

飞越彼岸

中国-东盟博览会战略发展的理论构想

Feiyuebian 杨京凯 龙裕伟 主编



电子科技大学出版社

飞越彼岸

中国-东盟博览会战略发展的理论构想

杨京凯 龙裕伟 主编

电子科技大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

飞越彼岸：中国-东盟博览会战略发展的理论/杨京凯，龙裕伟主编. —成都：电子科技大学出版社，2006.3

ISBN 7-81114-077-2

I. 飞… II. ①杨…②龙… III. 博览会-研究-中国、东南亚 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 018718 号

飞越彼岸——中国-东盟博览会战略发展的理论构想

杨京凯 龙裕伟 主编

出 版：	电子科技大学出版社 (成都市建设北路二段四号)
责任编辑：	谢晓辉
发 行：	电子科技大学出版社
印 刷：	成都宏明印刷厂
开 本：	787mm×1092mm 1/16 印张 15.125 字数 230 千字
版 次：	2006 年 3 月第一版
印 次：	2006 年 3 月第一次印刷
书 号：	ISBN 7-81114-077-2/F·10
定 价：	39.00 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

◆ 邮购本书请与本社发行科联系。电话：(028)83201495 邮编：610054。

◆ 本书如有缺页、破损、装订错误，请寄回印刷厂调换。



中共中央政治局常委、国家副主席曾庆红
在第二届中国—东盟博览会开幕式上讲话



中共中央政治局委员、国务院副总理吴仪
在首届中国—东盟博览会开幕式上讲话



东盟秘书长王景荣在中国－东盟
博览会开幕式上讲话



中国商务部部长薄熙来在中国－东盟
博览会开幕式上讲话



广西壮族自治区人民政府主席陆兵
在中国—东盟博览会开幕式上讲话



广西壮族自治区党委常委、自治区人民政府副主席、
广西国际博览事务局局长李金早在中国—东盟博览会
开幕式上讲话



广西壮族自治区人民政府主席陆兵（左二）、广西壮族自治区党委副书记刘奇葆（左一）到中国—东盟博览会会场检查工作时听取广西国际博览事务局领导汇报工作



广西国际博览事务局领导班子部分成员



第二届中国—东盟商务与投资峰会

前言

2003年10月8日，中国国务院总理温家宝在第七次中国与东盟（10+1）领导人会议上宣布：“为促进双方商界合作，中方建议从2004年起，每年在广西南宁举办中国-东盟博览会。”作为中国推动中国-东盟自由贸易区建设的一项实际行动，这一建议得到了各国领导人的热烈欢迎，并写入会后发表的主席声明里。在这次会议上，温家宝总理同时建议举办中国-东盟商务与投资峰会。2004年11月3~6日、2005年10月19~22日，第一届、第二届中国-东盟博览会和中国-东盟商务与投资峰会在广西南宁高规格、成功地举办。

中国-东盟博览会是中国-东盟自由贸易区发展到一定程度的必然产物。它拥有“四个唯一”：唯一由中国国务院总理温家宝倡议的博览会；唯一以中国-东盟自由贸易区为主题的博览会；唯一由众多国家（11个）共同举办的博览会；唯一在中国西部地区举办的国家级、国际性博览会。第一届、第二届中国-东盟博览会的成功举办，不但成功地展示了中国的气派、广西的风采，赢得了国内外的高度赞誉，更为重要的是它为中国和东盟各国提供了一个双向互动的重要的合作平台，推动了中国-东盟自由贸易区建设的进程，意义重大而又深远。

首届中国-东盟博览会成功举办后，广西社会科学院在2004年开展了重点课题“南博会和广西会展业的发展研究”的基础上，2005年初又设立“中国-东盟博览会后续发展及广西应对策略研究”重点课题，由龙裕伟等同志承担。2005年5月，中国-东盟博览会秘书

处、广西国际博览事务局设立“中国-东盟博览会战略发展问题研究”课题，委托广西社会科学院开展调查研究，龙裕伟同志任课题负责人。这两项课题设立的目的，是为进一步推动中国-东盟博览会的健康快速发展探寻理论指导。这两项课题的调查研究得到了中国-东盟博览会秘书处的鼎力支持，博览会秘书处副秘书长、广西国际博览事务局副局长杨京凯给予了细致、卓见的技术指导，对调研提纲、调研考察、写作修改等提出了许多重要宝贵的意见和建议，宁世强硕士参加了调研和写作，在此谨致以衷心的感谢。

根据中国-东盟博览会的发展态势以及国内外会展业的发展方向，我们着重探讨了 11 方面的重要问题：中国-东盟博览会的发展状况；中国-东盟博览会战略发展的 SWOT 分析和战略定位；中国-东盟博览会战略发展的关键因素；中国-东盟博览会政府行为的创新；中国-东盟博览会市场机制的构建；中国-东盟博览会知识型会展企业的塑造；中国-东盟博览会品牌展会核心竞争力的打造；中国-东盟博览会战略发展与广西应对总体策略；中国-东盟博览会与广西产业互动发展对策；中国-东盟博览会战略发展与南宁市对接策略；中国出口商品交易会可持续发展的战略借鉴。

在研究中，我们力求理论与实践相结合，尤其是在总结中国-东盟博览会实践以及国内外经验借鉴的基础上，围绕中国-东盟博览会战略发展的关键问题，开展了一些具有开拓性、创见性的深入研究，主要是：中国-东盟博览会战略发展的 SWOT 分析和战略定位（第 2 章）；中国-东盟博览会战略发展的关键因素（第 3 章）；中国-东盟博览会政府行为的创新（第 4 章）；中国-东盟博览会知识型会展企业的塑造（第 6 章）；中国-东盟博览会品牌展会核心竞争力的打造（第 7 章）；中国-东盟博览会与广西产业互动发展对策（第 9 章）等。

通过深入分析论证,我们认为中国-东盟博览会的战略定位是,中国-东盟博览会在做中国和东盟 10 国交流与合作的重要“桥梁”的基础上,发展成为汇集中国-东盟贸易区 11 国名特优新名牌产品,面向全球国际市场出口的重要“窗口”和发展平台。具体地,从四个层面培育、发展成为具有重要影响的区域性国际性龙头展会,即:广西会展经济的龙头展会;中国西部地区重要的龙头展会;中国-东盟自由贸易第一展;中国-东盟自由贸易区面向全球国际市场出口本自贸区最新经济社会成就的重要“窗口”和平台。从战略走势来看,中国-东盟博览会战略发展的关键因素有 5 项:一是创新博览会的政府行为;二是建立完善博览会的市场运作机制;三是创建知识型会展企业;四是大力培育品牌展会核心竞争力;五是推进博览会与广西经济社会的和谐、互动、可持续发展。建议有关部门加大对上述问题的调研与实践操作力度,加快做大做强中国-东盟博览会,充分发挥其品牌优势和重要功能,促进中国-东盟自由贸易区建设,带动广西经济社会的全面快速发展。

本书各章写作的具体分工为:第 1 章,龙裕伟、冯海英撰写;第 2 章,林智荣撰写;第 3 章至第 6 章、第 8 章,龙裕伟撰写;第 7 章,宁世强撰写;第 9 章,宁世强、卢芳明撰写;第 10 章,冼少华撰写;第 11 章,覃琳撰写。龙裕伟同志作为课题负责人,承担本书的各种责任。

编 者

2006 年 2 月 8 日

目 录

前 言

第 1 章 中国-东盟博览会的发展状况	1
一、第一届及第二届中国-东盟博览会高规格、成功地举办	1
二、中国-东盟博览会和中国-东盟商务与投资峰会已凸现两个强势国际会展品牌	3
三、中国-东盟博览会在中国-东盟自由贸易区建设中产生了重要影响和作用	5
四、政府重视、合作共赢、务实创新、优质服务是第一届和第二届中国-东盟博览会成功举办的根本保证	11
五、差距与不足	16
第 2 章 中国-东盟博览会战略发展的 SWOT 分析和战略定位	19
一、优势分析	19
二、劣势分析	30
三、机遇分析	31
四、威胁分析	34
五、前景预测	38
六、战略定位	40
第 3 章 中国-东盟博览会战略发展的关键因素	41
一、创新博览会的政府行为	41
二、构建博览会的市场运作机制	44
三、创建知识型会展企业	47
四、培植品牌展会核心竞争力	50
五、推进博览会与当地经济社会的和谐互动可持续发展	53
第 4 章 中国-东盟博览会政府行为的创新	57
一、创新基于博览会市场需求创造的政府行为	57
二、创新基于博览会产品供给创造的政府行为	68

三、为博览会战略发展提供政策支撑·····	79
第 5 章 中国-东盟博览会市场机制的构建·····	92
一、建立企业运作机制·····	92
二、健全市场开发机制·····	96
三、完善市场融资机制·····	105
第 6 章 中国-东盟博览会知识型会展企业的塑造·····	113
一、建立敏捷经营系统·····	113
二、推进会展数字化、信息化、柔性化管理·····	118
三、培养知识型会展员工和人才队伍·····	130
四、创建学习型会展组织·····	135
五、培植知识型会展企业文化·····	141
第 7 章 中国-东盟博览会品牌展会核心竞争力的打造·····	143
一、确认品牌展会核心竞争力形成发展的路径·····	143
二、制定品牌展会核心竞争力的战略规划·····	146
三、开发、储备品牌展会核心资源·····	147
四、培育、发展品牌展会核心技术能力·····	148
五、不断提高品牌展会核心组织能力·····	150
六、开发、培育核心会展产品 / 服务·····	154
七、全力打造中国-东盟自由贸易第一展·····	159
第 8 章 中国-东盟博览会战略发展与广西应对总体策略·····	162
一、抓住机遇,深化合作,为博览会创造良好的国内 国际关系·····	162
二、做好全方位服务,为博览会构筑坚实的经济社会 发展平台·····	164
三、建立中国-东盟博览会长效发展机制·····	167
第 9 章 中国-东盟博览会与广西产业互动发展对策·····	170
一、以中国-东盟博览会为龙头,集群式发展全区会展业·····	170
二、以中国-东盟博览会为契机,全方位构筑广西区域性 国际物流体系·····	173

三、立足中国-东盟博览会平台，推进全区外向型产业的 大发展·····	179
四、发展壮大会展旅游业，为中国-东盟博览会奠定坚实 的产业支撑·····	188
第 10 章 中国-东盟博览会战略发展与南宁市对接策略·····	194
一、认知城市对会展的影响·····	194
二、正视南宁市举办中国-东盟博览会的约束条件·····	196
三、合理定位南宁市在举办中国-东盟博览会的角色·····	202
四、大力促进中国-东盟博览会快速健康发展·····	205
五、着力打造国际会展城市·····	207
第 11 章 中国出口商品交易会可持续发展的战略借鉴·····	209
一、广交会的发展历程和成就·····	209
二、广交会可持续发展的成功经验·····	217
三、对中国-东盟博览会的启示·····	224
参考文献·····	227

第 1 章 中国-东盟博览会的发展状况

2003 年 10 月 8 日, 中国国务院总理温家宝在第七次中国与东盟 (10+1) 领导人会议上宣布: “为促进双方商界合作, 中方建议从 2004 年起每年在广西南宁举办中国-东盟博览会。”作为中国推动中国-东盟自由贸易区建设的一项实际行动, 这一建议得到了各国领导人的热烈欢迎, 并写入会后发表的主席声明。在这次会议上, 温家宝总理同时建议举办中国-东盟商务与投资峰会。2004 年 11 月 3~6 日、2005 年 10 月 19~22 日, 第一届、第二届中国-东盟博览会和中国-东盟商务与投资峰会在广西南宁成功地举办。

中国-东盟博览会是中国-东盟自由贸易区发展到一定程度的必然产物。它拥有“四个唯一”: 唯一由中国国务院总理温家宝倡议的博览会; 唯一以中国-东盟自由贸易区为主题的博览会; 唯一由众多国家 (11 个) 共同举办的博览会; 唯一在中国西部地区举办的国家级、国际性博览会。第一届、第二届中国-东盟博览会的成功举办, 不但成功地展示了中国的气派、广西的风采, 赢得了国内外的高度赞誉, 更为重要的是它为中国和东盟各国提供了一个双向互动的重要的合作平台, 推动了中国-东盟自由贸易区建设的进程, 意义重大而又深远。

一、第一届及第二届中国-东盟博览会高规格、成功地举办

(一) 国家级盛会

中国-东盟博览会由中国、东盟 10 国政府和东盟秘书处共同主办, 是一个国家级的盛会。中国国务院副总理吴仪担任组委会名誉主任, 商务部部长薄熙来担任组委会中方主任。组委会由商务部、广西壮族自治区、中宣部、外交部、国家发改委、科技部、财政部、公安部、海关总署、国家质检总局、国家旅游局、国家食品药品监督管理局、国务院新闻办、中国国际贸易促进委员会 14 个成员单位组成。

首届博览会得到了中国、东盟各国政府官员和商界企业家们全力的参与和支持。中国国务院副总理吴仪、柬埔寨首相洪森、老挝总理本杨、缅甸总理梭温、泰国副总理比尼、越南副总理范家谦以

及中国和东盟 10 国经贸部长、东盟秘书长率团参会。参会的中外副部级以上贵宾 130 多人。中国和东盟 10 国以及其他国家和地区的许多重要商协会负责人、大企业总裁等一批“重量级”客商，以及来自其他国家和地区的跨国采购商、投资商也参加了博览会。

第二届中国—东盟博览会上，中共中央政治局常委、国家副主席曾庆红，柬埔寨首相洪森、缅甸总理梭温、老挝国家副主席朱马里、泰国第一副总理颂奇、越南常务副总理阮晋勇等中国和东盟国家领导人出席了博览会。东盟 10 国经贸部长率本国政府代表团和经贸代表团参会，中国和东盟共有 100 余位部长级贵宾参会。

（二）会展规模大

首届博览会共设展位 2 506 个，参展企业 1 505 家。参展产品涉及机械设备、家用电器、电子信息、汽车及配件、五金矿产、建筑材料、农产品、医药保健、化工原料、轻工工艺、服装纺织等 11 个行业，共 210 类。境内外参展商、采购商 18 000 余人，约有 3 万人参加博览会和峰会。博览会期间，共接待海内外观众 35 万人次。参展企业中，有世界 500 强企业 19 家，具有一定影响的品牌企业 164 家，占参展企业总数的 11%，安排展位 228 个，占室内总展位数的 10%，这两个比例在国内知名展会中位居前列。博览会总展览面积 4.5 万平方米，首次举办便跻身于国内大型会展之列。博览会商品交易总额达 10.84 亿美元。其中，出口 8.75 亿美元，进口 1.10 亿美元，国内贸易 0.99 亿美元；机械设备 2.31 亿美元，农产品 1.45 亿美元，化工产品 1.10 亿美元，家用电器 0.81 亿美元，五金矿产 0.71 亿美元，医药保健 0.66 亿美元。签订投资合作项目金额约 1 000 亿元。其中，涉外项目 129 个，总投资 49.68 亿美元（含中国对外投资项目 46 个，总投资 4.93 亿美元）；国内合作项目 102 个，总投资 485.4 亿元。

第二届博览会共设展位 3 300 个，参展企业 2 000 家。商品交易更加活跃，累计交易总额达 11.5 亿美元，同比增长 6%。其中，出口 8.2 亿美元，进口 1.7 亿美元，国内贸易 1.6 亿美元；机械设备 2.5 亿美元，农产品 1.1 亿美元，电子电器 1.8 亿美元，五金建材 1.3 亿美元，其他 4.8 亿美元。投资合作规模更大，签订国际投资合作项目 126 个，总投资 52.9 亿美元，同比增长 5.9%，项目涉及工业、农林牧渔业、矿产开采与加工、商贸物流、房地产开发、能源、旅

游、基础设施建设和高新科技等行业,合作方来自亚洲、大洋洲、欧洲、北美洲的22个国家以及港澳台地区;签订中国内地投资合作项目263个,总投资501.8亿元,同比增长5.5%。其中,投资额超过亿元的项目65个,涉及国内22个省区市,中国农垦、大连市、河北省在大会期间还举办了专场项目签约仪式。

二、中国-东盟博览会和中国-东盟商务与投资峰会已凸现两个强势国际性会展品牌

从第一届、第二届博览会运作来看,其具有以下一些重要特点:

(一) 专业化运作

中国-东盟博览会将进口与出口相结合,投资与引资相结合,展销推介与专题论坛相结合,经贸活动与文化交流相结合,促进优势互补,深化经贸合作,共同实现本地区的普遍繁荣。

首届博览会设国家专题、贸易专题、投资专题、旅游专题、科技专题和国际经济技术合作专题等6大专题。第二届博览会将中国与东盟之间最具合作潜力的行业作为博览会专业化的方向。在专题设置上,把首届博览会的6个专题适当合并为4个专题。在商品分类上,第二届博览会重点引导双边贸易额较大、相互有市场的5大类商品参展,即机械设备、电子电器、五金建材、轻工工艺、农产品和食品。每类商品展位规模均比首届扩大,博览会行业特色逐渐清晰。

第二届博览会更有针对性地邀请专业观众,通过“世界买家数据库”和与相关商协会合作等多种渠道邀请专业观众,使本届博览会专业观众也向5大类商品集中。

(二) 展与会结合

在举办第一届、第二届中国-东盟博览会期间,还同期举办了第一届、第二届中国-东盟商务与投资峰会。在首届峰会上,中国与东盟10国政界和商界代表约800人参加,大家以“促进互利合作,谋求共同发展”为主题,共商中国-东盟自由贸易区建设大计,探讨中国与东盟各国合作与发展前景,是本年度中国与东盟各国商务与投资界最高级别的盛会。

第二届峰会主题深化,富有所意。主题是:“中国与东盟国家:

市场的开放及开发”，下设两个议题。议题一为“政府：营造互利共赢的合作空间”，政府官员围绕“自贸区建设：创造透明、自由、便利的贸易与投资机制”、“深化区域合作：拓展合作领域，促进企业发展”发表演讲，与企业家对话。议题二为“企业及商会：共享开放，合作开发”，企业和商会围绕“企业及商会：市场开发战略与策略”、“商会合作：架宽商桥，广开商路”进行交流。缅甸总理梭温、老挝国家副主席朱马里、泰国第一副总理颂奇在峰会上发表演讲。越南常务副总理阮晋勇出席了峰会开幕式。中国和东盟 8 个国家的经贸部长在高官论坛上演讲。各国政府高官、商协会负责人、大企业家、知名学者等参会十分踊跃。本届峰会共吸引了 1 500 名中外注册代表参会。

博览会与峰会有机结合，相辅相成。博览会是峰会的依托，峰会丰富了博览会的内涵，树立了互动的两个品牌，进一步体现了“展会结合，相得益彰，互为补充，互相促进”的特色。世界华商总会执行主席廖俊侨参加首届博览会时指出，中国-东盟博览会和投资峰会两个会议各占着生产链中的末端和前端，博览会将中国与东盟国家的各类产品、商品进行集中展示、交易，这属于流通领域，系产业链中的末端，而峰会将投资商、采购商等集中起来，开展生产前洽谈交易，属于生产领域，系产业链中的前端。

（三）国际性展会

中国-东盟博览会由中国、东盟 10 国政府以及东盟秘书处共同主办，以中国-东盟自由贸易区为主题，紧紧围绕《中国与东盟全面经济合作框架协议》以及自由贸易区建设进程，重点开展以双向互利为原则的自由贸易区内的经贸合作，同时面向全球商界开放，具有显著的国际性特征。

首届博览会上，东盟及境外其他国家和地区共使用展位 757 个，占原设展位数的 42.9%；参展企业 516 家，占参展企业总数的 34.2%；境外采购商 4 000 多人。东盟 10 国和日本、南非等国家展出的商品多达 2 000 多种，重量 75.6 吨，货值 16 万多美元。在博览会重要投资合作项目签约仪式上，不仅有越南、泰国、新加坡、缅甸、马来西亚、印度尼西亚、柬埔寨等 7 个东盟国家参加，也吸引了欧美和其他亚太国家的眼光，欧美国家有美国、英国、法国、德国、加拿大、瑞士，亚太国家和地区有日本、韩国、沙特、朝鲜以及中国