



**Report on the Sustainable
Development of
China-ASEAN Expo**

中国—东盟博览会 可持续发展报告

主 编/古小松
副主编/龙裕伟 刘建文



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

中国—东盟博览会 可持续发展报告

A REPORT ON THE SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF CHINA-ASEAN EXPO

主 编 / 古小松
副主编 / 龙裕伟 刘建文



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目 (CIP) 数据

中国—东盟博览会可持续发展报告/古小松主编. —北京:
社会科学文献出版社, 2009. 10

ISBN 978 - 7 - 5097 - 1094 - 4

I. 中… II. 古… III. 展览会 - 可持续发展 - 研究报告 -
中国、东南亚 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 177559 号

中国—东盟博览会可持续发展报告

主 编 / 古小松

副 主 编 / 龙裕伟 刘建文

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 财经与管理图书事业部 (010) 59367226

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

项目经理 / 周 丽

责任编辑 / 张景增 刘亚楠

责任校对 / 韩海超

责任印制 / 蔡 静 董 然 米 扬

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 59367080 59367097

经 销 / 各地书店

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 18.75 字数 / 323 千字

版 次 / 2009 年 10 月第 1 版 印次 / 2009 年 10 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 1094 - 4

定 价 / 50.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,

请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

中国—东盟“两会一节” 可持续发展研究课题组

- 顾问** 彭晓春（中共广西壮族自治区党委副秘书长、办公厅主任）
黄方方（广西壮族自治区南宁市人民政府市长）
刘树森（广西壮族自治区商务厅厅长）
余益中（广西壮族自治区文化厅厅长）
郑军键（广西壮族自治区国际博览事务局局长）
黄永强（广西壮族自治区贸促会会长）
- 组长** 古小松（广西社会科学院副院长、研究员，博士）
- 副组长** 龙裕伟（广西社会科学院当代广西研究所副研究员）
刘建文（广西社会科学院东南亚所副所长、副研究员）
- 成员** 林智荣（广西社会科学院信息中心主任、副研究馆员）
冼少华（广西社会科学院当代广西研究所副所长、副研究员）
姚 华（广西社会科学院数量经济研究所副所长、副研究员）
杨 超（广西社会科学院东南亚所硕士）
雷小华（广西社会科学院东南亚所硕士）
颜 洁（广西社会科学院东南亚所硕士）

目 录

中国—东盟“两会一节”可持续发展研究简要报告	001
一 5 届回顾：极大的成功与巨大的潜力	001
二 “两会一节”可持续发展的能力、环境及面临的挑战	004
三 目标定位与发展模式	007
四 对策建议	010
 中国—东盟“两会一节”可持续发展研究报告	016
一 5 年回顾：极大的成功与巨大的潜力	016
二 对“两会一节”影响因素和可持续发展能力的评价分析	044
三 中国—东盟“两会一节”可持续发展的战略构想	058
四 中国—东盟“两会一节”可持续发展的对策措施	062
相关资料 中国—东盟博览会对广西经济发展影响的实证分析	078
 中国—东盟博览会可持续发展研究	086
一 5 届回顾：成就、不足和总体评价	086
二 可持续发展的影响因素和战略构想	107
三 主要对策措施	120
相关资料一 中国进出口商品交易会	131
相关资料二 上海世界博览会资料	139
相关资料三 东盟 10 国参加博览会的基本情况	151



中国—东盟商务与投资峰会及系列论坛可持续发展对策研究	157
一 中国—东盟商务与投资峰会和中国—东盟系列论坛的发展 现状及趋势	157
二 中国—东盟商务与投资峰会和中国—东盟系列论坛可持续 发展的基本宗旨、战略定位及发展模式	170
三 中国—东盟商务与投资峰会和中国—东盟系列论坛可持续 发展的对策建议	171
相关资料一 历届中国—东盟商务与投资峰会概况	182
相关资料二 历届中国—东盟系列论坛举办情况	184
相关资料三 上海世博会及其系列论坛的经验借鉴	189
 中国—东盟“两会一节”文化艺术交流可持续发展研究	192
一 中国—东盟“两会一节”文化艺术交流发展状况	192
二 中国—东盟“两会一节”文化艺术交流可持续发展存在的 主要问题	201
三 中国—东盟“两会一节”文化艺术交流可持续发展的国内外 经验启示	204
四 中国—东盟“两会一节”文化艺术交流可持续发展的战略 构想	208
五 中国—东盟“两会一节”文化艺术交流可持续发展的对策 建议	209
相关资料 东盟 10 国文化艺术概况	214
 附 录	232
附录一 中国—东盟博览会方案（建议稿）	232
附录二 打造中国—东盟交流合作平台	239
附录三 中国—东盟博览会背景材料	246
 后 记	294

中国—东盟“两会一节” 可持续发展研究简要报告

中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会及系列论坛（简称“两会”）已连续举办 5 届。同期，还举办南宁国际民歌艺术节及系列中国—东盟文化艺术交流，共同构成了中国—东盟“两会一节”。

一 5 届回顾：极大的成功与巨大的潜力

（一）辉煌的成就

1. 中国—东盟博览会已成为中国与东盟之间进行经济贸易交流合作最重要的国际品牌展会

从 2004 年创办至今，中国—东盟博览会规模不断扩大，专业化水平逐步提高，参展参会企业、客商增多，商品贸易成交额不断扩大，投资合作规模不断扩大，展览内容优化，专业化水平提高。展位、参展企业和参会客商分别从首届的 2506 个、1506 家和 1.8 万人，增加到第五届的 3300 个、2100 家和 36538 人。尤其是东盟 10 国参展规模扩大，使用展位从首届的 626 个，占总数的 25%，发展到第五届的 1154 个，占总数的 35.0%。

2. 中国—东盟商务与投资峰会和系列论坛已成为中国与东盟交流合作的“第二渠道”

每年博览会期间，同期举办中国—东盟商务与投资峰会以及中国—东盟政治、经济、文化、社会各层次系列论坛近 30 种，涵盖了农业、信息、企业、交通、能源、旅游、法律、文化、新闻、妇女、青年、人力资源、扶贫、医学、智库对话等方方面面。迄今共有 27 位中国和东盟国家领导人出席，24 位领导人发表了演讲，各国政府高官、工商会领袖、企业家和著名专家学者 7600 多人次参



加了峰会。第五届峰会发表了中国—东盟商务与投资报告。峰会和系列论坛已在广西建立了中国与东盟之间稳定的沟通渠道，亦称为“南宁渠道”。

3. 文化艺术交流展现了在广西举办缤纷多彩的中国与东盟文化艺术交流的绚丽前景

“两会”期间，还举办南宁国际民歌艺术节，包括风情东南亚晚会及舞蹈、摄影、绘画等多种中国—东盟文化艺术交流活动，最成功的就是2006年的纪念中国—东盟对话15周年晚会“金风送来山水情”，其中有中国与东盟精彩的文艺节目和优秀的艺术家表演。

4. “两会一节”已成为中国与东盟政治、经济、文化交流合作不可替代的平台，有力地推动了中国与东盟的友好关系

“两会一节”既是一种经贸盛会，又是一种多边国际外交活动，有力地推动了中国—东盟自由贸易区建设，大大促进了区域经济的对外开放与合作，有力地推动了中国—东盟战略伙伴关系的深化。

5. 没有博览会，就没有广西今天的开放和发展

5届“两会一节”极大地提升了广西以及南宁的形象，极大地推动了广西以及南宁的开放发展，极大地提升了广西以及南宁在国内外的地位，极大地提升了广西以及南宁的软实力和国际化程度，极大地扩大了广西人的视野，提升了广西人的素质和自信心。

（二）尚有巨大的发展潜力和提升空间

1. 博览会规模较小，与其高规格、高层次不相称；直接投入与直接产出不相称

中国与东盟2008年达到2300亿美元贸易额，博览会成交额与此相差巨大。2008年中国—东盟博览会交易规模仅为广交会的1/25。博览会展期安排不够科学合理，展期与广交会（秋季）交叉重叠，使博览会失去客源竞争力。广交会展出的商品种类丰富，国内大多数名特优新产品都参展，凡是参加广交会的采购商订购到其所需商品后，自然会减少再到中国—东盟博览会采购商品的需求。中国—东盟博览会客商对象主要来自东盟和广东等地。华商在东南亚具有举足轻重的地位，东盟华商首先是参加广交会，一般不会再在同一时间参加中国—东盟博览会。作为中国第一经济大省的广西近邻广东，其众多的商人首先也是参加广交会，同期一般不会再参加中国—东盟博览会。而且博览会的会期时间也过短，对



专业观众开放仅3日，对公众开放为1日。展销商品档次有待提高，东盟国家参展积极性没有充分调动起来，参展商品种类不丰富，一些国家如新加坡、马来西亚、印尼等很多有特色、先进的产品没有参展，东盟国家参展的大多是技术含量不高的农产品、工艺品等。国内地区参展参会结构不合理，在第三届博览会上，广西、广东和江苏三省区占中国境内31个省区市贸易总额的比重高达75.1%。

2. 峰会和系列论坛需充实主题，提升影响力

峰会没有得到应有的重视，主题和议题的遴选准备不充分。峰会演讲人的邀请尚未形成科学、稳定的机制，如何确保以后各届峰会都有中国和东盟国家领导人以及高层次的官员、企业巨头、著名专家学者出席并发表演讲？峰会与系列论坛的关系如何处理？峰会平台如何发挥更大的作用？演讲人的发言和中国—东盟商务投资报告如何发挥更大的效益？均面临严峻挑战。

3. 文化艺术交流表演需向中国—东盟交流的层面和向高雅、大众、民间相结合的方向发展

南宁国际民歌艺术节走过10年之后，如何突破？对此相关方面已越来越困惑。它与博览会的关系也很难有机地结合起来。中国和东盟都有丰富的文化艺术和大量的优秀节目，但没有很好地交流和展示。在“两会一节”中，中国和东盟高层次的文化艺术交流和表演已成为严重的“短腿”和薄弱环节，无论是各国政府性质的还是民间的文化艺术节目都与博览会的要求，与中国—东盟文化艺术交流的要求，与把广西打造成“东南亚文化艺术港”的要求相差甚远。

4. “两会一节”缺少有机的统筹与协调

博览会与峰会之间统筹与协调不够。在“两会”策划、营销、接待等运作方面的统筹性和协调性不够，没有实行有机的统一，包括策划的统一、对外宣传的统一、邀请嘉宾的统一、接待嘉宾的统一以及各种展会资源的统筹利用等，这不利于峰会的发展。民歌节未能充分利用博览会这一重大国际性会展品牌资源，以更好地提升和推动自身的发展，节、会未能形成相辅相成、有机结合的共生发展模式。

5. 资金与智力投入严重不足

与巨大的政治、经济、社会效益相比，每年对“两会一节”筹备的资金投入有限，尤其是智力投入更显不足，谈不上花大力气去搞策划和创意，影响了“两会一节”水平的提升，制约了事业的长远发展。峰会和系列论坛的主题议



题、文化艺术交流节目没有提前一两年谋划、遴选、提炼，是很难有高水准和出精品的。至今，主办地尚未有一个为“两会一节”提供智力支撑的专业智囊机构。

6. 国际化与交通等软硬件亟待加强

主办地国际化水平较低，接待单位和人员外语水平不高，缺少各种外文标志、外文宣传资料，外币兑换不方便；南宁与东盟各国的直通航线航班少，南宁到东盟面向中国的门户城市河内距离很近，但没有直通直达的铁路和公路班次，到旅游集散中心桂林、中国南方商都广州没有直达高速火车；“两会一节”期间南宁和沿沿海陆空口岸没有形成面向东盟的免签、免检、自由通行的常规机制。这些都严重地制约了“两会一节”规模的扩大和水平的提高。

（三）绩效与趋势评估

1. “两会一节”举办5年，已经形成巨大的中国—东盟博览经济和效应

据初步数量模型分析，中国—东盟博览会促进了投资、贸易、服务业的发展，2004～2008年的5年年均对广西GDP的贡献率达到1.9～2.4个百分点，2008年撬动广西GDP约136亿元～172亿元。

2. 政治效益好，经济效益小；宏观经济效益好，微观经济效益小

“两会一节”的政治性、外交性很强，对于推动中国—东盟睦邻友好关系起到了重要作用。在中国—东盟博览会的宏观经济效益、运营组织经济效益、参展商经济效益和采购商经济效益等4个层次中，宏观经济效益较显著，尤其是对于带动当地国民经济各部门的发展起到了重要促进作用。但是，对于举办者、参展商和采购商而言，其经济效益仍然不够理想。

3. “两会一节”仍以政府操作为主，市场运作为辅

尚未形成在政府主导下，以市场运作为主、政府适当补助的可持续发展的运行、创新体系和机制，亟须提升吸引力和竞争力。

二 “两会一节”可持续发展的能力、 环境及面临的挑战

“两会一节”的可持续发展应包括的含义：一是规模尤其是成交规模持续



扩大、增长；二是质量持续提高；三是效益持续增长；四是资源基础和技术基础持续增强；五是其发展要与自然环境保持生态平衡；六是其发展要与社会发展保持协调。

（一）关于“两会一节”的可持续发展能力

1. 关于博览会的可持续发展能力

在基础能力方面，南宁国际会展中心规模较小，总面积 72000 平方米，其中室内面积 32000 平方米，仅 3360 个国际标准展位和 3000 多个非标准展位，不能适应可持续发展的需要。与国内特大型展馆相比，仍存在较大差距。目前国内展览面积达到 10 万平方米以上的展馆有 18 个，其中，广交会琶洲展览馆展览面积达 33.7 万平方米，居中国之首。在管理能力方面，主要包括体制机制、组织水平、招商招展与营销能力等。中国—东盟博览会由中国政府、东盟 10 国政府和东盟秘书处共同主办。国家相关部委重视并给予指导，专门成立“两会”指挥中心和广西国际博览事务局，形成了强有力的机制保障和组织保障。不过，博览会招商招展模式及其效能有待提升。每年投入大量人力物力，成本费用昂贵，参展商和专业观众的档次和影响力等方面都有待提高，战略营销管理和营销体系建设也需要不断创新与发展。在产品能力方面，中国—东盟博览会产品特色鲜明，是国内外唯一以中国—东盟交流合作为主题的博览会，形成了较强的品牌力，但是博览会产品档次水平较低，产品专业化程度低，国际化水平有待提高；在服务能力方面，主要包括客商接待服务能力、展会物流服务能力、展会信息与咨询服务能力、展会餐饮娱乐服务能力等，目前比较突出的是物流服务已成为瓶颈问题，主会场南宁国际会展中心地处南宁市区交通干线交会处，会展期间交通压力大，会展中心没有设置大型仓储设施和停车场，给展品的储存、运送以及各种交通工具的停泊带来很大的不便；在创新能力方面，主要包括人才实力、展会科技实力、展会创新资金实力、展会创新教育能力、展会创新管理能力、展会创新产品产出能力和展会创新效益等，中国—东盟博览会毕竟高层次创新人才较少，没有形成创新体制和机制，展会产品创新、展会服务创新、展会组织创新等方面亟待加强。

2. 关于峰会和系列论坛的可持续发展能力

中国—东盟商务与投资峰会和系列论坛作为一种会议形态，主要由峰会性



质、宗旨、定位和目标、主题和议题、演讲人和听众、组织机构、财力、人力以及时间、地点等 10 个基本要素构成。峰会和系列论坛基础能力弱，财力投入不足，中国—东盟商务与投资峰会没有专门的会议场地和设施，资金来源渠道单一，财力投入有限，对峰会的可持续发展产生较大的不利影响。峰会和系列论坛组织管理能力较弱，管理体制和运作机制不完善，主办力量薄弱，营销影响力不强，没有形成会议邀请嘉宾的保障机制。峰会还没有形成制度化的中国与东盟 10 国有关部委共办的长效机制，没有形成一种中国和东盟国家领导人每届都出席峰会的长效机制。目前，中国和东盟 10 国国家领导人出席峰会是在中国—东盟博览会的渠道作用下达成的，没有建立自主运作的有效模式，这使峰会长期保持较高的政治规格面临风险。峰会和系列论坛的产品与效益不明显。演讲稿和中国东盟商务投资报告没有形成发布制度，发言者和听会者的效益难以体现。峰会和系列论坛的核心竞争力、吸引力有待提升。

3. 关于文化艺术交流的可持续发展能力

民歌节具有一定的可持续发展基础，已成为在国内乃至国际有一定知名度的品牌。经过 10 年运作，南宁大地飞歌有限责任公司进行专业化、市场化经营，与央视建立了良好的合作关系，已有较好的组织基础和市场基础。不过，民歌节的发展瓶颈问题已日益突出，主要是存在节庆的策划、节目的创作、著名演员的邀请、中国和东盟文化艺术资源的开发等方面没有形成保障机制，没有与“两会”有机结合，投入严重不足、人才严重不足等问题。民歌节及中国与东盟的一些文化艺术交流和表演等仅由南宁市市一级政府举办，地方财力投入有限，影响了文化艺术交流的发展。随着中国—东盟政治、经济、文化关系的全面发展，“两会”的长久落户南宁，在广西举办中国—东盟文化艺术节就有天时、地利和人和条件，可惜的是从上到下尚无占领该制高点的计划。

（二）国内外环境：有利因素超过消极因素

1. 国际政治经济环境总体良好

随着中国—东盟战略伙伴关系的深化，政治安全、经济文化关系全面发展，中国和东盟 10 国对“两会”给予大力支持。但同时，也有诸多不利因素和挑战值得注意。一是南海问题是影响“两会一节”的不稳定因素；二是中国—东盟自由贸易区建成后，中国与东盟的合作如何深化，值得双方探讨。



2. 国内环境

我国政治稳定，经济保持较快增长，国家对“两会”大力支持，这对于“两会一节”的可持续发展具有重要保障和促进作用。东盟希望搭乘中国飞速发展的“快车”。

（三）竞争愈来愈激烈

一方面，近年互联网技术的全球化普及以及网上贸易、网上会展的大量兴起，对实体性的博览会、交易会会造成较大冲击；另一方面，随着发达国家会展业的日益成熟及其竞争的白热化，国外的著名会展公司已经全方位进军中国市场。尤为值得关注的是，中国第一展——广交会因其品牌、规模、实力、具有进出口贸易功能及其对东盟市场的渗透，构成了对中国—东盟博览会的最大挑战。

（四）结论：“两会一节”的可持续发展能力亟需全面加强和提升

“两会一节”是政府倡导的，政治功能很强，在中国与东盟全面交流合作中具有不可替代的地位和作用，发展潜力巨大。但是，除了民歌节基本实行市场化运作，基本实现经营收入与支出平衡之外，“两会”以及系列论坛和其他文化艺术交流大多以政府投入为主，以社会自发为主，面临巨大的资金压力，需要强大的智力支撑。同时，“两会”的总体经营水平和整体竞争能力不强，缺乏核心竞争力，面临巨大的市场挑战。此外，“一节”的地域特色不鲜明，缺乏创新动力与发展活力，其可持续发展也面临严峻挑战。

三 目标定位与发展模式

（一）基本宗旨

——为中国和东盟乃至其他国家和地区的政治、经济、文化交流合作提供一个平台。

——通过这个平台，营造友好合作的气氛，让各国官员提出交流合作计划，解决存在的问题；让各国企业和商人获得信息，卖出产品，购进货物；让专家学者交流思想，表演艺术；让各国百姓相互增进了解和友谊，获得物质和文化福利。



——促进中国与东盟全面战略伙伴关系的友好发展，促进双边贸易、投资、旅游和区域合作。

——促进中国周边外交的南向发展，睦邻、安邻、富邻。

——促进广西以及南宁自身的开放和发展。

（二）总体目标和基本定位

中国—东盟“两会一节”可持续发展的总体目标是：成为中国—东盟进行政治、经济、文化交流合作的综合性平台。其中：中国—东盟博览会发展成为中国—东盟区域特色最鲜明、层次最高、影响力最大的世界级博览会；中国—东盟商务与投资峰会和系列论坛发展成为中国—东盟领导人、企业家和专家学者的对话“南宁渠道”；南宁国际民歌艺术节逐步提升为“中国—东盟文化艺术节”，荟萃中国与东盟优秀的文艺家和丰富多彩的艺术作品，把南宁市打造成“中国—东盟文化艺术之都”。

1. 博览会定位

以中国与东盟全面经贸合作为主题，以区域经贸合作为重点，以互利共赢和共同繁荣发展为原则，11 国政府推动与市场化运作相结合，政治外交功能、宏观经济功能和微观经济功能相统一，面向全球开放，国际竞争力强的重大区域性国际经贸合作平台，到 2020 年发展成为中国—东盟区域特色最鲜明、层次最高、影响力最大的世界级博览会。具体目标包括 4 个方面：一是有效地促进中国—东盟的双边经贸合作；二是有效地形成一个以客户销售为中心的进出口贸易活跃的巨大市场；三是有效地带动举办地南宁和广西的经济社会发展；四是有效地增强举办者的经济实力和国际竞争力。

2. 峰会和系列论坛定位

以中国与东盟全面经贸合作为主题，以增进中国与东盟高端和全面对话为重任，与中国—东盟博览会相辅相成的交流平台。具体目标是：一是为中国—东盟国家领导人开拓一个就中国与东盟全面合作进程中的各种重大问题和重要议题进行建设性对话的“第二渠道”；二是为中国与东盟工商企业家、专家学者建设增进相互了解、交流合作的“俱乐部”；三是把峰会和系列论坛发展成为中国—东盟发布和交流信息的高地。



3. 文化艺术交流合作定位

它被视为与中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会及系列论坛之外的中国—东盟全面交流合作的“第三根支柱”。在继续办好南宁国际民歌艺术节的基础上，举办“中国—东盟文化艺术节”，可以使主办地以及中国—东盟地域特色更加鲜明；还可以使民歌节由地方性的节会升级为国家层面的国际文化艺术盛会，使其发展空间得到更大的拓展，从而为民歌节注入全新的发展活力，包括争取国家及相关部委的大力支持，把南宁市打造为“中国—东盟文化艺术交流之都”。

（三）发展规划

到2020年，“两会一节”发展成为中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会和系列论坛、中国—东盟文化艺术节三大板块（见表1）。

表1 2020年“两会一节”全景

中国—东盟博览会	商品展览 （“一大三小”）	· 中国—东盟博览会（综合大展）
		· 中国—东盟轻纺食品家具工艺博览会 · 中国—东盟旅游博览会 · 中国—东盟农业博览会
中国—东盟商务与投资峰会及系列论坛	投资合作	· 广西招商引资推介会 · 中国—东盟投资合作成果展览会 · 中国各省区市的投资贸易推介洽谈会 · 各东盟国家投资贸易推介会
	峰会	· 峰会所属系列活动 · 中国—东盟商务与投资峰会
	系列论坛	· 其他重点论坛和会议 · 社会文化类重点论坛 · 经济贸易类重点论坛 · 政治外交类重点论坛
中国—东盟文化艺术节	大型晚会	· 中国—东盟文化艺术晚会（欢迎晚会） · 大地飞歌晚会（开幕式晚会）
	各种文化艺术交流	· 其他文化交流活动 · 中华民歌大赛 · 一年一度新歌新人评选活动 · 刘三姐民歌竞赛 · 摄影、绘画、雕塑、舞蹈、电影、服饰、汽车拉力赛等展示与竞赛 · 世界各地文化艺术表演



1. 中国—东盟博览会

包括商品展览和投资合作两大内容，商品展览由“一大三小”构成。

2. 峰会和系列论坛

由中国—东盟商务与投资峰会和中国—东盟系列论坛构成。

3. 中国—东盟文化艺术节

包含南宁国际民歌节和各种中国与东盟及其他国家地区的文化交流活动。

（四）发展模式

1. 彰显独一无二的会展特色

一是国际共办：中国与东盟 10 国共同主办；二是地方承办：广西政府承办；三是一年一度：永久落户南宁；四是综合博览：商品展销与经贸洽谈、峰会与系列论坛、文化交流三大支柱相得益彰，互动发展。

2. 政府主导与市场运作相结合

博览会实行市场运作与政府适当扶持相结合，峰会和系列论坛主要靠政府资助，文化交流则实行市场运作与政府扶持相结合。重点支持中国—东盟文化艺术晚会和中国与东盟各种文化艺术表演、展览和大赛，大地飞歌开幕晚会以市场运作为主。把中国—东盟文化艺术晚会列为“两会一节”的基本文化活动，从中国—东盟博览会经费中提供一部分专项经费以及争取国家文化基金的支持。

四 对策建议

（一）始终抓住中国—东盟博览会这个撬动 GDP 数百亿元的“牛鼻子”

办好中国—东盟博览会是国家对外开放和周边外交战略的需要，是广西开放发展的强大引擎，是广西北部湾经济区开放开发、建成中国—东盟“三基地一中心”和建设国际区域经济合作区的重要抓手，是把南宁建设成为中国—东盟枢纽性城市的重要推动力量。

从上到下都要克服办会的疲劳症，咬住博览会这座青山不放松，做到常办常新，经久不衰。



（二）不断创新，推进博览会的改革发展

1. 向专业化方向发展，探索“一大三小”展会组合模式

国家包馆与专题商品展相结合，把一些市场比较成熟、可以独立运作的商品贸易以独立性展会的形式从中国—东盟博览会商品贸易展中分离出来，单独举办专业性展会，如创办“中国—东盟农业博览会”、“中国—东盟旅游博览会”、“中国—东盟轻纺食品家具工艺博览会”等。根据中国和东盟的产业、商品以及需求情况，积极探索“一大三小”展会组合模式。“一大”是指目前每年举办的中国—东盟博览会综合性展会；“三小”是指除此之外，每年定期举办中国—东盟农业博览会、中国—东盟旅游博览会、中国—东盟轻纺食品家具工艺博览会，作为中国—东盟博览会的产业链延伸与有益补充。

2. 与旅游联动发展，整合广西会展资源，打造中国—东盟会展旅游之都

中国—东盟博览会实行同时设立专业展馆和进行开放式展销展示的“一会两制”模式：专业展馆区前期大部分时间只对专业观众开放，与此同时设立东盟商品“一条街”和国家形象展、魅力城市展，在博览会期间对所有观众全面开放。不仅满足南宁、广西观众的要求，而且要尽可能满足周边省、各国家游客的参观要求。

将中国—东盟博览会的“一大三小”与“泛北部湾经济合作论坛”、“桂台产业合作论坛”统筹考虑，最大限度地整合广西会展资源，节约成本，发挥效益，“两会一节”之外，“泛北部湾经济合作论坛”与“中国—东盟旅游博览会”同时举行，“桂台产业合作论坛”则与“中国—东盟农业博会”或“中国—东盟轻纺食品家具工艺博览会”同时举行。

3. 合理调整“两会一节”举办时间

针对中国—东盟博览会与广交会同期举办的弊端，建议把中国—东盟博览会举办时间调整为每年9月或11月举行，与秋季广交会错开会期，以利于博览会开拓、扩大参展商市场和采购商市场。

同时，根据博览会各种展览类别的特性与可行性，适当延长会期，由每届4天时间增加到7天时间，延长对公众开放的时间。“一大三小”分期举办的时间可设为：“一大”为6~7天，“三小”则为4~5天。