

敬啟者:

對於 [競爭條例草案] 的立法, 在商言商, 並無異議, 以前瞻性角度而言; 此舉營造更公平及有利的營商環境, 但據稱有關 [香港貿易發展局] (下簡稱 [貿發局]) 將納入當中的規管內, 我們是有所保留的. 我們是從事禮品及家庭用品的生產. 過去我們透過 [貿發局] 參與海外內展覽會十多年, 同時亦有參加其他私營機構舉辦的. 但經歷種種, 有以下的看法.

- 1) 私營機構自是利字當頭, 錙銖必較. 收費每每不是實實在在, 而是飛擒大咬, 同時亦需參與一些不可能成氣候, 地區, 離題萬丈的展覽; 硬硬綑綁銷售. 在沒選擇下預訂未來幾年的展位及預繳當中的參展費用. 造成不公平, 沒有選擇權, 任由魚肉. 財政遠期墊支等等的問題.
- 2) 私營機構對總體行業的發展及形象, 並不關注, 展會除未能提升定位外, 更甚以寸土必爭; 見縫插針式的展場佈局, 與行業的世界趨向; 背道而馳. 大大削弱香港的獨特地位及未來發展.
- 3) 私營機構在海外的推廣, 與 [貿發局] 的功能更是相形見絀. [貿發局] 與海外展覽會爭為我們爭取曝光的機會, 一些國際級展覽會祇可提供十個八個展位予國家地區名義的單位; 如以效益為本, 私營機構那有動機去主辦呢? 會鏗而不捨的爭取多年嗎?
- 4) 在展會的期間前後 [貿發局] 更會組織一些活動, 如新聞發佈, 早餐會, 酒會, 公關的聯絡, 商會的拜訪, 傳媒的交流等等. 更直接的是這軟銷手法是耗費資源, 有出無入的舉措, 私營機構鮮有會下此功夫及根本無力投放.
- 5) 由於 [貿發局] 在全球各地均開設有辦事處, 當我們在當地遇上困難時, 如貨運, 關稅, 生病, 遺失等等; 他們亦傾力予以協助, 我們經歷過私營機構在此情況下, 大多徹手不理, 亦只會告之愛莫能助作結. 這是服務; 還事一種工作. 在私營機構與 [貿發局] 下馬上立竿見影.
- 6) 海外拓展是國際展覽業的大趨勢, 本地亦有海外或私營機構主辦的展覽會, 縱觀多年, 此類的展會並未提高水平; 及地區性掀頭的作用, 機構為了達致效益目標, 祇是將中國內地的展會移植到此地而已, 參與者大多來自鄰近地區, 以國內為主, 南亞, 東亞等地為副, 本地公司參與鮮見. 如所述法例的涵蓋; 對此題項的涉及, 如有天不幸實現, 實有違立法原意精神及惠及.
- 7) 我們縱橫海內外展覽十多年, 見盡各地的世態炎涼, 歐美早有相關競爭法規, 但我們要到海外參展, 並未感受過公平, 各地的地區主義, 保護色彩亦相當濃厚. 我等外來人當然不可越雷池半步, 歷盡滄桑; 親身感受, 亦理解到全球此類機構大多以家為根, 以國為基. 我既不抱怨, 亦不懷疑這種全宇宙通識的“潛規則”.

我們憂慮的是, 一但立法通過所改至的情況是 :-

- 1) 展覽的費用, 將以全盤成本來計算, 費用不說已知; 必升無疑. 勢必窒礙中小企的生存.
- 2) 一些新興行業, 小眾興趣, 地區特, 將得不到起步的台階, 有可能消失在萌芽中.
- 3) 不可能再有空間給予本地高質素公司參與一些國際性的大型展覽會.

4) 展覽再不是一種推廣活動, 而變成必需獲利的一盤生意.

5) 按據歷史, 展覽業的生存非常脆弱, 在一些風潮, 事件後, 可以一沉不起, 過去的; 米蘭春秋季禮品展, 台北禮品展, 伯明翰春秋家品禮品展, 紐倫堡玩具展.....都在一瞬間消聲匿跡, 一去不復返. 當下正值山雨欲來之際, 在不明朗下推出, 有火上加油之勢.

其實貿易組織首要是服務本土經濟為前題, 我們對 [貿發局] 角色的觀點, 源自他的功能, 效益, 實務揣摩出來的, 及我們作為中小企多年的角色, 經歷等等; 並道出將來立法帶出的後果及擔憂. 立法原意本是正確的, 我們並不反對競賽, 有能者居之. 香港作為國際城市, 與時並進, 無可厚非. 但亦應理性看待不同定位, 職能, 及扶持等去審視 [貿發局] 角色的價值.

其實, 香港可容納更多的展覽, 只事在場地的供不應求, 及地點選址問題的糾纏而已. 如場地解決, 又可為香港帶來新的契機.

此致

Bill Committee on competition Bill

1 Legislative Council Road

Central

Hong Kong

C.L.Lam (Mr)

ganda@hkstar.com

敬上

2012年12月14日