

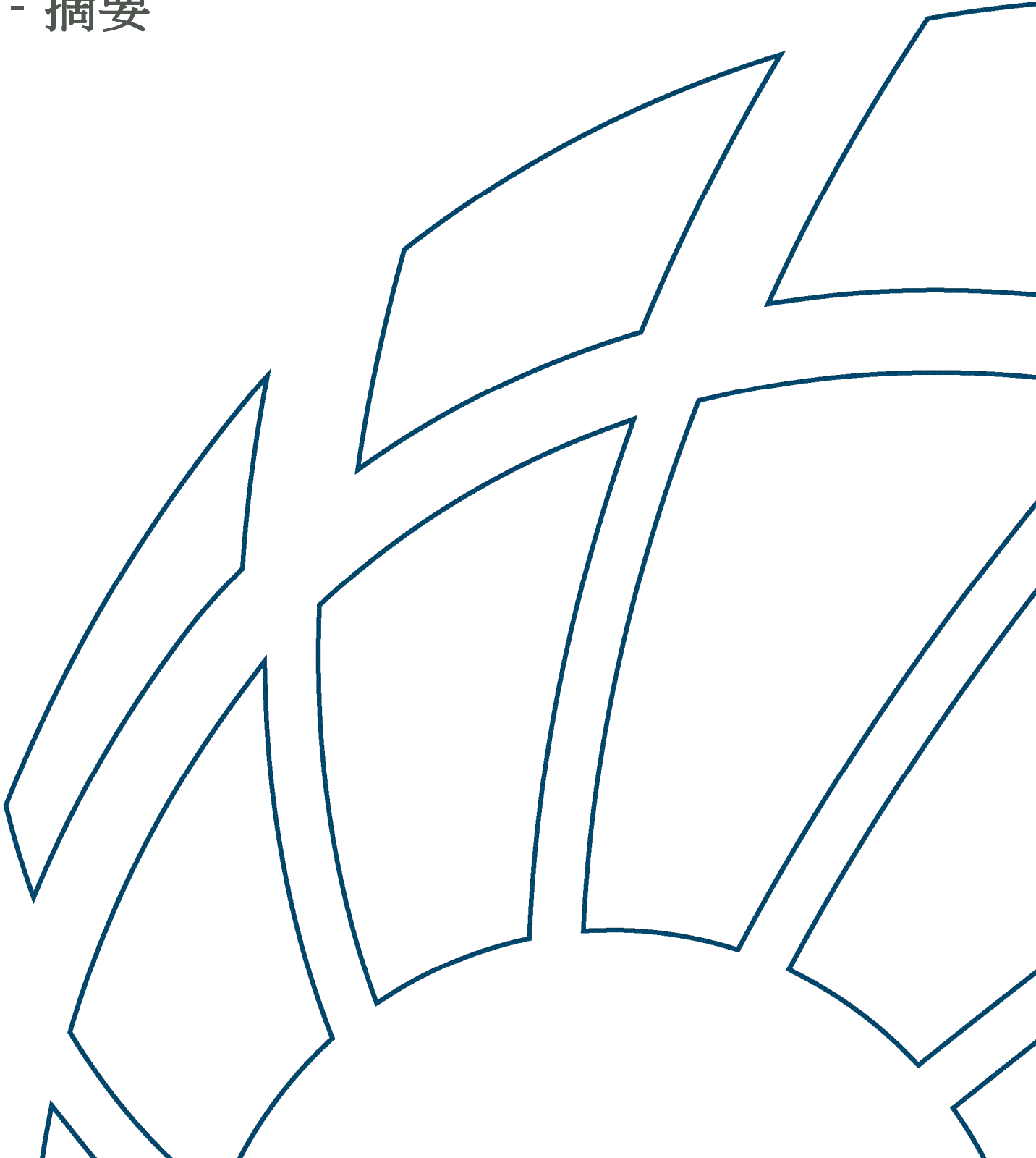


香港中文大學
The Chinese University of Hong Kong



BMT Asia Pacific

香港商貿展覽業概況 - 摘要



摘要

香港展覽業發展

香港的展覽業在過去十五年間經歷了顯著的變化。展覽業市場由一九九六年至二零零八年間共增長 3.5 倍，參展公司承租的淨展覽攤位面積¹由 253,896 平方米增加至 880,961 平方米，平均年增長率為 10.9%。

商貿展覽主辦機構之數目

香港商貿展覽業市場的主要展覽主辦機構由二零零四年的 11 家增加至二零零八年的 30 家。在 30 家展覽主辦機構當中，香港貿易發展局(下稱貿發局)為一政府法定機構，亦是香港最大的展覽主辦機構。而其餘的 29 家均為私營展覽主辦機構，其中包括環球資源(Global Sources)及亞洲博聞(UBM Asia Ltd)等。

按展覽總面積計算，貿發局於二零零八年的市場佔有率為 45%，餘下的 55% 市場為其他展覽主辦機構共同擁有。當中包括第二大展覽主辦機構環球資源，其所持市場佔有率為 16%，即貿發局的 36%。自亞洲國際博覽館(下稱亞博)落成啟用後，貿發局於商貿展覽業的市場佔有率雖逐漸下降，但貿發局仍為本港市場領導者，擁有強大市場影響力。

除了前三大的私營展覽主辦機構以外，其餘大部分私營展覽主辦機構的規模皆屬小型機構，市場影響力較弱。以二零零八年為例，其中 24 間私營展覽主辦機構共舉辦了 27 個展覽，即平均每間展覽主辦機構一年只舉辦了一個展覽。

香港展覽場地的供應

本港展覽場地的可租用展覽場地²面積在過去 15 年間由 27,231 平方米共增加 5.2 倍至二零零八年的 140,900 平方米，平均年增長率為 14.7%。隨著香港會議展覽中心(下稱會展中心)第二次擴建完成(二零零九年四月)，本港整體可租用展覽場地供應已達到 160,663 平方米。當中香港會議展覽中心佔 88,563 平方米、亞洲國際博覽館佔 70,000 平方米及香港展覽中心佔 2,100 平方米。

¹ 參展公司承租的淨展覽攤位面積為參展攤位實際佔用的場地面積。此面積不包括供非參展公司提供服務及公眾通道等所佔用的面積。

² 可租用展覽場地²面積即指可用作舉行展覽的場地²面積。當中包括展覽廳及可用作舉行展覽用途的多用途場館。

展覽場地使用率

香港的整體展覽場地(會展中心及亞博合併計算)使用率³於近年有所下降。其主要原因是雖然本港展覽總租出面積每年均有所增長，但其增長速度卻不及展覽場地供應面積的增長。除此之外，金融海嘯引發的經濟衰退，亦可能影響整體場地租租用，令展覽場地使用率減低。

然而於經濟衰退期間，會展中心的使用率並無下降。其潛在原因可能是由於貿發局的市場實力宏厚，而其舉辦的商貿展覽，即使在亞博出現後，絕大部份(93%)都是在會展中心舉行，所以會展中心在經濟衰退的情況下仍有一定使用率。

亞博落成啟用

亞博於二零零五年底落成啟用，為本港展覽業邁出了重要的一步。亞博的啟用帶來了更多的展覽空間，這除了有助香港展覽業市場增長外，還吸引了一些新的市場參與者進入香港。這些參與者包括了那些因過往香港市場空間狹窄而無法吸納的展覽主辦機構。

亞博啟用後為香港吸納的市場參與者不單於亞博舉辦展覽，當中亦使用會展中心舉辦展覽。由此可見，亞博的加入實際帶動亦帶活了整體展覽業市場的發展。

區內市場比較

本港商貿展覽業近年來一直位居亞太地區內的領先位置。據研究顯示，二零零八年香港平均每個展覽的收入達 408 萬美元，比中國每個展覽的平均收入 271 萬美元多出近 50%。

相比亞太區其他商貿展覽市場，只有於另外兩個市場(即日本及泰國)中，平均每個展覽的收入亦超出 200 萬美元。而日本及泰國每個展覽的平均收入分別為 207 萬及 205 萬美元，遠比香港平均 408 萬美元的收入為低。

與亞太區其他城市市場比較，本港展覽市場具有以下幾個特徵：

- i) 本港舉辦的商貿展覽規模平均比東京、新加坡及悉尼所舉辦的為大。二零零八年香港每個展覽的平均面積達 10,000 平方米，相比新加坡每個展覽的平均面積只有 3,400 平方米。

³展覽場地使用率即展覽總租出面積除以可租用展覽場地面積。

ii) 本港的主辦機構平均展覽次數比其他地方為高。以東京為例，二零零八年主辦機構平均舉辦展覽的次數為 1.49 次；相比之下，香港主辦機構平均舉辦展覽的次數則為 2.7 次。

iii) 本港的展覽主辦機構數量比其他地方少。例如二零零八年本港共有 30 家展覽主辦機構，而東京則共有 114 家。

公營展覽主辦機構

貿發局作為一個公營展覽主辦機構，其法定職能為促進香港的對外貿易，但在市場上擁有強大影響力的貿發局同時亦與會展中心關係密切。數據顯示，於會展中心舉行的商貿展覽，當中 57% 屬貿發局所舉辦；反觀貿發局舉辦的商貿展覽只佔亞博全部商貿展覽的 12%。

貿發局應能善用其「公營」角色，多專注於為香港展覽業帶來更多新的展覽主題及新的買家，而不只是致力於維持其市場領導地位，這將會為香港整體展覽業的發展帶來更大的裨益。

展覽設施緊張情況

當探討場地使用情況時，則需考慮展覽設施的緊張情況。展覽設施緊張的情況於展覽設施接近完全被使用時發生。換句話說，由於展覽場地接近或已被完全使用，這或將會影響其他潛在展覽或參展商的使用機會。

以商貿展覽而言，會展中心於二零零五年估計共有 42 天達至完全使用，但由於展覽場地面積近年有所增加，其場地緊張情況隨後逐漸減少，至零八年的 26 天。至於亞博，二零零八年全年則未有一天出現完全被使用的情況。由此可見，雖然展覽設施緊張的情況或會出現於會展中心所舉行的數個展覽，但總括而言，整體場地使用率仍然偏低(平均低於 50%)。

理論上假設會展中心與亞博能充分合作，二零零八年兩場地全年均不會達至完全被使用。因此理論上兩場地仍可吸納更多的參展商，亦可舉行更多的展覽。

兩場地雖各有建築特色，但它們均能用作本港大部分展覽的場地。

未來展望

在確定會展中心第三期擴建方案前，有關方面應該深入探討以下的爭議：

- 擴建會展中心所帶來的社會成本。如果會展中心落實於灣仔擴建，這成本將包括因擴建所加重灣仔地區的交通負荷、空氣及噪音污染等問題。除此

之外，當局亦須考慮附近居民的意願，並評估因擴建而拆除的現有配套及設施(如灣仔運動場)對附近居民的影響。

- 基於目前出現展覽設施緊張的情況不算太多，有關方面應充分考慮擴建帶來的效益能否超出其所需成本。
- 會展中心中庭擴建工程剛在二零零九年四月竣工，現階段是否有需要落實進一步的擴建方案。
- 有關方面應考慮除了擴建方案外是否有其他可行方案。

有關方面應作出詳盡的成本效益分析(Cost-Benefit Analysis, CBA)，以評估及量化所涉及的所有收益及成本。

其他方案

以下列舉了一些可持續改善香港展覽業的方案：

- 「一展兩館」：這創新概念於二零零九年亞洲博覽所舉辦的九月香港珠寶首飾展覽會成功實行，並得到各方面如參展商、買家、業界商會、展覽主辦機構以及商務及經濟發展局(政府政策局)的支持。
- 更有效的展覽展期調配機制：若兩展館能適當調配其活動日誌，建立更有效的轉介機制，可令本港整體吸納更多的展覽，亦會令全年的總展覽數目上升。
- 增強貿發局於宣傳亞博扮演的角色：貿發局的角色應隨著展覽業日趨成熟而改變。為了進一步促進香港的對外貿易，貿發局應運用其於業界的影響力及聲譽，加強宣傳亞博是香港內除了會展中心之外的另一優質場地選擇。
- 持續改善亞博的配套：除了提供交通優惠予使用者，以有效地配合及利用香港國際機場一帶的交通及物流網絡之外，有關方面應研究加強亞博一帶的設施，如旅遊景點、娛樂及其他配套設備。

此摘要只收錄了報告中主要的概念及建議，其他詳情請參考完整的報告書。
(http://www.ccl.baf.cuhk.edu.hk/Download/HKEI_study.pdf) (英文)