

中 小 企 脈 搏



工業貿易署
Trade and Industry Department

第二期 二零零三年八月

內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排簽署儀式 Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement Signing Ceremony



>> 第2頁

「走」出傳統的
香港鞋業

看準市場
十年內建跨國企業

>> 第3頁



創業 全面睇



>> 第5頁

www.success.tid.gov.hk

全力以赴 振興經濟



隨著世界衛生組織全面撤銷對香港的旅遊警告及將香港從非典型肺炎疫區名單中除名，確認香港是一個安全的地方後，政府和各界正協力加緊重建香港的經濟活力。「重建經濟活力策略小組」已制訂一套具連貫性而有效的推廣計劃，致力推動香港經濟復甦，使商業活動回復至非典型肺炎爆發前的水平，甚至更上一層樓。而政府已預留10億元，進行這項全球性推廣計劃，重新確立香港作為亞洲最佳的營商及最理想的旅遊目的地。

這套重建經濟活力計劃旨在達致以下目標：

- (一) 加強本港市民及國際社會對香港的信心；
- (二) 推廣商貿活動、旅遊業及刺激本地消費；以及
- (三) 吸引國際商界人士來港經商。

過去一個多月來我們已在國際間推出一系列推廣香港的活動，當中包括：

- 在全球多份主要報章上刊登廣告，宣傳香港是一個安全地方
- 設立專題網站－“香港迎向未來”(www.HKLookingAhead.gov.hk)，提供電子心意咭，及電郵下款簽署格式及範本函件供市民、商界、商會及其他工商機構下載，以便在日常與海外聯絡對象通訊時使用
- 推出「香港心意傳萬里」明信片運動，鼓勵香港市民將「到香港是安全」的訊息傳送至各地的親友及商界友好
- 與世衛合辦一個為期兩天的「嚴重急性呼吸系統綜合症臨床診治工作坊」
- 邀請世衛總幹事布倫特蘭醫生和傳染病科行政總監海曼醫生訪港
- 推出贊助海外人士訪港計劃，透過駐海外經濟貿易辦事處邀請政治及商界領袖，以及具影響力的輿論界人士訪港
- 香港旅遊發展局正式啟動“全球旅遊推廣計劃”，並先後接待了500名來自德國、日本、馬來西亞、東南亞、韓國及印度等市場的國際貿易和傳媒代表來港考察等。

這些努力已初見成效，近日到港旅客數字正穩步回升，相信對零售、飲食和酒店等最受影響的行業起著正面的作用。

旅遊是香港最重要的經濟命脈之一，因此政府將會資助一系列推廣香港成為旅遊目的地的活動，令香港重新成為旅客和商務旅客不可錯過的地方，並鼓勵遊客和市民在港消費，使旅遊和相關行業回復至疫症爆發前的興旺情況。

除了旅遊方面的新措施外，香港還會舉辦一系列大型活動，包括「同心為香港」第三階段、「擦一擦、擦靚香港」、「舞出香港新天地」、少林武術表演暨推廣計劃、中國國家隊跳水及韻律泳示範表演及英國利物浦球會訪港參與“投資推廣署2003足球挑戰賽”等，以展示亞洲國際都會的風采。



除此之外，政府亦會在國際層面展開一系列宣傳計劃和吸引投資活動，宣揚香港是亞洲最佳的居住及營商地方，以及進軍中國這個龐大市場的最具策略性雙向平台，並會透過舉辦各項會議、展覽及大型商貿展覽會提升香港在國際的知名度和形象，其中包括因受非典型肺炎影響而延至七月舉行的禮品展及家庭用品展、博鰲旅遊論壇，以及於本年十一月及明年四／五月分別舉行福布斯全球200家最佳小型企業頒獎禮及舉辦備受矚目的福布斯全球行政總裁會議。透過這些商業活動，除可鞏固香港作為亞太區商貿樞紐的地位外，更可吸引大量訪客到港，令多個行業及中小企受惠。

政府將繼續與商界以及廣大社會人士保持合作夥伴關係，以期攜手同心，盡力推廣香港作為亞洲國際都會的強項和優點。➡

投資推廣署



看準市場 十年內建跨國企業



現 化電腦系統有限公司 (Infrasys) 董事總經理陳力宏 (Alex)，憑着敏銳的市場觸角、對電腦軟件的知識、以及無比毅力，十年前創辦了Infrasys，並把公司發展為本地以及內地餐飲電腦管理系統的最主要開發商。看準市場，把握商機以及恰當的攻守策略，是Alex致勝之道。

把握商機

在加拿大從事資訊科技行業多年的Alex，在1993年決定回港發展，開創自己的事業。他發現當時香港雖然有過萬家食肆，但甚少懂得應用資訊科技提升其經營和管理效率，而當時有使用電腦的食肆，只懂得利用電腦進行「收銀」以及簡單的入帳。此外，當時市面上適合本地食肆使用的電腦管理系統不多，其軟件設計亦未能滿足本地食肆的要求。以中式酒樓及食肆為例，當時的電腦管理系統便無法處理較刁鑽的「柯打」，如沙爹牛河「兜亂」或肉絲「雙麵黃」。

Alex當時的想法是，餐館食肆往往因為樓面或廚房「漏單」或「寫錯單」而得失客人；此外，人手記錄客人餐單的做法，在管理上漏洞百出，監管困難；假如他們能夠研製出適合本地餐飲業使用的餐飲電腦管理系統，而價錢又合理的話，餐廳食肆老闆必然樂於採用。不過，Alex亦明白到，開發餐飲電腦管理

系統是一項極大的挑戰。但是，樂觀以及永不言敗的他深信：「難做即等於沒有多少人能做到；若我成功做到，便可贏取整個市場。」就是這樣，Alex與熟悉本地餐飲業運作的朋友，合夥開發適合本地食肆用的餐飲電腦管理系統。

經過多月努力，Alex和友人終於研製出能顯示以及隨時轉換多種語言、容易使用、變化百搭、可靠性高以及極本地化的餐飲電腦管理系統，以適應中、西以及各地菜式餐館的要求。

艱辛打開市場

雖然Infrasys有優良的軟件和系統，但要說服酒樓及餐廳老闆採用其餐飲電腦管理系統，殊非易事。Alex慨嘆：「最初，我們試過18個月沒有收入，但我對我們的產品有信心，相信艱辛日子必定可以熬過去。」1995年，Alex以及友人用了3個月時間，終於成功遊說西貢一間中菜食府試用他們的系統，踏出了零的突破。

攻守得宜

90年代中期，本港餐廳食肆用的「收銀機」，幾乎由

一家本地公司獨攬市場。Alex研發的餐飲電腦管理系統，可以取代「收銀機」成為每所食肆必備的設備。在這情況下，Infrasys似乎無可避免地要與這競爭對手正面交鋒。Alex在權衡利害關係後，決定利用「化敵為友」的策略，達成雙贏局面。Alex解釋：「我們有好的軟件，對方有強大的人力、物力以及市場脈絡。我們的產品市場認受性不足，加上我們的強項是軟件開發，硬件生產以及售後服務不及對方；對方則意識到必須進行產品轉型以趕上科技發展。與其正面競爭，我反過來邀請對方與我們合作，由他們當我們開發的軟件的獨家代理，應用在他們的硬件上，共同發展市場。」結果，Alex的策略成功了。憑着Infrasys在軟件的優勢，再配合對方在硬件以及支援服務的優勢，雙方成功地把該套電腦系統引入本地、內地以及海外餐飲市場。

現時，Infrasys已佔有本地餐飲電腦管理系統市場的五至六成，在中式食肆方面更佔有九成以上，而國內有外資參與或管理的五星級酒店，亦差不多已成為Infrasys的客戶。雖然國內近年也有不少同類公司加入競爭，而該公司的軟件亦被其他產品抄襲，但Alex相信，現時國內公司的科技水平，還未能跟他們競爭。他指出：「我們為個別客戶提供度身訂造的電腦管理系統，令軟件能適應個別客人需求。只要我們不斷在科技上領先，便不怕別人抄襲。」

跟代理建立良好關係

目前，Infrasys主力發展軟件技術，並且為客戶提供操作其電腦管理系統的培訓。硬件開發以及市場拓展工作則交予代理商代勞。Alex跟代理商合作之道，是盡量照顧代理商的利益，讓對方先賺錢。作為本地餐飲電腦管理系統軟件的主要供應商，Alex除了與大型代理商合作外，亦很願意與小型代理合作，因為後者較願意聽取意見，容易達成共識。

回首十年的創業歷程，Alex深信自己走對了路。他十分鼓勵別人創業，但寄語有志創業人士必須考慮產品 / 服務的發展空間。他給創業人士的忠告是：「千萬不要強攻自己的弱項，若有合作夥伴，不妨一起合作，達到協同效應，互惠互利。」

現化電腦系統過往贏過不少獎項，當中包括2001年資訊科技卓越成就獎的產品金獎及2002年亞太資訊及通訊大獎的商業應用獎。



為客戶提供軟件應用培訓





「走」出傳統的香港鞋業

香港鞋業，沒有A. Testoni, John Lobb, Bally或Ferragamo般響噹噹的高檔品牌皮鞋製造商。不過，香港是全球第三大鞋履出口地，在2002年出口了八億對鞋子，貿易額為798億港元。港商投資的鞋廠，為無數外國品牌鞋履，包括運動鞋以及便服鞋，進行原設備製造 (OEM) 以及原設計製造(ODM)；工藝精湛的本地鞋匠所開設的店舖，多年來一直為本地顧客以及外地遊客「度腳」訂造各類時款鞋履；此外，近年本地鞋業積極在國內建立香港品牌，開拓內地市場。這些輝煌成就，是本港鞋業經營者多年來努力的成果。

本文訪問了三位本地鞋業經營者，讓他們與讀者分享他們經營鞋業的經驗以及對本地鞋業未來發展的心得。

鄧耀—本地鞋業品牌先鋒

香港皮鞋業鞋材業商會主席鄧耀，旗下品牌Belle在國內甚受歡迎，擁有400多家加盟專門店。最近，鄧先生以Staccato的品牌在本地開設專賣店，全力進軍本地零售鞋業市場。

目前，鄧先生經營鞋業生意的模式，是一條龍進行鞋履生產、打造品牌，並且以「特許經營方式」開設零售專門店，銷售旗下品牌產品。

不過，鄧先生不是開首便以「一條龍」模式經營鞋業。80年代，鄧先生在國內的廠房只從事生產Belle品牌的男女裝鞋，產品供應給當時本地的零售鞋店。到了90年代初期，鄧先生開始進軍內地市場。Belle當時在本港的銷售情況雖然不俗，但算不上十分成功，反而在內地則甚受歡迎。所以，鄧先生後來決定集中資源和精力在內地建立Belle品牌。

在內地建立品牌初期，鄧先生以包銷型式供貨予國內經銷商，但後來發現冒牌貨充斥市面，便決定以特許經營方式讓當地人開設Belle專賣店，由他的公司負責供貨、店內裝修、推廣以及宣傳。此舉不但有效打擊冒牌貨，更有助全面確立品牌形象。去年，Belle品牌成為全國鞋業的十大名牌之一。

靈活變通是鄧先生的座右銘。此外，他對如何挑選合作伙伴，亦有獨特見解。他說：「專利商要先照顧加盟商的利益。後者有錢賺，前者自然有利益。」他認為在內地經營業務，不能操之過急，賺取小利後，宜先行鞏固基礎，建立良好的網絡，然後再進一步發展。人事管理上，他重視內地員工培訓，並委以重任。他說：「多年來，我在國內的業務均由我們培訓的內地員工擔綱領導，我們沒有「空降」香港職員進行管理。」

鄧耀認為，香港作為國際都會，資訊自由流通，港人的創意遠勝其他地區，設計將會是香港製鞋業的主要優勢。不過，他認為現時香港鞋業設計人才不足，他期望業界能推動成立鞋款設計中心，為有潛質的設計師提供學習和交流的平台。

吳昆英—標榜足部健康的Dr. Kong

有別於其它零售鞋店，吳昆英的Dr. Kong連鎖店，賣的不是標榜足部線條美的時髦男女裝鞋，而是標榜舒適健康，專供小童穿着的鞋履，市場定位較「另類」。

本身是專業義肢師和矯形師的吳先生，發現香港人對穿鞋沒有基本的知識，主要以「靚」為主，往往因為鞋子穿得不當而造成種種足部健康問題。有見及此，吳先生決定打造以健康穿鞋概念為中心的品牌，設立專門店，為注重子女足部健康的父母提供「另類」的購鞋選擇，供子女穿着。他指出：「年青一代的家長異常關心子女健康成長，為子女選購用品時，亦首選健康產品，故我們先由孩子的市場起步。」

不過，公司成立之初，一般家長誤以為這是專為傷殘人士而設的鞋店，因而十分抗拒他們的產品。為了改變家長對健康鞋的觀念，吳昆英很努力地為其產品重新確立形象，在標榜舒適和足部治療兩者間求取平衡。他由教育家長、老師以及學童做起，主動接觸學校，免費為學童驗腳，並向家長及老師灌輸足部健康知識。漸漸地，其產品和服務得到家長和學童接受。現時Dr. Kong每年生意額也有20%的增長。

除了產品獨特外，吳先生認為優良的客戶管理，是他們成功留住客人的關鍵。Dr. Kong採用了客戶關係管理系統，記錄每位客戶的個人資料、足部情況以及購物記錄，方便日後跟進以及聯絡客人。這做法大大拉近了他們與客戶的關係。現時Dr. Kong的顧客中，七成是熟客。

另外，吳昆英要求售貨員對足部結構、護理和治療有一定的認識，為客人提供專業意見。他聯合理工大學，為員工度身訂造進修課程，請來骨科專家、物理治療師和足部診療師等專業人士授課，培養前線人員成為Foot Health Assistant。

去年，吳昆英嘗試進軍國內和歐洲市場，先在廣州開設兩個售賣點，測試市場反應。今年三月，Dr. Kong以香港品牌的姿態，到德國參加杜塞道夫舉行的國際鞋履展。展覽期間有客人願意即場落單，但吳先生建議雙方先多作溝通，讓對方多點瞭解他們的賣鞋哲學，才正式簽約。他說：「別人可能會笑我笨，捉到「鹿」也不懂脫角；但我深信找到目標一致的合作夥伴，較找來目標不一的夥伴，對公司的長遠發展更重要。」

高柱—不斷為產品增值的鞋商

香港橡膠暨鞋業廠商會會長高柱是典型的香港鞋廠商人，經營鞋業的歷程是由OEM轉為ODM以及原品牌製造（OBM）。懂得在狹縫中開拓市場商機、靈活變化、人棄我取是他成功之道。

高先生在80年代初因本地成本上漲，將工廠北移，為歐美品牌做OEM。至90年代中期，他眼見產品利潤因激烈的競爭而大幅下降，加上歐美客人對品質檢測越趨嚴格，遂決定放棄為外商加工，把四條生產線縮減為一條，專注生產自己品牌的真皮童鞋以爭取美國市場。

他相信，美國同款同質的童鞋售價比他生產的貴，他造的鞋應該有不錯的市場空間，問題是如何推廣。作為起步點，他在美國聘請了兩名香港留學生，專挑選當地小店推銷其童裝鞋履。第一次交易「先貨後錢」，補貨時才「先錢後貨」。這個避開與大品牌直接競爭的方法果然奏效。現時，他的產品已發展至兩個品牌，在美國大部分主要城市也有代理人。

成功開發美國市場後，高柱看中了歐洲市場。他找到德國一間小型鞋廠為合作夥伴，說服對方將製鞋工序交給他在中國生產，一方面吸收歐洲高級造鞋技術，同時透過德國合伙人的客戶和網絡，為自己的童裝鞋拓展德國市場。高柱認為：「香港鞋商規模不及台灣，製鞋成本又不夠國內便宜，要生存就要走自己的路，建立自己的特性，才有生存和發展空間，無須跟對手硬碰。」

高柱認為，本港鞋業要繼續維持優勢，必須進一步加強鞋履設計能力。他近年致力在本港推動鞋履設計。在他領導下，香港橡膠暨鞋業廠商會近年多次與其他機構合辦本地鞋履設計比賽，鼓勵本地設計師設計更多美觀實用的鞋，供業界採用。 ➡

創業全面睇

俗

語有云：「工字不出頭」。許多打工仔都希望透過創業，出人頭地。你是否適合創業？創業時要考慮那些因素？

工業貿易署中小企業支援與諮詢中心和香港生產力促進局中小型企業中心早前合辦了一個名為「創業全面睇」的研討會，邀請了多位過來人分享他們創業的經驗，為有志創業的人士提供了不少寶貴的貼士。我們現把研討會的部份精采內容輯錄如下，供讀者細味。

創業要有「背城借一」的心態

要成功創業，心理準備十分重要。華人青年企業家協會副會長彭開平先生表示，創業者需有踏上不歸路的心態。他指出，僱主有一套「僱主思維」，當僱主後難以走回頭路，做回打工仔。

三元一棵菜心 + 收割經驗

創意是創業的重要元素，是增值的工具。你買過三元一棵的菜心嗎？利用創意，彭開平讓客人從田野仔細挑選「心儀」的菜心，連根拔起，包裝成盆栽出售。他所賣的是創意，客人買的不單是有根的菜心，還有收割的經驗！

跟顧客的消費習慣談戀愛

「我做了這行業已經十幾年，所謂不熟不做，要創業當然以老本行為首選啦！」十個擬創業人士，九個會有以上想法。

彭開平卻認為，創業者「要跟客人的消費習慣談戀愛，而非跟行業本身談戀愛。」他表示，不少創業者會以自己興趣及對行業的熟識程度挑選創業的行業。他反問大家：老闆的專長與客人的需要有何直接關係？他認為創業者可利用對行業的興趣和專長去掌握客人的要求，但不應以此為選擇行業的唯一考慮。

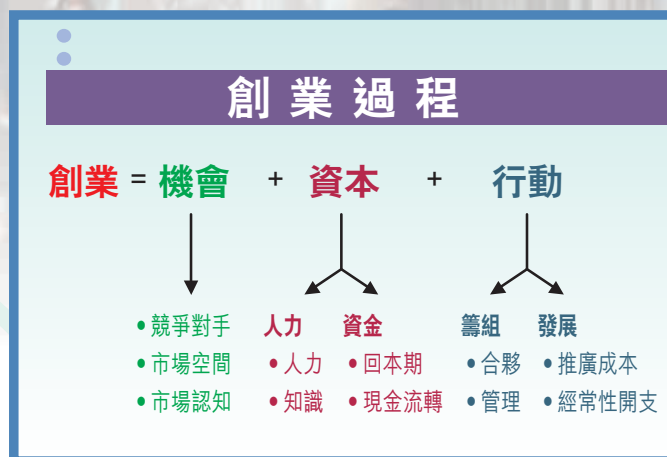
何時創業是良機

BOSSible創富者業務總監周騫先生實踐了彭開平提出的「跟顧客的消費習慣談戀愛」的理論。擁有超過十年製衣經驗的周騫，在計劃創業時並沒有把思路局限

在製衣的世界裡。當他發現市場上缺乏創業顧問服務後，便成立了協助創業者進行統籌工作的顧問公司。

周騫表示，創業者必須先仔細分析商機，徹底了解市場需求。他舉例，若你打算售賣潮流產品，可考慮選用短期租約，享受較大的彈性以配合市場潮流。

很多人會問：甚麼時候是創業良機？周騫表示，創業者只能預測短期市場狀況，因此創業者要考慮自己能否於短期內把創業計劃付諸實行。他列出以下方程式供大家參考：



「放盤」生意不一定蝕

香港大部分創業者都採取由零開始的方式創業，認為這更能配合自己的創業大計。香港商機執行董事李根興先生多年來則致力推動另一個創業途徑－收購現存小企業（即頂手或入股）。他表示，香港人普遍認為「放盤」生意都是蝕本的。其實，某些有前境和盈利的生意，遇到東主退休等情況，亦會放盤。現存企業一般擁有固定客源及供應商，令創業人士無須一切從零開始。假如在接手時清楚瞭解上手的經營情況，把放盤生意接過來做，是可行的創業方法。

研討會亦邀請了三位新進企業東主，包括AQ Communication執行董事李鈺涵小姐，萬里路執行董事蘇詠寧小姐和米蘭站代表姚康達先生，分享他們的創業經歷。



客源不足怎麼辦

新成立的公司往往面對客源不足的問題。李鈺涵給大家的忠告是，創業家要能屈能伸。以她本人為例，她的公司於開業初期客源不足，為了生存，即使是蝕本生意也要接，終以實力贏取到客戶的信心，客戶網絡逐漸建立起來。

姚康達提供多一個貼士，就是與現有客戶加強溝通，多觀察他們的需要，並多觀察同行的反應，實行「邊學邊做」。

「以客為本」= 金科玉律

從事剪裁式旅行服務的蘇詠寧認為，「與客人有良好溝通，維持緊密接觸」是創業者的金句。她建議創業者待客以誠，並鼓勵他們易地而處，以客人的需要為出發點，服務要誠懇，以贏取客戶口碑。

如何防止被「偷橋」

受歡迎的產品自然引人爭相仿效。要防止商業秘密外洩，姚康達與員工訂立合約，嚴禁他們把企業資料向第三者披露。李玉涵從保護知識產權過程中，體會到良好的勞資關係的重要。她曾遇到行家混入其公司意圖竊取資料，幸得員工提醒，她才有所防備，不致損失。

「第一桶金」從何來

除非你含著「金鑰匙」出世，否則你的創業資金都會靠儲蓄而來，或是透過家人朋友入股以及其他借貸途徑籌集。蘇詠寧提醒創業者要留意超支情況，並預留資金作緊急之用。

哪種宣傳方式最有效

李鈺涵指出，不同行業需要不同渠道作宣傳。創業者可根據行業需要和經濟能力而選擇。但要找出最適合的途徑，唯有不斷嘗試，並細心評估各類方法的成效。➡

本文由
香港中文大學工商管理系二年級學生
謝綺雯協助整理



AQ Communication為7-11便利店策劃「免費午餐」的宣傳活動。



萬里路Travel Lounge — 將公司設計成小型圖書咖啡室，為顧客提供豐富的旅遊及升學資料。



米蘭站掀起了本地買賣二手名牌手袋及服裝的熱潮。

「創業全面睇」研討會之講者為：

華人青年企業家協會副會長彭開平先生
BOSSible創富者業務總監周騫先生
香港商機執行董事李根興先生
AQ Communication執行董事李鈺涵小姐
萬里路執行董事蘇詠寧小姐
米蘭站姚康達先生

讀者如欲重溫整個研討會的精采討論，可到工業貿易署中小企業支援與諮詢中心收看是次研討會的影像光碟（中心地址為旺角彌敦道700號工業貿易署大樓閣樓），或瀏覽以下網址：www.hkseminar.com。

CEPA 《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》

背景

自

行政長官於2001年12月獲得中央政府原則性接納他提出有關成立內地與香港特區類似自由貿易區的建議後，兩地政府即展開有關之磋商。經過年半的磋商，雙方於2003年6月29日的高層會議上就《安排》的主體部份達成協議，並在同日簽署了《安排》。

《安排》的要點

《安排》將涵蓋三大範疇，分別為貨物貿易、服務貿易以及貿易投資便利化。在貨物貿易方面，內地同意由2004年1月1日起，270多個香港產品，只要符合原產地規則，都可以零關稅進口內地。這些產品包括部份電機及電子產品、塑膠產品、紙製品、紡織及成衣製品、化學製品、藥物、鐘錶、首飾、化妝品及金屬製品等，都是香港輸往內地的熱門貨品。

內地亦同意最遲於2006年1月1日前，內地稅制內餘下稅目涵蓋的香港產品，只要符合《安排》的原產地規則，本地廠商都可經申請享有零關稅優惠。

至於服務貿易，多個界別於進入內地市場時，亦將可享有更大的市場准入，或是某些限制將獲撤銷。這些行業包括管理諮詢、展覽及會議、廣告、法律、會計服務、醫療及牙醫、房地產及建築、運輸服務、分銷、物流、貨物運輸代理、倉儲服務、旅遊、視聽、銀行、証券和保險等。內地的開放措施可讓香港的公司及服務提供者先於內地於世貿組織許下的開放時間表進入內地市場。在個別行業，如建築及房地產、物流、運輸、分銷、法律、及視聽服務，內地的開放措施將超越其入世承諾。



總理溫家寶與行政長官董建華主持了《安排》的簽署儀式。

在貿易投資便利化方面，雙方同意在七個範疇加強合作，包括通關便利化、商品檢驗檢疫、質量標準、食品安全、中小企業合作、中醫藥產業合作、電子商務、貿易投資促進、及法律法規透明度。

雙方亦同意在《安排》下繼續就內地與香港間的進一步服務貿易自由化進行磋商。

展望

《安排》的落實，會為香港的製造業和服務業帶來新的商機。亦將大大加強內地與香港之間的經濟合作與融合，由於內地給予香港較世界貿易組織承諾為佳的優惠，香港的產品及服務將可享有優勢進入內地市場。

同時，《安排》所達致的各項合作措施，亦將促進兩地之間的貿易及投資。





CEPA知多少？

1. CEPA對香港製造業有什麼助益？

CEPA為香港製造業提供了更大進佔內地市場的商機。

與自其他地方進口的貨品比較，零關稅降低了香港貨品的成本，從而提高了其在內地市場的競爭力。現時香港產品進口內地的關稅平均為11%，其中某些產品更須繳納高昂的關稅，例如首飾（35%）、玩具電動機（24.5%）及鐘錶（23%）等。但由2004年1月起，270多個內地稅目涵蓋的香港產品可享有零關稅，其製造商每年大概可節省7億5千萬元關稅。

此外，免關稅優惠有助香港的製造業轉型。投資者可以將主要工序回流返港或重設生產線，使產品符合CEPA的原產地規則，從而進入內地市場享有零關稅優惠。投資者可以在香港生產一些內地認受性高的品牌產品，或知識產權成分高的產品（利用香港的法律制度和知識產權制度的保障），或須繳納高昂內地關稅的產品，以零關稅優惠，進軍內地市場。

2. CEPA會否取消與香港貨品有關的其他稅項，例如增值稅和消費稅？

CEPA旨在加強香港與內地的經濟合作，以及促進兩地的貿易。增值稅和消費稅不單適用於進口貨品，內地製造的貨品亦適用。考慮到公平競爭的原則，因此在CEPA下沒有取消這類稅項。

3. 香港產品要符合什麼要求才可以享有零關稅優惠？

只要符合CEPA下貨物貿易優惠措施的原產地規則便可享有零關稅優惠。該等貨物在進口內地時要有產地來源證明。

內地和香港同意以香港的原產地規則作為磋商CEPA下原產地規則的基礎，再加以適當的修改。雙方亦會商討申請產地來源證的程序及其他執行細節。

4. CEPA為服務業帶來什麼益處？專業人士是否獲准在內地成立業務或提供服務？

CEPA讓17個服務行業可以更早進入內地市場，而且層面更廣泛。例如：

* 香港的管理諮詢服務公司可以由2004年1月1日起，在內地以獨資形式設立公司，即比內地的入世承諾提早3年多；

* 從事物流及運輸、建築及相關服務，以及分銷服務等行業的香港公司，可在較內地的入世承諾早1年的時間，以獨資形式設立公司；

* CEPA就建築及相關服務、物流及運輸、分銷服務、旅遊、法律服務，以及視聽服務的開放措施，亦超越國家的入世承諾，令香港公司更容易進入這些服務業市場。

5. CEPA會否簡化港商在內地取得審批和簽證的程序？

在CEPA下，香港與內地已經就合作推廣貿易便利化達成協議，以加強規則和規例的透明度，以及促進資訊交換，方便服務業的經營。另外，雙方會繼續透過現有渠道，例如內地與香港特別行政區商貿聯繫委員會，就雙方共同關注的貿易事宜交換意見。

6. 在CEPA下，怎樣界定一個服務提供者為“香港公司”？

雖然公司股東的擁有權和國籍，並非界定“香港公司”的準則，但公司必須在香港特區從事“實質性商業經營”，始可享受內地在CEPA下給予的優惠，而“實質性商業經營”的界定準則包括：

- 公司須按香港特區法律成立；
- 公司須繳納香港特區利得稅（但法律豁免繳稅者或由於業務虧損而無須繳納利得稅者除外）；
- 公司於香港特區從事實質業務的年期；
- 公司於香港特區經營的規模和性質；以及
- 公司於香港特區僱用員工所佔的比例。

考慮到個別行業的獨特情況，內地與香港亦同意因應不同行業採用不同的具體準則。詳情請參閱《安排》附件5。

《安排》的全文及其他細節，已載於以下網址：
www.tid.gov.hk/tc_chi/cepa/

優質旅遊服務計劃



財來自有方

經

商之道，在於主動出擊，爭取更佳業績。尤其在今日競爭激烈的商業社會，零售及飲食業百花齊放，要在同儕中脫穎而出，必須不斷提升產品及服務質素。因此，香港旅遊發展局推出「優質旅遊服務」計劃，表揚提供優質服務的商戶，並透過頒發「優質旅遊服務」標誌及證書加以識別，藉此提升商戶的服務水平，加強競爭能力，以贏取顧客信心，創造更佳業績。「優質旅遊服務」計劃歡迎食肆及零售商戶申請，共同提升服務質素。

成功參加 盡享權益

成功參與「優質旅遊服務」計劃的商戶，可盡享以下多項權益，助其業務發展：

- 可於店外及店內展示香港旅遊發展局頒發的「優質旅遊服務」標誌及證書；員工亦可佩戴「優質旅遊服務」的胸針，彰顯其信譽優良，以吸引顧客惠顧。
- 商戶可將「優質旅遊服務」標誌編印於宣傳刊物或文儀用品上，以加強顧客對商戶之信心。
- 商戶可在「優質旅遊服務」計劃有關之旅遊宣傳刊物內，以優惠價甚至免費刊登其商品及服務資料，以收宣傳之效。
- 獲專業顧問定期進行評核及提交報告，以助商戶改善質素。
- 獲安排由專業團體提供員工在職培訓，提高服務水平。
- 新加入計劃的商戶廣告宣傳單張可免費擺放於香港旅遊發展局的旅客諮詢及服務中心，供旅客索閱。
- 香港旅遊發展局在本港及海外均透過電視、報章雜誌、戶外橫額、海報、小冊子、機場燈箱及互聯網網站等大力推廣，令旅客及本地消費者認識「優質旅遊服務」計劃內的商戶。
- 商戶的資料列於「優質旅遊服務」計劃的網站上，令本港及海外顧客可隨時透過網站查閱。
- 商戶的資料刊於「優質旅遊服務」指南上，並分送到香港旅遊發展局各間旅客諮詢及服務中心、本港的酒店、旅遊區內的民政事務處及各大傳媒。

香港旅遊發展局

主動出擊 把握良機

「優質旅遊服務」計劃的申請手續簡便，有關資料載於香港旅遊發展局的「旅業網」<http://PartnerNet.hktb.com>，歡迎查閱。

如欲獲得進一步資料，請跟我們聯絡：

熱線：2806 2823 (辦公時間)

電郵：qts@discoverhongkong.com

傳真：2807 6308

亦可賜函**香港旅遊發展局-合作項目部**

地址：香港北角威菲路道18號萬國寶通中心11樓





中

小企業資助計劃到本年底便屆滿兩歲。在過去年半裡，我們積極地透過四項基金支援中小企業發展，包括協助提升它們的融資能力、人力資源質素和競爭力，以及鼓勵它們參與更多市場拓展活動。至本年六月底，四項基金共批出超過28,000宗申請，當中涉及的政府信貸保證額 / 資助額約為21億元，受惠中小企業超過17,000家。

雖然四項基金只推行了年半，但我們已於2002年底就基金完成了全面的檢討，並因應檢討結果，於本年二 / 三月推出了多項改善措施。此外，因應「非典型肺炎」爆發對本港經濟以及中小企業所造成的影響，我們於本年六月再次推出了進一步改善措施，使基金更能配合中小企業的需要。以下是四項基金的最新內容：

中小企業資助計劃

金額更高，效果更理想



中小企業信貸保證計劃

信貸保證計劃的前身是「中小企業營運設備及器材信貸保證計劃」。我們自本年3月31日起給這計劃一個全新的名字，以反映政府在新計劃下所提供的多類信貸保證，包括：

- (a) 營運設備及器材信貸保證—每家中小企業最高可獲200萬元的信貸保證額 (或貸款機構批出貸款額的50%，兩者以較低者為準)，保證期最長五年；
- (b) 聯繫式營運資金信貸保證—凡成功申請「營運設備及器材信貸保證」的中小企業，在向同一家貸款機構申請營運資金以應付購買機械設備後的額外開支時，可獲政府提供最高100萬元的聯繫式營運資金信貸保證額 (或相關的營運設備及器材信貸保證額的50%；或貸款機構批出的聯繫式營運資金貸款額的50%，以較低者為準)，保證期最長兩年；及
- (c) 應收帳融資信貸保證—每家中小企業可獲最高100萬元的應收帳融資信貸保證額 (或貸款機構批出的應收帳融資貸款額的50%，以較低者為準)，保證期最長兩年。

換言之，每家中小企業可從「信貸保證計劃」下向政府取得最高400萬元的信貸保證額，從而向貸款機構取得不少於800萬元的貸款。

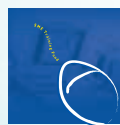
政府就「信貸保證計劃」的總承擔額是66億元。



中小企業市場推廣基金

市場推廣基金旨在鼓勵中小企業參與出口市場推廣活動。中小企業可以參展商身分，參與本港和境外的商品展銷會和展覽，以及以考察團成員身分，參與境外考察團。

每家中小企業可從基金獲得最高八萬元的累積資助額，而每宗獲批申請最高可獲三萬元資助，或相等於該企業在參與獲批的推廣活動時，一切屬計劃資助範圍的總支出的50%，兩者以較低者為準。



中小企業培訓基金

培訓基金提供資助予中小企業，供其東主及員工修讀與企業業務有關的本地或海外培訓課程，改善人力資源質素。

每家中小企業可從基金獲得一萬元的東主培訓資助，以及兩萬元的員工培訓資助，即每家中小企業合共可獲最高三萬元的累積資助。每次成功申請的資助比例是培訓費用的70%。

中小企業發展支援基金



中小企業發展支援基金資助非分配利潤的支援組織、工商組織、專業團體以及研究機關，推行有助提升香港整體或個別行業的中小企業的競爭能力的項目。申請機構就每項獲批項目最多可獲基金資助200萬元，或該項目經費的90%，兩者以金額較低者為準。基金每年分兩期接受申請，暫定於2003年9月接受第三期的申請。

資源整合

由2003年6月23日起，市場推廣基金、培訓基金以及發展支援基金共九億元的資源已合併使用，因應中小企業的實際需要和基金的使用率彈性調配資源。換言之，三項基金各自再不設承擔額上限，可在總開支不超逾九億元的前提下，互通使用。

我們相信經修訂後的中小企業資助計劃，能更有效地協助中小企業迎接挑戰和掌握商機，特別是「香港與內地關於建立更緊密經貿關係的安排」的新商機。➡

創新產品開發

資助計劃 (IPDAS)

為

了進一步在香港推廣創新及產品開發和設計，創新科技署在創新及科技基金下預留了五千萬元，設立了「創新產品開發資助計劃」(Innovative Product Development Assistance Scheme，簡稱IPDAS)，鼓勵本地產業利用創新意念及科技，開發新產品，培養產品開發及設計的氣氛及人才，增強香港整體的競爭力。計劃於4月1日起以試驗方式推行，為期一年。試驗計劃以電子消費產品(例如視聽器材、個人數碼助理、電訊設備、傳感器及電子玩具等以電子元件為最大特色的消費產品)為資助對象。政府將密切留意業界對試驗計劃的反應，並會在一年後試驗期屆滿時檢討有關的安排。



Motorola 1.3 Mega Pixels CMOS 感應器是「創新及科技基金」資助的科研項目成果，並已被採用在數碼相機上。圖示的Emage M1.3是世界首部採用這科技的數碼相機。除照片外，Emage M1.3還可錄製動畫影像，儲存媒體為CF卡，可經由USB快速將卡中的影像傳送到電腦，體現了電子產品成功將創新設計及科技結合的例子。

「創新產品開發資助計劃」以等額資助形式提供資助，最高資助額為200萬元。凡從事電子消費產品的研究及設計、開發、生產或市場推廣的本地公司或本地聯營公司，均符合這個計劃的申請資格。項目必須具備電子技術的研究發展成分，及證明產品具有創意，並在功能和技術應用方面別開生面，在香港市場上從未開發。有關活動必須主要在香港進行，項目並須於18個月內完成。

創新科技署

「創新產品開發資助計劃」現已接受申請。

「創新產品開發資助計劃」的申請詳情可於創新及科技基金的網址 (<http://www.itf.gov.hk>) 下載。如對計劃有任何疑問，可前往尖沙咀海洋中心14樓創新及科技基金秘書處，或致電2737 2351查詢。此外，如要獲取更多有關創新及科技基金的詳情，亦可致電2737 2229查詢。



2002/03 中小企業「營商友導」計劃

友導以外的活動

為期九個月的2002/03中小企業營商友導計劃已接近完成階段。參與本屆「營商友導」計劃的中小企業朋友，除了獲得導師的指導外，在工業貿易署的安排下，參加了為期一天、由專業培訓機構為本計劃度身訂造的「領袖才能發展課程」，進一步自我裝備。

「領袖才能發展課程」並不是一項商業管理課程，而是一項協助參與者進一步瞭解自己、建立自信、發揮創意以及團隊精神的體驗式學習模式，透過簡單但別出心裁的遊戲、戶外活動以及經驗分享等環節，把參與者的潛能釋放出來。



學員參與「領袖才能發展課程」的情況。



而是需要與其他組員共同合作和配合才能完成。例如，當學員攀上兩三層樓高的木柱時，其餘學員必須按其攀柱的步伐和情況，索緊繫在該學員身上的救生繩索，整個過程是發揮合作精神以及互信的最佳表現。

雖然幾乎每位學員開首都被這些高難度的活動嚇呆了，但在團友的支持下，他們最終全都完成有關活動。在驚魂甫定後，他們都為自己以及隊友順利完成有關創舉而感到自豪和鼓舞。

參與過這項課程的學員普遍認為，課程有助他們擴闊視野、打破他們在思維上的固有成見、明白到要利用新思維解決問題，以及加強了互信。部份學員最近更自發地組織了一個以參與「營商友導」計劃的導師和學員為基礎的協進會，繼續發揚「營商友導」計劃的精神，互相勉勵，以及加強溝通和交流（詳情見另文）。

2003/04「營商友導」計劃快將接受報名，假如你有興趣參與，請密切留意工貿署稍後的公佈。

工業貿易署



工貿署定期為「營商友導」的導師及學員舉辦工作坊／研討會。

整個課程最教參與者留下深刻印象的是戶外活動。學員在教練的指導下，以及其他學員的鼓勵和配合下，分別進行一些極富挑戰性的活動，例如從二十尺高空以繩索滑下、攀石牆、以及在二三十尺高的木柱頂上站立，然後凌空跳起，嘗試觸碰到懸在半空的鐵環。

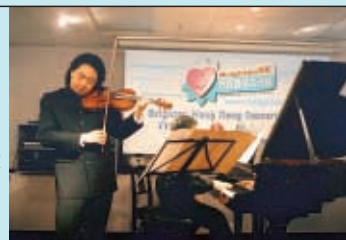
雖然進行這些活動需要消耗體力，不過，這些活動的主要目的，並不是要挑戰參與者的體能極限，而是要挑戰參與者的意志力，以及讓他們明白互信的重要性。

這些戶外活動在設計上有兩個共通點，一是活動的難度甚高，參與者在未正式開展活動時，難以想像他們可以順利完成有關活動；二是所有活動都不能靠「單打獨鬥」完成，

營商友導協進會

營商友導協進會於2003年初正式成立，為一非牟利機構，成員大部份來自參與工業貿易署所舉辦的中小企業「營商友導」計劃而認識的朋友及專業人士。本會宗旨為「協助新進企業·探求營商之道·促進企業成長·共創美好明天」。

本會籌措至今已舉辦了多項活動，包括講座及社交聯誼活動，以擴闊會員之間的人際網絡。早前非典型肺炎影響香港營商環境，本會支持由一群香港熱心人士所發起的「擦亮香港大行動」，合辦共八場「香港音樂家義演音樂會」，以音樂振奮人心，齊齊擦亮香港。是次活動所籌集之善款，扣除舉辦音樂會之費用，餘數全部撥捐「茁壯行動」基金，以幫助非典型肺炎受害者家屬。今年下半年，本會將舉辦一系列「探求營商之道」的商貿講座、內地工廠參觀及國內營商體驗考察等活動。



香港音樂家義演音樂會。

營更覺艱難；所以必須增強自我競爭力，以及透過協同效應以降低成本。本會呼籲有共同理想及興趣的中小企業友好及專業人士，特別是曾參與「營商友導」計劃的學員，加入「營商友導協進會」，共同努力，促進香港經濟繁榮，創造美好明天。如有任何查詢，歡迎致電8208 8839與會員事務組聯絡。



營商友導協進會就職典禮。

香港的經濟與營商環境現今都不太理想，新進企業因經驗及資本所限，經

營商友導協進會

?：本人與友人打算開設一間有限公司經營食店，售賣生蠔及日式刺身為主，生蠔及海產會從合格入口商購買。假如我的食店屬以下任何一類，我須要申請什麼牌照？

- (1) 食店只經營外賣及送貨，店內沒有座位；
- (2) 食店經營外賣，送貨及堂食，店內大約有十個座位；或
- (3) 食店內有小型廚房 (內有小型煮食爐，微波爐，雪櫃) 以製作輕便小吃。

☺：如開設上述第 (1) 類食店，你要向食物環境衛生署申請「限制出售食物 (售賣刺身 / 壽司 / 供應不經烹煮而食用的蠔及肉類) 許可證」。若食店內設置座位，你除了須要向食物環境衛生署申請上述許可證，還要額外申請「普通食肆牌照/暫准普通食肆牌照」。若你的食店內設有小型廚房以製作輕便小吃，你除了要申請上述兩個牌照，還須要向食物環境衛生署額外申請「食物製造廠牌照 / 暫准食物製造廠牌照」。有關詳情，請瀏覽食物環境衛生署網頁<http://www.info.gov.hk/fehd/licensing/guidec.html>。食物環境衛生署設有食肆牌照資源中心於九龍深水埗基隆街33號北河街市政大廈4字樓，歡迎市民查詢 (查詢電話：2958 0694)。

?：我欲取得本地人造手飾、手袋及手錶批發商的聯絡資料，該從那裡著手？

☺：你可利用香港貿易發展局的「香港企業商貿網」網頁 (網址為<http://www.hkenterprise.com>)。該網頁收集了全球50萬家海外及國內公司以及香港10萬家公司的資料供業界查閱。你只需於網上登記成為「貿發靈」用戶後，便可利用網上商貿配對服務，搜索不同行業公司的資料，找尋合適的生意夥伴。

?：本人是一間貿易公司的負責人，現有意在外國進口維他命丸及草藥在本港發售，我應向那個部門查詢開業資料？

☺：入口維他命丸及草藥在本港發售須向衛生署辦理有關手續，如入口商註冊、藥物註冊和入口證等。詳情請瀏覽衛生署網頁http://www.info.gov.hk/pharmser/Reg_ir/Appl3c.htm。此外，你亦須預備一份出口國家的衛生證明作為入口證明文件之一。另外，根據進出口 (登記) 規例 (香港法例第60章)，凡將物品進口或出口的人士，除豁免報關物品外，必須在物品進口或出口十四日內向海關關長遞交一份資料齊備及正確的進口或出口報關表。任何人士如未有遞交所需報關表，即屬違法，可能會被檢控和罰款。由於維他命丸和草藥都不屬於獲豁免報關物品，所以你在進口有關物品時，須向香港海關申報。有關遞交進出口報關表的詳情，請瀏覽香港海關網頁http://www.info.gov.hk/customs/chi/major_c/declaration_c.html。

?：本人正籌組開設公司，並已擬定公司名稱，但不知道有沒有其他公司正採用該名稱。請問兩間不同的公司可否使用相同或相近的名稱呢？

☺：假若你以獨資或合夥經營的模式成立公司，而你擬採用的商號與國家、政府部門或非常知名的公司名稱並不不同的話，你便可以採用該商號，即使其他公司亦採用相同的公司名稱。不過，假若你以有限公司形式經營，根據公司條例，你的公司名稱是不能與其他有限公司的名稱相同。稅務局轄下的商業登記署及公司註冊處均有提供公眾查冊服務，你可利用該服務查閱你的公司名稱是否已被其他人士登記使用。

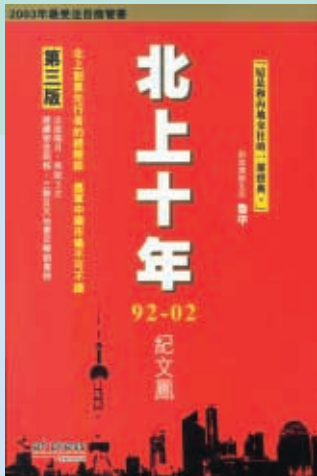
八折優惠券

憑本券到經濟日報出版社購買商管類書籍，可獲**八折優惠**。

地址：香港北角渣華道321號柯達大廈2期8樓
查詢電話：2880 2444 黃小姐

使用條款及細則：

- 此券之影印本恕不接受
- 此券不能與其他優惠同時使用
- 此券不適用於郵購服務
- 優惠期：2003年8月18日至12月31日



北上十年

紀文鳳 經濟日報出版社

在

內地工作或經商，不但需要知識和能力，更需要智慧。《北上十年》結集了資深廣告人紀文鳳在經濟日報專欄的文章並總結其過往十年在中國創業及工作的經驗。內容包括作者所遇到的困難、中國的變化、各行業的發展等。作者希望以這本書作為橋樑，搭通港人對內地的認知，並給港人作為借鏡，重新調整以往對內地的態度。

高效管理

劉麗華、區翔 經濟日報出版社

這

本書取材自《經濟日報》管理版的文章，並重新整理編排而成，旨在為本港企業提供有助改進生產流程、重新檢視成本策略、使用資訊科技、改善企業效率及提升質素的建議。書內的實例個案涵蓋各類型工廠、服務業、運輸業、銀行、貿易商及政府部門等。



新書推介

工貿署中小企業支援與諮詢中心的參考圖書館最近購入了下列新書籍，歡迎讀者親臨閱覽。

- 顧客教你的10件事 ~ 凱莉·基尼·蘿拉·柏格罕
- 六標準差團隊實戰指南 ~ 潘迪·紐曼·卡法那夫
- A Manager's Guide to Creative Cost Cutting ~ David W Young
- Whoever Makes the Most Mistakes Wins ~ Richard Farson, Ralph Keyes
- 60 Trends in 60 Minutes ~ Sam Hill
- Building the Brand-driven Business ~ Scott M Davis, Michael Dunn

該圖書室所收藏的書籍及刊物之詳細名單，請見網址
www.sme.gcn.gov.hk/smeop/chinese/material_lib.cfm。



接 通 天 地 線

工業貿易署

網址：<http://www.tid.gov.hk>

中小企業資助計劃

網址：<http://www.smefund.tid.gov.hk>

中小企業信貸保證計劃

電話：2398 5129 傳真：2396 5067
電郵：sgs_enquiry@tid.gov.hk

中小企業市場推廣基金

電話：2398 5127 傳真：2391 2646
電郵：emf_enquiry@tid.gov.hk

中小企業培訓基金

電話：2398 5126 傳真：2396 0545
電郵：stf_enquiry@tid.gov.hk

中小企業發展支援基金

電話：2398 5128 傳真：2396 0545
電郵：sdf_enquiry@tid.gov.hk

中小企業研討會

電話：3403 6111
網址：<http://www.sme.gcn.gov.hk/smeop/chinese/reg/reg.cfm>

「問問專家」業務諮詢服務及

中小企業支援與諮詢中心 (SUCCESS)

電話：2398 5133 傳真：2737 2377
電郵：licenceenq@tid.gov.hk (商業牌照資訊服務)
smeenq@tid.gov.hk (其他查詢)

網址：<http://www.success.tid.gov.hk>



讀者如對本刊有任何意見，可將意見以郵寄、傳真或電郵方式，交回工業貿易署中小企業服務組。

地址：九龍旺角彌敦道700號
工業貿易署大樓6樓
傳真：2317 4852
電子郵件：khng@tid.gov.hk

如有任何疑問，歡迎致電2398 5142與吳家豪先生聯絡。

未經同意，不得翻印
(作非牟利用途及在翻印本上適當註明資料出自本通訊者除外)