

进一步提高浙江农业展会质量和水平

——浙江农业展会活动的调查与思考

宣建国 叶芬



农业展会活动应围绕“三农”中心工作，服务农业农村经济发展大局，坚持专业化、品牌化、信息化方向，精打细算、节俭办展、注重实效

国内农业展会活动脱胎于计划经济向市场经济转变的过渡时期。浙江最早的农业展会始于上世纪 90 年代初，分别在浙江省优质农产品批发市场和浙江展览馆举办了首届和第二届浙江省名特优新农产品展销会。进入 21 世纪，浙江农业展会活动进入发展快车道，2000 年浙江省首次举办了浙江农业博览会，此后省市县陆续组织举办各类农业展会活动。

现状和特点

多层次举办农业展会。农业展会活动作为各级政府宣传农业农村工作方针、引导产业发展、活跃城乡经济的重要手段，近年来快速发展。据统计，2018 年，浙江省由政府主导的农业展会活动达 120 余个，其中省级政府及参与农业部主办的展会有 8 个、市级政府参与主办的展会有 18 个、县级及以下政府参与主办的展会有近 100 个。2019 年，根据地市上报统计，展会数量虽略有精简，但仍达 102 个。

农业展会类型丰富。各主办单位结合当地实际，因地制宜组织举办各类农业展会活动，突出表现为专业性展会和综合性展会有机结合。按活动性质分，主要分为展示展销、品牌推介、农事节庆和休闲旅游四类；按产业属性分，涉及粮油产、茶业、水果、蔬菜、水产、中药材、花卉、畜牧、食用菌、休闲农业等各主导产业。

社会影响力逐步扩大。浙江农业展会活动在政府主导、各方共同推动下，展会品牌逐步树立，影响力不断扩大。据统计，浙江省连续举办十届以上的展会 23 个、连续举办 5 届以上的展会多达 40 余个。这些

展会活动已成为宣传农业发展成效、促进产销对接、扩大城乡交流的重要平台。

展会活动作用进一步凸显。农业展会活动在引领科技进步、促进产销衔接、拉动产业发展以及助力乡村振兴中发挥了重要作用。一是农业展会活动已经成为全社会关注重视农业的重要窗口。农业展会是人流、物流、资金流、信息流的集聚平台，庞大的受众使得宣传面十分巨大。二是农业展会活动是促进产销对接的重要平台。浙江不少农业产品如浦江葡萄、安吉白茶、庆元香菇等通过农业展会节庆活动打响品牌，扩大市场。据对近 300 家参展企业调查，有 1/4 的企业通过展会渠道达成的销售占全年销售的 10%，有 1/10 的企业占比 20%，部分企业占比超过 50%。三是农业展会活动是助推农业转型升级的重要方式。随着农业展会内容的不断丰富，农业展会功能也在不断拓展，在主体培育、品牌建设、科技创新、融资投资等方面的作用进一步凸显，有力助推了浙江农业转型升级。

主要问题

对农业展会活动的指导管理有待加强。农业展会活动举办单位层次多，省、市、县各级在产业兴旺、乡村振兴工作推进中把举办农业展会活动作为一项重要抓手，办展热情高，但部分展会存在缺乏品牌规划，审批手续不全、资金使用不规范、展会布局不合理等问题，需要加强对展会组织工作的指导和管理。

部分农业展会活动的实际效果有待提高。部分展会规模小、档次低，重复办展，行政干预过多，缺乏引入有效的市场机制，不能充分调动和优化各种社会资源；部分展会流于形式，专业采购商组织力度不够，直接影响了展会效果。

农业展会活动的组织水平有待改进。不少农业展会活动作为政府部门提供公共服务的载体，往往由行政管理人员兼职主导展会方案筹划与参展组织工作，专业技能缺乏，在展会活动创意、展区设计、宣传推广、产品组织、展会管理等方面的水平有待提高。

农业展会活动的评价体系有待完善。目前浙江农业展会活动尚未形成统一的展会绩效评价体系，部分展会以资金管理的绩效评价代替展会的评价评估。一些主办单位往往以总结或报告的形式对展会进行定性为主的自我评价，缺少展会各参与主体的广泛性、专家的权威性与第三方的客观性。

对策建议

进一步明确农业展会活动的办展原则。组织举办农业展会活动应坚持以下原则：一是围绕中心，服务大局。农业展会活动应围绕“三农”中心工作，服务农业农村经济发展大局，推进农业现代化建设。二是注重创新，提高水平。农业展会活动应切实发挥市场在资源配置中的决定性作用，积极推进市场化进程，坚持专业化、品牌化、信息化方向。三是促进消费，引导生产。通过举办农业展会，推进产销衔接，推广农业品牌，促进消费，培育市场，引导农业生产结构调整，促进一二三产业融合发展。四是严格管理，节俭办展。从严控制展会数量，规范审批程序，明确管理职责，精打细算、节俭办展、注重实效。

进一步提高农业会展活动的实际效果。一是突出重点展会。要坚持绩效导向做好农业展会组织工作，对没有实际效果的农业展会要清理停办，对性质与内容相似展会要精简合并，对于受企业欢迎、效果显著的展会，要精心组织。二是丰富展会内容。紧扣办展目的和展会主题合理筹划展会内容，坚决不安排与展会无关的活动。根据各参展主体的需求安排展会活动，广泛邀请采购商、为农服务单位等参加洽谈对接，搭建合作交流平台，提高展会实际效果。三是改进办展形式。要结合农业展会特点创新办展形式，综合运用展览展示、现场展销、品鉴推介、考察观摩、高端论坛等多种形式推广农业品牌、推进产销衔接。增加

现代互联网技术的运用，提高信息化水平，探索数字化办展。

进一步提高农业展会活动的专业水平。一是精心组织筹备。举办农业展会活动应制订完善展会方案，成立筹备组织，精心组织展会活动，优化细化方案，确保展会有序举办。二是扩大展会宣传。要围绕建立展会品牌和树立展会形象、服务招展招商等目标制订完善的宣传推广计划，统筹新闻宣传、广告宣传方案，针对目标群体开展传统媒体与新媒体相结合以及展前、展中、展后全覆盖的宣传推广工作，努力扩大展会影响。三是加强人才培养。引进会展专业人才，开展展会业务培训，学习先进办展理念，加强展会管理人员的专业知识储备。

进一步强化农业展会活动的绩效评价。开展展会绩效评价工作，不仅是相关主管部门评价展会绩效、制订统筹会展规划的客观需要，也是筹办主体评价、改进和完善展会活动的重要依据。开展农业展会活动，应制定绩效评价办法，注重目标导向，对重要展会的经济效益、社会效益、公众满意度等业务指标，以及展会资金到位和使用率、资金使用合规性、会计信息真实性等财务指标开展绩效评价，不断提高展会实效。