

世界经济论坛与博鳌亚洲论坛运营模式对比研究^{*}

蔡礼彬,谢思环

(中国海洋大学 管理学院,山东 青岛 266100)

摘 要:世界经济论坛与博鳌亚洲论坛都已成为共同管理国际社会事务、促进全球和地区经济发展的重要交流平台,二者同样采用会员制的形式、运用商业化的运作模式来管理事务、致力于促进经济社会发展、通过前瞻的议题设置吸引与会者的眼球;然而,由于发展背景以及当前发展程度的不同,其在运营模式上存在着一定的差异,如对会员条件限制的不同、会员结构的不同、服务保障工作主体的不同等。相比世界经济论坛,博鳌亚洲论坛商业化运作不够充分,会员结构及合作伙伴存在“中国化”偏向,对智库的重视和利用不足。博鳌亚洲论坛在坚持“三高”目标的基础上,应更加重视品牌效应,加大与国际知名、有影响力的媒体以及世界知名大学的合作,扩大知识成果的影响力;要将服务保障工作外包,以切实强化商业化运作;并加大对国外会员的发展力度,逐步弱化“中国化”倾向。

关键词:世界经济论坛;博鳌亚洲论坛;达沃斯论坛;资金运作;会员制;商业化运作;论坛社区;议题设置;品牌效应

中图分类号:F064.2;F713.50

文献标志码:A

文章编号:1674-8131(2013)06-0076-09

一、引言

达沃斯与博鳌原本都是名不见经传的偏远小镇,却都因为成功举办世界性的或地区性的高端会议而名声大噪。“世界经济论坛”作为非官方的国际经济最高级会议,在解决国际问题、促进国际经济发展、改善全球状况等方面发挥着不可替代的作用;“博鳌亚洲论坛”作为一个从亚洲的利益和观点出发的论坛,在促进亚洲利益共同体发展和促进亚洲与世界联系等方面扮演着极其重要的角色。这两个论坛能够如此迅速地成长为具有重要国际影响力的组织,其运营模式可谓是功不可没。尽管二者都属于非营利组织,但其采取的商业化的运作模

式使论坛充满活力,加速了论坛的发展进程,促进论坛不断攀登,从而在世界经济发展中占据极其重要的地位。

2013年6月,笔者在“中国知网”上通过高级检索,选取“中国期刊全文数据库”,检索项为“主题”,匹配“精确”,分别输入“世界经济论坛”并含“模式”以及“博鳌亚洲论坛”并含“模式”为检索词,检索到42篇和28篇期刊文献;选取“中国优秀博硕士学位论文全文数据库”,以同样的检索词只检索到13篇和4篇论文;且检索到的文章几乎没有以运营模式为研究对象的。可见,目前国内对于世界经济论坛和博鳌亚洲论坛运营模式的研究还处于初步

^{*} 收稿日期:2013-08-13;修回日期:2013-09-28

基金项目:中国海洋发展研究中心项目(AOCQN2011027)“海洋节庆品质属性提升研究”

作者简介:蔡礼彬(1972—),男,河南潢川人;硕士生导师,博士,在中国海洋大学管理学院任教,主要从事会展管理研究。

阶段。尤其是对博鳌亚洲论坛的探究,目前还是以报纸新闻为主,集中于论坛的盛况、发展前景、特点等方面的报道,学术研究较少。高伟娜(2009)指出世界经济论坛的经营之道在于其清楚的使命感和目标、高效的会员制结构以及商业化的资金运作模式;Jean-Christophe(2003)利用社会神话理论讨论了该论坛的范围和性质,并分析其目前所遇到的困难;Gopalan(2001)指出博鳌亚洲论坛作为一个促进亚洲国家交易与投资的非营利组织具备成功的潜力;巫宁(2007)认为该论坛品牌的迅速建立与其发起人的平台和声誉有着莫大关系。本文不揣谫陋,拟在收集相关资料的基础上,尝试对世界经济论坛与博鳌亚洲论坛的运营模式进行对比分析,以期丰富和拓展有关研究,并为其进一步发展提出建议。

二、世界经济论坛运营模式

1.世界经济论坛发展概况

1971年,由克劳斯·施瓦布创建的“欧洲管理论坛”在欧盟委员会和欧洲各行业协会支持下,为欧洲企业优化管理模式提供了一个了解美国模式的平台。1973年布雷顿森林体系固定汇率机制的瓦解和阿以战争的爆发使该论坛将年会的讨论重点从管理领域扩展至经济和社会问题,政界领导人首次在1974年受邀参会。随着该论坛的影响力不断增强,1987年更名为“世界经济论坛”。实际上,世界经济论坛不仅仅是一个解决世界经济问题的地方,也成为了解决国际冲突的重要平台。如1988年希腊和土耳其签署《达沃斯宣言》,将两个国家从战争的边缘拉了回来;1989年的达沃斯年会上,东德总理汉斯·莫德罗和西德总理赫尔穆特·科尔讨论了德国统一的问题。

世界经济论坛是一个独立的国际机构,致力于召集商界、政界、学术界及社会其他各界领袖开展合作以制定全球、地区和行业议程,从而改善世界状况。在43年的发展历程中,论坛的议题设置、参会人员 and 影响力,都有巨大的飞跃。论坛议题突破了经济领域,社会、文化、政治、生态等全球性和地区性问题也成为了论坛的讨论重点。从1971年参与欧洲管理论坛的444名参会者到2013年年会的2500余名代表,参会人员数量上有了大幅增加,

包括全球领先大公司的CEO、政界领导人、知名学者和社会活动家等。

2.世界经济论坛运营模式分析

(1)领导团队

世界经济论坛的领导团队包括基金董事会和执行董事会。基金董事会是论坛使命、价值观和品牌的守护者,包括执行委员会、战略委员会、审计委员会和计划委员会,由来自商界、政界、学术界和公民社会中具有特殊领导经验的个人组成,任期三年。截至2012年6月,基金董事会共有25名成员,都是各行业的精英领袖。执行董事会设有8名执行董事,除执行主席施瓦布教授外,其余7名董事分别负责技术、传播部、领导力办公室与学术事务部、商务、政府关系与相关方参与事务、会议中心与风险应对网络、资源与流程等方面。同时还有20名资深总监和37位总监。截至2012年6月30日,论坛已有371名全职员工和48名兼职员工,其中等效于全职员工的共有406名。

(2)组织形式及资金运作模式

1976年,世界经济论坛为保证每年参会者的稳定以及防止运作资金断链,开始实行会员制。会员的申请条件是年销售额为10亿美元以上的企业和管理10亿美元以上资本的银行,会员每年要交纳3万瑞士法郎会员费。1994年,论坛的会员数量就达到了定额的1000个,其中包括全球500强绝大部分的公司,如ABB、英特尔等。

除会员外,还有战略合作伙伴和行业合作伙伴。战略合作伙伴每年要向论坛交纳50万瑞士法郎。作为能够参与论坛的议程、倡议和活动的规划,并在论坛中享有更多发言权的战略合作伙伴,在2012年达到了109个,且都是全球顶级公司,如可口可乐、普华永道、美国高盛集团等。行业合作伙伴是论坛召集其企业合作伙伴的主要手段,每年要向论坛交纳25万瑞士法郎,但众多企业仍然趋之若鹜。行业合作伙伴都是各行业的精英企业,如麦肯锡、安永等,2012年达到469个。

除会员费和合作伙伴所交纳的合作费,会员在参加会议时还要缴纳会费,每场会议的会费通常高达1万多美元。同时,论坛的《全球竞争力报

告》和《全球议程》每年也能获得 5 万瑞士法郎的收入。

表 1 世界经济论坛 2009—2012 年财务状况表/瑞士法郎

	2009-06-30	2010-06-30	2011-06-30	2012-06-30
总收入	139 218 416	143 407 241	157 600 770	17 7696 874
会员费	34 853 240	36 769 181	36 892 390	37 794 548
参会费	32 276 553	30 874 638	34 842 542	43 144 328
合作伙伴会费	60 572 903	62 149 264	769 50 144	87 554 020
总支出	137 867 514	142 392 517	156 414 460	176 750 895
结转至基金会资本	1 350 902	1 014 724	1 186 310	945 979
基金会资本	23 679 377	24 675 300	25 861 610	26 807 589

资料来源:世界经济论坛 2009—2010、2010—2011、2011—2012 年度报告

(3) 论坛社区

世界经济论坛的所有工作都基于一个理念:只有在所有利益相关者都参与决策的情况下,采取的行动才有效,而真正实现多方利益相关者协作的最有效途径便是建立利益共享的社区。目前,论坛共有 12 个正式社区:战略合作伙伴、行业合作伙伴、基金会会员、全球成长型公司、全球议程理事会、风险应对网络、技术先锋、全球杰出青年、施瓦布社会企业家基金会、全球青年领袖论坛、妇女领袖与性别平等、全球大学校长论坛。

战略合作伙伴在 2012 年达到 109 个;行业合作伙伴 469 个;基金会会员定额为 1 000 个;全球成长型公司截止 2012 年 7 月已有 60 多个国家的 360 家公司加入;全球议程理事会的理事会数量在 2012 年达到 88 个,理事 1 250 位;风险应对网络于 2011 年成立,主要进行风险研究、诊断和应对,并提出风险应对网络倡议、风险洞察力倡议和风险影响倡议;技术先锋是在每年被提名的数百家创新型企业中遴选约 30 家企业,自 2000 年以来,已有 400 多家创新型企业获此殊荣;全球杰出青年在 2011 年成立,专为 20 到 30 岁之间的杰出青年设立,至 2012 年年末,世界范围内已成立 168 个分社区,包括 1 226 名杰出青年;施瓦布社会企业家基金会目前有 190 多位社会企业家,基金会为企业家们在顶尖大学安排了 50 多项高管教育课程奖学金,并提供免费咨询和法律支持;全球青年领袖论坛由 700 多位杰出青年

领袖组成,2012 年来自 59 个国家的 192 名青年领袖入选;妇女领袖与性别平等社区成立了由 100 位极富影响力的领导者(来自商界、政界、媒体和公民社会的 50 位女性和 50 位男性)组成的世界经济论坛全球性别平等小组,致力于消除性别差距;全球大学校长论坛是由著名大学校长组成的社区,目前包括全球顶尖大学的 25~30 位校长。

(4) 议题设置与智力支持

议题是论坛的生命之源,正如王跃洲(2009)在《世界经济论坛:缘起与发展(1971—2007)》中对世界经济论坛的主题选择和重大议题的分析,论坛的年会主题和 300 多场的专题讨论议题总能紧扣时代脉搏,而且为特定参会者召开的“闭门会议”占到了年会活动的 70%左右。

智力支持机构有全球议程理事会网络、风险应对网络、全球竞争力网络、情景规划团队等,同时论坛还与世界 26 所著名大学保持联系。全球议程理事会网络召开的会议是世界上规模最大的头脑风暴会议,为论坛制定年会议程提供学术框架,并为来年制定全球、地区 and 行业议程提供必要的观点和分析。理事会还出版了反馈 1 500 多位理事会成员和行业领导者见解和观点的《2013 全球议程展望》。

《全球竞争力报告》《全球风险报告》《全球信息技术报告》以及各种行业报告是世界经济论坛的知识产品。论坛还有许多持续、定期的研究项目——“倡议”,如联合反腐倡议、全球重新设计倡议等,这

些倡议由论坛与如世界银行这样的多边经济机构、智库和学术机构以及各国政府合作开展。

(5) 服务保障

世界经济论坛的服务保障工作由达沃斯所在地区——瑞士格劳宾登州牵头运作。格州成立了达沃斯论坛委员会,主要负责政要接待、安全保卫、媒体公关、旅游推介等。其余会议后勤服务等均委托世界一流的会议服务公司“阳狮公司”承担。该公司负责会场的选择和布置、宴会和会务活动的安排、参会代表的住宿和交通联系等。每年年会前,格州政府通过网站发布相关信息,并通过问答对民众关心的话题进行释疑。论坛对安全保卫措施持公开、透明态度,网站不但公布年会安保工作参与人数、费用支出等重要信息,还标注年会期间安保负责人、安全保卫区域、限行区域和会议期间公共交通路线图等,市民也可通过热线电话了解情况(沈世顺,2013)。

(6) 地区联动发展

除达沃斯年会外,多样的地区峰会也促使世界经济论坛的影响力遍布全球,促进论坛的地区联动发展。每年从1月份下旬的达沃斯年会开始,拉美峰会、非洲峰会、中东及北非峰会、东亚峰会、夏季达沃斯、印度峰会、全球议程峰会等将在全球的不同国家举行。2005年12月,论坛在美国纽约成立纽约分部;其后,在2006年和2009年又分别在北京和日本成立了北京代表处和日本代表处。这些机构的设立推动了论坛的地区拓展,并深化了论坛同各利益相关者社区的合作伙伴关系。

世界经济论坛的运营模式可以说是其成功的一大功臣:论坛所坚持的非官方性给其注入了活力,论坛所坚持的高端化、高品质打造了其优秀品牌形象,论坛所坚持的商业化运作使其成为“非营利却最赚钱的论坛”,论坛所坚持的议题“热点、前瞻”性使其成为全球各界精英趋之若鹜的盛会,论坛所坚持的知识研究为全球了解世界发展趋势提供信息支持……但正如曾幕后运作世界经济论坛13年的阳狮集团高管阿蒂亚斯所说:达沃斯已经是一个非常全球化、非常成功的论坛,但现存的问题是,每届论坛上的议题太过庞杂,有从文化到体育

甚至到抗衰老的各种议题300多个。

三、博鳌亚洲论坛运营模式

1. 博鳌亚洲论坛发展概况

2001年2月27日,由菲律宾前总统拉莫斯、澳大利亚前总理霍克及日本前首相细川护熙倡议,26个发起国发起,在中国海南博鳌成立的博鳌亚洲论坛,是一个真正由亚洲人主导,从亚洲的利益和观点出发,专门讨论亚洲事务,增进亚洲各国之间、亚洲各国与世界其他地区之间交流与合作的论坛。2006年,论坛追加新西兰和以色列为发起国。

博鳌亚洲论坛是非官方、非营利性、定期、定址的国际组织。论坛为亚洲以及其他大洲有关国家政府、工商界和学术界领袖就亚洲以及全球重要事务进行对话提供了一个高层次平台。每年4月,在持续4天的年会中,超过2000位覆盖世界各大洲和各主要经济体的来自产业界、教育与学术界、媒体、政界的人士参与其中,为实现推进“亚洲利益共同体”建设的使命建言献策。

2. 博鳌亚洲论坛运营模式分析

(1) 组织结构

博鳌亚洲论坛的组织结构包括论坛会员大会、理事会、咨询委员会、秘书处和研究院。论坛会员大会是论坛的最高权力机构,每年举办一次;理事会目前有15名成员,均是政界和商界知名人士,作为论坛会员大会的最高执行机构,负责论坛工作的总体监督和指导,每年举行一次会议;咨询委员会目前由9名具有一定知名度的前政要和企业界人士组成;秘书处是论坛的常设执行机构,下设秘书长办公室及法律财务部、战略发展部、会员服务部、会展部、研究发展部五个部门,负责具体开展论坛的各项活动,秘书长是论坛的首席执行官和秘书处的负责人;研究院成立于2001年,是论坛的重要智力支持机构,负责提出论坛主题和议题、进行经济预测、提供信息、提供智力资源以及人力资源培训等职能。同时,研究院建立了高层次的亚洲域内外经济问题研究专家网络,吸引国际著名专家学者的积极参与。《新兴经济体发展年度报告》《亚洲经济一体化进程年度报告》和《亚洲经济体竞争力年度报告

告》是研究院每年出版的三份年度研究报告,同时每周还会出版《亚洲经济周报》,为会员和相关合作伙伴提供最新的亚洲域内外的经济信息作为参考。

(2)组织形式及资金运作模式

博鳌亚洲论坛采取会员制形式,分为发起会员、荣誉会员、钻石会员、白金会员、普通会员和临时会员。截至2013年4月2日,论坛共有41名发起会员、8名荣誉会员、42名钻石会员、24名白金会员和76名普通会员。41名发起会员由23个国家派出,其中26名以组织形式,15名以个人形式;荣誉会员是为论坛的创建和发展作出重要和实质性贡献的个人、企业和组织,目前8名荣誉会员中中国会员5名,日本、澳大利亚和菲律宾各1名;钻石会员和白金会员是参加论坛所有活动(包括决策过程)且其申请已经被批准的个人、企业和组织,目前的42名钻石会员中,中国内地企业有19家,若加上港澳台9家,则有28家,占到了钻石会员总数的66.7%;24名白金会员中,17家中国内地企业加3家港澳台企业,占总数的83.3%;普通会员是以出席、观摩论坛年会以及其他活动为目的且其申请已经被批准的个人、企业和组织,76名普通会员中,中国内地企业50家,港澳台企业12家,占总数的81.6%。

总体来说,在目前博鳌亚洲论坛191个正式会员中,中国内地会员达到93个,港澳台24个,共占到总数的61.3%。除发起会员外,150个正式会员来自15个国家和地区,亚洲会员达到了140个,占94%,其余的9个会员为3个美国企业、3个澳大利亚企业、2个德国企业和1个瑞士企业。

会员参会费也是博鳌亚洲论坛的一大经费来源。2013年论坛年会的参会费在3万至4万元人民币之间。合作伙伴对论坛的财政收入起着重要的作用,论坛的合作伙伴包括钻石级合作伙伴、白金级合作伙伴、金牌级合作伙伴、银牌级合作伙伴、智力合作伙伴和媒体合作伙伴。目前钻石级和白金级合作伙伴均为4家,都是世界著名公司,如沃尔沃集团、FMG、美银美林等;金牌级合作伙伴7家;银牌级合作伙伴12家;智力支持伙伴为德勤和财经;媒体合作伙伴有23家,包括国内外的知名媒体,如凤凰卫视、环球时报、澳大利亚七维传媒

公司。

表2 博鳌亚洲论坛会员会费标准

会员类型		会员费
发起会员		每名1 000美元
荣誉会员		免交入会费
钻石会员	A类	25万美元,期限16年
	B类	12万美元,期限5年
	C类	8万美元,期限3年
白金会员	A类	15万美元,期限16年
	B类	7万美元,期限5年
	C类	5万美元,期限3年
普通会员	A类	1万美元,期限16年
	B类	4 500美元,期限5年
	C类	3 000美元,期限3年
	D类	1 200美元,期限1年
临时会员		按论坛组织各会议的价格标准 交纳参会费

资料来源:博鳌亚洲论坛会员招募细则(<http://www.boaoforum.org/hyzmff/index.jhtml>)

(3)议题设置与品牌塑造

博鳌亚洲论坛年会议题,由中国(海南)改革发展研究院组织国内一流经济问题专家,经过讨论提出若干专题和对议题的建议;对这些建议,研究院再听取100多位亚洲问题研究专家的意见,在这个基础上,请28个成员国的专家作最后审议。2002年,论坛理事会确定将“亚洲寻求共赢”作为论坛长期主题,并根据每年的热点加上副标题。如2003年的主题为“亚洲寻求共赢,合作促进发展”、2004年为“亚洲寻求共赢,一个对世界开放的亚洲”。这表明了论坛的宗旨和使命,即努力推进亚洲利益共同发展。历届年会均针对当年的热点,对主题进行精心设置,紧扣时代热点,为促进亚洲的全面发展提供话题。

博鳌亚洲论坛一直坚持“三高”目标打造论坛品牌,即代表高层次、内容高水平、成果高质量。代表高层次:论坛每年会邀请具有极大世界范围影响

力的演讲者;内容高水平:论坛议题的设置总是围绕着对亚洲乃至世界有着重大影响的话题展开,涉及经济、社会、环境及其他相关问题;成果高质量:作为论坛成果之一的《亚洲经济一体化报告》,如今已经成为亚洲经济一体化的风向标。

(4)服务保障与信息公开

博鳌亚洲论坛年会的服务保障工作由海南省人民政府全部承担,其责任包括:接待中外政要、安全保卫、安全生产、公共卫生、环境整治、宣传推介、后勤保障等,这与论坛的发展背景有关,也与论坛发展初期需要海南的全力支持有关。

博鳌亚洲论坛的官方网站上有对论坛的背景、组织结构、会议活动等的介绍,还提供年会报告、年会日程等材料的下载。但论坛与当地民众的关系不够紧密,海南普通民众对论坛的知情权很低。

(5)地区联动发展

除博鳌年会外,博鳌亚洲论坛还在各地召开多样的专题会议。如2002年的桂林博鳌亚洲旅游论坛、2004年的深圳国际物流大会、2005年的北京亚洲教育论坛和西安欧亚经济论坛、2009年的伦敦国际资本峰会、2011年的香港博鳌青年论坛、2012年的孟买亚洲金融合作会议以及2013年6月20日在青岛召开的亚洲自贸协定论坛等,这些专题论坛使论坛的内容更加丰富,同时使论坛走出博鳌,“博鳌”不再局限于海南博鳌,更是一个品牌。

博鳌亚洲论坛为亚洲更好地参与国际事务提供了一个交流平台。但不论是会员还是合作伙伴,中国所占的比例都还比较大,尽管这与论坛选址在中国以及中国经济的迅猛发展有关,但这也可能导致论坛过于“中国化”。论坛需要倾听世界的声音,所以努力发展国外会员将是推进其发展、促使其完成使命的一个重大任务。同时由于其发展背景,相较于由民间发起的世界经济论坛,博鳌亚洲论坛的政治色彩比较浓重,商业化运作程度较低,论坛的氛围也更为正式,与会的国家领导人与其他与会者的交流不够,大部分都仅仅在开幕式上致辞。

四、世界经济论坛与博鳌亚洲论坛运营模式对比

世界经济论坛与博鳌亚洲论坛都已成为共同

管理国际社会事务、促进全球、地区经济发展的重要交流平台,二者同样采用会员制的形式,同样运用商业化的运作模式来管理事务,同样致力于促进经济、社会发展,同样通过前瞻的议题设置吸引与会者的眼球,加强论坛吸引力。然而,两个论坛由于发展背景以及当前发展程度的不同,在运营模式上存在着一定的差异,如对会员条件限制的不同、会员结构的不同、服务保障工作主体的不同等,而这些差异,在一定程度上使两个论坛的品牌塑造、影响程度具有差异。

世界经济论坛和博鳌亚洲论坛都以打造高端化品牌作为一个重要支撑点。两个论坛从嘉宾、参会者、参会人数、论坛议题等进行了深度的斟酌,力求使论坛品牌保持高端化和高品质,吸引更多精英参与其中。而相较而言,世界经济论坛的坚持可能更胜一筹:政客一旦下野就无缘参与,只有年销售额为10亿美元以上的企业才能获得一张门票,只有极具影响力的学者、艺术家、社会活动家才有可能得到邀请。

不论是论坛的数量还是质量,世界经济论坛都已成为世界顶级公司和各界领袖共同交流的高端平台。从资金运作来看,世界经济论坛尽管是非营利组织,但其基金会资本几乎每年都在增长,2012年达到了26 807 589瑞士法郎,充足的资本为其日常运作和项目培育提供了强大的支持,使世界经济论坛能够更好地发挥自身的能力,为改善全球状况贡献力量。

博鳌亚洲论坛由于其发展时间和背景,较于世界经济论坛而言,还处在学习发展的阶段。博鳌亚洲论坛的政治色彩和不够充分的商业化运作使其氛围无法像达沃斯年会那样轻松;同时,会员发展更是处在亟待拓展的阶段,中国会员比例较大,可能会使其议题导向、研究成果等都偏“中国化”,缺少其他经济体的活力注入。

同时,尽管两个论坛都有专门的智力机构为其提供智力支持,但世界经济论坛更重视对智库的利用,尤其是与世界26所顶尖大学的合作;而博鳌亚洲论坛的重视程度较低,亚洲各国大学和专家学者的参与度并不高,海南当地高校的参与程度也相当低。

从论坛的主题来看,两个论坛都致力于将时代的热点和人们最关心的问题作为讨论对象。如2009年,全球经济危机爆发后,世界经济论坛和博

鳌亚洲论坛分别以“构建危机后的世界”和“经济危机与亚洲:挑战与展望”作为年会主题,为被经济危机席卷的世界重新恢复发展出谋划策。

表3 世界经济论坛与博鳌亚洲论坛运营模式对比

	世界经济论坛	博鳌亚洲论坛
论坛使命	改善全球状况。	推进“亚洲利益共同体”建设。
论坛坚持	只在精英层面上推广,目标客户为政府部级以上的领导和大型企业的CEO、极有影响力的学者、艺术家、社会活动家(政客一旦下野就无缘参与);议题均是围绕全球热点;坚持高品质、高端化。	代表高层次 内容高水平 成果高质量
论坛议题	全球影响的主题,包括经济、社会、生态、文化等	以促进亚洲发展和与国际合作为主展开的主题
领导团队	基金董事会(25名);执行董事会:执行董事(8名)、资深总监(20名)、总监(37名)	论坛会员大会、理事会(15名)、咨询委员会(9名)、秘书处、研究院
会员制结构	会员(1 000)、战略合作伙伴(108)、行业合作伙伴(469)	发起会员(41)、荣誉会员(8)、钻石会员(42)、白金会员(23)、普通会员(74)、临时会员
资金管理	论坛日常运作成本以及项目培育	论坛日常运作成本
知识成果	全球竞争力报告及若干区域性报告、全球风险报告、全球信息技术报告、全球议程等	新兴经济体发展年度报告、亚洲经济一体化进程年度报告、亚洲经济体竞争力年度报告、亚洲经济周报
服务保障	格州政府和“阳狮公司”	海南省政府
论坛特色	社区式经营,地区峰会	在其他城市开展专题论坛
论坛氛围	自由、开放、平等、轻松	力求开放、轻松、平等,但仍带有一些政治色彩

五、结语与展望

达沃斯与博鳌,虽然都是依托会展兴起的偏远小镇,世界经济论坛与博鳌亚洲论坛在运营模式上存在着较大的差异。相比于已有43年历史的达沃斯世界经济论坛,博鳌亚洲论坛还处在模仿和学习的阶段。博鳌亚洲论坛有可能探索出21世纪的一种有着自身特色的论坛形式,但目前来看关键要解决以下几个问题:

第一,切忌浮躁,坚持高端化。随着博鳌亚洲论坛的兴起,很多发展商蜂拥而入以寻找商机,有可能搅乱牌局,主办者不能被形势冲昏头脑。

第二,要有长远的考虑,重视品牌效应而不仅是短期的受益。论坛的媒体宣传是建立品牌的重要途径,目前博鳌亚洲论坛的23家媒体合作伙伴中有16家是中国媒体,通过国际媒体进行宣传传播的途径比较有限。应加大与国际知名、有影响力的媒体合作,同时创新宣传方式,网站、微博、微信等新式宣传手段也极为重要。

第三,逐步弱化“中国化”倾向。要加大对国外会员的发展力度,而要想让国外的企业成为会员,势必要使博鳌亚洲论坛的价值最大化;要加大对智库的利用程度,加强与世界知名大学的合作,同时

表4 世界经济论坛与博鳌亚洲论坛历年年会主题

	世界经济论坛	博鳌亚洲论坛
2002 年	脆弱年代的领导作用:对共同未来的展望	新世纪,新形势,新任务——亚洲经济合作与发展
2003 年	建立信任	亚洲寻求共赢,合作促进发展
2004 年	建立安全与繁荣的伙伴关系	亚洲寻求共赢,一个对世界开放的亚洲
2005 年	为艰难抉择承担责任	亚洲寻求共赢,亚洲的新角色
2006 年	创新的必要性	亚洲寻求共赢,亚洲的新机会
2007 年	确立全球议题:变化中的力量格局	亚洲寻求共赢:亚洲制胜全球经济——创新和可持续发展
2008 年	合作创新的力量	绿色亚洲:在变革中实现共赢
2009 年	构建危机后的世界	经济危机与亚洲:挑战与展望
2010 年	改善世界状况——重新思考、重新设计、重新建设	绿色复苏:亚洲可持续发展的现实选择
2011 年	新形势下的共同准则	包容性发展:共同议程和全新挑战
2012 年	大转型:塑造新模式	变革中的亚洲:迈向健康与可持续发展
2013 年	为持久发展注入新活力	革新 责任 合作:亚洲寻求共同发展

可以不定期地派论坛的工作人员到会员企业中去,了解会员对当今形势的看法以及关注的焦点和热点,从而促进论坛在议题选择上更加合理化和富有吸引力;要深化对论坛知识成果的研究,扩大论坛知识成果的影响力。此外,博鳌亚洲论坛还应该增加针对特定与会人群的“闭门会议”,这类会议最能够吸引世界顶尖精英参与,并能有效提高论坛的品牌影响力。在世界经济论坛上,这种闭门会议占到了年会活动的70%左右,而在2013年的博鳌亚洲论坛上,63场会议中只有6场闭门会议,比例只占到9.5%。

第四,强化商业化运作。目前博鳌亚洲论坛的会议具体操作工作和后勤工作都是由海南省政府负责的,而这无形中也强化了其政治色彩。博鳌亚洲论坛可以学习世界经济论坛,采用将服务保障工作外包的方式,将这部分工作交给专业的会议公司,淡化政府其中的作用。这样不仅能降低政府投入,还能使论坛更多地按照国际惯例运作,并逐步建立起一套标准化的年会服务模式。

参考文献:

- 2003 博鳌亚洲论坛年会将实现三个目标[EB/OL].(2003-10-24)[2013-08-05].http://www.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2003-10/24/content_5428387.htm.
- 博鳌亚洲论坛官方网站.<http://www.boaforum.org/hyhydlfbgk/index.jhtml>.
- 高伟娜.2009.达沃斯案例的经济学解读[J].特区经济(1):284-286.
- 沈世顺.2013.“中国达沃斯”参与者多商人少学者[OL].(2013-04-06)[2013-08-05].<http://opinion.uschinapress.com/NewsCommentary/20130406/46240.html>.
- 世界经济论坛中文官方网站.<http://chinese.weforum.org/our-history>.
- 王跃洲.2009.世界经济论坛:缘起与发展(1971-2007)[D].上海:华东师范大学.
- 巫宁.2007.从财富全球到博鳌亚洲:世界知名论坛成功运作的启示[J].旅游时代(2):30-31.
- GOPALAN M P. 2001. Boao after Davos [J]. Hong Kong Business(4):86-87.
- JEAN-CHRISTOPHE G. 2003. How Powerful are Transnational Elite Club? The Social Myth of the Economic Forum[J].New Political Economic(3):321-340.

Comparative Study on Operation Mode between the World Economic Forum and the Boao Forum for Asia

CAI Li-bin, XIE Si-huan

(School of Management, Ocean University of China, Shandong Qingdao 266100, China)

Abstract: Both the World Economic Forum and Boao Forum for Asia become the important platforms for co-managing international social affairs and for boosting global and regional economic development, use membership system and commercialized operation mode to manage affairs in order to boost economic development and to attract the participants by setting up anticipated meeting topics, because of the difference in developing background and currently developing degree, however, there is certain difference in operation mode, for example, the difference in member qualification limit, member structure, and the working main body of service security and so on. Comparing with the World Economic Forum, Boao Forum for Asia is insufficient in commercialized operation, is different in member structure, is preferential to “Chinese members” in member structure and cooperating partners and is inadequate in emphasizing and using wise people. Based on sticking to “Three High Objectives”, Boao Forum for Asia should pay more attention to brand effect, strengthen the cooperation with internationally famous universities and internationally influencing media to enlarge the impacting forces of intellectual achievement, outsource service and security work to practically consolidate commercialized operation and largely develop foreign members to gradually weaken the trend of “Chinalization”.

Key words: the World Economic Forum; Boao Forum for Asia; Davos Forum; funds operation; membership; commercialized operation; forum community; topic setup; brand effect

CLC number: F064.2; F713.50 **Document code:** A **Article ID:** 1674-8131(2013)06-0076-09

(编辑:夏 冬,段文娟)

声 明

本刊已许可中国学术期刊(光盘版)电子杂志社在中国知网及其系列数据库产品中以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文;同时,本人为《国家哲学社会科学学术期刊数据库》《万方——数字化期刊群》《中文科技期刊数据库》《科技论文在线》《国研网》《龙源期刊网》《教育阅读网》《中文电子期刊服务数据库》(CEPS,华艺数据库)等数据库全文收录期刊(其中《国研网》为选择性收录),论文在本刊发表后将通过上述数据库传播。

文章凡经本刊选用,即视为作者同意本刊代理该作品电子版的信息网络传播权,并且本刊有权授权其他机构进行该作品电子版信息的网络传播。

作者向本刊提交文章发表的行为即视为同意本刊上述声明。若作者不同意其作品收录入上述数据库,请在来稿时说明,我们可做相应处理。

西部论坛编辑部