

二零一零年四月二十日會議
討論文件

立法會工商事務委員會

香港的會展旅遊業的發展

目的

本文件向委員簡介政府推動會議、展覽及獎勵旅遊(會展旅遊)業發展的工作，以及我們就最近立法會收到有關香港貿易發展局(貿發局)作為辦展商角色的投訴的回應。

背景

2. 對香港商界而言，去年是困難的一年。香港是開放型經濟體系，難免受到全球金融風暴影響。然而，2009年訪港過夜會展旅客總數與2008年的數字相若。這不僅展示本港會展旅遊業的抗逆能力，而且凸顯香港作為國際會展旅遊之都的競爭優勢，包括業界一直提供的優質服務，以及本港擁有的一流會展旅遊設施。

3. 去年全球經濟雖然下滑，但在業界和香港旅遊發展局(旅發局)的共同努力下，2009年的訪港過夜會展旅客數字仍然達到116萬¹，只較2008年微跌0.2%。香港更在一些由亞洲會展媒體舉辦的選舉中榮獲「最喜愛的城市」及「全球最佳商務城市」的殊榮。

4. 政府一直致力提升香港作為國際會展旅遊之都的優勢和吸引力。我們亦不斷積極爭取主要國際會展旅遊活動來港舉行。下文載述會展旅遊業的最新發展和我們的主要工作。

政府推廣會展旅遊業的工作

推廣會展旅遊

5. 財政司司長在2008-09年財政預算案中額外預留了1億5,000萬元，用以在往後五年加強香港作為國際會展之都的吸引力。旅發局於

¹ 香港旅遊發展局離港旅客問卷調查

2008 年 11 月成立「香港會議及展覽拓展部」(MEHK)，專責推廣會展旅遊，主要職責包括：

- (a) 提升香港作為會展旅遊的首選目的地的品牌形象；
- (b) 吸引更多不同界別的會展旅遊活動來港舉辦；
- (c) 為會展項目籌辦機構提供一站式專業支援；及
- (d) 提升會展旅客的旅遊體驗。

在 2010-11 年度，政府會繼續從 2008-09 年財政預算案中預留予加強推廣會展旅遊的 1 億 5,000 萬元額外撥款中，發放 3,000 萬元予旅發局推行上述工作。

提升會展旅遊首選目的地的品牌形象

6. MEHK 一直透過「無盡機遇 盛匯香港」的宣傳平台，進行一系列市場推廣活動，宣傳香港為舉辦會展旅遊活動的理想目的地。這些項目包括印刷廣告、網上廣告、公關活動、直銷郵件及電子通訊等。根據旅發局於 2009 年年中委託進行的獨立調查，香港在亞太區城市中不單是最受歡迎的會展旅遊目的地，香港的宣傳廣告也能吸引最多受訪者注目。在進行海外宣傳活動時，MEHK 亦一直與會展旅遊業界、政府駐外經濟貿易辦事處（經貿辦）、貿發局及投資推廣署緊密合作。

7. 在 2010-11 年度，MEHK 會推出一項新措施，開設「電子互動市場」，作為拓展業務的一站式網上平台，方便會展項目主辦機構和策劃機構物色合適場地和產品、計劃行程、向本地供應商徵求計劃書，以及了解本港最新優惠。另一方面，MEHK 會與政府合作，發掘嶄新和獨特的會展旅遊活動場地如博物館等。此外，MEHK 會整合大嶼山旅遊景點的推廣工作，宣傳大嶼山為商業中心區以外的新會展旅遊地區，以吸引追求實惠價格和以文化活動為重點的主辦機構。上述措施可使本港提供的會展旅遊產品更趨多元化。

針對個別會展旅遊界別的推廣策略

8. MEHK 針對個別會展旅遊界別，採取不同推廣策略，以爭取更多會展旅遊活動在港舉行。就企業會議及獎勵旅遊界別而言，MEHK 以短途市場如內地、印度、日本及南韓為主要目標。在 2009 年，MEHK 為會展業內人士舉辦 40 項活動，包括業界展覽會、業務洽談會和考察團，以加強本地與海外會展旅遊業界的伙伴關係。在 2010-

11 年度，MEHK 會配合旅發局的市場推廣主題「2010 香港節慶年」，向來港參與企業會議及獎勵旅遊活動的旅客提供新優惠，以迎合長短途客群的不同喜好。此外，MEHK 會主動聯絡製藥、金融、銀行及教育界的機構，以開拓更多會展商機。

9. 在大型會議方面，MEHK 以美國和歐洲為重點推廣目標市場，並利用已舉行和落實的項目確立香港品牌。在 2009 年，MEHK 積極參與國際大型會議組織（如國際會議協會和美國協會行政人員學會）的活動。在 2010-11 年度，MEHK 會重點開拓六個具增長潛力的界別（即科學、醫學、社會科學、體育和文化娛樂、工程及資訊科技業），游說及爭取這些界別的機構來港舉辦大型會議。由於策劃大型會議一般須要較長時間，MEHK 會與歐美業內機構、籌辦大型會議的專業機構及行業協會管理公司繼續建立長期伙伴關係。

10. 在展覽活動方面，MEHK 的策略是透過致力提高入場人次，以及為新展覽提供切合需要的支援服務，吸引主辦機構日後繼續來港舉行展覽。在 2009 年，MEHK 與香港展覽會議業協會和貿發局合作，在展覽業界的大型海外業界展覽會展示在香港舉行展覽的優勢。在 2010-11 年度，MEHK 會重點游說美國、英國及德國的各個行業的展覽籌辦機構，來港舉辦新的展覽活動。MEHK 亦會與主辦機構合作，加強宣傳在香港舉辦的展覽。

一站式專業支援服務

11. MEHK 一直為來港舉辦會展旅遊活動的機構提供一站式專業支援服務，以吸引他們日後繼續來港舉辦活動。這些服務包括考察場地、宣傳、安排行程和款待節目，以及提供各項配套和後勤支援的諮詢和轉介服務。

12. 在 2009 年，MEHK 為 1,090 項會展旅遊活動提供支援，當中有 590 項是透過 MEHK 的積極游說而決定於 2009-13 年間在香港舉行。MEHK 估計這些新會展活動為香港帶來超過 15 萬名新增會展旅客。這些活動包括去年首次落實在港舉行的亞洲國際蔬果運銷展、亞洲殯儀博覽、亞太地區電影博覽會及亞洲移動通訊大會。上述項目亦將繼續於今年在港舉辦。於 2010 年舉辦的新項目包括第一屆腹部肥胖國際會議、亞洲智能卡工業展及亞洲海鮮展。附件載有 MEHK 曾參與爭取並已落實來港舉辦的大型會議及展覽的一些例子。

提升旅客的旅遊體驗

13. 會展旅客是本港重要的高效益客源。如果能夠讓他們在港享受更多姿多采的旅遊活動，旅遊業界都會普遍受惠。為此，MEHK 聯同業界向會展旅客提供機票、購物消費、景點觀光、餐飲美食及文娛表演等多項增值優惠，以豐富他們在港的旅遊體驗。在 2009 年，MEHK 向約 782,000 名會展旅客派發了這些優惠券。

14. 在 2010-11 年度，MEHK 會放寬兩項款待計劃的適用條件（例如參與人數）和推出新優惠；該兩項計劃是專為企業會議及獎勵旅遊界別而設的「獎勵旅遊及企業會議推廣專案」計劃，以及專為大型會議及展覽界別而設的「香港物超所值」優惠專案。此外，MEHK 會交叉宣傳香港的美酒佳餚、本地旅行團、旅遊景點，以及大型活動和節慶，務求使訪港會展旅客的體驗更豐富多采。

15. 此外，MEHK 推出多種款待服務安排，為來港參與大型會展活動的旅客提供便利。這些措施包括在展覽場地設置諮詢櫃位，以及在香港國際機場設置特快入境專櫃。在 2009 年，MEHK 在多個大型貿易展覽設立了 21 個旅客諮詢櫃位，而使用機場特快入境專櫃服務的會展旅客亦達一萬人。

硬件基礎設施

16. 政府不斷作出策略性投資，建立會展旅遊基礎設施。2009 年四月，香港會議展覽中心(會展中心)的中庭通道擴建啓用，會展中心的專用展覽面積增至 66,000 平方米，增幅達 42%。擴建惠及眾多輪候參加貿易展覽的中小企業。

17. 亞洲國際博覽館(亞博)於 2005 年年底啓用，至今約四年多。亞博繼續吸引多個來自歐洲、美國、亞洲及內地的國際展覽和會議來港舉行，主題涵蓋物流、科技、航空及消費品。有見亞博仍可吸納更多會展旅遊活動，政府一直鼓勵各辦展商使用亞博，和在適當情況下通過“一展兩館”安排，擴大貿易展覽規模。政府亦在適當時向主辦單位提供支援。例如，“2009 年亞洲國際航空展覽會暨論壇”便是其中一個政府大力支持的項目。

18. 我們知道，現時在採購旺季的某些時段，本港兩個主要展館的展覽場地均出現不同程度的緊張情況。我們正評估香港對會議展覽設施的長遠需求，並會在適當時籌備提供更多優質設施。至於貿發局向政府提交的會展中心第三期擴建計劃，我們仍在研究計劃的可行性，

暫時未有任何決定。在有具體建議及在適當時，我們會進行公眾諮詢。同時，我們亦會繼續在適當時與亞博董事局商討進行亞博第二期工程的可行性。

貿發局的角色

19. 最近，有議員和私營辦展商就貿發局在展覽業的角色，表示關注。此外，香港展覽業發展關注組亦向立法會和政府投訴，指稱貿發局壟斷本地的展覽市場。政府就這些爭議的初步意見載於下文。

貿發局的使命

20. 貿發局根據《香港貿易發展局條例》(第 1114 章)成立。其職能是促進、協助和發展香港與香港以外的地方的貿易，尤其是出口；及就貿發局認為可達致香港貿易增長的任何措施向政府作出其覺得適合的建議。舉辦貿易展覽是該局履行這項職能的有效途徑之一。事實上，貿發局大部分貿易展覽都是因應本地業界的要求而舉辦的。當香港展覽業還未發展成熟時，貿發局已率先在香港舉辦貿易展覽。貿發局現時舉辦的展覽中，很多在創辦時是有關行業中唯一的展覽(例如 1970 年的香港成衣節、1975 年的香港玩具展及 1982 年的香港鐘表展)。多個貿發局所舉辦的貿易展覽亦已成為世界及亞洲最大的同類型展覽(前者包括香港禮品及贈品展、香港鐘表展，以及香港秋季電子產品展；後者包括香港玩具展、香港時裝節秋冬系列、香港春季電子產品展、香港國際秋季燈飾展，以及香港家庭用品展)。香港不容在這方面把優勢讓給競爭對手。

21. 貿發局的展覽成功協助本港中小企業開拓海外市場，鞏固香港作為區內國際貿易展覽之都的角色。貿發局在 2008 年和 2009 年單獨籌辦的貿易展覽數目分別為 22 個和 26 個，佔該年貿易展覽總數的 25%和 29%。2009 年，貿發局的貿易展覽共吸引了 284,000 名海外買家來港參觀。然而，雖然貿發局是一個主要的辦展商，實際上該局並無像個別人士所認為，壟斷市場。

22. 最近有建議要求貿發局停止舉辦新的貿易展覽和分階段撤出這項職能。然而，我們必須要根據香港所需面對及應付的全球化競爭，對貿發局的角色作整體考慮。我們的中小企業一直依賴貿發局的貿易展覽，向海外買家推廣其產品和服務，並視之為一個他們能夠負擔、有效和可靠的推廣途徑。我們須確保這些展覽的質素和延續性，以支援中小企和出口業，特別是當經濟環境逆轉的時候。貿發局很多時在展覽會虧損的情況下，仍會舉行及繼續有關展覽，以維持香港的地位

及買家的興趣。至於其他錄得盈利的展覽，貿發局會用有關盈利資助虧損的展覽及其他支援中小企業的活動，包括研究、商貿配對和中小企業諮詢服務等。

會展中心的經營

23. 貿發局已通過商業安排委託一家獨立運作的專業管理公司，即香港會議展覽中心(管理)有限公司(會展管理公司)，按照審慎的商業原則管理和經營會展中心。會展管理公司負責分配會展中心的場地，貿發局並無參與這些決定。貿發局及會展管理公司為不同個體，有不同的職能及角色，不應混淆。

24. 在場地預訂方面，會展管理公司的政策是優先預留場地給那些長期和定時於會展中心舉行同一展覽的團體或企業(包括貿發局及其他辦展商)。此舉符合國際展覽市場的做法。再者，由於舉行新的展覽往往需時數年才能收回投資成本，故會展管理公司有需要採取這個做法，使辦展商能確定將來有場地可用，安心在香港舉行新的貿易展覽。至於新展覽預訂場地的申請一般以先到先得方式處理。然而，會展管理公司亦會考慮其他因素，包括展覽的主題及面積要求等，並會盡量避免在一段短時間內安排主題相近的展覽在會展中心舉行。為提高會展中心使用情況的透明度，會展管理公司最近在其網頁公布了有關預訂場地的政策。

與業界合作

25. 隨著香港展覽業進一步發展，加上區內競爭日益激烈，貿發局應與 MEHK 和展覽業其他機構(包括亞博、私營辦展商和行業協會)加強合作，提升香港作為國際貿易展覽之都的吸引力。為協助推廣其他辦展商舉辦的展覽，貿發局會繼續與 MEHK 在海外推廣其他私營辦展商所舉辦的貿易展覽，如刊登廣告列出其他私營公司所舉辦展覽的資料。貿發局並會視乎情況，考慮在其海外辦事處陳列香港其他辦展商的宣傳資料。此外，貿發局目前正在亞博舉辦四個貿易展覽，包括香港國際印刷及包裝展、亞洲運動用品展、國際環保博覽和香港國際建築裝飾材料及五金展。我們已要求貿發局考慮多在亞博舉辦貿易展覽。

總結

26. 展望未來，MEHK 會繼續與會展旅遊業界、經貿辦、貿發局和香港投資推廣署緊密合作，加強推廣會展旅遊，以鞏固香港作為國際會展及旅遊之都的地位。

27. 請議員閱悉上述發展和支援措施，並提出意見。

商務及經濟發展局

二零一零年四月

透過 MEHK 於 2009 年的努力而成功爭取來港舉辦的
部分國際大型會議及展覽

舉行日期	活動	預計參加人數
大型會議		
2010 年 1 月	第一屆「腹部肥胖：聯繫心臟病與糖尿病的危險因素」國際會議	700
2010 年 5 月	第六十七屆國際鎂業大會	300
2010 年 7 月	2010年國際皮膚抗老大會	1,000
2010 年 11 月	第五屆世界回收業論壇	200
2010 年 12 月	第二屆國際電機及電子工程師學院消費者電子學會遊戲創意會議	200
2010 年 12 月	2010 年國際視訊封包會議	100
2011 年 2 月	2011 年網絡搜尋及資料探勘國際會議	200
2011 年 7 月	國際毒性評估會議	250
2011 年 7 月	2011 年第三屆亞太區國際防治肺癆及肺病協會會議	1,000
2011 年 7 月	2011 年第十六屆學校護理人員國際會議	300
2011 年 9 月	2011 年國際健康照護品質協會國際研討會	1,200
2011 年 11 月	2011年國際露營會議及亞洲大洋洲露營會議	700
2012 年 5 月	西太平洋聲學研討會、美國聲學協會及中國聲學學會聯席會議	1,200
2013 年 6 月	世界腎臟醫學大會	6,000

舉行日期	活動	預計參加人數
展覽		
2009 年 12 月	亞太地區電影博覽會	1,000
2010 年 2 月	Asia Top 畫廊酒店藝術博覽會	2,300
2010 年 3 月	亞洲智能卡工業展	2,500
2010 年 9 月	亞洲海鮮展	10,000
2010 年 12 月	亞洲農產品展	8,000