

热  
点  
连  
线

## 我们的2024

“在推进科技创新和科技成果转化上同时发力”“坚定不移深化改革扩大开放”“既要挖掘潜在需求,也要培育壮大新型消费”“早晚高峰外,公交车道能否用以缓解城市交通压力”“如何利用公共交通工具打造更多的消费场景,让大家有可以停下来消费的地方”……成都进入“两会时间”,通过代表委员热烈讨论的这些问题,我们可以感受到经济社会发展的新愿景、读懂民生民意新期待,也可以聆听城市高质量发展的脉动,把准前行的方向。即日起,成都日报推出“我们的2024”栏目,通过会场内外连线、采访代表委员、解读工作报告、畅谈热点话题,共同为我们的2024加油呐喊,绘就出广大市民2024的幸福美满。

## 火热夜间经济

# 打造和创新更多消费场景

## 闪亮新「十二月市」



在成都宽窄巷子新“十二月市”街区,装扮成唐宋时代人物形象的演员欢迎游人 新华社发

一种“默契”——要真正释放消费潜力,还要从增强消费能力、优化消费环境等方面着手。

“成都市民的消费能力很强,愿意消费、敢于消费、喜欢尝鲜,有新鲜事物第一时间消费体验,为成都塑造城市特色消费品牌提供了基础。”市人大代表、成都盒马鲜生网络科技有限公司副总经理刘彦坤说,企业落户青白江后,从交通的便捷、进口的便利、产品的丰富、仓储的高效等方面不断感受到了成都消费市场的繁荣。

在刘彦坤看来,消费还需要氛围营造,比如节日期间,政府牵头企业组织一些促消费活动,营造一个非常好的消费氛围。对于落地的企业来说,在这个过程中探索消费需求的变化,积极推出适应消费者的产品品类和消费场景,也是在助力企业良好发展。

“为了吸引消费者,我们也在做供应链变革,通过产地直采和订单式农业模式,把最实惠的产品带给消费者。”刘彦坤建议,引导农业经营主体建立更多出口农产品备案基地,提高农产品生产标准;引导农产品加工企业向出口型企业转变,提升农产品附加值,并进一步加强农产品进出口政策支持,这将为成都消费市场带来巨大的增量。

眼下,进口商品消费稳步增长,四川金安宝乐贸易有限公司深耕进口母婴用品的细分领域,公司总经理刘欢告诉记者,目前公司主营德国、新西兰等国家奶粉、营养品以及日化品等,“我们关注到成都正在扩大进口消费等方面的一系列举措,结合公司供应链优势,今年也将在母婴用品、日化品等方面,为大家带来更多的进口好物。”

根据消费市场反馈,刘欢也注意到了“全家营养”这个市场的消费需求和未来潜力,在接受记者采访时表示,在成都促进消费的一系列政策引导下,今年也会更多发掘这个板块的优质商品,期待能给国内消费者、给成都市民带来更多有品质的好商品,进而助力成都国际消费中心城市建设。

成都日报锦观新闻记者 孟浩 李世芳 唐小未 王柳 吴茜

“两会时间”,是广谋良策之时,也是广聚“城”意之时。要读懂一座城,需看过往变化,看城市发展的空间和能级;也需看民生民情,看城市的温度和内涵。眼下,成都进入一年一度的“两会时间”,代表委员带着为民服务、为民代言的承诺如约而至,一头连着民生大事,一头系着经济大局的“消费”二字成为建言献策的热点话题,本报记者也在采访中,邀请会场外的企业与会场内的代表委员隔空“互动”,期待让更多的声音汇聚成更强大的力量。

### 抓住新趋势 培育新的消费增长点

推动消费扩容提质,既要升级消费场景,更要激发消费潜能。市政协委员、成都奔腾实业有限责任公司总经理何晓静称,成都消费场景的打造和创新,颇受市民关注,“其中,包括夜间经济、新‘十二月市’,相信2024年还会涌现更多具有特色亮点的消费场景和品牌。”

“我希望2024年能在机场、地铁等公共交通场所,打造更多的消费品牌 and 消费场景。”在成都已晋升中国内地“7000万级航空城市俱乐部”的当下,2024年如何在机场落地的游客身上做“经济文章”,是何晓静思考已久的问题。“国内外游客上下飞机前,如何让他们在机场多驻足停留,而不仅仅是在机场来去这么简单,要做的除了体现成都的烟火气,还要有消费场景的打造和升级。”

对于“创新”,正在世纪城开展的“2024跨境

电商进口嘉年华”活动上,成都跨境电商企业深有感触。“我们是一家集跨境供应链、贸易、销售为一体的公司,产品主要来自澳大利亚、新西兰、美国以及德国等国家。”成都博博商贸有限公司事业部运营专员敬亚兰表示,期待能够融入成都新“十二月市”中,今年也将立足企业跨境供应链优势,在跨境线下体验店、海外产品溯源等方面做出新尝试,希望给市民消费者带来更多更好的海外商品。

在打造更多新的时尚品牌和消费场景方

面,市政协委员、成都市国际时尚联合会主席唐岚表示,成都拥有非常好的经济活力和城市活力,有深厚的历史底蕴和丰富物产,而且越来越多热爱生活的年轻人汇聚在这里,能够不断激发和促进这座幸福城市去创造创新,推出更多新的消费场景,培育更多新的消费模式,创新更多新的品牌。

“我希望2024成都加大对消费领域创新品牌的扶持力度,尤其是对本地品牌和品牌创新初期的扶持。”唐岚说,可以通过优化营商环境、

建立奖励机制,激励品牌主理人不断去创新,一体推动在地化品牌建设、传播和销售,积极融入成都新“十二月市”和特色文化街区等文旅融合发展的消费场景,进一步激发消费活力,促进消费者“能消费”“愿消费”。

### 增强消费供给 优化消费环境

会场内外,不少代表委员和企业形成了

# 乘势而上 接续奋进 加快建设“国际会展之都”

“第二十一届中国国际软件合作洽谈会”“中国(成都)会展业高质量发展论坛”“第27届中国(四川)新春年货购物节”……刚刚过去的1月,成都会展活动精彩纷呈,经济活力势头强劲。

开局即冲刺的动力源于发展的信心;2023年,面对严峻复杂的外部环境和发展过程的困难挑战,成都会展业快速复苏,举办第十九届中国西部国际博览会、第108届全国糖酒商品交易会、2023成都世界科幻大会等重大会展活动1058场,会展业总收入1480.8亿元。成都入选“2023中国会展业高质量发展示范城市典型案例”,位居“全球会议目的地竞争力指数”内地城市第三、“中国城市会展业竞争力指数”总榜第四。

前不久,成都市委十四届四次全会暨市委经济工作会议对2024年全市经济社会发展工作进行了系统部署。会后,成都市博览局迅速召开专题会议,传达学习全会精神,研究贯彻落实举措:乘势而上、接续奋进,加快建设“国际会展之都”,奋力为谱写中国式现代化万千气象成都篇章贡献力量。



第四届中国环博会成都展



第26届成都国际车展

### 掀起全会学习热潮 凝聚共识谋发展

“要深入学习领会全会精神,切实把思想和行动统一到市委的决策部署上来,加倍推进会展业高质量发展。”全会结束,成都市博览局随即召开了传达学习全会精神的专题会议。

专题会上,全局干部职工一致认为要积极投身“市之要事”,锚定“国际会展之都”目标,乘势而上、接续奋进,加压前行;要始终坚定发展信心,牢牢抓住成都市服务业扩大开放综合试点、打造国际消费中心城市、产业建圈强链等战略机遇,保持定力、锐意进取、改革创新;要准确把握发展要求,充分发挥会展连接生产与消费、供给与需求、国际与国内的重要平台作用,加强系统谋划、深化协作联动、坚持实干笃行。

2024年是实施“十四五”规划的攻坚之年,也是推动成都会展业高质量发展的冲刺之年,此次会议也对广大党员干部提出了新的目标要求。会议强调,各级党组织要深入学习贯彻全会精神,准确把握推进超大城市城乡融合高质量发展和依托智慧蓉城建设优化营商环境的重大意义、目标



2023年第47届CCBE成都美博会

任务和重点工作,统一思想认识、主动担当作为;要压紧压实责任、做好任务分解、定期开展调度、加强督查督办,确保全会部署的各项任务落地见效;广大党员干部要牢固树立争先意识、紧迫意识和责任意识,把贯彻落实市委、市政府决策部署摆在首位,不断将学习教育贯穿工作全程,让全会精神成为推动会展产业高质量发展的强大动力,奋力实现2024年目标任务“开门红”。

### 走好展城融合之路 多元抓手促消费

为抢抓节假日消费黄金机遇,新春年货购物节、“年年年味·天天添福”国潮嘉年华、美好生活万千气象等数十场展会活动将继续亮相在市民新春大餐中。消费是拉动经济发展的重要引擎。成都市委十四届四次全会提出,要坚持把稳定经济增长作为重中之重,聚焦扩大有效需求突破见效。

“围绕这一要求,我们将继续践行展城融合理念,创新打造展会新场景、新业态,促进新消费。”成都市博览局有关负责人介绍,2024年,聚焦展城融合,将深化会展与文创、旅游、体育、艺术、美食等资源跨界共享,吸引更多优质国际展会、演出赛事、节庆活动落户成都;构建多元消费场景,以特色造展会、以展会引流量、以流量促消费;围绕汽车、家电、家居等大宗商品消费,策划举办大型消费类展会,全力拉动全市服务业增收。

事实上,作为全国首提并践行的创新理念,展城融合的成效在去年就得到了突显:2023年,聚焦高质量发展主线,成都积极挖掘潜力促消费,实现社会消费品零售总额10001.6亿元,其中会展经济的贡献占比为14.81%。具体路径包括——

以完善场馆载体为支撑,在各大主力会

展场馆及周边配套打造餐饮、艺术、旅游等会展消费特色场景。其中仅中国西部国际博览城打造的2.5万平方米消费场景就累计引流逾50万人次。

以创新办展模式为路径,培育“会展+”消费多元业态。第108届全国糖酒商品交易会采取“会展+购物”“会展+文旅”“会展+美食”等模式,累计吸引全市展馆及酒店展期客流量363万人次,拉动服务业增收81.5亿元。

以转化会展资源为关键,促进全球优质商品和服务品牌“引进来”和成都创造,成都服务本土自主品牌“走出去”,激发会展消费新动能。第十九届中国西部国际博览会56个国家(地区)3500余家企业参展,泰国、澳大利亚等17个国家设置国家馆,仅采购大会签约合同就有近20亿元,现场商品交易额超1500万元。

以深化会展融合为抓手,积极发展“会展+文博”“会展+旅游”“会展+文创”“会展+媒体”等经济形态,扩大会展消费供给。第23届成都国际家具产业展览会暨西部灯饰采购节暨西部木工机械原辅材料订货会,现场累计成交额超3亿元,实现展贸同行、融合发展。

### 强化产业带动作用 经济增长添动能

产业兴,则经济兴。

“围绕成都市两会确认的发展目标,2024年,成都会展将从提升展会实效,节约安全办展办会,加强品牌塑造、创新驱动、建圈强链、外引内育等方面重点发力,推动外向型资源平台建设和会展赋能城市水平加速提升,持续强化会展产业的带动作用,为经济高质量发展添动能。”成都市博览局负责人介绍。

聚焦品牌塑造,成都将精心筹办第110届全国糖酒会、第41届中国国际体育用品博览会、第十三届世界猪业博览会暨李曼中国养猪大会、成都工业博览会等重大展会活动,持续放大展会溢出效应;大力招引高能级项目,集聚优质资源、助推产业发展;聚焦电子信息、航空航天、人工智能等重点产业链,塑造“十大品牌展”。

聚焦创新驱动,成都将积极推进会展数字化提能升级,建设会展数字基础设施、智慧场馆、智造园区,打造一批智慧化、创新型展会,加快实现“云进展”“云洽谈”“云交易”与实体展会互联互通。推广实施绿色会展行业标准,引进培育装配式展陈、新型显示等研发生产企业,搭建绿色会展装备租赁共

享平台,强化展会垃圾减量与分类处置,支持主要会展场馆开展绿色会展试点。

聚焦建圈强链,成都将围绕“8+N”重点产业发展集群,打造“一集群一展会、一产业链一展会”,做优会展产业生态;支持链主企业发展,加快会展产业园区建设,培育优质市场主体;用好“1展(会)+1个牵头部门+N个功能区”对接机制,围绕产业链关键环节、重点领域实施“家门口”招商引资,深化展产融合互促,设立成都会展产业发展股权投资基金,实现金融与会展产业深度融合,为全市会展产业高质量发展注入新的活力和动力。

聚焦外引内育,成都将常态开展国际经贸交流互访,深化与“一带一路”沿线国家和地区的交流合作,积极组织企业组团“出海”,抢抓外贸订单。发挥好中国—中东欧国家联合商会成都联络办公室作用,加强与“一带一路”沿线国家和地区交流,深化贸易投资促进。借助中国贸促会驻外机构,为企业国际经营牵线搭桥。加强与境外经贸界、商协会及在华代表机构交流,常态开展国际经贸交流互访,力争经贸合作新进展。