



会展业已成为服务民生、扶贫就业新动力

今年3月,记者应邀去四川成都逛了西博城的糖酒会,深感逛展会在当地已经深入普通市民生活,成为一项日常生活爱好。市民李先生带着一家三口逛展。他对记者说,“今天是周六,大人小孩儿都有时间,我们就带着孩子去凑个热闹。”“糖酒会每年都办,展品来自全球各地。老话说‘民以食为天’,糖酒业中蕴藏着丰富的地理环境、历史文化背景。今年糖酒会有40多个国家地区参展,我们带着孩子让他感受一下,长长见识。”事实上,每年在成都举行的国际化展会还有很多。对此,李先生表示,“我一直是个‘展会迷’,有空的时候我都会去逛一逛。这么多年逛下来,不得不说,成都现在举办的展会类型越来越丰富、规模越来越大、国际范儿越来越足。但是无论展会规模如何大,服务都会很贴心,在成都逛展会是一件很愉悦的事情。”



据不完全统计,今年糖酒会接待观众超过40万人次,加上参展商人数,意味着平均每天都有超过10万人次穿梭于西博城。闭幕后,参展企业对交易秩序和参展效果给予好评。本届糖

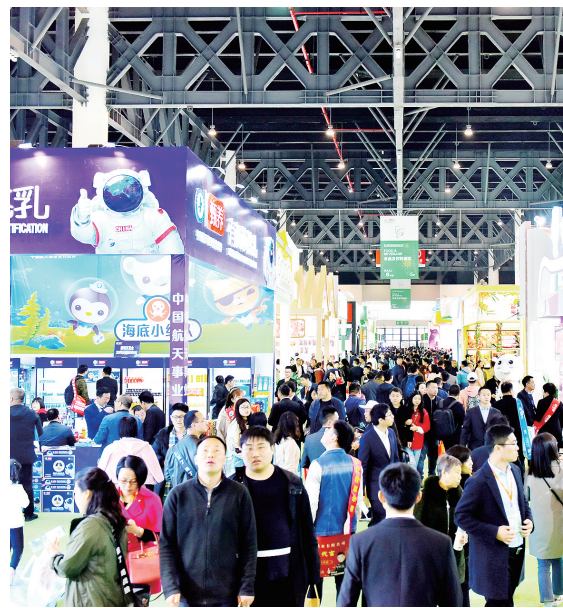
酒会展面积达52万平方米,共吸引超过12000家海内外企业参展,商品来自40多个国家和地区,同期还举办了14场主题鲜明、内容丰富的配套活动。据市统计局专题调查报告,本届

1 服务利民生发展“新杠杆”

糖酒会拉动成都服务业增收约27.5亿元,再创历史新高。按行业类别分,拉动会展业9.9亿元,商贸零售业2.3亿元,住宿业3.4亿元,广告业2.5亿元,交通运输业2.7亿元,餐饮业3亿元,娱乐业0.6亿元,其他服务业3.1亿元。糖酒会期间,成都市区人民北路、人民南路以及天府大道沿线酒店客商云集,带动酒店增收显著。

在市场风浪中,成都会展业不但自身“强筋壮骨”,而且带动了地方经济,成为经济发展的新引擎、助推器。糖酒会、美博会、农博会、茶博会等接连在蓉举办,会展之都吸引了国际国内的目光。在这些亮点纷呈的会展活动中,我们不仅感受到了生产

商、采购商的信心,更看到了成都会展业的转型升级:成都会展行业不再只是单纯地展示成果、推广理念和扩大影响,而是连接起产销链条,以展促销、以销促产、以产促业,会展与城市主导产业一体化发展格局初现。数据显示,2019年一季度:成都共举办重大展会活动176个、同比增长24.8%,国际性展会活动35个、同比增长15%,展出总面积191万平方米、同比增长21.8%,会展总收入231.2亿元、同比增长23.5%,其中直接收入21.6亿元、同比增长23.6%,拉动收入209.6亿元、同比增长23.4%,参展参会参展人数1892.5万人次、同比增长10.9%。



2 提升竞争力城市“新名片”

在走向国际化的道路上,成都这座城市的发展“光环”,也给成都市的一些企业带来收益,这都得益于国家“一带一路”倡议的提出和实行,成都作为“一带一路”重要的一个节点,与世界的物理、心理距离都在拉近。“尤其是这几年,成都国际直飞航线的开通,对于企业来说是利好消息。”

2018年11月2日,2018中国城市会展业竞争力指数发布,上海、北京、广州、成都、深圳、杭州等城市入选2017年度“中国最具竞争力会展城市”。成都连续两年排名全国第四、中西部第一。这是中国会展经济研究会连续三年在成都面向全国发布的国内城市会展业竞争力指数。2017年度“中国最具竞争力会展城市”前五名分别为上海、北京、广州、成都、深圳。从连续三年的中国城市会展业竞争力指数分析,无论是直辖市及副省级城市,还是排名前列的省会城市及地级市,大部分城市整体会展竞争力指数都呈现逐年上升的趋势,成都连续两年排名全国第四、中西部第一,主要在会展业的专业指标中表现较为均衡,尤其在会议国际化合作指标方面在全国表现抢眼。

会展业高速发展已经成为成都市发展标志名片。随着会展业转型升级迈入高速发展期,成都这座城市正在加快“国际会展之都”建设。事实上,会展业已成为成都构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台。而建设“国际会展之都”,对标国际水平,要求展会具有国际化的品质。这不仅需要引进具有一定国际知名度的展会,更需要与国际知名的会展机构合作,在会展服务、标准衔接、人才引进等方面拥有国际一流水准。国际资源注入成都会展业,将这一经济发展平台的国际吸引力不断放大,以“国际”为名,会展业愈发成为成都对外交往的重要平台。



近一年来,成都密集举行近700场重大会展活动,软洽会、糖酒会、家具展等展会活动,无一不吸引着国内外大批权威媒体的关注,“成都”作为活动关键词,曝光率大幅提升,给民生大众又多了一项福利,仅2018年展会带动临时就业岗位约5753个,同比增长16%。打造具有国际影响力的“成都服务”,既考验城市的接待能力,也使得城市管理水平快速提升。城市功能的大幅提升,让城市活力得

以迸发。随着国内外知名展商和会议组织者开始将目光转向中西部地区,成都凭借在市场辐射能力、航空条件、会展环境、旅游资源、城市魅力等方面的优势,在中西部城市承接国内外重大展会中取得了领先发展的态势,已成为国内外重大会展活动在中西部布局的首选城市。

近年来,成都会展业充分发挥部门资源优势,创新打造“会展扶贫”模式,依托成都国际都市现代农业博览

2 促就业利器扶贫“新平台”

会、中国(四川)新春年货购物节等涉农展会,拓宽农产品市场,助力脱贫攻坚工作。今年年初,第23届中国(四川)新春年货购物节采取三地联动办展模式,分别在成都、重庆、贵阳成功举办,是目前我国规模大、幅射面广,参加国家和地区多的新春购物盛会。三地总布展面积达11万平方米,成都主会场布展面积达8万平方米,全球近40个国家和地区及全国30余个省市,2200余家中外企业参展,约135万人次到场购物,据不完全统计,三地年货节共实现合同销售和零售额33亿元。本届年货节有近120家来自乌蒙山片区、大小凉山彝区、秦巴山片区、高原藏区等贫困地区和革命老区的企业参展,成功举办了以“买川货、助脱贫”为主题的三州扶贫产品推介会暨“我为扶贫产品代言”活动。

在展位安排、展场布局、展位价格等方面给予贫困地区最大照顾和精心安排,助力贫困地区招商引资,帮助农民增收,让精准脱贫更有效。4月第七届成都农博会特别搭建精准扶贫·精

准脱贫成果展示和对接宣传服务平台,聚焦简阳市脱贫攻坚和支援甘孜、阿坝藏区精准扶贫成果。成都也借展会平台,发挥“主干”作用,提握了区域农业的发展势头,将四川省委“一干多支、五区协同”的区域发展新格局战略部署落到了实处。甘孜州、阿坝州的18个县(市)以及简阳市、凉山品源公司组团将“三州特色农产品推介会”办得热热闹闹,小金苹果、会理石榴、雷波脐橙……这些来自“三州”的特色农产品成为本届成都农博会上的一道靓丽的风景线。以活动为契机,进一步加强区域对接合作,全力帮助“三州”育强特色农牧产业,打造知名品牌,拓宽销售渠道,切实带动藏区彝族实现农业增效、农民增收和持续发展。同时,加强会展与产业一体化发展,依托重大展会开展投资促进工作,中国天府农业博览园等功能区也积极参与农博会,企业通过抱团组展、特装亮相等方式,集中展示其绿色生态有机食品和农副土特产品,大大提高了企业和产品的知名度,扩大了产品销售。