

转型升级 创新发展 成都建设会展新高地

■ 本报记者 邓万祥 吴书秀

受国内外整体经济形势的影响,今年,中国家具出口出现下滑,中国的家具企业开始把拓展内需市场作为今年的主要着力点。据中国家具协会的统计数据,今年上半年,中国的整体建材销售量比去年同期下降了7%。而于7月15日闭幕的第十五届



成都国际家具展却呈现逆市上涨的态势。本届家具展实现了创立15年来的最大突破——生产设备及原辅材料板块独立成展,首次实现“一展两期”。统计数据显示,展会总面积突破17万平方米,展位首破1万个,参展企业1100余家,均为历届之最。两期共接待专业观众及大众消费者超过26万人次,仅一期成品家具展主会场现场贸易成交额就达112亿元,大众消费额达到8000万元,家具展总共拉动商贸零售、会展服务、交通运输、餐饮住宿、广告业等综合收入超过10亿元。

家具展只是今年以来成都会展业“以稳促进、稳步增长”的一个缩影。成都市贸促会会长、市博览局局长母涛表示,今年是深入贯彻落实十八届三中全会精神、全面深化改革的开局之年,也是成都奋力打造西部经济核心增长极、加快建设现代化国际化大都市的攻坚之年。成都会展贸促工作以“全面深化改革、加快转变经济发展方式”为主线,充分发挥财富全球论坛和世界华商大会的“大事件”效应,加快发展、创新发展,实现会展经济“拉动消费、促进产业、服务民生、扩大开放、营销城市”的五大功能,服务成都对外开放发展大局。

(一) 会展业总体呈现稳步增长趋势 项目品质更趋国际化、专业化

上半年,成都会展业保持了稳步增长的良好发展态势。据成都市统计局数据,上半年共举办重大会展节庆活动227个,包括国际会议34个,展览92个(其中国际性展览20个),节庆赛事活动101个。展览总面积148万平方米,同比增长19.1%;会议面积210.4万平方米,同比增长3.5%;拉动消费285.2亿元,同比增长18.1%;促成各类商品成交773亿元,同比增长7.8%;促成签约投资项目178个,协议投资金额1133.1亿元;提供长期就业岗位超过2235个。

上半年,成都成功举办了第90届全国糖酒商品交易会、第12届中国国际软件合作洽谈会、2014口腔医学·成都论坛、第72届中国国际医药原料药/中间体/包装/设备交易会、中国(成都)国际西部五金展、2014中国成都国际广告、创意设计 & 印刷包装博览会等重大展会项目。其中,第90届全国糖酒商品交易会展览总面积达12.5万平方米,有来自法国、美国等37个国家和地区的2653家企业、数以万计的展品参加展示交易,累计入场人数达25万人次,专业观众近17万人次,在国内白酒行业进入深度调整期的情况下,搭建起了国内外食品行业交流合作、投资贸易的一流平台,引领行业走出低谷。

而4月举办的第12届中国国际软件合作洽谈会共举办了主论坛、3个专题论坛(研讨会)、7场产业交流与洽谈活动,开展对接洽谈742场次,吸引了约900家企业3000余人次参会。会议通过前沿的技术交流、产品和解决方案的现场展示以及对接洽谈等形式,为国内外IT企业搭建了交流合作的平台。

(二) 充分发挥贸促会独特优势 对外经贸交流合作不断深化

按照今年1月在京召开的2014年全国贸促工作会议相关精神,成都市贸促会充分发挥贸促优势,将政府、社会组织、企业

市场的三种资源整合起来,并从服务理念、服务内容和手段方式,社团的管理模式和内部管理上坚持改革创新,以此来推



动贸促事业不断发展,服务对外开放大局。2月28日,成都市贸促会与境外驻蓉商协会工作座谈会在成都举行。该活动连续举办多年,已成为成都与境外驻蓉商协会交流合作的有效平台。包括英中贸易协会、中国法国工商会、美国国际商会、香港贸易发展局等在内的20家境外驻蓉商协会的代表出席了会议。

通过该会议,成都与相关商协会建立了更稳固的联系渠道,并努力探索经贸活动的新载体,组织举办丰富多彩的经贸活动,助推成都成为紧密融入全球城市体系的区域性国际交往中心和现代化国际化大都市。此外,上半年,成都市贸促会还先后邀请和接待南非、印度、阿联酋、新西兰、意大利、哥伦比亚等11个国家和地区的政府商务部门、商贸组织和展览机构,洽谈国际经贸交流及会展项目合作等事宜。

帮助企业拓展国际市场也是贸促工作重点之一。按照四川省政府、省贸促会在全省组织开展“万企出国门”活动的要求,上半年,成都市贸促会共组织全市30余家企业赴印尼、阿联酋、南非参加中国四川(东盟)出口商品展览会、2014中东迪拜家居装饰博览会、2014年第四届南非建材及五金工具展等展览会。

(三) 坚持三大原则 构建六大平台 成都国际商会顺利完成换届工作

今年,成都贸促工作中的一个大事件是完成了成都国际商会换届工作。今年5月,成都国际商会第二届会员代表大会成功召开,来自全市各行业的200余名会员代表参加了大会。大会是在深入落实国务院副总理汪洋关于商会要“突出民间性质,淡化行政色彩、努力代言工商”的指示精神背景下展开的,旨在研究探索适合成都国际商会发展的新模式。探索建立与国际接轨的管理服务新机制,着力提升成都国际商

会的管理水平和服务能力,推动成都国际商会创新发展和可持续发展。

大会确立了成都国际商会今后的工作目标,将坚持“市场化、国际化、社会化”原则,积极发挥涉外枢纽型商会的作用,通过搭建国际联络、政企沟通、经贸交流、信息服务、法律咨询、人才培养等六大公共服务平台,更好地组织动员国内外资源和社会力量,努力为会员企业提供更周到、更实效、更优质的服务,力争5年内发展会员企业1000家以上,培育优质骨干企业200家;5年间与成都欧盟项目创新中心合作,依托其驻布鲁塞尔欧洲代表处的资源和平台,开展欧洲地区的招展引会、宣传推介、商务咨询和经贸洽谈;举办或组织会员企业参加30场以上国际经贸交流活动、境外展览和专业性会议;成立国际会展专业委员会、国际对外投资专业委员会、国际人才开发与服务专业委员会等9个专门委员会。这些目标和措施,将有利于增强商会自身造血功能,不断增强会员企业的综合实力和竞争力,发挥好贸促会、国际商会的中介和纽带作用。

(四) 频频牵手国际展览巨头 国际合作空间大幅扩展

5月29日,在第三届中国(北京)国际服务贸易交易会期间,成都市博览局与全球第二大展览公司——英国博闻集团签署战略

合作谅解备忘录。根据双方签订的合作备忘录,双方将加强展览业务的全方位合作,其中包括国际展览市场信息的交流与沟通、



加强双方管理人员和业务人员的交流与培训,以及双方在成都共同合作举办相关展会项目等。“我们的目标是通过和成都的紧密合作,发掘最契合成都行业特点和资源优势的展会项目,将其打造成世界级展会品牌。”博闻中国集团首席代表蒋鸿飞表示。

签约背后,是成都不断拓展会展国际合作的执着和努力。

今年4月,成都市博览局与励展博览集团大中华区签署战略合作谅解备忘录。成都成为国内继上海之后第二个与励展博览集团签署战略合作备忘录的城市。这也是成都市博览局继去年与科隆展览(中国)有限公司签署合作协议后,再次与国际一流展览公司建立战略合作。

励展博览集团大中华区总裁王国洪表示,在中国会展行业高速发展的形势下,尽管北京、上海等一线城市是展会的传统聚集区,但依然看好二三线城市特别是中西

部会展城市的发展。而成都在市场辐射能力、产业基础、航空条件、政务服务、城市魅力等各方面都非常突出,在国内外重大会展项目向中国中西部加快布局的过程中取得了领先态势。

成都市贸促会会长、市博览局局长母涛表示,虽然成都的会展经济在中西部地区取得了较为领先的地位,但距离建设国际会展名城还有很大差距。“国际化是成都会展业与国际国内一线会展城市的差距所在,也是我们的发展潜力所在。加强与国际知名展览公司的战略合作,是我们继‘成都国际会展突破年’之后,进一步增强进取意识、机遇意识和责任意识,加快发展、创新发展的具体举措。这些合作关系的建立将有助于成都分享这些国际展览巨头的资讯平台和优质资源,有机会引入更多国际性展会,从而进一步拓展会展业的国际合作空间,加快建设具有国际影响力的中国会展名城。”

而在早前,成都市贸促会(市博览局)还与国际展览与项目协会(IAEE)签订合作协议,成都市博览局成为IAEE的会员,这标志着成都市博览局成为中国首个以会展管理机构名义加入IAEE的单位。

(五) 国际会展活动西移趋势明显 重大会展活动选址成都提报频传

随着“西部大开发”战略的深入实施,西部地区在中国经济版图上的地位明显提升,中国西部已经成为中国新一轮经济增长极和跨国企业在中国新一轮投资的重点地区。会展活动作为经济发展的晴雨表和商贸对接的平台,也充分反映了国内外企业加快在西部布局的趋势。而从成都来看,目前已有超过20%的世界500强企业落户,数量居中西部城市之首。在这样的背景下,国内外会展组织者近年来在北京、上海、广州等会展一线城市之外进行布局,成都已经成为其进军西部的重要目的地城市甚至可以说首选城市,反映了他们对西部市场前景的信心。例如,全球最大的展览公司——励展博览集团自2010年起,在成都举办国际电子生产设备及技术展览会,这是励展集团继上海、深圳之外布局的第三个电子技术设备展;全球五大展览公司之一的德国科隆展览公司从今年起在成都举办中国国际西部五金展,这是该公司继在上海举办全球知名的中国国际五金展之后,在国内培育的第二个五金展;中国最大



的礼品行业展主办方——励展华博展览公司自2009年起,继深圳、北京和上海之后,在成都布局第四个礼品展,目前已经成为中西部规模最大的专业礼品展;中国最大



的电子产品行业组展商——中电会展信息传播公司继上海和深圳之后,在全国布局的第三个电子展也已落户成都举办。这些印证了国内外知名组展商进军西部首选成都的趋势。

今年3月,法国米其林集团宣布,全球交通可持续性发展峰会——第12届米其林必比登挑战赛将于今年11月在蓉举行。这是这一全球性盛会第三次来到中国,成都也将成为中国首个举办该活动的中西部城市。4月,全球五大展览公司之一的德国科隆展览公司在成都举办中国国际西部五金展,这是该公司继在上海举办全球知名的中国国际五金展之后,在国内培育的第二个五金展,本届五金展展出面积1.5万平方米,共吸引海内外260家展商参展,3天内接待专业观众逾1万人;4月,全球展览业巨头英国博闻集团宣布,素有“民航奥运会”之称的第12届世界航线发展大会也将于2016年落址成都举办。

(六) 下半年会展贸促工作势头良好 会展业促消费稳增长活动持续推进

下半年,成都市贸促会、成都市博览局将进一步充分发挥会展活动在助推产业、服务民生、开拓市场和促进消费中的重要作用,不断提高会展贸促行业发展质量和经济效益。

据预测,成都全年将举行各项重大会展节庆活动450个以上,展览总面积280万平方米,实现会展业直接收入65亿元,拉动消费540亿元,同比增长9%。

下半年,包括第15届中国西部国际博览会、第9届中国—东盟投资贸易科技合作洽谈会、第12届米其林必比登挑战赛、2014世界机器人及智能装备产业大会暨博览会、2014中国材料大会、2014成都创意设计周、第17届成都国际汽车展、2014中国成都现代工业技术博览会等品牌会展活动将继续在蓉举办,成都市博览局、市贸促会将重点做好重大展会项目的活动策划、交通组织、秩序维护、安全保障等统筹协调工作,进一步提升政务服务水平。

在当前国际国内经济下行压力加大的情况下,稳增长已经成为经济工作的首要任务。而会展业作为商品生产发展的必然产物,是商品流通的重要载体和拉动消费、开拓市场、促进流通的重要手段。为此,成都市贸促会筛选第15届成都国际家具工业展览会、第4届成都国际孕婴童产品博览会暨成都教育装备及用品展销会、第17届成都国际汽车展览会、2014成都婚博会、2014成都家居用品博览会、2014成都创意设计周、第14届四川月饼节暨中秋食品博览会、第19届四川新春年货购物节等一批消费类品牌展会,联合展会主办方,开展展会现场直补、展店联动让利、有奖促销等优惠活动,直接让利于终端消费者,力争在重点消费类展会中培育新的消费需求,形成新的消费热点。

成都市贸促会会长、市博览局局长母涛表示,当前,成都正紧紧抓住全面深化改革、全国统筹城乡综合配套改革试验区、成渝经济区和天府新区建设等重大机遇,大力实施“交通先行、产业升级、立城优城、统筹城乡、全域开放”五大兴市战略,全力推进全市经济社会领先发展、科学发展、又好又快发展,成都市贸促会、成都市博览局也将进一步转变工作思路、强化服务职能,做政府和企业联系的桥梁纽带,促进成都奋力打造西部经济核心增长极、加快建设现代化国际化大都市,向具有国际影响力的中国会展名城不断迈进!