

本節所載若干資料摘錄自政府官方刊物及行業資料來源以及我們所委託獨立第三者 *IPSOS Hong Kong Limited* 編製的報告。我們相信資料來源為有關資料的適當來源，並已合理審慎摘錄及轉載相關資料。我們並無理由相信相關資料屬不實或誤導，或遺漏任何事實導致相關資料屬不實或誤導。雖然我們已合理審慎地編製及轉載來自政府官方刊物的資料，但我們、我們的任何聯屬人士或顧問、出售股東、獨家保薦人、獨家協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或其任何聯屬人士或顧問或參與股份發售的任何其他人士均無獨立核實有關資料。來自政府官方刊物的資料未必與來自中國境內外其他來源的資料相符。本集團、其聯屬人士或顧問、出售股東、獨家保薦人、獨家協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或其聯屬人士或顧問或參與股份發售的任何其他人士並無就來自政府官方刊物的有關資料的準確性、完整性或公平性發表任何聲明。

摘錄自 *IPSOS Hong Kong Limited* 報告的資料反映根據抽樣估計的市場狀況，主要作為市場調查工具而編製。凡提及 *IPSOS Hong Kong Limited* 不應視為 *IPSOS Hong Kong Limited* 就任何證券價值或投資於本集團是否可取而發表的意見。董事相信摘錄自 *IPSOS Hong Kong Limited* 報告的資料來源為有關資料的適當來源，並已合理審慎摘錄及轉載相關資料。我們並無理由相信相關資料屬不實或誤導，或遺漏任何重大事實導致相關資料屬不實或誤導。我們、出售股東、獨家保薦人、獨家協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或參與股份發售的任何其他人士均無獨立核實摘錄自 *IPSOS Hong Kong Limited* 報告的資料，亦無就其準確性發表任何聲明。

資料來源

我們已委託 *IPSOS Hong Kong Limited* (「*IPSOS*」) (一家獨立市場調查公司) 分析 (其中包括) 香港及環球展覽業之趨勢及提交報告，有關費用為 268,000 港元，董事認為，有關費用反映市場收費。為對上述市場進行分析，*IPSOS* 結合了以下數據及搜集情報方法：(a) 提供客戶顧問服務以協助進行研究，包括本身之客戶背景資料，例如本公司之業務；(b) 進行桌面研究以採集背景資料及取得業內之有關資料及統計數字；及 (c) 與香港展覽相關人士中之主要持份者及業內專家進行深入訪問，包括面談及電話訪問。本節內所載之資料及統計數字乃摘錄自行業報告。

Ipsos SA 於一九七五年在法國巴黎創辦，並自一九九九年於巴黎證券交易所 (紐約證券交易所 *Euronext* 巴黎) 上市，繼於二零一一年十月收購 *Synovate Ltd.* (思緯市場資訊有限公司)。合併後，*IPSOS* 成為世界第三大研究公司，在全球 85 個國家僱用約 16,000 名人員。*IPSOS* 就市況、市場規模、份額及分部分析、分銷及價值分析、競爭對手追蹤及企業信息進行研究。*IPSOS* 獨立於本公司，概無董事或其聯繫人於 *IPSOS* 中擁有任何權益。

環球展覽業綜觀

展覽種類簡介

旗下主要展覽「Mega Shows」乃於香港舉行。香港展覽業分為三類：(i)貿易展覽會；(ii)貿易及消費展覽會；及(iii)消費展覽會。

- (a) **貿易展覽會**指為某特定行業籌辦以展示新產品或服務的活動。業內企業參加貿易展覽會，可租賃攤位向潛在買家推廣其產品及服務，又或在活動上介紹展示，其須視乎特定活動而定。此類展覽通常只限於貿易商，一般公眾人士無法入場，即其為企業對企業活動(B2B)。出席貿易展覽會通常涉及成本，或許是購買入場券，或許是設立及經營攤位。
- (b) **貿易及消費展覽會**與貿易及會議活動相似，是為某特定行業而籌辦的，貿易專業人士及對購買或認識所展出產品及服務有興趣的公眾人士均可出席該等活動。
- (c) **消費展覽會**為開放予一般公眾人士的活動。入場費視乎展覽而有所不同，有時，公眾人士可免費入場。該等活動亦有特定行業或主題，讓公眾人士前往展覽並在場內物色物品選購。與大部分貿易展覽會不同，產品通常在攤位直接售賣予參觀者，即企業對消費者活動(B2C)。

主要環球展覽市場

於二零一一年，根據the Union of International Fairs (國際展覽聯盟) (UFI)的資料，歐洲及北美洲，然後是亞洲，提供最多場地空間，分別佔全球全部室內展覽約48.0%、24.0%及20.0%。於同一年，美國、中國、德國、意大利及法國合共佔全球全部室內展覽空間約50%。

德國

本集團之柏林展覽會在德國舉行，而全世界六大場地中的四個位於德國。德國的展覽業亦獲得其公營部門大力支持，由德國城市及國家政府擁有位於各大都會的展覽會公司。該國亦舉行部分世界上最大的活動，例如CeBIT，其於每年三月在漢諾威舉行。全球最大的汽車展覽the Internationale Automobil-Ausstellung (IAA)亦每逢偶數年在漢諾威舉行，每逢奇數年則在法蘭克福舉行。其他受歡迎的貿易展覽會包括the Internationale Tourismus-Börse (ITB) (其為全球最大之旅遊貿易展覽會，每年三月在柏林市舉行)及MEDICA貿易展覽(其在杜塞爾多夫舉行，每年吸引逾4,000個參展商)。有兩個會場位於德國首都柏林市，包括Berlin ExpoCenter City (柏林市展覽中心(市中心))及Berlin ExpoCenter Airport (柏林市展覽中心(機場))，兩者於二零一二年均有重大影響。德國經濟復甦及貿易展覽會質素高均為其展覽業可持續有強勁發展之主要因素。於二零一一年，約有160,000個參展商出席德國134個國際貿易展覽會。德國貿易展覽業協會對展覽業於二零一三年之前景感到樂觀，已經訂定逾140個國家及國際貿易展覽會，預期於二零一三年將會有大約165,000個參展商出席該等貿易展覽會。

美國

旗下另一個展覽會「拉斯維加斯博覽會」在美國拉斯維加斯舉行。於過去數十年，美國城市及地區政府參加音樂會等活動及擁有及經營會議及貿易展覽會已經成為常規。在最少16個州，美國政府甚至建造大型會議設施。拉斯維加斯為主要會議展覽城市，在過去一二十年強勁崛起。展覽會業務分別在三個主要設施舉行：the Las Vegas Convention Center (拉斯維加斯會議中心)、the Sands Convention Center (金沙會議中心) 及Mandalay Bay Convention Center。雖然環球金融危機對該城市造成打擊，但是，美國展覽業未有受到嚴重影響。根據the Center for Exhibition Industry Research (展覽業研究中心) 數據，於二零一一年，美國展覽業增長約2.7%，比美國本地生產總值增長約1.7% 為高。

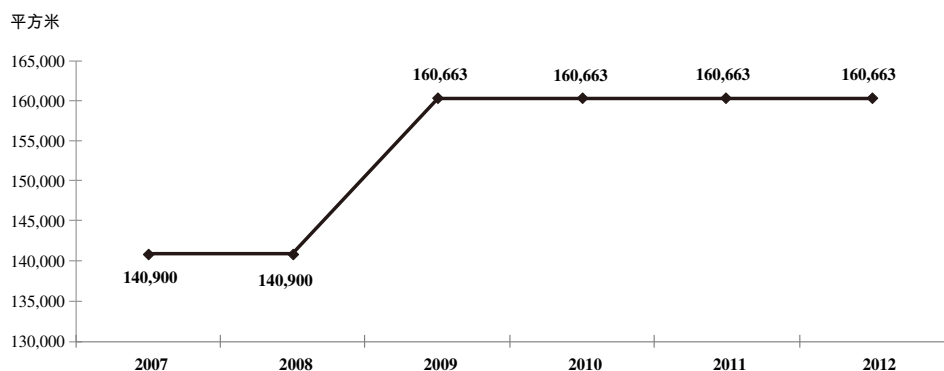
新興貿易及展覽會市場

旗下另一個展覽會「新加坡－亞洲博覽會」位於新加坡。根據UFI，於二零一一年，主辦者在亞洲售出之淨面積合共達約15,900,000平方米。該總數當中，在中國售出接近55.0%，在日本售出12.0%。於二零一一年，增長最多者為東南亞。於二零一一年，新加坡及馬來西亞為增長最快之市場，分別上升約15.0%及14.0%，而菲律賓展覽會市場則增長約8.8%。越南是東南亞此趨勢唯一的例外，估計增長僅約為1.2%。於二零一一年，較大的展覽會市場增長明顯較慢。亞洲最大市場中國，增長約2.5%，而印度則增加約3.3%。另外兩大市場韓國及香港，分別增長約2.2%及1.1%。旗下主要展覽會「Mega Shows」每年十月在香港舉行。

香港展覽業

香港為亞洲貿易展覽會之都，亦為領先的國際商務會議地點。會議、展覽及獎勵（「會議、展覽及獎勵」）之主要場地為位於主要商業區之香港會議展覽中心（會展）、機場附近之亞洲國際博覽館（亞洲國際博覽館）及九龍灣國際展貿中心（九展）。會展目前之規模逾88,000平方米，而亞洲國際博覽館則提供逾70,000平方米之展覽空間。

香港之貿易展覽會場地空間



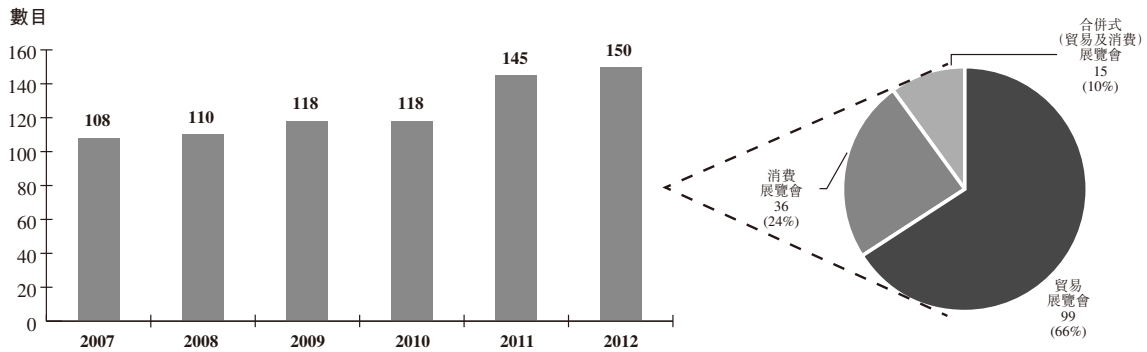
附註：數據包括可供作展覽會用途之空間。這包括特製展覽會空間及可轉為展覽會空間之所有其他範圍。

來源：會展、亞洲國際博覽館、BMT Asia Pacific、行業報告

香港展覽業目前之狀況

於二零一二年，香港兩個主要場地（會展及亞洲國際博覽館）均列入CEI Asia Industry Awards 2012「Best Convention and Exhibition Centre」（最佳會議及展覽中心）三甲。

在香港舉行之展覽會數目



來源：香港展覽會議業協會、IPSOS分析

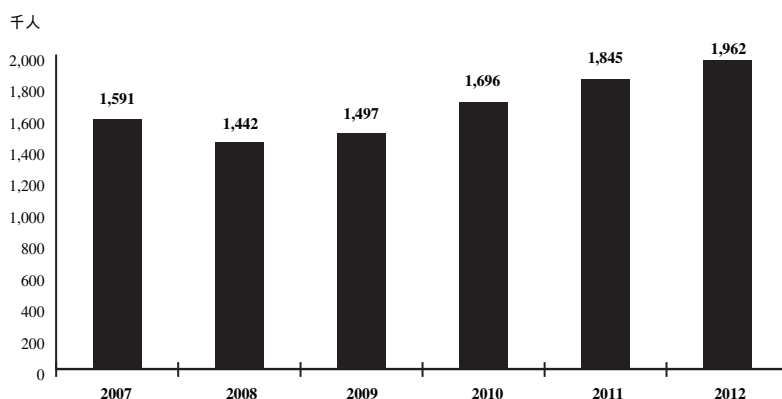
來源：香港展覽會議業協會、會展、九展、亞洲國際博覽館、貿發局、行業報告

由二零零七年至二零一二年，在香港舉行之展覽會數目的複合年增長率約為6.8%。近年來，外國企業從中國及其他亞洲國家採購產品之數目有所上升，導致香港展覽業增長強勁。此外，外國企業越來越多參與在香港舉行之展覽會，以滲透中國及其他亞洲國家增長中的市場。隨著已發展國家如歐洲及美國之財務不明朗因素迫使企業尋找新市場，尤其是亞洲（其發展中經濟體系仍在增長中），預期此趨勢將會持續。於二零一一年，香港舉行了全球五大貿易展覽會及亞洲七大貿易展覽會（以參展商數目計）。

香港貿易展覽會之訪客

在香港舉行之貿易展覽會之訪客數目由二零零七年約1,591,000人增加至二零一二年約1,962,000人，複合年增長率約為3.8%。

香港貿易展覽會之訪客數目

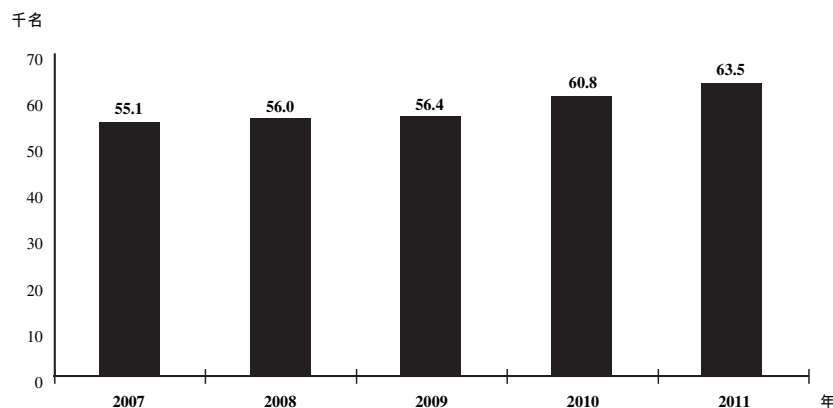


附註： 訪客數目包括來自香港之貿易訪客及香港以外之訪客

來源： 香港展覽會議業協會及IPSOS分析

於二零一一年，來自中國及亞太地區之貿易訪客總數亦繼續上升，分別約13.3%及10.0%。根據貿發局資料，在訪客於二零一零年及二零一一年參加在香港舉行之多個會議及展覽會(如亞洲金融論壇、貿發局香港電子產品展、The China Sourcing Fairs (環球資源採購交易會)及亞洲國際航空展覽會暨論壇)增加所帶動下，於二零一零年及二零一一年，訪港過夜會議、展覽及獎勵旅客人數分別約達1,430,000人及1,563,000人，分別佔二零一零年及二零一一年訪港商務旅客總數約24.3%及24.7%。

香港貿易展覽會參展商數目



附註： 參展商數目包括出席在香港舉行之展覽會之所有本地、地區及國際參展商

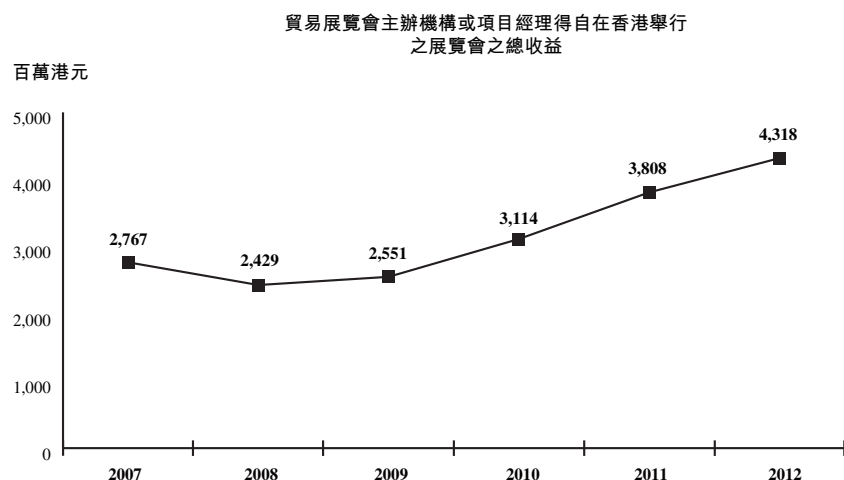
來源： 香港展覽會議業協會、IPSOS分析

行業概覽

由二零零七年至二零一二年，香港貿易展覽會參展商之總數之複合年增長率約為2.9%。國際參展商數目增加為增長之主要動力，由二零一零年至二零一一年增加約18.0%。很多國際參展商視香港為進入中國更大業務市場之門戶。

貿易展覽會主辦機構或項目經理得自在香港舉行之展覽會之總收益

由二零零七年至二零一二年，貿易展覽會主辦機構或項目經理得自在香港舉行之展覽會之總收益之複合年增長率約為9.3%。



來源：IPSOS訪問及分析

於二零零八年，由於發生環球金融危機，導致訪客及支出減少，故收益有所減少。然而於二零零九年，市場於經濟動盪中迅速回升，隨著消費者恢復信心，參展商租用更多攤位面積。這鞏固了香港作為穩定可靠的商務平台以及世界各地買家賣家網絡基地的角色。

香港貿易展覽業之競爭環境及分析

香港貿易展覽會及主辦業之競爭狀況

主要市場競爭者

於二零一二年有大約52個貿易展覽會主辦機構。歷史上，以舉辦活動數目及售出展覽會空間總額計，貿發局一直為市場領先者。於二零零五年，貿易展覽會主辦機構只有約11個，但亞洲國際博覽館於二零零六年開幕則為貿易展覽業帶來新競爭。到二零一一年，主辦機構總數已增加至約52個。加入多一個主要獨立展覽會場地，亦有助推廣香港作為地區展覽之都的地位，並導致海外主辦機構湧入。根據行業報告，目前，香港之主要貿易展覽會主辦機構包括貿發局、亞洲博聞有限公司、Global Sources (環球資源) 及本集團。

行業概覽

一般而言，大型貿易展覽會主辦機構舉辦種類繁多的展覽會，而小型主辦單位則傾向專門在不同地方舉辦類似展覽會。除在香港舉行的活動外，香港的貿易展覽會主辦機構亦積極安排其參展商在海外參展。中國為優先選擇，故主辦機構亦積極物色地方舉辦其貿易展覽會。地點不僅包括已發展市場，亦包括發展中市場如中東及東歐。

在香港舉行之展覽會之五大貿易展覽會主辦機構或項目經理

根據行業報告，於二零一二年在香港舉行之展覽會之五大貿易展覽會主辦機構或項目經理為：

排名	公司名稱	總部地點	二零一二年 佔總收益		二零一二年 僱員數目 (附註2)	二零一二年	
			收益 (百萬港元) (附註1)	份額 (%)		在香港舉行 展覽會數目	舉辦展覽會類別
1	貿發局*	香港	1,664	38.5%	1,000	28	貿易、消費
2	環球資源	香港	550	12.8%	3,000	30	貿易
3	亞洲博聞有限公司	倫敦	475	11.0%	1,100	8	貿易
4	法蘭克福展覽 (香港)有限公司*	德國	255	5.9%	1,700	4	貿易、貿易及消 費、消費
5	Mega Expo Holdings Limited	香港	214	5.0%	124	2	貿易
其他			1,159	26.8%		42	
合計			<u>4,317</u>	<u>100.0%</u>		<u>114</u>	

附註：

(1) 主辦機構收益只包括香港，並為一月至十二月之公曆年。

(2) *年報尚未出版，有關數字由IPSOS估計。

來源：IPSOS訪問及分析

行業概覽

於二零一二年 在香港舉行之五大貿易展覽會 (附註1)

排名	展覽會名稱	舉行地點	參展商 招募能力 (以參展商 數目計算)	租賃場地 總面積 (平方米)	展期(日)	展覽期 (月份)	租賃頻率 (每年) (附註2)	參觀者 數目	展覽會 主辦機構	展覽會主題
1	貿發局香港禮品及贈品展2012	會展	4,112	77,245	4	四月	1	47,050	貿發局	禮品及贈品，包括小型擺設及裝飾品、戶外及旅遊用品、照相架、文具及紙品、科技禮品和派對及節慶用品等
2	Mega Show Part I 2012	會展	3,539	85,464	4	十月	2	43,450	Mega Expo Holdings Limited	禮品、家庭用品、贈品及玩具
3	九月香港珠寶首飾展覽會2012	會展及亞洲國際博覽館	3,526	130,000	7	十月	2	51,977	亞洲博聞有限公司	珠寶原材料，包括鑽石、寶石、珍珠，以及包裝、工具及設備
4	貿發局香港秋季電子產品展2012	會展	3,322	79,910	3	十月	2	64,478	貿發局	各式各樣的電子產品，包括：視聽產品、導航系統、電訊設備和檢測及認證服務等一應俱全
5	貿發局香港國際秋季燈飾展2012	會展	2,279	69,290	4	十月	2	36,194	貿發局	廣告燈具照明、商業照明、家居照明、LED(發光二極管)及環保照明、燈飾配件及零件

附註：

1. 五大貿易展覽會或Mega Shows按二零一二年香港參展商數目(按參展商數目)排名
2. 相同名稱展覽會的不同部分或季別當作不同展覽會分開計算

來源：貿發局、亞洲博聞有限公司、IPSOS分析

於旺季如四月及十月，亞洲國際博覽館及會展均全部佔用。由於Mega Shows於每年十月舉行，因此，主要競爭展覽會為環球資源所舉辦之China Sourcing Fairs及貿發局所舉辦之香港秋季電子產品展。於二零一二年，在該等展覽會中，Mega Expo之參觀者人數最多，參展商招募能力(以參展商數目計算)最高。

行業概覽

於二零一二年十月舉行之主要經常性展覽會

展覽會名稱	舉行地點	參展商 招募能力 (以參展商 數目計算)	展期 (日)	參觀者數目	展覽會 主辦機構/ 項目經理
Mega Show Part I 2012	會展	3,539	4	43,450	Mega Expo Holdings Limited
貿發局香港國際秋季燈飾展2012	會展	2,279	4	36,194	貿發局
China Sourcing Fair: Security Products and Korea Sourcing Fair: Electronics & Components (環球 資源安防產品採購交易會及韓國 電子產品及零件採購交易會)	亞洲國際 博覽館	2,040	4	36,195	環球資源
China Sourcing Fair: Solar & Energy Saving Products, Christmas & Seasonal Products, Gifts & Premiums, Home Products, Medical & Health Products and Baby & Children's Products (環球 資源太陽能及節能產品、聖誕及 節日產品、禮品及贈品、家居用 品、醫療及健康用品，以及嬰兒 及兒童產品採購交易會)	亞洲國際 博覽館	1,260	4	15,566	環球資源
China Sourcing Fair: Fashion & Accessories, Garments & Textiles and Underwear & Swimwear and India Sourcing Fair: Garments & Textiles (環球資源流行服飾配件 採購交易會，服裝及面料採購交 易會，內衣及泳衣採購交易會及 印度服裝及面料採購交易會)	亞洲國際 博覽館	1,250	4	9,510	環球資源

來源：貿發局、會展、亞洲國際博覽館、亞洲博聞有限公司

香港貿易展覽業之入行障礙

市場支配地位及高經營成本為進入香港貿易展覽業之新行業參與者構成障礙。

少量主辦機構支配市場

貿易展覽業由少量主辦機構支配，特別是貿發局。這為新參與者造成入行困難，因為香港之主要展覽會場地通常受該等主辦機構所舉辦之活動時間表所阻。活動時間表受公營主辦機構及主要參與者重大支配，使私營主辦機構難以進軍香港。

高經營成本

與鄰近地區如中國及澳門比較，香港之經營成本（包括租金及工資）相對較高。此乃展覽會主辦機構的主要關注因素，尤其是較小者。在香港，成本問題可通過主辦產生較多收益之大型展覽會減少。然而，未建立聲譽之新參與者就大型展覽會爭取展覽會空間及吸引參展商時會面臨挑戰。

香港貿易展覽業面對之威脅

展覽會主辦機構之間競爭加劇

貿易展覽會業在香港穩步增長。基於展覽業對一個國家之成功形象之重要性，多國政府及私人機構均陸續改善其展覽業，例如擴大其展覽會空間。於二零一一年，美國、中國、德國、意大利及法國為可用展覽會空間增長最大之五個國家，該五個國家佔全球室內展覽會空間總額約59%。隨著有更多展覽會空間可供使用，新的或新近擴充的場地將進取地吸引更多展覽會主辦機構。這將使環球展覽業之競爭進一步加劇。香港場地有限，土地供不應求，主辦機構預訂展覽會空間時須互相競爭，競爭將更激烈。香港將須增加可用展覽會空間，以在環球展覽會市場維持競爭力。

中國展覽業迅速增長及與地區競爭者之競爭加劇

在中國，由二零零八年至二零一零年，租出展覽會空間總額增加約6.0%，而由於金融危機，世界上其他國家並無相同增長。中國北京市及上海市為主辦大型貿易展覽會之兩大城市。最大之場地為廣東現代國際展覽中心(GDE)，其位於中國廣東省東莞市厚街鎮，並越趨受歡迎。GDE與亞洲國際博覽館將互相競爭貿易活動、參展商及貿易參觀者。新加坡最近之總體計劃內所載的目標，與香港作為商業目的地的自我形象類似；在新加坡，會議及展覽業之優先次序將會提升。例如，「綜合度假村」提供100,000平方米之展覽會空間及3,000個房間以及為商務旅客而設之娛樂設施，其已對香港展覽業構成重大壓力。

新加坡及澳門等鄰近國家已投資大量金錢及資金於貿易展覽業，香港面對之競爭越趨加劇。新加坡與香港在商務旅客資源以及其強項弱項方面有很多相似之處。

於二零一零年代進行主要娛樂場度假村項目後，澳門的酒店房間及會議及展覽場地較香港具有供應優勢。澳門作為直接近鄰，並有可能提供相同水平之服務，有可能從香港搶走部分貿易展覽會。

未來展望

中國與香港更緊密經貿關係

廣州等華南場地之地區合作，可能有助吸引更多旅客，特別是目的地為到訪珠江三角洲製造商之旅客。尤其是，中國與香港簽署之《更緊密關係安排》，由二零零四年一月一日起允許香港會議及展覽會服務提供者以獨資形式在內地提供會議服務和展覽服務。

政府對業界的 support

為支持香港經濟，香港政府實施資助計劃以幫助展覽業。由二零零八年起，香港政府工業貿易署已成立中小企業發展支援基金。中小企可透過中小企業發展支援基金下的財務資助參與更多展覽會。

除中小企業發展支持基金外，中小企業市場推廣基金對香港展覽業亦有重大影響。市場推廣基金授予資金，讓中小企可參與香港以外有關出口之貿易展會及展覽會，例如只供業界參加之活動或目標對象為海外及本地貿易買家之活動。

開拓中國市場

中國開放出境旅遊，為全球旅遊熱點(包括香港)帶來巨大商機。中國漸成世界經濟強國，亦表示國際商業活動在未來將會在龐大增長，而之前未能駐足中國之跨國公司，目前其業務在當地越來越多。香港作為中國商業門戶之角色可能被其他主要城市削弱，其可能對香港之貿易展覽業構成威脅。

國際參展商增加

世界各地之企業越趨運用香港之展覽會平台向中國及廣大亞太地區增長中之市場介紹其產品。預期這在未來幾年將會繼續，為香港提供持續的展覽會增長機會。