

淺析澳門會展業的現狀和發展策略

“如果在我這個城市召開一個國際會議，就好比有一架飛機在我們頭頂上撒美元”。美國一位市長曾以此來形容會議展覽業的魅力。從目前世界會展大國的業績來看，會展業是一個利潤豐厚的無煙產業，不僅自身盈利高，而且產業帶動能力強。據澳門會展業協會發佈的《澳門會展業發展研究報告》指出，未來三年澳門的會展業將脫離嬰兒期¹，正式踏入初級發展/市場培植期²。預計到 2008 年，會展經濟效益總計達 6.84 億澳門元。面對如此誘人的利益，有必要“三思”而後行。

一，思隱憂

1，基礎薄弱

與發達地區相比，會展業在澳門仍處萌芽階段。澳門會展業起步晚，較香港遲了三十年。香港在上世紀 60 年代由“工展會”引發會展業的崛起，而上世紀 80 年代初，由澳門廠商會主辦的澳門工業展覽會才起步；同時澳門的勞動力資源緊缺，會展業所需的人力資源比例為 1 : 1.1-1.2，即 1 千平方米面積的展館動輒需要 1,100-1,200 名工作人員，而現在從事澳門會展的全職者不過 100 多人，估計到 2010 年將創造 2,500 個會展全職職位，以應對未來場地和新會展項目的增加。

¹嬰兒期：參見附表《澳門會展業發展的三大階段》。

²培植期：參見附表《澳門會展業發展的三大階段》。

2，局限性

眾所周知，澳門很小，面積僅為 27.3 平方公里，常住人口僅 45 萬多，自身消費市場和生產能力非常有限，因此經濟規模很小，產業比較單一，幾乎全依存於博彩業。雖然博彩業在稅收上的貢獻是有目共睹的，2000 年之後的幾年之內更是實現了 3 倍的增長，2005 年占政府稅收的 78.8% ，但同時我們要認識到：澳門產業類別與規模的局限性，使得在發展會展業的選擇餘地上十分有限。

3，競爭激烈

與澳門毗鄰的城市會展業發展迅猛。暫不談香港這個老牌會展之都，光廣州，深圳，甚至珠海都興建了一批規模宏大、設施一流的會展中心，新辦的展會和會展公司林立。以廣州為例，今年，廣州會展業發展規劃被列入廣州市服務業發展“十一五”規劃；同時引進國際展覽聯盟(UFI)辦展，介紹國際化標準的會展業；並且與義大利 BolognaFiera 集團³聯合主辦了第 25 屆廣州美博會。會展業裏群雄四起，澳門所要面臨的殘酷競爭，自然無法避免。

二，思機遇

1，優勢

1) 地理位置

交通非常便利。以澳門為中心，2 小時航程內的經濟圈可以輻射 15 億人口，

³義大利 BolognaFiera 集團：世界第一大美容展——義大利 COSMOPROF 國際美容展主辦單位。

可以輕鬆到達國際金融中心香港，寶島臺灣和作為“世界製造工廠”的珠三角任一城市。而 5 個小時航程內可到達東南亞國家以及中國大部分省市，輻射人口高達 30 億。

2) 城市功能

澳門，“一國兩制”的制度，低成本的自由港，簡單低稅率，國際貿易聯繫較廣泛，中葡經貿交流與合作的平臺優勢，中西交融的文化特色，得天獨厚的區位和與七個葡語國家⁴投資環境的平臺。

3) 國際知名度

澳門歷史城區申“世遺”成功，引進金沙和永利這兩個美資賭牌以及 05 年東亞運動會在澳門舉辦等重大事件使澳門的名聲鵲起，吸引了世界的目光，國際知名度大大提升，加速了澳門經濟發展的步伐。

除此之外，澳門國際貿易展覽會(MIF)又是全球展覽業協會認證會員，加上中央政府積極推動澳門成為區域性會展業中心的政策等方面的優勢。事實上，澳門回歸祖國後，社會穩定，經濟發展，治安良好，國際地位上升，已經具備了發展會展業的大環境。國務院制定的“十一五”規劃綱要將澳門納入其中，提出支持澳門發展旅遊等服務業，促進澳門經濟適度多元化，這無疑是發展澳門會展業的良好契機。

2, 潛力

1) 仲介力量

⁴七個葡語國家：葡萄牙、佛得角、莫三比克、東帝汶等 7 個葡語國家。

部分葡語國家已在澳門設立了辦事處，澳門作為獨特的仲介，可溝通內地與葡語國家的聯繫，實行“引進來，走出去”，把內地的產品經澳門推出外國，也可以把澳門發展成陳列室及洽談區，帶動澳門和內地的會展業發展。

2) 硬體成熟

除目前現有的漁人碼頭、旅遊塔、東亞運體育館等可用作展覽的場地面積約 15000 平方米外，新獲賭牌的兩家美資公司合共引入約 200 億澳門元興建會展中心、賭場、酒店及渡假村，加上新葡京酒店、星際酒店等，將會在 2007 年先後落成，屆時會展場地面積將增至 80000 平方米，展位元數目預計達 4000，硬體設施趨向成熟。

3) 會展新理念和國際品牌

投資 18 億美元興建金光大道“威尼斯人酒店”的美國拉斯維加斯金沙集團股份有限公司，在世界上享譽盛名。25 年以前，金沙會議展覽中心將娛樂場、酒店、餐飲、會展等整合起來運作，獲得了巨大的成功，目前是北美洲第一位的展覽中心。該公司在澳門興建的展館將於 2007 年年中落成，但現已初步安排了 07-08 年約 30 個會展計畫，且都有德、意、法等世界級會展大國參與。不難預見，國際會展業巨頭將會帶來著先進的辦展理念和國際品牌來到澳門。

三，思策略

1) 區域合作

珠江三角洲作為全球重要的製造業基地，有著辦展的產業優勢，而澳門的低稅

等政策則可為辦展者提供一個低成本的貿易環境。粵澳兩地可採用“前展後廠”模式實現合作，以充分發揮澳門的貿易優勢及珠三角的產業優勢實現雙贏。CEPA⁵允許澳門公司以獨資的形式進入內地，最低註冊資本 10 萬元人民幣，相比 WTO 所規定的允許以中外合資形式在內地提供會展服務，最低註冊資金約 20 萬美金，門檻要低得多，這無疑為澳門會展業的發展帶來巨大機會。此外，擁有豐富自然資源的葡語系國家，有超過 2.2 億人口消費市場，潛力很大。對中國與葡語國家企業而言，澳門是兩地建立新的商業關係和開拓國際市場的理想商貿平臺。借著服務平臺的打造，為澳門會展業造就了有利條件，亦有利於區域合作與聯盟。

2) 走品牌路線

品牌化成為會展業發展的靈魂，全球主要會展城市和整個會展產業，實際上都由品牌會展主導。品牌的樹立得益於會展活動的成功舉辦，而會展城市也需要打造品牌。一方面，政府應重視在本澳培育能長期定期舉辦富有特色的專業性展覽展會。如廣州的廣交會，深圳的高交會，廈門的投洽會，北京科博會，上海華交會，大連服裝節，青島酒節等等。既打造展會品牌，又樹立城市形象。另一方面，可結合學術活動和旅遊。特區政府要制定一些措施，吸引內地一些專業會議到澳門舉辦，也可借“節”塑造品牌，促成澳門會展。

3) 政府引導和扶持

⁵CEPA: 《內地與香港關於建立更緊密經貿關係安排》(Closer Economic Partnership Arrangement)的英文簡稱，是 2003 年 6 月 29 日溫家寶總理訪問香港時正式簽署的一個歷史性協議。

特區政府應從法律和政策上、資金上給予會展業發展必要的引導與扶持。首先，可適當引入會展業巨頭，例如德國法蘭克福展覽有限公司，德國慕尼黑展覽集團公司，還有像英國蒙哥瑪利展覽集團，義大利米蘭國際展覽公司等世界會展業的巨無霸。有競爭才會有提高，政府通過寬鬆的政策，適當地引進有經驗有實力的會展機構，發揮“鯰魚效應”⁶，由此帶動和激勵本地會展業同僚，實施優勝劣汰。其次，注重人才的引進和培訓。會展業牽涉面廣，專業性很強，一個城市會展業的發展離不開一支高素質的人才隊伍，創造良好的用人環境，吸引各地優秀會展專業人才。與此同時，一些澳門高等院校、會展行業協會、諮詢公司以及國外教育機構亦可承擔培訓會展業專業人才的責任。最後，本澳政府還可設立專項獎勵金。適當撥用財政資金設立會展業發展專用基金，來鼓勵、支持、推動澳門會展業的發展。

4) 資訊網路技術的應用

利用電子商務(Electronic Commerce)，建立買賣雙方的資料庫(Database)。大連交易會爲了辦成名牌展，就曾在建立買家資料庫上下過功夫：爲參展商聯絡對口廠商，並把擬參會的投資商和採購商的情況提前告訴參展單位，把洽談和交易落到實處，大提高交易率。從長期來看，澳門會展業可在形式上突破實物展，擴展到 Internet 互聯網上，開展虛擬會展，以此實現展覽組織、展出及展覽活動的各個環節的電子化，組展者、參展商和觀眾之間的交流通過電腦和互聯網進行。

⁶鯰魚效應：這個原理常常被引用到經濟活動中去，並逐步演變爲一種競爭機制。

5) 參考國際趨勢

要重視後續服務。專業化會展服務是展覽公司得以生存和發展的重要砝碼。專業的展覽服務既包括展覽公司的整個運作過程：市場調研、題目立項、行銷手段、觀眾組織、會議安排、甚至包括展覽公司所有對外檔、信件的格式化、標準化的服務等，也包括會展的後續服務。國外著名的展覽公司十分注重其會後服務和展後服務，往往在會展結束後一段時期內，參展商和與會者還能收到主辦單位郵寄的有關會展統計分析資料，以方便為下次會展作好準備工作；會展企業集團化展覽，企業的國際化運作主要是展覽題目的出售和收購，展覽企業的兼併和合作。世界上許多著名的大型展覽公司及展覽會組織者，都採取了戰略聯盟和並購的方式來擴大規模、提高競爭力，搶佔亞洲特別是中國的市場份額，形成了展覽公司集團化的趨勢。澳門可適當介入效仿。

附表：澳門會展業發展的三大階段

階段	時間	階段	備註
第一階段	2008~2010 年	初級發展期/市場培植	
第二階段	2011~2015 年	快速成長期	在培植期過後，此階段仍維持 20%增長
第三階段	2016~2020 年	成熟期	2015 年步入成熟期，仍可維持 8%~10%的增長

資料來源：筆者整合於《澳門會展業發展研究報告》

結論：將國際會展中心確定為澳門未來的發展方向之一，是特區政府確定的施政方略，也是促進澳門經濟向多元化發展的具體措施，這將改變澳門博彩業長期“一枝獨秀”的現狀、提高澳門經濟抗風險能力。立足現在，放眼未來，共同見證澳門會展業的蓬勃發展。

參考文獻：

1. 李向東 從 1 億到 8 億 澳門會展破展館缺乏之困加速前行 中國經營報 (2006. 2)
2. 肖彼德 加強區域合作推動穗澳會展業一體化 (2006. 3)
3. 沈丹陽 特色會展——澳門發展會展業的一種選擇 商務部網站 (2004. 4)
4. 全球會展業發展態勢研究 中展網 (2006)¹

學生組 “澳門的可持續發展” 徵文比賽投稿

洪瑾，澳門科技大學 四年級

Address: 澳門科技大學 G608

Tel: 66475317

E-mail: clarejinni@yahoo.com