

<https://doi.org/10.52288/mice.27069273.2021.09.04>

## 国际商展的规模效应与替代效应 The Scale Effect and Substitution Effect of International Exhibition

周霖珊<sup>1\*</sup>  
Lin-Shan Zhou

### 摘要

近年来,全球会展业仍处于蓬勃发展阶段,随着经济发展越来越快,商展模式作为能促进经济发展的一巨大动力,其进步之迅猛令商展经济发展前景不容小觑,中国会展业发展也借此迎来新的契机。客观、准确分析商展的规模效应与替代效应,对中国会展产业的可持续发展具有战略意义。本文选取极具代表性的中国华东进出口商品交易会为研究对象,对比中国-东盟博览会和中国进出口商品交易会,将成交额、展览面积、参展人数与综合绩效等指标进行相关分析,得出三个展会呈正向发展并存在规模效应,根据分析结果为促进中国未来展会的发展提出可行性建议。

**关键词:** 中国华东进出口商品交易会、中国-东盟博览会、中国进出口商品交易会、规模效应、替代效应

### Abstract

In recent years, the global exhibition industry is still in the stage of prosperity. With the rapid development of economy, as a great driving force to promote economic development, the business exhibition mode has made rapid progress, and its development prospect is very optimistic. China's exhibition industry has currently met new opportunities. An accurate analysis of the scale effect and substitution effect of the business exhibition is of strategic significance to the sustainable development of China's exhibition industry. This article selects the highly representative China East China Import and Export Fair as the research object, compares the China-ASEAN Expo and the China Import and Export Fair, and analyzes the exhibition area, transaction volume, and the number of purchasing merchants. The three exhibitions are showing a positive development, and based on the analysis, feasibility suggestions are put forward to promote the development of the exhibition.

**Keywords:** The East China Fair, The Sino-ASEAN Expo, The China Import and Export Fair, Scale Effect, Substitution Effect

### 1. 国际商展的研究背景

着眼当下中国,自会展产业被我国纳入“十一五”发展规划以来,其有力推动了中国外贸出口企业品牌推广、产业营销、企业文化形象的树立,促进了我国与世界各国

<sup>1</sup> 厦门大学嘉庚学院国际商学院国际经济与贸易专业 987915730@qq.com\*通讯作者

的经贸往来。随着改革开放的持续进行，会展产业已经成为国内极具活力的现代服务业（黄运鑫，2019）。

作为世贸组织成员国，中国的出口贸易的体量在逐年增大，并于2018年继续保持了全球货物贸易的第一大国地位。会展产业为出口贸易的商业谈判、高新技术引进和转让等营造了良好的条件，而出口贸易总量地提高又反过来推动了会展产业的发展，从而构成相辅相成的良性循环。作为商品流通的服务产业，会展产业如今已成为推动国家经济增长的重要驱动力。作为国际贸易行业里的创新制度，会展产业将持续对中国的出口贸易构成长远的影响（黄运鑫，2019）。

商展是指通过展销会、博览会等各种交易会形式，把多家企业集中在一起，向参观者展示自己的产品，让消费者可以近距离的体验商品。商展不仅可以用展销一体的形式宣传自己的产品，也可以从一线了解到消费者对产品的看法和需求，让消费者感受到企业的文化与实力（夏雪与纯金典，2020）。随着经济发展加快，在会展产业中可发现商展对拉动地方经济贡献极大，透过其发展概况，能够反映各地展览市场的经济情况，作为促进经济发展的巨大动力，商展模式作业越来越受到企业甚至政府的重视，各种商展举办的数量与日俱增，规模也越来越大。在2019年，中国境内共举办了经贸类展览3,547个，展览总面积同比增长0.8%，为13,048万平方米。但同时，中国展览经济发展也从高速增长进入高质量发展轨道，不再单纯追求数量增长，开始注重质量和规模经济效应（中国国际贸易促进委员会，2019）。

作为现代服务业的重要支柱之一，全球会展业的市场规模也在逐步扩大着，商展经济受到多方重视，发展前景不容小觑。根据Technavio预测，2018年全球会展行业市场规模为355.2亿美元，年复合增长率为5.19%（益达，2019）。当下，全球会展业存在“实力东移”的趋势，新兴会展大国中国百强商展上榜实力十二年间有显著提升，中国会展业发展迎来了新的契机，以北上广为代表，发展快、潜力足、空间大（裘小婕与张敏，2020）。在各类商展中，最具代表性的有：1957年开始举办的中国进出口商品交易会；1991年开始举办的中国华东进出口商品交易会；2014年开始举办的中国东盟博览会。随着各地会展业竞争愈来愈激烈，会展规模与展会面积增长明显，国际化趋势越来越显著，客观准确分析商展的规模效应与替代效应，对中国会展业的可持续发展具有战略意义。

本文以华交会、中国-东盟博览会和广交会的发展为例，透过三个代表性展会的成交额、展览面积、参展人数与综合绩效四个指标，相关性分析验证其是否存在规模效应与替代效应。其中规模效应即指分析对象具有加成效果，具有促进作用；替代效应指分析对象互相间有负面影响，将出现后者替代前者的现象。

## 2. 华交会、中国-东盟博览会和广交会的发展概况

### 2.1 广交会的发展概况

中国进出口商品交易会，简称广交会，是由商务部和广东省人民政府联合主办，是中国对外贸易中心承办的中国目前历史最长、规模最大、商品种类最全、到会采购商最多且分布国别地区最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会，被誉为“中国第一展”。自创办起，其坚持改革创新，历经各种严峻考验从未间断，是中国企业开拓国际市场的优质平台，中国外贸第一促进平台，是中国对外开放的窗口、缩影和标志。广交会每年春秋两季在广州举办，从1957年起，广交会已举办了129届。截至2019年，广交会累计出口成交约14,126亿美元，累计到会境外采购商约899万人。广交会之所以选址广东广州，一大原因是广东省无论是人口还是经济发展水平等各

方面的强大综合实力，通过广东省的经济情况可以反映大部分的中国经济走向。据表1可以看出，近十多年广东省GDP占全国GDP比重都达到了10%以上，而广交会的举办，可以看到在20世纪初，所创造的价值占广东省整体GDP的10%以上，其极大丰富广东省经济结构，促进其经济发展。随着时间流逝，广交会成交额在广东省GDP占比虽有所下降，究其原因，近些年外贸环境变化较快且态势明显，但并不需要担心，广交会多年积累下的商业联系将让广交会继续发展，并在新态势中创造更多精彩。2020年，在全球新冠肺炎疫情持续蔓延、国际贸易受到严重冲击的形势下，第127、128届广交会相继在网上举办。其成功举办探索了国际贸易发展的新路，奠定了线上线下融合发展的坚实基础，更好发挥了全方位对外开放平台作用。

表1. 广东省2001~2019年生产总值情况（汇率：1美元≈6.3945人民币）

时间	广交会全年成交额（亿元）	广东省地区生产总值（亿元）	广交会在广东省GDP占比	国内生产总值（亿元）	广东省GDP占全国GDP比重
2001	1,863.42	12,126.6	15.37%	110,863.1	10.94%
2002	2,258.54	13,601.9	16.60%	121,717.4	11.17%
2003	1,592.87	15,979.8	9.97%	137,422.0	11.63%
2004	3,306.60	18,658.3	17.72%	161,840.2	11.53%
2005	3,751.01	21,963.0	17.08%	187,318.9	11.72%
2006	4,238.27	25,961.2	16.33%	219,438.5	11.83%
2007	4,721.70	31,742.6	14.87%	270,092.3	11.75%
2008	4,462.08	36,704.2	12.16%	319,244.6	11.50%
2009	3,625.68	39,464.7	9.19%	348,517.7	11.32%
2010	2,893.58	45,944.6	6.30%	412,119.3	11.15%
2011	4,780.53	53,072.8	9.01%	487,940.2	10.88%
2012	4,393.66	57,007.7	7.71%	538,580.0	10.58%
2013	4,299.02	62,503.4	6.88%	592,963.2	10.54%
2014	3,850.19	68,173.0	5.65%	643,563.1	10.59%
2015	3,521.20	74,732.4	4.71%	688,858.2	10.85%
2016	3,579.26	82,163.2	4.36%	746,395.1	11.01%
2017	3,848.21	91,648.7	4.20%	832,035.9	11.01%
2018	3,832.86	99,945.2	3.83%	919,281.1	10.87%
2019	3,773.91	107,986.9	3.49%	986,515.2	10.95%

资料来源：据国家统计局及展会官网数据整理

## 2.2 华交会发展概况

中国华东进出口商品交易会，简称华交会，是由中华人民共和国商务部支持，上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省、南京市、宁波市等华东九个省市区联合主办的中国规模最大、辐射面最广、客商最多、成交额最高的区域性国际经贸盛会。自1991年以来，华交会已成功举办了30届。在各主办省市共同努力下，华交会的举办规模已从初期的2.1万平方米增长到12.65万平方米，累计参展企业数超过7万家，累计成交金额超过640亿美元，累计到会海外采购商人数超过41万人次。为

应对疫情，第30届华交会于线上举办，共吸引了来自52个国家和地区的15,333名访客，网站访问浏览量达172,910次。华交会九个主办省市的GDP总和占全国GDP的45%，出口额则占全国出口总额的一半，所以华交会也被视为中国外贸出口的“晴雨表”（沈丽，2005）。华交会选址上海，原因有上海市作为国际大都市，拥有更多的机会，可以创造更多价值，从表2可以看到上海市地区生产总值占全国GDP比重就达到了3%以上。华交会成交额占上海市GDP比重近些年有所下降，原因可能是上海作为对外窗口，近些年承办了不计其数的展会，经济结构更丰富，但也侧面展示了商展市场的巨大机遇与可能性，华交会比重虽小，但经济价值不一定有所降低。

表2. 上海市2001~2019年生产总值情况

时间	华交会全年成交额（亿元）	上海市地区生产总值（亿元）	华交会在上海市GDP占比	国内生产总值（亿元）	上海市GDP占全国GDP比重
2001	97.99	37,987.6	1.86%	110,863.1	4.74%
2002	108.02	36,011.8	1.86%	121,717.4	4.76%
2003	130.47	32,925.0	1.92%	137,422.0	4.95%
2004	163.65	29,887.0	2.02%	161,840.2	5.01%
2005	190.17	26,887.0	2.07%	187,318.9	4.91%
2006	212.36	25,269.8	2.00%	219,438.5	4.83%
2007	227.20	23,204.1	1.76%	270,092.3	4.77%
2008	235.19	21,305.6	1.62%	319,244.6	4.55%
2009	143.30	20,009.7	0.91%	348,517.7	4.52%
2010	174.76	17,915.4	0.98%	412,119.3	4.35%
2011	181.54	15,742.4	0.91%	487,940.2	4.10%
2012	199.64	14,536.9	0.94%	538,580.0	3.96%
2013	179.94	12,878.7	0.78%	592,963.2	3.91%
2014	176.42	10,598.9	0.70%	643,563.1	3.93%
2015	164.08	9,197.1	0.61%	688,858.2	3.90%
2016	147.71	8,101.6	0.49%	746,395.1	4.00%
2017	148.16	6,804.0	0.45%	832,035.9	3.96%
2018	148.35	5,795.0	0.41%	919,281.1	3.92%
2019	147.07	5,257.7	0.39%	986,515.2	3.85%

资料来源：据国家统计局及展会官网数据整理

### 3.2 中国-东盟博览会发展概况

中国-东盟博览会，简称东博会，是中国和东盟10国政府经贸主管部门及东盟秘书处共同主办、广西承办的国际经贸盛会，自2014年起，已成功举办16届。中国-东盟自贸区与东博会相生相长。2010年1月1日，中国-东盟自贸区正式建成，中国-东盟的经贸合作翻开了崭新一页。中国-东盟博览会是以展会为桥梁，旨在促进中国-东盟自由贸易区建设，共享合作发展机遇。它推动并见证了中国-东盟战略伙伴关系内涵的不断丰富、经贸合作水平的迅速提升、人文民间交往的日益密切，为服务“一带一路”建设发挥了重要作用。自东博会举办后，广西对东盟贸易从2004年的约10.8亿

美元，到2019年增长至6,415亿美元；历届博览会的展位数从2004年的2,506个增加至2019年的6,600个；同时参展参会客商人数从2004年的18,000人增加至2019年的85,000人，保持稳步上升的趋势。广西省东博会选址广西，有利于在促进一带一路发展的同时也对广西省GDP起到促进作用；同样的，东博会成交额在广西省GDP占比也在逐年下降，与上述两个展会存在异曲同工之处，但有政策加持及全球化的发展步伐协助，东博会总体态势还是上升状态。

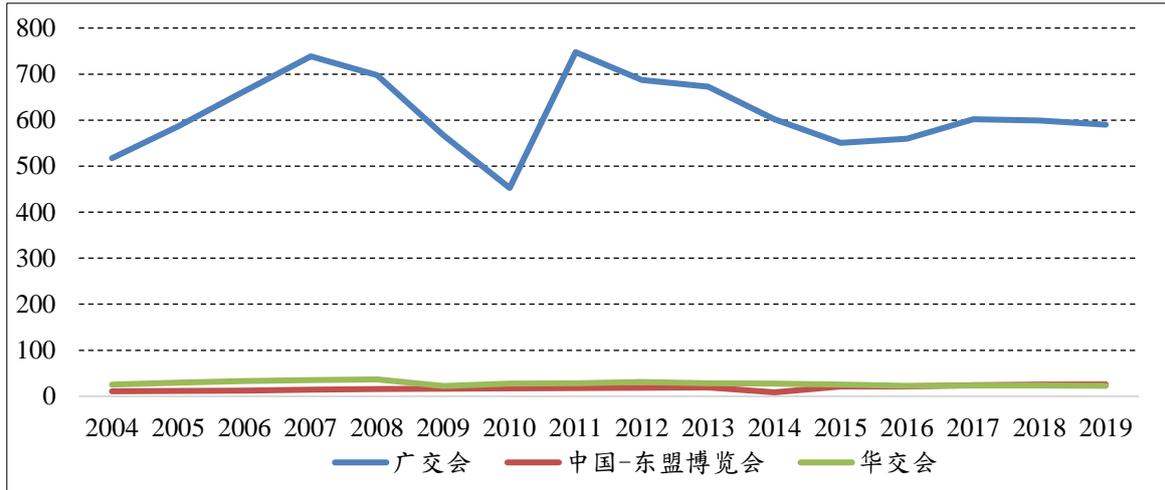
表3. 广西省2001~2019年生产总值情况

时间	东博会全年成交额（亿元）	广西省地区生产总值（亿元）	东博会在广西省GDP占比	国内生产总值（亿元）	广西省GDP占全国GDP比重
2001	-	2,279.3	-	110,863.1	2.06%
2002	-	2,523.7	-	121,717.4	2.07%
2003	-	2,798.2	-	137,422.0	2.04%
2004	69.06	3,305.1	2.09%	161,840.2	2.04%
2005	73.54	3,742.1	1.97%	187,318.9	2.00%
2006	81.21	4,417.8	1.84%	219,438.5	2.01%
2007	90.80	5,474.8	1.66%	270,092.3	2.03%
2008	102.12	6,455.4	1.58%	319,244.6	2.02%
2009	105.77	7,112.9	1.49%	348,517.7	2.04%
2010	109.47	8,552.4	1.28%	412,119.3	2.08%
2011	115.55	10,299.9	1.12%	487,940.2	2.11%
2012	120.09	11,303.6	1.06%	538,580.0	2.10%
2013	122.13	12,448.4	0.98%	592,963.2	2.10%
2014	55.63	13,587.8	0.41%	643,563.1	2.11%
2015	135.67	14,797.8	0.92%	688,858.2	2.15%
2016	135.67	16,116.6	0.84%	746,395.1	2.16%
2017	153.54	17,790.7	0.86%	832,035.9	2.14%
2018	165.35	19,627.8	0.84%	919,281.1	2.14%
2019	166.29	21,237.1	0.78%	986,515.2	2.15%

资料来源：据国家统计局及展会官网数据整理

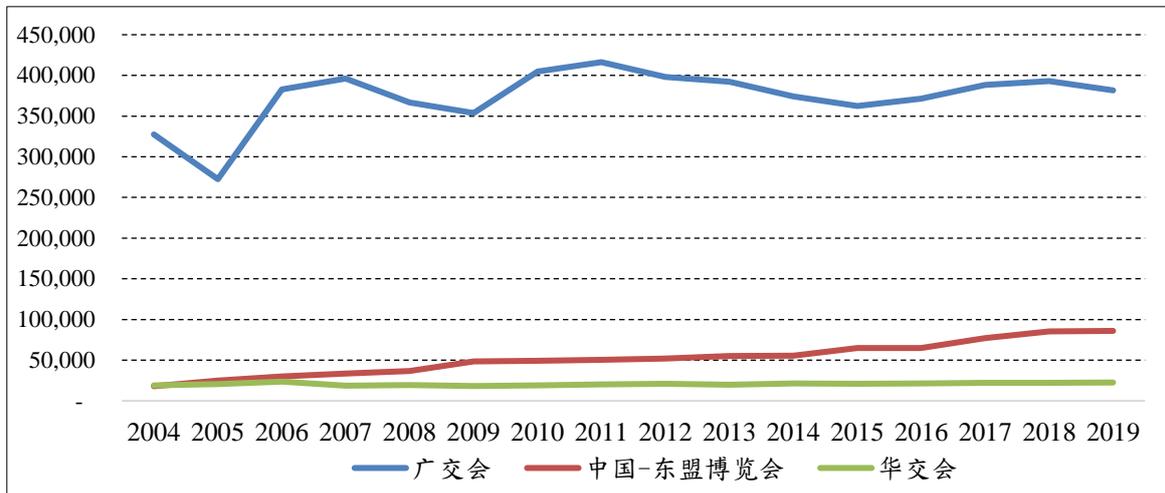
### 3. 华交会、中国-东盟博览会和广交会的展会指标探索

华交会、中国-东盟博览会和广交会在成交额、展览面积、参展人数与绩效四个指标的历年趋势如下。为便于比较，故在折线图中选取起步最晚的东博会的创办时间2014年为起点。可以看出，广交会作为“中国第一展”，不论从成交额、参展采购商人数及展览面积，比起东博会与华交会，都遥遥领先，占据巨大优势。近几年，从全年成交额（图1）来看，三个代表性展会在2015年后全年成交额都较为稳定，没有太大变化；从采购商人数（图2）来看，东博会与华交会的采购商人数保持增长状态，逐年递增，而华交会近几年较为稳定；从展览总面积（图3）来看，东博会与华交会一直处于平稳状态，对于广交会而言，在2008年前，是快速增长阶段，自2008年后展览总面积也就趋于平稳。



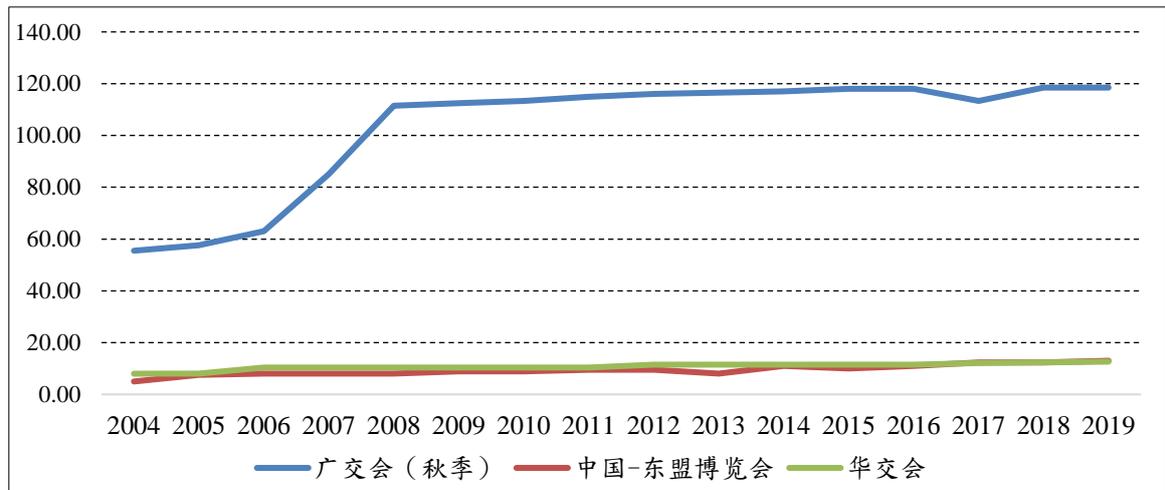
资料来源：本文自行整理

图 1. 广交会、中国-东盟博览会与华交会全年成交额（亿美元）



资料来源：本文自行整理

图 2. 广交会、中国-东盟博览会与华交会采购商人数



资料来源：本文自行整理

图 3. 广交会、中国-东盟博览会与华交会展览总面积（万平方米）

相关系数可以反映变量之间相关关系密切程度，用字母  $r$  表示。若  $r > 0.7$ ，则相关性程度高，则变量之间存在正向作用；具有规模效应。若  $0.3 \leq r \leq 0.7$ ，则相关性程度为一般，变量之间影响作用较小。若  $r < 0.3$ ，则相关性程度低，变量之间影响不明显。若  $r$  为负数，则变量之间存在替代效应，其中有变量存在没落、消退的状态；同时，变动率反映变量之间变动速度的大小，来反映变动的快慢程度。通过计算华交会、中国-东盟博览会和广交会成交额、展览面积、参展人数及变动率的相关系数及变动率，可判断展会的规模效应与替代效应。从表4和表5可以看出华交会与广交会的全年成交额的相关系数为0.6238，为中级相关；同时二者全年成交额变动率成正相关关系，说明广交会与华交会存在群聚效应，这可能是由于华交会与广交会服务地域存在较大差异，且资源也不相同，企业可能选择参加这两种展会，达成不同交易。但华交会与中国-东盟博览会全年成交额及全年成交额变动率都成负相关关系，说明华交会与中国-东盟博览会这两者具有替代效应，说明东博会有可能取代华交会。

表 4. 华交会与广交会和中国-东盟博览会全年成交额相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	-0.0515 (-0.1931)**	1	
华交会 (t-Statistic)	0.6238 (2.9864)**	-0.5140 (-2.2423)**	1

资料来源：本文自行整理

表 5. 华交会与广交会和中国-东盟博览会全年成交额变动率相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	-0.0443 (-0.1600)**	1	
华交会 (t-Statistic)	0.2393 (0.8887)**	-0.0787 (-0.2846)**	1

资料来源：本文自行整理

从表6和表7可以看出，在华交会与广交会和中国-东盟博览会的采购商人数及变动率相关性分析中，相关系数皆为正，其中华交会与东博会采购商人数的相关系数为0.5130，为中等相关。这些说明华交会与广交会和中国-东盟博览会再此基础上存在群聚效应，原因可能是三个展会都是中国极具代表性的展会，企业选择前往这三个展会，让企业之间更加了解互相的产品研发情况，增进与相关行业其他企业的友好关系，并有更多途径寻找相关企业的合作伙伴。而消费者面对琳琅满目的商品，会对更感兴趣的商品进行判断选择，花更多时间去了解可能更优秀的产品（夏雪与纯金典，2020）。

表 6. 华交会与广交会和中国-东盟博览会采购商人数相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	0.4613 (1.9453)**	1	
华交会 (t-Statistic)	0.1403 (0.5300)**	0.5130 (2.2362)**	1

资料来源：本文自行整理

表 7. 华交会与广交会和中国-东盟博览会采购商人数变动率相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	-0.1117 (-0.4053)**	1	
华交会 (t-Statistic)	0.2643 (0.9882)**	0.0284 (0.1024)**	1

资料来源：本文自行整理

从表8和表9可以看出，在华交会与广交会和中国-东盟博览会展览总面积相关性分析中，相关系数皆为正，呈群聚效应。这可能是由于当下，大部分国家地区都以展览面积为指标。根据《进出口经理人》杂志自2008年到2019年，已连续发布十二年世界商展百强榜，百强商展总面积持续保持上升态势，由2008年的1,770.18万平方米，增长至2019年的2,195万平方米，总增长接近24%；平均面积不断扩张，从2008年的17.70万平方米，增长到2019年的21.95万平方米；准入门槛水涨船高，2008年入围标准为10万平方米，2017年达到峰值12.50万平方米（裘小婕与张敏，2020）。各展会扩大面积规模，以谋求更大的展会效益，争夺世界市场。但华交会与广交会和中国-东盟博览会会展览总面积变动率都为负，成替代效应，这可能是由于近几年，展览面积增速减缓。

根据目前已发现的研究成果当中，由杨国梁与娄炫博（2021）在会展产业发展的生命周期研究中的方法，选取全年成交额、采购商人数和展览面积三者的加权系数作为绩效指标进行数据比较分析，探究三大展会的绩效变化，得到数据如表10、表11。

表 8. 华交会与广交会和中国-东盟博览会展览总面积相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	0.7011 (3.6785)**	1	
华交会 (t-Statistic)	0.8149 (5.2598)**	0.8631 (6.3956)**	1

资料来源：本文自行整理

表9. 华交会与广交会和中国-东盟博览会展览总面积变动率相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	-0.1615 (-0.5900)**	1	
华交会 (t-Statistic)	-0.0128 (-0.0460)**	-0.0693 (-0.2506)**	1

资料来源：本文自行整理

从表10和表11可以看出，在华交会与广交会和中国-东盟博览会绩效相关性分析中，相关系数皆为正，呈群聚效应，但数值较小，规模效应并不明显。这可能是由于经过近年会展业的快速增长，中国展览业无论项目数量还是场馆数量均已积累了庞大的存量，市场竞争日益加剧，各方面增长率可能趋缓，导致绩效并不存在明显增幅。但根据这些数据的正向性，依然可以判断三个展仍颇具发展动势，相互促进，使整体会展业往更好方向发展。

表10. 华交会与广交会和中国-东盟博览会绩效相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	0.4613 (1.9451)**	1	
华交会 (t-Statistic)	0.1406 (0.5313)**	0.5128 (2.2352)**	1

资料来源：杨国梁与娄炫博（2021）。会展产业发展的生命周期。

表11. 华交会与广交会和中国-东盟博览会绩效变动率相关性分析

	广交会	中国-东盟博览会	华交会
广交会	1		
中国-东盟博览会 (t-Statistic)	-0.1117 (-0.4054)**	1	
华交会 (t-Statistic)	0.2646 (0.9892)**	0.0282 (0.1016)**	1

资料来源：杨国梁与娄炫博（2021）。会展产业发展的生命周期。

#### 4. 结论与建议

2019年，面对错综复杂的国内外形势，特别是中美经贸摩擦的严峻挑战，中国展览业发展继续坚持以供给侧结构性改革为主线，坚持以改革开放为动力，坚持专业化、国际化、品牌化、信息化办展方向，加快建设现代化展览经济体系，展览质量不断提高，经济效益持续向好（中国国际贸易促进委员会，2019）。而会展业作为市场经济的重要组成部分，对于我国经济高质量发展，以及推动经济发展和实现经济合作共享，发挥着十分重要的作用，对国民经济发展的促进作用和影响力进一步提升。在

全球经贸发展的特殊时期，中国坚持举办商展，彰显了中国的大国担当与大国精神，并通过实际的行动，为促进全球贸易和世界经济增长做出重要贡献(裴超等,2020)。

本文基于相关系数，通过对华交会、中国-东盟博览会和广交会全年成交额、展览面积、参展人数、绩效四个指标的探索，由综合评判结果可得：华交会与广交会和中国-东盟博览基本都处于群聚效应下，不仅自身在蓬勃发展，并对往后互相的发展都起着促进作用。华交会并不能取代广交会，同时也无法被中国-东盟博览会所取代。

根据分析发现三个会展的特性应更加鲜明，在主题、内容设置方面更有独特性，才能吸引更多参展商及采购商前往。在展览面积已到达一定值的情况下，更注重展会本身，不盲目追求扩大展馆，造成资源浪费。三大展会彼此之间具有相辅相成的效果，规模效应会使展会更加兴盛，效应更加明显。因此，三大展会可以通过加深彼此交流合作等方式，实现互促共赢，取得更大发展。

### 参考文献

1. 黄运鑫(2019)。新时代中国会展产业对出口贸易的影响。《对外经贸实务》，7，84-88。
2. 裘小婕、张敏(2020)。世界百强商展比较研究(上)。《中国会展》，13，46-51。
3. 沈丽(2005)。华交会：带动区域经济联合大发展。《行业聚焦》，5，35-57。
4. 夏雪、纯金典(2020)。新时代发展商展经济的意义和挑战以及“互联网+”背景下商展经济新模式研究。《商展经济》，4，5-8。
5. 中国国际贸易促进委员会(2019)。2019年中国展览经济发展报告。1-14。
6. 益达(2019)。创新发展成为中国会展业主旋律—解读《中国展览经济发展报告2018》。《中国对外贸易》，3，36-39。
7. 杨国梁、娄炫博(2021)。会展产业发展的生命周期研究。《会展前瞻》，2(2)，1-15。
8. 裴超、付晓、孟楠(2020)。新格局，孕育新发展—透过第三届中国会展业国际经贸论坛看我国会展业发展新机遇。《中国会展》，23，30-39。

收稿日期：2021-05-17  
责任编辑、校对：杨佳华、刘晓轩