

URGENT

FAX COVER SHEET

To: Hon Kenneth Ting Woo-shou, JP

Company: Panel on Commerce and Industry

Country: _____ Fax No.: 2796 1126

From: C. K. Lo Total pages including this page: 4

Date: 8 December 2003 Time: _____

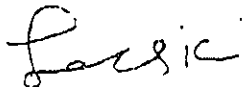
Subject: Kenfair Petition Letter to Exco Members

Dear Hon Kenneth Ting Woo-shou

We have been instructed by our client, Kenfair International (Holdings) Ltd., to send you the attached, which is the petition letter Kenfair plans to hand in to the Executive Council members tomorrow morning.

Should you need any more information, please contact me or my colleague Venus Cheng at 2864 4875.

Yours sincerely



C. K. Lo

香港會議展覽業界反對貿易發展局與民爭利

今年四月沙土肆虐，本港各行各業皆受衝擊，會議展覽業亦在所難免。爲了彌補每年定於四月由貿發局舉辦的家品及禮品展的損失，貿發局破例在七月舉辦了一個家品及禮品補充展，當時業界及參展商已群起反對，因爲一來展覽經濟效益不大，七月歐洲客會放暑假，四月和十月才是傳統歐美買家來港落單的季節；二來即使有客合意落單，港商也趕不及付運；三來勞民傷財，無端增加本地廠商展覽的成本費用，令經營條件更形困難。

可是，爲了顧全大局，以及確保明年四月展覽會之優先權不被取締，在會展中心承諾下不爲例的情況下，會議展覽業界和參展商才勉強同意貿發局在七月舉行家品及禮品補充展。

七月補充展成績強差人意

不過，一如事前所料，補充展在貿發局全力催谷下，包括提供優惠機票及酒店，成績卻未如理想，除了進場人數高達六萬二千人外(去年四月家品及禮品兩個展覽共有八萬四千個買家，今年四月買家人數只有一萬三千人，連同七月之補充展，買家共七萬五千人，仍較去年下跌一成)，實際的真正買家不多，參展廠家訂單普遍下跌二成。究其原因，就是參展的海外買家不足四成，而主要大客歐美買家更只有五千五百七十人，只佔 8.9%，其餘多爲東南亞買家及內地買家，每張訂單數量固然遠不及歐美買家，更令參展商有被抄襲產品之虞，整體成績強差人意份屬意料之內。

反之，今年十月由私營展覽商主辦的玩具、家品及禮品展，買家人數卻高達六萬人，較上年增加二千人，其中海外買家高達七成，歐美買家更達二萬一千人，佔三成以上。

事實充份證明，有關展覽並沒有偏離傳統市場智慧的軌跡，今年七月由貿發局主辦的補充展只是沙土肆虐的特殊應變產物，可一不可再，否則不僅背離市場規律，勞民傷財，更令人質疑主辦者的背後動機。

例外變成常規霸佔市場

然而，貿發局卻無視事實，竟以「全球的採購趨勢已經改變」，以及「內地市場發展蓬勃，採購周期往往要結合內地的消費周期」爲由，強行將今年的例外變成

常規，決定由明年起，每年七月增辦多一個玩具、家品及禮品展。目的明顯不過，就是衝著私營展覽商主辦的十月同類展覽而來，擺明霸佔市場，與民爭利。

事實上，即使根據貿發局自己企圖合理化七月定期舉行玩具、家品及禮品展而進行的問卷調查，也說明有關展覽根本缺乏市場支持。根據貿發局九月三十日發佈之資料，他們合共發出一萬二千四百二十二張問卷，只能成功收回九百九十八份，回應比率僅為 8%，其中只有 18% 表示會來港三次，22% 認為七月是增辦有關展覽的最佳月份。試問反應如此冷淡，貿發局仍要罔顧經濟效益，浪費公帑主辦多一個展覽，目的何在，不是昭然若揭嗎？何況有關所謂「海外買家」，還沒有清楚說明是否以歐美大客為主呢！

我們認為，作為法定機構，貿發局成立的目的和功能清楚不過，就是：

- 一、推廣、協助及發展香港海外貿易，尤以出口產品為主；
- 二、向政府提適當建議，採取有效措施促進本港貿易增長。

過去數十年來，貿發局無疑發揮了應有的歷史作用，扮演了積極推廣本港出口貿易的角色。但隨著本港經濟之轉型，服務業現時已經茁壯成長，成為本港經濟的重要支柱之一。會議展覽業更是發展成熟，成行成市，足以提供與貿發局相同的服務，貿發局理應功成身退，讓私營展覽商蓬勃發展，否則只會與私營機構爭奪資源，與民爭利，浪費公帑。

其實，貿發局不單是展覽會的主辦機構，更是全港最大展覽場地香港會議展覽中心的地主，在使用場地方面經常擁有相對的優勢，以及佔用場地最佳的時段。以玩具、家品及禮品展為例，貿發局多年來一直在一月和四月已有舉辦玩具展和家品及禮品展。根據建發國際(控股)有限公司委託香港城市大學進行的調查，接受訪問的五百二十四間參展商，高達五百二十二間曾參與貿發局今年主辦的展覽會，其中 56% 認為四月是舉辦展覽的最佳日期，16% 選擇十月，只有 5% 認為七月是最佳日期，可見貿發局已佔盡優勢，仍要在七月槓上開花，矛頭明顯指向由私營展覽商在十月主辦的同類展覽，目的就是要造成不公平競爭，吞噬私營展覽商的市場。

背信棄諾偏離正軌排擠對手

二零零零年六月，立法會小組會議曾經討論貿發局的功能和角色衝突問題。貿發局總裁施祖祥曾經承諾：「由於資源有限，若私營展覽公司所舉辦的展覽會能滿足市場需要，貿發局將不會舉辦同類展覽，以避免引起相關行業的惡性競爭。」施祖祥並且承諾貿發局會通過香港會議展覽業協會與業界加強溝通合作，減少爭

拗，促進本港展覽業的發展。言猶在耳，施祖祥便破壞諾言，公然違反市場規律，強行每年增辦同類展覽，企圖蠶食私營展覽商的市場。

究其原因，就是貿發局已經偏離其作為法定機構成立的目的和功能，本來用作推廣出口貿易的展覽會已經倒果為因，成為貿發局最賺錢的業務，由二零零二至二零零三年的年度展覽收入合共七億零六百萬元，佔全年收入 46%，令貿發局成為副其實的牟利機構，與民爭利。

事實上，貿發局不僅在展覽會業上排擠私營對手，在展覽會承辦業務上，亦愈來愈以壟斷姿態霸佔市場。十年前，貿發局已說服政府撥款四千萬元在元朗興建「展覽服務中心」，近年在業界人士強烈反對下，貿發局以提高展台質素為由，又在將軍澳建造比元朗舊址大三倍、全港規模最大的「營運中心」，企圖獨自提供一條龍服務，壟斷市場，令私營展覽會主辦商、攤位承辦商和其他相關服務供應商的市場佔有率不斷下降，不單構成惡性競爭，更嚴重浪費資源。

正視業界困境撥亂反正

我們認為，貿發局的發展已偏離正軌，違反原來成立的目的，更與特首董建華先生在今年施政報告和財政司司長在預算案提出之「大市場、小政府」政策背道而馳，功能大有全面檢討之必要。須知道，特區政府每年資助貿發局之撥款高達四億元，際此財赤嚴重時期，每分公帑都是得來不易，必須用得其所。作為促進本港出口貿易的法定機構，貿發局舉辦展覽會的首要目標，誠如施祖祥十二月五日在「信報」撰文所言，「是協助出口行業推廣而非盈利」，不應與提供相同服務的私營機構爭奪市場，更遑論處心積慮打擊和排擠對手，扼殺私營企業之生機了。

我們鄭重要求特區政府正視會議展覽業面對的困境、檢討貿發局的功能、重新釐定貿發局的角色、貫徹「大市場、小政府」政策，從而撥亂反正，改善業界之營商環境，確保本港會議展覽業健康發展，茁壯成長。