

# **乐山市会展业发展规划**

## **(2020年—2035年)**

2020年12月

# 目录

<b>第一章 规划背景</b> .....	<b>1</b>
第一节 会展的核心价值.....	1
一、发展会展产业的重大意义.....	1
二、为国家战略赋能.....	2
三、为城市崛起赋能.....	3
四、为产业发展赋能.....	3
五、构筑经济社会发展平台.....	4
第二节 会展发展的趋势.....	5
一、会展产业发展阶段的演进.....	5
二、空间格局趋势.....	6
三、未来发展新趋势.....	7
第三节 区域发展的格局.....	11
一、成渝双城打造中国西部会展经济增长极.....	11
二、四川全力建设会展经济强省.....	11
三、乐山会展需主动担当和积极作为.....	12
<b>第二章 规划总则</b> .....	<b>14</b>
第一节 规划范围.....	14
第二节 规划期限.....	14
第三节 规划依据.....	15
一、国家有关法律法规、行业标准依据.....	15
二、国家政策和地方指导文件.....	15
三、地方规范和相关规划.....	16
第四节 规划衔接.....	17
一、四川省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要（2016年）.....	17
二、四川省“十三五”会展业发展规划（2017年）.....	17
三、四川省“十三五”服务业发展规划（2017年）.....	18
四、成都平原经济区“十三五”发展规划（2018年）.....	19
五、乐山市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要（2016年）.....	20
六、乐山市城市总体规划（2011-2030年）.....	21

七、乐山市旅游发展规划（2018-2035年）	22
八、乐山市“十三五”体育事业发展规划（2017年）	24
九、乐山市数字经济发展规划纲要（2019-2023年）	25
十、乐山市工业经济发展规划（2016-2025年）	25
十一、乐山市现代农业“一区六带”建设规划（2017-2020年）	27
<b>第三章 发展条件分析</b>	<b>29</b>
第一节 区位条件分析	29
一、地理区位	29
二、交通区位	30
三、经济区位	32
四、文化区位	33
第二节 产业基础分析	37
一、经济基础概况	37
二、相关产业发展情况	37
第三节 会展发展现状	40
一、会展经济发展指标	40
二、会展载体建设情况	40
三、展会节赛演发展情况	42
四、“走出去”参展参会情况	49
五、会展综合配套情况	49
六、市场主体与人才培养情况	50
第四节 竞合分析	50
一、区位条件对比分析	51
二、优势产业对比分析	51
三、品牌展会对比分析	52
四、展览面积对比分析	52
五、核心载体对比分析	53
六、综合配套对比分析	54
七、管理机构对比分析	55
第五节 SWOT 分析	55

一、优势分析.....	55
二、短板分析.....	59
三、机遇分析.....	62
四、挑战分析.....	64
五、分析结论.....	64
<b>第四章 案例对标与借鉴.....</b>	<b>66</b>
第一节 会奖旅游对标与借鉴.....	66
一、三亚市会奖旅游案例分析.....	66
二、乐山市会奖旅游发展借鉴.....	68
第二节 展产融合对标与借鉴.....	69
一、东莞市展产融合案例分析.....	69
二、廊坊市展产融合案例分析.....	70
三、乐山市展产融合发展借鉴.....	72
第三节 专业展会对标与借鉴.....	73
一、义乌市专业展会案例分析.....	73
二、厦门市专业展会案例分析.....	75
三、乐山市专业展会发展借鉴.....	78
第四节 乐山会展突破路径.....	79
一、站位突破：打造国际旅游会展名城.....	79
二、错位突破：打造国际专业会展品牌聚集地.....	79
三、补位突破：打造国际展贸商贸新平台.....	80
<b>第五章 定位与目标.....</b>	<b>81</b>
第一节 规划思路.....	81
一、加强顶层设计，形成部门联动.....	81
二、促进展产融合，筑牢产业基础.....	81
三、强化主体培育，提升市场竞争力.....	81
四、加强品牌塑造，推进会展节庆旅游.....	82
五、完善会展生态圈，提高会展服务能级.....	82
六、区域产业联动，推进开放平台建设.....	83
第二节 指导思想.....	83

第三节 规划原则.....	84
一、政府引导、市场主体.....	84
二、展产融合、高质发展.....	84
三、品牌引领、优化布局.....	84
四、立体开放、区域合作.....	84
第四节 定位与目标.....	85
一、会展发展定位.....	85
二、会展发展目标.....	86
<b>第六章 产业生态构建.....</b>	<b>90</b>
第一节 会展产业链构建.....	90
一、组展商.....	90
二、服务商.....	90
三、参展商.....	90
四、专业观众.....	90
第二节 会展生态圈构建.....	91
一、构建思路.....	91
二、构建要点.....	93
<b>第七章 布局与分项规划.....</b>	<b>98</b>
第一节 总体布局.....	98
一、布局思路.....	98
二、总体布局.....	98
第二节 分区规划.....	100
一、一带.....	100
二、双核.....	100
三、三组团.....	101
四、四支点.....	102
第三节 重点项目规划.....	103
一、会展载体项目.....	103
二、构建“8+N”展览项目体系.....	115
三、构建“6+N”会议项目体系.....	119

四、构建“5+N”节庆项目体系.....	122
五、构建“3+N”赛事项目体系.....	125
六、构建“2+N”演艺项目体系.....	127
<b>第八章 展产融合发展规划.....</b>	<b>129</b>
第一节 会展+旅游.....	129
一、“以展兴旅”，大力发展会展旅游.....	129
二、“以展促旅”，发挥综合带动作用.....	129
第二节 会展+现代产业体系.....	130
一、构建现代产业发展交流平台.....	130
二、会展发展为制造业拓展新市场.....	130
第三节 会展+现代农业体系.....	130
一、推动农业产业链升级.....	130
二、加快农业特色品牌建设.....	131
第四节 会展+数字经济.....	131
一、建设会展业大数据平台.....	131
二、提供智慧会展增值服务.....	131
三、打造虚拟展会线上平台.....	132
第五节 会展+体育.....	132
一、“以赛带展”，形成专业赛事会展发展模式.....	132
二、拓展体育场馆会展功能.....	133
三、实施体育会展化.....	133
第六节 会展+物流.....	134
一、打造会展物流综合枢纽.....	134
二、促进物流服务水平提升.....	134
<b>第九章 展会市场营销规划.....</b>	<b>135</b>
第一节 营销战略.....	135
一、精准营销战略.....	135
二、品牌营销战略.....	137
三、全时营销战略.....	139
第二节 营销举措.....	140

一、立体营销.....	140
二、智慧营销.....	143
三、借势营销.....	145
四、联合营销.....	146
五、增值营销.....	147
<b>第十章 配套设施规划.....</b>	<b>149</b>
第一节 核心场馆配套建设.....	149
一、乐山国际博览城.....	149
二、四川国际旅游交易博览中心.....	157
第二节 各区县会展配套导则.....	166
一、物流交通配套.....	166
二、会展综合服务体系.....	169
三、消费场景配套.....	173
<b>第十一章 实施保障规划.....</b>	<b>175</b>
第一节 建立“1+6”体制机制.....	175
一、加强组织领导.....	175
二、加快完善支撑机制.....	175
第二节 构建“1+3”政策体系.....	178
一、核心政策.....	178
二、支撑政策.....	179
<b>图件.....</b>	<b>182</b>

# 第一章 规划背景

## 第一节 会展的核心价值

会展业被誉为“对外开放窗口”“产业发展助推器”“现代城市标配”和“城市经济引擎”。

### 一、发展会展产业的重大意义

#### （一）国际地位重要体现

党的十九大报告肯定了五年来举办首届“一带一路”国际合作高峰论坛、亚太经合组织领导人非正式会议、二十国集团领导人杭州峰会、金砖国家领导人厦门会晤、亚信峰会等取得的成就。通过会展活动，我国国际影响力、感召力、塑造力进一步提高。

#### （二）主场外交重要支撑

2020年政府工作报告指出，2019年成功举办第二届“一带一路”国际合作高峰论坛，习近平主席等党和国家领导人出席二十国集团领导人峰会、金砖国家领导人会晤、亚信峰会、上海合作组织峰会、东亚合作领导人系列会议、中欧领导人会晤、中日韩领导人会晤等重大活动。通过会展平台，中国为促进世界和平与发展作出了重要贡献。

#### （三）对外开放重要平台

2019年11月习近平总书记在上海出席第二届中国国际进口博览会开幕式并发表《开放合作 命运与共》主旨演讲。作为世界上首个以进口为主题的大型国家级展会，举办进博

会有利于促进世界各国加强经贸交流合作，促进全球贸易和世界经济增长，推动开放型世界经济发展。

## **二、为国家战略赋能**

### **（一）融入“一带一路”建设、长江经济带发展，促进双向开发**

“一带一路”建设、长江经济带发展对举办国际高峰论坛、综合性博览会、战略性经贸展览会以及大型国际活动等提出具体要求。会展业的发展带动陆运、铁运、水运、空运大发展，发挥搭建平台、促进交流合作的作用，可以进一步引领乐山融入“一带一路”与长江经济带发展，实现区域经济“走出去”与“引进来”。

### **（二）融入新时代西部大开发，提升西部地区影响力**

中共中央、国务院《关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》鼓励构建内陆多层次开放平台，办好各类国家级博览会，提升西部地区影响力。乐山发展会展业体现新时代西部大开发战略对于深化市场化改革、扩大高水平开放的重要要求，促进生态环境、营商环境、开放环境、创新环境明显改善，推动经济高质量发展。

### **（三）融入成渝地区双城经济圈，建设区域性会展中心城市**

成渝地区双城经济圈发展要求培育世界级展会品牌，打造国际化、专业化、高层次的对外合作交流平台和投资贸易洽谈平台。乐山市加快形成成渝地区会展新高地和经济新支

撑，积极建设区域性会展中心城市。同时，成都部分纾解的功能和产业将会向乐山等周边区域转移，区域分工和配套协作也将不断加快，为乐山会展产业提质升级创造有利契机。

### **三、为城市崛起赋能**

#### **（一）提升城市地位**

做强会展经济，扩大开放合作，重塑乐山形象，有利于打造成都平原经济区南向开放“桥头堡”，有利于加快建设区域性会展中心城市的战略部署。

#### **（二）提升城市品牌**

会奖旅游大发展，产城融合大发展，可以助力建设世界重要旅游目的地，有利于塑造世界复合遗产名城、国际旅游慢城等特色城市品牌。

#### **（三）提升投资价值**

发展会展业，可以促使市场环境不断优化，产业生态持续完善，消费场景持续创新，消费需求不断升级，促进乐山市的投资价值持续提升，市场消费活跃度持续提升。

#### **（四）提升土地价值**

发展会展业，可以带动市政服务优化、产业要素配套、优质流量汇聚、促进城市土地开发利用价值提升、提升城市土地增长空间。

### **四、为产业发展赋能**

#### **（一）促进产业能级跃升**

会展业是经济发展的“风向标”，会展业可以促进深化产业结构调整，推动产业向价值链两端延伸，向低能耗和低污染转型升级，助力特色优势产业及战略新兴产业等现代产业体系构建。

## **（二）搭建产业合作交流平台**

举办高水平展会，利于充分发挥区位优势，搭建合作交流平台，营造良好合作环境，打造区域产业开放合作新窗口，推进投资促进、经贸合作、文化交往。

## **（三）形成产业话语权**

举办会展活动，尤其是高能级会展，可以汇聚在产业发展中具有极强影响力的高端人才、领军企业、协会组织等，形成产业话语权；可以汇聚全产业链企业，促进本地特色优势产业补链、强链、增链，打造特色品牌会展聚集区。

# **五、构筑经济社会发展平台**

## **（一）服务经济双循环的平台**

会展业是连接生产与消费、供给与需求、国际与国内的重要桥梁，是传播新理念，展示新技术、新产品、新服务，促进交易和合作，推动产业转型升级和进步的重要平台，有助于提振经济信心、疏通投资、贸易、消费通道，助推国民经济的全面复苏和居民日常生活的正常化。

## **（二）促进招商引资的平台**

“以会促商、以会促投”吸引高端项目是投资促进工作的目的所在。通过举办各类展会，吸引众多项目和资金落户，

给产业优化带来了聚合效应和引擎功能，提升了会展产业的内在动力，也给投资促进工作带来了动力。

### **（三）引领消费升级的平台**

会展业具有较大的消费拉动效应，会展本身能够创造巨大的经济效益，直接推动商贸、旅游业的发展，同时还可以带动周边相关产业的发展，并逐渐形成以会展活动为核心的经济群体。利用会展产业关联效应能带动交通、通讯、酒店、餐饮、旅游、零售、广告、印刷、装饰、物流货运等周边产业的发展，在促进新时代消费升级、推进经济多元化发展、有效引导资本合理化流通等方面发挥着重要作用。

## **第二节 会展发展的趋势**

### **一、会展产业发展阶段的演进**

#### **（一）会议和展览（M&E）阶段**

早期的会展是相对狭义的，被称为会议和展览 C&E（Convention and Exposition）或者 M&E（Meeting and Exposition）。会议一般指各种类型的专业会议；展览是指各种类型的交易博览会，如展览会、博览会、交易会、招商会、发布会及研讨会。

#### **（二）会奖旅游（MICE）阶段**

会展业经过不断发展和壮大，内容和概念在不断丰富和扩展，随后“会奖旅游（MICE）”的概念被提出，即会展及奖励旅游。MICE是指代会展业的四大产业分支：M(meeting)侧重指企业会议，I（incentive travel）是指奖励旅游，C

(convention) 侧重指行业或协会大型会议，E (exhibition/event) 是指展览会或者博览会及节事活动。

### (三) 泛会展 (METFSPMW) 阶段

随着国家系列政策文件的出台，会展业与旅游业、商贸业、文化业等其他产业的融合发展不断深化，会展业的含义不断扩大，“MICE”已经不能全面涵盖会展行业的内涵，“泛会展 (METFSPMW)”概念被提出。“泛会展”是会展行业适应经济发展态势，丰富壮大自身产业基础并不断与其他产业融合发展的结果，除了包括狭义会展中的会议 (Meeting) 和展览 (Exhibition & Exposition) 外，还与其他产业结合形成了会展旅游 (Tourism for Event)、节庆 (Festival)、赛事 (Sports Event)、演出 (Performance)、博物馆活动 (Museum Event)、婚庆 (Wedding plan) 等新型会展类型。“泛会展”发展的最终目标是建立起会展业与各行各业融合联系的桥梁，打造出一个成熟的、可持续发展的“会展生态”。

## 二、空间格局趋势

### (一) 国际层面——全球会展“东进”

根据全球展览业协会 (UFI) 最新报告显示，亚太地区会展市场成为世界会展业重要支撑。按照国际大会及会议协会 (ICCA) 统计，在中国举办国际会议的数量，已经连续多年位居亚洲首位，接待大型国际会议的能力和水平突出。最近出版的《中外会展业动态评估研究报告》从“展馆、展会、组展企业”三个维度进行评价，中国会展综合实力位居

世界第二。中国不断以高新技术实现产业链创新，已初步形成万物互联的新展览业态。中国会展呈现国际化、市场化、品牌化、专业化趋势。

## **（二）国家层面——中国会展“西移”**

根据最新的《中国会展产业年度报告》显示，四川省展会面积、数量以及收入显著增长，位列全国第五。以川渝两地为代表的西部地区借助“一带一路”汇聚新动能，资本市场有力激发了会展产业活力，促使川渝两地会展产业规模不断扩大，会展经济效益明显，品牌质量持续提升，全球展览业协会（UFI）认证展会数量增加。近年来，四川、湖北、重庆、陕西办展数量增长较快，国内会展业发展重心“西移”的趋势愈加明显，给乐山会展产业发展带来了新机遇。

## **（三）省级层面——聚焦四川“一千”**

根据最新《四川省会展业发展报告》显示，成都市发挥产业核心带动作用，会展业竞争力指数居全国第四、中西部第一。目前，以成都为中心，已形成以绵阳、德阳、乐山等地为代表的会展区域中心城市结构，并已经形成了“西博会”“科博会”“酒博会”“旅博会”“糖酒会”“泡博会”等一批享誉国内外的知名会展品牌，其中“旅博会”举办地就在乐山的峨眉山市。成都平原经济区会展业受重视程度不断提升，产业配套环境逐渐完善。成都平原经济区国际会展数量快速增长，引进效果显著，境内外参展成绩突出。

## **三、未来发展新趋势**

在经济高质量发展的新要求，5G、VR/AR、人工智能等新技术革命的推动，新冠肺炎疫情的催化等背景下，会展发展呈现新模式、新场景、新业态，乐山市可积极借助新趋势带来的新机遇，实现“弯道超车”，形成竞争优势。

## （一）会展新模式

### 1、双线办展

利用“互联网+”创新传统会展业发展模式，实现线下+线上会展的“双线融合”，为展馆方、组展商、参展商、服务商和专业观众提供线上会展整体解决方案和服务。双线会展将会展从一维扩展到了二维，打破了传统会展的时间、距离和空间限制，提高“目标受众”的覆盖范围，大大提升了品牌影响力，进而提升和延长会展效果，并有利于会展后的服务体系构建，同时，也解决了中小企业因实力和资金等原因难以参加大型展会的难题。对于专业观众群体，可以更清楚更全面地了解展会和参展企业及其产品信息，消除了各种时间、交通、地域等限制因素，并且多维度地参观效果和享受，可提升观众的参与度，有效地节约时间，更有针对性地搜索和定向了解自己所需产品。

### 2、智慧办展

运用人工智能、5G、物联网、虚拟现实、可穿戴设备等现代信息技术，建立会展智慧管理平台，定期发布品牌会展活动信息、会展企业名录，提供宣传推介、业务咨询、酒店住宿、人才培养等在线查询、订单服务。设立智慧指挥平台，

围绕组展、布展、物流、人流等，打造信息发布、客户管理、现场管理、展位分配、数据分析、室内导览、物流运输等管理服务系统，实现“展（会）前—展（会）中—展（会）后”全流程数字化管理。

## （二）会展新场景

### 1、创意消费

大力发展会展创意设计，引育时尚设计、工艺创造、展示设计等知识密集型、创意会展企业入驻发展，促进“会展+文化”“会展+旅游”“会展+美食”“会展+赛事”“会展+音乐”发展，构建附加值高、成长性好的特色会展原创 IP，更广泛地形成餐饮住宿、购物娱乐、交通物流等创意消费场景。

### 2、夜间展览

通过夜间办展，拉长会展活动时长，打造夜游和网红打卡点，扩大夜间消费，改善城市中心区夜晚空巢现象，撬动夜间经济，形成城市文化特色。打造夜间展览，迎合年轻受众群体的休闲时间，增加互动体验多样化的活动，为参展观众打造一场兼具广度和深度的会展盛宴。

### 3、沉浸式体验

沉浸式展览往往是让观众置身于一个特定空间内，运用数字化虚拟技术合成并重构世界，通过艺术情境的融合，为观众创造出一个全新的心灵场域。通过消除展览作品、展商和普通大众之间的隔阂，释放展品的各种潜能，使展品走向更广泛的领域，满足参与者在物质、智力和情感层面的需求。

例如，沉浸式艺术展在一定程度上推动了部分当代艺术创作与流行文化合作的尝试，在这些展览中的当代艺术作品相对来说会更容易被“解读”，为作品被大众接受提供了更富余的空间。

### **（三）会展新业态**

#### **1、智慧场馆**

通过技术驱动对场馆设计、工程、管理、运营、服务以及全产业链资源作出智能配置，对各种需求作出智能响应。按照装配式设计理念，升级生产标准、优化制造工序，推进会展智慧场馆建设。通过定制化服务、标准化生产，形成“模块化、积木式、个性化”会展场馆智造模式，在展览设计、器材生产、组装搭建等方面提高生产效能。在智联万物时代，通过 5G 技术充分化解人与空间和距离的割据，实现会展场馆经营者在建筑、人、财、事、物全方面的链接。

#### **2、数字展览**

以共享式仓储与物流及大数据运用等提升全产业链价值链体系。鼓励会展设计、组展、搭建、场馆等企业应用 3D 打印技术、多点互动触摸、全息技术、裸眼 3D 技术、AR/VR、AI 智能互动等新工艺新技术。

#### **3、绿色会展**

积极倡导节能、环保、绿色办展办会，在场馆设施、会展组织、展示设计、展台搭建及会展服务、会展仓储与物流等价值链环节创新应用节能环保、可重复利用的会展材料和

产品，推动绿色会展第三方认证，构建生态化、集约型的绿色会展体系，实现会展业绿色可持续发展。

### **第三节 区域发展的格局**

#### **一、成渝双城打造中国西部会展经济增长极**

**（一）共建成渝开放合作机制，打造中国会展经济增长第四极**

成渝双城正建立对接合龙、议事协调、联动互访机制及专项服务平台、会展合作平台，打造国内会展经济增长第四极。

**（二）共享成渝展会优势资源，形成会展产业内陆高地**

成渝双城正加强智博会、西洽会、欧洽会、西博会等重点展会，成都“5+5+1”、重庆“6+1”等重点领域，成都西博城、世纪城、重庆国际博览中心、国际会展中心等场馆交流合作。

**（三）共育成渝展会优秀人才，建设会展人才输出地**

成渝双城正建立人才交流机制，共同举办会展人才交流和培训、双城会展企业交流项目。建立会展研究智库，推进合作培训体系研究与建设。

**（四）共推成渝展会优质品牌，打造世界级展会品牌**

成渝双城正打造成渝会展资源品牌形象，建立共享会展制造平台、共享供应链条，完善会展产业链，创新成渝会展模式，培育壮大会展项目。

#### **二、四川全力建设会展经济强省**

**（一）培育会展发展新动能，四川建设会展强省**

支持新增重点展会，引进国际会展，加强区域协作，引导企业数字化、智慧化转型，积极探索展会新模式，加快高质量发展。

### **（二）聚焦省内会展一极，成都打造国际会展之都**

以“名展、名馆、名企、名业”培育为抓手，以科技赋能、双线融合、全渠道贯通、聚集创新要素为主线。

### **（三）构建省内会展多点，形成四向拓展新格局**

在成都平原、川南、川东北、攀西、川西北五大经济区形成乐山、泸州、宜宾、绵阳、德阳、眉山等各具特色的会展城市，呈现出多点支撑的局面，构建区域性会展经济增长极。

## **三、乐山会展需主动担当和积极作为**

### **（一）积极融入成渝地区双城经济圈**

建设区域性会展中心城市，积极争取四川国际旅游交易博览会为省政府主办，打造成渝地区会展名片。

### **（二）主动承接成都会展溢出效应**

积极与西博会、糖酒会等高水平会展活动开展联办、协办合作，争做主题市，承接分会场、分论坛活动，推广“乐山造”；借助成都市场引进一批国际性、全国性优质品牌展会，引进商流人流资金流。

### **（三）依托特色产业打造专业展会品牌**

依托乐山市“4+1”特色产业（光电信息、绿色化工、先进材料、食品饮料、数字经济），“2+6”现代服务业（其中

文化旅游、餐饮住宿等），“8+3”现代农业（其中茶产业、林产业、中医药产业等），促进展产融合发展，塑造有全国影响力的专业展会品牌高地。

## 第二章 规划总则

### 第一节 规划范围

乐山市管辖的4个区（市中区、五通桥、沙湾、金口河）、1个县级市（峨眉山）、4个县（犍为、井研、夹江、沐川）和2个彝族自治县（峨边、马边），总面积约1.28万平方公里。

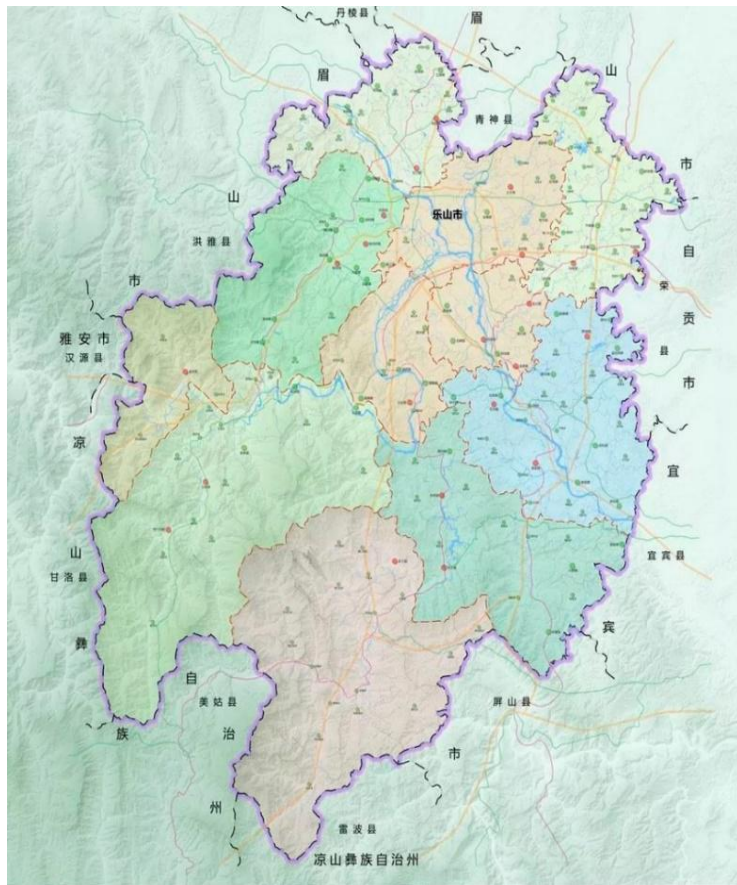


图 2-1 规划范围图

### 第二节 规划期限

本次规划期限为 2020 年~2035 年

近期：2020 年~2025 年

中期：2026 年~2030 年

远期：2031 年~2035 年

### **第三节 规划依据**

#### **一、国家有关法律法规、行业标准依据**

- 1、《城市规划编制办法》（2006年）
- 2、《中华人民共和国城乡规划法》（2019年）
- 3、《中华人民共和国土地管理法》（2019年）
- 4、《展会知识产权保护办法》（2006年）
- 5、《节庆活动管理办法实施细则》（2012年）
- 6、《展览业统计监测报表制度》（2016年）
- 7、《党政机关境内举办展会活动管理办法》（2017年）
- 8、《区域展览场馆规划指南》（GB/T 34398-2017）
- 9、《展览场馆功能性设计指南》（GB/T 34395—2017）
- 10、《展览场馆服务管理规范》（GB/T36681-2018）
- 11、《展览场馆运营服务规范》（SB/T 10852-2012）
- 12、《经济贸易展览会 术语》(GB/T 26165-2010)
- 13、《会议分类与术语》（GB/T 30520-2014）

#### **二、国家政策和地方指导文件**

- 1、《关于进一步做好贸促系统会展工作的意见》（2014年）
- 2、《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（2015年）
- 3、《四川省人民政府关于进一步促进展览业改革发展的实施意见》（2016年）

4、《乐山市商务局关于进一步加强会展备案登记工作的通知》（2019年）

### **三、地方规范和相关规划**

1、《四川省加强管理服务促进会展业发展的规定》（2011年）

2、《四川省城乡规划条例》（2012年）

3、《四川省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》（2016年）

4、《四川省“十三五”会展业发展规划》（2017年）

5、《四川省“十三五”服务业发展规划》（2017年）

6、《成都平原经济区“十三五”发展规划》（2018年）

7、《乐山市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》（2016年）

8、《乐山市旅游发展规划（2018-2035年）》（2019年）

9、《乐山市“十三五”旅游业发展规划》（2017年）

10、《乐山市“十三五”体育事业发展规划》（2017年）

11、《乐山市数字经济发展规划纲要（2019-2023年）》（征求意见稿）

12、《乐山市工业经济发展规划（2016-2025年）》（2017年）

13、《乐山市现代农业“一区六带”建设规划（2017-2020年）》

14、《乐山市城市总体规划（2011-2030年）》（2017年）

15、《乐山市中心城区冠英片区控制性详细规划》（2018年）

## **第四节 规划衔接**

### **一、四川省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要（2016年）**

总体目标是保持高于全国的经济增长速度，人民生活水平和质量全面提高，公民素质和社会文明程度普遍提升，生态建设和环境治理取得显著成效，重要领域和关键环节改革实现重大突破的。

发展路径是系统推进全面改革创新试验、加快产业结构转型升级、构建现代基础设施体系、促进信息化与经济社会深度融合、深入实施点多多极支撑发展战略、推动城乡统筹发展、构筑生态文明新家园、深化改革扩大开放、大力实施扶贫脱贫攻坚、促进文化大繁荣大发展、加快社会事业全面发展、推进依法治省和提升社会治理能力。

对乐山发展的要求集中在交通综合提升，提出加快岷江港航电综合开发，加快建设岷江航电枢纽及乐山至宜宾段航道整治，拓展乐山港、广元港、南充港、广安港等重点港口功能，建成成都至贵阳铁路乐山至贵阳段，规划研究雅安至乐山铁路，加快建设乐山至汉源高速公路和乐山机场。

### **二、四川省“十三五”会展业发展规划（2017年）**

提出加大市场主体培育力度，优化资源配置，推进产业融合，强化对外合作，着力培育“一心四区、一极多点”的会展城市体系，力争建设“辐射中西部、服务全国、具有较强国际影响力”的会展产业集聚区。强化德阳、绵阳、乐山、眉山、资阳、遂宁、雅安等7市的节点支撑作用，以展览、会议为重点，发展综合性、专业化、国际化会展项目。支持乐山市依托四川国际旅游交易博览中心和旅游产业优势，办好旅博会等展会。

### **三、四川省“十三五”服务业发展规划（2017年）**

着力构建“一核两带五区”新格局，其中“成渝城市群高端发展服务带”着力发展电子商务、现代物流、金融保险、商贸会展、信息服务、科技研发、养老健康等辐射能力较强的服务领域。“长江通道绿色服务经济带”以长江黄金水道和沿江高速公路、铁路为纽带，连接乐山、宜宾、泸州等区域性服务节点城市，打造长江经济带服务业发展的重要通道。“成都平原高端服务业引领区”以成都大都市圈为中心，经绵阳向北、经乐山向南辐射，连接沿线区域性服务节点城市，推进制造业服务化、产业转型升级、服务业创新发展示范城市建设，增强高端服务业集聚能力，形成新产品、新技术、新业态、新商业模式的创新高地，打造西部内陆服务业开放示范区。

提出大力推进旅游、科技、生态、会展等相关产业融合发展，打造“四川音乐季”音乐品牌，积极发展民族特色和地

方特色的传统文化。积极培育现代会展、服务外包、人力资源服务、节能环保服务等四大成长型服务业，形成服务业新增长点。积极推进乐山“十三五”国家服务业综合改革试点，积极探索服务业发展模式创新、体制机制和政策创新。



图 2-2 四川省“十三五”服务业发展规划空间布局图

#### 四、成都平原经济区“十三五”发展规划（2018 年）

成都平原经济区包括成都、德阳、绵阳、乐山、眉山、资阳、遂宁和雅安 8 个市、68 个县（市、区），幅员面积 8.65 万平方公里、占全省的 17.8%。定位为高质量发展先行区、现代经济集中发展区、国家级现代化城市群。构建以成都为发展核心，以德阳、眉山、资阳为环成都经济圈，建设成渝发展主轴、成德绵眉乐发展中轴，发展四川天府新区、

成德绵全面改革创新改革试验先行区、中国（四川）自由贸易试验区的“一核一圈、两轴三区”空间发展格局。

将乐山定位为新能源、新材料、冶金建材产业基地，区域性贸易、服务中心和港口城市，山水园林宜居城，世界重要旅游目的地。商务会展业为经济区内八大现代服务业的重要组成部分，规划提出要积极培育区域性展会，做大四川国际旅游交易博览会、中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会；推进旅游与商贸、文化、会展等行业的融合互动，提升大成都、大峨眉等旅游目的地国际化水平。

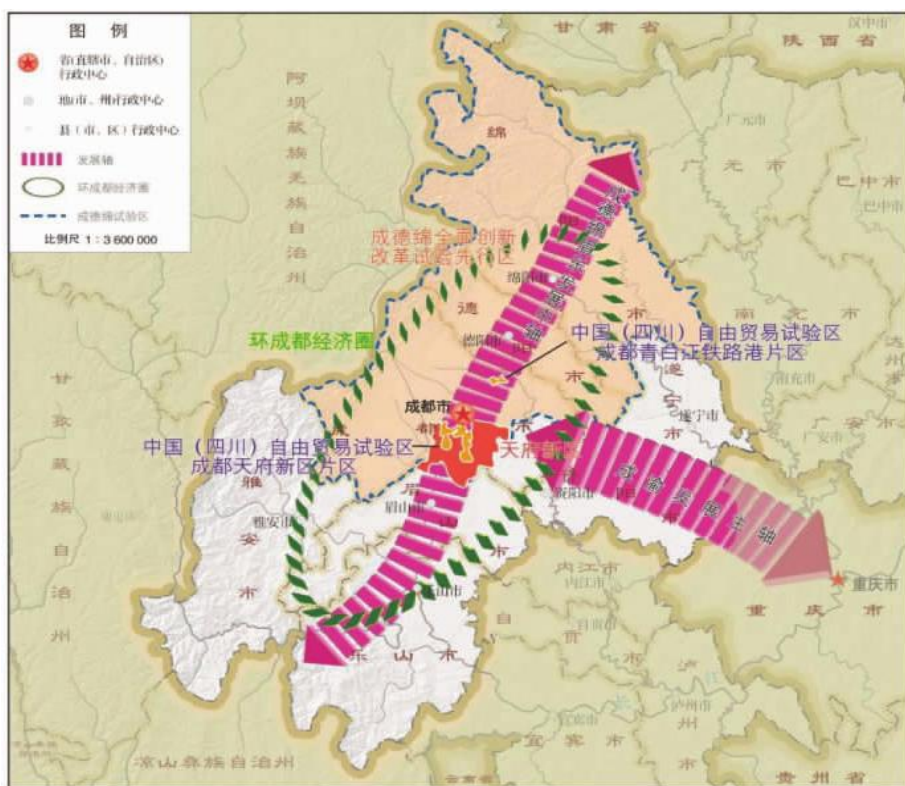


图 2-3 成都平原经济区“十三五”发展规划空间布局图

## 五、乐山市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要（2016年）

乐山发展总体战略定位为建设国际旅游目的地，全省高新技术产业增长极，四川综合交通次枢纽，大小凉山脱贫攻坚示范区。新兴产业重点发展方向为电子信息、清洁能源、新材料、现代装备制造和生物制药五大产业。传统产业重点发展方向为新型冶金建材、精细盐磷化工和特色农产品加工。生活性服务业重点发展养老与健康服务、生活信息服务、社区服务和房地产服务。生产性服务业重点发展会展服务、电子商务、现代金融、现代物流、科技服务。特色优势农业重点发展茶叶、林竹、畜牧、蔬菜、中药材。

## **六、乐山市城市总体规划（2011-2030年）**

将乐山城市性质定为世界旅游目的地、国家历史文化名城、生态宜居公园城市，城市总体定位为世界复合遗产名城、国际旅游慢城，城市职能为国家旅游业改革创新先行区，西部地区旅游服务重要基地和对外开放的国际交流重要平台，四川高新、文化产业增长极和总部经济集聚区，成都平原经济区区域中心城市。发展旅游业、保护历史文化、生态建设、对外开放、国际合作、产业集聚是乐山城市发展的重点。

中心城区总体布局规划提出冠英新区的功能组织为会展商贸、文化旅游和南部产业新城服务中心，部分生活居住；冠英新区文化设施用地和娱乐康体设施用地规划设置会展中心用地；将会展中心打造成为标志性建筑景观节点。

总体构建“一核、一带、四轴、两区”的城乡空间结构，“一心五带两片”的产业空间结构，市中区构建“一核三城多组团”结构。乐山城市从现有三江分割和片区组团零散、低效、产城分离的自然状态，形成多组团聚合产城片区。发展会展产业有利于调节城市资源配置，优化空间布局，推进老城改造，带动新区建设，实现高效发展、特色发展。

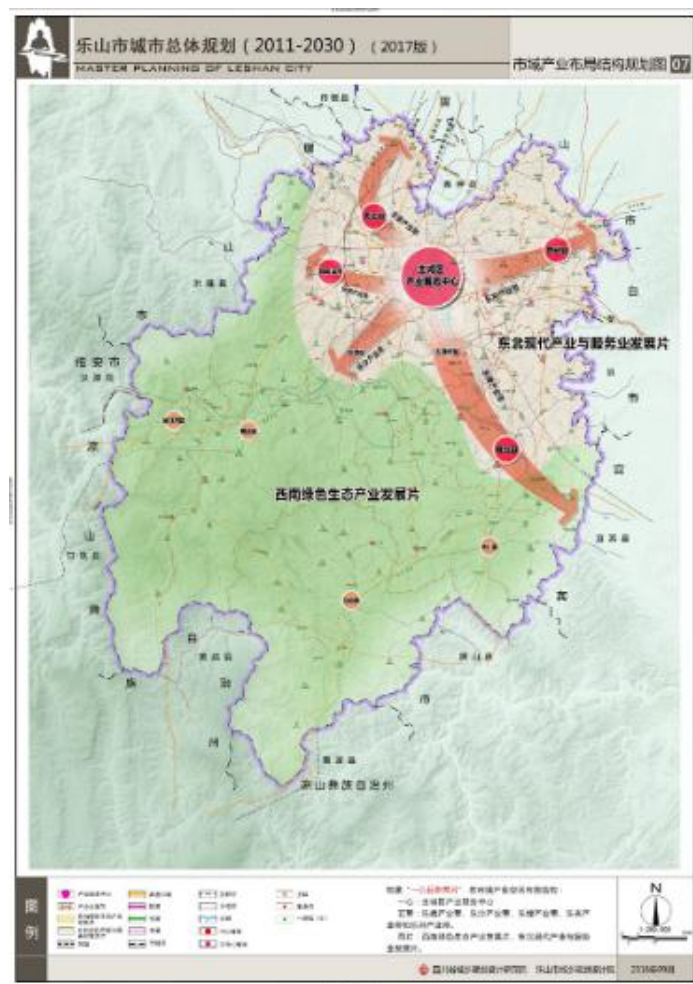


图 2-4 乐山市城市总体规划产业布局图

## 七、乐山市旅游发展规划（2018-2035 年）

将乐山打造成为具有区域比较优势的旅游目的地，从形象塑造上可从打造四川会展旅游目的地等方面构建“世界重

要旅游目的地”。空间布局方面打造“一环三区”，其中“乐山世界遗产体验区”总体思路：重点发展城市旅游、商务会展等功能，加强主题旅游产品提升，打造能够满足人民对美好幸福生活需求的产品体系，实现城市旅游目的地一体化发展。

提出乐山旅游产品谱系打造六大观光旅游产品，其中打造会议会展产品：苏稽商旅小镇、旅博天地商贸中心、峨眉山文化创意孵化基地、四川国际旅游交易博览会、世界汉传佛教大会、中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会；打造节庆会展代表性产品：四川国际旅游交易博览会、世界汉传佛教大会、小凉山彝族火把节、乐山国际美食嘉年华。



图 2-5 乐山市旅游发展产业布局图

## 八、乐山市“十三五”体育事业发展规划（2017年）

提出积极培育现代体育市场，积极承办国际级、国家级、省级体育竞赛和举办市级体育竞赛。规划发展目标提出以体育赛事为抓手，努力探索体育与旅游产业融合发展的形式和途径。同时，经济发展新常态和体育供给侧结构性改革对体育与经济社会的协调发展带来了新的机遇，体育产业作为新兴产业、绿色产业、朝阳产业，将成为未来乐山市经济发展新的增长点之一。

规划主要任务提出完善设施配置，加快体育基础设施建设步伐，加快苏稽片区新建综合性大型体育场馆设施（乐山奥林匹克体育中心）；乐山高新区、城东片区牟子镇新建中型体育场馆设施（乐山高新区市民广场、乐山城东体育公园）。各县（市、区）全面完成“一场、一馆、一池”规划和建设。

坚持以赛事为龙头，建立健全以“赛”育“市”和以“市”促“赛”的产业发展机制，带动体育娱乐、体育健身、体育用品、体育中介等产业发展。结合“智慧城市”建设，大力发展“智慧体育”服务网络 and 平台。支持体育用品和服务电商平台建设，整合体育用品、赛事表演、场馆服务、健身康体等各类体育资源，创新生产营销模式，推动线上线下共同运营。

规划提出发展主要任务，要深化重点领域改革创新，增强体育发展活力，创新场馆管理和运营机制，增强体育场馆

管理及运营能力，开展健身、竞赛、培训、旅游、会展、停车等多种经营服务，盘活场馆资源，实现最佳运营效益。

## **九、乐山市数字经济发展规划纲要（2019-2023年）**

规划发展方向提出推动总部性质机构建设，推动建设四川旅游大数据平台，发展旅游信息服务总部。发展智慧旅游，推动文旅融合共兴。打造“智慧景区”，通过智慧旅游大数据平台，对全市涉旅数据进行多维度挖掘整理、统计分析，对旅游产业运行情况进行综合监测，为精准营销、公共服务、景区管理和综合管理等提供决策参考。

规划发展目标提出，到2023年，实现以物联网、云计算、5G网络、高性能信息处理等现代通信与信息技术融合为基础的，以游客互动体验为中心、以一体化信息管理为保障的景区信息化和智慧化服务管理体系。发展重点有：积极建设智能制造产业园，化标准及接口建设，制定与园区信息化建设相关的标准规范；推进并优化园区信息化基础设施建设，形成信息资源融合汇聚和互联共享的环境。推动五通桥申报创建保税物流中心（B型）工作，构建信息化管理平台。

培育数字融合应用新业态，发展专业化生产性服务平台，大力发展平台经济；依托乐山文化资源优势，发展数字文化创意产业；努力营造推进共享经济健康良性发展的良好氛围。

## **十、乐山市工业经济发展规划（2016-2025年）**

乐山产业体系构建基本思路提出打造工业绿色可持续发展示范区，构建绿色、高端、特色的新型工业体系。瞄准四川产业发展方向，积极发展战略新兴产业和高端成长型产业。

总体布局构建“一总部三基地”，形成集中布局、集聚发展、集成创新发展的新格局。以乐山国家高新区总部为核心，以五通桥新型工业基地、犍为新型工业基地、夹江军民融合产业示范基地为三大支撑。“一总部”：乐山高新区总部。发展培育引进先进装备、光电信息、军民融合、医药健康、数字创意等高新技术产业总部，大力发展研发、孵化、营销、软件与信息服务等现代服务业总部，实现总部经济错位发展、高端发展。“三基地”：五通桥新型工业基地，首位发展光电信息产业，积极推动精细盐化工循环化发展；犍为新型工业基地，依托港口优势首位发展临港装备产业，积极承接全市新型建材转移，配套发展临港仓储、物流业，打造全省临港产业示范区、全市产业转型主战场；夹江军民融合产业示范基地，充分发挥乐山军工优势和工业基础，规划建设总面积10平方公里的军民融合产业示范基地。

规划构建产业发展新体系。重点发展光电信息、先进材料、绿色化工3大千亿支柱产业，推动军民融合产业发展；超前布局下一代信息技术、智能制造、生物技术、新一代交通工具等未来产业。实施绿色发展攻坚战，大力发展循环经济，以产业链配套为纽带，以生产者责任延伸制度为支撑，

带动上下游原材料及零部件企业强化配套、密切联系。实施两化融合攻坚战，培育“互联网+”制造新业态，推动工业大数据创新应用；积极推动智慧园区建设，提升园区智慧服务管理水平。

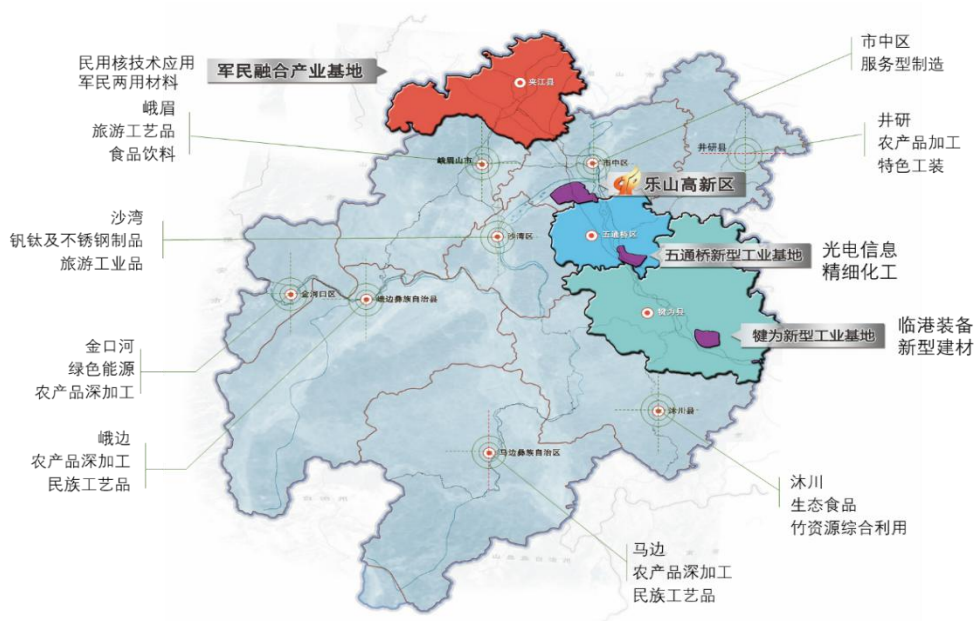


图 2-6 乐山市工业经济发展产业布局图

## 十一、乐山市现代农业“一区六带”建设规划（2017-2020年）

提出推动乐山市现代农业“一区六带”建设。“一区”：把乐山建设成为现代农旅融合发展特色区。“六带”：以“峨眉山茶”为重点，打造 100 万亩高标准茶产业带；以生态涵养区为重点，打造 100 万亩现代林竹产业带；以峨眉山高山蔬菜为重点，打造 100 万亩优质蔬（果）菜产业带；以山区道地中药材为重点，打造 35 万亩中药材产业带；以“三县一区”现代种养循环扶贫产业为重点，打造标准化规模养殖产业带；以峨眉河流域为重点，打造特色农业休闲体验产业带。

规划基本原则提出产业融合概念，把农业作为农村二三产业发展的基础，对农业产业体系整体开发，推进产业链、价值链建设，**促进一二三产业融合发展**，促进单一生产功能向经济、生态、旅游、健康、教育和文化等复合功能转变。发展目标提出**促进农业与工业及现代服务业有效融合**，显著增强农业可持续发展能力。农村资源要素充分激活，股份合作等利益联结方式更加多元，农民共享产业融合发展增值收益不断增加。规划重点工作提出**加快优质特色品牌建设**，加强“互联网+”相关工作，畅通农产品销售渠道，增加农民收入，**依托茶博会、农博会、农交会等国内重要的展示展销活动**，深入实施双品牌战略，**扩大“乐山造”品牌的影响力**，推进全市现代农业经济发展。

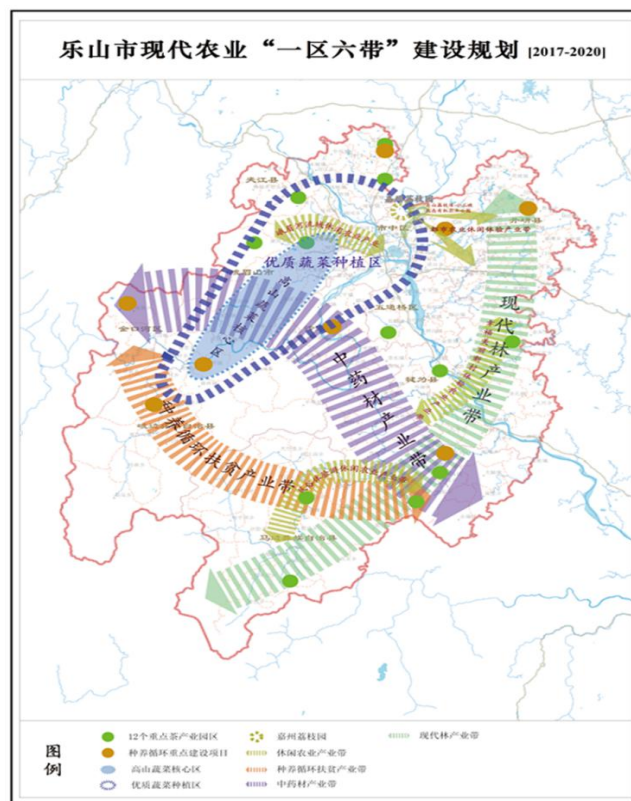


图 2-7 乐山市现代农业“一区六带”布局图

# 第三章 发展条件分析

## 第一节 区位条件分析

### 一、地理区位

乐山市位于四川盆地西南部，坐落在岷江、青衣江、大渡河三江交汇处，北与眉山接壤，东与自贡、宜宾毗邻，南与凉山相接，西与雅安连界。乐山处于“成-绵-乐”发展轴线和成都平原城镇连绵区，在全省经济发展格局中具有重要地位；在外向开放上，乐山是四川南向出川的重要大通道，是面向港澳、东盟开放合作的“桥头堡”。





图 3-1 乐山市地理区位图

## 二、交通区位

### （一）陆运铁运重要枢纽

已建成成乐、乐宜、乐雅、乐自 4 条高速公路，形成纵贯南北、连接东西的高速公路“十字”骨架，成绵乐高铁、成贵高铁、成昆铁路纵贯全境，与周边城市实现高速相通。成昆铁路复线、连乐铁路、岷江航电、仁沐新高速、乐西高速等项目正在加快建设。到 2020 年，乐山将基本建成乐北城市群“半小时交通圈”和市域县城“1 小时交通圈”。

成乐高速公路：成都-眉山-乐山

乐宜高速公路：乐山-宜宾

乐雅高速公路：乐山-雅安

乐自高速公路：乐山-自贡

成绵乐高铁：绵阳-德阳-成都-眉山-乐山-峨眉山

成贵高铁：成都-眉山-乐山-宜宾-昭通-毕节-贵阳

成昆铁路：成都-眉山-峨眉-西昌-米易-攀枝花-昆明

## （二）水运空运重要通道

乐山是四川重要的交通枢纽。乐山港是成都平原经济区水路出川、大件运输的唯一通道，位于五通桥区冠英新区，距乐山市区 10 公里，距成都 120 公里。乐山中心城区距天府国际机场、双流国际机场各 100 公里。在建乐山机场预计 2022 年完工，乐山机场场址位于乐山市五通桥区冠英新区，规划乐山机场定位为 4C 级军民共用机场、旅游干线机场。

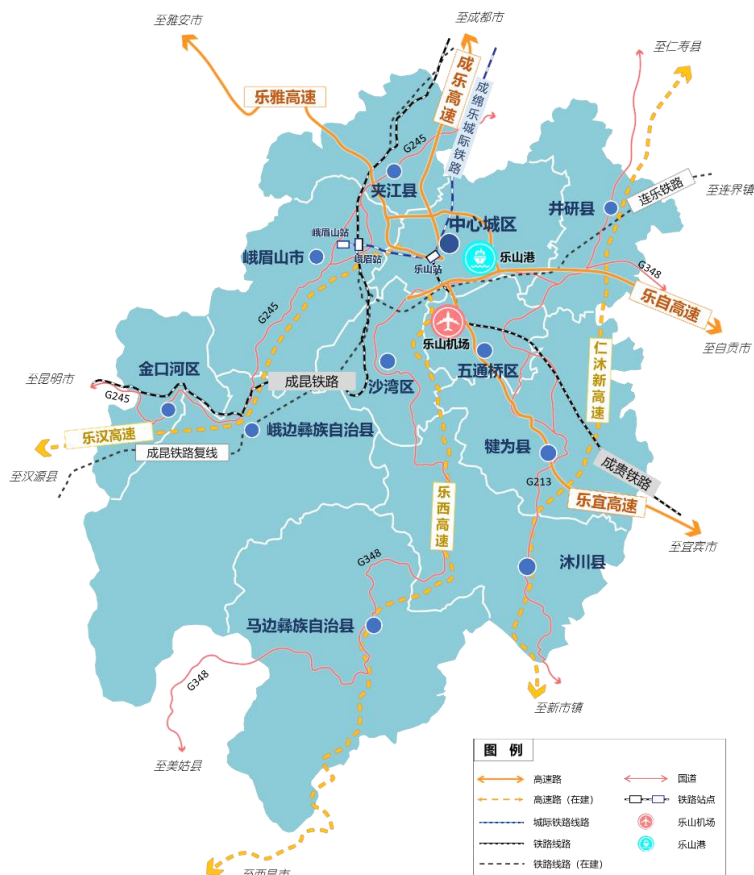


图 3-2 乐山市交通区位图

### **三、经济区位**

#### **（一）区域经济交汇点，改革开放先行市**

乐山处于南北丝绸之路、长江经济带交汇点，是成渝地区双城经济圈、成都平原经济区重要的枢纽城市，是川南和攀西经济区的结合部，是国家历史文化名城、国家首批对外开放城市、区域性贸易、服务中心和港口城市，已与 110 个国家和地区建立了友好交往及贸易往来关系。

#### **（二）区域中心城市，科技研发高地**

乐山为成都平原经济区内的区域中心城市，向南发展大通道，位于成德绵眉乐发展中轴，被定位为新能源、新材料、冶金建材产业基地。乐山市是国家智慧城市试点市、国家科技进步先进市，积极建设国家级高新技术产业开发区、国家级农业科技园区、中国西部瓷都陶瓷总部基地，积极发展智能电网管理系统及技术、新材料，推进国家级旅游业改革创新先行区建设。

#### **（三）世界旅游目的地，现代服务业示范区**

乐山旅游资源丰富。拥有世界级遗产 3 处、全国重点文物保护单位 10 处、国家级非物质文化遗产 4 个、国家级风景名胜区分区 3 处、自然保护区 2 处、湿地公园 2 处、国家级森林公园 3 处、国家级地质公园 1 处、矿山公园 1 处、国家级水利风景区 4 处、5A 级景区 2 处、4A 级景区 13 处。

坚持“旅游兴市、产业强市”发展主线。实现更有质量、更高效益、更可持续地发展，建设中国优秀旅游城市、山水

园林宜居城、世界重要旅游目的地。乐山是全省重点规划现代服务业聚集区，被确立为四川省“十三五”国家服务业综合改革试点，积极探索服务业发展模式创新、体制机制和政策创新，打造西部内陆服务业开放示范区。



图 3-3 乐山市经济区位图

#### 四、文化区位

乐山拥有“峨眉山-乐山大佛”世界自然与文化双遗产、“东风堰”世界灌溉工程遗产。佛禅文化、沫若文化、峨眉武术、嘉州画派、乐山歌舞、小凉山彝族文化等文化品牌独具特色、声名远扬。

### （一）中国佛文化重要代表

四川位于中国佛文化中汉传佛教、藏传佛教、南传佛教交汇处。乐山是中国佛文化发展的核心代表。乐山市中区、峨眉山市和夹江县的佛教寺庙以及传统文化资源较为集中。除乐山大佛-峨眉山这一世界自然与文化双遗产、佛教圣地外，还有夹江千佛岩石窟、大佛禅院、东方佛都等文化资源。

### （二）世界级遗产汇集地

拥有乐山大佛、峨眉山、东风堰三处世界遗产，也是南方丝绸之路的重要枢纽。南方丝绸之路以成都平原为起点，向南分为东、中、西三线。西线又分东、西两路，东路称“五尺道”，经四川乐山、犍为、宜宾、云南大关、昭通、曲靖，西折经昆明、楚雄至大理。自宋以来的川茶易马贸易以乐山为茶船汇集点。到清末，乐山已成为重要商贸城市，民国《乐山县志》总结道：“商埠之盛，甲于川南。”

### （三）中国高山绿茶典型代表

峨眉山是峨眉雪芽、竹叶青等绿茶原产地，是中国十大绿茶产地之一。独特的高山绿茶形成了特有的种植、加工工艺，特别是佛茶文化源远流长，影响深远。

### （四）中国传统武术发祥地

峨眉武术是中国传统武术流派之一，以中国名山峨眉为发祥地。峨眉武术有“一树开五花，五花八叶扶”的总结，一树指的是峨眉武术，五花指的是五个地区，即丰都的青牛、通江的铁佛、开县的黄陵、涪陵的点易、灌县的青城。峨眉

派与少林、武当共为中土武功的三大宗，是一个范围很广泛的门派，尤其在西南一带独占鳌头。

### （五）上河帮川菜发源地

“吃在中国，味在四川；食在四川，味在乐山”，不仅反映了乐山饮食味道好，更能从侧面反映其丰富性。乐山是传统的以甜辣味为主的正宗上河帮川菜的发源地之一，也叫蓉派川菜。在乐山的大街小巷都可看到豆腐脑、钵钵鸡、犍为薄饼、甜皮鸭、跷脚牛肉等富有乐山特色的食物。受儒教、释教、道教影响，乐山美食文化底蕴丰富，几乎每样小吃、每道菜式后面都有一个流传已久的故事，这些故事和美食完美结合逐渐演变成了一种地方性的美食文化。时至今日，这里依然采用传统的古法制作美食，选材考究，用料斟酌，味道温和，回味悠长。

### （六）长江上游生态屏障

“半城山水半城绿”描述了乐山城市面貌，全市森林覆盖率达到 58.63%，峨眉山风景名胜区等实现“零工业”。通过大力推进生态文明建设，大规模开展绿秀嘉州行动，加速推进森林质量精准提升示范项目，深入实施天然林保护、退耕还林、自然保护区建设等重点生态工程，2018 年乐山获得四川省政府授予的建设长江上游生态屏障先进表彰。

### （七）汉彝回苗聚居地

乐山市有 41 个民族，汉、彝、回、苗是世居民族，小凉山是重要的民族聚居地，包括峨边、马边两个彝族自治县

和享受民族县待遇的金口河区，以彝族为主的少数民族人口 17.8 万人，全市少数民族人口近 21 万人。有小凉山马边彝族火把节、采茶节、转转花节、彝历新年等重要文化节庆。

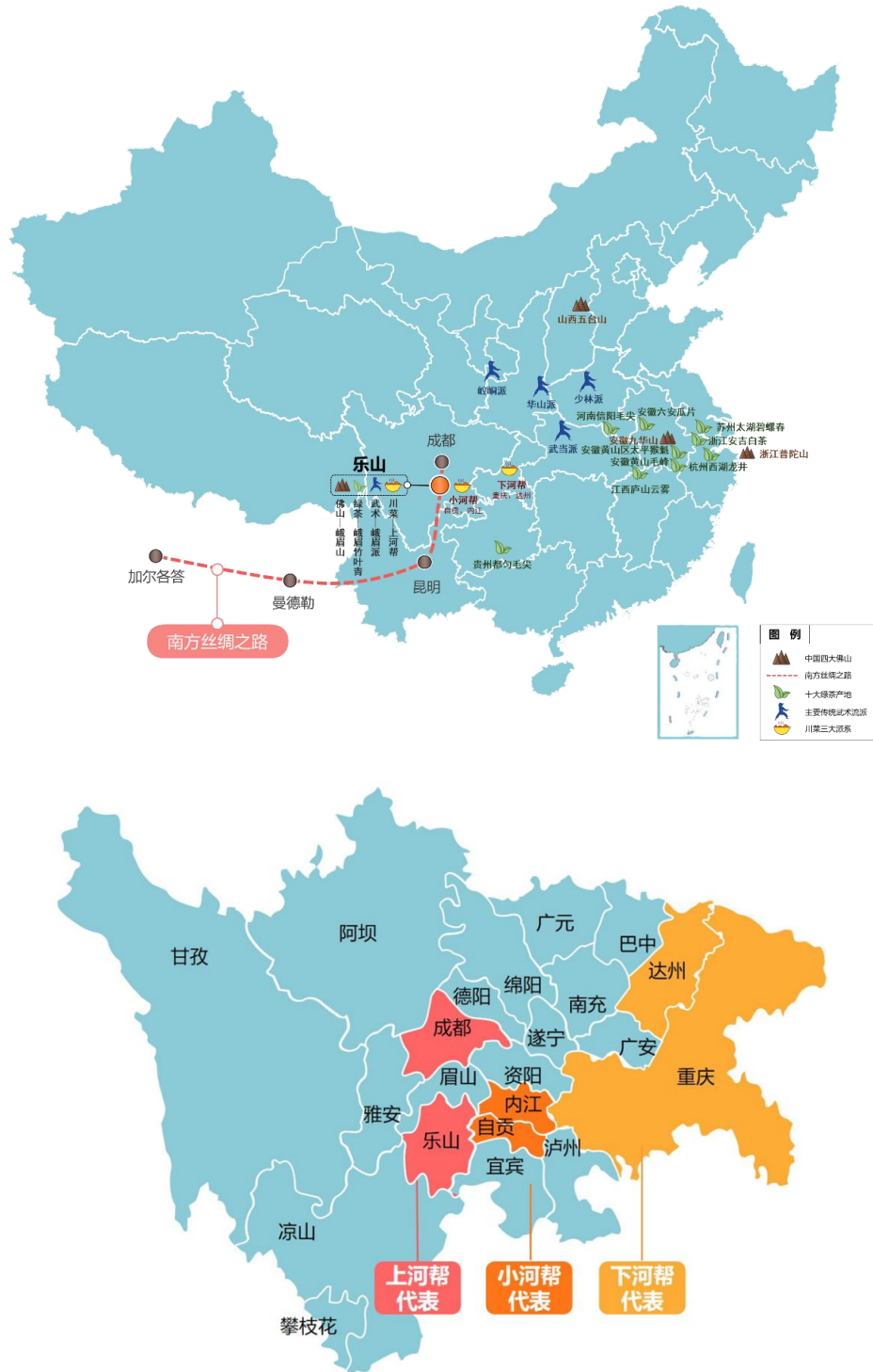


图 3-4 乐山市文化区位图

## 第二节 产业基础分析

### 一、经济基础概况

近年来，乐山市经济运行总体平稳，稳中有进。经省统计局初步核算，2019年乐山市地区生产总值（GDP）1863.31亿元，按可比价格计算，比上年增长7.6%。其中，第一产业增加值242.68亿元，增长2.8%；第二产业增加值801.88亿元，增长8.0%；第三产业增加值818.75亿元，增长8.6%。对经济增长的贡献率分别为4.2%、54.1%和41.7%。三次产业结构为13.0：43.0：44.0。

### 二、相关产业发展情况

#### （一）旅游业发展基础雄厚，前景广阔

乐山古称嘉州，是一座有近3000年历史的国家历史文化名城，拥有三处世界遗产，是全国优秀旅游城市，旅游资源丰富，文化底蕴深厚。峨眉山、乐山大佛、东风堰享誉中外，罗城古镇、郭沫若故居、乌木珍品文化博物苑、东方佛都、大渡河金口大峡谷、峨边黑竹沟、天福观光茶园、同兴杪楞湖、报国寺、嘉阳小火车等远近闻名。

2019年乐山旅游经济总量位居全省第二位，全年接待国内外旅游者7013.51万人次，比上年增长22.3%。其中，接待国内旅游者6987.22万人次，增长22.4%；入境过夜游客26.29万人次，增长12.7%。实现旅游总收入1041.43亿元，增长16.7%。其中，国内旅游收入1037.48亿元，增长16.6%；入境过夜旅游外汇收入5723.11万美元，增长20.9%。

## （二）农业优势领域突出，基础良好

农业发展基础良好。乐山具有茶叶、林竹、畜牧、蔬菜、中药材特色优势产业。其中，茶产业已成为乐山市农村经济的重要支柱产业、精准脱贫的优势特色产业。林竹产业发展迅猛，涉林规模以上企业 15 家，产值亿元以上企业 5 家，林业产业化省级重点龙头企业 14 家。蔬菜产业区域优势明显，蔬菜作物种类齐全、品种丰富，尤其是西坝生姜、犍为麻柳姜、峨眉大蒜和峨边花（白）芸豆久负盛名，远销省内并出口国外。蔬菜产业已成为全市农业经济的支柱产业之一。中药材地域特色彰显，现有沙湾范店“全国农业标准化黄连种植示范区”和“省级标准化白术示范基地”两个中药材标准化种植示范基地。养殖业标准化规模化进程加快，养殖业在精准扶贫中成为“短、平、快”且最具优势的产业扶贫措施。

**茶产业：**2019 年全市毛茶产值 70 亿元，综合产值超 180 亿元。

**林竹产业：**2019 年全市森林面积 1107 万亩，森林覆盖率达 58.63%。

**蔬菜产业：**2019 年全市优质蔬菜播种面积 109 万亩，产值约 60 亿元。

**畜牧产业：**2019 年全市畜牧业总产值达到 130 亿，渔业经济产值 26.8 亿元。

中药产业：2019 年全市中药材种植面积 35 万亩，产值 12 亿元。

### （三）特色工业提质增效，特色突出

乐山的工业体系主要依托三线建设基础以及地方优势资源打造，重化工业特征较为明显。重点培育和发展光电信息、先进材料、绿色化工三大支柱产业。新兴产业重点发展方向为电子信息、清洁能源、新材料、现代装备制造和生物制药五大产业。传统产业重点发展方向为新型冶金建材、精细盐磷化工和特色农产品加工。

光电信息产业：聚焦多晶硅及光伏、半导体及电子信息领域，构建光伏全产业链，建设“中国绿色硅谷”；做大半导体产业规模，引进培育集成电路产业，把乐山打造成为全省重要的电子信息产业基地、全国半导体元器件产业基地。2019 年产值约 118 亿元。

先进材料产业：发展高技术战略性新材料，充分发挥乐山在高纯金属材料、高性能纤维及复合材料、核材料、稀土材料、储能材料等新材料领域的技术、人才和研发生产优势，加快推进技术产业化、产品研发系列化、产业体量规模化。发展传统材料新型化，推动冶金建材产业转型升级，重点升级钒钛冶炼工艺、装备和产品，推进不锈钢制品产业向能源装备、港口装备方向转型升级发展；重点发展高品质水泥和特种水泥、高档建筑陶瓷、装配式建筑。2019 年产值约 500 亿元。

绿色化工产业：着力推动制盐、制碱、制磷等环节技改升级和环保投入，不断提升工艺技术装备和清洁化生产水平；推动精细化工高端化延伸，重点发展电子级、食品级精细化工产品 and “植物保护产业集群”；推动产业链条循环化发展，构建耦合共生的生态工业网络，打造盐化工、硫磷钛化工、精细化工等多条循环产业链条。2019 年产值约 140 亿元。

#### **（四）数字经济发展迅速，省内靠前**

乐山现有数字经济产业主要涉及“互联网+”、大数据、云计算、人工智能、电子商务等方面。其中电子商务方面，2020 年 1 至 9 月，乐山网络交易额实现 329.68 亿元，对网络交易额地域贡献力持续扩大。网络零售额实现 183.93 亿元，在四川排名居第 2 位，在线旅游、食品保健、在线餐饮、茶饮、休闲娱乐等领域，对网络交易额发展的贡献进一步增强。全市建成 5 个县级电子商务运营中心（电子商务孵化园），建成乡（村）电子商务服务示范站 1180 个，沐川县、马边县均已获批国家级电子商务进农村项目。峨眉山市、马边彝族自治县、沐川县积极已开展电子商务进农村综合示范项目建设。

### **第三节 会展发展现状**

#### **一、会展经济发展指标**

乐山市 2019 年会展直接收入 1.6 亿元，拉动收入 7 亿元，展览面积 40 万平方米，重点展会 12 场，观众 150 万人次。

#### **二、会展载体建设情况**

乐山会展场馆主要有已建成的四川国际旅游交易博览中心，正在规划建设的乐山国际博览城；会议设施主要有峨眉山国际会议中心、峨眉山国际度假会议中心、红珠山国际会议中心、金海棠会议中心等；演艺节庆场地主要有《只有峨眉山》戏剧幻城、大佛剧院、峨眉大剧院、象城大剧院、嘉州·长卷、犍为县世界茉莉博览园等；体育赛事场地主要有乐山市体育中心、嘉州绿心公园体育中心、建设中的乐山市奥林匹克中心等。

### （一）乐山国际博览城

规划建于乐山市五通桥区北部冠英新区，与乐山大佛隔江相望，距乐山中心城区约 10 公里，距五通桥城区约 10 公里，紧邻进港大道、乐自高速、乐宜高速，交通便利。计划建成集展览、会议、商务、餐饮、娱乐等多种功能为一体的超大型公共建筑，总建筑面积 17 万平方米，包括 8 万平方米展览中心，9 万平方米的会议中心及配套酒店。

### （二）四川国际旅游交易博览中心

2015 年 8 月建成，是乐山市首个国际化大型会展中心，是四川三大博览会之一的四川国际旅游交易博览会永久性会址，是集展览、会议、商务、文化演艺、赛事活动等多功能于一体的国际化、智慧型博览中心。占地面积约 3.8 万平方米（约 57 亩），建筑面积约 5 万平方米，展览面积 2.8 万平方米，展厅净高最低 9 米，共设 5 个展厅、1 个国际会议厅、7 个会议室、2 个贵宾室、6 个洽谈室，配有 5 语种同

声传译系统、DLP 高清大屏、视频会议系统、会议表决系统、会议录音录像系统等先进的会议设备，同时提供专业、完善的展览和会议配套服务。

### （三）乐山市奥林匹克中心

规划建于乐山市苏稽新区，将作为 2022 年四川省第十四届运动会主场馆，总占地面积约 339 亩，项目总投资估算为 24.76 亿元，建筑面积约 20.78 万平方米，其中地上 15.28 万平方米，地下建筑面积 5.50 万平方米。拟建体育场、体育馆、游泳馆、综合训练馆和产业配套用房、地下车库及设备用房、室外运动场地等，计划在 2021 年 6 月 30 日竣工。

### （四）犍为县世界茉莉博览园

世界茉莉博览园位于犍为县清溪镇，距犍为县城区 12 公里，距乐宜高速犍为北出口 14 公里。项目区域总面积约 1.2 万亩、核心区世界茉莉博览园占地 1300 亩，按国家 AAAA 级景区标准建设。园区内涵盖世界茉莉花种子基因库、田园艺术农庄、康养及精品民宿、茉莉花精深加工体验基地等，打造集休闲体验、康养度假等于一体的国内独茉莉花主题公园。

## 三、展会节赛演发展情况

2014 年以来，相继培育和引进中国-东盟旅游节、四川国际旅游交易博览会、中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会、中国西部不锈钢产品交易博览会、中国西部瓷都·夹江陶瓷交易博览会、四川（乐山）中医药博览会、四川春季音

乐季、峨眉山音乐节、中国·四川国际峨眉武术节、世界传统武术锦标赛、乐山国际半程马拉松赛、实景剧《只有峨眉山》、山水实景剧《乌蒙沐歌》等展会活动。

### **（一）四川国际旅游交易博览会**

由四川省文化和旅游厅、四川省人民政府外事侨务办公室等主办，乐山市文化广播电视和旅游局承办，自 2014 年起每年举办，共举办六届，包括展览展示、特色商品大赛、交易洽谈、商品展销、文旅推介、合作论坛等活动，是目前乐山市规模和影响力最大的展会活动。

### **（二）中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会**

由乐山市人民政府、四川省农业农村厅等主办，峨旅投集团承办，自 2016 年起每年举办，迄今共举办四届，以文艺表演、产品展销、贸易洽谈、品牌推介、高峰论坛、实地体验等形式，推动茶产品、茶文化、茶旅游互促互融，是四川省茶产业的重要展会。

### **（三）中国西部瓷都·夹江首届陶瓷交易博览会**

自 2015 年以来，迄今共成功举办过一届，由四川省住建厅和乐山市人民政府共同主办的中国西部瓷都·夹江首届陶瓷交易博览会在夹江举办。以三江国际陶瓷城、瓷都万象城和粤新中源 3 个会场，分布国际馆、红坯馆、绿色环保馆、卫浴馆、艺术陶瓷馆、陶瓷机械及配套馆等展馆，覆盖陶瓷生产、原材料供应、机械设备制造等涉陶行业和国内外重要陶瓷生产、销售地区。

#### （四）中国西部不锈钢产品交易博览会

自 2015 年以来，迄今共成功举办过一届，由乐山市人民政府、省经信委、省住建厅共同主办，通过举办产品展示销售、高峰论坛、投资洽谈、行业标准研讨、项目集中开工等系列活动，搭建了不锈钢产品展示交易平台、不锈钢行业发展交流平台、不锈钢产业招商平台。

#### （五）四川（乐山）中医药博览会

世界中医药学会联合会主办，自 2018 年起每年举办，迄今共举办两届，以“中医药+”为核心，力争构建“中医药扶贫”“中医药创新发展”“中医药文化发展”“中医药开放合作”四位一体的立体化格局，着力打造立足四川乐山，辐射全国的中医药技术交流、贸易服务平台。

#### （六）中国-东盟旅游节

分别于 2017 年和 2019 年在乐山举办，近年来，在中国-东盟中心的大力支持下，乐山与东盟各国建立了良好的合作交流关系，从第三届四川国际旅游交易博览会开始，中国-东盟中心一直作为支持单位参会，乐山也曾受邀参加在北京举行的“中国-东盟日”活动，泰国是旅博会的首个主宾国，乐山很多企业与越南、柬埔寨等国企业建立了贸易往来关系。

#### （七）四川春季音乐季

2016 年，四川省确定了“春夏秋冬”四季音乐季的总体布局，乐山成为四川省春季音乐季的举办地，迄今已举办四届。四川春季音乐季由乐山市人民政府主办，市委宣传部、市文

化广电旅游局、市中区人民政府、峨眉山市人民政府承办，2019年同时开展了“春之声”交响音乐会、“春之雅”专场音乐汇、“春之韵”地域主题音乐活动和“春之乐”校园音乐季等4个主题活动。

#### （八）峨眉山音乐节

自2016年起已成功举办了四届，由咪咕音乐、乐山文广演艺主办，峨眉山市政府、乐山市文化广电旅游局承办，旨在打造文旅融合的重要平台，通过音乐节带动休闲、旅游、度假、康养、演艺等产业发展，为文旅融合、产业发展和公共文化服务体系建设作出贡献。

#### （九）世界传统武术锦标赛

由国际武术联合会、中国武术协会主办，是传统武术规格最高的国际赛事。被誉为“武术界的奥运会”，第七、第八两届（2018、2019年）在峨眉山举办，是乐山市独立承担的规格最高、规模最大、境外人员最多的一场赛事活动。2019年锦标赛分为境内组和境外组，由个人项目、对练项目、集体项目三大类组成，共吸引了48个国家和地区、5300多名运动员报名参赛，其中境外运动员近1400名。

#### （十）中国·四川国际峨眉武术节

由中国田径协会、乐山市人民政府主办，四川省田径协会、中共乐山市委宣传部、乐山市市中区人民政府、乐山市沙湾区人民政府、乐山市体育局承办，2018年的武术节吸引了来自美国、法国、俄罗斯、乌克兰、墨西哥、尼日利亚、

喀麦隆等 21 个国家的 123 支代表队，运动员总数达到了 1671 名，比赛内容分为传统武术套路比赛、“峨眉论剑”传统武术擂台赛两项，武术节以武为媒，“武旅”融合，已成为文旅体融合的一个重要载体。

### （十一）乐山国际半程马拉松赛

由中国田径协会、乐山市人民政府主办，原乐山市旅游和体育发展委员会、市中区、沙湾区人民政府共同承办，赛事以半程马拉松和欢乐跑为比赛项目，吸引了来自日本、韩国、新加坡等 23 余个国家和地区的万余名喜好运动旅游的健身爱好者乐跑乐山。

### （十二）实景剧《只有峨眉山》

《只有峨眉山》是导演王潮歌创作并执导的“戏剧幻城”实景演艺。是王潮歌继“印象”、“又见”系列之后，创作并执导的“只有”系列的开篇之作。作为旅游演艺界的创新之作，《只有峨眉山》打通了“剧场演出”和“实景演出”的边界，使不同类型的剧场之间互相交融，并开创了行进式的观赏方式。通过“云之上”“云之中”“云之下”三个剧场，用实与虚、写意与留白、表现与间离等方式为游客带来了一次别样的旅游演艺体验。

### （十三）山水实景剧《乌蒙沐歌》

《乌蒙沐歌》是沐川依托自然山水，融合生态文化、历史文化、民俗文化、农耕文化等地方特色文化元素，借助现

代光影科技，将沐川竹乡的生态魅力、历史遗韵、民俗风情融入整个舞台的大型山水实景剧。

表 3-1 2019 年主要展会举办情况

展会名称	主办单位	协办（支持、承办）单位	参展效果
第六届四川国际旅游交易博览会、第五届旅游投资大会	四川省文化和旅游厅、四川省人民政府外事侨务办公室、四川省商务厅、四川省体育局、四川博览事务局、乐山市人民政府	联合国世界旅游组织、世界旅游联盟、亚太旅游协会、中国—东盟中心、中国旅游协会、世界旅游城市联合会、中国旅游集团	83 个国家和地区参展，签约项目 5 个，签约金额 265 亿元
第四届中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会	乐山市人民政府、四川省农业农村厅、四川省人民政府外事侨务办公室、四川省经济合作局	中国国际茶文化研究会、中国茶叶流通协会、中国农业国际合作促进会茶产业委员会、四川茶叶流通协会、云南省茶叶流通协会	13 个国家和地区 61 家企业，共 230 家企业参展，签约项目 27 个，签约总金额 146.99 亿元
第二届四川（乐山）中医药博览会	世界中医药学会联合会	乐山市人民政府、中国扶贫开发协会、中国医药物资协会、国际中医农业联盟、四川省中药行业协会、四川省中医药学会	300 余家参展商，签约项目 25 个，签约总金额 33.75 亿元
2019 峨眉山音乐节	咪咕音乐、乐山文广演艺	峨眉山市政府、乐山文化广电旅游局	观众达到 10 万人
第一届中国磁约束聚变能大会	中国国际核聚变能源计划执行中心、中核集团核工业西南物理研究院、中科院等离子体物理研究所和中国工程物理研究院	中核集团核工业西南物理研究院、乐山市人民政府、中国核学会核聚变与等离子体物理分会、中国物理学会等离子体物理分会	参会人员达 1200 人，12 个大会报告，204 个会议邀请报告和口头报告，444 篇学术海报

2019 乐山国际半程马拉松赛	中国田径协会、乐山市人民政府	四川省田径协会、中共乐山市委宣传部、乐山市市中区人民政府、乐山市沙湾区人民政府	来自 23 个国家与地区的 1.4 万余名选手参赛
第八届世界传统武术锦标赛	国际武术联合会、中国武术协会	四川省体育局和乐山市人民政府，峨眉山市人民政府、乐山市体育局、峨眉山风景名胜区管理委员会、四川省武术协会	40 多个国家，1000 余名参赛武术运动员参赛

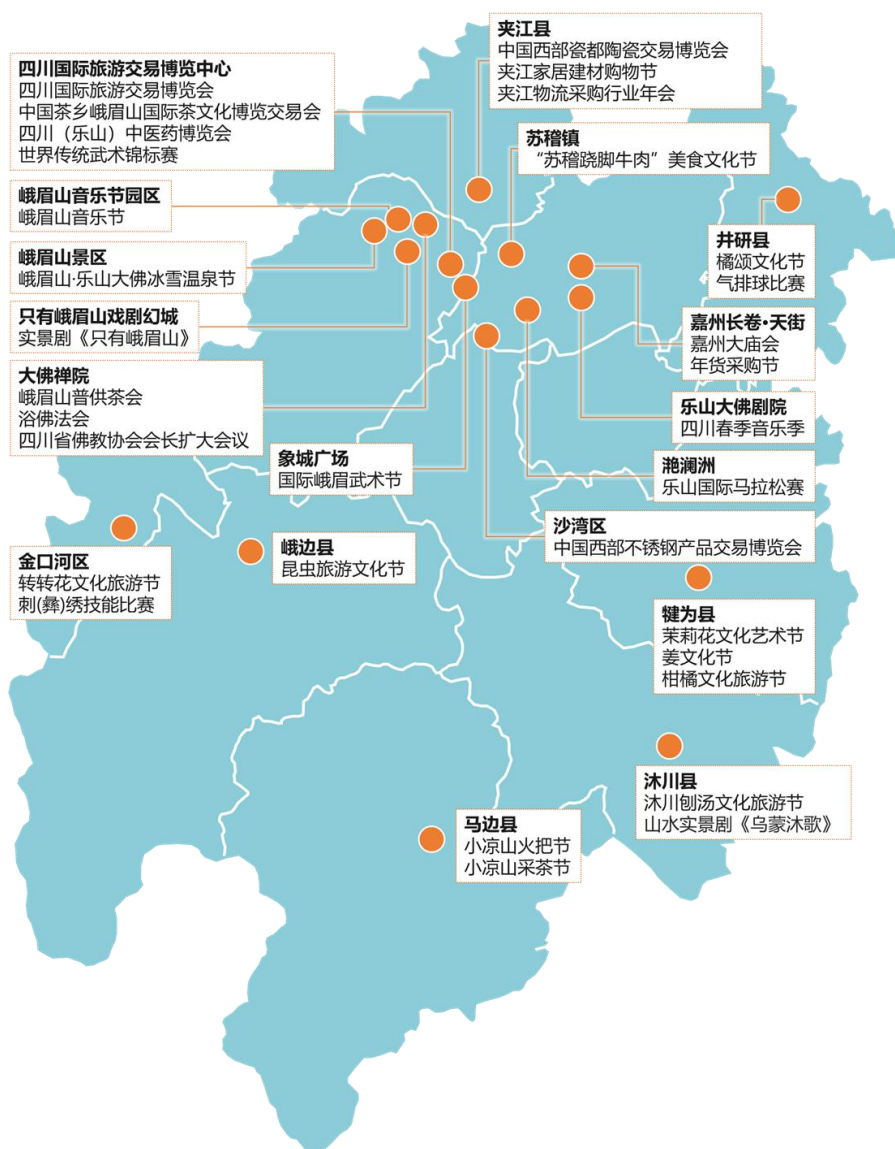


图 3-5 乐山主要会展现状分布图

#### **四、“走出去”参展参会情况**

积极参与国际国内展会活动。积极组织企业赴境外参加“万企出国门”活动以及尼泊尔国际贸易博览会、中国机械工业（俄罗斯）品牌展，逐渐扩大国际合作。积极组织企业参加国家举办的中国进出口商品交易会（广交会）、中国国际进口博览会、全国糖酒商品交易会、中国西部国际博览会（西博会）、中国国际农业博览会、“川货全国行”、西部国际博览会进出口商品展等重大展会活动。积极组织企业参加其他市州举办的成都汽配展、绵阳科博会、泸州酒博会、宜宾白酒文化节、眉山中国泡菜食品国际博览会等活动。

#### **五、会展综合配套情况**

##### **（一）酒店商业服务基础较好**

乐山市酒店约 2395 家，包括五星级标准的红珠山宾馆、世纪阳光大酒店、蓝光己庄酒店、恒邦艾美度假酒店、恒迈酒店、峨眉山温泉饭店、御泉湾温泉酒店、盘龙开元名都大酒店等；四星级标准的广寒宫酒店、S FEEL 设计师酒店、三江悦度假酒店、篱庄别院、智选假日酒店、金叶·禅驿度假酒店、名流酒店等；宜必思、速 8、全季、如家等连锁经济型酒店。乐山市嘉瑞财富广场、世豪广场、嘉州新天地、嘉州长卷、峨眉易镇等重点商业街和商圈为参展人员提供餐饮、购物、娱乐等服务。

##### **（二）美食街区亮点突出**

乐山市形成张公桥、嘉兴路、苏稽古镇、牛华镇、西坝古镇等美食聚集区，分布熊家婆麻辣烫、冯四嬢跷脚牛肉、谢老五跷脚牛肉、谭三妹麻辣烫、黄嬢钵钵鸡、沐川老腊肉、木炭烤鱼、新龙池烤鱼、五通小李火锅、小豆海棠等本地特色餐饮店。

## **六、市场主体与人才培养情况**

### **（一）乐山会展市场主体发展较为薄弱**

现仅有四川省峨眉山乐山大佛旅游集团总公司会展分公司，缺少专业展览公司和会展专业人员。现有会议展览服务公司也缺乏举办大型会展活动的经验，涉及会展企业3家，分别是乐山报广传媒有限公司、乐山新视觉媒体广告发展有限公司、乐山三江传播广告传媒有限公司，暂无本地专业会展公司和行业协会。

### **（二）乐山会展人才培养相对滞后**

缺乏人才保障机制，对于引培会展专业人才的力度不够，如乐山域内高校乐山师范学院、成都理工大学信息技术学院、乐山职业技术学院等高校以及域外高校合作培养会展人才的关系和机制尚未建立；缺乏本地会展人才培训认证机构；引进会展产业所需专业人才的政策吸引力还不强。

## **第四节 竞合分析**

将乐山与四川省内主要同级会展城市绵阳、德阳、眉山、泸州、宜宾进行对比分析，从区位条件、优势产业、品牌展

会、展览面积、核心载体、综合配套、管理机构七个方面进行总结，找到乐山比较优势，为乐山会展发展找准方向。

## 一、区位条件对比分析

### （一）基本概况

表 3-2 区位条件对比分析

城市	对比分析
乐山	成都平原南向拓展“桥头堡”，是成都平原经济区唯一集铁、公、水等多种交通方式于一体的城市
绵阳	成都平原城市群北部中心城市，成渝经济圈七大区域中心之一
德阳	成渝经济圈重要区域中心城市和成都经济区重要增长极
眉山	国家级天府新区，成都经济区和大峨眉国际旅游区的重要组成部分
泸州	川滇黔渝结合部的国家区域中心城市，成渝经济圈重要的商贸物流中心，长江上游重要的港口城市
宜宾	成都经济区、川南经济区、攀西经济区的融合点，“川、滇、黔”三省结合部、“万里长江第一城”

### （二）对比小结

乐山区位条件较好，是成都平原经济区和川南经济区的重要桥梁，是重要的川滇黔藏门户，需要积极发挥区位优势，主动对接成都市场，承接会展产业溢出效应，争做区域性会展中心。

## 二、优势产业对比分析

### （一）基本概况

表 3-3 优势产业对比分析

城市	对比分析
乐山	“4+1”特色产业（光电信息、绿色化工、先进材料、食品饮料、数字经济），“2+6”现代服务业（其中文化旅游、餐饮住宿等），

	“8+3”现代农业（其中茶产业、林产业、中药材产业等）
绵阳	国防科研和电子工业
德阳	重大技术装备制造、动力设备制造
眉山	泡菜生产加工为特色的农产品及食品加工、生物医药、新能源新材料
泸州	以名优酒为主体的食品工业、循环型化工、清洁能源、高性能液压件高新技术产业
宜宾	酒类食品加工、综合能源、化工轻纺、机械装备制造

## （二）对比小结

乐山市旅游业、光电信息、绿色化工、先进材料、数字经济、中医药产业、茶产业、竹产业等在全川具有比较优势，会展发展具有广泛的市场基础。

## 三、品牌展会对比分析

### （一）基本概况

表 3-4 品牌展会对比分析

城市	对比分析
乐山	旅博会、茶博会、药博会、瓷博会、钢博会等
绵阳	科博会、农博会、电商峰会、国际汽车展等
德阳	装备智造博览会、四川航展、进出口农博览会等
眉山	泡博会、竹博会、家博会等
泸州	酒博会、农博会、西南商品博览会等
宜宾	白酒文化节、特色农产品展等

### （二）对比小结

乐山会展品牌建设已有一定成效，乐山拥有四川三大主题博览会之一的旅博会，且培育的会展品牌众多，具备较强影响力，宜结合实际提升并引进系列高能级、大会展项目。

## 四、展览面积对比分析

## （一）基本概况

表 3-5 展览面积对比分析

城市	对比分析
乐山	40.0 万平方米
绵阳	72.5 万平方米
德阳	29.8 万平方米
眉山	14.5 万平方米
泸州	89.0 万平方米
宜宾	27.9 万平方米

数据来源：根据 2019 年中国会展经济研究会统计报告。

## （二）对比小结

乐山会展展览面积属于第二梯队，但发展潜力大，2019 年增长率高达 46%。

## 五、核心载体对比分析

### （一）基本概况

表 3-6 核心载体对比分析

城市	对比分析
乐山	四川国际旅游交易博览中心（室内面积 2.8 万平方米），规划建设乐山国际会展中心（室内面积 8 万平方米，会议面积 3 万平方米）
绵阳	绵阳国际会展中心（占地面积约 15 万平方米，展馆面积约 6.49 万平方米）
德阳	德阳国际会展中心（总展场面积 15 万平米，其中首期建成展场 6 万平米，二期规划新建总面积 9 万平米）
眉山	眉山天府新区商务会展中心（主体建筑总面积约 0.8 万平方米）、中国泡菜城会展中心（总建筑面积约 6.6 万平方米）、竹产业展览中心（建筑面积 1.5 万平方米）
泸州	泸州国际会展中心（展馆面积 8 万平方米）

宜宾	宜宾国际会议中心（总建筑面积 15.57 万平方米）、宜宾国际会展中心（主展场面积 8 万平方米）
----	---

## （二）对比小结

乐山已经使用及规划建设的场馆面积位于全省前列，宜加快乐山国际博览城建设，进一步提高载体使用率，增强高能级、大型会展活动承载力。

## 六、综合配套对比分析

### （一）基本概况

表 3-7 综合配套对比分析

城市	对比分析
乐山	四川国际旅游交易博览中心位于峨眉山市，依托旅游城市综合配套；乐山国际博览城规划建设有机场、港口、高铁站、保税物流中心（B 型），及度假会议酒店、休闲娱乐、特色商业街区、文旅等项目）
绵阳	绵阳国际会展中心场馆周边会展企业及消费场景较少
德阳	德阳国际会展中心有集展览、会议、餐饮、酒店、产业、物流等为一体的综合会展产业园
眉山	眉山天府新区商务会展中心周边配套主要包含综合性展示交易中心、会议中心、商务会客中心、配套用房、地下停车场、景观广场等相关附属设施，中国泡菜城会展中心周边配套会展接待服务及消费场景匮乏，竹产业展览中心周边配套竹艺城、熊猫馆等
泸州	规划在建国际会展中心+自贸港+创智城，周边配套建设国际金融总部、中医药产业园、国际疗养康复中心、特色商业街等项目
宜宾	位于主城区核心区，包含会展综合体、会议中心，并配备甲级写字楼和洲际华邑“超五星级”酒店等

## （二）对比小结

乐山会展综合配套具备比较优势，以会奖旅游配套及交通枢纽港配套为特色。

## 七、管理机构对比分析

### （一）基本概况

表 3-8 管理机构对比分析

城市	对比分析
乐山	设立有乐山市贸促会（博览事务局）
绵阳	由绵阳市商务局、市经济合作局履行相关职能
德阳	由商务局履行相关职能
眉山	由商务局履行相关职能
泸州	设立有商务和会展局
宜宾	由商务局履行相关职能

### （二）对比小结

仅乐山、泸州设立会展专门管理机构，乐山市需进一步发挥博览事务局职能，健全管理体制机制。

## 第五节 SWOT 分析

### 一、优势分析

#### （一）政策优势

##### 1、“一千”支撑区

乐山是成都平原城市群中重要的区域中心城市，是四川“一千多支，五区协同”战略中“一千”的重要支撑。

##### 2、改革开放先行市

乐山是首批国家级旅游业改革创新先行区、首批对外开放城市、国家科技进步先进市、国家智慧城市试点、四川省

“十三五”国家服务业综合改革试点，有着“西部硅谷”之称。对外开放的导向，科技实力的支撑，深化改革的目标为会展发展提供了开放合作渠道和创新动力。

## **（二）区位优势：川滇黔藏门户，全省重要交通枢纽**

### **1、川滇黔藏门户，南北丝绸之路的重要交汇点**

乐山是四川进入云南、贵州、西藏等地的重要门户，是南北丝绸之路的重要交汇点。

### **2、已经形成立体化交通格局**

乐山是全省重要的陆运铁运大枢纽，已建成4条高速公路，两条铁路（其中一条为高铁），与周边城市实现高速相通。乐山是全省重要的水运空运大通道：乐山港是四川重要的长江水运港口，是融入长江经济带的重要支点；自乐山中心城区100公里范围内有天府国际机场、双流国际机场两大机场，以及一个在建的乐山机场。

### **3、紧邻成渝地区双城经济圈**

借助乐山立体化交通网络优势，有利于快速融入成渝地区双城经济圈，促进同向融通、同频共振，借势发力。

## **（三）特色优势：旅游资源优质，旅游品牌突出**

### **1、世界级遗产汇集地**

乐山目前已拥有乐山大佛、峨眉山、东风堰等三处世界遗产，且是南方丝绸之路的重要枢纽。

### **2、中国传统武术发祥地**

峨眉是中国重要传统武术流派之一——峨眉武术的发祥地，有着“一树开五花，五花八叶扶”特点的峨眉武术已列入国家级非物质文化遗产名录。

### 3、上河帮川菜发源地

乐山是以甜辣味为主的正宗上河帮川菜的发源地之一，也叫蓉派川菜。豆腐脑、钵钵鸡、犍为薄饼、甜皮鸭、跷脚牛肉等特色食物与文化完美结合逐渐演变成了一种地方性的美食文化。

### 4、中国绿茶之都

2011年乐山便已荣获“中国绿茶之都”荣誉称号。峨眉竹叶青是中国十大绿茶之一，峨眉山茶为国家地理标志保护产品，马边绿茶为全国农产品地理标志产品。

### 5、四川生态高地

乐山的森林覆盖率达到 58.63%，2018 年获得四川省政府建设长江上游生态屏障先进表彰。

#### （四）融合优势：产业基础扎实，展产融合前景良好

##### 1、产业基础扎实

第一产业——现代农业“8+3”产业体系中重点产业优势。其中茶产业综合产值超 180 亿，综合实力居四川省首位，拥有 20 多个知名产业品牌。中药材产业的中药材资源 2900 多种，占全省资源的 73%，占全国资源的 26%。中药材蕴藏量 100 万吨以上，位居全省首位，黄连、川牛膝、干姜均为全国著名优质药材，产量均占全省 60%左右（川牛膝产量全国

第一)。林竹产业中森林覆盖率达 58.63%，林业省级重点龙头企业 14 家，生态旅游收入 300 亿元。

**第二、三产业——重点培育和发展光电信息、先进材料、绿色化工三大支柱产业和数字经济的“4+1”特色产业体系。**大力发展光电信息产业，做大半导体和信创产业，建设全省重要的电子信息产业基地和信创产业基地、全国半导体元器件产业基地。大力发展先进材料产业，加快发展稀土、碳纤维、石墨烯、玄武岩等关键战略材料和前沿新材料，积极发展绿色储能产业，推进钒钛钢铁、不锈钢、陶瓷等传统材料新型化，建设全省重要的先进材料产业基地。大力发展绿色化工产业，加快推进制盐、制碱、制磷等环节技改升级，重点发展电子级、食品级精细化工高端产品和“植物保护产业集群”，构建耦合共生的生态工业网络，建设西部一流的循环经济示范区。大力发展食品饮料产业，重点培育茶、酒、水、花等特色优势产业，推动一二三产融合联动，建设全省重要的食品饮料基地。大力发展数字经济，聚焦信息数据中心、新一代信息技术、软件服务、电子核心产品制造领域，培育壮大 5G、人工智能、工业互联网等产业，加快推动新型基础设施建设，将乐山建设为成渝大数据异地灾备中心，争创全省地级城市数字经济发展先导示范区。

**第三产业——构建“2+6”现代服务业体系，文旅主题突出。**拥有世界遗产 3 处，A 级旅游景区 35 个，全国优秀旅游城市，旅游总体实力全省第二。

## 2、展产融合前景良好

产业+展会：四川国际旅游交易博览会、中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会、四川(乐山)中医药博览会、中国西部瓷都陶瓷交易博览会、中国西部不锈钢产品交易博览会等。

产业+会议：中国磁约束聚变能大会、中国传统武术发展论坛、中国大数据城市（乐山）高峰论坛等。

产业+节庆：中国-东盟旅游节、峨眉山音乐节、犍为茉莉花文化艺术节、沐川刨汤文化旅游节、金口河转转花文化旅游节、中国乐山·马边小凉山火把节等。

产业+赛事：世界传统武术锦标赛、乐山国际半程马拉松赛等。

产业+演艺：实景剧《只有峨眉山》、山水实景剧《乌蒙沐歌》等。

## 二、短板分析

### （一）体制机制不健全

#### 1、会展发展联动协调机制尚未建立

缺乏部门联动协调机制，尚未成立会展产业行业协会，关于商务主管部门和博览事务部门涉及会展的行政管理职能划分问题尚未进一步细化，涉及会展产业除商务、博览事务外其他部门的联动和协调问题尚未进一步明确。

缺乏“会展+”推进机制，目前乐山对于建立促进“会展+”、推进展产融合、推动以会促旅和以会促产、延伸会展产业链条等机制尚处于探索之中。

缺乏会展利益联结机制，对于如何增加会展产业直接经济效益和实现会展主办方、参展商、服务商合理分享会展收益的问题还亟待研究、解决。

## **2、政策保障不足**

关于招展、引展、办展的财政资金支持和奖励政策、金融支持政策、税收优惠政策、人才培养和招引鼓励政策等一系列配套政策暂缺，亟需尽快研究、制定和出台。

## **3、顶层设计和行业管理待完善**

乐山会展业缺乏明晰的战略布局和发展规划，统筹管理和运营能力有待提高，缺乏有效的评审监督、知识产权保护及行业自律管理，尚未建立起权威有效的行业统计管理机制。

### **（二）会展能级不高**

#### **1、会展品牌缺乏**

现有会展层级不高，与成都、绵阳、泸州等会展相对发达地区相比，品牌会展所占比例不高，自办会展品牌数量和质量与乐山建设区域性会展中心城市目标还有一定差距；会展品牌的宣传营销薄弱，市场影响力、区域影响力不足。

#### **2、展产带动不强**

乐山展产融合形式与内容创新不足，目前乐山展会本身的经济社会效益还比较弱，产业带动效益大约只有 1: 4，低

于会展业“1：9”的产业带动效应，展产互动、相互促进、蓬勃发展的良好局面还没有完全形成。

### **3、招展引展不够**

现有场馆利用率偏低，市场化展会数量少、规模小，对组展商、参展商、采购商的吸引力不足。缺少国际化展会，尚无全球展览业协会（UFI）、国际大会及会议协会（ICCA）认证成员及展览项目。

#### **（三）产业要素不足**

##### **1、会展载体不足**

现有主要场馆四川国际旅游交易博览中心的空间和功能不足，配套设施不健全，无法满足更高层次和更大规模的展会活动；乐山国际博览城规划设计尚未完成，会展场馆建设和硬件配套设施建设进展缓慢；专业化、规范化、配套设施齐全的会展场所较少，多数会展举办场所为临时选取场地，临时搭建，会后拆除，资源利用率较低。

##### **2、会展人才缺乏**

会展业所需的市场营销、创意策划、项目管理类本地人才供给不足，对外地人才吸引不足。本地高校会展专业设置待完善，从业人员专业性不高，同时对从业人员的系统化培训不足，尚未全面推广会展人才的专业资格认证，一定程度影响会展业专业化、规范化发展。

##### **3、会展市场主体不强**

缺少会展龙头企业、缺乏专业服务市场主体，企业专业化水平有待提升，难以独立运营大型会展活动。场馆周边停车、餐饮、酒店等方面配套设施不完善，服务供给不足，便捷程度偏低。未形成完整的组展商、服务商、专业观众服务体系，本土服务机构严重不足，专业化的公共服务平台建设落后。

#### **（四）运营能力不强**

##### **1、场馆运营服务能力较弱**

会展设施、资金保障及专业化服务能力较弱，成为运营过程中的硬性限制。会展产业链上游的专业会议组织者（PCO）、中游的目的地管理公司（DMC）、下游的会展活动支持部门（如展台装修、展品运输、物品租赁、贸易中介、保险、商务旅游、媒体广告、信息数据等）企业偏少，整体上还没有形成完整的会展产业链。

##### **2、经费及效益不足**

展会经费不足，市场同质化竞争严重，部分活动办展质量一般，经营效益较低。

##### **3、专业运营队伍缺乏**

运营管理队伍素质无法满足需求，市场化运营缺乏专业人才队伍。

### **三、机遇分析**

#### **（一）国家战略机遇**

随着乐山深度融入“一带一路”建设、长江经济带发展、新时代西部大开发、成渝地区双城经济圈等国家战略，为区域内产业发展提供机遇，会展则为这些产业提供专业的贸易交流服务平台，特色产业蓬勃发展将为会展经济发展壮大提供坚实基础。

## （二）相关政策机遇

《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（国发〔2015〕15号）、《服务贸易发展“十三五”规划》《四川省人民政府关于进一步促进展览业改革发展的实施意见》（川府发〔2016〕2号）、《四川省国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》《四川省“十三五”服务业发展规划》《四川省“十三五”会展业发展规划》《乐山市城市近期建设规划(2017-2020年)》等系列支持、指引、促进会展业发展的政策文件先后出台，为会展业发展指明了方向、创造了良好的发展条件。

## （三）省市战略机遇

四川省第十一届三中全会作出了全面推动高质量发展的决定，提出“一千多支、五区协同，四向拓展、全域开放”的区域发展新格局，并提出建设内陆开放经济高地，加快建设经济强省的目标。乐山市委第七届五次全会表决通过了《中共乐山市委关于认真贯彻省委十一届三次全会精神全面推动高质量发展的决定》，为乐山市深化供给侧结构性改革，构建具有乐山特色的现代化经济体系做出了明确指导。

会展业发展有利于推进产业结构转型升级，助推现代服务业发展，促进产业培育，提升开放型经济水平，进一步壮大区域经济，契合了高质量发展的战略目标。

#### **四、挑战分析**

##### **（一）成都会展业顶端优势带来的挑战**

成都市会展业在四川省内具有绝对优势，在发展现状和未来规划两方面都是四川省会展重点城市，带来资源虹吸效应和产业集聚效应，对省内其他城市的会展业造成一定挤压。

##### **（二）会展业区域竞争加剧带来的挑战**

建设省级会展副中心的竞争城市较多，相比而言，乐山在会展数量规模和质量效应上没有明显优势，在与这些城市竞争过程中，乐山会展存在会展主题同质、会展品牌遮蔽的挑战。

##### **（三）互联网等新技术应用带来的挑战**

随着互联网、人工智能、云计算、大数据、5G等技术普及应用的发展，电子商务颠覆式发展带来的冲击，将突破部分传统会展所依赖的区位限制、场地限制，以虚拟展会、智能展会等全新的服务方式对传统会展市场带来挑战。

#### **五、分析结论**

##### **（一）发展条件较好，但关键要素不足**

乐山市的地理区位、交通区位、文化区位突出，旅游资源丰富，对外开放程度较高，但政策环境、服务水平、市场主体、专业人才等关键要素不足。

## （二）产业基础较好，但产业能级不足

经济基础较好，优势产业突出，具备专业场馆和较高等级会展活动，但品牌展会数量少、能级不足，产业生态圈不完整。

## （三）产业联动初显，但带动作用不强

依靠优势会展活动初步形成以会促旅产业联动效应，但对组展商、参展商、采购商吸引力不足，对相关产业发展带动作用较弱。

## （四）市场影响初现，但品牌塑造不强

现有重点展会具有省内市场影响力，但核心竞争力的会展品牌数量较少，营销模式有待创新，宣传力度有待提高，品牌影响力不足。

## （五）顺应时代发展机遇，但面临多元的挑战

符合“一带一路”建设、“长江经济带”发展等国家战略方向，契合四川省“一千多支、五区协同”，“四向拓展、全域开放”的战略布局，但面临资源竞争、市场竞争、技术革新等挑战。

## 第四章 案例对标与借鉴

### 第一节 会奖旅游对标与借鉴

#### 一、三亚市会奖旅游案例分析

##### （一）发展概况

三亚是“21 世纪海上丝绸之路”的重要战略支点，与省会海口遥相呼应，形成南会北展的格局，大三亚旅游圈逐步成形，为会展业的发展提供了更广阔的空间和资源条件，提出了打造国际会奖旅游目的地目标。三亚在“企业会奖活动采购指数”“社团会议采购指数”“中国会奖城市综合吸引力指数表”中排名前列，获得“2019 年度最具影响力会展城市”奖，三亚自主培育的“2018 首届热带水果产业博览会暨三亚国际芒果产业大会”荣获“中国品牌展览会金奖”。

##### （二）经济指标

近年来，全市展览场次、展览面积、千人以上会议场数、会展业接待过夜人数等重要指标年均增长率均达 10%。据不完全统计，2018 年全市共举办 100 人以上规模型会议 8100 场，参会人数达到 1931045 人，其中岛外参会人数 1551139 人，国际参会人数 154278 人。举办 500 人以上大型会议 150 场（含千人以上会议 63 场）。展览方面，2018 年举办规模超过 300 个标展以上展览场次 26 场，展览总面积 210477 平方米，参展商达到 13761 个。三亚会展企业业务量显著提升，会展规模稳步扩大。

### **（三）发展经验**

#### **1、以旅引会，以会促旅**

依托国际旅游岛定位，引进奥运活动、世博会、亚信峰会、G20峰会、APEC峰会、世界小姐总决赛、澜湄国家旅游城市(三亚)合作论坛、三亚财经国际论坛、2018年央视春晚分会场等大型会展活动。

#### **2、世界级的会奖旅游配套**

不断完善产业基础配套，打造了世界级星级酒店群，逐步完善了现有专业会展场馆周边区域配套设施的建设，形成了以海棠湾、亚龙湾、三亚湾、红塘湾四个会奖旅游深度结合的会展区域。

#### **3、深度推进展产融合发展**

推进产业融合，充分发挥了会展促进旅游产业作用，培育了一批专业化论坛和主题博览会，主打高端会议论坛、大型节庆活动、公司年会、商务会奖等，会奖旅游发展效果显著；大力发展会展策划、广告、印刷、设计、安装、信息服务、物流、旅游等为配套的会展产业集群，健全会展服务体系。

#### **4、建立会展发展保障机制**

三亚市“十三五”规划中将会展业作为重点发展的九大产业之一，并成立了会展业推进领导小组，负责对会展业进行统一领导、管理和统筹规划。出台了《三亚市加快旅游业发展扶持奖励办法和加快会展业发展扶持奖励办法》等有关

法规。发挥包括会展行业协会在内的各种商协会的中介组织作用。

## **5、大力发展绿色会展经济**

大力倡导生态、环保、绿色会展，鼓励各类会展活动循环使用环保材料，建设绿色场馆，举办绿色主题会展活动，制定展会绿色标准体系；促进“互联网+会展”发展，举办网络虚拟展览会，以科技优势弥补场馆硬件不足，形成线上线下有机融合的新模式。

## **二、乐山市会奖旅游发展借鉴**

### **（一）树立会展旅游品牌形象，开发会奖旅游产品**

依托乐山优质旅游资源，结合乐山市打造世界重要旅游目的地目标，树立乐山会奖旅游品牌形象，引育一批专业化论坛、旅游相关主题博览会，开发一批高端会议论坛、大型节庆活动、公司及协会组织年会、商务会奖等产品。

### **（二）完善会奖旅游设施配套，完善相关政策法规**

完善产业基础配套，打造世界级星级酒店群，完善专业会展场馆周边区域配套设施的建设，促进会展区域的会奖旅游深度融合发展。编制相关规划、行动计划、实施意见及系列标准规范、管理办法等，优化会奖旅游发展环境，建立会奖旅游发展保障机制。

### **（三）与旅游形成互动式发展，促进旅游相关产业发展**

丰富现有大型展会的配套旅游活动，丰富景区会奖旅游基础配套设施，强化与旅游的互动联系。依托世界重要旅

游目的地定位，积极引进一批与旅游融合程度较深的大型、高能级会展项目，促进旅游相关产业发展。

## **第二节 展产融合对标与借鉴**

### **一、东莞市展产融合案例分析**

#### **（一）发展概况**

东莞会展业起步于 20 世纪 90 年代，以特色家具制造业为起点，举办家具展，帮助 230 多家家具企业打开更广阔的销路，如今发展成为为亚洲第一、全球第三大的家具展览会。作为全球知名的制造业基地，东莞已经形成了以电子、机械、纺织、服装、家具等为特色的产业体系和完整的产业链。依托东莞强大的制造业基地优势，每年举办较具规模的展会 60 场左右，相当于每 6 天就有一个成规模的展会。

#### **（二）经济指标**

拥有广东现代国际展览中心、东莞国际会展中心、常平会展中心、虎门会展中心 4 个专业展馆，占地总面积约 60 万平方米，室外展览面积（含停车）约 14 万平方米，室内展览总面积约 20 万平方米，室内可设标准展位 9000 多个。获得 2019“中国最具竞争力会展城市”称号，在 111 个省会城市及地级市中东莞市排名第七位。

#### **（三）发展经验**

##### **1、优势产业形成优势展会**

作为全球知名的制造业基地，东莞已经形成了以电子、机械、纺织、服装、家具等为特色的产业体系和完整的产业

链。依托东莞强大的制造业基地优势，“加博会”“智博会”“名家具展”“广印展”“服交会”“织交会”等多个大型工业类展会应运而生，形成了产业办展的独特模式。

## **2、创新办展促展模式**

“产地办展模式”。先有展会，后有展馆，各个产业派生出的专业展会发展迅速，凭借着产地办展的优势，各种专业展会在东莞镇街遍地开花，涌现出长安五金模具展、大朗织交会、塘厦高尔夫球博览会、横沥模具展、寮步香博会等一批特色展会。

“展贸合一模式”。以贸兴展、以展促贸，如厚街借助名家具世博园、102层的名家具总部大厦，结合其研发、设计、展示、品牌塑造等内容，实现“展贸合一”新模式。

## **3、积极打造会展品牌**

加强对重点品牌展会的培育和扶持，形成重品质、重效益、重声誉的会展业发展格局，充分发挥东莞区位优势和产业优势，集中市镇两级资源，坚持发展工业类展览为主，综合类、消费类、文化类展览为辅。积极打造“华南工业展览之都”“广东国际会议之都”品牌。

## **4、出台系列政策引导**

东莞成立东莞市会展工作联席会议，出台《东莞市人民政府关于促进会展业发展实施意见》《东莞市促进会展业发展专项资金管理办法》等支持政策。

## **二、廊坊市展产融合案例分析**

## （一）发展概况

从中国·廊坊国际经济贸易洽谈会（“5·18”经洽会）起步，形成了中国·廊坊国际经济贸易洽谈会、中国(廊坊)国际有机食品展览会、中国(廊坊)农产品交易会、中国国际管道大会、河北·廊坊装备制造业博览会、中国(廊坊)渔具展销订货会、中国(廊坊)国际名鸽展示会等一批知名品牌展览会。自 2000 年以来，展馆面积从 1 个展馆 12000 平方米扩大到当前的 4 个展馆 42000 平方米。

## （二）经济指标

2018 年廊坊共举办重点展览会 81 个，展览总面积 107 万平方米，其中 1 万平方米以上展览会达 49 个，会展主要指标位居河北省第一，荣获“改革开放 40 年中国优秀会展城市”。拥有廊坊国际会议展览中心等专业展馆。

## （三）发展经验

### 1、发挥区位优势，承接京津会展产业转移

京津冀三省市共同研究制定了《关于加强京津冀产业转移承接重点平台建设的意见》，明确京津冀产业转移承接平台“2+4+46”的格局，廊坊将在域内重点建设 24 个特色产业聚集区，同时借助京津冀贸易促进协同发展机制，以共同搭建贸易促进平台为抓手，实现三地抱团搭建区域会展平台。廊坊具有“半小时进京入津、一小时上天入海”（到首都机场和天津新港），有紧邻北京大兴国际机场的独特地理区位。通过充分发挥毗邻京津、交通便捷、成本低廉的优势，积极对

接京津，主动承接首都会展产业转移，把发展会展经济作为廊坊主导产业。

## **2、成立展览工作领导小组，统一会展相关职能**

将展览工作领导小组办公室与会展主管部门合署办公，集中活动备案、市场监管与组织管理职能，会展管理模式创新走在全国前列。编制《廊坊市展览业发展规划》，制定《廊坊市展览业发展专项扶植资金管理暂行办法》《廊坊市加快会展经济发展优惠措施》，出台《廊坊市进一步加快会展业发展的意见》。政府的高度重视让更多的资源向会展业倾斜，形成发展会展业的良好社会氛围，营造会展经济发展的政策环境。

## **3、会展品牌推动城市经济**

廊坊会展经济在城市营销中发挥着重要作用，用会展品牌建设推动城市形象走出去，又借助城市形象的提升反哺会展品牌建设，形成行业—品牌—城市经济发展的良性循环，会展业已经成为城市经济发展新的增长点。

## **三、乐山市展产融合发展借鉴**

### **（一）发挥本地特色产业优势，确定展产融合发展方向**

充分发挥乐山旅游、茶、中医药、光电信息、先进材料、绿色化工、数字经济等特色产业优势，通过等特色优势产业形成优势展会，构建特色会展项目体系，完善产业链。

### **（二）依托产业优势及区位优势，积极打造会展品牌**

借助成渝城市群与四川“一千多支、五区协同”发展机制，充分发挥乐山区位优势和产业优势，构建产业转移承接平台，共建共享，把会展业培育为乐山市支柱产业。加强对重点品牌展会的培育和扶持，形成重品质、重效益、重声誉的会展业发展格局。

### **（三）出台相关政策，进行支持、引导、规范**

加强产业政策扶持，出台《关于促进会展业高质量发展的实施意见》、《乐山市促进会展业发展三年行动计划》等支持政策。

## **第三节 专业展会对标与借鉴**

### **一、义乌市专业展会案例分析**

#### **（一）发展概况**

专业性展会平台是义乌会展发展的主力军，五金会、框业展、纺博会、美容美发展、文具礼品展、物流展、汽摩配展等一大批专业性展会得到重点培育，在行业内影响力逐步提升。其中，义博会于1995年5月开展，始终以“面向世界、服务全国”为办展宗旨，率先开放小商品市场，不断强化“兴商建市”的内涵和外延，已成为目前国内最具规模、最具影响、最有成效的日用消费品展会，是商务部举办的三大出口商品展之一，先后被评为中国管理水平最佳展会、中国(参展效果)最佳展览会、最受关注的十大展会等，并获得了全球展览业协会（UFI）的认证。

#### **（二）经济指标**

2018年义乌展览规模持续增长，商业性展览总面积达104.02万平方米，同比增长10.3%。其中，规模以上展览（展览面积1万平方米）25个，创下新高。共举办各类会展活动162个。其中，商业性展览64个，参展企业16880家，展位数48544个，参会客商232.9万人次，成交额432.25亿元；新办商业性展览项目15个。拥有义乌国际会展中心等专业展馆。2019年，义乌共举办商业展览63个，展览面积110万平方米，其中1万平方米以上的展览项目28个，另有28个公益性展览。

### （三）发展经验

#### 1、搭建线上+线下展贸平台

义乌连续十四年获中国集贸市场之首，日贸易客流量超20万人次，汇集了43个行业40万余种小商品，同时大力推进世界“小商品之都”建设。除线下商贸平台外，义乌还搭建网上“义乌全球网货中心”，与线下的“义乌购”形成了强有力的平台互补效应，一个个实体的、虚拟的平台，既增强了有形市场的硬实力，又“再造”了无形市场的发展空间。

#### 2、“展+会+场”办展模式

鼓励行业参与办展，进一步做大了义乌会展的“蓄水池”，有效推动展会与市场联动，推进产业转型升级，加大知名会展机构和优秀项目的引进力度，积极培育壮大本土会展企业 and 专业品牌展会，成效明显。创新“特色订货会+传统展会”办展模式，开通展会与市场直通车，有效地将展会与市场的

国内外客商互相引流，实现展会现场人气爆棚和市场人气指数飙升的“双赢”。

### **3、形成优势产业聚集**

义乌的大批特色产业优势企业聚集形成经济高地，众多交易市场分摊公共设施，降低了办展成本。源头采购的模式，减少了流通环节，再次降低企业成本，使义博会能源源不断地以较低成本为国内外客商提供优质的产品和服务。

### **4、完善的会展产业配套**

具有强大的会展主体、市场、展馆、酒店、物流依托，是义务会展发展的重要支柱，义乌的小商品批发市场是浙江省三大物流中心之一，拥有 200 余条联托运线路，直达国内 200 余个大中城市，建有浙中地区唯一的民用机场，紧邻宁波、上海港，形成立体化交通运输网络，配套建设了国际物流中心、商城物流中心两个现代物流基地。

### **5、出台系列政策措施和规划**

出台《义乌市关于进一步促进会展业改革发展的实施意见》《义乌市会展业发展专项资金使用管理办法》《义乌市展览活动管理办法》、《义乌市促进会展业发展联席会议制度》《义乌市会展业发展“十三五”规划》等，同时简化展会申办流程，避免多头审批和重复管理。

## **二、厦门市专业展会案例分析**

### **（一）发展概况**

国内佛文化相关展会以佛事用品展览、佛文化交流为主，形成了以北京、厦门、天津、沈阳、南京、杭州、郑州、苏州、廊坊、海口等地为代表的佛事用品博览会。其中，厦门深挖本地佛文化资源，顺应市场需求，于2006年创办中国厦门国际佛事用品展览会。于2013年始成为国内唯一的一年双展佛事博览会（每年举办春秋两届），如今它代表了当今中国佛事用品产业的发展水平，为海内外佛教友人提供一站式采购平台，每年观众超过20万人次，发展成为业界公认的“全球佛事用品专业贸易平台”，展会的品牌影响力和国际化程度持续提升。

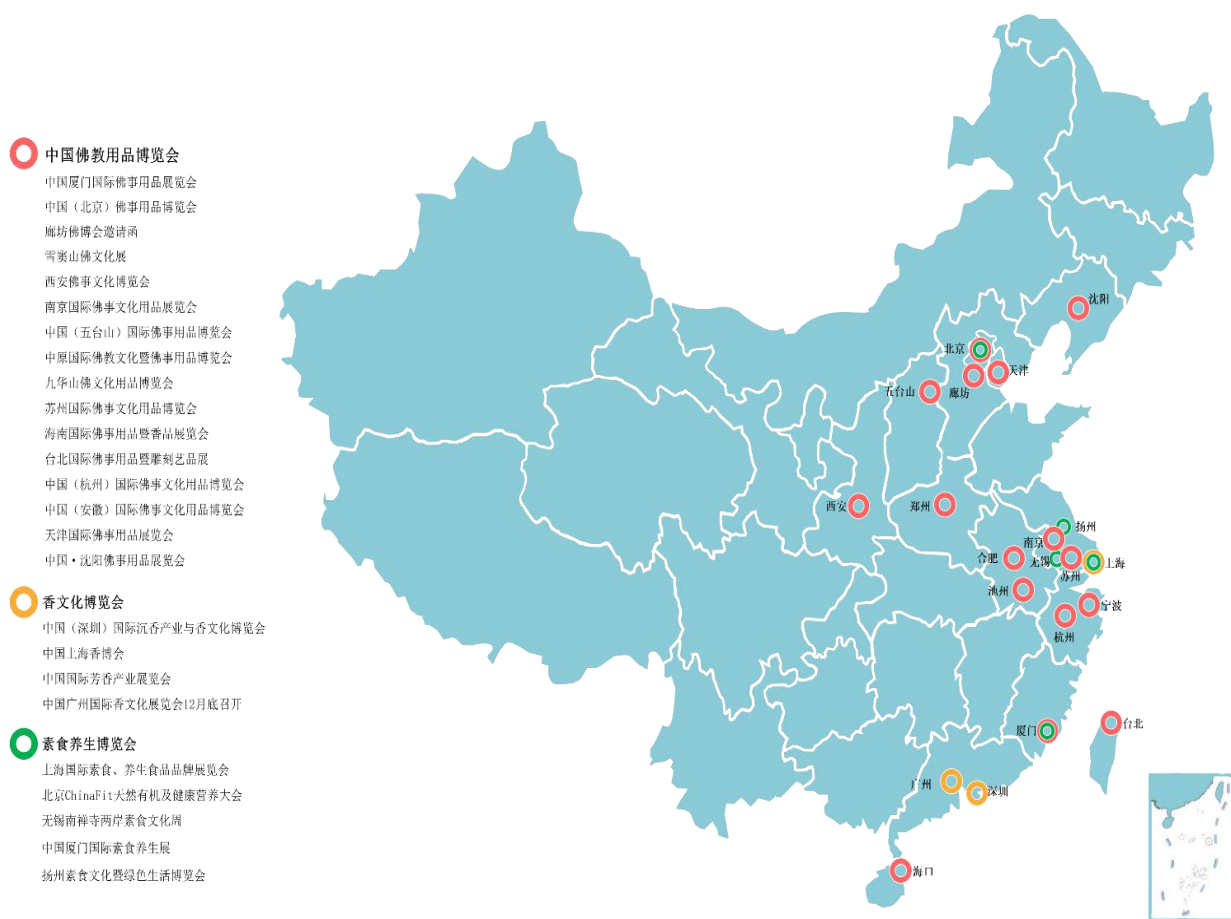


图 4-1 全国佛教用品展、香文化展、素食展主要城市分布图

## （二）经济指标

2018年厦门市举办展览229场，同比增长11.7%；展览总面积237.83万平方米，同比增长8.6%；举办各类会议9262场，同比增长12.14%；会展经济效益约403.03亿元，同比增长5.7%。2019年厦门佛事用品春季展览会，展出面积达11万平方米，国际标准展位5500个，参展观众超过20万人次。2019厦门佛事用品秋季展览会，展出面积达11.5万平方米，6500个国际标准展位、参展企业逾1200家。国际展区再扩大，规模较上届扩充约30%。来自日本、韩国、澳大利亚、加拿大、印度、马来西亚、越南等国家的品牌企业参展，展出富有异国特色的佛事用品及传统文化商品。

## （三）发展经验

### 1、搭建国内一流佛文化交流平台

基于深厚的佛教文化市场和佛事用品产业基础，搭建佛事用品专业交易平台，可以使参展双方在文化、经贸和工艺上得到充分展示交流。厦门佛博会是国内唯一的一年双展佛事博览会，每年观众超过20万人次，发展成为业界公认的“全球佛事用品专业贸易平台”。

### 2、展会配套丰富的文化活动

展会期间举办多场文化论坛活动，如“佛前供花与中国插花文化”讲座、“佛事产业论坛”、“香产业论坛”、“春日·香席秀”、香道表演及香学互动等系列活动。

### 3、佛事用品产业链“一站式”全覆盖

设置佛像佛龕、寺院建筑、香品香具、蜡烛灯具、法器法物、僧服绣品、国际展区、禅意家居、工艺礼品及文创、素食有机产品等十大展区，全面展示行业精品，并通过升级优化展区布局，方便观众集中选购，使“一站式”佛品采购平台更加高效便捷。

#### **4、搭建线上商贸平台**

登录官方小程序，即可获取展会最新资讯、参观指南、完成参观登记、登记法师住宿、查看展位导览、餐饮服务点等，满足自助服务功能，快速便捷。推广线上自助服务功能，并甄选优质品牌企业入驻，打造永不落幕的移动展厅，为未能到现场的观众提供购买产品的渠道，也为佛事用品行业的发展带来新活力。

### **三、乐山市专业展会发展借鉴**

#### **（一）搭建专业会展交流平台，进行信息咨询、科技交流**

以旅博会、茶博会、药博会、瓷博会等专业会展为依托，搭建专业会展交流平台，为参展双方提供文化、经贸、工艺、科技展示交流及信息咨询等服务。

#### **（二）配套丰富的展会活动，丰富展会形式、提升人气**

结合大型会展主题，通过线上线下同步、主分会场联动、体验互动等形式同期配套相关会议论坛、特色展览、节庆赛事等系列活动，增强会展吸引力，提升会展人气值。

#### **（三）形成优势产业聚集，实现会展全产业链覆盖**

通过特色优势产业品牌会展活动，拓宽合作渠道，减少中间环节，创新交流交易场景，升级优化展区布局，提升服务水平，提高会展活动附加值，吸引产业链上下游企业参展，再通过优化营商环境，吸引参展企业落地，逐步完善本地全产业链生态建设。

#### **（四）加强基础设施建设，完善会展产业配套**

对会展载体进行人性化、标准化、智能化、绿色生态化建设改造，优化交通物流组织，健全交通枢纽、停车场、物流轮候区等基础设施，为核心场馆配套功能服务健全的 PCO、DMC 组团，提升住宿、餐饮、商业休闲等消费场景服务能力与水平。

### **第四节 乐山会展突破路径**

#### **一、站位突破：打造国际旅游会展名城**

对标先进城市经验，发挥自身优势条件，打造重点项目和核心品牌，全面提升会展业能级。建设会展产业生态圈，构建产业发展内生动力，强化会展要素综合配套，创新会展发展体制机制。

#### **二、错位突破：打造国际专业会展品牌聚集地**

聚焦差异化竞争，促进专业展会引领，提供专业展会服务，打造一流专业展会交流平台。强化展产深度融合发展，发挥独特区位优势，发挥乐山特色产业优势，借助区域协同发展，确定专业展会发展方向。形成优势产业聚集，实现专业展会全产业链覆盖。通过出台系列政策引导、改善会展发

展软硬环境，以“产地办展模式”“展贸合一模式”等模式创新办展促展，实现以贸兴展、以展促贸。充分发挥会展的产业带动作用，反哺增强产业实力，扩大特色优势，推动乐山特色会展品牌塑造，推动城市经济发展。

### **三、补位突破：打造国际展贸商贸新平台**

培育会展新模式，激发增长新动能，搭建双线会展平台、智慧云展平台。打造会展新场景，创新开展体验型、沉浸式会展活动。塑造会展新业态，培育数字智慧会展、绿色环保会展。优化专业展会要素设施配套，健全功能服务，面对全产业链招商招展，形成优势产业聚集，降低交易成本，优化服务环境，提高交易效率。联通产业园区、基地，联动城市、景区休闲娱乐，丰富会、展、节、赛、演等互动体验配套活动。对人性化、规范化、标准化、国际化、智能化、生态化等全面提升。

## **第五章 定位与目标**

### **第一节 规划思路**

#### **一、加强顶层设计，形成部门联动**

##### **（一）做好顶层设计，引导产业健康发展**

加强对会展业发展战略、规划、政策、标准等制订和实施，引导会展业发展方向。做好会展数据统计和发展报告发布，推动整体营销宣传，权威发布行业展会信息、企业信息，指导行业合作、开展展会活动的监督协调管理。

##### **（二）形成“部门协作、上下联动”的联动机制**

理顺政府管理体系，明确各部门分工与职责，简化审批流程，形成部门协作合力。上级会展机构做好工作指导和检查监督，下级会展机构做好工作执行和意见反馈。

#### **二、促进展产融合，筑牢产业基础**

##### **（一）促进会展+产业融合发展**

形成以展带会、以会带展、以节带展、以展促产的展产融合格局，通过会展活动推动经济转型升级和优势产业的高质量发展。

##### **（二）筑牢会展软硬件基础**

加强会展场馆设施的优化升级和外部物流交通体系的优化，形成会展产业集群。推进会展大数据平台、双线会展、智慧会展的建设和应用。

#### **三、强化主体培育，提升市场竞争力**

### **（一）培育市场主体**

充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，积极推进展览业市场化进程。坚持专业化、国际化、品牌化、市场化、智慧化方向，通过资源整合、信息共享和有序竞争，进行跨地区、跨部门的战略重组，建立和培育符合现代企业制度的龙头会展公司。大力发展会展中介服务公司，为会议和展览提供设计策划、组织联络、广告宣传和各类服务。

### **（二）提高市场竞争力**

突出会展专业化、企业专业化、市场专业化，保护企业的知识产权，出台会展企业奖励优惠措施，提高运营管理能力，提升会展业的综合竞争能力。

## **四、加强品牌塑造，推进会展节庆旅游**

### **（一）会展品牌体系建设**

依托优势资源，构建核心品牌、配套品牌会展品牌体系，积极开拓精品会展、微会展，形成核心突出、支点丰富的品牌体系。

### **（二）大力发展会奖旅游**

以会奖旅游带动会展、旅游协调发展，形成合作共赢的双轮驱动、倍增发展格局。完善会奖旅游配套设施，建立会奖旅游保障机制。

## **五、完善会展生态圈，提高会展服务能级**

### **（一）大力建设泛会展**

不断拓展会展边界，形成展览、会议、节庆、赛事、演艺等更广泛的会展生态，不断增链、强链、补链，扩大产业辐射力和提升经济带动效益，真正实现会展产业规模化、产业化、一体化的建设，构建大会展生态圈。

## **（二）提升会展服务水平**

围绕组展商、服务商、参展商、参展观众的需求提升会展服务能力，强化综合服务配套，提供会展增值服务。强化会展专业人才培养和会展配套服务企业的培育。

# **六、区域产业联动，推进开放平台建设**

## **（一）联动区域经济**

以产业联动为抓手，以乘数效应带来会展上下游产业集聚发展，带动消费升级。以会展经济提升城市服务功能、拉动区域就业，扩大区域间经贸往来，形成区域经济聚集高地。

## **（二）搭建开放平台**

结合各地优势产业、资源禀赋等实际举办主题鲜明、特点突出的展会活动，发挥展会在投资促进、贸易合作、外交服务等方面的积极作用，助推乐山开放发展。

## **第二节 指导思想**

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实习近平总书记对四川工作系列重要指示精神和省市各项决策部署，抢抓“一带一路”建设和长江经济带发展、新时代西部大开发、成渝地区双城经济圈等重大战略机遇，聚焦品牌化、国际化、市场化、专业化、智慧化发展方向，

深化改革，开拓创新，大力促进会展产业做大做强，引领和带动乐山经济社会实现高质量发展。

### **第三节 规划原则**

#### **一、政府引导、市场主体**

坚持政府引导，优化政府服务，支持会展业改革创新发  
展，激发市场主体活力和创造力；改变会展管理及产业促进  
“九龙治水、多头管理”局面，实现高效管理。遵循市场规律，  
坚持以市场化原则引导和激励社会资本进入会展产业，加快  
推进会展业市场化进程，提高企业主体的市场化运作水平和  
专业化服务能力，不断激发市场主体的活力和创造力。

#### **二、展产融合、高质发展**

发挥会展平台效应和带动作用，创新运用“以展促  
产”“产地办展”“展贸合一”“线上线下”等模式，不断深化产展  
融合，促进会展与三次产业融合发展。做大产业规模，做强  
品牌展会，促进会展产业转型升级高质量发展。

#### **三、品牌引领、优化布局**

精心办好重大展会活动，培育具有影响力的品牌展会。  
科学规划会展业布局，完善会展产业链生态圈，深入挖掘会  
展流量经济，提升会展增值服务能力，构建结构合理、功能  
完善的会展产业生态体系。

#### **四、立体开放、区域合作**

坚持“走出去”“引进来”并举，用好国际国内各种资源，  
加强会展国际交流合作，抢抓全球会展东进、中国会展西移、

四川会展聚焦“一千”及成都会展外溢机遇。坚持内培与外引并重，争取更多国际展会机构和项目落户乐山，提升乐山会展国际化水平。

## **第四节 定位与目标**

围绕“世界旅游目的地、国家历史文化名城、生态宜居公园城市”的乐山城市总体发展目标，坚持深化改革、对外开放、科技支撑的战略方向，实施育龙头、强集群、提品质的发展路径，全面推动特色会展产业形态建设，促进乐山会展业高质量综合发展，推动乐山建设成为西部地区对外开放的国际交流重要平台。

### **一、会展发展定位**

以品牌化、市场化、专业化、国际化、智慧化为发展方向，奋力将乐山市打造成为凝聚优质要素、汇集品牌项目、壮大市场主体、实现全域会展的国际旅游会展名城。

## **成渝地区会展“第三极”**

### **中国会奖旅游名城**

### **国际旅游会展名城**

——为乐山融入成渝地区双城经济圈赋能，着力打造成为成渝地区会展“第三极”。

——为乐山建设巴蜀文化旅游走廊世界重要旅游目的地赋能，奋力打造中国会奖旅游名城、国际旅游会展名城。

### （一）成渝地区会展“第三极”

乐山是成渝地区重要交通节点和港口城市，拥有得天独厚的资源和良好的产业基础。积极融入成渝地区双城经济圈建设目标，以“会展+”为引领，积极承接产业转移带动彝区脱贫振兴“示范区”、成渝黄金水道航运“始发站”、军民融合核技术产业发展“新高地”建设，形成成渝地区会展“第三极”。

### （二）中国会奖旅游名城

乐山是四川省第二大旅游城市，旅游资源丰富，以会奖旅游激发乐山发展新动能，助推乐山经济高质量发展，积极融入长江经济带、新时代西部大开发等国家战略，增强乐山在国内的知名度、影响力和辐射力，建成立足四川、带动西南、面向全国的中国会奖旅游名城。

### （三）国际旅游会展名城

乐山坚持“走出去”“引进来”双向开放，通过举办四川国际旅游交易博览会等国际高端展会活动，不断深化与南亚、东盟等区域的国际商贸交往、合作交流，加速国际资源要素集聚、转化利用，全力推动乐山打造国际旅游会展名城。

## 二、会展发展目标

实施育龙头、强产业、提品质的发展策略，高标准规划建设新会展场馆，主动承办成渝地区品牌展会和贸易投资活

动，做大做强会展产业，坚持市场化、多元化、专业化运营，促进乐山会展业高质量发展，积极建设国际旅游会展名城。

**（一）2020年-2025年：产业培育期（成渝地区会展“第三极”）**

### **1、会展经济显著提升**

到2025年，实现会展直接收入15亿元，拉动收入140亿元。总展览面积200万平方米，会展龙头企业8家。

### **2、引导构建会展生态圈**

核心产业链、载体体系及会展配套、政策措施基本完善。

### **3、展产融合进一步深化**

推动乐山会展与优势产业进一步融合发展，形成城市会展经济名片，会展项目的国际权威认证得以突破。

**（二）2026年-2030年：提质增效期（中国会奖旅游名城）**

### **1、会展经济提质增效**

到2030年，实现会展直接收入45亿元，拉动收入450亿元。总展览面积500万平方米，会展龙头企业15家。

### **2、建成会展生态圈体系**

全域会展平台搭建完善、全域会展配套健全，全域会展保障到位，全域会展运营能力显著增强。

### **3、展产融合水平迅速提高**

全面带动乐山一二三产业实现大融合、大发展，会展项目的国际权威认证进一步提升，办展参展、招展引会更加广泛。

### （三）2031年-2035年：巩固提升期（国际旅游会展名城）

#### 1、会展经济巩固提升

到2035年，实现会展直接收入100亿元，拉动收入1050亿元。总展览面积1000万平方米，会展龙头企业20家。

#### 2、会展生态圈持续提升

全面形成共生共享、高能优质的会展生态圈，成为品牌化、国际化、市场化、专业化、智慧化的重要展贸平台。

#### 3、展产融合示范高地

成为区域产业转型升级和高质量发展的重要引擎，成为区域国际产业合作的战略支撑载体。

表 5-1 乐山会展业各阶段产业发展指标

指标分类		参考指标	乐山指标		
			2025	2030	2035
综合 经济 指标	展览面积（万平方米）	-	200	500	1000
	会展综合收入（亿元）	-	140	495	1150
	会展直接收入（亿元）	-	15	45	100
	会展拉动收入（亿元）	-	125	450	1050
	会展龙头企业累计（家）	-	8	15	20
国际 会展 名城	UFI（全球展览业协会）认证的展会项目及成员（个）	10个以上	3	6	10
	ICCA（国际大会及会议协会）认证的会议及成员（个）	5个以上	-	2	5
	组织企业在国（境）外参会参展（个）	20个以上	5	10	20

指标 体系	国际展会数量比例 (%)	≥30%	10	15	30
	境外参展商的参展面积比例 (%)	≥30%	20	25	30
	境外观众比例 (%)	≥20%	10	15	20

**数据预测来源：**

展览面积：2019年乐山市展览总面积约40万平方米，预测2020-2025年均增长率约为30%；2026-2030年约为20%；2031-2035年约为15%。

会展直接收入：2019年乐山市会展直接收入约1.6亿元，展览面积（万平方米）与直接收入（亿元）比为1:0.04，预测2025年展览面积与直接收入比为1:0.075，预测2030年为1:0.09，预测2035年为1:0.1。

会展拉动收入：2019年乐山市会展拉动收入约7亿元，直接收入与拉动收入比为1:4.375，预测2025年直接收入与拉动收入比为1:8.3，预测2030年为1:10，预测2035年为1:10.5。

## **第六章 产业生态构建**

### **第一节 会展产业链构建**

围绕会展产业属性和特性，聚集会展核心要素，构建会展产业链，推动乐山会展聚链成圈。结合乐山市发展优势与短板，完善会展产业链，推动相关产业要素集聚，围绕组展商、服务商、参展商以及专业观众打造会展产业链。

#### **一、组展商**

组展商是展会的组织者，是联系场馆方、参展企业和观众的桥梁，联系参展商参展参会，联系服务商为展会提供系列服务，通过整合行业资源为其提供优质服务。

#### **二、服务商**

通过展会连接展览相关服务商，包括发生在展览现场的租赁、广告、保安、清洁、展品运输、仓储、展位搭建等专业服务商企业，也包括餐饮、旅游、住宿、交通、运输等相关行业的配套服务商。

#### **三、参展商**

是指签订参展合同，履行合同义务，拥有展台使用权，展示产品、技术和服务的组织，分为境内参展商和境外参展商。

#### **四、专业观众**

专业观众是展会成功举办的生命线，主要由行业内的供应商、分销商、企业代表、技术科研人员等构成，观众通过

参展全方位了解展品和展商，通过筛选产品与其建立合作关系，专业观众越多，产业链价值越高。

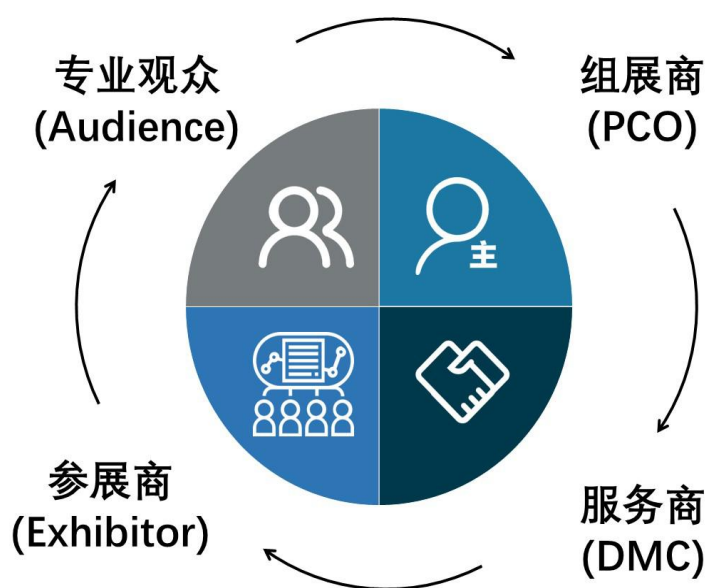


图 6-1 会展产业链体系图

## 第二节 会展生态圈构建

### 一、构建思路

全面创新构建“三维一体”的产业生态圈，即核心产业维、服务维、保障维。以核心产业维推动展会的专业化、市场化、国际化进程，增强会展核心竞争力，建立完善的服务维，落实会展产业相关保障，将传统的单一会展产业聚链成圈，打造成多维度、系统化、可循环、可持续、高效益、立体多元的产业生态圈。

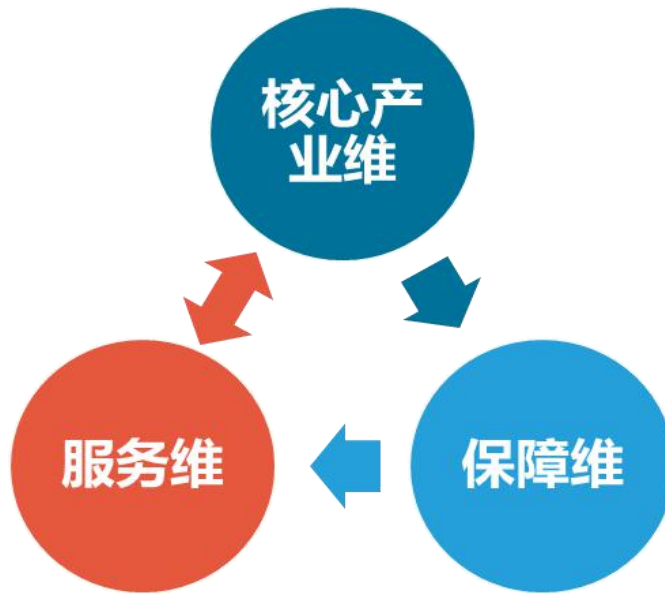


图 6-2 会展产业“三维一体”结构示意图

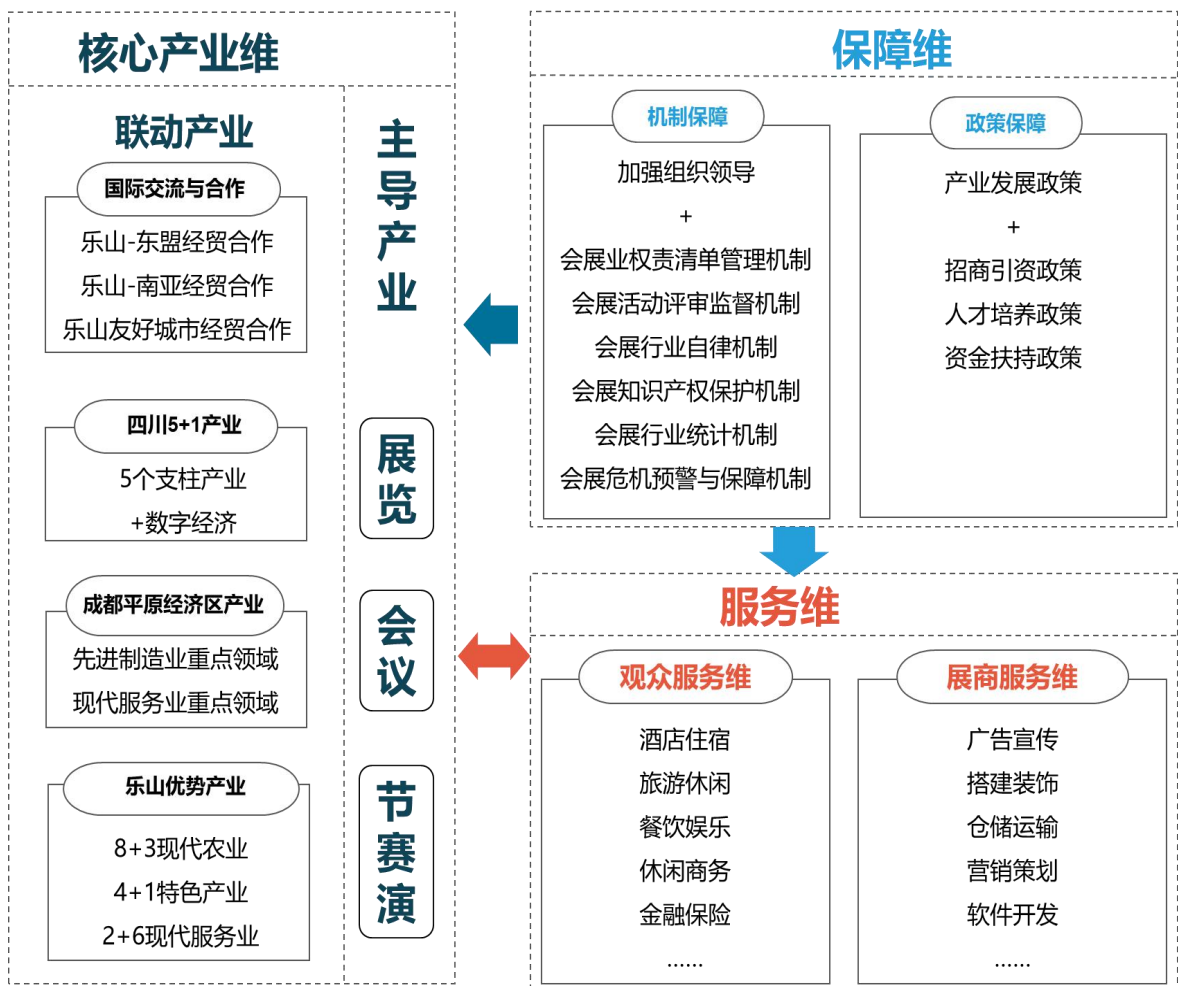


图 6-3 乐山会展产业生态圈体系图

## 二、构建要点

### （一）核心产业维——主导产业

#### 1、展览

##### （1）提升本地展览能级

大力培育会展市场主体，积极拓展泛会展，提升本地展览影响力，形成会展核心品牌，使会展产业的综合收入、展览面积、展商数量、观众数量等都有所提升。加快培育一批具有国际影响力的高品质、高品位、高人气主场品牌展会，支持重点会展项目申报国际展览业协会（UFI）认证。

##### （2）引进国际品牌展览

加强与国际上各类知名办展机构联系，借鉴会展业国际营销经验，引进具有国际影响力、具有区域代表性和行业代表性的国际知名展览。构建多元化、宽领域、高层次的国际展览格局。

##### （3）加强会展品牌输出

促进四川旅游交易博览会、峨眉山国际茶文化博览交易会、四川（乐山）中医药博览会、中国·四川国际峨眉武术节等提档升级和扩展品牌实力，通过异地办展、技术合作、人员合作等方式“走出去”，扩大品牌会展国际宣传、国际输出力度。

#### 2、会议

##### （1）提升本地会议品牌

依托乐山产业优势，围绕旅游文化、茶文化、佛文化、武术文化等培育本地会议品牌、形成常态化会议。加强本地会议品牌国际化，推动乐山国际会议品牌数量快速发展。

### （2）引进国际高端会议

引入如宗教文化、遗产旅游、茶文化、中医药、光电信息、综合能源、精细化工等具有主场外交意义的国际高端会议。建设一批如会议新闻中心、同声传译室、专业空中救援停机坪等国际会议配套设施。

### （3）举办国内顶尖会议

会议项目的品牌化建设、积极举办国内具有影响力的会议活动，承接大型公司企业的年会项目，扩大城市会议服务影响力，发展特色会议产品。积极举办国内行业大会，吸引行业顶尖人才聚集，提高城市知名度。

## 3、节庆、赛事、演艺

### （1）提升已有节庆赛事演艺

加强中国·四川国际峨眉武术节、乐山国际半程马拉松赛的国际合作与国际认证，培育一批特色节庆赛事演艺活动。提高《只有峨眉山》、《乌蒙沐歌》影响力，增强体育场馆管理及运营能力，开展健身、竞赛、培训、旅游、会展、停车等多种经营服务，盘活场馆资源，实现最佳运营效益。

### （2）提高展会节赛演融合

依托 2021 乐山市运会、2022 四川省运会、世界传统武术锦标赛等赛事，发挥体育赛事聚集人流、提升品牌等作用，探索展会节赛演融合发展的形式和途径。

### （3）引进知名节庆赛事演艺

积极承办国际级、国家级、省级节庆活动、体育竞赛和高水平演艺活动，宣传城市品牌形象，扩大文化经贸往来，带动相关产业协同发展。

## （二）核心产业维——联动产业

以展览、会议、节庆、赛事、演艺为平台，坚持以产业分工为依据，精准推进联动产业发展。不断扩大区域交往合作，形成优势互补机制，构建“大产业+大物流+园区+会展”发展模式。

### 1、联动乐山优势产业

依据“旅游兴市、产业强市”发展主线，联动乐山市“4+1”特色产业、“2+6”现代服务业、“8+3”现代农业等优势领域。

### 2、联动成都平原经济区重点产业

积极融入“蓉欧+”，联动成都平原经济区新一代信息技术、航空航天与燃机、高效发电与核技术应用、智能制造与机器人、轨道交通装备、节能环保装备、新能源汽车、新材料、生物医药和高端医疗设备、油气钻采与海洋工程设备等先进制造业重点领域，现代物流、现代金融、会展商贸、文化产业、服务外包、科技服务、旅游产业、健康养老等现代服务业重点领域。通过会展业加强经贸、文化、旅游等服务

业相关领域的交流，加强成都平原经济区协调发展，重点带动旅游、物流、冷链技术、电子信息、装备制造、数字经济发展。

### **3、联动四川“5+1”产业**

联动四川省“5+1”现代产业体系中的电子信息、装备制造、食品饮料、先进材料、能源化工五个万亿级支柱产业和数字经济，形成区域性生产基地和交易展示平台。

### **4、联动国际交流与合作产业**

乐山-东盟经贸合作。带动旅游、医药、光电技术等产业发展。

乐山-南亚经贸合作。带动旅游、水利水电、陶瓷、新材料等产业发展。

乐山友好城市经贸合作。带动与乐山友好城市日本千叶县市川市、澳大利亚弗雷泽海岸市、美国亚利桑那州吉尔伯特市、泰国巴蜀府等开展广泛的经贸合作，促进彼此优势特色产业的发展。

### **（三）服务维**

服务维是在会展产业供需维的影响下形成的，为各主体提供一系列服务，包括观众服务板块和参展商服务板块。其中观众服务板块涉及行业覆盖交通、通信、酒店住宿、餐饮娱乐、旅游休闲、商务金融、租赁、安全服务等。参展商服务板块涉及的企业包括项目策划、印刷设计、市场营销、广

告宣传、搭建装饰、仓储运输、现场服务、保险服务、信息服务、知识产权保护等。

#### **（四）保障维**

会展产业生态圈的保障维是产业主体赖以生存的外部要素，包括机制保障、政策保障。其中机制保障包括加强组织领导，建立会展业权责清单管理机制、会展活动评审监督机制、会展行业自律机制、会展知识产权保护机制、会展行业统计机制、会展危机预警与保障机制等。政策保障包括出台产业发展政策、招商引资政策、人才培养政策、资金扶持政策等。

## **第七章 布局与分项规划**

### **第一节 总体布局**

#### **一、布局思路**

##### **（一）坚持多规融合，加强展产联动**

融合乐山市城市规划、旅游业、服务业、工业、农业等产业规划，园区、景区、社区等专项规划，根据会展业发展需求与特点，确定会展业发展布局，增强内部联动功能与外围辐射带动作用。

##### **（二）提升产业功能，优化空间结构**

结合区域产业发展现状与规划，根据会展业产业链、生态圈建设发展需求，确定会展业优选节点布局，实现产业集约发展。

##### **（三）完善产业要素，形成全域会展**

根据各区、县各自经济发展现状、资源特色及开发潜力，确立空间结构体系，完善产业要素，通过会、展、节、赛、演以点带面，实现全域会展格局构建。

##### **（四）深化联动发展，加强区域协作**

结合乐山市争创全省经济副中心目标，增强功能服务，深化联动发展、四向拓展、全面开放，加强区域协作，服务全市，带动川西川南，辐射川滇黔藏。

#### **二、总体布局**

将乐山市会展业总体空间结构布局规划为“一带双核三组团四支点”：

**一带：**乐山市会展经济发展带。

**双核：**乐山国际博览城及辐射区、四川国际旅游交易博览中心及辐射区。

**三组团：**夹江县工旅会展组团、井研县农旅会展组团、犍为县会旅康养组团。

**四支点：**沙湾区特色工旅微展支点、沐川县民俗生态微展支点、马边彝族自治县民族生态微展支点、峨边彝族自治县-金口河区自然生态微展支点。

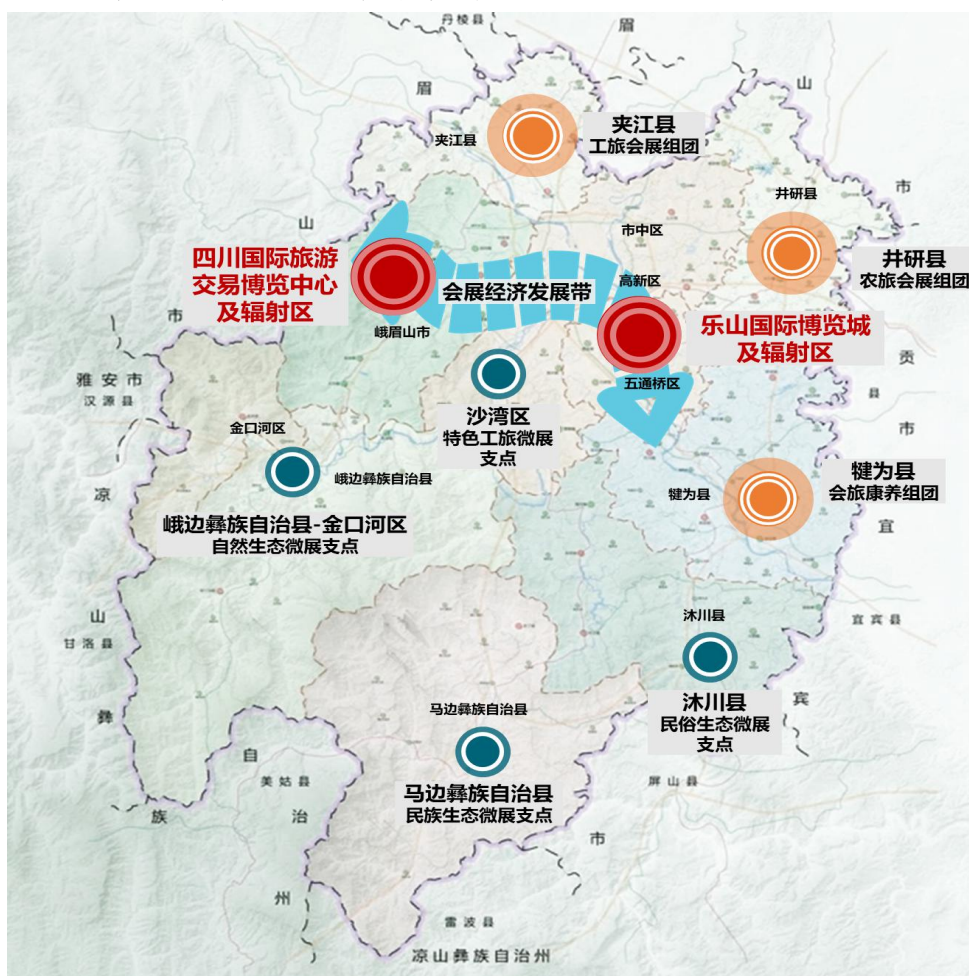


图 7-1 乐山会展产业空间结构布局图

## 第二节 分区规划

### 一、一带

#### (一) 范围

从峨眉山市城区沿市中区、乐山高新区至乐山市五通桥区。



图 7-2 乐山市会展经济发展带布局图

#### (二) 发展定位

乐山市会展产业发展集聚带。

#### (三) 发展思路

加快区域重要交通枢纽、连接线建设与优化，构建水路、公路、铁路、空运无缝化交通体系。发挥示范效应，完善泛会展载体、配套设施及消费场景，推动展会节赛演互动发展。

### 二、双核

#### (一) 范围

乐山国际博览城及辐射区、四川国际旅游交易博览中心及辐射区。

## （二）发展定位

乐山国际博览城及辐射区：打造高端会展聚集核心。

四川国际旅游交易博览中心及辐射区：打造会奖旅游引领核心。

## （三）发展思路

以高能级、国际化、专业化的品牌会展为主，重点发展主题展会、大型展会等，发挥核心带动和发展引擎作用，积极承办、举办国际级与国家级的展会节赛活动。加快区域商贸楼宇、高级酒店、医院等功能设施建设，健全区域交通物流、商业休闲等配套设施建设。

围绕乐山国际博览城，加快乐山机场、火车乐山南站建设，规划建设乐山南客运中心，实现铁公水空运客流的就地换乘。四川国际旅游交易博览中心根据片区发展基础，不断提升会展交通物流配套能力、商业休闲配套能力。结合乐山国家高新区总部经济区的基础设施建设规划，建设新区医院、大健康产业项目、故宫文物南迁博物馆、中央商务区、高等级宾馆、商贸楼宇、城市功能设施等。

## 三、三组团

### （一）范围

夹江县、井研县、犍为县。

### （二）发展定位

重点发展特色产业+专业会展，并积极举办富有地方特色的展会、节庆、赛事等。

### **（三）发展思路**

依托特色产业发展优势，以“产地办展、展贸合一”等模式为主，推进展产融合发展，助力产业提档升级。根据各自的地方特色和产业优势，与“一带双核”实行错位发展，夹江县农工文旅会展组团主要依托东风堰世界灌溉工程遗产、夹江年画、陶瓷产业、传统造纸、军民融合、茶旅融合等特色开展会展活动；井研县农旅会展组团主要依托中国柑桔之乡的百里产业环线、井研农民画、特色养殖加工产品交易等特色开展会展活动；犍为县会旅康养组团主要依托世界茉莉博览园的打造、全省临港产业示范区打造，在先进装备、特色轻工、特色农产品、医药健康等方面开展会展活动。

## **四、四支点**

### **（一）范围**

沙湾区、沐川县、马边县彝族自治县、峨边县彝族自治县及金口河区。

### **（二）发展定位**

重点发展特色节庆、赛事、演艺、博物馆活动等，形成多点产业支撑。

### **（三）发展思路**

依托地方特色资源和特色文化，通过特色节赛、演艺、博物馆活动等方式促进消费升级、文化活化、经济发展、产

业带动、居民增收。主要结合地区特色开展系列小型微展：沙湾主要依托钒钛产业、峨沙休闲康养旅游带建设、水上运动、半程马拉松赛事等，借助“一带双核”会展的波及效应开展会展活动；沐川主要依托民俗优势等开展会展活动；马边主要依托小凉山民族地区的民族文化特色优势等开展会展活动；峨边-金口河主要依托小凉山民族地区的自然资源优势等开展会展活动，从不同侧重点错位、错时开展会展活动。

### **第三节 重点项目规划**

#### **一、会展载体项目**

##### **（一）构建“一城双展多点”的会展载体体系**

**一城双展：**乐山国际博览城和四川国际旅游交易博览中心两大专业展馆。

**多点：**包括博览场馆类、会议酒店类、体育场馆类、剧场剧院类、市场街区类、景区景点类、广场公园类、工厂园区类、乡村田园类等多个载体支撑点。

##### **（二）双展提升规划**

#### **1、发展思路**

##### **（1）推进双展联动发展**

**一是双展协同发展。**共建共享会展综合服务平台。整合区域会展资源，共建服务商体系，打造区域会展综合服务平台（如交通物流平台、大数据平台、服务商平台等），携手引领区域会展业整体发展，共享会展“引进来”“走出去”

市场资源与渠道。双核驱动、倍增发展，形成两个会展产业集聚区，辐射带动周边产业和城市社区发展。

**二是双展差异化发展。**乐山国际博览城以国际化、高能级展览，国际会议、论坛，高端节庆、商务活动等为主要发展方向。积极发挥港口、机场、会展场馆三位一体优势，健全配套设施与服务，吸引龙头企业和高端人才，发展区域性会展总部经济。四川国际旅游交易博览中心以会奖型、专业型会展活动为主，部分综合型、消费型会展活动为辅。加强现有展会品牌建设，不断提升设施与服务，孵化一批特色产业会展活动。

## **（2）场馆硬件设施提升**

**一是标准化建设及改造。**根据《展览建筑设计规范》《区域展览场馆规划指南》《展览场馆功能性设计指南》《展览场馆服务管理规范》等国家标准规范及国际权威认证机构对场馆进行系统建设及改造。

**二是引进科技智能设施设备。**引进智能标识展示设备，完善场馆内的智能标识、导航系统、电子门禁、人脸识别、AR/VR 体验设备、裸眼 3D 设备、智能机器人、数字会议系统及同声传译系统、投影显示及音响系统、智能中控系统和多媒体周边设备等高科技设备等软硬件，建立一套完善智能设施设备体系。

**三是低碳环保生态理念建设。**在设计建设过程中考虑能源效益、绿色、创新理念，采用减量化、再使用、再循环原

则，采用再生和可循环利用、无毒无害的环保材料或可回收材料，通过模块化、构件化拼装，减少灰尘、噪音、有毒有害气体及废弃物等。

### **(3) 管理与服务质量提升**

**一是健全满足观众、参展商、组展商需求的功能与服务。**引进智能讲解服务设备、实时电子导航系统、AR/VR 体验技术、裸眼 3D 技术、智能机器人等高科技设备和技术。建立专属的对外展示平台如公众号、小程序、网站等，提供在线展览，增强专业观众的体验感、代入感；提供多样化的展厅设施和顶尖设备，为参展商的展品提供智慧展示平台；基于云计算、人工智能、物联网、移动互联、3D 打印技术、大数据应用等收集展会信息运用到展会服务和运营中，建立智能展厅控制系统，对展会各区域进行有效监控和指挥。

**二是综合管理能力与质量提升。**借鉴国际国内的会展服务管理和运营模式，流程化、智慧化管理。借助平台公司建立以展会为核心，与周边区域和其它园区有效互动，建立长效的运营和发展机制，推动会展产业市场化运作。

**三是接轨国际化服务水平。**引进国内外会展专业管理团队，应用数据智能，通过数据算法来提升效率，打通线上线下数据，实现多维度互动，建立达到国际水准、符合场馆要求的服务标准和接待流程，规范内部管理系统。

### **(4) 展馆经营模式优化**

通过联合组建国有合资企业、国有企业混合所有制改革等方式共同组成专业会展公司，承担主要场馆和会展活动的经营管理，按出资比例或商定条件分享利润、承担风险。实现整改多方优质资源、培育本地龙头企业、培养本地专业人才、引进先进技术和管理经验、提升本地会展品牌影响力等目标。

## 2、提升要点

### (1) 乐山国际博览城提升要点

一是进行系统性规划。立足于城市发展定位与目标，衔接相关规划，以前瞻性的实际需求为导向对场馆规模、构成、功能定位进行全局规划。充分考虑专业展会对面积、功能的需求特征，如优化场馆的动线、层高、承重、物流设施便利性等设计，引入空间灵活切换、会议数字化、虚拟现实等技术，使其既可以支撑乐山国际政治、商务会议与大型商展，又可服务高能级企业活动与文化体育盛会，举办代表乐山形象的高端活动。建立市场化机制，在规划早期即引入潜在组展商、运营方共同开展评估测算，确保场馆的预期使用率及经济效益。

二是搭建高能级交流平台。引进国内外知名组展商、服务商及大型行业组织协会，积极争取高能级政治、经济、文化等高端会展活动举办权，提升知名度与影响力，搭建对外交流平台。

三是引入国际化标准。以全球展览业协会（UFI）、国际大会及会议协会（ICCA）、国际展览与项目协会（IAEE）等国际组织认证标准、《展览建筑设计规范》等国内标准建设乐山国际博览城，完善展览、会议、住宿、餐饮、商贸、仓库等功能。

## （2）四川国际旅游交易博览中心提升要点

一是完善基础功能。提升完善安检设施、参展观众寄存及休息体验设施、参展观众就餐设施，完善冷链仓储、物流转运、海关、金融保险服务，展期统一管理停车场、外部导视等。布局策划、设计、搭建、营销等服务商聚集区。

二是创新办展促展模式。结合旅游产业，重点发展“以旅引会、以会促旅”；结合地方产业，大力发展“产地办展、展贸合一”。

三是完善世界级会奖旅游配套。配套建设世界级星级酒店群；丰富餐饮、休闲、购物、娱乐等配套；联动及完善世界级旅游目的地建设。

## （3）共同提升要点

一是通过强自身提升场馆竞争力。提高从业人员管理水平，加强人才引进和吸引，培养职业化场馆运营人才，积极与高校联合开展人才培养计划；提高会展场馆配套服务，核心场馆周边形成组展商、服务商聚集区，推广精细服务，采用一站式服务模式；提高会展活动经营管理，引进国内展览营销策划公司组成经营管理联合体，为参展商、专业观众提

供专业增值服务，提高会展销售额；提高展馆市场营销水平，积极开展走出去营销、精准营销，参与城市整体促销，在城市推介中推销场馆。

**二是通过促改革提高场馆利用率。**加强会展节事演联动发展，加强会议、展览、节庆、赛事、演艺、旅游、康养相互促进、联合发展，以点带面，以一带多；大力推动会展市场化改革，坚持以市场为主体，积极探索流程简化、提高效率，打通绿色通道，走专业化道路、谋差异化发展，着力提高会展企业组展办展能力；丰富会展活动内容形式，巩固现有展、吸引巡回展、创办自办展，提升场馆淡季利用率，市场化运作影视展、签售会、发布会、粉丝见面会等；创新办展办会组织形式，大力推广智慧会展，增加科技互动体验，搭建数字信息平台，搭建线上会展平台，整合行业信息，开通线上办展，建立“O2O”新模式。

**三是搭建平台提升场馆影响力。**搭建国家发展战略对接平台，搭建“一带一路”建设、长江经济带发展、新时代西部大开发、成渝地区双城经济圈等发展战略对接平台；搭建专业展会活动及推广平台，积极与西博会、糖酒会等省内高能级展会开展合作，转变经营观念，主动拓展市场，参与推介会、营销平台等进行宣传；搭建专业展览公司经营管理平台，积极与英富曼、MCI 迈氏、上海市国际展览有限公司、四川国际博览集团有限公司等国内外展览公司开展合作；搭建专业会展协会机构互助合作平台，加强与各级博览局、贸促会

联络，与本地、成都、四川、全国各地的作家协会、摄影家协会、艺术家协会，联合举办艺术展、科幻展、摄影展。

**四是通过对外拓展实现招展引展。**“以展招展”“以会引会”，加强投资、技术、人才合作，以品牌展会为平台，推动内外对接开放体系建设，引进更多展会活动；积极走出去参展洽谈合作，参与高水平专业展会，推广品牌专业展会“走出去”，积极与外部会展企业形成合作伙伴，联合办展办会；积极对外拓展场馆管理服务，打造乐山会展管理品牌，扩展服务范围及职能，培育和拓展会展咨询、托管服务；深入市场化与国际化进程，积极加强 ISO 质量体系认证、全球展览业协会（UFI）、国际大会及会议协会（ICCA）认证，加强与国际专业会展活动、会展公司交流合作。

### **（三）多点提升规划**

充分挖掘区域会展资源，大力开发中小微型会展载体，满足市场个性化、大众化、多样化需求。

#### **1、博览场馆类载体**

##### **（1）项目名称**

“一带双核”范围内的乐山大佛博物馆、峨眉山博物馆、中国核聚变博物馆、战时故宫文物南迁（遗址）国家记忆公园、乐山乌木文化博览苑、归园田居乡村文化博物馆、中国根书艺术馆、峨眉山竹艺博物馆、峨眉山金丝楠博物馆、西坝窑博物馆等。

“三组团四支点”范围内的沙湾郭沫若纪念馆、夹江东风堰博物馆、犍为世界茉莉博览园、犍为嘉阳矿山博物馆、沐川农耕博物馆、峨边大渡河水文化博物馆、峨边抗战博物馆、金口河铁道兵博物馆、马边彝家新寨民俗博物馆等。

## （2）提升措施

优化展陈布局，创新展陈方式和内容，开发文创纪念商品，增强交互体验，增加宣传活动，丰富周边消费业态。

## 2、会议酒店类载体

### （1）项目名称

“一带双核”范围内的峨眉山大酒店国际会议中心、红珠山酒店国际会议中心、峨眉山国际度假会议中心，开元名都大酒店、金海棠大酒店、维也纳国际酒店、峨眉山恒邦艾美度假酒店、世纪阳光大酒店、金瑞·花园酒店、太和盛世酒店等。

“三组团四支点”范围内的沙湾德胜国际酒店、犍为新兴世纪酒店、沐川裕和大酒店、沐川竹海大酒店、峨边禅驿·黑竹沟度假酒店、夹江威尼大酒店、夹江峨眉山月花园饭店、犍为海南风情度假酒店、井研凯悦酒店、马边金河假日酒店、峨边半岛彝族风情会议酒店、金口河区乐山大峡谷宾馆等会议场所。

### （2）提升措施

根据会展发展需要新建会议中心，完善并提升现有酒店会议设施设备，拓展会议服务空间，配套先进会议设施设备。

可承接中高端企业年会，协会会议、推介会、发布会等会议项目。

### **3、体育场馆类载体**

#### **(1) 项目名称**

“一带双核”范围内的乐山市奥林匹克体育中心、乐山市体育中心、嘉州绿心公园体育中心、中信国安峨眉山体育馆、巴哈体育小镇等。

“三组团四支点”范围内的峨边彝族自治县体育馆、马边彝族自治县体育馆、犍为县体育场馆、沐川县体育中心、沐川浩然体育小镇、井研体育场、夹江县体育公园等具备条件的场馆。

#### **(2) 提升措施**

丰富体育场馆赛事活动，如职业球赛、棋牌比赛等；充分利用体育场馆空间，可开发动漫展、音乐会等特色会展项目，还可利用空余场地招商设置拍照体验区、迷你 KTV、小型电玩机、主题文创店、咖啡甜品店、收费按摩椅、儿童游乐区；健全配套设施，在场馆周边增加餐饮区、购物与娱乐区等。

### **4、市场街区类载体**

#### **(1) 项目名称**

“一带双核”范围内的张公桥美食街、嘉兴路美食街、上中顺特色商业街区、双福茶叶市场、峨眉山美食长廊、峨眉易镇好吃街、乐山市建材市场、乐山奇石市场等。

“三组团四支点”范围内的犍为尚品汇美食街、犍为天御新农新城、井研城北综合市场、夹江西部瓷都市场等。

## （2）提升措施

利用事件营销、网红/名人等营销手段，打造网红街区、网红店。结合街区特色，适度开发中小型节事、展览、文化演艺活动等项目；打造专业市场类线上线下商品交易平台；改造提升张公桥、嘉兴路、峨眉易镇等特色美食街区，推出“一个味道、十大美食、百道美味、千种佳肴、万众品尝”的乐山美食。

## 5、剧场剧院类载体

### （1）项目名称

“一带双核”范围内的《只有峨眉山》戏剧幻城、大佛剧院、峨眉大剧院、象城大剧院、一场剧戏剧工坊、新又新大戏院、普贤文化体验剧院、沙湾沫若戏剧小镇等

“三组团四支点”范围内的沐川《乌蒙沐歌》实景场地、井研灵秀剧场等。

### （2）提升措施

提升场馆配套服务质量，打造品牌化、专业化、市场化文艺展、会等项目；对外开放场馆租赁，提高载体利用效率；邀请明星名人驻场，充分开发粉丝经济；挖掘夜间经济，策划系列夜间会展、表演活动，增强周边景观观赏性，提升亮化水平，配套夜间消费场景，健全安全、医疗保障。

## 6、景区景点类载体

### (1) 项目名称

“一带双核”范围内的峨眉山风景名胜区、乐山大佛风景名胜区、峨眉山恒大国际旅游度假区、大佛禅院、乌尤坝禅修小镇、金鹰山庄景区、菩提塔苑、乐山文庙、乐山天工开物文化旅游景区、海棠香山田园综合体（花舞嘉州）、峨眉山天池文缘旅游文化度假区等。

“三组团四支点”范围内的沙湾郭沫若故居、沙湾美女峰景区、夹江千佛岩-东风堰景区、犍为嘉阳·桫欏湖旅游景区、犍为世界茉莉博览园、犍为清溪古镇、罗城古镇、峨边黑竹沟风景名胜区、金口大峡谷景区、金口河区大瓦山、沐川竹海等。

### (2) 提升措施

丰富景区产品体系，提升景区互动体验性，共享景区知名度，以景区核心吸引力作为会展附加值；健全景区综合服务配套设施，利用景区现有广场、展示馆、会议中心等，打造小而精的特色节、赛、展，开发会奖旅游；新增规划建设场馆中，考虑会、展、节、赛场馆场地及配套设施与服务设计需求，实现场地的综合开发利用。

## 7、广场公园类载体

### (1) 项目名称

“一带双核”范围内的乐山广场、嘉州长卷、嘉州绿心公园、海棠公园、峨秀湖公园、碧山湖森林公园、王爷庙城市

公园、鱼呷湾公园、万达广场、阳光广场、水晶广场、世豪广场、名山购物广场等。

“三组团四支点”范围内的夹江湿地公园、夹江广场、夹江滨江广场、犍为瑞雪湿地公园、犍为远洋广场、犍为沉犀公园及文化艺术中心、井研研溪湿地公园、井研西门广场、井研金盛商业广场、井研宏泰广场、峨边背峰山公园等。

## （2）提升措施

现有场地改造，可开发书画、非遗等微展，民俗文化等小型节庆活动，科普宣传、快闪活动等项目；新规划建设场地预埋管线、预留接口，增加无线网络服务等，对重要场地进行改造，健全配套设施，以备后期标准展览、节赛使用。

## 8、工厂园区类载体

### （1）项目名称

“一带双核”范围内的农夫山泉峨眉山工厂、峨眉山市创客梦工厂、峨眉山现代农业（茶叶）产业园、乐山高新科技孵化园、乐山空港园区、乐山蜀楠香坊乌木工艺品厂、五通桥区小农机工业园区、高新区汇阳新材料厂、乐山宝德未来科技城等。

“三组团四支点”范围内的井研·中国工装面料名城、井研·中国西部国际家居特色小镇、井研·四川省现代农业示范园区、沙湾德胜集团动力能源厂、夹江大峨眉城市文创产业科技园、夹江文化装备制造园区、夹江广乐陶瓷厂、犍为新兴瓷厂、峨边天安食品饮料厂等。

## （2）提升措施

依托工业园区生产基础，在有条件的厂区开展工业旅游，展示生产制造前沿、先进生产理念、特色工艺流程等，开发产地展，推动产展销一体化发展。

## 9、乡村田园类载体

### （1）项目名称

“一带双核”范围内的四川乐山国家农业科技园区、归园田居农业休闲度假旅游项目、海棠香山田园综合体、峨眉河田园风光走廊、“山水世界”生态农业文化产业园等。

“三组团四支点”范围内的沙湾牛石红房子艺术家村落、犍为全国茉莉茶产业核心产业园、井研·四川省现代农业示范园区、夹江天福茶缘小镇、峨边乾池农业综合体公园、金口河区高山错季节食用菌产业园区等。

### （2）提升措施

优化乡村田园环境，提升主题特色魅力，增加互动体验项目，完善展会节赛基础功能设施建设，丰富乡村田园类展会节赛项目体系。

## 二、构建“8+N”展览项目体系

### （一）8个核心展览品牌

#### 1、中国（四川）国际文化旅游博览会（提升型）

将四川国际旅游交易博览会提升为中国（四川）国际文化旅游博览会（简称文旅博览会），由四川省人民政府、国家文化和旅游部主办，四川省文化和旅游厅、乐山市人民政

府共同承办，每年举办一届，会址永久落户乐山。在原博览会基础上，继续坚持专业化、市场化、国际化、项目化的发展方向，将其打造成为中国西部地区最具影响力的文化旅游对外开放交流合作平台，从多角度、多层次展现四川以及整个西部地区独特的自然生态之美、多彩人文之韵，促进文化旅游各领域、多方位、全链条深度融合发展。

## **2、中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会（提升型）**

逐步由规模化发展向精品化发展，围绕科技、环保、安全、互动四个方面做进一步提升，升级为由四川省人民政府、国家农业农村部主办，四川省农业农村厅、乐山市人民政府共同承办的国家级展会。

## **3、中国(乐山)国际中医药博览会（提升型）**

将四川(乐山)中医药博览会提升为立足四川辐射全国的精品展览——中国（乐山）国际中医药博览会，下一步需进一步扩大展会规模，以“中医药+”为核心，覆盖中医药全产业链，以“展览+会议+体验区”的形式构建中医药产销贸易对接平台，促成更多的双边、多边合作，不断开创未来，助力打造四川中医药产业新名片。

## **4、中国（峨眉山）国际佛事用品博览会（培育型）**

汇集中西部佛事用品企业，举办全产业链的佛事用品展会和佛文化交流论坛，同期举办乐山素食展、禅意空间展、禅茶表演、佛教音乐会等。可选在佛诞节或普贤菩萨诞辰日期间举办，以增强展会吸引力。

## **5、中国(乐山)国际特色农产品交易会（培育型）**

乐山传统农业与现代农业发展成就显著，培育乐山特色农产品交易会是以展促产，进一步促进乐山乡村振兴、三产融合的重要举措，同期还可举办丰收节，可以“1+N”的办展模式或一展多地的办展模式，结合井研柑橘、犍为茉莉、沐川林竹等特色产业发展基础设置分会场。

## **6、中国（乐山）国际光伏产业博览会（培育型）**

光伏产业是国家鼓励支持的战略性新兴产业，发展以光伏为代表的可再生能源是大势所趋，依托乐山光伏产业基础举办中国（乐山）国际光伏产业博览会，助力乐山将光伏产业打造提升为千亿产业集群。

## **7、中国（乐山）国际数字经济博览会（培育型）**

依托乐山市数字经济产业优势，把握国家和四川省对数字经济的战略定位，通过博览会加快推动乐山市产业数字化、数字产业化，形成中国西部数字经济博览高地。

## **8、中国（乐山）国际绿色化工博览会（培育型）**

依托乐山市绿色化工产业优势，把握四川省对能源化工的战略定位，通过博览会加快推动乐山市绿色化工产业升级、产品品牌推广，加快建设西部一流的产业基地和循环经济示范区，形成中国西部绿色化工博览高地。

### **（二）N个配套展览**

#### **1、提升型**

依托乐山特色及优势产业发展基础，提升一批具有较高品牌价值的展览，通过以展带产、产展融合模式将犍为茉莉花节提升为世界茉莉花博览会；在乐山陶瓷产业发展基础上，以电、燃气代煤，以加热陶瓷等新型陶瓷引领乐山陶瓷产业转型升级，举办中国瓷都陶瓷交易博览会；淘汰落后产能，大力发展钒钛等新材料新产品，将原不锈钢产品交易博览会提升打造为乐山配套展览品牌等。

## **2、引进型**

依托乐山优势产业发展基础，深化开放合作，引进一批高能级品牌展览，推动乐山产业生态建设，如亚洲文化旅游展、中国国际商务及会奖旅游展览会、中国国际太阳能发电技术与应用展览会、中国国际体育用品博览会等。

## **3、培育型**

结合国内产业发展趋势及消费热点，培育一批具有较高品牌价值的展览，如四川（乐山）大健康产业博览会、四川（乐山）信创产业博览会、四川（乐山）纸博会、四川（乐山）家居展销会、四川（乐山）纺织服装博览会、四川（乐山）现代农业装备展览会以及车展、婚博会、天然卫消及卫妆产品展、房交会、书画展、文化艺术装备展、摄影展、非遗展、动漫展、科普展等。

表 7-1 重点展览项目一览表

项目分类		项目名称
核心展览品牌		中国（四川）国际文化旅游博览会、中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会、中国（乐山）国际中医药博览会、中国（峨眉山）国际佛事用品博览会、中国（乐山）国际特色农产品交易会、中国（乐山）国际光伏产业博览会、中国（乐山）国际数字经济博览会、中国（乐山）国际绿色化工博览会等
配套展览品牌	提升型	世界茉莉花博览会、中国西部不锈钢产品交易博览会、中国瓷都陶瓷交易博览会等
	引进型	亚洲文化旅游展、中国国际商务及会奖旅游展览会、中国国际半导体设备和材料展、中国国际体育用品博览会等
	培育型	四川（乐山）大健康产业博览会、四川（乐山）信创产业博览会、四川（乐山）纸博会、四川（乐山）家居展销会、四川（乐山）纺织服装博览会、四川（乐山）现代农业装备展览会及车展、婚博会、天然卫消及卫妆产品展、房交会、书画展、文化艺术装备展、摄影展、非遗展、动漫展、科普展等

### 三、构建“6+N”会议项目体系

#### （一）6 个核心会议品牌

##### 1、全球会奖旅游 CEO 峰会（引进型）

依托乐山优质丰富的旅游资源，紧密结合乐山打造“世界重要旅游目的地”的定位，汇聚全球会奖旅游核心人才，研究会奖旅游发展特征与趋势，并以此形成乐山的核心会议品牌，拓展乐山会奖旅游高端市场与明星城市朋友圈，引导乐山会奖旅游产业国际化发展。

##### 2、世界研学旅游大会（提升型）

借助世界研学旅游组织落户乐山的机遇，提升会议设施及服务水平，丰富研学旅游产品，打造研学旅游国际品牌，搭建一个全球营地、素质教育机构、国际教育组织与学术机

构、政府组织及市场的交流平台，推动进全球研学和旅游业的融合，推动研学旅游的国际交流与协作，同时促进研学旅游所包含的各类学术活动和实践的推广。

### **3、中国（乐山）—南亚、东南亚工商业领袖峰会（提升型）**

以旅游文化为媒，以产业合作为基础，以合作共赢为目的，以优质服务为保障，主办中国（乐山）—南亚、东南亚工商业领袖峰会，并将其提升为乐山核心会议品牌，促进乐山与南亚东南亚国家之间全方位、深层次、多领域的贸易、投资、合作，提升乐山南向开放水平、发展外向型经济。

### **4、中国（乐山）光电信息产业发展高峰论坛（培育型）**

依托乐山光电信息产业发展基础及国内市场占位，举办中国（乐山）光电信息产业发展高峰论坛，交流讨论产业发展前沿，完善产业发展政策与基础配套，加强产业链与生态圈建设，引领产业国际化发展，抢占高端、前端市场。

### **5、中国（乐山）国际先进材料科技论坛（培育型）**

依托乐山市先进材料产业基础，以钒钛钢铁材料、有色金属材料、稀土材料、太阳能电池材料、高性能纤维及复合材料等为核心，吸引国际国内专家学者、科研机构参会研讨，围绕国际前沿、技术应用、实验室建设、人才培养、供应链搭建等重点课题提供交流平台，引领产业发展方向。

### **6、中国川菜创业高峰论坛（培育型）**

围绕育人才、传技艺、促改革、重交流等方向，探讨川菜创新发展、人才建设、产业升级等重要课题，为中国川菜做好传承与创新、走出国门走向世界、创业项目孵化转化提供重要的交流展示平台。

## **（二）N 个配套会议**

### **1、提升型**

在乐山原有会议知名度与影响力基础上，通过扩大规模，创新会议形式与主题，提升打造一批配套品牌会议，如中国大数据城市（乐山）高峰论坛、“一带一路”峨眉山国际论坛、峨眉山普供茶会、峨眉山游学大会、中国磁约束聚变能大会等。

### **2、引进型**

紧密结合乐山会展资源特点，引进一批与乐山产业高度相关的高能级品牌会议、论坛，如亚太差旅管理论坛、世界和平论坛、中国（四川）国际旅游投资大会、四川省文化和旅游发展大会、中国康养·文旅产业发展高端总裁峰会、中医药国际化发展论坛、丝绸之路网信产业创新发展高峰论坛、中国国际音乐产业大会、中华小吃产业发展大会等。

### **3、培育型**

结合乐山优势产业，充分挖掘组织协会及大型公司会议市场，培育一批品牌论坛与会议，如四川（乐山）高新技术高峰会议、四川（乐山）石墨烯材料应用论坛、乐山药食两用创新交流会、乐山绿色食品产业论坛及行业协会会议等。

表 7-2 重点会议项目一览表

项目分类		项目名称
核心会议品牌		全球会奖旅游 CEO 峰会、世界研学旅游大会、中国（乐山）—南亚、东南亚工商业领袖峰会、中国（乐山）光电信息产业发展高峰论坛、中国（乐山）国际先进材料科技论坛、中国川菜创业高峰论坛等
配套会议品牌	提升型	中国大数据城市（乐山）高峰论坛、“一带一路”峨眉山国际论坛、峨眉山普供茶会、峨眉山游学大会、中国磁约束聚变能大会等
	引进型	亚太差旅管理论坛、世界和平论坛、中国（四川）国际旅游投资大会、四川省文化和旅游发展大会、世界佛教论坛、中国康养·文旅产业发展高端总裁峰会、中医药国际化发展论坛、中国国际钒产业高峰论坛、丝绸之路网信产业创新发展高峰论坛、中国国际音乐产业大会、中华小吃产业发展大会等
	培育型	四川（乐山）高新技术高峰会议、中国核技术应用论坛、乐山药食两用创新交流会、乐山绿色食品产业论坛及行业协会会议等

## 四、构建“5+N”节庆项目体系

### （一）5 个核心节庆品牌

#### 1、中国·四川峨眉山国际武术节（提升型）

在现国际武术节基础上，通过专业化、市场化、品牌化、国际化发展，将其打造成为乐山核心节庆品牌。加强与国内外武术团体合作交流，通过协办、支持等方式，逐步在国内外举办国际武术节，或将其开发为分会场。

#### 2、中国·峨眉山国际音乐节（提升型）

在现峨眉山音乐节知名度与影响力的基础上，通过进一步扩大节事规模，提高活动规格，丰富专业化内容。邀请更多音乐家、明星，提供更多类型音乐表演，如电音、纯音乐、摇滚、爵士、乡村、民谣表演等；增加音乐文化交流论坛，

如民乐与西洋乐对话交流、管弦乐与丝竹乐对话交流、禅音与天籁对话交流等。

### **3、中国·峨眉国际养生旅游节（培育型）**

以峨眉山温泉、绿茶、佛教等特色资源，滑雪、登山等特色运动为依托，联动大峨眉范围各市县，打造佛教参禅养心、冰雪运动修身、旅游大健康为一体的国际养生旅游节，打造大峨眉国际养生品牌。

### **4、中国·乐山国际美食文化节（培育型）**

在乐山美食文化、美食产业及美食节事基础上，结合线下消费市场需求，打造中国·乐山国际美食文化节核心节庆品牌。汇聚乐山美食、四川美食、滇黔藏美食，邀请米其林星级大厨、知名美食评论家、明星、名人、网红等共同参与；同期举办美食文化展、美食评选赛、大胃王赛、美食形象大使选美比赛、老字号传承表演活动、美食歌舞表演等活动；开启广播电视、网络媒体、自媒体等宣传营销矩阵；邀请专业策划、制作，打造四川美食综艺。

### **5、中国·乐山国际电商购物节（培育型）**

顺应时代趋势，开展线上线下联动的会展活动，以“乐山造”为特色产品，发展会展+电子商务新模式，刺激内部需求，抢占线上会展市场，推广乐山产品品牌。

## **（二）N个配套节庆**

### **1、提升型**

结合乐山文化资源、消费热点等提升打造一批配套品牌节庆，如中国-东盟旅游节、峨眉山朝山会、峨眉大庙会、嘉州大庙会、乐山“嘉乐汇”戏剧周、乐山年货采购节、峨眉山冰雪温泉节、峨眉国际啤酒节、乐山橘颂文化节、中国乐山·马边小凉山火把节、中国乐山·马边小凉山采茶节、沐川刨汤文化旅游节、金口河转转花文化旅游节等。

## 2、引进型

充分挖掘市场潜力，紧密结合产业发展及消费需求特点，引进一批配套品牌节庆，如中国四川国际文化旅游节、中国四川乡村旅游文化节、中国国际新媒体短片节、中国国际动漫节、CGF 中国游戏节等。

## 3、培育型

依托乐山产业发展基础及消费热点，培育一批配套品牌节庆，如四川乐山数字科技生活节、乐山竹文化节、峨边“甘嫫阿妞”文化旅游艺术节、乐山慢生活文化周、乐山写生采风艺术周、乐山水上狂欢节等。

表 7-3 重点节庆项目一览表

项目分类		项目名称
核心节庆品牌		中国·乐山国际美食文化节、中国·四川峨眉山国际武术节、中国·峨眉国际养生旅游节、中国·峨眉山国际音乐节、中国乐山国际电商购物节等
配套节庆品	提升型	中国-东盟旅游节、峨眉山朝山会、峨眉大庙会、嘉州大庙会、乐山“嘉乐汇”戏剧周、乐山年货采购节、峨眉山冰雪温泉节、峨眉国际啤酒节、乐山橘颂文化节、中国乐山·马边小凉山火把节、中国乐山·马边小凉山采茶节、沐川刨汤文化旅游节、金口河转转花文化旅游节等

牌	引进型	中国四川国际文化旅游节、中国四川乡村旅游文化节、中国国际新媒体短片节、中国国际动漫节、CGF中国游戏节等
	培育型	四川乐山数字科技生活节、乐山竹文化节、峨边“甘嫫阿妞”文化旅游艺术节、乐山慢生活文化周、乐山写生摄影采风艺术周、乐山水上狂欢节等

## 五、构建“3+N”赛事项目体系

### （一）3个核心赛事品牌

#### 1、国际武术赛事（提升型）

以世界传统武术锦标赛为基础，积极引进高水平武术赛事，培育本地特色武术赛事，提高赛事播放级别和效率，丰富活动内容，加大宣传营销力度，打造世界传统武术赛事的“奥斯卡”。

#### 2、国际山地运动赛事（提升型）

依托峨眉山、黑竹沟、沙湾龙岩攀岩基地等山地运动资源，大力发展登山、攀岩、山地自行车等山地运动，大力发展山地运动赛事，形成乐山特色。

#### 3、国际水上运动赛事（培育型）

依托沙湾水上运动项目，大力发展水上运动、水上娱乐、滨水休闲等，充分挖掘和发挥体育旅游资源优势，积极与国家体育总局水上运动管理中心、四川省水上运动学校合作，引进高水平赛事，打造国际水上运动特色品牌。

### （二）N个配套赛事

#### 1、提升型

在乐山原赛事活动基础上，通过扩大规模，提升规格，标准化、国际化、品牌化、市场化运营，积极发展五通龙舟、沐川草龙、沙湾攀岩、井研农民篮球、峨边民族摔跤等特色项目，提升中国（乐山）国际半程马拉松赛、全国桥牌锦标赛、峨眉国际标准舞大赛、乐山市中小学生田径运动会、乐山市业余足球联赛、乐山气排球比赛、乐山农民篮球联赛、乐山市职工乒乓球联赛等。

## 2、引进型

依托乐山体育赛事活动基础，结合市场需求，引进一批高能级的品牌赛事，如四川省第十四届运动会、世界传统武术锦标赛、亚洲摔跤锦标赛、全国大学生武术锦标赛、中国铁人三项赛、中国国际山地户外运动公开赛、UCI世界长距离自行车赛、环中国国际公路自行车赛、中国国际跳绳公开赛、中国少数民族传统体育运动会等。

## 3、培育型

结合市场热点，培育一批配套品牌赛事，如国际登山赛、国际龙舟赛、乐山电子竞技大赛、乐山自行车骑行赛、乐山彝族英雄会等。

表 7-4 重点赛事项目一览表

项目分类		项目名称
核心赛事品牌		国际武术赛事、国际水上运动赛事、国际山地运动赛事
配套赛事	提升型	中国（乐山）国际半程马拉松赛、全国桥牌锦标赛、峨眉国际标准舞大赛、乐山市中小学生田径运动会、乐山市业余足球联赛、乐山气排球比赛、乐山农民篮球联赛、乐山市职工乒乓球联赛等

品牌	引进型	四川省第十四届运动会、世界传统武术锦标赛、亚洲摔跤锦标赛、全国大学生武术锦标赛、中国铁人三项赛、中国国际山地户外运动公开赛、UCI世界长距离自行车赛、环中国国际公路自行车赛、中国国际跳绳公开赛、中国少数民族传统体育运动会等
	培育型	国际登山赛、国际龙舟赛、乐山电子竞技大赛、乐山自行车骑行赛、乐山彝族英雄会等

## 六、构建“2+N”演艺项目体系

### （一）2个核心演艺品牌

#### 1、《只有峨眉山》实景剧

结合市场需求，深化展会节赛演互动发展，适当增加演出项目，延长演出时间，健全基础设施与配套服务设施，提升服务水平，搭建消费场景，形成产业集聚，带动周边村镇发展。

#### 2、《乌蒙沐歌》实景剧

深挖区域文化内涵，深度结合前沿科技，创新演艺内容、演艺形式、演艺道具，扩大演员阵容、提升演艺品质、增强演艺效果，使整台剧更有特色、更加震撼、更吸引观众眼球。深化展会节赛演互动发展，联合区域景区景点、酒店、餐饮、购物、娱乐等旅游接待服务商整体营销推广。

### （二）N个配套演艺

在原演艺活动基础上，通过内容、形式、道具等创新，故事文化内涵深化，科技运用强化，专业演员阵容提升，标准化、国际化、品牌化、市场化运营等手段，全面提高演艺品质，做大做强做精《圣象峨眉》《功夫峨眉》《大佛·海

通》《沫若·女神》《甘嫫阿妞》《三线建设之魂》《茉莉花香》等演艺品牌。

表 7-5 重点演艺项目一览表

项目分类	项目名称
核心演艺品牌	实景剧《只有峨眉山》、山水实景剧《乌蒙沐歌》等
配套演艺品牌	《圣象峨眉》《功夫峨眉》《大佛·海通》《沫若·女神》《甘嫫阿妞》《三线建设之魂》《茉莉花香》等

## **第八章 展产融合发展规划**

会展产业价值链涉及主体多、来源广，会展专业化、商品化、技术化和空间拓展的需求也日益增加，由此推动了会展与其他产业的结合。

### **第一节 会展+旅游**

#### **一、“以展兴旅”，大力发展会奖旅游**

##### **（一）树立会展旅游品牌形象**

继续办好四川国际旅游交易博览会等旅游主题高能级会展活动；利用峨眉山、乐山大佛、东风堰“世界遗产金三角”的影响力，策划一系列遗产文化旅游活动；利用马边、峨边、金口河彝族风情和民族特色策划一系列小凉山民族风情旅游活动；利用犍为、沐川良好的生态环境及产业基础，策划一系列康养休闲活动。

##### **（二）开发会奖旅游产品**

会展业和旅游业具备吸引人流、物流、资金流的共同属性，两者叠加将产生巨大的经济效益。积极开发奖励旅游产品，依托乐山丰富的旅游资源，将会展产品、旅游产品融合，打造国际会奖旅游目的地。

#### **二、“以展促旅”，发挥综合带动作用**

推动旅游供给侧改革，使旅游和会展形成互动式发展。以会展促进乐山酒店、餐饮、零售、交通、娱乐等旅游活动

相关的生活性服务业发展，为参展商、参展观众、游客提供全域会展和全域旅游服务。

## **第二节 会展+现代产业体系**

### **一、构建现代产业发展交流平台**

培育“会展+现代产业体系”新业态。依托乐山市工业“一总部三基地”发展新格局，通过会展活动为乐山的光电信息、绿色化工、先进材料行业搭建销售渠道和资源聚集、展示交流平台。通过在地会展，拉进市场距离，带动现代产业体系创新转型。推动产业高端化、集群化、融合化发展，带动上下游制造企业强化配套、密切联系。

### **二、会展发展为制造业拓展新市场**

会展业发展为乐山现代产业体系带来新产业增长点。乐山现代产业体系为会展业提供场馆建设、新材料、新技术应用、绿色会展等支撑服务，促进会展业提质增效。会展业发展及场馆建设需要新型建设、设施、材料、装备、技术等资源支持，促进乐山制造业对新市场、新技术进行延伸，成为乐山制造业新的产业增长点。

## **第三节 会展+现代农业体系**

### **一、推动农业产业链升级**

依托会展带动作用，促进对农业整体转型升级。促进一二三产业融合发展，促进单一生产功能通过展销会形式向经济、生态、旅游、健康、教育和文化等复合功能转变，推进产业链、价值链建设。促进农业与工业及现代服务业相融合，

农业产与销衔接更加紧密，提升产业融合深度。构建完整产业链，提升价值链，利用特色农产品线上线下展销，农产品交易博览会、推介会等形式，拓宽销售渠道，打开需求市场。

## **二、加快农业特色品牌建设**

深入实施品牌战略，扩大“乐山造”品牌的影响力。推进全市现代农业经济发展。积极举办农业展销会、推介会，依托茶博会、农博会、农交会等国内重要的展示展销活动，畅通农产品销售渠道，增加农民收入，助力脱贫。同时随着会展产业链向农村延伸，有利于乡村集约化、高效化发展，不断改善村容村貌，实现城乡融合发展。

## **第四节 会展+数字经济**

### **一、建设会展业大数据平台**

整合乐山会展业全行业数据，建立乐山市会展大数据中心。运用大数据、互联网、云计算等技术信息手段，规范行业数据统计，对全市涉展数据进行多维度挖掘整理、统计分析，对会展产业运行情况进行综合监测，为精准营销、公共服务、展馆管理等提供决策参考。形成覆盖四川南部地区的会展大数据中心，并接入成都市、四川省会展大数据中心。

### **二、提供智慧会展增值服务**

#### **（一）建立会展智慧管理平台，提供会展增值服务**

定期发布乐山市品牌会展活动信息、会展企业名录，提供宣传推介、业务咨询、酒店住宿、人才培养等在线查询、订单服务。采用人脸识别、智能车检、人流检测等数据监控，

实现展会技防、物防、人防三维一体的安全防控体系；围绕组展、布展、物流、人流等，打造信息发布、客户管理、现场管理、展位分配、数据分析、室内导览、物流运输等管理服务系统，实现“展（会）前—展（会）中—展（会）后”全流程数字化管理。加快运用人工智能、5G、物联网、虚拟现实、可穿戴设备等现代信息技术，开展“云展示”“云对接”“云洽谈”“云签约”，建立会展新经济运用场景。

## （二）构建会展综合服务体系

建设综合服务中心、综合服务点、自助服务点三级服务体系，承载区域会展咨询服务、展示功能。打造适用于会展场馆的 APP 服务终端。组展商、场馆管理人员、参展商通过手机端进行管理操作和联系沟通，提升场馆运营及使用效率。

## 三、打造虚拟展会线上平台

完善展会的国际化营销宣传网络。努力提高实物展会的科技含量，大力推进网上虚拟展会，利用同声翻译系统，即时检索系统、三维动画技术、电子商务平台等优化展会基本功能，实现展会服务的高效化、人性化。设计开发展会资讯 APP，采购商、观众可通过互联网平台获取展会及参展商详细资讯、参观注意事项等信息。

## 第五节 会展+体育

### 一、“以赛带展”，形成专业赛事会展发展模式

#### （一）在赛事期间配套会展活动、论坛、会议

依托 2021 乐山市运会、2022 四川省运会、乐山国际半程马拉松赛等赛事，积极承办国际级、国家级、省级体育竞赛和举办市级体育竞赛。以体育赛事为抓手，借力体育赛事聚集人流、品牌等作用，开展相关展会活动，探索体育与会展产业融合发展的形式和途径。

## （二）发挥体育供给侧结构性改革积极作用

体育供给侧结构性改革对体育与经济社会的协调发展带来新机遇，推进“体育+会展”产业发展模式，培育并开展体育节事、赛事、展会活动，体育产业作为新兴产业、绿色产业、朝阳产业，将成为未来乐山市经济发展新的增长点之一。

## 二、拓展体育场馆会展功能

在体育场馆基础上完善会展功能。创新场馆管理和运营机制，增强体育场馆管理及运营能力，开展健身、竞赛、培训、旅游、展览等多种经营服务，盘活场馆资源，实现最佳运营效益。加快建设苏稽片区新建综合性大型体育场馆设施（乐山奥林匹克体育中心）；乐山高新区、城东片区牟子镇新建中型体育场馆设施。

## 三、实施体育会展化

举办体育娱乐、体育健身、体育用品等相关展会。带动体育娱乐、体育健身、体育用品、体育中介等产业发展。结合“智慧城市”建设，大力发展“智慧体育”服务网络和平台。支持体育用品和服务电商平台建设，整合体育用品、赛事表

演、场馆服务、健身康体等各类体育资源，创新生产营销模式，推动线上线下共同运营。

## **第六节 会展+物流**

### **一、打造会展物流综合枢纽**

#### **（一）构建辐射全市的会展物流综合枢纽**

依托乐山国际博览城，发挥乐山港河路转运功能、乐山国际机场物流运输功能，加快乐山发挥成都平原经济区的区域性物流中心职能，以会展产业带动，积极发挥与川南、川西物流中转重要节点作用。

#### **（二）建立“会展通关绿色通道”**

简化展品通关监管手续，提升展品通关效率，充分发挥乐山西部冷链物流中心、保税物流中心优势，在特定区域设立保税展示交易平台。

### **二、促进物流服务水平提升**

#### **（一）完善会展物流服务功能**

构建完善的会展物流交通体系，设置专门的物流运输点，建立会展物流信息发布合作平台，提升乐山会展物流服务水平。促进物流降本增效，推动综合运输服务一体化智能化。

#### **（二）带动物流服务水平的提升**

会展物流属于双向物流，特点是时间跨度长、操作复杂、服务标准高、专业性强。乐山通过大力发展会展产业，以高标准、高水平要求会展物流服务商加强信息交换、联系查询、物流监控、物流运输等服务能力。

## 第九章 展会市场营销规划

### 第一节 营销战略

构建乐山会展营销“345”战略体系：

**实施3大战略：**精准营销、品牌营销、全时营销。

**把握4大方向：**通过营销手段加速实现乐山市会展业市场化、会展产品品牌化、会展服务专业化、营销方式多样化。

**实施5大举措：**立体营销、智慧营销、借势营销、联合营销、增值营销。

#### 一、精准营销战略

##### （一）针对场馆及组展商进行精准营销

完善场馆营销体系，加强场馆基础服务配套。在各会展营销平台发布场馆信息及展览信息，定期推出场馆租赁优惠活动，设立具有竞争力的营销组合方案以吸引组展商，推动展会场馆市场化、公开化。对参展主题及规模进行遴选，优先选取具有代表性、区域性、龙头企业组织的优秀展会，建立参展企业会员制。协助组展商进行媒体宣传造势，邀请相关行业协会进行参展，利用“会前会”和“会后会”促进展会营销。

##### （二）针对参展商及专业观众进行精准营销

瞄准关键参展商及专业观众，定向宣传。针对不同主题展会，着重对目标采购企业及人群进行宣传。提高参展商及采购商的层级，制定展会参与标准。展会期间设立乐山当地旅游、美食信息服务咨询点，与旅行社、景区、酒店等进行

合作，开通旅游直通车，争取优惠信息，实现会展和旅游组合发展。

### （三）针对本地企业及城市进行精准营销

建立“走出去”办展服务平台。完善乐山市企业“走出去”办展参展服务体系建设。提供包括办展地选择、合作资源对接、办展全流程指导等全方位服务。鼓励和支持本地企业办展，培育本地会展知名品牌。鼓励会展企业收购或投资国内外知名会展企业及品牌会展，在各地建立会展分会场进行统一合作交流，将营销范围扩展至全国乃至走出国门。针对乐山市会展企业对外收购或投资需求，推动收购项目、投资项目、资源对接和融资服务等，推进乐山市会展南向开放发展，推动乐山与其他南亚国家深层次合作。

### （四）针对宣传推广方式进行精准营销

多渠道构建营销平台。移动端通过设计乐山会展 APP、自媒体微博、微信公众号等方式构建会展营销平台；整合乐山会展行业资讯及资源，打造乐山会展服务网站，进行百度引擎搜索优化，大型电子商务平台推广；通过传统媒体如广告牌、电视、新闻、广播、报纸杂志等渠道，对会展信息进行刊登、播放；展会活动前及活动期间，以广告形式投放至营销渠道进行预热、宣传。

强化宣传推广效应。集中政企资源，通过城市推广、招商推介、经贸交流等方式，开展城市会展环境、会展政策、品牌会展等宣传推广工作。同时，与报刊杂志、电视广播和

网络等媒体建立长期稳定的合作关系，采取开设专栏或专题节目等方式，宣传推介乐山会展，吸引国内外企业和客商参会。建立成都、乐山会展合作共享平台，将两地的场馆建设、会展活动、企业需求、政策导向等信息统一发布、协调联动，扩大宣传招展效果，提升办展水平和国际影响力。

## **二、品牌营销战略**

### **（一）加强会展品牌资源合作**

提升乐山市的知名度、美誉度和影响力。充分利用西博会资源，举办项目推介会或投资说明会，开展招商引资项目推介、贸易投资促进政策展示、开放合作形象宣传及企业品牌推广。

整合乐山特色产业、旅游和文化资源优势。实现会展品牌开拓、国际化商贸营销、产业链上下游的整体带动。围绕乐山市旅游资源、茶叶食品、光伏产业、医药产业、综合能源、化工轻纺、机械制造、战略性新兴产业和现代服务业等龙头产业，每年联络组织有意投资的世界 500 强及国内外知名企业到乐山考察、投资。

### **（二）加强会展品牌创建**

打造特色鲜明的会展品牌。支持各区、县充分整合利用本地资源，打造具有鲜明地域特色、文化特点的会展品牌。将“四川国际旅游交易博览会”打造成为全国旅游文化会展精品品牌；将“中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会”打造成为全国茶产业、茶文化、茶旅游精品品牌；将“四川（乐

山) 中医药博览会”打造成为全国中医药文化展销精品品牌; 将“峨眉山国际音乐节”打造成为国际知名音乐节庆品牌; 将“峨眉山佛教文化论坛”打造成为全国知名佛文化会展品牌; 将“中国·四川国际峨眉武术节”打造成为独具特色、规模较大的武术文化赛事节庆品牌。培育和打造全球会奖旅游 CEO 峰会、中国(峨眉山)国际佛事用品博览会、中国(乐山)国际特色农产品交易会、中国(乐山)国际光伏产业博览会、中国核技术应用发展论坛、中国乐山国际美食文化节等新会展品牌。

### **(三) 构建全方位会展品牌体系**

逐步建立以国际性会展品牌项目为龙头、国家级和区域性会展品牌项目为主体、地方性会展品牌项目为基础的会展项目品牌体系。丰富会展业态、创新运营模式,持续推动节赛活动和奖励旅游的品牌打造,鼓励和引导市场相关方联合开发会展项目,探索会展、旅游和文化产业的整合营销模式。

### **(四) 加强会展品牌输出**

提升本地展览影响力。使会展产业从展览面积、展商数量、观众数量等都有所提升。促进现有展会提档升级和扩展品牌实力,通过异地办展、技术合作、人员合作等方式“走出去”。扩大品牌会展国际宣传、国际输出力度,大力培养“一带一路”和长江经济带沟通为主题的国际性展会。加强区域联合办展。引导主题相同、内容相近、行业密切相关的中小型展会联合办展,推动同类型展会做大做强,形成乐山品牌。

根据乐山市的产业优势和环境优势等条件，在做好市场调研和项目论证的基础上，着力培育市场定位准确、科技含量高、影响面广的大中型专业展会。在巩固传统品牌展会的基础上，不断开拓与科技、旅游、医药产业和食品相关的新的品牌展会。

### 三、全时营销战略

#### （一）构建会展全年营销体系

根据乐山核心展会节庆资源，结合各类型会展节庆活动特点，匹配各类型展会活动最佳时段，构建全年全时段会展营销体系，实现展览、会议、节庆、赛事的全年覆盖。

表 9-1 全年主要展会节赛计划分布表

名称	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
乐山迎春年货购物节	√	√										
中国·乐山国际电商购物节			√	√								
中国·峨眉山国际音乐节				√								
中国（峨眉山）国际佛事用品博览会				★								
世界研学旅游大会				△								
水上运动赛事					⊙	⊙						
中国（乐山）国际先进材料科技论坛					△							
中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会					★							
武术赛事							⊙	⊙				
中国（乐山）国际光伏产业博览会						★						
中国（乐山）光电信息产业发展高峰论坛						△						
中国·乐山国际美食文化节							√	√				
中国（乐山）国际数字经济博览会							★					

中国川菜创业高峰论坛								△					
中国（乐山）国际绿色化工博览会									★				
“一带一路”峨眉山国际论坛									△				
中国（四川）国际文化旅游博览会										★			
山地运动赛事										⊙	⊙		
中国（乐山）—南亚、东南亚工商业领袖峰会										△			
中国·峨眉山国际武术节											√		
中国（乐山）国际特色农产品交易会											★		
全球会奖旅游 CEO 峰会											△		
中国·峨眉国际养生旅游节											√	√	√
冰雪运动赛事												⊙	⊙
中国（乐山）中医药博览会													★

注：★代表展览，△代表会议，√代表节庆，⊙代表赛事）

## （二）扩展会展全程营销功能

丰富会展前、后期进行全程营销功能。会展活动前利用互联网及传统营销方式进行信息曝光、广告宣传、活动预热等方式进行前期营销；会展活动后通过网上会展平台，通过用户追踪、信息匹配、线上促成交易等方式进行后续营销。借势其他产业重大活动、节庆赛事、区域热点事件，或与其他产业进行联合营销，扩展乐山会展全时段、全过程、全领域营销功能。

## 第二节 营销举措

### 一、立体营销

伴随着互联网的发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，全媒体时代成为了大趋势。会展企业和

市场发展必须紧跟时代，结合运用传统媒体和新技术、新机制、新模式，加快融合发展步伐，实现宣传效果的最大化和最优化。

## （一）运用传统营销方式

### 1、电话营销

电话营销方式需要注重对电话营销人员的专业化培训，熟悉会展组织机构与会展项目的基本情况，了解目标客户的参会或参展动机，为目标客户准备建议方案，了解目标客户的背景，谈话技巧；使用 CRM 客户管理系统提高会展营销效率，为决策层管理和分析客户、制定合适的营销策略提供科学的决策依据；利用广告、邮件、信件直邮等相关营销方法支持配合电话营销。

### 2、广告营销

大众媒体广告覆盖面广，能让大量受众获取关于该会展的信息，时效性强。通过电视、报纸、户外广告、综合门户网站、交通媒体等大众媒体广告，塑造会展品形象和吸引一般客户参与会展活动。专业媒体的阅读者通常都是会展题材相关的行业从业人士或者相关者，面向专业媒体的广告投放，一般能够起到较好的营销效果。通过会展项目题材所在行业的专业网站、报刊、杂志等专业媒体，作为专业类会展项目进行广告宣传的主要选择。

### 3、活动营销

活动推广方法是指采用新闻发布会、核心用户招待会、推介会、庆祝会等公关性营销活动来营销会展项目。通过各类公关活动来塑造会展组织者良好的形象和口碑，促进公众对组织者以及会展产品的了解，改善组织者与大众之间的关系，达到间接销售会展项目的根本目的。

#### **4、代理营销**

会展营销代理是会展项目，尤其是国际会展项目非常重要的营销渠道和营销方式，它可以提高会展营销活动的专业性和效率，减轻会展组织者的营销压力，提高营销效果。推广使用营销代理模式，特别是招展代理的形式进行宣传营销。

#### **(二) 加强网络营销方式**

##### **1、网络广告投放**

在各大门户网站和同类的网站刊登广告。打好网络广告的关键是精心设计网络广告信息，还有目标受众的选取考量。最常用的广告是网幅广告，需要做到贴近受众需求、表现独到之处、提供可信信息、广告内容简约、整合相关媒体技术。随着数字营销技术的发展，广告投放越发的精准化，不断提升和优化着转化效果，同时也反向要求主办者对自身的受众目标群体要更加精细化了解。

##### **2、搜索引擎排名**

搜索引擎排名这种方式又可以细分为三点：免费（付费）登录分类信息目录、搜索引擎优化(SEO)、关键词广告(CPC)。搜索引擎排名为搜寻相关信息提供极大便利，同时排名靠前

的关键词及网站越容易被点击，通过搜索引擎排名，提升相关会展活动关键词密度，增加网站及线上会展平台曝光度以达到宣传营销效果。

### **3、链接交换**

指同类展会有直接或者间接关系的公司、组织、机构或个人交换彼此网站链接。通过建立乐山会展信息服务中心网站，汇总发布会展行业相关信息。同与会展业具有优势互补的当地相关企业、行业组织机构、政府机构进行链接交换，达成合作关系，达成互相推广目的。

### **4、新媒体推广**

随着移动互联网信息技术的发展，新媒体营销已经开始逐渐的成为现代营销模式中最重要的一部分（利用互联网、移动电视、手机短信等一系列在高新科技承载下展现出来的媒体形态，被称为新媒体）。当前随着人们的阅读和获取信息越发的碎片化和移动化，新媒体推广地位越发凸显，社交关系的链接，也成为会展新媒体推广在传播和目标转化的强有力着力点。

## **二、智慧营销**

智慧营销是以互联网技术为基础，在充分挖掘和利用大数据分析等新一代科学技术的同时，力求建立一个“以用户（人）为核心”的快、准、省的信息交流和资源匹配生态链接平台，以此平台为基础进行的营销方式。

### **（一）建立大数据营销平台，打造智慧获客渠道**

建立实时的信息和资源匹配的会展大数据营销平台。运用信息和通信技术手段，收集、分析、整合会展行业的各类信息，通过“互联网+”驱动，对包括策展、组展、场馆管理和运营、设计和工程、服务和运营，以及公共安全、环保、配套服务、相关活动等在内的全产业链上的各种资源作出智能配置，对顾客渠道来源和特征作出智能整理，打造智慧获客渠道，整合统一营销、销售和客服等多渠道客户数据，打通多系统、多渠道的营销数据孤岛，实现会展行业的智慧管理和智慧运行，进而促进行业的可持续发展。

## （二）抓取会展客户特征，打造会展智慧应用

应用大数据技术打造会展智慧应用。开发用于会展项目决策和会展效果反馈评估的技术应用，搭建与策展、组展、场馆相关联的应用平台(App)。积累足够用户数据，分析用户特征，通过 E-mail、短信、站内消息、APP 应用内消息等途径推送营销信息，实现对各个种类特征用户群体的精准营销。

## （三）开发大数据 AI 应用，升级自动化营销

建立持续、连贯的客户体验，通过交互反馈，获得持续、连贯且完整的客户行为。建立客户评分和行为标签，汇总到客户大数据平台，开发 AI 应用，通过机器学习进行营销策略实时优化、潜在客户挖掘与个性化内容精准营销，进一步可实现活动管理数字化、会议服务自动化、商机挖掘智能化和营销效果可视化。

### **三、借势营销**

#### **（一）借助大型赛事活动聚焦进行营销活动**

依托体育赛事流量聚焦，配套会议会展。借势 2021 乐山市运会、2022 四川省运会、乐山国际半程马拉松赛及积极承办的国际级、国家级、省级体育竞赛和市级体育竞赛，拓展乐山新建体育场馆（乐山奥林匹克体育中心、乐山高新区市民广场）功能，完善会展基础设施配套，盘活场馆资源，实现场馆最佳运营。发挥“以赛带展”积极作用，探索“体育+会展”产业发展模式，扩展体育产业链。

#### **（二）借助旅游资源优势进行营销活动**

发挥旅游活动对会展的促进作用。依托乐山丰富的旅游资源优势，借助旅游旺季推出一系列会展产品，依托旅游打造会展产品（苏稽商旅小镇、旅博天地商贸中心、峨眉山文化创意孵化基地），完善会展基础设施配套。叠加发挥旅游业和会展业吸引人流、物流、资金流的共性，宣传乐山会奖旅游产品。

#### **（三）借助节庆活动热点进行营销活动**

利用节庆活动聚集人气优势，打造主题展会活动。依托特色传统节日、美食节（小凉山马边彝族火把节、彝历新年、乐山国际美食嘉年华、“苏稽跷脚牛肉”美食文化节）宣传并举办乐山特色农产品、美食文化系列展会；依托特色现代节

庆（峨眉山国际音乐节、世界传统武术锦标赛、中国·四川国际峨眉武术节）策划相关会展活动。

#### **四、联合营销**

##### **（一）与成都会展业联合营销，形成会展业发展新格局**

双方共建合作共享平台进行联合营销。乐山会展业与成都会展业在发展基础、发展定位、发展方向上具有优势互补、强强联合的机遇。双方同为四川会展业发展的重点，依托“一带一路”建设、长江经济带发展、新时代西部大开发、成渝地区双城经济圈的重要节点优势，共同谋求会展行业专业化、国际化、品牌化、信息化、智慧化，全面推动会展产业形态建设。推动建设成为西部地区会展服务重要基地和对外开放的国际交流重要平台。

##### **（二）与周边区域会展业联合营销，培育区域会展业竞争优势**

区域会展业互惠互利联合发展优势。乐山与周边区域会展业主要城市在社会、经济、文化等方面存在紧密地联系。发挥乐山会展业发展的积极优势，增强与其他地区会展业的相互合作，建立区域会展管理机构，避免区域内的不良竞争。

##### **（三）与其他产业联合营销，发挥会展业整合带动作用**

积极与其他地区会展业共同办展。发挥乐山优势产业（如旅游业、光电信息产业、化工产业、茶产业、林竹产业、中药材产业）举办知名展会作用，联合四川国际旅游交易博览会、中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会、中医药博览

会等展会，发挥会展业带动作用，促进产业间深入交流与合作。同时打响乐山会展业品牌，引进其他地区优质展会，使“引进来”“走出去”同步发展，形成联合营销体系。

## **五、增值营销**

会展增值营销是指会展项目的主办机构除了提供场馆和商贸机会外，还提供其他相关的服务，并以此获取部分利润，是超出基本服务方案的各种延伸服务。

### **（一）对组展商及参展商的增值营销**

信息增值营销。建设智能市场推广网络信息平台，依托客户资源优势，对行业内客户进行细分，根据供需双方具体要求进行筛选、推荐，促进贸易成功。推出网上展馆，提供展会实时资讯、行业信息，开发网上会展交易系统，形成线上线下双平台办展。

布展增值营销。与展会设计公司合作，开展展览方案设计、展台设计等服务；与当地大型物流企业形成战略合作关系，指定会展物流供应商，承担展会期间展品物流运输服务职能，对参展商提供从会展运输、场地租赁、展台设计等一站式服务。开展会展合作伙伴项目，提供运费补贴、场地租赁优惠、设计优化等展览增值服务。

其他增值营销。展会期间提供广告宣传定制服务，通过展板、屏幕、门票设计等展会资源对重点合作企业进行宣传；提供电子商务服务，组织商务信息交流会、交易协商会议等，

助推交易双方深入交流与合作。展会期间提供乐山交通、住宿、旅游等相关服务，延长会展服务链条。

## （二）对采购商及观众的增值营销

会展前期增值营销。展会活动开展之前对展会目标客群进行重点宣传、邀请，了解参展观众需求，提供有针对性性的展会资讯、展会宣传资料，推荐重点参展企业；为重点客户提供网上展会信息、参展商信息等，协助买卖双方进行沟通。

会展期间增值营销。为重点采购商、观众群体提供交通、住宿等服务，设立会展快速通道。组织“买家高峰会议”，匹配买家要求，提升买卖双方贸易成功率。建立客户信息交流平台，提供电子商务服务，建立观众与参展商之间信息交流渠道。

会展后续增值营销。进行会展满意度调查，收集用户信息并进行回访。建立重点采购商及参展观众名单，提供展会会刊服务，定期发送行业展会资讯。通过网上会展平台及移动端会展应用定期推送相关信息。

## 第十章 配套设施规划

### 第一节 核心场馆配套建设

#### 一、乐山国际博览城

##### （一）乐山国际会展产业园

##### 1、以会展核心产业链搭建产业园基础骨架

###### （1）构建组展商（PCO）专业楼宇

为组展商建设专业化楼宇。引育国际国内组展商领军企业入驻，推动会展企业向规模化、集团化、国际化、信息化发展，通过收购、兼并、联合、参股、控股等方式，强强联合，提高展会组织服务能力。

设立海关“一站式”服务窗口。将通关产业链上下游服务商报关、报检、货代、贸易及海关申报搭建在同一平台上，与企业实现无缝衔接，协同作业。自动生成各类通关单证，数据自动转换与申报，真正帮助企业智能通关。

建立区域中心会展政商服务体系。设立企业政务微窗口，为会展企业和个人提供便利的线上+线下政务服务，搭建互联网线上服务平台，缩短政务办理流程和时间，建立高效、标准、便捷、明晰的政务服务体系。

###### （2）构建服务商（DMC）聚集区

构建会展服务品牌企业聚合平台。通过加强本地会展服务企业培育与品牌提升及与大型会展服务企业合作在此开

设分公司等方式，加速会展服务品牌企业在场馆周边集聚，并以此为基础构建会展服务品牌企业聚合平台。

畅通会展地接服务供应链。通过会展服务企业聚合平台，为参展商提供从会展活动前期咨询、项目策划开始，到活动期间参展商的设施设备租赁、展台搭建装饰、印刷设计等全程服务。

为参展商、嘉宾提供“一站式”服务。将会展策划、装饰装修、翻译服务、旅游服务、广告宣传、知识产权保护、金融保险等服务功能集中，减少参展商及嘉宾在大城市区域寻求服务支持的成本。

## **2、围绕核心产业链，构造六大支撑链**

(1) 价值链。主要通过优化提升招商招展、展会服务、客户管理环节，创造高附加值。

(2) 创新链。主要打造孵化研发平台、展产融合平台、商务交往平台三大创新平台。

(3) 资金链。构建专业化投资平台、强化项目资金链、全周期金融服务的资金多元保障体系。

(4) 供应链。聚合技术流、信息流、人流商流等会展要素。

(5) 人才链。实施多层次人才培养、高端人才引进、人才服务体系建设的会展人才匹配战略。

(6) 保障链。围绕交通物流、营销宣传、消费场景构建基础服务支撑。

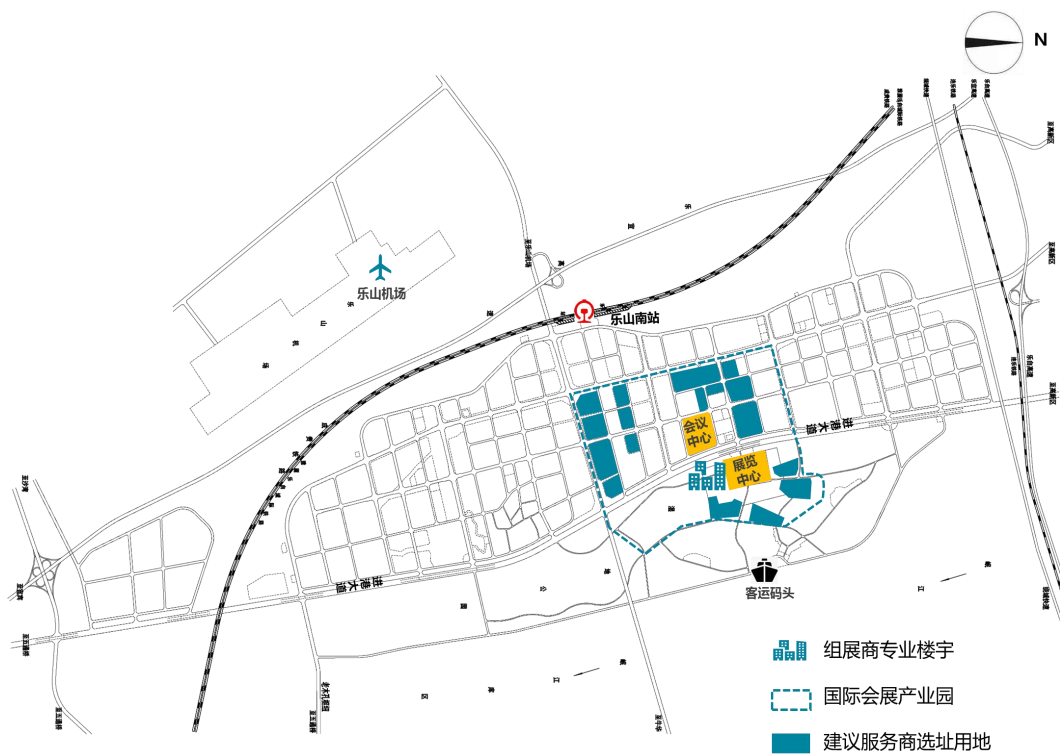


图 10-1 乐山国际博览城 PCO、DMC 规划图

## (二) 交通物流配套

### 1、优化交通组织

优化交通组织，做好与保税物流中心、车站、港口、机场等物流交通枢纽的无缝衔接。规划场馆周边主干道、次干道及展期物流“绿色通道”，规划展期博览城区域交通管制区，并按国际化标准完善城市交通导视系统，提供多语种咨询服务，并逐步完成电子导览系统。

### 2、完善停车场建设

根据场馆高峰日人流量，结合公共交通分流能力，考虑大中小型会展活动比例，规划配套大巴车停车位 100 个、小汽车停车位 6500 个、货车停车位 120 个；其中博览城规划

大巴车停车位 60 个、小汽车停车位 1800 个、货车停车位 20 个。在大型会展活动期间，通过租用或协管，开设展期摆渡大巴等方式，将周边公共停车场、微生态停车场及交通枢纽的 P+R 停车场等纳入统一调配管理系统，升级停车管理设施，规范停车场秩序。

### 3、健全物流设施

根据场馆标准展位数量，综合考虑展位搭建平均水平，在展览中心北侧建设物流轮候区，设置 100 个货车停车位，结合科技创新，提升功能设施与服务建设。增加冷链仓储设施，满足特殊会展需求。

表 10-1 乐山国际博览城停车位配置表

编号	类型	博览城 停车位	公共 停车位	P+R 停车位	微生态 停车位	物流 轮候区	总计
1	大巴车	60	20	20	—	—	100
2	小汽车	1800	3200	1000	500	—	6500
3	货车	20	—	—	—	100	120

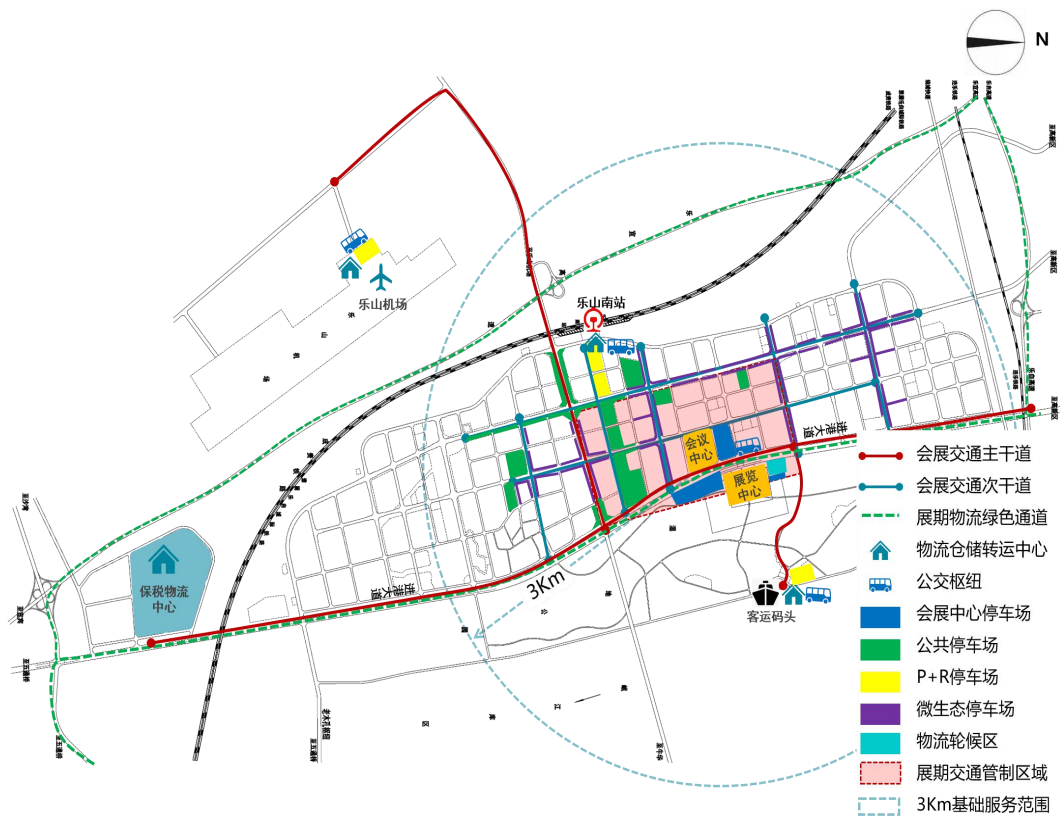


图 10-2 乐山国际博览城交通物流规划图

### (三) 消费场景配套

聚焦展客商需求偏好强化生活场景建设，合理布局餐饮住宿、休闲购物等生活配套消费场景，发展适应不同层次需求的生活性服务业。

单日最大累计接待人数（人次）预测计算公式如下：

$$E=SD/P$$

式中：S—乐山国际博览城规划展览面积 8 万平方米；  
D—场地周转次数（结合行业经验数据，为 2 次）；P—空间承载标准（结合《展览建筑设计规范》，为 1.34 平方米/人）。

根据计算公式，乐山国际博览城单日最大累计接待人数约为12万人次。

### 1、酒店配套

住宿设施规模（床位数）预测计算公式如下：

$$C=E*P$$

式中：E—日接待人数（12万人次），P—住宿需求比例（结合实际设为20%）。

根据预测公式，C床位数为24000个，考虑展期综合条件，按3公里范围内解决70%住宿需求（16800个床位），外围区域解决30%住宿需求（7200个床位），针对会展业特定人群需求，结合对标会展城市数据研究，分类分层定位博览城周边酒店的档次、类型配比。规划高端酒店、中端酒店、商务酒店设施比为4:4:2，则所需床位数如下：

表 10-2 乐山国际博览城周边酒店配套表

编号	项目名称	床位数（个）
1	高端型酒店	6720
2	中端型酒店	6720
3	商务型酒店	3360

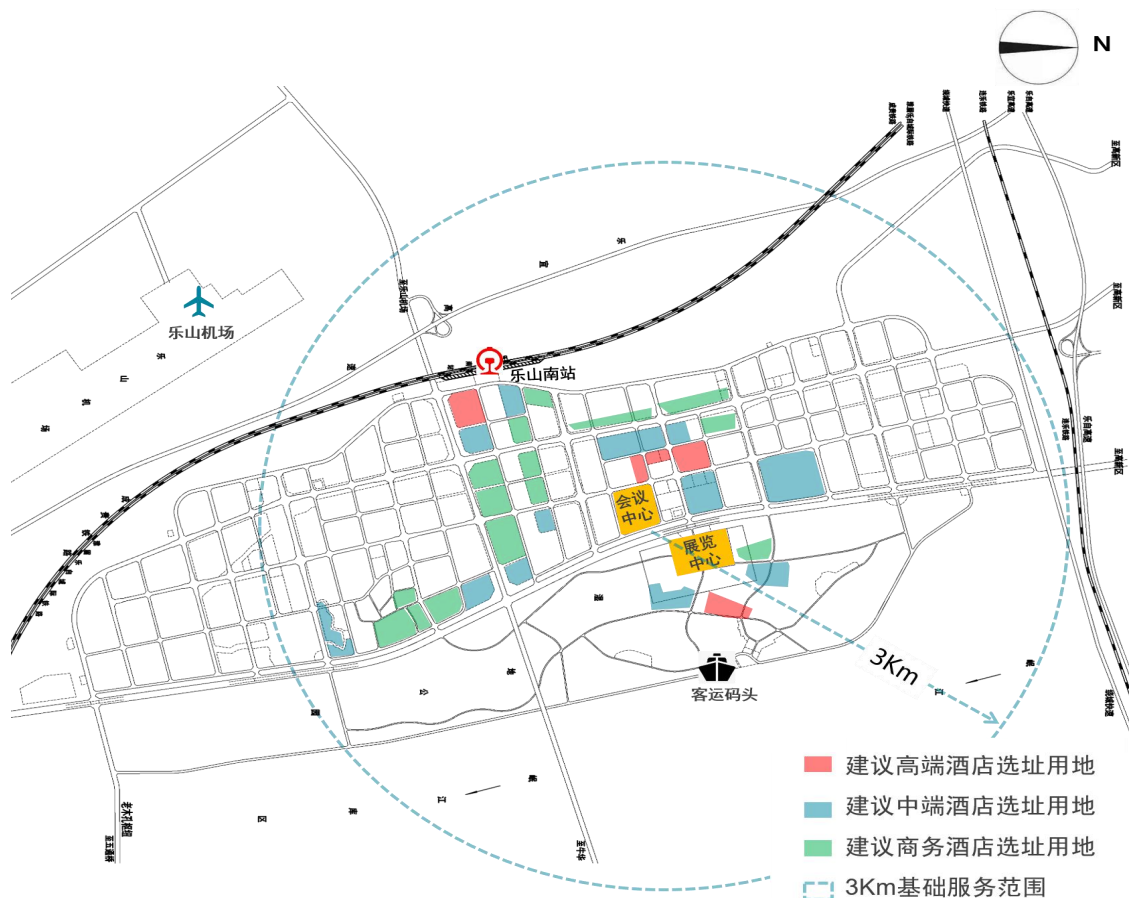


图 10-3 乐山国际博览城住宿设施规划图

## 2、餐饮配套

餐饮设施（餐位）预测计算公式如下：

$$C=M*N/K$$

式中：M—日承载量（根据容量公式计算约为 12 万人次），N—餐饮需求比例（用餐高峰时段就餐需求占比可达 50%），K—翻台次数（考虑用餐高峰为 2 小时，高端餐饮可以翻台 2 次，大众 4 次，快餐 6 次）。

考虑展期综合条件，按 3 公里范围内解决 80% 餐饮需求，共计 48000 人就餐需求，结合特定消费特征研究数据，规划

高端餐饮、大众餐饮、快餐小吃需求比为 1:5:4，各种类型就餐人数分别为 4800 人、24000 人和 19200 人，结合各种类型翻台次数，则所需餐位数如下：

表 10-3 乐山国际博览城周边餐饮设施配套表

编号	项目名称	餐位数 (个)
1	高端餐饮	2400
2	大众餐饮	6000
3	快餐小吃	3200

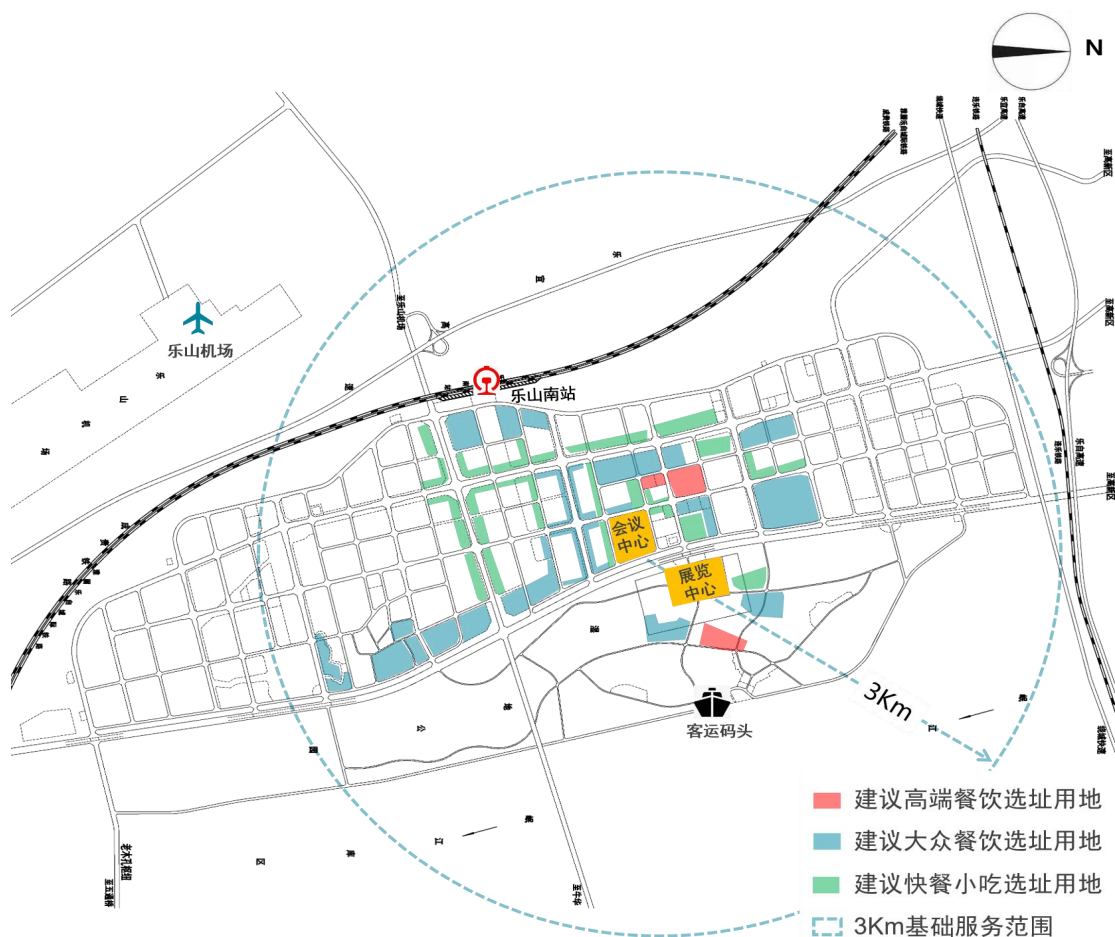


图 10-4 乐山国际博览城餐饮设施规划图

### 3、商业休闲配套

结合冠英新区相关规划，围绕乐山国际博览城搭建商业购物休闲场景，构建商业休闲服务体系。以国际风情体验、高端商务休闲、时尚创意休闲娱乐、民俗文化与品质社区休闲体验、生态观光、休闲运动等业态构建会展休闲娱乐服务体系；以国际商品免税购物组团、高端商业综合体、时尚创意街区、田园土特产购物、物流商品购物展示等业态构建会展商业购物服务体系。



图 10-5 乐山国际博览城商业休闲规划图

## 二、四川国际旅游交易博览中心

### (一) 会展核心产业链条建设

#### 1、构建组展商（PCO）办公区

结合旅博中心片区发展现状，以改造提升提高综合利用率为主，为组展商设置专门办公区，完善专业会展组织信息服务。

设立海关“一站式”服务窗口，将通关产业链上下游服务商报关、报检、货代、贸易及海关申报搭建在同一平台上，与企业实现无缝衔接，协同作业。自动生成各类通关单证，数据自动转换与申报，真正帮助企业智能通关。

建立区域会展政商服务体系。联合区域政务部门与机构，在集中办公区设立企业政务办公室，为会展企业和个人提供便利的线上+线下政务服务，搭建互联网线上服务平台，缩短政务办理流程和时间。

## **2、构建服务商（DMC）聚集区**

### **（1）综合服务**

在旅博中心周边 3 公里范围内，以现有商务办公空间为基础，通过新建或改造提升为 DMC 扩展办公空间，引导区域会展服务商聚集，构建服务商聚集区。

设置参展商综合服务机构。完善会展咨询与策划、设施设备租赁、展台搭建装饰、印刷设计、翻译服务、旅游服务、广告宣传等会展基础服务。

招引商务金融、保险服务企业。联合市内商业银行、保险等企业，打造专业金融保险服务中心，探索针对主办方、承办方、行业协会等举办会展活动的金融保险机制。在周边



规划场馆周边主干道、次干道，优化交通组织，增强与各交通枢纽的无缝衔接；大件物流经水运至乐山港，空运货物经乐山机场到达后，通过规划的物流绿色通道转运至四川国际旅游交易博览中心，在展会期间需协调交通运输部门进行临时交通管制。

## 2、完善停车场

根据场馆标准展位数量、高峰日人流量，结合公共交通分流能力，考虑大中小型会展活动比例，规划大巴车停车位 60 个、小汽车停车位 4500 个，货车停车位 80 个；其中旅博天地景区（含旅博中心、旅博广场、水晶广场、旅博风情街、旅博公园、东湖湿地公园等）可提供小汽车停车位 1900 个，适当扩增 15 辆大巴停车位及 10 辆货车停车位；考虑周边用地空间，建议在峨眉站旁边增设物流轮候区、新建停车场，增加货车停车位 70 个、大巴车停车位 35 个、小汽车停车位 1800 个。展期需将峨眉站 P+R 停车场及微生态停车场纳入统一调配管理系统。会展活动期间，联合交管部门在周边重要交通节点设置停车场实时信息发布设施；会展活动期间，所有停车场所安排专人值管，收费停车场可引入 ETCP 等智慧停车场管理系统。

表 10-4 四川国际旅游交易博览中心停车位配置表

编号	类型	旅博天地停车位	P+R停车位	微生态停车位	物流轮候区	新建公共停车位	总计
1	大巴车	15	10	—	—	35	60
2	小汽车	1900	500	300	—	1800	4500
3	货车	10	—	—	70	—	80

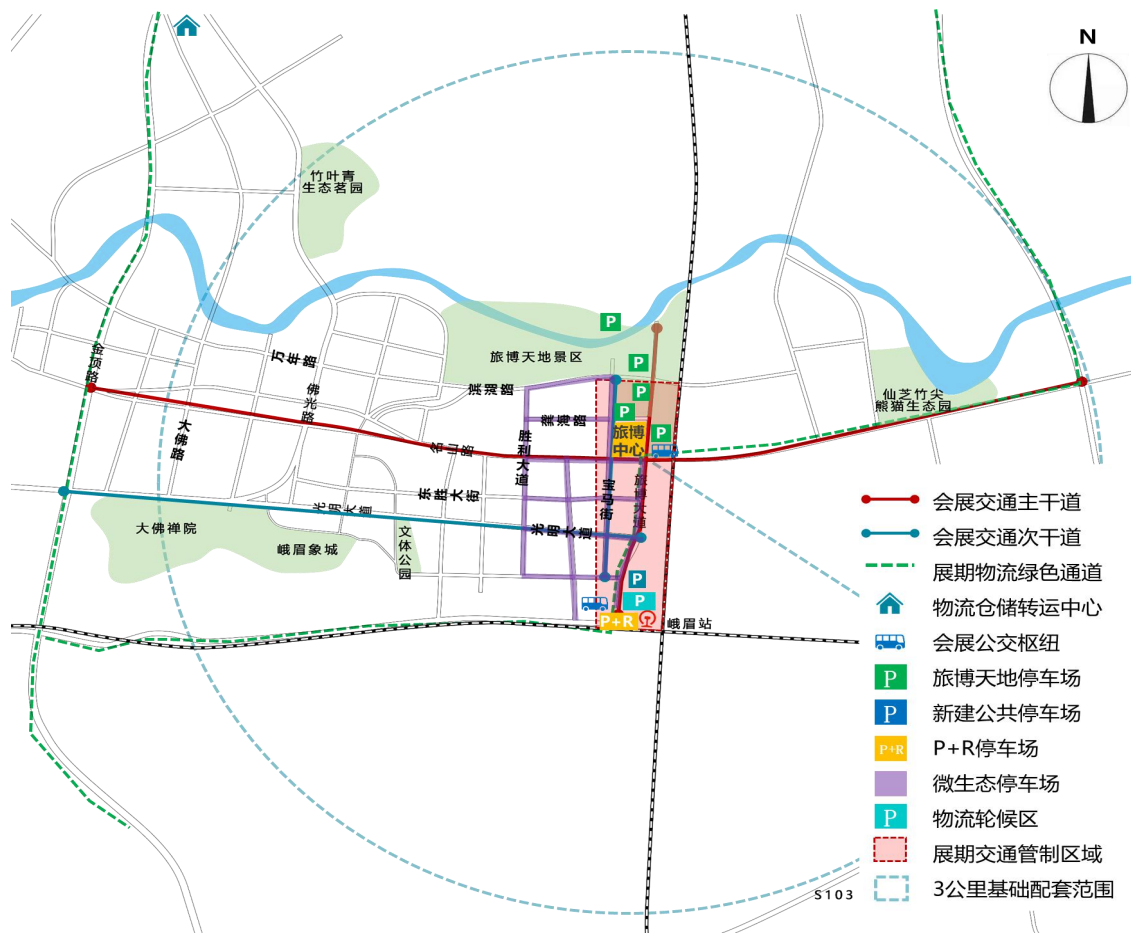


图 10-7 四川国际旅游交易博览中心交通物流规划图

### （三）消费场景配套

单日最大累计接待人数（人次）预测计算公式如下：

$$E=SD/P$$

式中：S—四川国际旅游交易博览中心室内室外展览面积 2.8 万平方米；D—场地周转次数（结合行业经验数据，为 2.5 次）；P—空间承载标准（结合《展览建筑设计规范》JGJ 218-2010，为 1.34 平方米/人）。根据计算公式，乐山国际博览城单日最大累计接待人数约为 5 万人次。

### 1、酒店住宿配套

住宿设施规模（床位数）预测计算公式如下：

$$C=E*P$$

式中：E 为日承载量（根据容量公式计算约为 5 万人次），P 为住宿需求比例（结合实际设为 20%）。

根据预测公式，C 床位数为 10000 个，考虑展期综合条件，按 3 公里范围内解决 70%住宿需求（7000 个床位），外围区域解决 30%住宿需求（3000 个床位），针对会展业特定人群需求，结合对标会展城市数据研究，分类分层定位博览城周边酒店的档次、类型配比。规划高端酒店、中端酒店、商务酒店设施比为 2:4.5:3.5，则所需床位数如下：

表 10-5 四川国际旅游交易博览中心周边酒店配套表

编号	项目名称	床位数（个）
1	高端型酒店	1400
2	中端型酒店	3150
3	商务型酒店	2450

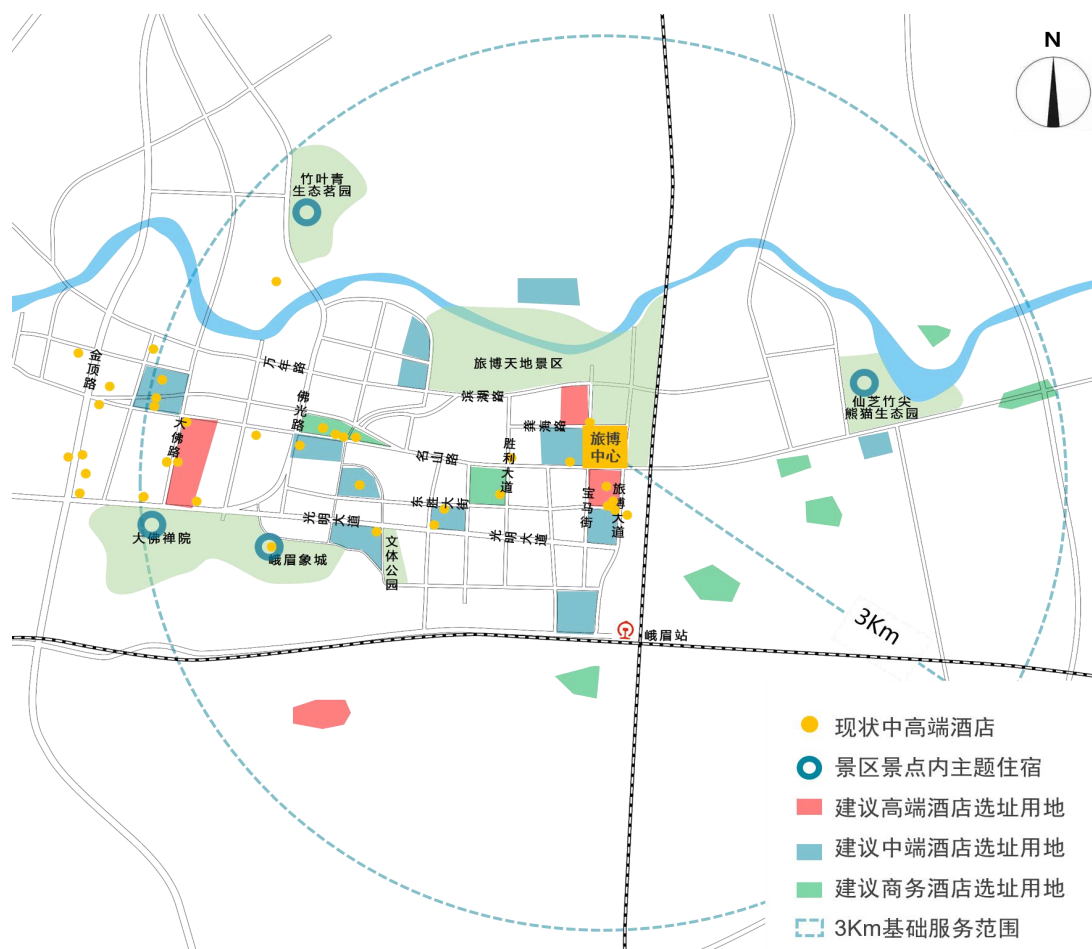


图 10-8 四川国际旅游交易博览中心住宿设施规划图

## 2、餐饮设施配套

餐饮设施规模（餐位）预测计算公式如下：

$$C=M*N/K$$

式中： $M$ —日承载量（根据容量公式计算约为 5 万人次）， $N$ —餐饮需求比例（用餐高峰时段就餐需求占比可达 50%）， $K$ —翻台次数（考虑用餐高峰为 2 小时，则高端餐饮可以翻台 2 次，大众 4 次，快餐 6 次）。

考虑展期综合条件，按 3 公里范围内解决 80% 餐饮需求，共计 20000 人就餐需求，结合特定消费特征研究数据，规划高端餐饮、大众餐饮、快餐小吃需求比为 1:5:4，各种类型

就餐人数分别为 2000 人、10000 人和 8000 人，结合各种类型翻台次数，则所需餐位数如下：

表 10-6 四川国际旅游交易博览中心周边餐饮设施配套表

编号	项目名称	餐位数 (个)
1	高端餐饮	1000
2	大众餐饮	2500
3 <td 快餐小吃	1334	



图 10-9 四川国际旅游交易博览中心餐饮设施规划图

### 3、商业休闲配套

结合现状情况，围绕四川国际旅游交易博览中心搭建商业休闲场景。开通场馆至周边景区直通车，以峨眉山、大佛禅院、峨眉花海、旅博天地、度假区等景区景点、特色风情街及大量乡村聚落等构建会奖旅游休闲场景；以场馆周边丰富的商业综合体、休闲购物广场、时尚街区、文化场馆等构建城市商务休闲场景。通过对场馆周边社区、公园等创意提升，打造系列创意街区、网红打卡点、品质社区等创意休闲场景，进一步拓展会展商业休闲空间。

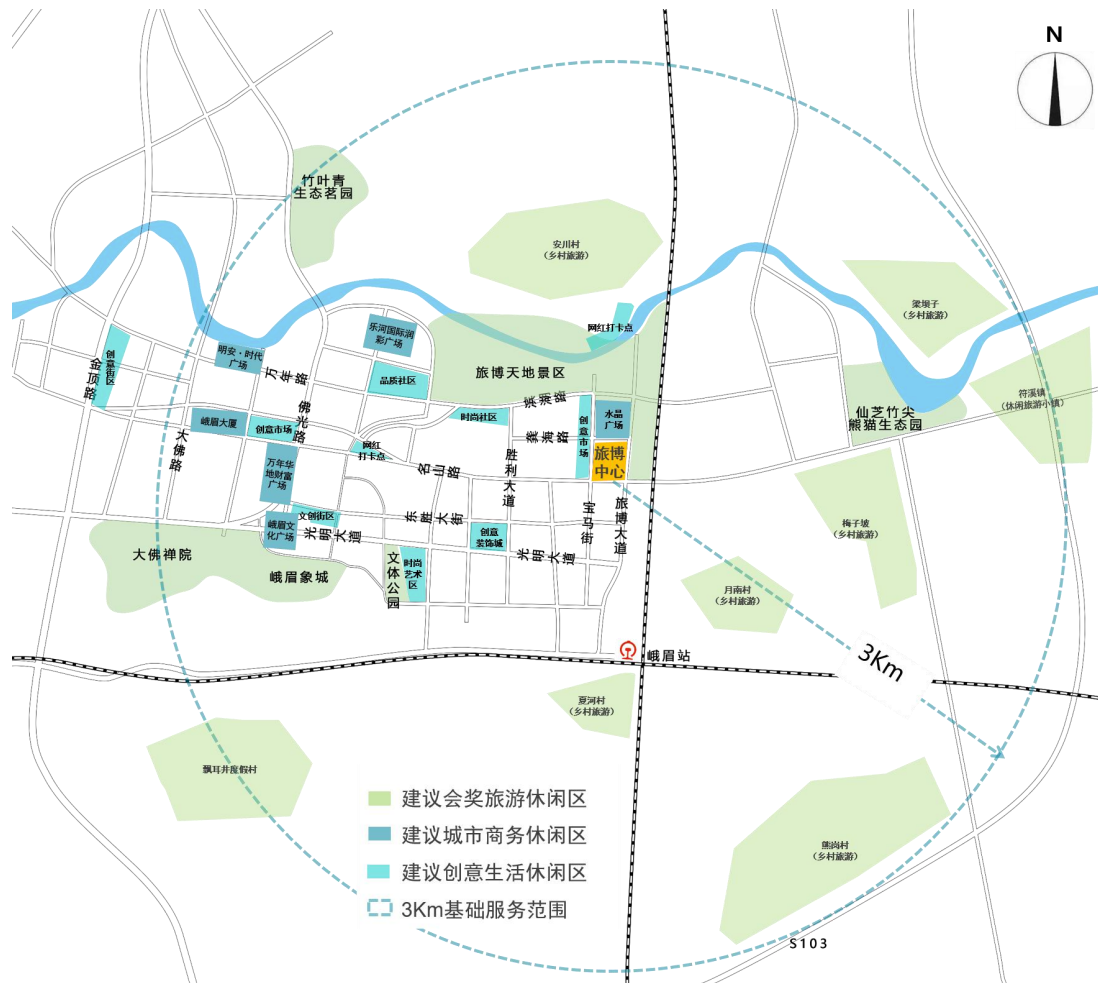


图 10-10 四川国际旅游交易博览中心商业休闲规划图

## 第二节 各区县会展配套导则

### 一、物流交通配套

#### （一）“一站式”海关服务

为展会组织者及参展方提供“5+2”预约式个性化通关服务，即备案、申报、转关、查验和征税“一站式”“点对点”的贴身服务，实现7天24小时预约通关。专门设立海关业务咨询窗口，为企业提供货物进出境、物流监管等方面的业务咨询。为参展方提供专业会展海关服务，主动联系企业，详细宣讲海关支持服务展览品暂进业务的政策法规，引导参展企业规范申报。

#### （二）完善物流仓储建设

##### 1、健全物流仓储设施

加快重要交通物流节点的标准仓储、冷链设施建设，健全重要场馆物流仓储设施。在大中型会展场馆规划专用物流轮候区，提升功能设施与服务建设。建设立体化货运通道。通过专门的物流运输点或轮候区提高物流效率，设置便捷的装卸货路线，引进高科技物流转换技术。

##### 2、建设物流“绿色通道”

对接铁路货运与托运、航空物流、公路货运、城市快递与物流等渠道，提升货运服务能力，集成乐山会展货运服务管理平台。与市邮政部门、物流协会等合作，对接各物流快递线上服务，打造一站式服务平台。展期根据需求可做临时

交通管制，开通乐山港、机场、火车站、高速出口等至各场馆的“绿色通道”。

### **（三）完善交通硬件基础设施建设**

#### **1、优化交通组织连接**

优化交通组织，合理规划贵宾车辆、社会车辆、货运物流车辆、景区直通车等交通运输工具停放位置及运行线路。大型会展活动期，可对场馆周边道路采取临时管制、限行等措施，可开通重要酒店与场馆、场馆与重点景区间的直通车。

#### **2、建设交通基础设施**

加快场馆周边轨道交通、快速路、专用通道、与规模相适应的停车场、货运轮候区等交通基础设施建设，实现场馆与外围区域之间便捷高效的交通连接。大型场馆配合重要交通站点及展区主要出入口，在场馆1公里范围内设立一个大型公交枢纽，服务地区常规公交、专线巴士、短驳巴士等车辆的停靠或经停，公交枢纽设置一定的公交泊位，并提供乘客等候和集散区域，为乘客提供便利的服务。

#### **3、提升外部交通标识**

根据固定场馆的展期交通组织规划，参照城市景区外部交通引导标识设置规范与国际标准完善场馆的外部交通引导标识系统，在城市道路会展出入口、交通设施出入口（公交、轨道交通等）、公共环境、商业区域、餐饮服务、公共配套服务中心等重要交通节点增加电子导览系统。展期增加重要交通节点至场馆的沿线道旗设置。

#### **（四）建立智慧交通应用系统**

建设交通发展的智慧软环境，形成集交通基础设施管理、交通运输监管、交通运行管控、公众出行服务等多功能于一体的“智慧交通应用系统”。

##### **1、集成综合交通智慧平台**

汇聚整合和交换共享公路、铁路、城市交通、交通管理行业平台和业务系统等信息，提供综合交通智能化决策分析，实现多种交通方式协同运行。统一组织和调度，提升公交线路的调配和服务能力；加快客运联网购票、出租车自助召车等应用建设；提升慢行交通服务能力，提升公共自行车使用率，为管理部门、企业、公众提供多样性、个性化信息服务。

##### **2、构建智慧运行管控体系**

通过汇集交通信号控制、交通电视监视、交通流量信息采集、交通诱导信息发布、交通违法行为监测、公路车辆智能监测记录、通信系统等以及警用卫星定位、移动执法等功能，建立智慧管控体系，实现车辆和驾驶员实时监控和管理。

##### **3、完善智慧信息服务平台**

通过智能手机、数字广播、移动电视等多种方式向公众提供城市道路、公路、公共交通出行信息，以满足人民群众不断提升的出行需求。建立机动车停车场泊位管理系统，包括停车场库数据普查、停车场库泊位采集系统、停车场库管理申报平台、智能泊位发布平台、外场电子公告牌、有效监测市区停车场库信息，并从侧面进行区域交通引导。

## 二、会展综合服务体系

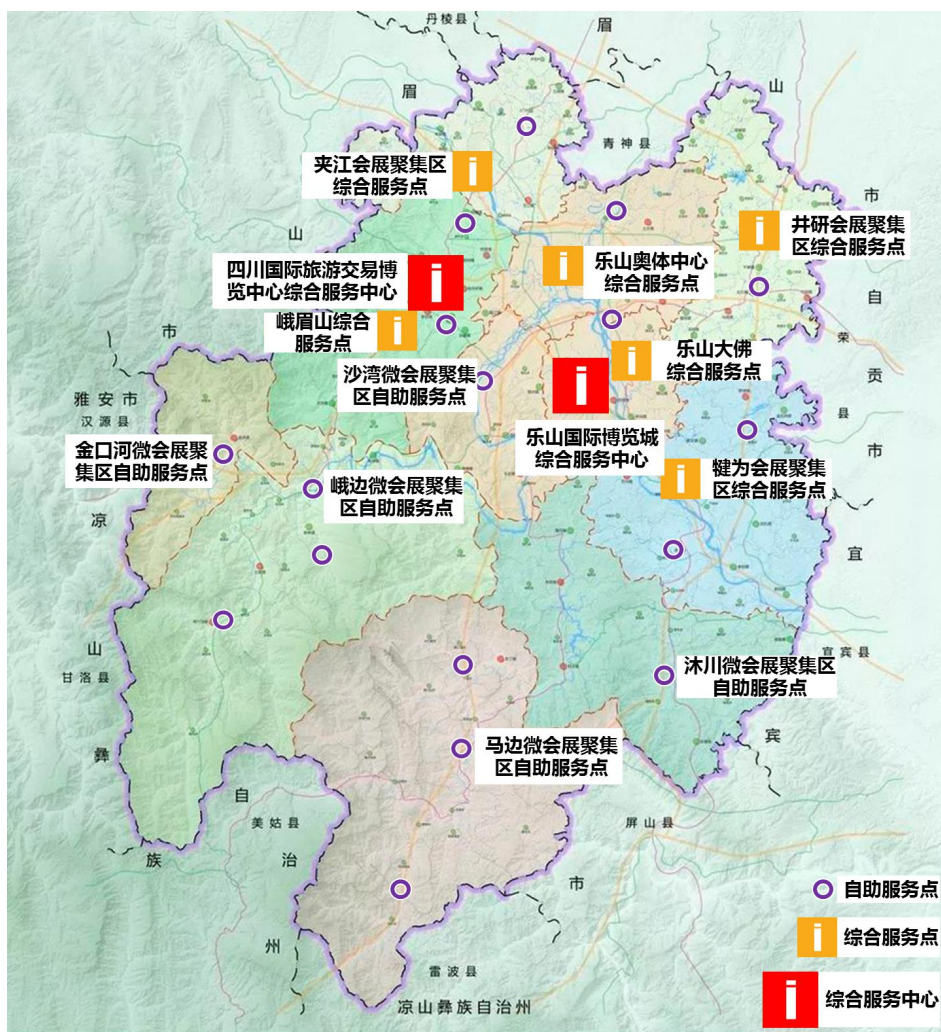
### (一) 智慧服务中心

构建 **2+6+N** 智慧会展综合服务体系。

**2**：综合服务中心——主要设置在核心展馆，提供区域会展及旅游相关代理、预订、查询、展示等服务和设施。

**6**：综合服务点——主要设置在较大场馆、公共服务聚集地，提供会展相关咨询、预订、展示、便民等服务和设施。

**N**：自助服务点——主要设置在微型展馆周边，提供信息服务、互动展示、场馆酒店预定等自助服务。



## **（二）会展大数据平台**

### **1、建立大数据统计应用系统**

通过对会展相关数据进行采集、筛选、上传、入库，从而建立会展相关数据库，其中包含展会基础数据库、场馆数据库、参展商数据库、服务商数据库、观众数据库等。根据定制化需求，可抓取、筛选国内各省份、城市的展会及相关数据信息，同时实现当地全部展会信息的多维度统计分析，与其他省份和城市进行会展对比分析，并对分析结果进行可视化呈现。从而为本地会展业的总结与评估提供全面的数据支撑，为主办方制定自身展会的差异性策略，打造独特品牌之路。

### **2、建立会展大数据评估平台**

结合基于数据的量化研究与理论框架下的定性研究，设计科学的调研体系，为产业会展的评估搭建科学的分析模型，深入了解会展与当地经济、重点产业、会展周边产业发展的关系以及促进作用。结合其他经济数据，通过对不同维度的数据进行权值的分配，可得出产业会展对社会经济的拉动效应，助力主办方创建口碑，获取更多资源的倾斜；可对当地会展进行宏观的分析总结，结合城市发展热点，支撑会展工作的考核、引导与政策制定。

### **3、建立品牌大数据传播系统**

通过大数据，得到传播影响力综合指数，建立优质传播渠道，修正传播策略，明确最优传播内容与传播方式。通过

大数据传播系统，为各地会展管理机构提供全年展会考核、总结的数据支撑，让资金扶持决策更加理性、更加精准，让会展的传播声音更大，提升展会影响力，塑造品牌会展。

### **（三）智慧政务系统**

将物联网、云计算、5G等技术应用到政府行政服务之中，提供更为广泛的服务渠道、更为统一的前台服务、更多的后台融合服务资源、更全面个性化的信息化资源、更加全程的政务监督管理，为办事人提供方便快捷、个性化的服务，形成渠道通、服务通、流程通、信息通和监管通的效果。

#### **1、行政并联审批**

为公众、企业提供“一站都不跑”服务联网窗口，发布政策法规、政府工作、服务信息、在线申报、投诉建议等功能。改变行政单位按序逐家审批的模式，对涉及两个以上部门共同办理事项，实行由一个中心（部门或窗口）协调、组织各责任部门同步审批办理的模式，做到“一窗受理、并联审批、统一收费、限时办结”。

#### **2、电子监察**

通过汇总审批业务监察数据，完成相关数据统计、分析与查询，实现实时监控、预警纠错、投诉处理、绩效评估和信息服务。

#### **3、智能政务办公**

将流程审批、工作委派、消息管理、工作安排、文书打印等政府日常工作集中到办公门户中，方便部门使用。能够

根据公务员的职责，对用户界面、系统功能等进行自动优化，对文档资料的全生命周期管理实现文档管理，使文档有效协作共享。

#### **（四）会展观众智慧服务系统**

以智能终端系统、移动互联网技术为基础，搭建与观众之间的信息传递、展会宣传、观众引导的信息服务平台，与观众形成线上有效互动，建立专业观众数据库，提供个性化服务，提升观众体验和展会服务质量。

##### **1、展会信息查询**

用户通过智能终端随时随地获取展会介绍、现场活动、主承办/支持机构资料、展会公告、展会指南、展位图、周边配套、会展导览、票务服务等相关信息，支持在线问询、在线预定、展馆游览线路等便捷在线互动服务。

##### **2、展商展品展示**

应用先进的智能软件、终端技术如 APP、新媒体、网站、移动应用平台等实时更新展品信息，提供线上展会展商信息浏览、品牌展品宣传、线上展会体验等服务，通过展品浏览记录和展品停留时间等数据，系统分析出观众的兴趣点，自动将相关信息发送到用户终端，为观众提供个性化信息服务，为主办方筛选意向客户，同时为下一次展会建立数据档案。

##### **3、智能设备体验**

引进国内外先进科技手段，应用 VR/AR 技术、人工智能机器人、蓝牙室内定位技术等前瞻性的智能科技，给观众

带来超感官的特殊体验，保证展品展示的效果，重视参展商与观众的有效互动，激发专业观众兴趣和购买欲，提升专业观众交易比例。



图 10-12 会展观众智慧服务系统分解图

### 三、消费场景配套

#### (一) 住宿消费场景

会展活动场所 3 公里范围内需配套酒店住宿设施，至少满足 50% 住宿需求，高端酒店、中端酒店、商务酒店设施配比宜接近 2:4.5:3.5，结合各区县特色，可适当调整精品民宿占比。

#### (二) 餐饮消费场景

会展活动场所 3 公里范围内需配套餐饮设施，至少满足 60% 就餐需求，高端餐饮、大众餐饮、快餐小吃类型配比宜接近 1:5:4，结合各区县特色，可适当调整特色小吃占比。

#### (三) 商业休闲消费场景

会展活动场所3公里范围内配套与会展规模相适应的购物点或街区。会展活动场所周边应配套规模适度的休闲娱乐场所设施，展期在会展场馆增设咨询服务与引导标识。

# 第十一章 实施保障规划

## 第一节 建立“1+6”体制机制

### 一、加强组织领导

建立健全乐山市会展业发展工作机制，推进全市会展业的指导、规划、组织、管理和协调工作。明确会展业相关部门职责任务分工，进一步规范会展业组织协调和行业管理，加大统筹协调力度，提高全市会展业管理服务水平。

### 二、加快完善支撑机制

#### （一）会展业权责清单管理机制

合理配置各管理主体的权责，提高会展业行政管理效率和透明度，加速推进会展项目建设，强化考核监督，避免职责不清、重复管理、管理缺失等问题。通过梳理行政审批权力事项，建立行政权力清单、推进政务公开、加强权力监督和问责问效、强化清单运行效果评估等手段，完善会展业的权责清单管理机制。

#### （二）会展活动评审监督机制

##### 1、建立专业的评审机构

评估机构对展览会的各项指标进行定量和定性的权威评估，评估展会举办的作用和意义。建立对展会的筛选机制，对于重大展会项目应成立评估小组，由会展管理部门和申请项目相关的乐山产业行业主管部门和相关单位专家库专家成员、市会展协会、高校会展专业学科等带头人组成，并建

立科学规范的评估和运行机制。评估机构应采取“一事一议”制度和协商一致的原则，实行“事前论证评估、事中介入跟踪、事后小结提升”的工作机制，形成评估建议，通过后按意见执行。

## **2、建立会展执行监督机构**

监督会展认证机构、审查各个执行机构操作的规范，保证各个机构的正常运行，在产业发展领导机构的领导和支持下成立政策落实监督小组。政策落实监督小组由会展及有关部门负责人组成，并对结果作出评价。

### **（三）会展行业自律机制**

紧紧围绕会展业健康有序发展目标，通过建立会展行业自律机制，引导会展企业创新发展，切实避免无序竞争，维护会员利益。组织成立乐山市会展行业协会，发挥行业协会“服务、协调、自律”作用，加强对会展行业的协调和监管，制定和建立行业服务规范，开展企业资质认证和会展活动等级评定，推进交流合作，提高行业整体素质，促进全市会展业健康快速发展。

### **（四）会展知识产权保护机制**

对会展活动开展规范、有效、便捷的监管，建立健全行业诚信体系，切实加强信用监管和质量追溯，加强知识产权保护，营造公正、公平的发展空间。专利、商标和版权行政管理部门应当加强对会展活动知识产权的保护，组织会展组展商、参展商进行各种知识产权培训，并为其提供指导和咨

询。检查、督促会展组展商、参展商自觉履行知识产权保护义务、查处展会中发生的各类知识产权违法案件，出台并开展会、展商知识产权保护办法和处理条例细则。在会展活动现场设立知识产权投诉接待点。必要时，知识产权相关管理部门可以应举办单位要求派员指导。

## **（五）会展行业统计机制**

### **1、建立信息统计制度**

健全会展业统计指标体系，规范统计范围、口径、标准，建立数据库，加强会展业数据统计分析，建立会展业信息发布平台，定期向社会发布全市会展业有关信息。为会展企业提供信息和资源共享体系平台。

### **2、改进统计监测手段**

努力构建与国际接轨的科学、系统、全面、可比的会展业统计监测指标体系，在统筹乐山会展业管理机制的基础上，逐步理顺各区（县）会展业统计职责分工。尽快出台统计制度及统计管理规定和会展业统计监测制度。

### **3、创新会展统计方法**

探索以政府购买服务的方式委托中介机构开展会展业统计分析工作，力争按半年、年度发布乐山会展统计数据和分析报告，为招展办展提供基础数据支持。

## **（六）会展危机预警与保障机制**

### **1、完善规章制度体系建设**

建立健全会展危机管理应对规章制度体系，并严格执行，规范会展场馆及会展企业运营秩序，削弱会展危机危害性，增强会展危机防控能力。

## **2、建立会展危机动态预警机制**

加强会展危机教育与培训，加强动态化的会展危机识别、评估分级与预防，严格管理会展活动应急预案。

## **3、加强危机管理组织建设**

建立会展危机管理指挥中心，联合各主管部门成立会展危机联动反应小组，组建专家顾问团队，储备会展危机应对高素质人才。

## **4、健全会展危机应对政策体系**

加大会展危机研究与预防投入，降低危机期间会展企业负担与损失，鼓励危机期间会展创新发展，增强会展经济恢复能力。

# **第二节 构建“1+3”政策体系**

## **一、核心政策**

制定会展产业发展政策，加大对本土龙头会展企业和重大展会活动的支持力度，加强招展引会、投资促进和会展创新的支持力度，不断提高企业办展参展的积极性和有效性，全面激活会展市场消费能力。加快品牌培育与生态构建，推动会展业发展，促进城市名片打造与能级提升。建立会展业政策综合评估及反馈体系，强化政策运行分析，形成需求收集、政策制定、试点执行、效果分析的完整链条，常态化更

新调整会展业发展政策，增强政策的针对性、创新性和时效性。

## **二、支撑政策**

### **（一）招商引资政策**

加快乐山会展业规范标准体系建设，优化提升营商环境，放宽市场准入条件，发展一批本土各种所有制展览业企业，大力引进国内外知名会展企业落户，壮大市场主体实力。搭建市场服务平台，推动政府主导型展会由政府主办向政府购买服务转变，加大政府向社会购买服务的力度，积极招展引展。

### **（二）人才培养政策**

#### **1、加强会展人才引进**

推动会展核心人才、高技能人才和国际化人才引进，建立会展人才引进评估机制。根据人才贡献，在户籍办理、安居保障、子女入学、配偶就业、投资置业、金融服务和医疗保障等方面提供分类分级优先服务保障，为会展人才来乐就业创业提供良好环境。

#### **2、构建会展人才培养体系**

加快构建政府部门、科研院所、高校、协会、企业全面对接的人才联合培养机制。加强会展人才需求动态分析，建立信息共享机制，引导高校、职业院校根据市场需求优化专业课程设置。探索多种形式会展教育，推行项目驱动型会展专业人才实践教学，鼓励大型企业或企业联合体以在学校合

作开设订单班等方式，培养适应会展业发展的应用型、技术型人才。规范会展业在职人员培训，建立企业内部培训、院校和中介机构委托培训等多渠道、多类型的培训体系。

### **3、加强人才服务配套**

对于符合产业发展需要的人才（团队）项目进行评定给予资助扶持，为“两院”院士、国家“千人计划”“万人计划”等专业人才建设租赁住房、人才公寓、青年人才驿站等，对符合乐山市急需的高端、紧缺人才，提供公寓租赁等服务。

### **4、积极开展会展人才培训认证工作**

引进注册展览经理（CEM）、注册会议专家（CMP）、特殊事件从业人员证书（CSEP）等国际权威认证及其整体培训体系，并结合乐山实际逐步本土化，鼓励从业人员积极参加培训认证。推动行业协会、高等院校、研究机构与教育部、人力资源社会保障部等适时联合开发会展职业认证培训项目、会展 A 类竞赛项目等，全面提升会展业从业人员整体水平。

## **（三）资金扶持政策**

### **1、加强财政资金保障**

保障资金投入，考核资金使用效益。探索建立市、区两级财政支持体系，积极争取上级资金支持，拓宽资金筹集渠道，探索运用地方政府债券、政策性贷款、社会资本参与等合法合规筹资方式，加大对会展经济支持。同时将实施项目全面纳入绩效管理，相关部门在项目开展前做好绩效评估，

论证项目必要性、经济性、合理性，将评估结果作为申请预算的必备条件。深入开展项目绩效评价，突出资金使用效益，强化评价结果的运用，促进我市办展机构、会展服务企业稳步、健康发展。

## **2、完善会展企业融资支持**

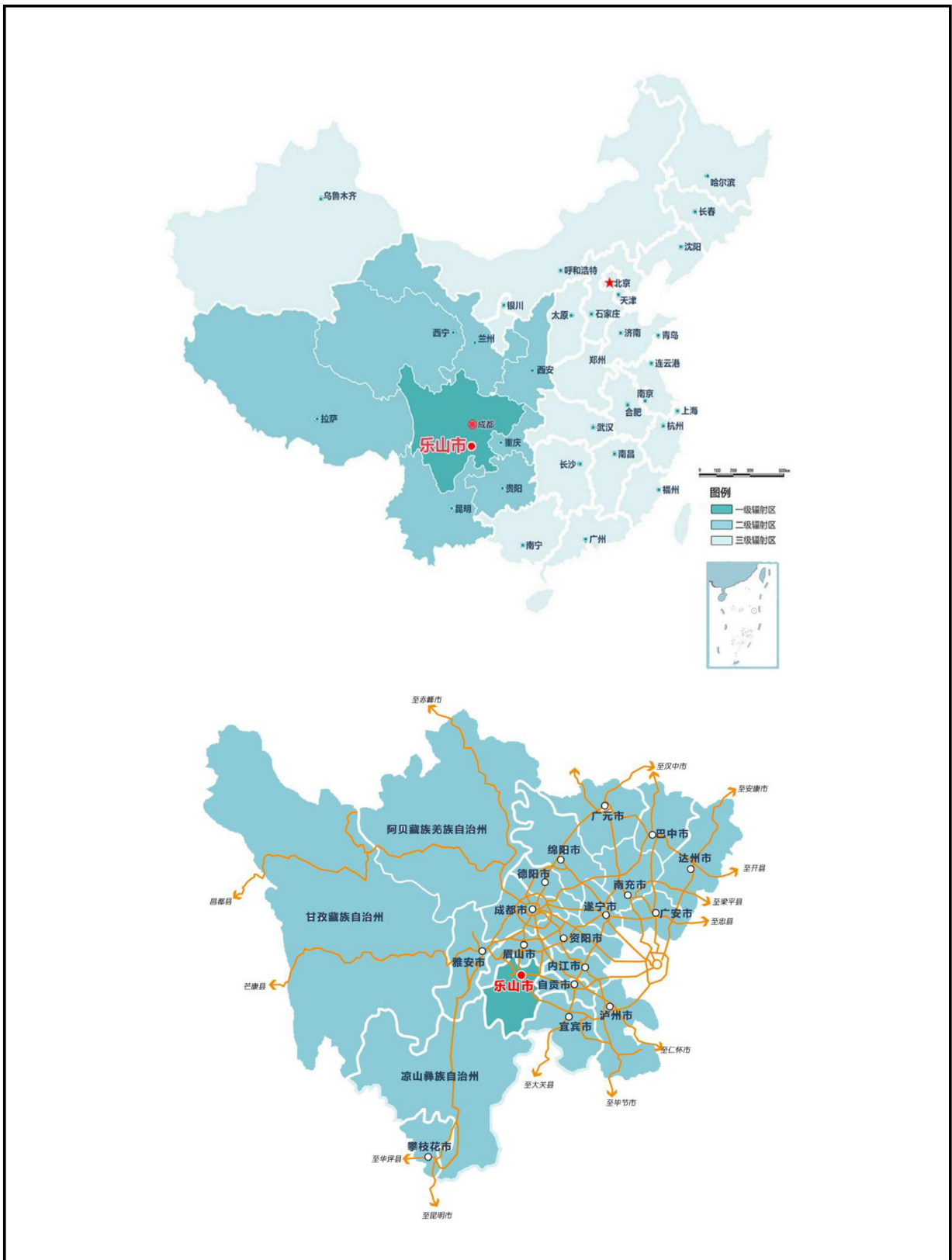
加强对会展企业金融创新的支持。鼓励会展企业充分运用多样化债券融资手段，积极借助互联网金融平台，扩大直接融资规模。落实财政金融互动政策，对通过债券融资、股权融资、资产证券化等直接融资的会展企业按规定给予奖补。对金融机构为行政区域内中小微会展企业贷款发生的损失按规定给予风险补贴。

## **3、拓宽会展业金融服务渠道**

鼓励商业银行、保险、信托等金融机构，加强中小微会展企业的融资保证，发挥信用保证保险的融资担保和增信功能，遴选一批保险公司和银行，对中小微会展企业开展小额贷款保证保险融资服务。拓宽龙头企业的融资渠道，支持会展业龙头企业通过兼并、重组、收购、控股等方式，组建大型企业集团。鼓励本地有实力的会展龙头企业在天府（四川）联合股权交易中心等区域性股权交易市场挂牌交易，并探索建立与新三板的转板对接机制，实现不同层次资本市场的互联互通，扩大直接融资规模。

## 图件

- 01-地理区位图
- 02-交通区位图
- 03-经济区位图
- 04-文化区位图
- 05-主要会展现状分布图
- 06-会展产业生态圈体系图
- 07-会展产业空间结构布局图
- 08-会展经济发展带布局图
- 09-乐山国际博览城 PCO、DMC 规划图
- 10-乐山国际博览城交通物流规划图
- 11-乐山国际博览城住宿设施规划图
- 12-乐山国际博览城餐饮设施规划图
- 13-乐山国际博览城商业休闲规划图
- 14-四川国际旅游交易博览中心 PCO、DMC 规划图
- 15-四川国际旅游交易博览中心交通物流规划图
- 16-四川国际旅游交易博览中心住宿设施规划图
- 17-四川国际旅游交易博览中心餐饮设施规划图
- 18-四川国际旅游交易博览中心商业休闲规划图
- 19-乐山会展智慧服务中心规划图



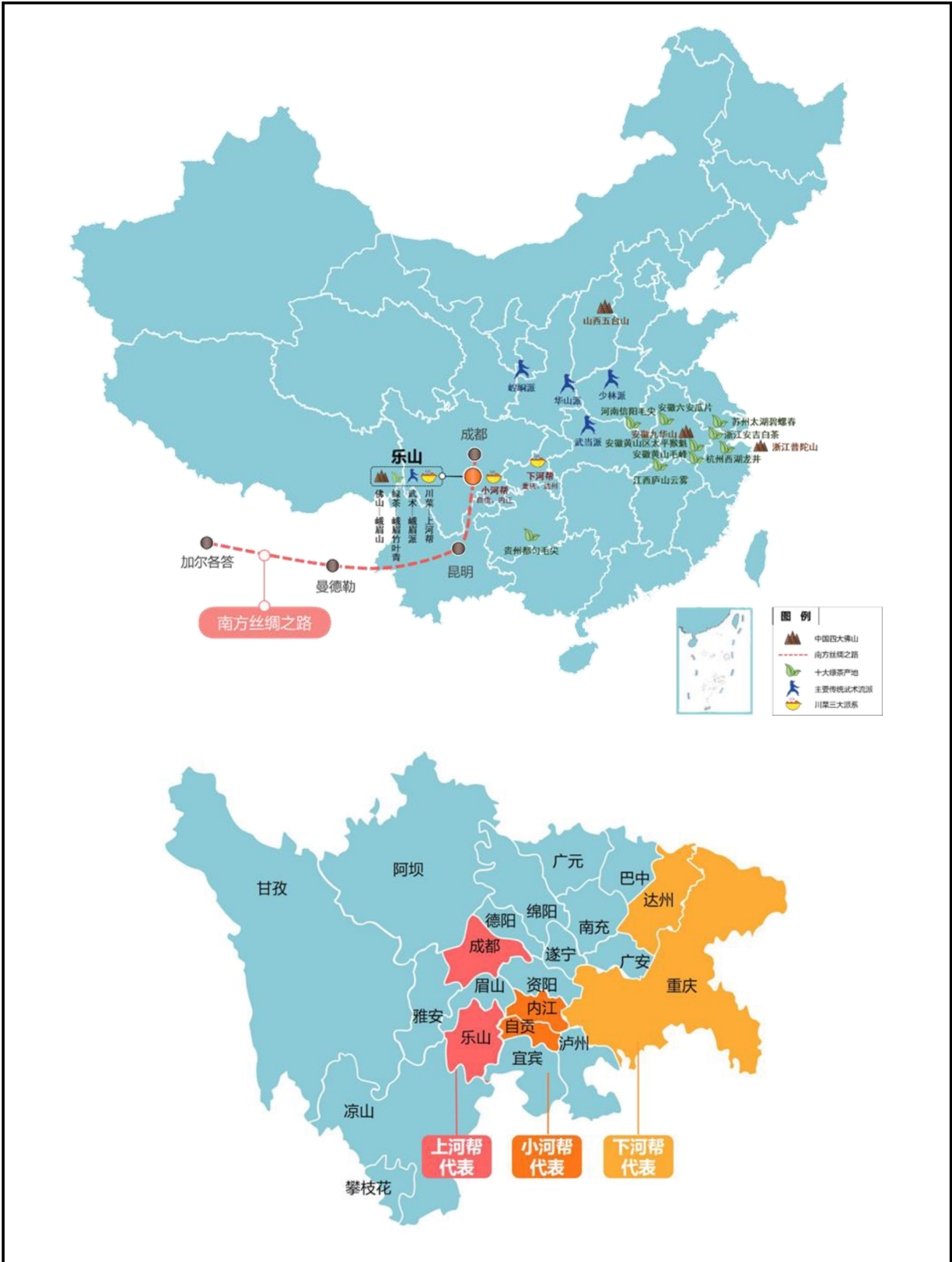
项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	地理区位图	日 期	2020.12
				编 号	01



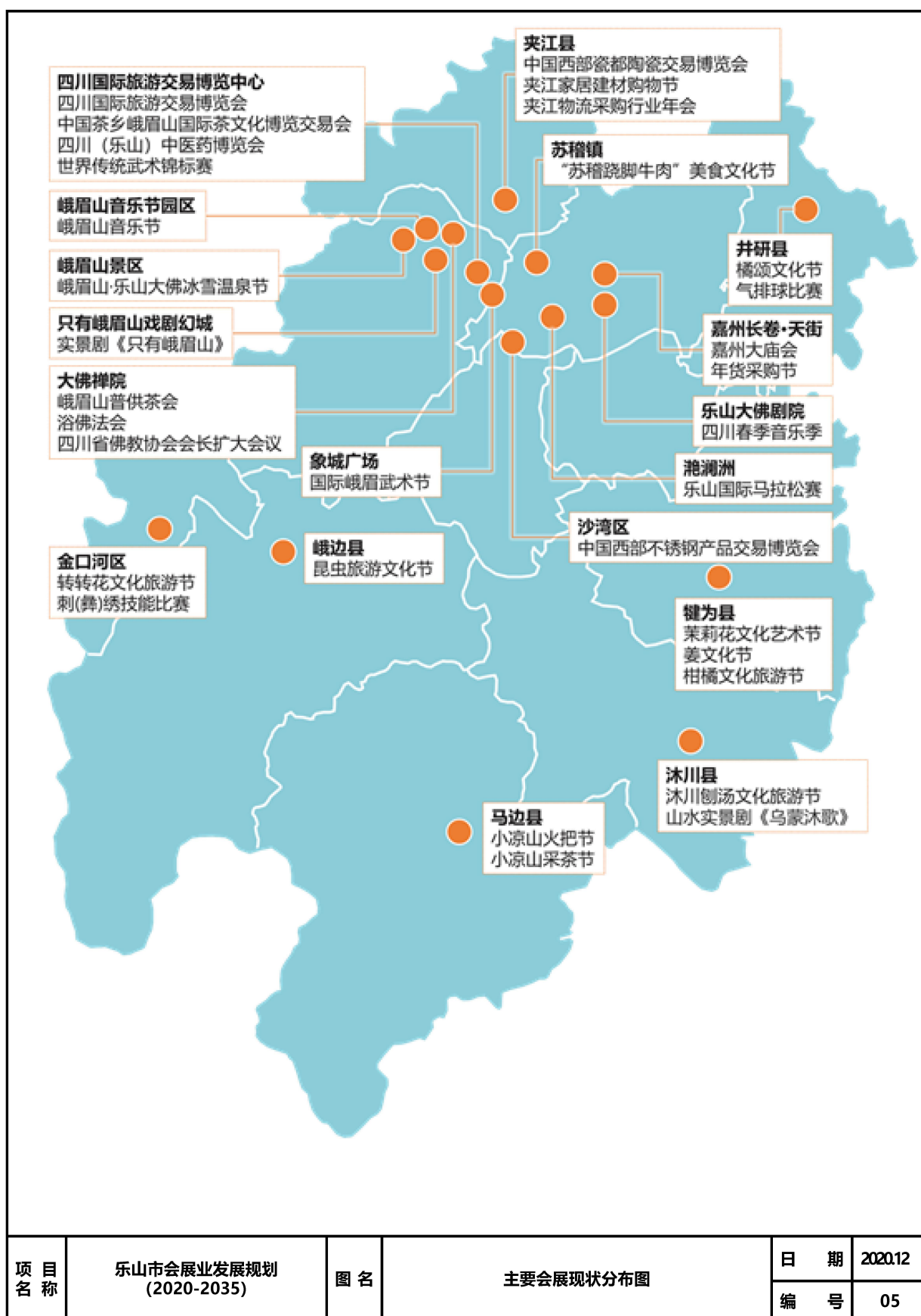
项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	交通区位图	日 期	2020.12
				编 号	02



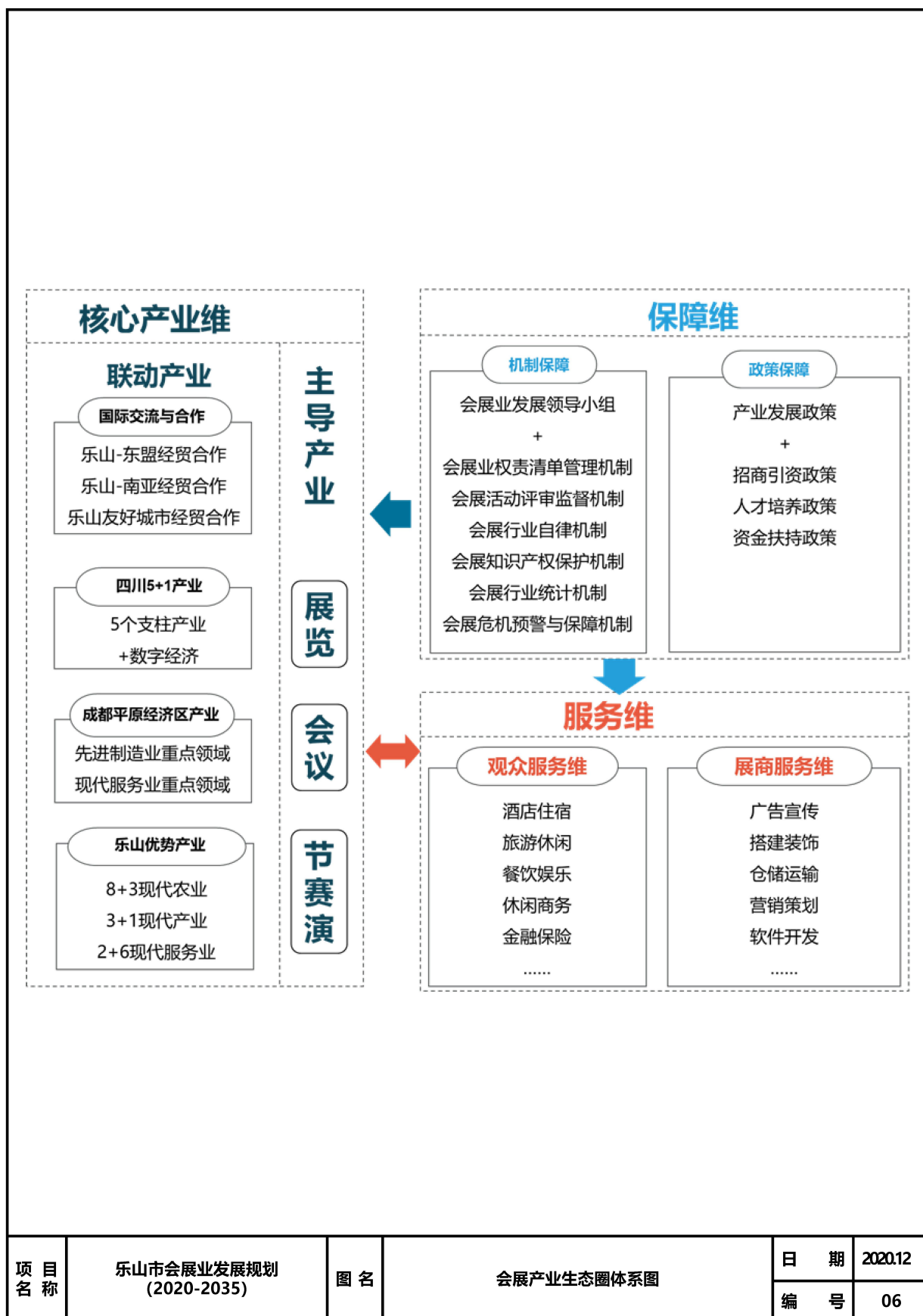
项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	经济区位图	日 期	2020.12
				编 号	03



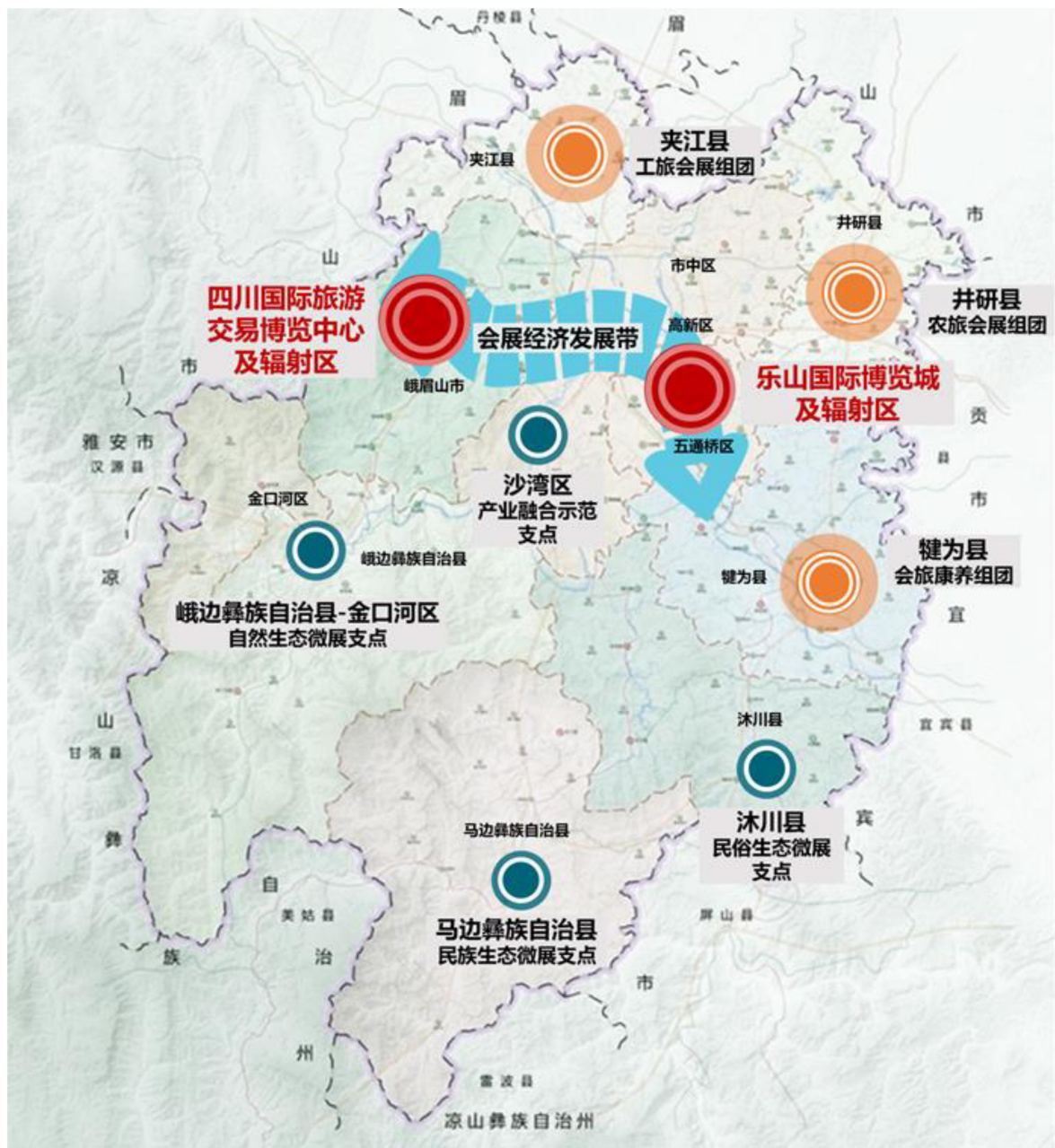
项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	文化区位图	日 期	2020.12
				编 号	04



项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	主要会展现状分布图	日 期	2020.12
				编 号	05



项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	会展产业生态圈体系图	日 期	2020.12
				编 号	06



**口 总体布局：“一带双核三组团四支点”**

- **一带**：乐山市会展经济发展带。
- **双核**：乐山国际博览城及辐射区、四川国际旅游交易博览中心及辐射区。
- **三组团**：夹江县工旅会展组团、井研县农旅会展组团、犍为县会旅康养组团。
- **四支点**：沙湾区产业融合示范支点、沐川县民俗生态微展支点、马边彝族自治县民族生态微展支点、峨边彝族自治县-金口河区自然生态微展支点。

项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	会展产业空间结构布局图	日 期	2020.12
				编 号	07

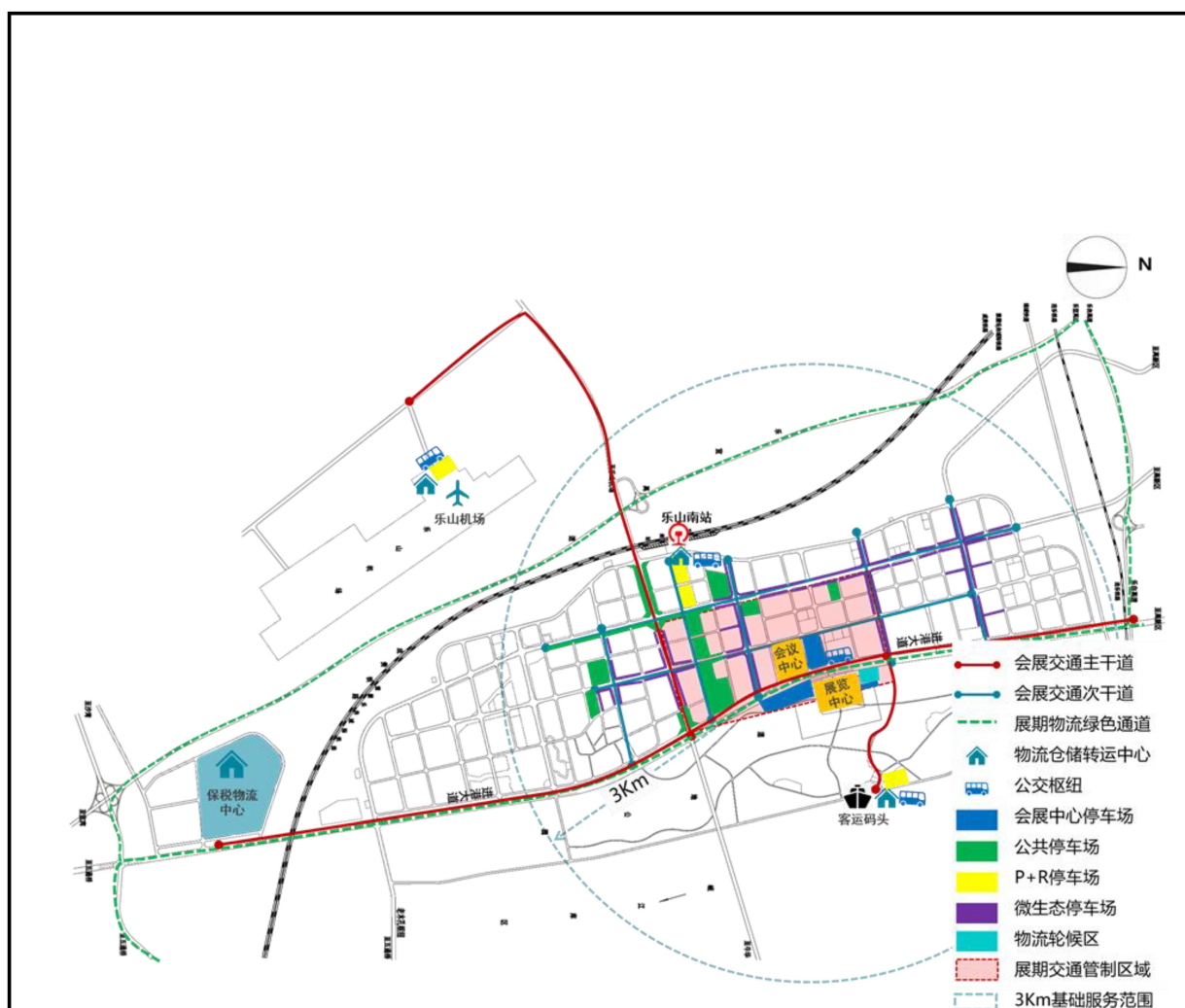


#### □ 会展经济发展带

- **范围：**自峨眉山城区沿快速通道至乐山市区。
- **发展定位：**乐山市会展产业发展集聚带。
- **发展思路：**加快区域重要交通枢纽、连接线建设与优化，构建水路、公路、铁路、空运无缝化交通体系。发挥示范效应，完善泛会展载体、配套设施及消费场景，推动展会节赛演互动发展。

项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	会展经济发展带布局图	日 期	2020.12
				编 号	08





### □ 构建会展交通物流体系

- 交通组织：主干道+次干道+物流绿色通道+展期交通管制区，通过交互式交通组织方式连接会议中心与展览中心。
- 停车场：自有停车场、公共停车场、P+R停车场、微生态停车场及物流轮候区等。
- 物流设施：保税物流中心+仓储转运中心（乐山机场、乐山港）+物流轮候区。

编号	类型	博览城 停车位	公共 停车位	P+R 停车位	微生态 停车位	物流 轮候区	总计
1	大巴车	60	20	20	—	—	100
2	小汽车	1800	3200	1000	500	—	6500
3	货车	20	—	—	—	100	120

项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	乐山国际博览城交通物流规划图	日 期	2020.12
				编 号	10

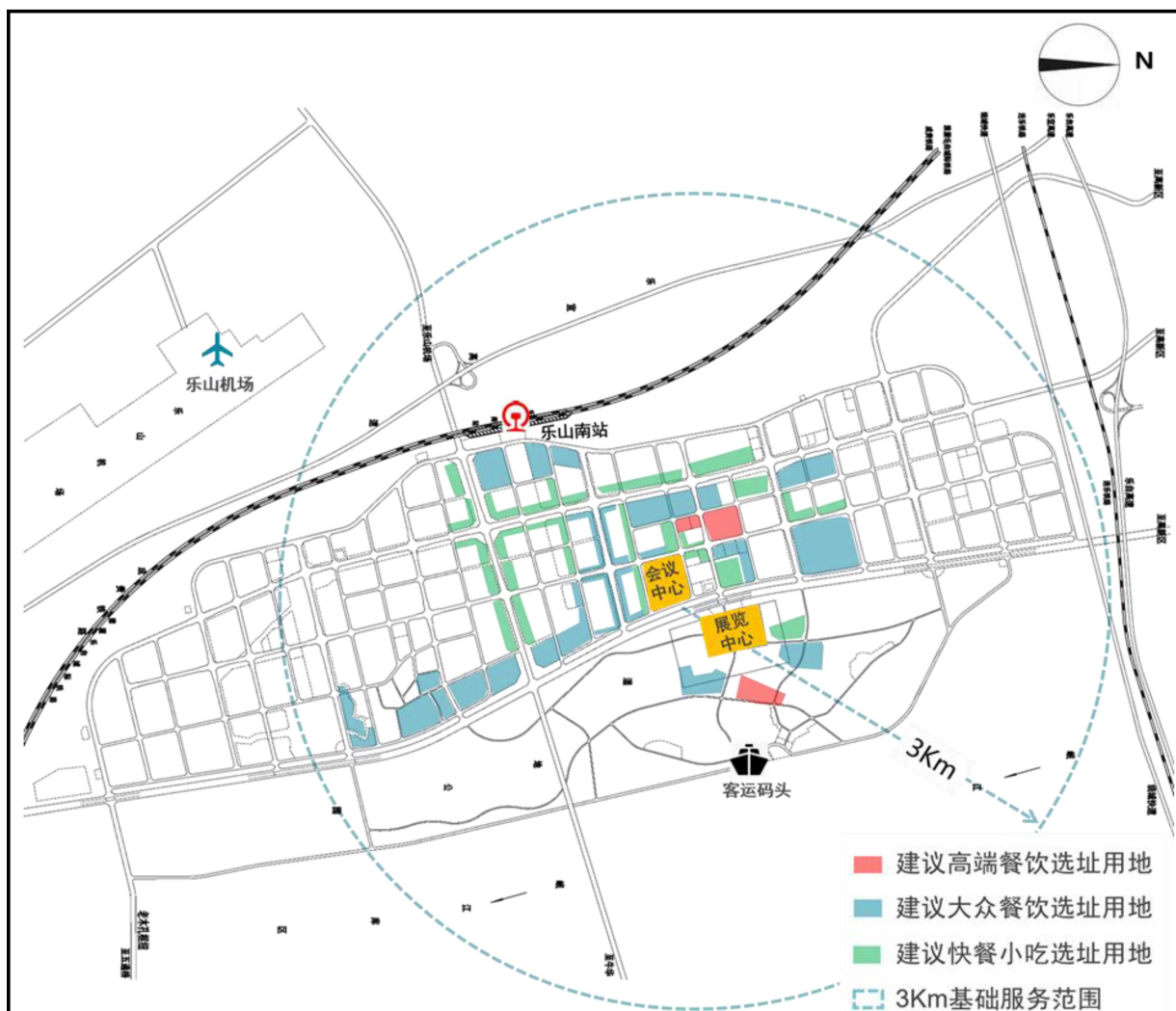


### □ 构建高中低档住宿服务体系

- 3km内解决70%需求，并分析特定人群需求
- 高端酒店:中端酒店:商务酒店床位比为4:4:2
- 住宿设施规模（床位数）预测的计算公式如下： $C = E \times P$  式中：E为日承载量（根据容量公式计算约为12万人次） P为住宿需求比例（经验值约为20%）

编号	项目名称	床位数（个）
1	高端型酒店	6720
2	中端型酒店	6720
3	商务型酒店	3360

项目名称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图名	乐山国际博览城住宿设施规划图	日期	2020.12
				编号	11



### □ 构建高中低档餐饮服务体系

- 3公里内解决80%需求，并分析特定人群需求
- 高端餐饮:大众餐饮:快餐小吃需求比为1:5:4
- 餐饮设施（餐位）预测计算公式如下： $C=M*N/K$  式中M：日承载量（根据容量公式计算约为12万人次） N：餐饮需求比例（用餐高峰时段就餐需求占比可达50%） K：翻台次数（高峰2小时，高端2次，大众4次，快餐6次）

编号	项目名称	餐位数（个）
1	高端餐饮	2400
2	大众餐饮	6000
3	快餐小吃	3200

项目 名称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图名	乐山国际博览城餐饮设施规划图	日期	2020.12
				编号	12



**□ 构建商业休闲服务体系**

**休闲娱乐**

- 国际风情体验、高端商务休闲、时尚创意休闲娱乐、民俗文化与品质社区休闲体验、生态观光、休闲运动等。

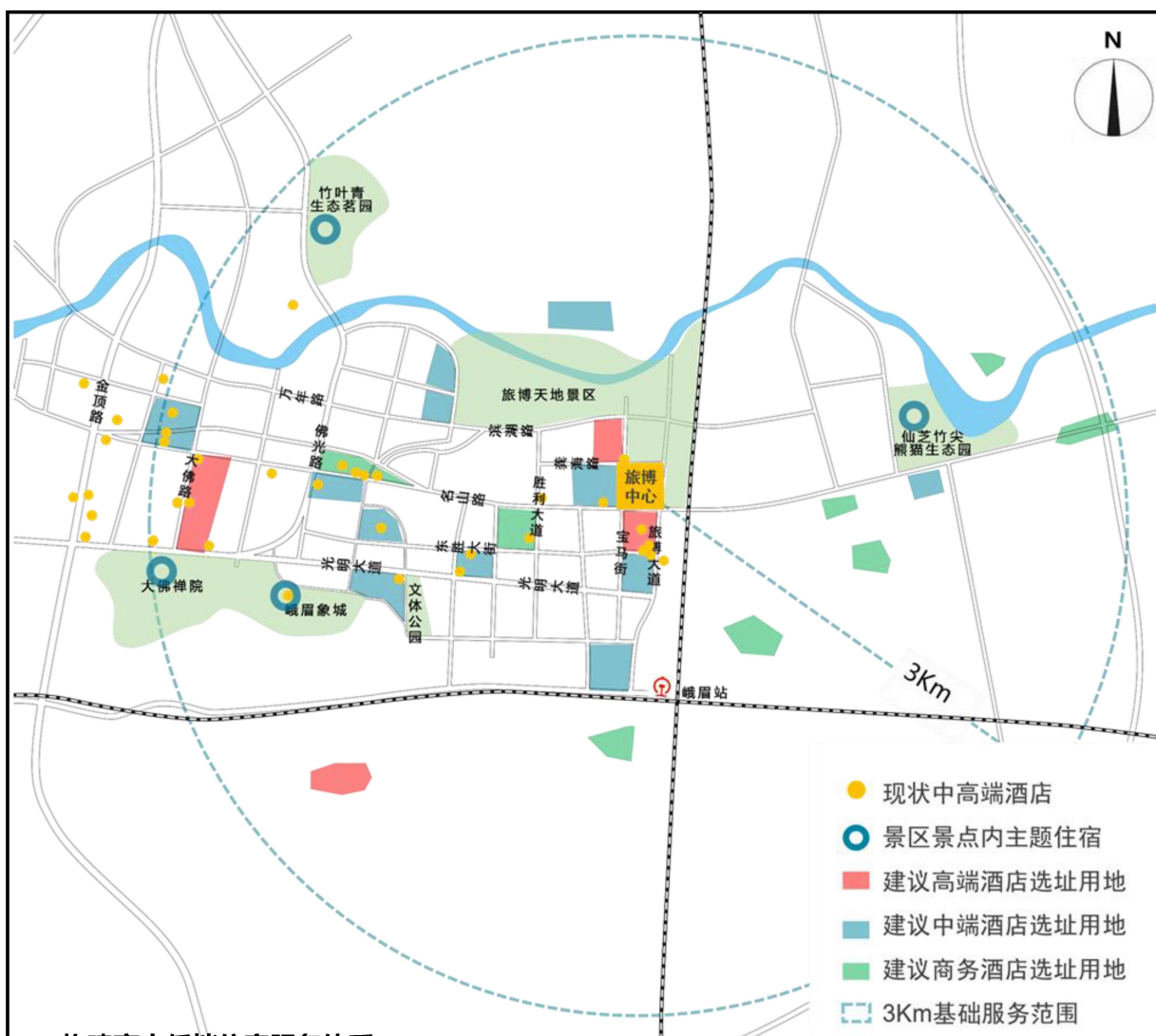
**商业购物**

- 国际商品免税购物组团、高端商业综合体、时尚创意街区、田园土特产购物、物流商品购物展示等。

项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	乐山国际博览城商业休闲规划图		日 期	2020.12
					编 号	13







### □ 构建高中低档住宿服务体系

- 提升现状住宿容量与质量，拓展乡村住宿
- 3公里内解决70%需求，并分析特定人群需求
- 高端酒店:中端酒店:商务酒店床位比为2:4.5:3.5
- 住宿设施规模（床位数）预测的计算公式如下： $C = E \times P$  式中：E为日承载量（根据容量公式计算约为5万人次） P为住宿需求比例（经验值约为20%）

编号	项目名称	床位数（个）
1	高端型酒店	1400
2	中端型酒店	3150
3	商务型酒店	2450

项 目 名 称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图 名	四川国际旅游交易博览中心住宿设施规划图	日 期	2020.12
				编 号	16



### □ 构建高中低档餐饮服务体系

- 提升现状餐饮容量与质量，开发特色乡村餐饮
- 3公里内解决80%需求，并分析特定人群需求
- 高端餐饮:大众餐饮:快餐小吃需求比为1:5:4
- 餐饮设施（餐位）预测计算公式如下： $C=M*N/K$  式中M：日承载量（根据容量公式计算约为5万人次） N：餐饮需求比例（用餐高峰时段就餐需求占比可达50%） K：翻台次数（高峰2小时，高端2次，大众4次，快餐6次）

编号	项目名称	餐位数（个）
1	高端餐饮	1000
2	大众餐饮	2500
3	快餐小吃	1334

项目名称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图名	四川国际旅游交易博览中心餐饮设施规划图	日期	2020.12
				编号	17



## □ 构建商业休闲服务体系

### 会奖旅游休闲

- 景区景点、风情街、乡村旅游区等。

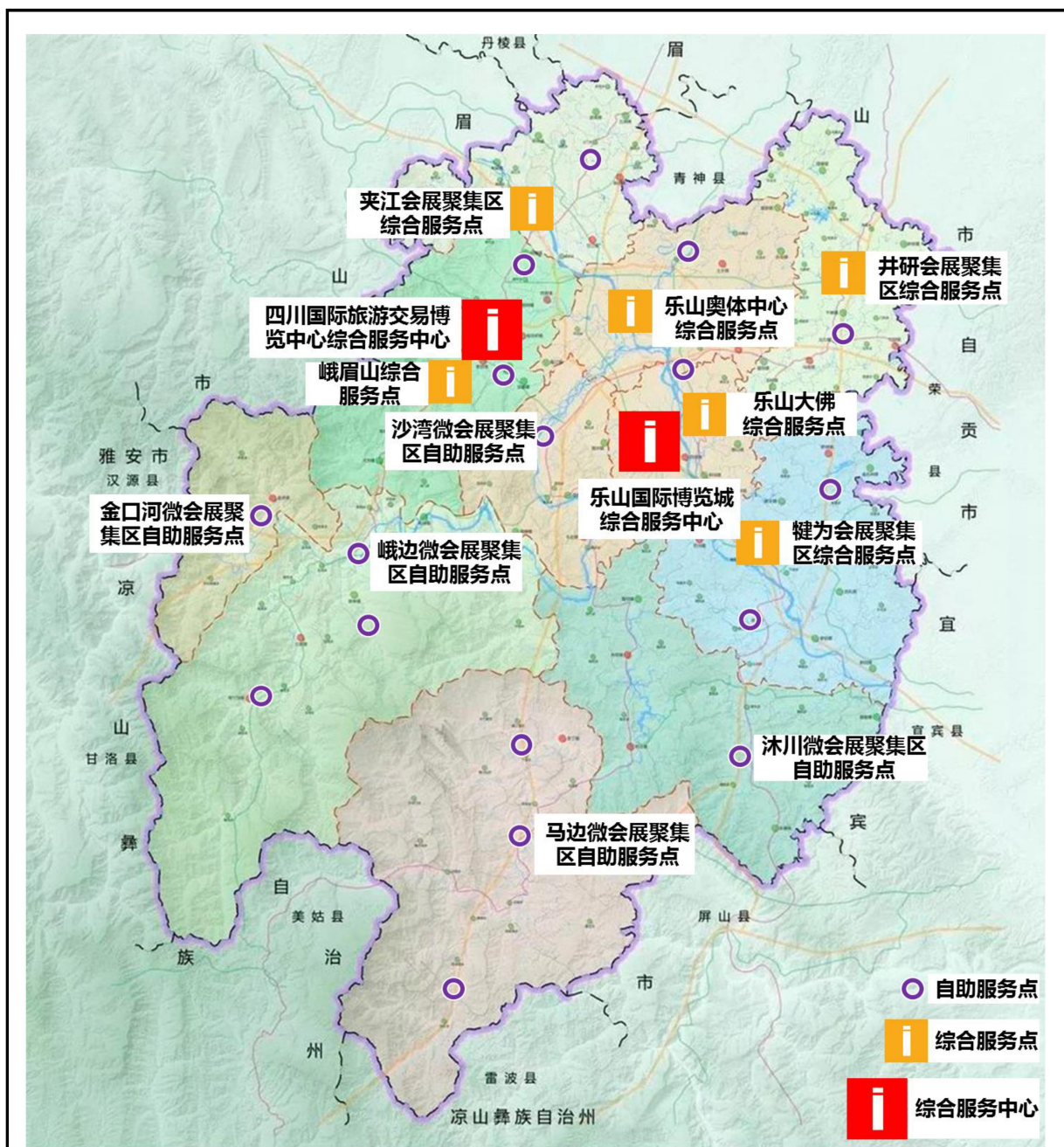
### 城市商务休闲

- 商业综合体、休闲购物广场、时尚街区、文化场馆等。

### 创意生活休闲

- 创意街区、网红打卡点、品质社区等。

项目名称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图名	四川国际旅游交易博览中心商业休闲规划图	日期	2020.12
				编号	18



□ 构建综合服务中心、综合服务点、自助服务点三级会展综合服务体系。

- **综合服务中心**：主要设置在核心展馆，提供区域会展及旅游相关咨询、展示、代理、投诉等服务和设施。
- **综合服务点**：主要设置在较大场馆、公共服务聚集地，提供会展相关问询、展示、便民、投诉等服务。
- **自助服务点**：主要设置在微型展馆周边，提供信息服务、互动展示、场馆酒店预定等自助服务。

项目名称	乐山市会展业发展规划 (2020-2035)	图名	乐山会展智慧服务中心规划图	日期	2020.12
				编号	19