博览局长访谈

广西博览局局长郑军健：

更好地为中国—东盟自贸区服务

■ 本报记者 周春雨

今年是中国—东盟建立战略伙伴关系10周年，也是中国—东盟博览会（以下简称东盟博览会）举办10周年。

10年前，在中国与东盟建立战略伙伴关系之际，中国和东盟10国领导人决定举办东盟博览会，双方友好合作从共识走向实践。10年来，东盟博览会推动双方战略伙伴关系不断迈上新台阶，成为合作共赢的典范。

3月28日，第十届东盟博览会高官会在南宁召开。来自中国和东盟10国的高官共同总结东盟博览会推动双方战略伙伴关系的经验，商讨东盟博览会未来的发展。

根据计划，今年，东盟博览会将围绕战略伙伴关系10周年、东盟博览会10周年举办一系列活动，如成就展、经贸专题、人文交流、媒体交流活动等。

中国与东盟在政治、外交、经贸、社会人文等多领域合作方面有哪些成果？未来东盟自贸区的发展如何？近日，就上述焦点问题，《中国贸易报》记者专访了广西国际博览事务局（以下简称广西博览局）局长、中国—东盟博览会秘书处秘书长郑军健，请他解读东盟自贸区、东盟博览会的过去和未来。

10年“自贸路”

“东盟博览会是为中国—东盟自贸区量身定制的。”郑军健介绍说，东盟博览会围绕自贸区《货物贸易协议》，展示中国与东盟互补性强的商品和降税商品。以中国与东盟互有需求、交易量大的商品为主，如中国的机械设备、电子电器、建筑材料，东盟的工艺品及珠宝饰品、家具家居、咖啡、大宗商品等，为双方企业享受自贸区贸易优惠和便利提供平台。

2012年第九届东盟博览会期间，举办了首个为东盟国家“量身定制”的专业展——东盟咖啡展，进一步促进了中国与东盟特色商品的交易，满足了企业和专业采购商的需求。

一直以来，在东盟博览会期间都举办了系列的商贸配套活动，如东盟博览会贸易配对会、东盟国家专场贸易配对会、行业专场贸易配对会、采购商说明、参展商讲坛等。

据统计，2004年，中国和东盟双边贸易额提前1年实现1000亿美元的目标；2007年，双边贸易额提前3年实现2000亿美元的目标；2012年，双边贸易额突破4000亿美元。

郑军健强调，东盟博览会对中国—东盟经贸的促进，除商品贸易外，还包括投资和服务贸易。在投资合作方面，东盟博览会设立投资合作专题，举办了中国—东盟博览会投资合作圆桌会、东盟产业园区招商大会、基础设施建设论坛、东盟国家推介会等一系列活动，发布权威投资合作信息，推动项目业主和投资企业面对面交流对接，打造中国企业投资东盟的平台。在服务贸易方面，东盟博览会服务贸易专题结合《服务贸易协议》，围绕金融、旅游、港口、物流、电信等领域，为企业享受市场开放商机、开展跨国合作提供机遇。 此外，服务贸易专题还与投资合作专题相结合，举办系列银企对接活动，促进中国“走出去”企业和金融机构对接，为企业投资东盟提供支持。

服务自贸区

作为国家战略的商贸平台，广西博览局坚持以东盟博览会为载体，为客商享受中国—东盟自由贸易区的商机提供服务。

郑军健表示，要贯彻落实党的十八大精神和习近平总书记重要讲话精神，更加积极主动地服务国家周边外交战略、服务中国—东盟自贸区发展，打造中国—东盟开放合作先行示范区，推动中国与东盟、广西与东盟的全方位合作。东盟博览会将继续保持高规格，邀请中国和东盟国家领导人、部长出席，举行双方领导人、部长、地方负责人之间的会谈及政界商界高端对话。紧扣中国—东盟自贸区建设发展的进程，继续创新形式，充实内容。继续在东盟博览会的框架下，举办涉及更多领域的论坛、会议及社会人文交流活动，形成各领域的合作机制，推进中国与东盟、广西与东盟重大经济项目的合作，带动中马钦州产业园区、马中关丹产业园区、东兴国家重点开发开放试验区、南宁国家内陆开放型经济战略高地的建设，促进形成更多广西与东盟开放合作的新优势。

东盟博览会将继续利用聚集起来的合作机制以及论坛等多领域合作资源，为广西加强公路、铁路、港口、机场、口岸建设，完善出海出边国际大通道，进一步提升与东盟互联互通能力，发挥积极促进作用。

为满足中国和广西加强区域合作的需求，东盟博览会为泛北部湾经济区和双方合作提供务实平台，从而推动泛北部湾合作。今后，在继续推进泛北部湾经济区发展规划实施和南宁—新加坡经济走廊建设的同时，推动广西参与大湄公河、中越“两廊一圈”合作，促进广西加强和参与更多区域合作。继续落实中国—东盟自贸区相关协定，通过举办展览和活动，以及中国—东盟金融合作与发展领袖论坛和会议，推进广西与东盟之间贸易自由化、投资便利化，促进服务贸易市场开放，推动开展人民币自由兑换和离岸金融业务试点。继续发挥广西展会的龙头带动作用，统筹资源，支持办好中国—东盟商品交易中心，增加广西对东盟的开放活力。

为战略合作提供保障

“第十届东盟博览会在中国—东盟建立战略伙伴关系10周年、东盟博览会举办10周年的背景下举办，意义重大。”郑军健介绍说，第十届东盟博览会将以“区域合作发展——新机遇、新动力、新阶段”为主题，设置商品贸易、投资合作、服务贸易、先进技术、魅力之城五大专题，举办一系列高规格会议、论坛和社会人文交流活动，如第十届中国—东盟商务与投资峰会、2013中国—东盟自由贸易区论坛等。

为体现东盟博览会对中国—东盟友好关系发挥的促进作用，第十届博览会将举行10周年系列活动。围绕中国—东盟建立战略伙伴关系10周年、东盟博览会10周年，邀请中国和东盟的政要和商界人士出席，策划多领域的系列交流活动，反映中国—东盟建立战略伙伴关系10周年以来的合作成果，展示东盟博览会对中国—东盟自贸区的推动作用。

郑军健认为，东盟博览会发挥了三方面的作用：一是发挥了以政促经、政经结合的作用，为中国—东盟战略伙伴关系开辟独特的对话渠道。东盟博览会成为除“10+1”领导人会议外，在中国举行的中国和东盟领导人对话沟通的平台。会期举行多场双方领导人、部长、地方负责人之间的会谈，政界商界高端对话，增进政治互信，推动合作，带动文化、教育等多领域的交流。二是发挥了中国—东盟自贸区建设“助推器”的作用，推动中国—东盟战略伙伴关系走向深入和务实。根据中国—东盟自贸区建设进程以及中国和东盟国家的经济发展水平、资源禀赋、产业结构、行业特点而设置展览内容，高度集中11国的企业、商品、项目、资金等方面的信息，将自贸区的投资贸易便利化从政府层面推进到企业层面，使双方企业合作的内容和层次不断提升。三是发挥了多领域合作平台的作用，为中国—东盟战略伙伴关系提供机制保障。随着中国—东盟经贸合作不断扩大和深化，双方对海关、检验检疫、金融、港口、物流、信息、通信等相关领域的服务配套提出了新的需求，对经贸合作与人文交流相结合、促进全面合作也提出了更高要求。因此，10年来，东盟博览会围绕贸易、投资、海关、质检、旅游、物流、港口、电信、环保、科技、文化、教育等多个领域，共举办260多场高层会议和交流活动，开展部长级磋商对话，邀请企业家和专家学者参会交流，研究解决各领域合作的热点问题，形成了相关领域的一系列合作机制，为双方全面持久稳定的战略伙伴关系提供了保障。

郑军健

记者手记

郑军健其人

熟悉郑军健的人，对他的评价很一致：儒雅、低调。据了解他的人透露，郑军健写得一手好书法。只是因其一贯行事低调，知道的人不多。

由于多年主持东盟博览会，郑军健成了东盟专家，并因此爱上了东盟博览会。谈起东盟博览会时，他的思路极为清晰。他喜欢与经济领域的专家交流，乐于探讨东盟博览会平台搭建，研究如何发挥东盟博览会更大的效应，为东盟区域的共同发展提供助力。

中国—东盟博览会大事记

2004年11月3日，在中国和东盟10国的共同努力下，举世瞩目的首届中国—东盟博览会在南宁隆重开幕。开幕式上，中国和东盟国家领导人共注取自中国和东盟10国母亲河的合作之水，揭开了中国—东盟友好关系的新篇章。

2006年，恰逢中国—东盟建立对话关系15周年和中国—东盟友好合作年，第三届中国—东盟博览会和中国—东盟建立对话关系15周年纪念峰会、中国—东盟商务与投资峰会同时在南宁举办。这是中国—东盟关系史上具有里程碑意义的一件大事，影响深远。中国和东盟国家领导人、企业家齐聚南宁，盛况空前。

2006年，时任中国国务院总理温家宝和东盟10国国家元首或政府首脑共同出席了东盟博览会开幕式，此届东盟博览会的规格达到前所未有的高度，受到全球的关注。

2007年，全国两会期间，时任中共中央总书记、国家主席胡锦涛参加广西代表团审议时指出，中国—东盟博览会作为一个区域性的国际博览会，今后要长期举办下去，要办出特色，办出实效。这再次体现了中央对东盟博览会这一平台的高度重视，对办好东盟博览会提出了更高要求。

2012年9月，时任国家副主席习近平出席第九届中国—东盟博览会开幕式，宣布第九届中国—东盟博览会开幕，并与东盟国家领导人共同剪彩。习近平强调：“中国—东盟博览会和商务与投资峰会不但是中国和东盟10国共同搭建的经贸等多领域有效合作的大平台，也是中国—东盟自贸区建设的助推器，给双方企业和人民带来了实惠，在中国和东盟合作中发挥着越来越重要的作用。”他要求把中国—东盟博览会“进一步办出特色、办出水平、办出实效”。

2013年中国会展发展新趋势

■ 马 勇

我国会展业历经30余载的发展，产业规模不断扩大，产业链不断拓宽，带动性逐年增强，经济效益日益显著，正以20%的年均增长速度发展。据统计，2012年，我国会展业直接产值预计可达3500亿元。面对高速增长的会展行业，2013年我国会展业将会有哪些发展的新趋势呢？

全球化

我国会展行业的不断发展要求会展企业必须不断与国外会展行业协会、企业等进行对接。以北京为例，2012年，北京先后加入亚太旅游协会、世界旅游联合会等国际组织，不断加快自身在全球化道路上的步伐，并且成功举办了中国（北京）国际服务贸易交易会、国际奖励旅游协会年会等具有世界影响力的重要会议。可见，走全球化之路是中国会展实现可持续发展、应对激烈的国际性竞争的必然选择。全球化战略要求将“引进来”与“走出去”相结合。目前，我国会展业在充分引进国际重要会议、著名企业的同时，也要强化“走出去”战略，积极开拓国外市场，将中国会展公司、会展品牌植入国际市场。据预测，每年举办的各种国际会议多达40万个，产值超过2800亿美元。因此，在2013年，我国会展业要继续加强与国外会展企业的深度合作，在场馆建设、科技手段、会展流程、人才培养、管理水平等方面实现全方位的全球化。会展企业应积极以各种形式对外投资，主动拓展其他国家的市场。

品牌化

我国会展规模在逐年扩大，会展质量也在逐步提升。在2012年12月举办的全国会展行业年会上，中国会展经济研究会发布的《2011年中国展览数据统计分析报告》显示，2011年，我国办展数量达6830场，展出面积8120万平方米。可见，我国会展在数量上实现了巨大的突破，但量变并未引起明显的质变，在品牌培育方面仍显不足。品牌化是会展发展的必然趋势，只有打造自己的品牌，如北京的京交会、武汉光博会等品牌，才能形成核心竞争力，在国际市场立于不败之地，实现我国会展的长远发展。2013年，我国会展业需进一步细化会展类型，如科技类、文化类、商贸类等。在细分类型中，加大政策、人才、资金、宣传等投入力度，重点培育一批拳头品牌，扩大我国会展品牌知名度与影响力。同时实施品牌带动战略，助推我国会展整体质量的提升。

资本化

我国会展全球化发展、品牌化发展将直接催生会展发展的另一大发展趋势——资本化。中国会展市场快速扩张最有效的途径是资本运作，国外会展企业通过并购或收购国内会展企业或会展项目，达到扩大在国内的市场份额的目的；国内会展企业通过公司或项目的转让，实现降低运营风险的目的。然而这些资本运作尚处在初级阶段，我国会展行业资本运作尚不活跃。因此，要持续提升会展产业规模，促进会展产业优质发展。2013年将是中国会展的资本化活跃期，通过并购、转让、托管等资本化手段来优化会展资源配置，集中优势资源，以商邀商，转变会展增长方式，调整组织结构，拓宽投融资渠道，夯实会展资金基础，降低会展运营风险，给会展业带来应有的效益。

产业化

会展是新的朝阳产业，作为现代服务业的重要组成部分，其产业关联度高，带动性强，社会贡献大。目前，我国已有近40多个城市将会展提升到城市经济发展的支柱产业战略地位。会展通过举办大型国际会议和展览，依靠专业的会展服务与会展质量管理，带动当地的旅游、交通运输、餐饮、文化、商贸等相关产业的繁荣，从而带来一系列的经济效益与社会效益，产业化是会展业发展的必然趋势。2013年，我国会展业将进一步与其他产业融合发展，继续推进会展各大要素与其他产业的深度对接和资源整合，从而进一步扩大会展业规模，提高会展发展速度，挖掘会展内涵价值，提升会展整体产业质量。

集群化

中国会展在各大城市快速发展，尤其是北京、上海、广州、大连、成都等五大城市会展发展最为突出，形成了环渤海、长三角、珠三角、东北、中西部五大会展经济活跃带。会展起步早，发展快，规模大，政府扶持力度强，品牌集中，基础设备完备，辐射范围广，呈现出集群化发展趋势，形成会展产品链、服务链、技术链、资金链、要素链等全面集成，产生巨大的产业群聚效应。会展的集群化发展将推动会展与第一、二及其他第三产业的有效融合，催生一系列新业态的产生，如旅游会展、贸易会展、文化会展、食品会展、科技会展等，覆盖面广，集群效应显著，发展潜力大。2013年，我国会展业在围绕五大中心会展城市发展的基础上，将进一步形成产业集群、品牌集群、人才集群的发展趋势。

市场化

市场化发展是我国会展业发展成熟的风向标。一方面表现为政府角色转变，发展模式由最初的政府包办过渡到“政府搭台，企业唱戏”，再到企业的独立运作，政府正在逐步退出主导者的角色，以大型会展企业为龙头，与小型会展企业配合，实行专业化分工与合作，与其他产业整合发展，形成完全市场化会展运作体系。另一方面表现为会展市场机制不断完善与规范，设立系列会展产业运作与监管机构，同时，规范会展场馆建设与经营行为，创新市场营销手段，提升办展质量与服务质量，加强会展科技含量，使得中国会展有足够的能力参与国际竞争。

专业化

会展是会议、商贸的重要平台，专业化展示是展会质量的基本壁垒。会展企业既有专门的会展主办方、会展场馆公司，还有专门的会展设计公司、会展搭建公司，以及一些专门服务于会展产业的服务公司。专业化将会给会展带来良好的“首因效应”，提高其可靠性与专业性。专业化的展会与展览能够为参展商提供更多的信息与选择。会展专业化发展主要体现在四个方面：一是场馆建设的专业化，会展场馆建设在场地选址、场馆布局、场馆管理、运作流程等方面都更加专业化；二是服务水平的专业化，如展馆翻译、物流、广告、酒店、餐饮等服务水平都更加专业化；三是管理人才的专业化，包括专业的会议策划人才、专业的大型展会活动组织人才、招展招商人才、场馆管理人才等；四是参展人员的专业化，不仅包括专业的参展机构，更强调专业的参展商以及专业的参展观众。

智能化

IBM在全球首次提出“智慧地球”一词，智能化、智慧化风靡全球。在信息时代，智能化发展是给会展发展注入新鲜血液的必要手段。2013年，我国会展行业要持续提升智能化水平，将云计算、物联网、3G、三网融合等智能技术应用到会展业中，以实现会展信息的及时发布、会展产品的智能感知。会展智能化发展首先要实现布展方式的智能化，采用声、光、电技术，将数字化媒体、实际展示、技术感知相结合，将虚假体验与实景演绎相结合，实现参展智能化、查询智能化、观赏智能化、体验智能化；其次是展会信息发布的智能化与最大化，充分利用云计算中心云信息量大、覆盖面广、更新快等特点，将海量的信息发布到接收终端，实现信息最大化；最后是要实现营销手段的智能化，将线上与线下相结合，同时利用云计算中心收集参展者的信息与个人偏好，将市场细分，进行个性化营销。

中国会展在2012年取得了可喜的成果，但是仍处于发展的初级阶段，其发展还存在一些不足之处，2013年需要进一步实现突破：一是全球化程度有待进一步提升，2013年要将“请进来”与“走出去”充分相结合，特别是要加强“走出去”战略的实施力度；二是品牌化建设力度有待进一步加强，2013年会展发展中要将主题、功能、项目、价值、情感等要素融合，打造知名会展品牌；三是智能化平台有待进一步打造，2013年是会展智慧年，但我国会展信息化与智能化程度不够，因此在2013年需将高新技术融入，提高其科技含量；四是在2013年，我国各类展馆布局有待进一步优化，使展馆合理分区，功能明确；五是会展办展水平、管理水平与服务水平有待进一步提升，2013年尤其要加大人才建设力度，引进各层次的会展人才，在2013年实现办展质量的突破，进而促进我国会展软实力的提升；六是营销推广力度有待进一步强化，2013年广泛采用高科技与信息化手段，使宣传手段多元化，网络应用立体化，营销方式个性化；七是2013年会展专业化程度与水平有待进一步提高，建设专业的场馆、培养专业的人才、提供专业的服务；八是行业制度与机制有待进一步完善，2013年要加强政府、企业与行业的沟通，共同制定完善的会展制度体系，确保由政府主导模式到完全市场化的有效蜕变。2013年，中国会展将进入发展快车道，但其健康有序的发展离不开政府、企业、行业协会、参展商等相关利益者的共同努力。

谈经论道