



编者按：成都确立打造国际会展名城目标以来，其会展市场受到越来越多国际大型会展组织方的青睐。仅2016年，就有2016年第三次G20财长和央行行长会议、第二十二届世界航线发展大会、国际行政科学学会暨国际行政院校联合会2016年联合大会等国际会议相继在成都举办。可以说，成都会展业正朝着国际化的方向前行，这将有利于促进成都国家中心城市建设。

蓉城焕发国际会展名城活力



2016年，成都在中国城市会展业竞争力排行中名列中西部首位，成都会展综合竞争力持续增强。

据记者了解，2016年，成都会展业直接收入83.1亿元，会展业总收入830.8亿元，举办大型会展活动539个，展览面积达344.1万平方米。

据成都市统计，2016年，成都举办国际性展会活动130个，占比24.1%，同比提高5.1个百分点。其

中，国际性展览面积189.1万平方米，占展览总面积的比例达55%。

尤其是随着G20财长和央行行长会议、财富全球论坛、世界华商大会、成都全球创新创业交易会、中国西部国际博览会、全国糖酒商品交易会、中国—东盟投资贸易科技合作洽谈会、世界航线发展大会、世界生物材料大会等大型活动的举办，成都的国际影响力和美誉度进一步提升。

西部会展“蓝海”

2016年11月，英富曼会展集团注资并购成都美博会，联合成立成都首家中外合资展览公司，成为成都首例会展并购项目，也是西部第一家获境外资本注资的民营会展企业。

近年来，随着国药励展集团、英国博闻集团(UBM)、意大利罗马展览公司、英国好博塔斯展览有限公司先后与成都签订战略合作谅解备忘录，成都成为国际展览集团看好的展览市场。与此同时，法兰克福展览(上海)有限公司、科隆展览(中国)有限公司、汉诺威米兰展览(中国)有限公司分别将其国际汽车配件及售后服务展览会、中国国际西部五金展、电子生产设备与技术展览会等项目相继落户成都。此外，励展华博展览(深圳)有限公司、上海博华国际展览有限公司也分别将其礼品及家居用品展览会和酒店用品博览会落户成都。

由此不难看出，成都正成为国际展览集团在中国一线城市布局之后，倾力挖掘的又一个展览“宝地”。

本土品牌崛起

据了解，目前，成都国际都市现

代农业博览会正在申请国际展览业协会(UFI)认证。此前，中国(西部)国际口腔设备与材料展览会已通过UFI认证，该展会不仅是国内首个被UFI认证的口腔行业展会，而且是四川首个被认证的展览项目。

在部分本土展览项目申请UFI认证的同时，成都国际汽车展览会、春季全国糖酒商品交易会等本土品牌展会的境外参展商和参展企业的数量日益增多，国际化展区面积不断扩大，境外观众和嘉宾人数明显增多，展会国际参与程度显著提升。据统计显示，2016年，成都举办展览规模超过10万平方米的展会4个，处于中西部首位、全国领先地位。

2016年10月，在中国会展经济研究会发布的全国城市会展业竞争力指数排行榜中，成都排名中西部城市第一、副省级城市第三。2016年，成都先后荣获“中国最具竞争力会展城市”“中国会展名城”“中国最具创新力国际会展城市”“2016年中国十佳品牌会展城市”等称号。

创新目标再提升

记者从成都市博览局了解到，为增加UFI认证的展览项目和

国际大会及会议协会(ICCA)认证的国际会议数量，成都除引进一批具有国际影响力的会展项目外，还加大培育国际性会展活动的力度。

资料显示，2015年之前，成都通过ICCA认证的国际会议15个，但UFI认证展览项目仍是空白。这在一定程度表明，会展活动的国际参展商、境外观众的比例相对较低。按照国际惯例，国际性展览项目境外参展商的展览面积需超过30%，境外观众的比例应超过10%。而成都境外参展商比例相对较低，境外观众比例不足4%，这与成都提出的建设国际会展名城的目标不相匹配。

成都市博览局提出，成都不仅要加快场馆设施建设，以适应日益增长的大型展会活动需要，同时还需进一步建立健全会展相关法规制度，提升会展服务理念、服务管理水平、服务水平并逐步与国际接轨，以便吸引国际知名会展机构和企业落户成都，推动成都本土会展企业提高国际化办展理念和管理水平，构成成都多元化、国际化的会展市场主体。

2016成都会展大事记

2016中国·成都 全球创新创业交易会

2016年6月24日至26日，2016创交会在成都新世纪会展中心举办。本届创交会再创新高，项目数量超过3000个，交易额突破185.16亿元。创交会被打造成国际化、国家级、永久性的创新创业年度盛会。

2016年第三次G20 财长和央行行长会议

2016年7月23日至24日，2016年第三次G20财长和央行行长会议在成都举行。这是此项全球财经盛会诞生17年来首度移师我国中西部城市举办，而17年前还被视作欠发达地区的四川省，如今正以大踏步姿态走向世界经济的“聚光灯”下。

第十六届 中国西部国际博览会

2016年11月3日至14日，以“中国西部·世界机遇”为主题的第十六届中国西部国际博览会在蓉举行。西博会期间，举办各类投资促进与贸易合作活动75项，签约投资合作项目1008个，总投资额7876.85亿元。

2016年3月，西博会被纳入国家“一带一路”战略政府白皮书，成为推动“一带一路”建设的重要平台。

第二十二届世界航线发展大会

2016年9月24日至27日，第二十二届世界航线发展大会在成都世纪城国际会议中心举行，来自全球的各级政府机构、国际组织、航空公司、机场、旅游机构等约3500名代表参会，会议规模创历届之最。成都是继2009年北京之后，中国内地第二个举办世航会的城市。

跻身“中国最具竞争力会展城市”前五强

2016年10月21日，中国会展经济研究会在成都发布了2015年度中国城市会展业竞争力指数，首次面向全国发布“中国最具竞争力会展城市”排行榜，北京、上海、广州、深圳、成都位列前五。

据介绍，该指数由国内20余位权威专家带领团队，经两年时间研究论证后形成。相关指数体系主要由会展城市竞争力、整体环境竞争力等四类核心要素组成，共设数十项指标，突出会展城市核心竞争要素比较。

“136”会展业行动计划

成都市委十二届八次全会召开后，成都市博览局迅速召开党组中心组(扩大)会，确定了“一个目标、三大路径、六大行动”的“136”会展业行动计划。即一个目标：建设国际会展名城。三大路径：创新创业市场运作、专业导向品牌引领、全域开放国际发展。六大行动：实施优化发展空间布局行动，提升全域会展功能；实施优化会展配套设施行动，提升会展服务水平；实施巩固“三个一批”项目行动，提升品牌国际影响；实施培育会展竞争行动，提升会展发展基础；实施促进产业融合发展行动，提升会展平台效应；实施双向开放交流合作行动，提升会展国际水平。

通过UFI认证

2016年，中国(西部)国际口腔设备与材料展览会通过了国际展览业协会(UFI)认证，是国内唯一通过此项认证的口腔展会，也是四川省第一个通过UFI认证的展览会。

英富曼会展集团 注资并购成都美博会

2016年10月20日，英富曼会展集团与中国美容博览会组委会携手，注资并购成都美博会，成为中国美容行业及会展业一大焦点。通过此次强强联手，作为西部美容行业第一大展的成都美博会将更加国际化，并正式成为英富曼集团美容系列展之一。

2017年成都会展业确定“136”行动计划

“国际会展名城”建设提速

2017年，成都会展业确定的“一个目标、三大路径、六大行动”的“136”行动计划公布以来，引发各界广泛关注。

记者从成都市博览局了解到，依托成都建设国家中心城市及西部经济中心、科技中心、文创中心、对外交往中心和西部综合交通枢纽的优势，以策划、引进、移植、定点、培育、升级为主要形式，逐步建立以国际性会展品牌项目为龙头、以国家级和区域性会展品牌项目为主体、以地方性会展品牌项目为补充的会展项目品牌体系，打造国际会议目的地、国际展览品牌集聚地和中国休闲节庆首选地。也就是说，成都要向建设国际会展名城这一目标迈进。

千场活动

根据成都会展业发展计划，2017年，成都举办各类会展活动将

超过1000个。其中，重大会展活动超过590个，展览面积330万平方米，总收入约894亿元，同比增长12.8%；计划会展业直接收入93亿元，同比增长12%；计划综合拉动收入约801亿元，同比增长13%。

按照上述发展计划，2017年，继西部口腔展通过国际展览业协会(UFI)认证之后，将再有1个展览项目申请UFI认证，1个会议项目申请国际大会及会议协会(ICCA)认证。

与此同时，成都将进一步加大本土会展企业的培育，争取1家企业的年营业收入超过1亿元。鼓励和推动本土会展企业与境外展览集团成立合资公司并落户成都。

发展路径

据介绍，为实现目标，2017年，成都会展业将通过三大路径进行

创新和转型。

一是创新创业市场运作。坚持市场导向，充分发挥企业主体作用和市场配置资源优势，积极调动企业举办会展活动的积极性，加快推进会展业市场化进程。

二是专业导向品牌引领。提高会展企业的专业化运作水平，提升会展人才的专业化服务能力，以会展专业化推动会展品牌化和国际化。通过2017中国·成都全球创新创业交易会、联合国世界旅游组织第22届全体大会等国际品牌展会，提升成都市会展产业品牌化、专业化、国际化进程。

三是全域开放国际发展。发挥成都“一带一路”重要节点的优势，坚持“走出去”与“引进来”双向开放，引资与引智并举，从会展项目、会展企业、会展场馆、会展人才、交流合作等方



面，全方位提升国际化水平，抢抓会展西移机遇，积极发挥成都“一带一路”重要节点城市作用，加强国际交流与合作，提升成都会展业国际化水平。

付诸行动

为实现国际会展名城这一目标，成都市博览局制定了具体的实施计划。第一，优化发展空间布局行动，提升全域会展功能。第二，优化会展配套设施，提升会展服务水平。第三，实施巩固“三个一批”项目行动，提升品牌国际影响。第

四，培育会展竞争优势行动，提升会展发展基础。第五，实施促进产业融合发展行动，提升会展平台效应。第六，推进双向开放交流合作行动，提升会展国际水平。

其中，在拓展对外交流渠道时，成都提出，要充分利用中国贸促会、中国国际商会驻外代表机构、成都市对德及对美合作平台，借助“一带一路”建设机遇，帮助成都企业“走出去”，今年重点出境参加2017匈牙利农业展、德国科隆游戏展、欧洲生物制药大会等。

2017，成都会展业借势转身



进入2017年，成都会展业迈入一城两馆(即成都世纪城新国际会展中心和新近建成的中国西部国际展览中心)时代。

合理引导 完善配套

据介绍，在展馆设施方面，成都将促进西部展览中心和新会展中心融合发展。根据西部展览中心规模大的特点，引导其侧重于国际国内特大型展会、综合性展会；

成都新会展中心侧重于举办消费类中小型特色展会及部分国际性会展活动。

为此，成都将加快建设中国西部国际展览中心周边配套，以适应举办大型会展活动的需求。据悉，当现有场馆配套设施完善后，成都将进一步优化展览、会议、文创、商贸等平台的功能。

同时，成都市政府将针对会展业开通政务服务“绿色通道”，

建立标准化的服务流程，提高举办展会的便利性。建立完善的标准化会展通关模式，分类制定标准化的展品监管方案，提高展品出入境通关效率。完善电子自助咨询设备和人工咨询台，以提供多语种咨询服务。提高场馆网络质量，消除馆内的通信盲点，确保通信信号的稳定，实现场馆通信、WiFi全覆盖，并建立应急通信处理机制。

此外，成都还将对展馆周边的酒店宾馆、餐饮、办公、娱乐、停车场、公共交通、医疗保障、安全防护、海关监管等方面进行布局，以提升成都会展场馆的承载能力。

培育会展业竞争优势

“支持会展旅游集团、成都新东方展览公司等本地龙头企业通过参股控股、兼并收购等形式推进企业改进运营模式，实现领先发展、带动发展。”成都有关方面负责人表示，在培育市场竞争主体方面，成都加大扶持中小企业走“小而专、小而精、小而优、小而特”的

专业化发展之路，形成专业化程度较高的专业展览组织者、专业会议组织者以及目的地管理公司。

与此同时，鼓励和支持本土会展企业与英国、德国、意大利、新加坡等国的知名会展机构建立战略合作关系，深入开展全方位合作。此外，还将进一步吸引国内外知名会展企业，通过项目合作等方式进入成都会展市场，进而提高成都会展业国际化和专业化水平。

更为紧迫的是，建立会展专业人才引入机制，协同会展主体企业在全域范围内引进会展策划师、会展营销和管理人才、高级翻译人才等核心人才。在这个过程中，还需邀请国家部委相关机构，市纪检、法制、财政等市级部门和知名会展组展机构专家讲课，提高干部队伍的政策理论水平和综合素质。

提升会展平台效应

据了解，成都将以全域成都的理念，按照“一区一节会”和精品化原则，依托区(市)县优势产业举办各类品牌特色节庆活动，加强对区

(市)县重点会展活动的指导，打造多个区域特色会展功能点。发挥产业互动、差异化整合的会展链条效应，发展特色会议、特色节庆、专业赛事等会展项目，形成成都特色会展服务功能区。

成都会展业“六大行动”提出，延伸会展产业链，重点围绕会展项目策划、市场营销、广告宣传、搭建装饰、仓储运输、软件开发，延伸发展配套服务业，形成会展产业与交通运输、通信、旅游、餐饮、住宿、广告、印刷、装饰、教育、科研等相关行业互动发展的产业链，为会展产业提供多形式、全方位的服务，同时拉动新兴消费，推动服务业提质增效。

重要的是，支持会展业与三次产业融合发展，重点围绕主导产业和四川省五大高端成长型产业、五大先导新兴产业和成都市六大战略性新兴产业搭建会展平台，特别是在引进和举办工业类展会上下功夫，加快推动产业向集群化、高端化迈进。

本版撰文 本报记者 兰馨