



CB(1)1533/03-04(08)

致：立法會工商事務委員會主席

丁午壽議員

敬啓者：

本會知悉 委員會將於 4 月 23 日就香港貿易發展局在香港展覽業所擔當之角色進行討論，成衣業界自 1970 年開始與貿發局合作舉辦成衣業展覽會，至今已逾 30 載。該局在協助香港維持為全球第二大成衣出口地區上起重大作用，其角色實際上已超越單純展覽承辦商的角色，而是透過展覽推動行業整體性和長遠性發展。故本會現特奉函表達對有關探討之意見，供 委員會參考。

香港成衣業去年的出口便高達 1,803 億港元（2003 年出口總值），這尚未計入紡織品、皮革、皮草出口。貿發局主辦的一年兩度「香港服裝節」，對業界發展有其貢獻。

紡織及成衣行業在 30 多年前便舉辦成衣展；但自貿發局成立後，業界認為交由該局接辦，事半功倍。因該局可以因應行業全面的狀況和發展前景，來制定推廣策略。

衆所周知，香港的服裝行業原先以來樣加工(OEM)為主，當時因為歐、美市場蓬勃，單量大，很多廠家都專注在這方面的發展，開始建立自己品牌的寥寥可數。隨著內地市場的開放和加入競爭隊伍後，貿發局與業界因對國際市場有所了解，因而通過展覽會推動加入設計元素的 ODM 生產模式，和自創品牌的 OBM 發展。

在這條道路上，貿發局透過香港時裝節的籌辦給予大力的支持，配合展覽舉辦時裝設計比賽，培養青年設計師。不少已經打入國際時裝界的香港著名時裝設計師，都是在貿發局的時裝節嶄露頭角的。

貿發局亦通過展覽會，協助香港廠家建立本身的品牌，該局在時裝節期間，創辦“國際時尚薈萃”，提高本地品牌的國際形象。這些成績，都顯示貿發局在推廣香港時裝上是有長遠策略，以推動整個行業發展和形象為己任，而非單純的展覽會籌辦者，這是該局與其他商業展覽公司的顯著分別。

除香港時裝節外，每年在香港舉行的皮革展更是全球最大的同類型展覽，另也有針對特別需求的婚紗展等、布料展等，這些展覽均由其他商業展覽公司舉辦。可見各展覽機構均能根據本身優勢，找到市場空間，反映目前在香港舉行的成衣業展覽會，井然有序。



本會感謝 委員會對工商界利益關注的同時，亦希望 委員會能夠從行業宏觀發展的角度，了解貿發局展覽會與香港各行各業的關係，支持其通過展覽會協助各行各業推廣的工作。

此致
立法會工商事務委員會

香港紡織業聯會

副會長陳鎮仁謹啓
2004年4月13日