

# 疫市半年辦活動近零 盼政府撥款支援 會場搬上網 展覽業變陣求存

受到疫情影響，今年2月起香港各大、小展覽會幾乎全部取消，展覽業界為了生存只能變陣，如推出網上展覽，改善買家、賣家App的使用體驗，盡量將「線下」模式搬到「線上」。雖然一定程度上解決了難關，但隨着疫情大規模爆發，業界認為政府提供現金資助必不可少。

## 企業訪問

大公報記者 趙建強

環球資源展覽部副總裁黎可怡表示，該公司也算香港數一數二舉辦大型展覽會的主辦機構，但自4月起無搞過任何展覽會。她指出，香港自2月開始，90%展覽會都因疫情而取消，只有零星B2C展覽可以舉行，對實體展覽會的主辦單位、服務商，帶來極大衝擊。

### 環球資源斥數百萬拓線上

相對一些只做實體展覽會的公司，黎可怡稱，環球資源一直有線上平台，提供予展覽會供應商，該公司自2000年前後已經有做線上採購平台，有了不少線上活動的經驗，「我哋可以好快轉身，做線上服務界供應商、買家，所以影響都不算咁災難性。」

環球資源不但盡量減低了疫情影響，更於疫市下投資數百萬元，加強設備、推廣線上展覽會，及教育供應商、買家使用公司系統，所以該公司沒有減薪、裁員措施，而是盡量將現有人手安排線上活動工作，「因為線上活動都需要好多人手去做」。

黎可怡稱，疫情確實推動了線上展覽的發展速度，「好多供應商係做出口

貿易，近期出唔到去，買家又入唔到內地，一定要透過線上渠道接觸買家」，令線上展會受到買賣雙方歡迎。但她亦強調，線上展會始終缺乏面對面的交流，目前來說難以取代實體展覽會，相信疫情過後，實體展會仍有可為。

「爆發疫情至今已經半年，市場上好多積存需求，相信疫情後會有好快的反彈」，黎可怡舉例，7月上海放寬檢疫限制，已經舉辦過多場大型展覽會，參展商、買家出席率甚高，也有外國參展商，委託內地經銷商參展，可見需求強烈。

### 細公司及配套單位恐結業

要展望未來，先要捱過目下。黎可怡稱，業界在疫情下受到很大衝擊，呼籲政府提供行業現金支持，推出類似旅遊業之類的行業性資助，以助業界渡過難關。她表示，旅行團尚且可以改做本地遊、生態旅行團，酒店可以做本地客，但「展覽業界要轉身好難」，擔憂若政府未能提供協助，很多中小型展覽主辦機構，及一些配套單位，如展覽場地搭建、物流、保安公司可能會結業。



▲環球資源展覽部副總裁黎可怡指，已投資數百萬元，加強設備、推廣線上展覽會

►疫情令九成展覽會取消，推動了線上展會的發展速度



▲線上展會缺乏面對面的交流，相信疫情過後，實體展會仍有可為

## 參展商感受

### 深圳市創吉佳科技總經理 王皎

- 線下展會需耗費巨大成本，線上展會卻可以極大的降低參展成本支出。僅需在展會平台上發布與企業相關的產品介紹，就能夠與來自各地的客戶進行交流，投入最少的成本，收穫最大的利益。
- 相比傳統參展的時間限制，線上展會可以全天24小時進行，線上展會也可以精準獲取展會的總流量和被觀展數據、詢問信息等，線下展會客戶信息收入容易導致信息缺失。



### 山東隆和節能科技總經理 周曉穎

- 環球資源的線上展會，提供了廣告位、即時溝通、詢問功能，使公司信息可以通過視頻、圖片、文字展示予客戶，相比線下展位，公司產品可以更多、具體、詳細的展示。
- 線上展會比實體展會更具成本、時間、空間和交易便捷等優勢。省卻租借場地成本，而展示虛擬產品，也可避免產品在運輸過程中的損壞成本，參展商和客戶通過線上交流，可不受空間、時間限制。

### 上海蟠龍醫用材料經理Johnson

- 第一次嘗試參加線上展會，對實體和線上展會的差別還不是很清楚，但覺得線上展會機會更大，買家足不出門就可以找到他們想要的產品和供應商

，對供應商來說，有更多機會找到買家，期望能通過線上展覽會找到合適的買家，並與買家保持良好溝通，增加後期合作的可能性。

## 線上線下展會相輔相成

### 各善勝場

自疫情爆發後，環球資源就思考解決方案。「我哋新online（網上）平台服務，由3月開始搭建，4月已經推出服務，前後短短兩三星期。」黎可怡表示，疫情爆發初期，環球買家對防疫產品需求極大，該公司搭建的網上採購平台，在網上為買家和供應商作配對，反應非常好。因此，5月再推出買家採購App，讓買家可以輕鬆透過電話搜尋、採購、找到供應商。

食髓知味，環球資源籌備兩個月後，於上月底再推出線上展會，7月29日開幕，短短3日，瀏覽量已經突破100萬人次，吸引逾1700名全球買家提交採購清單，反映業界對展覽活動的需求。環球資源數據顯示，該展覽

會預先登記的買家來自全球140個國家及地區，頭5位依次為中國香港、美國、中國內地、印度，及澳洲，而買家則主要為零售商、中介（代理、顧問及分銷商）、電商等。

### 線上展會要有針對性

疫情使不少線下活動轉往線上，環球資源的線上展會反響亦不俗，越來越多展商、買家習慣了網上交易。但是，黎可怡不認同線上展會將取代傳統展會、實體展覽。她認為，線上線下是相輔相成，「兩邊都有獨特體驗，畢竟，可以觸摸到實體展品，可信度點都大好多。」

黎可怡解釋，很多買家和展商都視展覽會為建立關係的渠道，除可以面對面交流，增加交流效率外，也可

以親身認證展覽場上各種實物展品、與行家一起分享信息，這些都非線上模式可以取代。而線上的好處則可以不受會期限制，「參展商唔使買機票，唔使租酒店」，節省租用場地費用，靈活度大很多，而且沒有場地限制，展覽數量也可以更多、更密。

不過，相對實體展覽會動輒數千攤位、展商，黎可怡認為線上展覽需要更多的主題性和針對性，因為與會人士在會場可以「行來行去感受氣氛」，但網上購物則需要清晰的目標，以免失去焦點。例如疫情下健康醫療、在家工作產品都受到關注，該公司可以關注環球消費者需求的走勢，捕捉市場動態，推出具針對性的展覽會，而這種流動性展覽會，又是不動輒要籌備數月的傳統展覽會可比。

## 李寧料今季業績改善 股價飆近一成

### 業績公布

【大公報訊】記者李潔儀報道：受疫情影響零售市道，體育用品股李寧（02331）上半年少賺14%至6.83億元（人民幣，下同），不派息，惟業績表現勝預期，加上獲大行唱好，李寧股價續升近一成。

李寧聯席行政總裁高坂武史在電話會議上表示，疫情影響整個行業，雖然市道在5月明顯回暖，但6月份部分地區疫情復發，基於疫情的發展仍然存在不確定性，因此暫難預測下半年零售市道走勢，惟強調會為疫後的業務發展做好準備，確保今年整體淨利潤率達10.5%以上的目標。

集團旗下批發及零售業務流水，在踏入第三季略有改善，其中，批發業務流水由第二季錄得高單位數跌幅，到第三季至今，跌幅收窄至中單位數。

### 折扣促銷 冀消化庫存

截至今年6月底，李寧於中國銷售點數量共計5973個，累計淨減少476個。高坂武史提到，集團在疫情期間加快關店的節奏，惟暫未有下半年的具體計劃，強調店鋪數量不是唯一的目標，更多會以店鋪面積、效率等

作為渠道拓展的重要指標。他續說，經評估後認為沒有可能改善的虧損店鋪或會關閉。

另外，高坂武史表示，集團已對新品存貨進行及時的減單調整舉措，並通過折扣促銷手段消化現有庫存。他強調，庫存管理是重中之重，集團亦已制定明確目標，冀今年底的庫存維持在可控範圍內，又指不會因去庫存而忽視毛利率，希望能在折扣率不大的情況下有效消化庫存。

大摩發表研究報告指，李寧的盈利及毛利表現有望持續增長，有利提高估值，給予

### 李寧中期業績摘要

分項	金額 (人民幣)	按年變動
收入	61.81億	-1.2%
毛利率	49.5%	-0.2個百分點
經營溢利	8.98億	+32.4%
股東應佔溢利	6.83億	-14.1%
每股基本溢利	27.98仙	-14.9%
每股中期息	不派	維持

大公報製表

該股「增持」評級，目標價34港元。此外，傑富瑞報告指出，李寧上半年業績表現優於該行預期，主要受惠毛利率表現、第二季電商業務收入升逾20%，以及存貨渠道精簡所致。該行給予李寧「買入」評級，目標價31.5元。

李寧昨早段股價追高11%，觸及32.3元逾一年高位，收報31.55元，仍然升8.4%。

### 管理層言論重點

●疫情影響整個行業，雖然市道在5月明顯回暖，但6月份部分地區疫情復發，不過集團不會對下半年零售市道太悲觀或樂觀

●集團在疫情期間加快關店的節奏，下半年未有明顯關店計劃，惟經評估後認為沒有可能改善的虧損店鋪或會關閉

●庫存管理是重中之重，集團亦已制定明確目標，冀今年底的庫存維持在可控範圍內

●集團不會因去庫存而忽視毛利率，希望能在折扣率不大的情況下有效消化庫存

大公報製表

## 國泰載客量挫98.7% 下季提改革

### 航空困局

【大公報訊】記者林靜文報道：上半年勁創近百億元的國泰航空（00293）公布，上月載客量跌98.7%至4.29萬人次，即日均載客1432人。國泰航空顧客及商務總裁林紹波表示，全球航空業的前景依然嚴峻，本月和下月的整體客運運力維持正常運力約8%。

月內，國泰載客率下跌62.6個百分點至23.4%，以可用座位千米數計算的運力則下跌92.9%。累計今年首7個月，國泰載客量同比下跌79.4%，運力下跌69.9%。

林紹波表示，受惠經香港轉機過境旅客增加，上月初載客量錄得輕微改善，惟下旬新一波疫情在多國再次爆發，導致客戶需求再度下滑。月內，國泰客運運力從6月約4%微增至7%。

正如管理層在業績記者會上所說，貨運業務相對表現較好。儘管上月國泰載貨量同比跌39.8%，惟載貨率同比上升12.7個百分點至75.8%。

林紹波指出，載貨量按月上升約10%，惟礙於利用客運航班的腹艙載貨運力大幅減少，令整體貨運運力大減，以至貨運量較去年顯著下跌。其中，印度次大陸市場表現最好，在當地封城措施放寬後，貨運量錄得顯著升幅，另香港及內地空貨運需求在月底亦見強勁。

國際航空運輸協會（IATA）日前預期，國際客運需求要到2024年才能恢復至疫前水平，較早前預測推遲一年。林紹波亦預料，市場需求於可見未來將不會恢復正常，並重申集團資本重組計劃已於數日前完成，將在今年第四季就未來營運規模及模式向董事局提出建議，以務求在行業新常态下保持競爭力。