

二零一一年十一月十五日會議

討論文件

立法會工商事務委員會 香港展覽業的發展

目的

本文件向委員匯報會議、展覽及獎勵旅遊（會展旅遊）業的最新發展，以及鼓勵業界善用現有會展設施的措施。

背景

2. 在二零一零年十二月二十一日的工商事務委員會會議中，事務委員會討論了香港展覽業的發展，特別是有關會展旅遊業的推廣工作、鼓勵善用現有會展設施的措施，以及香港貿易發展局（貿發局）為本地中小企業和新參展的公司提供的支援。會議上，貿發局同意探討如何與其他私營展覽會籌辦商（辦展商）更進一步合作，在亞洲國際博覽館（亞博）發展新展覽主題，以使香港的展覽會更趨多元化，並為本港企業帶來更多商機。

3. 事務委員會亦要求政府當局提供資料，概述貿發局與亞博加強合作（包括採用「一展兩地」的方式舉辦展覽）為香港整體經濟帶來的經濟效益；以及貿發局就於亞博舉辦展覽會，以問卷調查方式諮詢其商貿展覽會的參展商所取得的回

應和相關調查所採用的問卷及方法。

最新發展

推廣會展旅遊業

4. 自二零零八年十一月成立以來，香港旅遊發展局（旅發局）轄下的「香港會議及展覽拓展部」（MEHK）一直致力向推廣香港作為世界其中一個會展旅遊的首選目的地。受惠於環球經濟的改善，二零一零年訪港過夜會展旅客較二零零九年上升 23% 至 143 萬人次。市場狀況在二零一一年首九個月繼續保持強勁，使我們成功吸引了 103 萬人次的過夜會展旅客到訪香港，人次數目較去年同期增長 15%。

5. 在政府、MEHK 和會展旅遊業界的共同努力下，我們在來年成功為香港奪得多項大型會議及展覽項目的主辦權，包括 2012 年世界牙科聯盟年會、2012 年國際青年商會亞太大會及 2011 年亞洲電腦圖像與互動科技研討會議及展覽，預料可分別吸引約 10 000 人、5 000 人及 6 000 人參加。此外，近年多個會展項目已在本港落戶，包括亞洲國際航空展覽會暨論壇、亞洲國際水果蔬菜展覽會、亞洲殯儀博覽及亞洲智能卡工業展等。

推廣大嶼山作為會展旅遊的目的地

6. 亞博所位於的大嶼山擁有豐富旅遊資源，包括沿途布滿優美自然景緻的行山路徑、香港迪士尼樂園、天壇大佛、昂坪 360、大澳的漁村及棚屋。為進一步加強推廣大嶼山作為會展旅遊的目的地，旅發局和 MEHK 成功連結大嶼山各主要景點和場地提供者，共同在二零一一年十月推出宣傳活動。較早前，旅發局、旅遊事務署、離島區議會以及新世界第一渡輪服務有限公司亦於二零一一年八月攜手推出一項宣傳香港各離島（包括大嶼山）的計劃。

7. 有一間新酒店正在愉景灣內興建，此酒店將成為可提供超過 300 間酒店房間的額外會展設施。酒店預計可於二零一二年年中啟用。另一間由大澳警署改建而成的文物精品酒店則會於二零一一年年底啟用。

8. MEHK 會繼續在全球加強推廣，以及與政府、香港貿易發展局（貿發局）、投資推廣署、政府各駐外經濟貿易辦事處，以及會展業界，攜手鞏固香港作為國際會展及旅遊之都的地位。

「一展兩地」的籌辦方式

9. 貿發局採用「一展兩地」的方式舉辦展覽需要符合以下兩項先決條件 — 香港會議展覽中心（會展）已不能滿足有關展覽商對展覽場地空間的殷切需求，以及亞博能在相同的

時段提供展覽場地空間。事實上，現時只有三個貿發局的展覽¹有展覽場地空間的需求未被滿足的情況，具備以這方式辦展的潛質。貿發局已就此三個展覽會查詢亞博相關時段的場地供應情況。可惜由於有關時段為會展業的旺季，亞博的預約情況已差不多到達飽和，以致未能接受額外的預約。由於仍未有貿發局的展覽符合採用「一展兩地」的兩項先決條件，因此貿發局在短期內以此方式辦商貿展覽會的機會不大。

10. 雖然如此，貿發局亦已主動委托顧問進行一項名為「展覽場地需求研究」的專題研究。研究透過找出參展商和買家對兩個展覽場地的意見，評估業界對分拆貿發局的展覽會於會展及亞博這兩個地點舉辦的需求及支持程度，有關結果會作貿發局日後規劃之用。顧問公司已分別在二零一一年三月的珠寶展，以及二零一一年四月的電子產品展和禮品及贈品展中，進行了數次包含定量及定性問題問卷調查。研究所採用的問卷以及其結果分別載於附件一及附件二。

11. 研究指出了一些參展商及買家覺得亞博相對較弱（即亞博與市中心的距離和交通接駁情況）及較強（即設施的質素和面積）的地方。研究顯示，這些都是貿發局在決定是否擴展其現有展覽至亞博時所需考慮的因素。

12. 再者，辦展商不太願意採用「一展兩地」方式舉辦展覽會是因為這方式會引致他們的營運成本上升。私營辦展商最

¹ 分別在三月、四月或十月舉辦的珠寶展、禮品及贈品展，以及電子產品展。

終是否以「一展兩地」的方式舉辦展，應是它們按其客人及商業夥伴的需要和要求所作的商業決定。例如，自二零零九年起以「一展兩地」方式於九月份舉辦的「香港珠寶首飾展覽會」，現時以參展商數目計，是全球最大型的珠寶展。此展覽會在二零一一年吸引了來自 46 個國家接近 3 500 名參展商參加，以及超過 51 000 訪客，並打破了此展覽會以往紀錄而佔用了亞博和會展合共 13 萬平方米的展覽場地。

亞博的使用情況已得到改善

13. 政府一直透過宣傳亞博的優勢，以及提升其對業界的吸引力，改善亞博的使用情況。在政府和亞洲國際博覽管理有限公司（亞博管理公司）的共同努力下，為了進一步加強亞博的交通服務安排，有多項改善措施已確定會在亞博舉辦活動期間實施²。公眾十分歡迎這些措施，其中往來港鐵東涌站巴士總站及亞博的點對點專營巴士 X1，除了在乘客量錄得增長外，乘客對其服務的滿意度亦有所上升。此外，亞博管理公司一直致力尋求機會與香港不同的貿易商會合作，以吸引更多本地公司，特別是中小企，參與在亞博舉行的展覽會。例如，在二零一一年十月，亞博聯同香港出口商會（出口商會）和另一私營辦展商，在亞博舉辦了一項名為「創意新領域@HKEA」的展覽，為出口商會會員和其他中小企提供一個平台，供他們宣傳其產品及服務。

² 這些措施包括：

- (a) 除了現有的 S1 線，增設往來港鐵東涌站巴士總站及亞博的點對點專營巴士 X1 線；
- (b) 更改九條機場專營巴士線（A 線）的路線，在前往機場方向時途經亞博；
- (c) 在有需要時，增強八條北大嶼山對外專營巴士線（E 線）的班次，以滿足需求；以及
- (d) 香港鐵路有限公司會在亞博舉行活動期間提供車費優惠。

14. 貿發局以「兩展兩地」的方式，在二零一一年七月與另一辦展商訊通展覽公司在亞博合辦了「優質生活博覽」，並同時於會展舉辦香港書展。在展覽期間，貿發局安排了穿梭巴士服務，往來亞博及會展，為這兩個展覽場地提供直接連繫的交通服務。展覽訪客亦十分歡迎這項穿梭巴士服務。「優質生活博覽」是貿發局與私營辦展商共同合作在亞博舉辦新展覽的一個成功例子。在兩個場地舉辦兩個主題相似的展覽會更可產生協同效應。貿發局會繼續探討與其他私營辦展商合作在亞博舉辦新展覽的可行性，以及發掘適合以「兩展兩地」方式舉辦的展覽。

15. 自二零零六年起，貿發局已與其他私營辦展商合作，在亞博舉辦了共七個新展覽。截至二零一一年底，貿發局聯同其合作夥伴，已在亞博舉辦了一共 30 個展覽會，為亞博吸引了超過 6 800 名參展商及超過 23 萬 2 千貿易訪客。這些展覽包括：-

- 香港國際汽車零部件及配件展；
- 香港國際家具展；
- 香港國際印刷及包裝展；
- 香港國際建築裝飾材料及五金展；
- 國際環保博覽；
- 亞洲運動用品展；及
- 優質生活博覽。

16. 另外，貿發局現正與亞博管理公司共同積極探討以獨自或與其他在亞博辦展的私營辦展商合作的方式，在亞博舉辦更多新展覽的可行性。

17. 在政府、貿發局和亞博管理公司共同努力下，一般公眾已較數年前更認識亞博。在亞博舉辦的主要展覽及會議的數目在二零零九/一零年上升 14%，在二零一零/一一年亦上升 13%。

18. 由亞博管理公司委托畢馬威會計師事務所在二零一一年所進行的一項研究顯示，由亞博舉辦的展覽和會議所產生的總開支自二零零六年起穩步增長，並在二零一零年達至 134 億元，較二零零九年高出 25%。再者，在二零零六至二零一零年間，在亞博舉辦的展覽及會議一共為香港的經濟貢獻了約 540 億元。

19. 展望未來，亞博應可受惠於香港展覽及會議業的整體增長和發展。亞博附近的基建項目如港珠澳大橋、屯門西繞道和屯門至赤鱸角連接路的相繼落成將大大縮減來自珠三角和香港新界西北地區訪客到亞博的交通時間。亞博管理公司會把握日趨完善的交通連繫所帶來的機會，爭取更多項目在亞博舉行。

貿發局在展覽中協助本港中小企業推廣出口的支援

20. 貿發局是中小企的合作夥伴，一直透過不同途徑為中小企提供支援，包括近期推出為吸引中小企使用該局展覽平台而設的優惠計劃。在這計劃下，本港中小企業可自二零一零年十月起，在貿發局舉辦的若干展覽中申請租用面積為六平方的經濟型展位。此項計劃旨在協助質優但資源較少的公司。為創業者提供的支援包括讓他們優先在貿發局於香港舉辦的商貿展覽會中申請租用經濟型展位和型格展櫃(即格仔櫃)，用以陳列其產品及目錄，希望藉此協助他們打入國際市場。

21. 貿發局會繼續協助本港中小企業參加海外和內地大型商貿展覽會，包括組織參展團或協助他們與辦展商初步接觸。貿發局並會通過拜訪企業和市場研討會等活動，徵詢業界意見和了解本港中小企的推廣需要，以提供適合市場需要的服務。此外，貿發局亦一直協助亞博推廣「香港展館」這項措施，即在若干由私營辦展商於亞博舉辦的商貿展覽中設立一個專屬香港出口商展位的區域。

總結

22. 我們相信政府以及我們的主要合作夥伴所付出的努力，已為會展業的發展提供正面的貢獻。政府會繼續與會展旅遊業界攜手，鞏固香港作為國際會展及旅遊之都的地位。

23. 請議員備悉上述的最新發展。

商務及經濟發展局

二零一一年十一月

展覽場地需求研究
參展商及買家的問卷
(以下為只包括問題的簡化版)

註：

會展：香港會議及展覽中心

亞博：亞洲國際博覽館

1. 受訪者的背景資料

- 你是參展商還是買家？
- 你公司位於哪一個國家/地區？

2. 在決定是否參展或參觀一場貿易展覽會時，場地或相關設施各方面的重要性

- 當你參加或參觀貿易展覽時，這些與展覽場地有關的因素對你的重要性如何？
- 你對會展在上述各方面表現的滿意度如何？
- 你對亞博在上述各方面表現的滿意度如何？
(只向曾到過亞博的受訪者發問)

3. 場地的選擇

- (a) 整體來說，你較喜歡哪個場地？
- (b) 若此類貿易展覽會的規模在未來數年有顯著的增長，在展館方面，你會選擇哪一個安排？
- (c) 若貿發局的貿易展覽擴充至兩個展覽場地，你會選擇在哪個場地參展？
 - 假若你可同時在兩個場地參展，即是需要增加展位數目，你願不願意負擔額外費用？(如租金、運輸、展位的搭建、佈置等)？
 - 假若你公司所屬的產品展區被安排在亞博，你會不會去亞博參展？
 - 假若只有亞博才能提供較大面積的展位，你會否因此將你在會展的展位遷至亞博？

展覽場地需求研究
主要調查結果

註：

會展：香港會議及展覽中心

亞博：亞洲國際博覽館

1. 受訪者的背景資料	
受訪者總人數	1 265
受訪者分析:	
參展商	746
買家	519
所屬地區分析:	
香港	42%
中國內地	15%
其他亞太地區	20%
歐洲	9%
美洲	8%
中東及非洲	6%

2. 在決定是否參展或參觀一場貿易展覽時，場地或相關設施的重要性	對會展的滿意度	對亞博的滿意度
評分標準： 1 (完全不重要) 至 5 (非常重要)		(被評為 4 或 5)
地點	87%	81%
場地交通接駁的情況	85%	76%
設施的質素	82%	78%
場地的尺寸/容量	79%	77%
靠近市區中心	78%	81%

3(a) 整體上對場地的選擇	
(只適用於參展商)	
會展	86%
亞博	2%
沒有特別偏好那個場地	6%
不知道、不肯定	6%

3(b) 若展覽會規模有顯著增長，對場地方面的選擇	
(只適用於參展商)	
整個展覽集中在會展一個地點	81%
整個展覽集中在亞博一個地點	4%
分拆在會展及亞博兩個地點	13%
整個展覽會集中在同一地點，但在附近城市舉行	2%

3(c) 若展覽分拆在兩個場地時的選擇	
(只適用於參展商)	
只在會展參展	89%
只在亞博參展	3%
在兩個場地同時參展	8%
不會在這展覽中參展	-