中国文交会：背靠“小商品之都” 推动中国文化走出去

■ 本报记者 胡心媛

壮阔东方潮 奋进新时代
庆祝改革开放40周年

今年4月，由国家文化和旅游部、中国贸促会、浙江省人民政府共同主办的第13届中国（义乌）文化产品交易会（以下简称中国文交会）在义乌国际博览中心举办。作为中国文体行业唯一外贸主导型的国家级展会，中国文交会一直致力于搭建全球化的文化贸易舞台。

近年来，中国文交会积极探索“一带一路”倡议下的文化融合、传承与创新，打造“一带一路”上触手可及的贸易和艺术想象空间。

本届中国文交会以融合创新为主题，吸引了来自俄罗斯、法国、澳大利亚、意大利、南非等众多“一带一路”沿线国家和地区的企业参展。

搭建“一带一路”文化交流大平台

作为知名的“小商品之都”，义乌拥有全球闻名的小商品市场。目前，义乌已经开通多条“义新欧”中欧班列。义乌今年第一季度对“一带一路”沿线国家和地区出口额达300.1亿元。其中，“义新欧”中欧班列集装箱4280标箱，同比增长97.2%。“一带一路”沿线国家和地区已成为义乌小商品主要出口目的地。

如今，越来越多的文化产品充实义乌的小商品市场。中国文交会已成为“一带一路”倡议下文化融合、传承与创新的重要平台。

“中国的木雕文化博大精深，我需要好好学习。”法国小伙布伊苏（Bouissou）带着自己的木雕作品《孙悟空》来到中国文交会国际木雕艺术展。布伊苏来中国6年了，目前在东阳学习木雕，喜欢将西方元素融入中国木雕，其作品参加过多个国内外艺术展览。

除了木雕艺术，来自“一带一路”沿线国家和地区的精品油画也在中国文交会上精彩呈现。在“一带一路”国际艺术展区，俄罗斯、乌克兰、西班牙、波兰和中国等5个国家的多位写实主义油画大师的30余幅优秀作品集中亮相，呈现“一带一路”艺术盛宴。“这些作品非常难得，我们小时候学画画的时候，只有在教科书上能看到。”该展区负责人陈建锋说。

新蜕变亮出好成绩

改革开放以来，义乌坚持和深化“兴商建市”发展战略，走出了一条富有自身特色的科学发展之路。义乌被列为全国18个改革开放典型地区之一，2011年国务院批复义乌设立为国际贸易综合改革试点总体方案，是浙江省第一个国家级综合改革试点，也是我国第10个综合配套改革试验区。

依托市场优势，义乌会展经济发展迅猛，被誉为“中国最具潜力的会展城市”。

中国文交会的前身是中国（义乌）文化产品交易会博览会（即义乌文博会），始于2006年，在2010年时升格为国家级展会。经过多年的发展，中国文交会搭建起了文化产品交易（出口）、文化产业展示、文化信息交流、文化项目合作的重要平台，被列入文化部“十二五”期间重点扶持的品牌展会之一。自第9届起，义乌文博会新增中国贸促会为主办单位之一，并正式更名为中国（义乌）文化产品交易会。

据了解，自2014年文化部以其为试点主导实施文化产业展会转型升级以来，中国文交会已经在这条道路上探索了5年。

令人欣喜的是，义乌人曾经靠敢为天下先的创新勇气和“鸡毛换糖”的苦干精神，使小城义乌在改革开放40年的风云大潮中发出了时代最强音。今天，也正是同样不惧困难前行的勇气和精神让他们不断助推中国文交会的转型升级。

5年来，中国文交会以转型升级作为创新发展的牵引和动力，按照“市场化、专业化、国际化”的办展主轴，围绕文化产业“六新”概念（新概念、新工艺、新技术、新设计、新产品、新业态），不断探索和突破，实现了从单一展会向综合平台的跨越式提升。同时也以更清晰的定位、思路和更突出的实效，成为我国文化产业展会格局中一个不可或缺的重要成员。

背靠义乌强大的实体经济，中国文交会近年来频频交出亮丽的成绩单：截至2016年底，中国文交会累计交易额超过382.16亿元，累计外贸出口额超过234.07亿元，累计参会专业采购商超过90万人次。这一笔笔的交易，凸显出中国文交会在文化产业国际化、专业化和市场化方面的独一无二价值，也是中国文交会与大时代同呼吸共命运、勇于自我蜕变所带来的成果。

业内人士表示，中国文交会正如一个窗口，让人们看到文化正以其强大的溢出能力渗透到各个产业空间，不断赋能并催生奇妙的“化学反应”，也让人们看到中华优秀传统文化逐渐拥有更多的传承载体。

●会展传真

贵阳开办会展实操培训班

本报讯 近日，会展实操培训班在贵阳大数据教育实训基地开班，贵阳市及各区县投资促进局、会展企业共计50人参加培训。专家不仅讲授了会展业务发展态势、职业精神与职业素养等理论知识，还结合实际情况分析了贵州会展业拓展的路径，并对当前的会展政策进行了较为详细的解读。

为增强贵阳市各级投资促进局及会展企业的专业技能，贵阳大数据教育实训基地举办了此次培训。贵阳大数据教育实训基地相关负责人说，目前，基地不仅有专业的大数据培训，还推出了多元化的培训课程。（王丹丹）

国际化合作表现抢眼 再度入选中国最具竞争力会展城市

成都加速打造“国际会展之都” 进击世界经济海洋

2017年度全国城市会展业竞争力指数研究成果近日在成都发布。凭借抢眼的“国际化合作”和其他各项均衡的指标表现，成都再度入选2017年度“中国最具竞争力会展城市”，位居全国第四、中西部第一，仅次于上海、北京和广州。

从“网安周”到“双创周”，从欧洽会到西博会……在刚刚过去的3个月里，一系列国际、国内顶级会展在成都相继举行——有的已连续多年在这里举办，有的首次“移师”中西部地区就“相中”了成都，深度见证了一座城市会展业的雄起之势。

这是成都把握时代机遇，推进“三城三都”建设，加速打造“国际会展之都”，构建会展产业生态圈的最新成果。业内人士认为，会展业已成为“开放成都”携手世界，推动经济高质量发展，在经济海洋上深化合作互利共赢的一艘远航巨轮。

中国会展“第四城” 今年产值有望突破1100亿元

8月28日，荷兰皇家展览集团（Jaarbeurs）、上海万耀企龙展览有限公司（VNU）、意大利展览集团（IEG）集体宣布正式进驻成都；9月，法国智奥会展集团与成都签署战略合作协议；10月，瑞士迈氏集团来蓉调研……世界上历史悠久的展览企业与中国会展行业的领跑者一拍即合。

国际会展巨头先后强势登陆成都，规划布局国际化大型会展，与成都本土会展企业合作打造行业标杆展览项目，为扬帆远航的成都会展业增添了强劲动力。

“进入成都市场，是在两年调研和准备的基础上做出的慎重决定。”国际展览业协会（UFI）亚太区主席、上海万耀企龙展览有限公司总裁仲刚说，一方面成都支持和重视会展业，许多政策在全国绝对领先；另一方面，随着“一带一路”建设的深入推进，西部城市崛起不可阻挡，成都占有绝对的竞争优势。

仲刚的一席话，道出了业内人士对成都会展业发展的信心。2017年度全国城市会展业竞争力指数研究成果发布会进一步展示了成都会展发展的实力，为企业布局成都吃下了一颗“定心丸”。数据显示，成都连续两年排名全国第四、中西部第一，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。

成都已成为全国会展“第四城”。中国会展经济研究会会长袁再青说，在中国各大城市中，将会展业发展定位于“国际会展之都”的只有上海和成都，而成都以生态圈理念推动会展业高质量发展，积极构建会展发展新空间，建设会展经济新高地，构筑会展产业新生态，打造中西部会展新地标，塑造对外交往新名片，会展业发展有目共睹。

成都市博览局主要负责人说，“国际会展之都”是成都市委十三届二次全会，特别是成都建设世界文化名城大会确定的建设“三城三都”战略目标之一，是打造开放经济高地的重要平台。

近年来，成都会展品质、规模和影响力持续提升，成功举办了财富全球论坛、世界华商大会、第二十二届世界航线发展大会、G20财长和央行行长大会、联合国世界旅游组织第二十二届全体大会等一批具有国际影响力的重大会展活动。

今年1月至10月，成都共举办重大会展活动606个，其中，展览201个、重大节庆赛事221个、重大会议论坛184个，展出的总面积890万平方米。成都会展业保持着15%以上的高速增长态势，预计到今年年底，成都会展业的总收入将超过1100亿元，参展参会的人数突破1亿人次。

实施“四名”行动计划 托起会展业高质量发展的“生态圈”

“会展功能区这个概念，是成都率先提出的。在全国其他地区，一般叫园区，或者综合体、集聚区。成都之所以叫功能区，更多的是从功能方面来体现它的价值。”中国会展经济研究会会长袁再青说。

“从综合体到集聚区，从功能区到生态圈，会展业的认知在不断深化，会展业的产业背景也在变化。”中国会展经济研究会副会长陈泽炎认为，当前，会展业的发展要考虑如何将城市的产业发展、经济发展联合起来，要成为一个经济发展的“桥头堡”“集中点”，形成“会展+”，“+商贸、+金融、+旅游、+文化、+体育、+演艺赛事”，等等，建成全产业链和完整的生态圈。

据悉，“名展、名馆、名企、名业”是成都打造“国际会展之都”的重要抓手，也是成都建设会展经济产业功能区，构建产业生态圈、创新生态链，加快建成“一带一路”会展门户城市和“国际会展之都”的重要载体。

“成都既要做好会议的承办，又要办好各类展览，做‘全能型选手’。”在成都会展经济发展研究院院长诸丹看来，相对于深圳的“展”强、杭州的“会”强，成都的会展业发展更为均衡。

不过，会展功能（集聚）区如何探索？袁再青强调，“关键是产业链上相关的生产要素的聚集和吸引，包括政府的管理体制、管理机制、管理机构和开发区的相互关系和协调，这些都是需要考虑的要素。”

“如今，各大会展城市在政策扶持、立法保障、基础设施建设、会展软环境等方面都有大力投入，支持会展业发展。”陈泽炎说。

成都建设世界文化名城大会上发布的任务表和路线图让业界看到了一座城市会展业的强势崛起：

——打造“名展”。积极举办具有国际领先水平的高品质、高品位、高人气顶级展会，力争培育一批入选世界百强展商的展会，将本土品牌展会打造成世界一流的国际交流平台，拓展品牌展会的溢出、衍生和放大效应，鼓励在成都举办的国际性展览积极申请UFI认证。同时积极引进2019中国（成都）国际马术嘉年华、第一届中国国际医美产业大会暨“医美之都”高峰论坛、2019泛美开发银行集团第60届理事会年会、国际分子前沿论坛等一大批国际性、国家级、专业类品牌会展活动。

——培育“名企”。积极引进一批具有世界影响力的组展机构、展览专业服务企业，吸引国际会展组织来蓉设立机构；聚力培育本地“龙头”会展企业，支持有实力的骨干企业提高办展规模、提升办展质量，打造具有全球竞争力的会议、展览关联产业集团。完善会展国际化配套服务和环境，带动会展服务机构加快发展，打造一批专业化会展配套知名企业。

——建设“名馆”。高标准建设具有世界领先水平的品牌场馆，通过输出管理人才、理念、模式和资本等形式，增强成都品牌的影响力、辐射力，提升成都会展服务中西部、服务全国乃至全球的能力。截至目前，中国西部国际博览城举办展会活动66个，展出面积180余万平方米，获得“2017-2018年度中国会展标志性场馆”，并成为全球展览业协会(UFI)中国俱乐部年度合作唯一场馆。世纪城展馆已获得UFI认证，通过有机更新和升级改造，全面提升了举办大中小型展览、会议、小型演出、音乐会和体育赛事等活动的承载能力，已完成1万平方米会议室改造，目前展出总面积超过260万平方米。

——壮大“名业”。凸显会展业贸易平台和风向标、投资促进、消费引领等作用，放大会展平台功能助推产业发展，创新“产业+园区+会展+投资促进”融合发展模式，实现会展业与五大先进制造业、五大现代服务业和新经济融合互动发展，着力完善以组展、主场服务、高端会议服务、设计、物流为代表的上下游产业链，全面形成“大会展”格局。

不仅如此，建设“国际会展之都”，成都还实现了以“一站式、专业化、人性化”为内涵，以“服务企业、服务产业、服务城市”为外延的成都会展服务模式，进一步提高举办展会的便利性。今年8月以来，在与励展、博闻、英富曼、汉诺威、北辰等中外知名会展企业开展务实合作的良好态势下，成都已成为欧洲会展企业、机构拓展中国中西部会展市场的“首要登陆城市”。截至目前，外资合资企业落户已达6家，外资合作项目已达9个，全球排名前十的展览企业有7家已与成都开展项目合作，1家正在洽谈合作。

从历史深处走来 “国际会展之都”是成都新时代选择

从成都世纪城新国际会展中心出发，沿天府大道一路往南，前行15公里，就是位于天府新区秦皇寺中央商务区的中国西部国际博览城。这将是成都未来会展经济发展的“热土”。

在全球首个以进口为主题的博览会——首届中国国际进口博览会上，中国西部国际博览城作了一次专场推介，很快吸引了国内外90多家企业参加。

“随着中国西部国际博览城成为国际展贸平台的中心枢纽和天府新区会展功能区的进一步发展，成都成为全国乃至全球会展业的高地指日可待。”上海市会展行业协会会长桑敬民说，上海市会展行业协会将积极推动上海和成都两地会展学习、交流和合作。

为什么是成都？为什么是会展？又为什么是“国际会展之都”？要明白成都这座拥有冲刺世界城市的千年古城为何要以会展业为载体推动高质量发展，厘清这三个逻辑尤为关键。

从历史深处走来，经年不衰的商业文明为建设“国际会展之都”奠定了深厚底蕴。成都自古因商而立、因商而兴，一系列史料证明这里是南方丝绸之路的起点和北方丝绸之路的重要货源地。秦汉时代，成都井盐、冶铁、金银、茶叶、丝织商业市场举世闻名，形成东市、南市、新南市、西市、北市，元明清已出现春熙路、商业场等现代商业会展雏形。年长的成都人都记得，老成都还保留有“十二月市”传统习俗，百货云集，往来商人络绎不绝。

选择会展，更是成都把握时代机遇的一个抉择。西南财经大学“西财智库”CEO汤继强说，会展是一座城市的“名片”，被誉为“触摸世界的窗口”和“产业发展的加速器”，是联结世界的桥梁、创新发展的引擎，可以形成跨产业、跨区域的信息流、资金流、物流和人流。会展经济收入具有1:9的产业带动效应，即若某一次会展的直接收入为1，则对餐饮、交通、旅游、酒店等相关产业的带动收入为9。会展业通过乘数效应和产业关联效应，对地区经济增长、产业结构优化调整起到重要作用。

“世界城市排名前50位中有30个为国际会展名城。国际会展名城的发展历程表明，重大会展和赛事的影响力就是生产力，主办权就是发展权。”成都市博览局主要负责人说。

实际上，成都作为“一带一路”建设的重要支点，相比国内沿海城市距离欧洲、中亚更近，航空运输和铁路运输都更具优势。截至10月，成都与全球228个国家和地区建立了经贸关系，17个国家获批在蓉设立领事机构，国际友城和友好合作关系城市达88个，世界500强企业落户285家，开通国际（地区）航线111条，双流国际机场旅客吞吐量跻身世界机场50强，中欧班列（蓉欧快铁）畅通“一带一路”沿线11个国家、22座城市，完全具备建设“国际会展之都”的通达条件。

国际化水平的市场主体、先进完备的会展基础设施、完善高效的会展服务功能、汇集国际顶级的展览和会议以及健全的政策法规制度……人们当前欣喜地看到，成都正以中国西部国际博览城为龙头，加快打造“一带一路”会展门户城市和具有全球影响力的“国际会展之都”。

成都会展业冲刺已有新坐标——到2020年，成都会展业总收入力争达到1530亿元，其中，会展业直接收入达到150亿元，间接收入达到1380亿元，成都会展业增加值将占全市服务业增加值比重7.27%。