

Przemysł Targowy w Azji, wydanie 13
Raport UFI z badania zrealizowanego przez Business Strategies Group Ltd

Streszczenie menadżerskie - wyłącznie dla Członków UFI

Streszczenie menadżerskie udostępnione Członkom UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego zawiera najważniejsze informacje z 13. wydania raportu „Przemysł targowy w Azji”, na który składa się 120 stron danych i analiz. Raport został opracowany przez Business Strategies Group Ltd. (BSG) z Hong Kongu, na zlecenie UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego. Celem raportu jest wyposażenie wszystkich osób pracujących w przemyśle targowym i innych zainteresowanych danymi i informacjami na temat branży, w aktualną wiedzę na temat przemysłu targowego Azji, a więc w informację o kluczowych graczach tego rynku, wielkości i strukturze przemysłu, a także poglądy autorów odnośnie kierunków rozwoju przemysłu targowego Azji. Poglądy te nie stanowią oficjalnego stanowiska UFI.

Badanie BSG wykazuje, że w 2016 roku organizatorzy targów w Azji sprzedali swoim klientom 20,8 mln mkw. powierzchni targowej (netto). Oznacza to wzrost całkowitej powierzchni targowej netto w 2016 roku o 5,5% - z 19 691 500 mkw. w 2015 roku do 20 774 500 mkw. Z tego ponad 58% stanowiła powierzchnia netto sprzedana na targach w Chinach oraz 10% - powierzchnia netto na targach w Japonii. Spośród niemal 2300 targów zawartych w bazie danych BSG, 662 targi zorganizowano w Chinach kontynentalnych, zaś 333 w Japonii, która jest drugim pod względem wielkości rynkiem targowym Azji.

Tabela 1. Rynki targowe według szacowanej powierzchni sprzedanej netto, 2016

Kraj	Liczba zidentyfikowanych targów	Szacowana wielkość powierzchni sprzedanej w mkw
Chiny	662	12 052 500
Japonia	333	2 060 500
Indie	186	1 065 500
Korea	164	984 500
Hong Kong	90	947 250
Taiwan	132	815 000
Australia	189	612 000
Tajlandia	87	594 250
Singapur	72	349 500
Malezja	77	343 750
Indonezja	72	252 000
Makao	26	215 250
Wietnam	64	195 750
Filipiny	54	194 250
Pakistan	32	92 500
Birma	24	68 000
Kambodża	6	13 250
OGÓLEM	2 270	20 855 750

Źródło: Badanie BSG

W 2016 roku przemysł targowy Azji mierzony powierzchnią targową netto, wzrósł o 5,5%, a więc był podobny jak w 2015 roku (5,6%). Niektóre rynki targowe Azji Południowowschodniej w 2016 roku miały się bardzo dobrze. Powierzchnia targowa sprzedana na Filipinach wzrosła o 9,6%, w Wietnamie - o 7,3%, a w Indonezji - o 5,8%, a więc powyżej średniej w regionie.

Jeśli chodzi o największe rynki, ponownie Chiny kontynentalne i Indie odnotowały wzrost powierzchni targowej netto powyżej średniej regionalnej - Chiny 7,7%, zaś Indie - o 7,4%. Pozostałe duże rynki odnotowały umiarkowany wzrost sprzedanej powierzchni targowej netto: Tajlandia - o 3,8%, Australia - o 3,1%, Korea - o 2,7%. Tajwan odnotował wzrost o 2,3%, zaś Singapur - o 1,7%. Hong Kong miał w 2016 roku najniższy wzrost sprzedanej powierzchni targowej netto - tylko o 1,8%.

Jeśli chodzi o przychody z organizacji targów w Azji w 2016 roku, osiągnęły one wartość 5,25 mld USD, a więc wzrosły o 7% w porównaniu z 2015 rokiem. Przychody w Chinach wyniosły 2,1 mld USD, podczas gdy w Japonii zbliżyły się do granicy miliarda dolarów amerykańskich (977 mld USD), co stanowi niewielki wzrost z 971 mld USD w 2015 roku.

Poniższa tabela prezentuje ranking rynków targowych Azji według przychodów z organizacji targów, są to szacunkowe dane BSG.

Tabela 2. Rynki targowe według szacowanych przychodów, 2016

Kraj	Liczba zidentyfikowanych targów	Szacowana wielkość rocznych przychodów (w USD)
Chiny	662	2 114 073 000
Japonia	333	977 062 000
Hong Kong	90	409 842 500
Korea	164	295 209 750
Australia	189	285 499 250
Indie	186	233 802 000
Tajlandia	87	203 485 250
Taiwan	132	194 955 000
Singapur	72	158 463 500
Malezja	77	116 714 750
Indonezja	72	67 962 250
Wietnam	64	56 907 250
Makao	26	53 552 750
Filipiny	54	31 384 500
Pakistan	32	23 710 750
Birma	24	23 519 750
Kambodża	6	4 200 250
OGÓLEM	2 270	5 250 344 500

Źródło: Badanie BSG.

Targi według branż

W minionym roku targi inżynieryjne i dóbr inwestycyjnych nadal pozostały najważniejszą branżą. W branży tej sprzedano 2 460 750 mkw. powierzchni targowej netto. Drugie miejsce zajmują targi w branży żywności i napojów i przemysłu gościnnego ze sprzedaną powierzchnią netto ogółem w regionie wielkości 1 822 750 mkw. oraz targi wielobranżowe dóbr konsumenckich zorganizowano na powierzchni netto 1 679 500 mkw. Cztery kolejne branże targowe odnotowały sprzedaż powierzchni targowej netto ponad milion mkw. Są to: przemysł samochodowy i motocyklowy (1 506 000 mkw.), targi związane z czasem wolnym, wypoczynkiem i hobby (1 389 000 mkw.), targi w branży elektronicznej (1 130 500 mkw.) oraz targi w branży meblarskiej (1 013 750 mkw.). Kolejne to branża dóbr luksusowych (933 750 kmw.), branża medyczna (854 000 mkw.) oraz branża budowlana (777 000 mkw.), które zamykają pierwszą dziesiątkę branż targowych.

Taki mniej więcej, jak wyżej przedstawiony, podział sprzedanej powierzchni targowej netto w branżach utrzymuje się w Azji od roku 2005, w którym instytut BSG opracował pierwsze wydanie Raportu. Żadna z branż targowych w zasadzie nie dominuje w Azji. Jedynie dwie branże odnotowały w 2015 roku wzrost sprzedanej powierzchni targowej netto o ponad 10% (inżynieryjna i dóbr inwestycyjnych oraz targi wielobranżowe). Branża żywności i napojów oraz przemysł samochodowy sprzedały odpowiednio o 7% i 9% więcej powierzchni. Pozostałe branże odnotowały wzrost powierzchni netto w granicach 5%.

Prognozy na 2017 rok

Prognoza BSG dla regionu na 2016 rok okazała się dość trafna. Przewidywany był wzrost sprzedaży powierzchni targowej wynajętej w 2016 roku o 5,0%, a w rzeczywistości wzrosła ona o 5,5%, tj. z 19,7 mln mkw. w 2015 roku do 20,7 mln mkw. w 2016 roku.

Na 2017 rok Instytut BSG prognozuje dalszy wzrost azjatyckiego przemysłu targowego mierzony powierzchnią targową, na poziomie 5,2%. Sprzedaż powierzchni osiągnie 21,7 mln mkw. Głównymi rynkami, które napędzają ten wzrost są rynek chiński rynek (w szczególności Szanghaj), Indie oraz wciąż rozwijające się powyżej średniej regionalnej rynki Azji Południowoschodniej (Malezja, Filipiny i Wietnam).

Przewiduje się niższe parametry wzrostu dla rynków dojrzałych, na których nie zmieni się wielkość dostępnej powierzchni wystawienniczej obiektów, tj. w Hong Kongu, Australii, Korei, Singapurze, na Tajwanie i w Japonii.

Nie bez znaczenia jest także rozwój sytuacji w gospodarce światowej, która w chwili obecnej stoi w obliczu trudności na kilku frontach. Są to negocjacje związane z Brexitem, protekcyjnistyczna polityka gospodarcza prowadzona przez administrację prezydenta Trumpa oraz dalsze spowolnienie gospodarcze w Chinach.

Centra targowe

Do końca 2016 roku w Azji działać będzie 218 profesjonalnych centrów targowych. W roku 2005, kiedy instytut BSG po raz pierwszy opracował Raport, w regionie było 101 centrów.

Ponad 70% krytej powierzchni wystawienniczej brutto obiektów targowych Azji obecnie znajduje się w Chinach - to piętnaście razy więcej, niż w Japonii, która jest drugim w kolejności największym rynkiem targowym Azji. Chiny dysponują obecnie krytą powierzchnią wystawienniczą wielkości 5,76 mln mkw., zaś Japonia jedynie powierzchnią 373 409 mkw.

Do końca 2017 roku, cztery rynki targowe Azji powiększą dostępną krytą powierzchnią wystawienniczą w profesjonalnych obiektach. Będą to: Maleszja, Australia, Chiny i Indie. W Maleszji zostanie oddane do użytku centrum MITEC, który przysporzy 50 000 mkw. powierzchni. Natomiast w Chinach, jeśli zgodnie z planami otworzy się mega-centrum w Shenzhen, powiększy ono od 2018 roku dostępną powierzchnią wystawienniczą o 400 000 mkw.

Tabela 3. Liczba obiektów i ich powierzchnia brutto, na koniec 2016

Kraj	Powierzchnia brutto ogółem w mkw (2016)	Liczba centrów targowych
Chiny	5 761 039	112
Japonia	373 409	14
Indie	337 392	16
Korea	308 368	12
Tajlandia	244 323	9
Singapur	219 970	4
Australia	172 092	12
Hong Kong	149 820	2
Maleszja	124 342	6
Indonezja	120 135	9
Taiwan	117 178	5
Makao	76 715	2
Pakistan	37 191	2
Filipiny	33 635	5
Wietnam	22 278	3
Birma	13 000	3
Kambodża	11 156	2
OGÓLEM	8 122 044	218

Źródło: Badanie BSG.

© Business Strategies Group Ltd. 2017

Tłumaczenie: Marcin Domiter, Salinas Enterprises Natalia i Marcin Domiter spółka cywilna.

Opracowanie: Polska Izba Przemysłu Targowego, na podstawie tłumaczenia streszczenia menadżerskiego udostępnionego przez UFI Członkom. Niniejsze opracowanie powstało wyłącznie celem wzbogacenia wiedzy Członków PIPT w zakresie sytuacji w przemyśle targowym na świecie.