

镜鉴

2 中国广交会：以创新永葆“中国第一展”招牌

无论是特殊历史时期还是今年受新冠肺炎疫情影响，有一个展会始终风雨无阻、从不间断，这便是广交会，全称“中国进出口商品交易会”。

自1957年举办首届以来，广交会已连续举办132届，是中国目前历史最长、规模最大、成交效果最好的综合性国际贸易盛会，被誉为“中国第一展”。

一个展会为何能够保持如此强大的生命力和活力？为何能成为中国对外开放的重要窗口？这个当初以农产品和土特产为主的小小交易会，如何稳居“中国第一展”宝座？

创新，创新，还是创新。早在上个世纪90年代，广交会就改革组展方式，由专业总公司组团改为各省、市、自治区组团，并实行“五个优化”，即优化参展企业结构、优化参展商品结构、优化服务体系、优化展馆

条件和服务设施、优化交易秩序，如参展商品结构，则从最初以农产品、小商品为主到增加工业品的比重。如今，跟随时代变化，“五个优化”有个新内容，演变成了市场化、专业化、一体化、国际化、现代化，如从政府全力主导到引入专业市场运营机构的加入，无论在开会闭会期间，都能够常态化为参展企业和机构提供全天候、全方位、综合、立体式的高质量服务等。

自新冠肺炎疫情发生以来，广交会着力推进业务模式创新，实行线上线下融合办展的全新模式，至今已连续5届在线上举办，让不能现场参会的境外采购商，可选择“云逛展”。境外采购商可以通过线上直播功能观看现场展览，先进的中国互联网产业、数字基础设施建设和制造实力，成为打破贸易

时空界限强有力的支撑。以2022年的第131届广交会为例，其官网累计访客数1009万人，访问量3390万次，展商共发出2105万张电子名片，境外采购商发起即时沟通约10万次，有效促进了供需双方互动交流。

贸易服务也继续采用线上线下融合模式处理知识产权投诉。举办16场以双循环、RCEP、双碳为主题的分享式论坛。43家中欧班列、航空、跨境电商、海外仓等新服务新业态企业入驻，为外贸企业提供更加完善的贸易生态服务。

线上线下融合办展，这是展会业一种新的突破和尝试，也是广交会未来的新常态。这样的新模式，既保持了广交会面对面洽谈看样成交效果好、建立互信这一传统优势，又顺应了数字经济的到来。

把脉株洲 成为会展名城 株洲至少还要走“三步”

作为新的经济现象和新的增长点，“会展经济”已引起多方关注。正致力于培育制造名城，打造会展副中心城市的株洲，也在大力发展会展业。

近年来，株洲先后举办中国国际轨道交通和装备制造产业博览会（以下简称轨博会）、湖南（国际）通用航空产业博览会（以下简称航博会）、湖南（醴陵）国际陶瓷产业博览会（以下简称瓷博会）、湖南服饰博览会暨芦淞服饰节等重大会展活动，在国内外都产生较大影响，成为展示株洲的重要窗口。

其中，轨博会是我国轨道交通装备制造领域首个国家级国际专业展会，也是全省“三大产业博览会”中唯一的一个国家级展会。据统计，2021年轨博会举办会议论坛活动17项，吸引了800余家境内外企业参展，线下观展人数6万余人次，发布轨道交通和装备制造产业招商项目70个，总投资1216.3亿元，签约项目23个，总签约额达107亿元，这六个方面成果均超上届。

2021年航博会动态飞行表演在株洲举办，株洲通过参与承办此次博览会不仅收获了业界口碑，也产生了良好的带动效应、溢出效应。每年的瓷博会期间，参加活动、观展和休闲旅游的嘉宾和游客都突破30万人，一届展会就能实现旅游收入数亿元。

“从上述成功举办的展会来看，雄厚产业基础就是株洲会展业最大的优势和潜力所在。”市贸促会相关负责人表示。

首先就是场馆问题。以去年轨博会为例，作为全市唯一一个国家级展会，其场馆是“借用”我市汽车博览园的汽车交易中心，虽然最终成功举办，但毕竟不是专业会展场馆，展位和专业配套设施上仍跟不上需求。日后，无论是轨博会永久落户株洲，还是申办更多高规格的展会，都必须补齐这块“短板”——建造一个专业性、综合性的会展场馆，这是发展会展业最基本也是最首要的条件。

目前，株洲·中国动力谷交易展示中心暨2023中国国际轨道交通和装备制造产业博览会场馆已在建设中，建成后解决场馆问题。

场馆就相当于“筑巢”，“巢”筑好了才能引“凤”，才有条件申办或策划更多更好的展会活动，才有可能聚集相关人才。

现实，还在向株洲提出了更多课题和挑战。缺乏系统的顶层设计。除了2017年出台的《关于加快株洲会展业发展的实施意见》，后续缺乏相配套的规划、政策。目前我市的会展主要是依托市贸促会、商务部门开展工作，会展业也没有行业自律组织，缺少统一协调和管理机构，难以整合资源，形成合力。

在设置专业组织协调机构上，成都可提供借鉴。成都是全国第一个成立也是目前唯一一个保留博览局的副省级城市，该局作为会展获得的专门组织和协调机构，与全市30多个市级部门分工协同，大大提高办展的便利性和组织协调效率。

商业化运营不足。国内外成熟的会展业的营运模式一般都是采用“政府主导、市场运作”。而我市许多大型会议或展览都是由政府主办或承办，由于市场化程度较低，致使办展经济效益不高。所谓的会展公司也大多是来自市外，与会展密切相关的交通物流、宣传中介等配套产业不够完善，尚未形成产业集聚效应。

据业内人士透露，醴陵就通过经开区高新集团与广东美刻会展服务有限公司合资成立了醴陵市高新会展有限公司，专门负责陶瓷会展馆的营运管理，通过采取政府引导、多方投资的形式，组建、培育本土会展企业，逐步引导相关会展活动交由专业会展企业承办。

当这些瓶颈都被突破，“制造名城”加上“会展名城”光环，就指日可待了。

智见

●一个区域会展业的兴起，与当地产业的发展和城市经济崛起密不可分。株洲会展业应走专业化、特色化道路，立足优势产业做文章，依托轨道交通、服饰、陶瓷、航空、烟花等产业，申办或主动策划一批有字号、国字号的大型会展，深入推进会展产业链与全市重点产业链融合发展、协同共享、互相借力，形成“以产兴会、以会促产、产会一体”的良性互动格局。

——市贸促会相关负责人

●目前，与成都、长沙等城市相比，我市会展业尚在起步阶段，场馆、政策支持等方面还有待完善。目前，株洲承办大型会展的地方只有醴陵陶瓷谷国际会展中心和株洲汽车博览园，餐饮、宾馆等配套服务设施并不完善。另外，会展业是一种特殊的经济活动，初期需要政府大力支持，可在商贸流通业发展专项资金中设立会展业发展专项，扶持我市会展业升级发展。

——市商务局流通和服务业发展科肖玉欣

●完善区域合作机制，开展跨城市、跨区域办展合作。通过区域合作扩容会展经济，推进区域会展业之间在资源共享、信息互通、项目合作、企业联动、品牌集聚等方面紧密合作，联合申办高规格的国家级展会，放大区域融合效应。近年来，系列国际、区域合作论坛以及国家级展会在长沙的召开，株洲可以与省会城市长沙紧密对接，充分发挥长株潭一体化的优势，承接长沙部分会展功能。

——湖南工业大学马克思主义学院院长、教授李正军

●展会经济需要有一个聚焦，类似乌镇时间、博鳌时间那样。例如乌镇，就是以世界互联网大会作为中轴，汇聚如乌镇戏剧节等各具特色、针对不同垂直类型的衍生。株洲的国字头展会确实有不少，但如同“纬线”，互相平行，需要有一个“经线”来实现交织，这将对全国乃至全球在某一特定时间、特定领域上对株洲的聚焦，可作为这一“经线”的株洲“特产”，也有不少，如制造名城、神农福地等，而要实现其“经线”化，则需要一个与之相关的展会来扩大影响，并达成和其他株洲展会的“强关联”，甚至于让其他展会成为其垂直领域的分展，形成株洲展会品牌的合力。

——产业时评人张书乐

【株洲会展品牌名录】(部分)

●中国国际轨道交通和装备制造产业博览会：该展会是我国轨道交通装备制造领域首个国家级国际专业展会，也是全省“三大产业博览会”中唯一的一个国家级展会，每两年一届。

●湖南(国际)通用航空产业博览会：2021湖南(国际)通用航空产业博览会由湖南省贸促会、湖南省发展和改革委员会、湖南省工业和信息化厅、湖南省机场管理集团、长沙市人民政府、株洲市人民政府共同主办。航博会首秀2021年航博会动态飞行表演在株洲举办。

●湖南(醴陵)国际陶瓷产业博览会：醴陵作为世界釉下五彩瓷原产地、湘瓷出口基地，自2015年起开始举办瓷博会，每年一届，累计观展人数达160多万，旅游人数约360.6万人，直接拉动消费300多亿元。

●湖南服饰博览会：湖南服饰博览会是湖南举办的首个服饰产业专业展会，也是中部地区最大的服饰博览会。自2017年举办首届服饰博会起，湖南服饰博览会永久落户株洲市芦淞区。



▲轨博会展会现场。株洲日报全媒体记者/刘震 摄



▲焰火闪耀瓷博会。醴陵市委宣传部供图



▲首届服博会设计大赛。芦淞区委宣传部供图

株洲会展业如何“展”出风采

品牌系列报道之七

株洲日报全媒体记者易蓉 通讯员刘婷婷

核阅读

很难有一种经济形式，能有会展经济这么大的拉动效应。

会展经济，即通过举办大型会议、展览活动，带来源源不断的商流、人流、资金流、信息流，直接推动商贸、旅游业的发展，不断创造商机，吸引投资，进而拉动其他产业的发展。有一种通行说法，会展业对消费的拉动效应是“1比9”，即会展本身每投入1元，就会带动创造9元的消费经济；1个行业的会展，可带动9个行业的消费。还有一种形式是：“如果一个城市办会展，就相当于架飞机在这座城市上空撒钞票。”

如此“宝藏”的产业，株洲该如何“展”出风采？本期，我们聚焦后起之秀的中西部城市成都，以及在不断创新中永葆亮色的“中国第一展”——中国广交会的相关经验，把脉株洲会展业发展现状，为其未来发展提供一些启发。

他山之石

1 成都：以“展”聚力 以“会”活城

1:9的拉动系数，刺激着各大城市会展业的迅速崛起。成都便是其一。

有数据统计显示，2021年，成都共举办重大会展活动955场，线上线下参与人数10079.3万人次，展出总面积11051万平方米，会展业总收入1231.6亿元，比2012年重大会展活动增长21倍，参与人数增长12倍，参展总面积增长15倍，会展业总收入增长26倍，其会展规模和会展经济均居中西部地区首位。

作为一个中西部的内陆城市，与众多沿海城市相比，起步也不早，成都会展业为何能够后来居上，发展成为如今继北京、上海、广州之后的“中国会展第四城”？

从成都探索形成的“七个一”经验做法，可窥一二。一个专司的政府机构，服务保障便利高效。成都是全国第一个成立也是目前唯一一个保留博览局的副省级城市，博览局充分发挥政府职能部门作用，与全市30多个市级部门分工协同，大大提高办展的便利性和组织协调效率，形成了“一站式、专业化、人性化”的会展服务“成都模式”。

一项总领的产业规划，发展路径清晰明确。2012年以来，成都市政府将会展业发展规划纳入全市重点专项规划，标志着成都会展经济成为重点产业之一。目前，成都已编制完成会展业第三个五年规划，《成都市“十四五”国际会展之都建设规划》明确提出到2025年初步建成具有全球影响力的国际会展之都目标，并在2035年全面建成国际会展之都。

一条完备的产业链条，推动产业高质量发展。围绕会展产业发展要素集聚，以“大会展”格局加强会展产业链全景图的研究，从建强产业链、稳定供应链、提升价值链、培育创新链、配置要素链等方面着手，不断加强与产业链上下游、左右岸企业的融通合作，持续推动会展产业基础

高级化、产业链现代化，形成全市会展经济高质量发展新局面。

一簇专业的场馆载体，错位布局特色发展。以“名馆”建设为抓手，加快构建结构合理、错位发展、功能互补、绿色生态的会展场馆体系，西部国际博览城、世纪城新国际会展中心等8个专业场馆总建筑面积超280万平方米，各类会议型酒店超500家，客房总数超10万间，成都完全具备举办各类主场外活动、国家级国际性高端展会的能力。

一批活跃的市场主体，展产融合基础较好。大力实施名企培育计划，目前该市重点会展企业突破600家，其中年营收过亿元企业5家，具有独立组展能力企业30余家。突出“会展+”功能，促进会展与全市重点产业融合发展，内培外引与主导产业契合度高、标识度强、显示度鲜明的品牌展会。近年来，成都年均举办赋能电子信息、装备制造、医药健康等重点产业活动约270个。

一部刚性的法律条例，引导产业规范发展。2021年8月1日正式实施的《成都市会展业促进条例》，对展会备案、政务服务、展会便利化、知识产权保护、信息发布、安全责任、应急处置、统计分析等方面的成功做法进行固化，为培育国际会展之都建设的核心竞争力提供了强大的法治保证，对提高政府效能、激发市场活力、培育增长动能发挥积极作用。

一套完善的政策体系，营造最优营商环境。充分发挥各项政策以及会展业发展专项资金的导向和激励作用，制定《成都市会展业发展专项资金管理办法》《培育展会创新模式激发增长新动能指导意见》等长效管理政策，激励引导政策、扶持奖励政策和服务保障机制15项，有效推动服务模式创新、会展新经济发展、市场主体壮大和人才队伍建设，营造会展经济发展的良好环境。