

貿易發展局總裁施祖祥  
在四月二十三日立法會工商事務委員會會議上的發言

主席、各位議員、各行各業的代表、各位展覽同業，

我已經在去年 12 月 8 日的會議上，詳盡的介紹了貿發局舉辦展覽會的工作。我們亦在這次呈交會議的文件中，重申了一些重點，並補充最新的資料。剛才常任秘書長指出，舉辦展覽會協助香港各行各業推廣，是貿發局的法定職能，我相信這一點在法理層面，已經非常明確，毋庸置疑。

「與民爭利」？為民爭利！

部份展覽同業，近年一直指貿發局舉辦展覽會，是「與民爭利」。並指我違反了 2000 年在立法會作出的承諾。我希望利用今日的機會，澄清這些觀點。

2000 年，我在立法會上表示：「貿發局舉辦的展覽會，必須是本港具有競爭力的工業。在資源有限的大前提下，若私營展覽服務商已就某些行業舉辦成功的展覽會，貿發局不會考慮另外舉辦展覽會，因為會造成不良的競爭。」

貿發局一直信守這個承諾。我們今年增辦的 4 月電子展，和 7 月的玩具、家品、禮品展，都是貿發局現有展覽會的春季或夏季版本。至於新辦的中藥展，更是應中藥行業要求而舉辦的，我們新辦的展覽會，根本沒有造成不良的競爭，這一點我稍後會再談。

最近大半年，有個別私營展覽公司一直指貿發局「與民爭利」；貿發局則認為我們的工作是「為民爭利」。我希望先探討一下這個問題。

首先，雙方所說的民，所說的利，指的是甚麼？

私營展覽公司所說的「民」，是一部份私營展覽主辦商；所說的利，是這些展覽公司股東的盈利；貿發局所說的「民」，是香港十多萬家從事製造、服務及貿易行業的中小企；貿發局所說的「利」，是他們整體的利益。

貿發局自從 1970 年開始舉辦展覽會，至今已有 30 年。我們和各行各業合作，因應他們的要求舉辦展覽會，協助他們「搵單」、「搵客」。這些展覽，都是和各個行業組織合作的。可以說，這些展覽會根本是屬於各行各業的。貿發局要不要繼續舉辦展覽會，各行各業有最大的發言權。

貿易發展局的工作，究竟是「與民爭利」，抑或是「為民爭利」，今天在座的十多位各行各業組織及商會代表，相信會提出他們的公正的看法。

## 大市場，小政府

有言論指貿發局辦展覽會，違反大市場，小政府的原則，這根本是誤解。

34年前，香港商界要求政府以法定機構的形式，成立貿易發展局，協助商界推廣外貿。我們的最高決策機構是理事會，理事會的十九位成員之中，有十七位來自商界，更有香港主要商會的代表。

再看我們的財政：香港商界向政府繳納出入口報關費，政府從中撥出一部份作為貿發局的經費。這些撥款，嚴格來說，是取於商界。因此貿發局一直奉行取於商界，用於商界的原則，把所有服務收益，全部投放在協助商界的服務。我們從會展中心抽取的收益，除了用於中心的維修之外，一分一毫都用於協助香港中小企推廣方面。

貿發局是法定機構，我們的理事會來自商界，我們的經費來自商界，我們的宗旨是服務商界，貿發局不是政府一部份，只是商界的工具。

## 速遞公司 香港郵政

貿發局舉辦的展覽會，經過30年的發展，在各行各業的支持下，已經成為香港商貿基建的一部份。近年私營展覽公司發展迅速，我們的角色雖然不同，但我們非常尊重我們的同業。

正如香港有速遞公司，但也有「香港郵政」提供服務一樣，兩者是相輔相成的。現在有個別私營展覽公司質疑我們的角色，要我們停辦展覽會，就好像速遞公司要香港郵政局停止服務一樣，令人難以理解。

## 事實勝於雄辯

與民爭利，為民爭利的爭論，是由去年貿發局決定增辦夏季貿易展觸發的。有私營展覽公司進行調查，認為7月根本沒有舉辦貿易展覽會的需求。事實勝於雄辯，今年7月的玩具、家品、禮品展，已經有1,100家參展商參加，其中接近800家是香港公司。這些香港公司之中，差不多5成去年也參加過7月的補充展，證明今次夏季的貿易展，的的確確有需求。

至於7月的展覽會有沒有影響私營展覽公司的生意，我們可以看看今年2月6日信報專訪該公司代表的報導：(該公司)「今年7月和10月份兩個展覽的參展訂購，似乎沒有受到影響。明年10月展覽攤位的預訂已經爆滿，和早前表示會損失二至三成生意的說法不符。」證明貿發局選擇在7月推出玩具、家品和禮品展的夏季版本，完全沒有影響私營展覽商。事實，是最好的答案。

我認為貿發局不單止沒有影響私營展覽公司，多年來，我們更把本來並非展覽旺季的時段，加以開發，為同業造就新的商機。我們當年首先在每年4月舉辦家品、禮品展，把每年的4月，發展為香港最旺的展覽月份，做大了香港展覽業的餅。

## 回應

我也希望借此機會，回應一些展覽同業的疑慮和關注。

市場份額—展覽同業認為貿發局佔展覽業市場份額達 55%，但貿發局認為只佔 21%。雙方列出的數據，當然會支持各自的言論，正是公說公有理，婆說婆有理。不過，同業提供的數據只是估計，而非統計。在計算展覽面積時，不但把 2002 和 03、04 年數字混淆，更把貿發局展覽會中很多服務設施，包括茶座、祈禱室等非出租面積，都計算在內，水份太多，並不公平。

我認為不論那一方面的數字更為準確，但有一點相信大家都會同意，貿發局的展覽會，是香港各行各業的推廣支柱。我們是香港最重要的展覽機構。這是我們 30 多年來踏踏實實，謹守崗位，與各行各業努力合作的成果。

尊重公平競爭—我們明白貿發局是香港最具實力的展覽主辦者，加上我們是公營機構，因此我們一定要公平競爭。我可以非常負責任的告訴各位，我們申請會展中心的檔期、租金和待遇，與所有展覽公司沒有分別，會展中心的代表今天也在座，一會他可以向各位介紹。

減辦消費展—至於面向公眾的消費性展覽，例如書展和美食博覽，都有歷史的原因。14 年前，會展中心第一期完成，由於缺乏大型活動，夏季使用率不高，貿發局因此舉辦這兩個展覽，受廣大市民的歡迎。但消費展從來都不是我們服務的焦點所在，因此近年已逐漸退出消費性展覽，停辦了影音展及聖誕精品展。

美食博覽近年的貿易原素不斷增加，至於書展，更成為每年一度全港市民的盛事，我們正考慮和 10 多個書展的協辦團體商討，看看有沒有可能加強私營展覽業的參與。

進軍內地—展覽同業建議貿發局不要進軍內地展覽業，我認為這個問題值得商榷。貿發局十多年來，一直有組織香港公司，以香港館的名義參加內地大型展覽會，例如北京的國際服裝展(Chic)及大連的服裝展。這和我們在組織香港館參加巴塞爾展，性質相同。

貿發局因應 Ceba 的新形勢，在內地舉辦獨立的展覽會。去年我們在北京舉辦的 Style HK，推廣香港百多個公司的品牌，非常成功。顯示展覽會的而且確是強而有力的商貿推廣工具。這個展覽會我們要補貼，但我們有必要繼續努力，協助港商掌握 Ceba 商機，推廣香港品牌。今年秋季，我們會在上海舉辦第二屆 StyleHK。

至於我們會不會在內地舉辦類似國際性展覽會，其實我們曾在內地辦過玩具展，希望為在香港玩具展輪候多時的公司，創造推廣機會。我可以告訴在座各位，我們暫時沒有計劃辦這類展覽會。

不過，內地買家很注重貿發局的牌子，如果我們不好好的利用我們的品牌優勢，協助港商拓展內地市場，這是非常可惜的，因此我們不能罔顧香港各行各業的利

益，輕率地承諾不在內地辦展覽會，但我們一定會按照我們的法定職能行事，我們也會考慮和同業合作，進軍內地。

推廣展覽業－貿發局一向致力協助香港的展覽同業推廣，我們在呈交會議的文件中有詳盡的介紹。我們推廣展覽業的原則，和推廣其他行業一致，為公平起見，我們推廣的，是整個展覽行業，以及香港作為展覽之都的地位，而不是個別展覽公司的活動。

有關貿發局舉辦展覽會的角色，我希望作一個簡單的總結：

我們一直堅守貿發局的法定職能，從香港整體利益出發，為各行各業的十萬間香港中小企舉辦展覽會，為他們創造生意機會。為民爭利，是我們的目標。

貿發局從展覽會取得的一分一毫，都投放在推廣服務方面。

今天，各行各業的代表和展覽同業濟濟一堂，我希望同業能夠從香港整體利益的角度出發，而不是單看個別展覽公司的盈利，探討展覽業能為廣大中小企作出甚麼貢獻。