

粵會展商鑑港模式 搶佔市場異軍突起

昔日港企主辦為主 如今退位亟待轉型

香港回歸以來，中國會展行業經歷了以港企主辦為主導，到內地行業協會（即公會）借鑒香港經驗白手起家，再到內地自主辦展蓬勃發展的一次次蛻變，曾在內地佔重要地位的香港會展業也開始尋求新的出路。廣東現代會展管理有限公司副總經理閻志斌從2002年管理廣東現代國際展覽中心至今，見證了粵港兩地會展行業發展的陰晴圓缺，對中國會展行業的未來走向也有着自己獨到的見解。 ■香港文匯報記者 帥誠 廣東報道



1980年2月，香港雅式跟《經濟導報》合作在廣州出口商品交易會舉辦的第一屆中國工具機展覽會現場。資料圖片

近年廣東會展數據

年份	展覽數量	展覽面積(平方米)	專業展館數
2002年	-	-	9
2004年	-	-	17
2006年	207	160萬	26
2012年	377	1,400萬	30
2014年	542	1,717萬	-
2016年	617	1,724萬	31

近年內地主辦的展會逐漸贏得口碑。圖為在廣東現代國際展覽中心舉辦的中國加工貿易產品博覽會。香港文匯報記者帥誠攝

在廣東現代國際展覽中心浸淫15年之久的閻志斌，談起內地會展行業的發展情況，立即便進入工作狀態。

他指出，上世紀90年代初期，香港會展公司在內地展會中佔有八成席位，雅式展覽、香港工商總會、香港華進等都有豐富的內地辦展經驗。1997年香港回歸後，隨着改革開放政策的不斷深入，內地企業靠着近水樓台的資源優勢，與各大行業協會和政府機構合作組織展會。最先發展起來的要數汽車會展業，汽車貿促會和中汽國際集團面向全國各地辦展，逐漸脫離與香港會展公司的合作。

公會近水樓台 發揮平台效能

閻志斌認為，內地行業協會對企業資源的充分整合利用是其迅速崛起的一大因素，「行業協會大多由當地企業自行組建，本身的作用就是搭建一個平台讓領域內的會員企業溝通交流，在這個過程中協會發現組織展會是其發揮平台效能的一部分，所以都逐漸自己接手辦展。」

以東莞會展業為例，閻志斌猶記得，1999年，虎門雙崗村有400多家傢俱企業，想參加廣州傢俱展卻沒有足夠展位，只能由企業抱團自發組織行業協會辦展覽，但租用家居商做展廳的模式不被部分大型企業所接受。當地政府意識到企業有展館的需求，遂發起各村委、社區和企業共同投資建設廣東現代國際展覽中心，並於2002年建成開業。

初期經驗不足 港成最好老師

那時候，內地會展業方興未艾，但此前長期與香港專業會展公司合作的內地企業，面對經驗尚淺的內地行業協會，多少有些無所適從。廣東現代國際展覽中心為幫助當地行業協會成功辦展，主動為企業承擔了更多的費用。

對於經驗不足的行業協會，會展業發展成熟多年的香港成了最好的老師。行業協會效仿香港展會經營權與產權分離的模式，政府作為展館的業主，經營交給專業公司管理。「現在內地常見的淡旺季交替

辦展、參展價格峰值變化、大型展位價格優惠等方式都是從香港會展管理模式學習而來。」閻志斌說。

內地會展公司 逐漸贏得口碑

漸漸地，整合市場資源和借鑒香港會展管理經驗這種雙管齊下的方式得到了回報，越來越多的行業協會獲得參展商認可。「比如北京國際會展中心等大型會展公司已經獲得了與香港知名會展企業相同的口碑，並逐漸開始嘗試輸出管理模式，

接手管理珠海、杭州、南昌的會展中心。但要說內地會展業已完全超越香港，還不至於。」閻志斌說。

內地會展業的迅猛發展，使香港會展公司在內地市場有所萎縮。目前廣東展覽中心仍由香港公司主辦的展覽僅有雅式塑膠展覽、訊通DMP東莞企業展等少數大型展會。

閻志斌認為，香港會展業在內地競爭者紛紛崛起的浪潮下，應該找準自己的定位，發掘新優勢。

廣東現代國際展覽中心是亞洲最大的展館之一。網上圖片



廣東現代會展管理有限公司副總經理閻志斌見證內地行業協會學習香港經驗辦展的成長過程。受訪者供圖

上下游產業發展受惠

廣東現代國際展覽中心在開業初期，一直與行業翹楚香港比克公司合作，由其負責會展中心的展位設計和搭建。

不敵本地同業 港服務商離場

在全盛時期，香港比克在內地各大主要城市均設有分支機構，但隨着內地同類服務商的興起，費用居高不下的香港比克也漸漸退出內地市場，「一些香港比克曾經的員工脫離公司流向內地，也有部分團隊在珠三角創立了自己的公司，沿用比克原有的經驗和模式。」閻

志斌坦言，這些因素使得比克的利潤被分流，對內地主辦方企業來說也多了一些選擇。

運輸企業做大 業務層面更廣

在會展運輸業方面，改革開放初期，由於海外產品進口需求大，內地會展業對香港的國際資源依賴性也相應較大，這促使香港的代理公司有更多機會幫內地企業處理國際展品訂單，再在內地完成報關業務。閻志斌透露，廣東現代會展管理有限的前身廣東國際貿易展

覽公司，主要業務即是與香港公司合作，完成海關報關標準和流程。

2008年以來，純粹的境外展覽業務逐漸減少，「真正有意打入中國市場的外企，大多都主動在內地設立了分公司，這些公司的業務也漸漸被幾家內地主要的代理公司承包。」中展運、上海新躍等內地會展運輸型企業也開始崛起，「這些公司的業務面更廣闊，除了傳統會展業務，甚至還涉及奧運會、亞運會等大型活動，這樣的機會也不斷吸引更多香港人才加入其中。」



在東莞舉行的展覽會上，亞洲博覽會負責人吳家聰推廣即將於9月舉行的香港珠寶首飾展覽會。香港文匯報記者帥誠攝

港同業跨境參展獵客

今年4月，中國加工貿易產品博覽會在廣東現代國際展覽中心舉辦，有不少內地珠寶首飾企業首次參展，其中曜輝、寶珠、亮點等主營珠寶的企業都展出了富有設計感的項鍊、手鐲等產品。

境外展覽同業亦以「獵頭」的身份參展，總部設於香港的珠寶展覽業龍頭、亞洲博覽有限公司珠寶展覽部副總裁吳家聰指出，此次公司參展，旨在邀請更多內地珠寶企業參加今年9月將在香港舉辦的香港珠寶首飾展覽會。

吳家聰指出，近年內地珠寶企業發展迅速，去年舉辦的香港珠寶首飾展中，內地企業佔參展商總數的一半。他認為內地珠寶行業在國際上已有一定優勢，在過去香港珠寶類展覽中，內地企業對不銹鋼、骨瓷等低成本材質有很好的運用，「物美價廉的產品對消費者來說吸引力是最大的，而香港的業內優勢則突出表現在品牌知名度和設計元素上。」他坦言，無論是數量還是質量，未來內地珠寶企業在國際上都將越來越有名。

兩地定位待協調重整

據美國展覽業協會的調研報告顯示，未來會展業非標轉化產品的展出將成為大趨勢，標準化產品的展出價值會下降。「比如冰箱、電視等大批量生產的家電，每一款產品的尺寸、配件型號只需要在官網直接公佈即能讓專業採購商知悉，參加展覽反而會造成資源浪費。」專家認為，非標轉化產品將更注重新線下體驗，比如電玩動漫、圖書等產業。這樣的預言似乎在市場高度國際化的

香港首先應驗。考慮到內地市場未來的廣闊前景，香港通訊工業展、雅式包裝展、香港工商啤酒展等歷史悠久的本港展覽紛紛從香港轉移到內地，而珠寶設計、玩具包裝等純成品銷售類展會則成為香港會展業的主流，其中也不乏中介性質的服務業展覽，將內地產品通過香港展會的國際影響力邁向國際市場。

藝術展電玩展 內地大有市場

廣東現代會展管理有限公司副總經理

閻志斌認為，雖然香港會展業失去了內地市場的主導地位，但粵港澳大灣區的建設或許能為香港會展業提供另一次發展機會。香港作為會展服務的橋頭堡，細分市場領域需要重新定位，「未來香港應該在高檔藝術品、文化體驗類展會方面發揮更大優勢，而對於工業、基礎製造類展覽的比重則應減少。」

此外，他認為內地經濟發展帶動城市消費者品味的提升，使高端藝術品市場有了更多發展空間，「建議香港巴塞爾藝術展今後在內地籌辦巡迴展，香港電玩展也可在內地發展，Cosplay在內地



香港動漫電玩節成為動漫迷每年暑期的重點活動。資料圖片