意义上说,厦门不仅是产品的出口地,而且正向全球体育用品博览会要素配置中心之一迈进。

### 会商文旅体融合 共塑城市会展新生态

本届体博会期间,2026世界田联钻石联赛厦门站于5月23日在白鹭体育场开赛,明星运动员苏炳添也“空降”体博会现场,实现专业展会与顶级赛事的完美联动。

这种“展赛联动”的背后,是厦门市体育局与商务局(会展局)等部门的深度协同与机制保障。体育局抓赛事引进与全民健身普及,商务局(会展局)抓展会统筹与商贸对接,打破部门壁垒,实现

“1+1>2”的融合效应。

本届体博会上,第五届中国运动空间大会探讨体育如何融入商圈、公园、景区和社区;政府体育事业专区展示各地市体育治理新成果……

而厦门恰恰是公共服务与产业融合的最佳城市案例——以展会为牵引,将会展、商业、文化、旅游、体育五大业态深度融合,将“会商文旅体”的文章写在城市的各个角落。

### 会展+票根经济 激发城市消费新活力

会展与赛事的叠加,直观反映在城市消费的引爆上。本届体博会带来的不仅是专业观众的订单,更有数以万计参展观展人员的“吃住行游购娱”需求。

厦门巧妙依托“票根经济”,将展会流量转化为城市的消费增量。一张中国体博会的入场券、一张钻石联赛的门票,正成为解锁厦门城市消费的钥匙。通过票证联动,

参展商与观众在会后可便捷享受商圈购物折扣、景区游览优惠,直接带火了酒店、餐饮、交通与文旅商圈。

从另一个角度,健康体育经济本身也成为城市消费的新增长极——厦门本土企业如康乐佳、任和运动、凯欣达等展示的智能家用健身设备,精准切中了都市人的健康消费需求。

省级媒体 登报热线:0592-5140200

友情提示:本报提供的信息仅供参考,不构成任何投资建议,据此操作风险自担,入市需谨慎

公告

尊敬的平安产险客户:  
在中国平安财产保险股份有限公司厦门分公司投保,报案时间在2022年12月31日之前且至今仍未收到赔款的客户,请您在公告之日起30日内到我司办理索赔手续。如未前来索赔,我司将根据《保险法》等法律法规处理。后期如需理赔,请提供相关资料后向我司提出索赔。  
特此公告

Table with columns: 中国平安财产保险股份有限公司, 厦门分公司, 2026年5月23日, 报案号, 被保险人/车牌号, 保单号, 业务员. Lists various policy numbers and agent names.