

۷ سی و هفتمین شماره گزارش شاخص جهانی (بارومتر) صنعت نمایشگاهی انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی UFI - ژوئن ۲۰۲۶

گزیده خبرهای

۷ اکسپو ۲۰۲۷ بلغراد - صربستان

۷ اکسپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما - ژاپن

۷ اکسپو ۲۰۳۰ ریاض - عربستان

با استفاده از خبرنامه شماره ۳۱ ژوئیه سال ۲۰۲۶ میلادی دفتر BIE و وبسایت UFI

خبرنامه شماره ۷

۱۹ مرداد ماه - سال ۱۴۰۵

مریم محمدی

انتخاب مطلب و ترجمه:

مریم محمدی سرشت، کارشناس مسئول بازاریابی و پژوهش‌های نمایشگاهی

UFI Global Exhibition Barometer

سی و هفتمین شماره
گزارش شاخص جهانی صنعت نمایشگاهی
انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی UFI
نتیجه نظرسنجی ژوئن 2026

37TH Edition

Report based on the results of a
survey concluded in June 2026



Global



South Korea



Malaysia



Greece



Southern Africa



Mexico



Myanmar



Thailand



Australia



Argentina



Saudi Arabia



Türkiye



Brazil



Panama



Singapore



France



Italy



Indonesia



US



United Kingdom



Uruguay



Spain



Hong Kong



Asia



India



Peru



Japan



Central &
South America



Macau



Colombia



The Global
Association of the
Exhibition Industry

سی‌وهفتمین گزارش بارومتر از شرکت‌ها خواسته است سه موضوع مهم‌تر برای کسب‌وکار خود را در کوتاه‌مدت (۱۲ تا ۱۸ ماه) و میان‌مدت (۳ تا ۵ سال) از میان فهرستی از ده موضوع از پیش تعیین‌شده انتخاب کنند. صفحات پیش رو نتایج این بررسی را ارائه می‌کنند و همچنین شامل تحلیلی از روند پاسخ‌ها به پرسش مربوط به کوتاه‌مدت طی ده سال گذشته هستند؛ درحالی که پرسش مربوط به میان‌مدت سابقه زمانی کوتاه‌تری دارد.

در کوتاه‌مدت:

• مهم‌ترین و فوری‌ترین مسئله کسب‌وکار همچنان «**وضعیت اقتصاد در بازار داخلی**» است (۱۹٪ از پاسخ‌ها در سطح جهانی که نسبت به شش ماه قبل تغییری نکرده است). این موضوع در تمامی مناطق، به‌جز خاورمیانه و آفریقا و اروپا، در رتبه **نخست** قرار دارد.

• «**چالش‌های ژئوپلیتیکی**» (۱۸٪، با افزایش ۲ واحد درصدی نسبت به شش ماه قبل) در رتبه **دوم** مهم‌ترین مسائل کسب‌وکار در سطح جهانی قرار دارد و مهم‌ترین دغدغه در دو منطقه **خاورمیانه و آفریقا** (۲۴٪) و **اروپا** (۲۲٪) محسوب می‌شود.

• «**تحولات اقتصادی جهانی**» (۱۶٪ از پاسخ‌ها، بدون تغییر نسبت به شش ماه قبل) در رتبه **سوم** در سطح جهانی قرار دارد.

• پس از آن، «**چالش‌های مدیریت داخلی**» (۱۱٪، بدون تغییر)، «**رقابت در داخل صنعت نمایشگاهی**» (۱۱٪، با کاهش ۱ واحد درصدی نسبت به شش ماه قبل)، «تأثیر دیجیتالی‌شدن» (۸٪)، «**رقابت با سایر رسانه‌ها**» و «**مسائل مقرراتی/ذی‌نفعان**» (هر دو ۶٪) و در نهایت «**حفظ محیط زیست / تغییرات اقلیمی**» (۵٪) قرار دارند.

تحلیل پنج مسئله اصلی در سطح جهانی بر اساس بخش‌های مختلف صنعت، یعنی برگزارکنندگان، محل‌های برگزاری و ارائه‌دهندگان خدمات / تأمین‌کنندگان، نشان می‌دهد که برگزارکنندگان و محل‌های برگزاری در مورد مهم‌ترین مسئله اشتراک نظر دارند: «**وضعیت اقتصاد در بازار داخلی**». در مورد ارائه‌دهندگان خدمات / تأمین‌کنندگان، «**چالش‌های ژئوپلیتیکی**» مهم‌ترین مسئله است. همچنین رتبه‌بندی چهار مسئله دیگر در میان این بخش‌ها متفاوت است. نکته قابل توجه آن است که «**رقابت در داخل صنعت نمایشگاهی**» برای ارائه‌دهندگان خدمات / تأمین‌کنندگان (۱۴٪) نگرانی بیشتری نسبت به برگزارکنندگان (۹٪) و محل‌های برگزاری (۸٪) ایجاد می‌کند.

تحلیل روند مسائل اصلی کسب‌وکار در فاصله سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۶، با تجمیع فهرست قبلی در قالب شش دسته، نشان می‌دهد که سه رتبه نخست نسبت به شش ماه قبل بدون تغییر باقی مانده‌اند، اما پس از آن تغییراتی مشاهده می‌شود:

«تحوالات اقتصادی جهانی» و «وضعیت اقتصاد در بازار داخلی» در مجموع مهم‌ترین مسئله هستند و ۳۵٪ از پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده‌اند (همانند شش ماه قبل).

«چالش‌های ژئوپلیتیکی» همچنان در رتبه دوم قرار دارد و ۱۸٪ از پاسخ‌ها را شامل می‌شود (۲ واحد درصد افزایش نسبت به شش ماه قبل). «تأثیر دیجیتالی شدن» و «رقابت با سایر رسانه‌ها» در مجموع در رتبه سوم قرار دارند و ۱۴٪ از پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده‌اند (بدون تغییر نسبت به شش ماه قبل).

«چالش‌های مدیریت داخلی» اکنون در رتبه چهارم قرار دارد و ۱۱٪ از پاسخ‌ها را شامل می‌شود. «رقابت در داخل صنعت نمایشگاهی» و «حفظ محیط زیست / تغییرات اقلیمی» همراه با «سایر مسائل مرتبط با ذی‌نفعان» در رتبه‌های بعدی قرار دارند که هر کدام ۱۱٪ از پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

در میان مدت:

تفاوت‌های قابل توجهی میان رتبه‌بندی مهم‌ترین مسائل در کوتاه‌مدت و میان مدت وجود دارد:

• سه مسئله اصلی همچنان همان موارد هستند، اما ترتیب آن‌ها تغییر کرده است. «تحوالات اقتصادی جهانی» با ۱۸٪ از پاسخ‌ها به مهم‌ترین مسئله در میان مدت تبدیل شده است (در حالی که در کوتاه‌مدت با ۱۶٪ در رتبه سوم قرار داشت). پس از آن «چالش‌های ژئوپلیتیکی» با ۱۵٪ قرار دارد (در کوتاه‌مدت رتبه دوم را با ۱۸٪ به خود اختصاص داده بود) و «وضعیت اقتصاد در بازار داخلی» با ۱۳٪ در رتبه سوم قرار می‌گیرد (در کوتاه‌مدت رتبه نخست را با ۱۹٪ داشت).

• سایر مسائل به این ترتیب رتبه‌بندی شده‌اند: «رقابت در داخل صنعت نمایشگاهی» (۱۱٪)، «تأثیر دیجیتالی شدن» و «حفظ محیط زیست / تغییرات اقلیمی» (هر دو ۱۰٪)، «چالش‌های مدیریت داخلی» (۸٪)، و «رقابت با سایر رسانه‌ها» و «مسائل مقرراتی/ذی‌نفعان» (هر دو ۷٪).

نتایج تفصیلی تفاوت‌هایی را میان کشورها نشان می‌دهد؛ به گونه‌ای که برخی چالش‌های خاص میان مدت در بعضی مناطق و کشورها برجسته‌تر هستند:

تحولات اقتصادی جهانی: یونان ۳۰٪.

چالش‌های ژئوپلیتیکی: امارات متحده عربی (۲۹٪)، فرانسه (۲۴٪)، آلمان ۲۲٪.

وضعیت اقتصاد در بازار داخلی: استرالیا ۲۱٪، بریتانیا (۱۹٪)، چین ۱۸٪.

رقابت در داخل صنعت نمایشگاهی: برزیل (۲۰٪)، آفریقای جنوبی (۲۰٪) و امارات متحده عربی ۱۷٪.

تأثیر دیجیتالی‌شدن: تایلند (۱۷٪) و مالزی ۱۵٪.

حفظ محیط زیست / تغییرات اقلیمی: هند (۱۶٪)، مکزیک (۱۵٪) و ترکیه ۱۴٪.

چالش‌های مدیریت داخلی: آرژانتین (۱۴٪)، برزیل (۱۳٪)، یونان ۱۳٪.

رقابت با سایر رسانه‌ها: مکزیک (۱۵٪) و اسپانیا ۱۳٪.

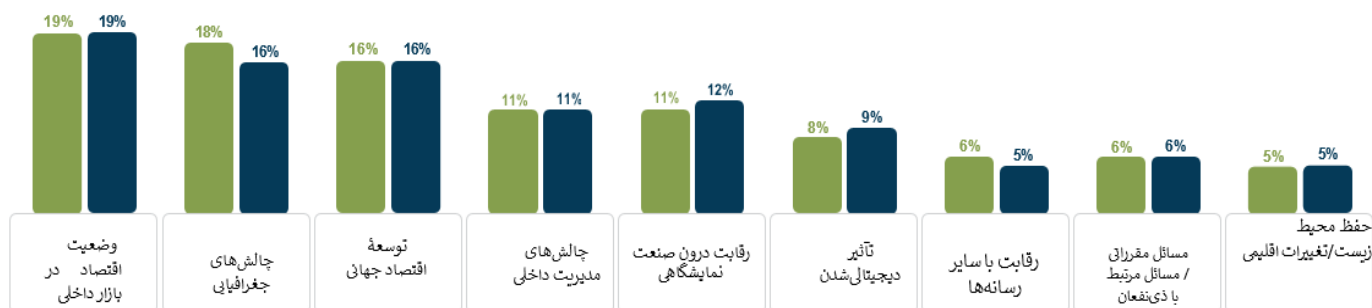
مسائل مقرراتی / ذی‌نفعان: کلمبیا (۱۶٪)، عربستان سعودی (۱۵٪)، آرژانتین (۱۴٪)، اسپانیا (۱۳٪) و مکزیک ۱۳٪.

تحلیل پنج مسئله اصلی در سطح جهانی بر اساس بخش‌های مختلف صنعت، یعنی برگزارکنندگان، محل‌های برگزاری و ارائه‌دهندگان خدمات / تأمین‌کنندگان، نشان می‌دهد که هر سه گروه درمورد مهم‌ترین مسئله میان مدت اتفاق نظر دارند: “تحولات اقتصادی جهانی.” با این حال، محل‌های برگزاری درمورد اولویت دوم بادو بخش دیگر تفاوت دارند. برای این گروه، «رقابت در داخل صنعت نمایشگاهی» در رتبه دوم قرار دارد؛ موضوعی که در میان مسائل اصلی برگزارکنندگان یا ارائه‌دهندگان خدمات / تأمین‌کنندگان دیده نمی‌شود.

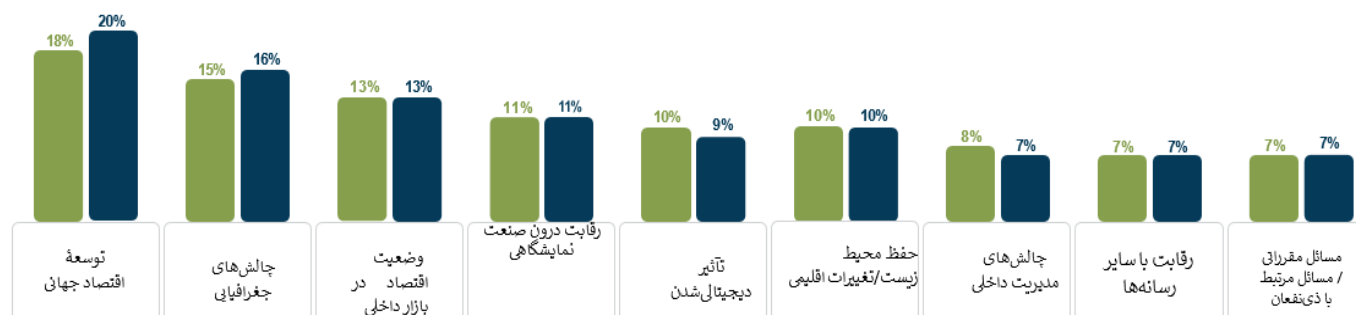
(ماه 12-18) کوتاه مدت

June 2026 – نتایج نظرسنجی فعلی

December 2025 – نتایج نظرسنجی قبلی



(سال 3-5) میان مدت



مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها

اخبار اکسپو ۲۰۲۷ میلادی بلغراد - صربستان



اکسپو ۲۰۲۷ بلغراد



۳۱ ژوئیه ۲۰۲۶

۹۳ روز شطرنج در اکسپو بلغراد

به مناسبت روز جهانی شطرنج، برگزارکنندگان اکسپو ۲۰۲۷ بلغراد اعلام کردند که شطرنج جایگاه ویژه‌ای در برنامه‌های این رویداد خواهد داشت؛ به این ترتیب که مسابقات و فعالیت‌های مرتبط با آن در تمام ۹۳ روز دوره اکسپو برگزار می‌شود. بازدیدکنندگان به کمک مسابقات شطرنج و برنامه‌های جانبی آن، تجربه می‌کنند که چگونه این بازی می‌تواند گفت‌وگو، همکاری و تعامل میان افراد را تقویت کند؛ رویکردی که با شعار اصلی اکسپو، «بازی برای بشریت» همسو است.

اکسیو ۲۰۲۷ بلگراد



کمتر از ۳۰۰ روز تا آغاز اکسیو ۲۰۲۷ بلگراد

با ثبت شمارش معکوس ۳۰۰ روز مانده تا آغاز اکسیو ۲۰۲۷ بلگراد در ۱۹ ژوئیه، روند آماده‌سازی این رویداد وارد مرحله‌ای مهم شده است. به مناسبت این نقطه عطف، برگزارکننده اکسیو **کاروانی سیار را راه‌اندازی کرده است تا با سفر به شهرهای مختلف صربستان، شهروندان را با پیام، اهداف و موضوعات اصلی اکسیو ۲۰۲۷ بلگراد آشنا کند.**

اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد



درخواست‌های داوطلبان از بیش از ۶۰ کشور

برگزارکنندهٔ اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد اعلام کرده است از میان بیش از ۷۴۰۰ درخواست ثبت‌شده تاکنون برای پیوستن به برنامه داوطلبان این رویداد، بیش از ۱۰۰۰ درخواست متعلق به افرادی است که خارج از صربستان زندگی می‌کنند. بر اساس این آمار، کشورهایی که بیشترین تعداد متقاضیان برای پیوستن به *Expo Playmakers* داوطلبان اکسپو را داشته‌اند، عبارت‌اند از روسیه، بوسنی و هرزگوین، آلمان، ایتالیا و ژاپن.

اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد



حضور سرن CERN در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد قطعی شد

«سازمان اروپایی پژوهش‌های هسته‌ای» CERN مشارکت خود را در اکسپو تخصصی ۲۰۲۷ بلگراد رسماً تأیید کرده است. این سازمان در اکسپو، تازه‌ترین دستاوردها و پژوهش‌های علمی خود را به نمایش خواهد گذاشت. همچنین، این نمایشگاه (پایون) پس از پایان اکسپو به دیگر کشورهای عضو سرن منتقل می‌شود تا در آن کشورها نیز به نمایش گذاشته شود.

اخبار اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ میلادی یوکوهاما-ژاپن



EXPO
2027
YOKOHAMA JAPAN

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



• آغاز رزرو ورود و خدمات حمل و نقل اکسپو ۲۰۲۷ یوکوهاما

• رزرو ورود به نمایشگاه، اتوبوس‌های شاتل و پارکینگ خودرو برای اکسپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما از ۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶ و از طریق وبسایت رسمی این رویداد آغاز خواهد شد؛ یعنی شش ماه پیش از افتتاح اکسپو. این سامانه رزرو پیشاپیش با هدف کاهش ترافیک، مدیریت ازدحام جمعیت و تسهیل دسترسی بازدیدکنندگان به محل برگزاری نمایشگاه طراحی شده است.

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



پاویون ویتنام با تمرکز بر حفظ محیط زیست و نوآوری در اکسپو یوکوهاما

ویتنام در اکسپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما چشم‌انداز خود را از کشوری سبز، دوستدار محیط زیست و نوآور به نمایش خواهد گذاشت. در پاویون این کشور، محصولات کشاورزی، صنایع دستی سنتی و ابتکارات مرتبط با اقتصاد چرخشی معرفی خواهند شد. همچنین، اجرای برنامه‌های حضور ویتنام در این رویداد با مشارکت وزارتخانه‌ها، بخش‌های مختلف دولتی و نهادهای مرتبط انجام خواهد شد.

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



• بریتانیا حضور خود را در اکسپو باغبانی یوکوهاما تأیید کرد

• انگلستان با امضای توافق نامه مشارکت، حضور رسمی خود را در اکسپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما قطعی کرد. پاریون بریتانیا با تمرکز بر ساخت آینده‌ای دوستدار محیط زیست، فرهنگ باغ‌سازی این کشور را در کنار فناوری‌های نوین برای احیای اکوسیستم‌ها و نوآوری‌های زیست‌محیطی به نمایش خواهد گذاشت.

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



• حمایت از دسترس‌پذیری با برنامه «*Let's Expo*»

• پس از موفقیت اجرای این طرح در اکسپو ۲۰۲۵ اوساكا-کانسای، برنامه *Let's Expo* بار دیگر در اکسپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما اجرا خواهد شد. هدف از این برنامه این است که افراد با هر سن و توانایی بتوانند از اکسپو بازدید کنند. بازدیدهای همراه با راهنما و تورهای آنلاین این امکان را فراهم می‌سازد.

اکسپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



• انتشار تمبرهای یادبود ویژه اکسپو ۲۰۲۷ یوکوهاما

- شرکت پست ژاپن به مناسبت اکسپو ۲۰۲۷ یوکوهاما مجموعه‌ای از تمبرهای یادبود، به تعداد محدود، منتشر کرده است. این مجموعه شامل نشان (لوگو) اکسپو و شخصیت نمادین رسمی آن، «تونکو-تونکو» (*Tunku-Tunku*) است. بخشی از بهای هر تمبر به عنوان کمک مالی برای حمایت از آماده‌سازی و برگزاری اکسپو ۲۰۲۷ یوکوهاما اختصاص می‌یابد. این تمبرها تا ۲۱ ژوئیه ۲۰۲۶ در دسترس خواهند بود.

اکسپو ۲۰۳۰ میلادی ریاض – عربستان سعودی



اکسپو ۲۰۳۰ ریاض



پیشرفت فرایندهای مناقصه برای بسته‌های عمرانی اکسپو

شرکت اکسپو ۲۰۳۰ ریاض فرایند تدارکات و مناقصه دو بسته مهم اجرایی را برای ساخت و تکمیل محل برگزاری اکسپو پیش برده است. برای اجرای عملیات اولیه و زیرسازی پنج بخش از سایت اکسپو و نیز ساخت **برج نمادین اکسپو Expo Icon**؛ برجی که به عنوان دروازه شاخص و نماد اصلی اکسپو ۲۰۳۰ ریاض طراحی شده است، شرکت‌هایی اعلام آمادگی کرده‌اند.



✓ از توجه مخاطبین محترم به مطالب ارائه شده در این مجموعه متشکریم