

中 小 企 脈 搏



工業貿易署
Trade and Industry Department

第七期

二 零 零 六 年 六 月

P.1 自由貿易邁向新里程



P.2 原創潮流玩具表現生活態度



P.5 以包裝建立形象與商機



婚禮顧問服務 P.3



工業貿易署
中小企業支援與諮詢中心

Support and Consultation Centre for SMEs
Trade and Industry Department



<http://www.success.tid.gov.hk>

世界貿易組織第六次部長級會議圓滿結束 自由貿易邁向新里程

香港於去年12月13日至18日成功主辦世界貿易組織（世貿組織）第六次部長級會議，是次會議亦稱為「香港部長級會議」（下稱「會議」），共有一萬多人參加，當中包括五千多名各成員代表團的團員，接近三千名傳媒工作者，以及一千多名非政府組織代表，盛況空前，備受各界關注。

令人鼓舞的成果

會議的成果令人鼓舞。世貿組織全部150個成員通過了《香港部長級會議宣言》，就《多哈發展議程》各主要談判範疇達成一系列協議，並訂定最後階段談判的時間表。這不單使《多哈發展議程》談判返回正軌，亦為於今年年底前圓滿完成整個多哈回合的談判奠下穩固的基礎，有助達至農業貿易、工業產品貿易和服務貿易自由化，釐清及完善貿易規則，以及妥善解決發展中經濟體系所關注的問題的目標。世界銀行估計，若多哈回合談判圓滿完成，在未來十年，可以每年為全球帶來3,000億美元的經濟增長，並有望令1.4億每日生活費不足兩美元的人士脫貧。



大功告成：世貿組織第六次部長級會議圓滿結束，會議主席前工商及科技局局長曾俊華(左)在會議閉幕後，與世貿總幹事拉米(右)握手。

為削減關稅定下具體方向

會議的成果與香港的中小企業息息相關。首先，會議為非農產品市場准入(即削減關稅)的談判定下具體方向，進一步推動貨物貿易自由化，符合香港作為自由港，要求貿易夥伴大幅削減關稅的立場。香港的玩具、電子、手錶及成衣等產品均處於出口領導地位，透過撤銷或大幅削減關稅及非關稅貿易壁壘，將有助香港的貨品進入其他市場。粗略估計，若香港的貿易夥伴削減一半非農產品關稅，我們的出口廠商每年便可省回38億港元的關稅支出。

進一步深化服務業的談判

服務業方面，參與會議的部長就如何在今年进一步深化談判的方向和模式達成了一致意見。我們今年的談判重點，是力求貿易夥伴撤銷對香港具出口競爭力的行業，如電訊、物流、航運及金融等方面的市場限制，希望可以協助業界開拓商機。

農業和發展取得突破性的進展

會議在農業和發展這兩個重要議題均取得突破性的進展，這絕對有助圓滿完成整個回合的談判。事實上，假如沒有這兩方面的平衡，相信一些成員是不會同意非農產品及服務業的自由化建議。

農業方面，會議為全面取消農產品出口補貼定下2013年的最終期限。這是一個突破性的成果，展示世貿組織成員致力改革扭曲農業貿易措施的勇氣和決心。發展議題方面，部長們一致同意為最不發達國家所出口的貨品提供「免關稅、免配額」的待遇，有關待遇有望於2008年開始實施。此外，部長們同意於2006年取消發達國家對棉花的出口補貼及更快速及大幅度地削減這些國家對棉花的國內支持。

會議的成功，證明世貿組織成員有決心逐步邁向貿易自由化，抗衡保護主義，並致力改善發展中和最不發達經濟體系人民的生活。

向全世界展示香港的自由、高效率與包容

除了獲得節省關稅和能夠進入新服務貿易市場等實質利益外，主辦這次會議亦進一步鞏固香港作為積極和具建設性的世貿組織成員的地位，使香港能更有效地參與日後的談判，爭取商業利益。此外，我們亦向全世界展示香港是一個自由、高效率及極具包容能力的國際大都會，能夠辦好大型的國際會議，相信有助吸引更多國際會議和大型展覽在港舉行，從而促進香港的會議展覽業和旅遊業的發展。

緊迫的時限

《多哈發展議程》的談判尚未結束，香港部長級會議為完成整個回合談判定下緊迫的時限。香港會繼續與其他成員衷力合作，積極參與及推動餘下的談判，為香港爭取最大利益。

原創潮流玩具 表現生活態度



提到手辦公仔、盒裝扭蛋等玩物，很多人會聯想到日本的卡通玩具。但Red Magic能夠將流行元素注入，創作出一種能代表生活態度的本地精品，當中最成功、最具代表性的是CiBoys系列。Red Magic創辦人兼執行及營運總監黃書漢指出，CiBoys系列中的每個人物均代表一種性格、一種生活的態度，有反叛的、忿怒的、悲觀的、愛好新奇事物的，擁有者雖不能將這些手辦公仔當作機械人般把玩，但將它放在家中、辦公室、甚至身上，它便可代表這個人的性格和態度。

黃書漢在加拿大攻讀電腦繪圖，畢業後第一份工作是擔任網頁設計師，及後自行開設廣告公司，主攻網頁設計及網上市場推廣。黃書漢後來創作了第一隻CiBoys，由於覺得他造型可愛，將其變為商品應該有一番作為，就這樣為公司開闢了新的發展路向。經過四年的發展，Red Magic已成為一間集創作、生產以及零售批發潮流角色於一身的公司，目前擁有十個品牌(包含不同系列的人物)，超過700款原創設計，產品更普及至T-Shirt及音樂。其中焦點品牌CiBoys的總產量已超過60萬隻。

成功品牌 首要簡單易記

黃書漢認為，成功的品牌首要簡單易記，讓人容易明白。潮流玩具著重設計及鮮明形象，故Red Magic創造的卡通人物線條簡單可愛，希望人人都懂得畫。在建立形象方面，以CiBoys為例，他便將每個人心裡一些不喜歡、不滿的東西抽出來放大，製造了代表不同性格和態度的CiBoys，突出其鮮明的形象。

宣傳配合 強化品牌形象

過往營運廣告公司的經驗和聯繫亦給予黃書漢很大的幫助。每當推出新人物或產品時，他便會主動接觸傳媒和接受不同潮流雜誌的訪問，為產品造勢。此外，Red Magic亦積極支持創作活動，如聯校多媒體展覽等，而黃書漢自己亦常到大學講課，鼓勵創意融入生活每一個環節。

此外，Red Magic亦與其他知名品牌作跨界合作，例如CiBoys分別與新力、生力啤、東芝手提電腦、微軟Xbox遊戲機等合作，成為產品代言人，打造互惠的宣傳模式。去年，Red Magic更與日本Bandai公司合作，推出Gundam(高達) X CiBoys系列的新設計，成為市場的焦點。

企業化管理

很多人認為企業化管理會扼殺創意，但黃書漢卻認為要把創作變成有市場價值的商品，就必須投放資源，有系統地建立企業制度，優化設計及生產過程，和為客戶提供專業化服務。良好的企業管理層，以及不斷創新的精神，都是企業致勝的關鍵。因此，他必須為企業、產品以及自己清晰定位。目前，他在公司營運上所扮演的是領導者角色，並主力於創作及公關宣傳工作，其餘的事項都由能者居之，包括聘用會計師處理賬目，以及國際知名律師事務所處理知識產權事務，著力防範侵權行為。在產品設計方面，Red Magic擁有龐大的設計師團隊，數年來在網上物色了30多位來自世界各地的設計師，合作設計各式的人物，大大擴闊了彼此之間的視野網絡。

衝出香港 走向國際

今年，Red Magic計劃把香港的專門店革新，變為超級品牌店，增加銷售商品的類別，包括衣服、日常用品、收藏玩具、運動鞋、網上遊戲、3-D動畫及音樂；該公司還會舉辦潮流派對，推廣創意融於生活的文化。

海外市場方面，目前Red Magic的產品也有出口到世界各地，包括日本、台灣、新加坡、中國大陸、俄羅斯、美國、英國、意大利、法國、西班牙、德國等，佔公司近4成的生意額。Red Magic計劃在未來兩年，於東京、台北、倫敦及紐約開設專門店，積極打進國際市場，以冀領導潮流玩具的方向。

黃書漢認為，中小企業要茁壯成長，先要有良好的財務預算，亦少不了創意和優良品質，輔以公關宣傳等市場推廣技巧。至於Red Magic，則立志不做平常的東西，並以企業化模式，從小眾發展到大眾市場，希望成為世界潮流指標，打造國際知名的香港品牌。

婚禮顧問服務

展現龐大商機

婚姻修訂條例已於今年3月中生效，授權婚姻登記官委任婚姻監禮人主持婚禮，並容許婚禮在任何時間及香港任何地方舉行（違反法例者除外），這給予從事有關結婚事宜的行業展現了一個龐大的商機。我們訪問了多間提供婚禮顧問服務的公司作為中小企業進軍這門生意的參考。

我們搜集的資料顯示，本港較全面的婚禮顧問公司約有十多家，他們都以清晰的市場定位及目標顧客群穩住市場份額。由於婚禮顧問並不需要太高的創業成本及專業要求，較容易吸引新的競爭者，亦拉低了邊際利潤。適逢今年是雙春兼閏月的結婚好年，也促使更多新公司進入市場，業界無不積極備戰，掏空心思創造更多高增值服務。

婚禮顧問

歐惠芳婚禮顧問公司成立於1993年，是全港首家婚禮顧問公司，同時創立「摩登大妗姐」服務，以現代手法重新包裝中國傳統婚禮習俗，逐漸在市場建立口碑。

該公司董事歐惠芳女士認為，大妗姐在中式婚禮裡的角色非常重要，擁有傳統文化價值。香港是一個中西文化匯聚的地方，準新人既嚮往西方的結婚模式，但又希望保持中式的禮儀，以確保在這人生大事上籌辦得完美無瑕。她便把年輕化大妗姐與婚禮顧問角色合為一體，既追隨傳統儀式，又懂得靈活地刪除不必要的繁文縟節，提供中西合璧的服務。

歐惠芳經營的婚禮顧問公司目標是要提供高質素的服務。她選擇了走高檔路線，婚禮顧問的表現重質不重量。加上一般服務的邊際利潤愈來愈少，她便開拓高增值項目，例如免費擇日、婚前儀式諮詢、婚前和婚後輔導等，當中婚姻輔導的需求在近年更有上升趨勢。

她透露，公司成功之道在於不斷學習、力求創新、把握每一個婚禮展示實力。故此她每年都會訂下新的發展策略，包括憑藉敏銳的市場觸覺，設計具創意的婚宴遊戲，如魔術表演，製造扣人心弦的驚喜；尋求突破，並尋找專家協助，嚴控服務水平；及在排場、場地佈置、氣氛及音響效果等地方多花心思。此外，為配合婚姻監禮人制度的實施，公司亦正與律師行進行合作磋商，為顧客提供一條龍服務。

宣傳與推廣也是開拓客源的重要一環，而公關行業出身的歐惠芳當然深明此道。她積極參與有助提升公司知名度的活動，包括接受訪問，增加曝光，參加結婚博覽會，輔以廣告，以及出席相關研討會，講解傳統婚禮習俗等。

歐惠芳認為婚禮顧問的表現重質不重量，為新人提供全面的服務。



楊傑倫認為懂得發揮創意、對工作充滿熱誠、具備良好司儀能力及豐富項目統籌經驗的人才是最重要的資產。

婚宴統籌

擅長司儀工作及項目統籌的楊傑倫於2001年與三位夥伴合作成立囍宴大師，從最初專注擔任婚宴司儀，發展到婚宴統籌，兼顧整項流程策劃、遊戲設計、音響和燈光控制，務求將婚宴變成一場精彩節目，帶給新人及賓客難忘回憶。其中最為人所津津樂道的，要數其長約20分鐘的音樂廣播劇，後來更加入卡通元素，以增加歡樂氣氛。

他指出，每一對新人都有各自的風格與特點，以及自己的故事，因此，在開始籌備婚宴的時候，都需要與準新人會面，增加對新人的了解，才能為他們提供意見，並度身設計特別的婚宴。一個成功的婚宴就像一個豐富節目，重要元素包括順暢的流程及持續的熱鬧氣氛與效果，務求令所有參與者留下深刻印象。他回憶說，曾經為一個婚禮安排現場樂隊伴奏，吸引很多賓客在宴會尾聲繼續留下來跳舞，場面難忘。

自囍宴大師成立以來，業務一直保持增長。楊傑倫分析，客戶的增加並不是業務增長的主因，反而是增加了新服務，包括不斷創新的卡通音樂廣播劇，以及其他新元素如放煙花、現場樂隊伴奏等，為婚宴注入多元化的項目以增添氣氛，才是提升利潤的關鍵。

他認為，創意是推動業務持續發展的本錢。懂得發揮創意、對工作充滿熱誠、具備良好司儀能力及豐富項目統籌經驗的人才是最重要的資產。由於婚宴的性質是現場舉行的，會有很多難以預測的事情發生，所以非常倚重婚宴策劃人的心思和經驗，發揮他們服務的價值。

目前，該公司已把定位放在婚宴統籌，加上婚姻修訂條例落實，為業界帶來更具彈性的發展條件。他預期，在非一般傳統的場地舉行婚禮將會成為趨勢，當中午間宴會將是最具增長潛力的方式。去年，該公司近八成生意來自晚上的婚宴統籌，餘下兩成來自午間婚宴。

海外婚禮統籌

當香港的婚禮統籌市場還是由婚禮顧問及婚宴統籌主導之際，Wedding Abroad卻能夠獨創一格，專注旅行結婚市場，數年下來，也成為了業內的「老大哥」。

該公司顧問葉美琪說，市場上不乏鍾情旅行結婚人士，尤其是較年輕一代及再婚人士，但礙於不熟悉海外婚姻條例及語言，在籌辦過程中往往遇到不少難題，因此該公司闖準這個市場空間，為準新人提供本地婚禮以外的另一個選擇。

她解釋，該公司最大的服務特點是為準新人安排合法的海外婚禮，他們於當地註冊結婚，順道渡蜜月及拍攝結婚照；其中也有選擇在外地設宴，並邀請親朋戚友一同參與。

Wedding Abroad於2002年成立，以舉行歐洲婚禮為主，近年，隨著經濟環境改變，有些客人基於財政預算及假期日數的考慮，又或希望邀請親朋戚友參加婚禮，都會選擇亞洲區或比較近的地方如峇里島、關島、夏威夷、澳洲或新西蘭等地舉行婚禮，促使該公司需要不斷開拓新市場。

在開拓新市場方面，葉美琪指出最重要是考慮當地的領事館及法例是否配合，其中較具潛力的新地點包括澳洲黃金海岸、泰國布吉島、塞班、馬爾他、美國大峽谷等；在新市場以外，新元素也是不可忽略的，包括提供很多自選服務如坐馬車、放煙花、放蝴蝶、與小象玩耍等。

她續稱，有別於本地的婚禮統籌市場，海外婚禮統籌不受季節限制，所以沒有分淡旺季，可以更具彈性地拓展業務。然而，由於是在外地籌辦婚禮的緣故，海外婚禮統籌公司在成立資本及前期準備工作都比其他婚禮統籌公司多，其中最主要是投放資源建立廣泛的海外網絡，包括物色合適海外合作夥伴及後勤人員，如攝影師、化妝師等，他們熟悉當地情況，如客人有臨時要求或遇上突發事件，都較容易處理，不單有助整個婚禮順利舉行，同時也能節省成本。此外，Wedding Abroad跟香港某大旅行社合作，大大提高機票酒店安排方面的效率。

葉美琪稱Wedding Abroad最大的服務特點是為準新人安排合法的海外婚禮。





創意無限

以包裝建立形象與商機

「人靠衣裝，佛靠金裝」，消費者購買產品的意欲，有時取決於產品的外表多於其「內涵」。雖然不少企業都知道產品包裝對公司形象有所影響，但到了近年，他們才開始重視利用創意包裝去建立和突出公司形象。SUCCESS曾邀請奧美廣告創作服務部主管兼香港印藝學會主席譚麗轉女士(Candy)為大家主講「創意包裝與公司形象」研討會，希望為中小企業帶來一點啟示。現把研討會的重點輯錄如下。

產品包裝的三大要素

Candy指出，成功的產品包裝需具備三大主要元素。首先，色彩要鮮艷奪目，才使消費者容易覺察(eye catching)及留下印象，有些公司勇於採用大膽創新的色調，希望出奇制勝，成功與否，則要看設計師的功力。其次，印在產品上的品牌或公司名稱要明顯易見，如果消費者連買了甚麼品牌的產品都不知道，企業又如何能在他們心中建立形象呢？最後亦是最重要的元素是圖像，它直接影響消費者對產品的觀感，例如一些日本產品印在包裝物料上的圖像製作認真且富立體感，在這方面日本產品的包裝製作可作為本港中小企業的借鏡。



市場趨勢造就商機

近年企業對產品包裝都甚為重視，主要因為同類型及新品牌不斷湧現，使企業不得不以包裝作區別；加上他們察覺產品的包裝有助企業建立其特定的形象，因此愈來愈講究包裝。另一方面，許多企業希望在短時間內以低成本包裝大量產品，包裝趨於精簡。對於中小企業而言，這趨勢無疑給它們帶來商機。隨著內地市場開放，經濟迅速發展，從事包裝行業的中小企業可受惠於內地廉價的勞工、充裕的地方及完善的配套，手工和機器設備等問題基本上已經解決。然而，若要包裝印製業務成功，仍需要香港的設計和管理人才配合。

公司形象與產品包裝的關係

Candy指出，公司形象與包裝的關係密切，例如少用塑膠，多用環保物料，就能為公司建立環保的形象。包裝本身的實用性、保護能力和防偽程度對企業的專業形象亦有所影響，如包裝設計能夠令產品易於攜帶，便可顯出公司為消費者設想、體貼的專業態度。另外，能夠迎合現代人貪方便的需要也是成功之道，例如有些產品在節日時推出別出心裁的包裝，使消費者無需多花心思，便可將一份精緻的禮品饋贈親友，消費者對該產品的印象自然深刻。產品的陳列方式、更換包裝盒的時間、對包裝用紙的選擇取舍等細節其實也是一門學問。Candy指出，包裝要順應潮流、推陳出新，才不至於給人老化的感覺，但切忌頻頻變更，使消費者混淆。此外，美觀的包裝可令消費者覺得產品物有所值，易於提高產品的售價，所以產品的包裝須以銷售對象為依歸。

有形的產品固然可以包裝，但無形的服務業又如何包裝呢？Candy指出，服務業的包裝可從信封、信紙、制服等入手，一切和企業形象有關的事物都可加以裝飾以突顯公司的形象。

總結

總括而言，在消費者心目中，產品的包裝是該品牌和其所屬企業的象徵，所以企業在設計或改革產品的包裝前，應先了解消費者的心態，再配合市場的潮流，才能使產品在商場中大放異彩，同時為企業建立獨特鮮明的形象。

本文由香港大學工商管理學院
會計及金融系一年級學生李述榮整理

讀者如欲重溫整個研討會的精彩討論，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)。

設計創業培育計劃

為進一步支援全球各地創新與設計公司的需求，香港設計中心與香港科技園公司，連同創新科技署的「設計智優計劃」，把位於九龍塘的「創新中心」，設為一站式設計服務及支援中心，並推出「設計創業培育計劃」。以下範疇的新進設計公司可申請參與此計劃成為設計培育公司：

- 產品設計
- 品牌及包裝設計
- 視覺與媒體美術
- 時裝設計
- 珠寶設計
- 室內設計

成功申請的培育公司除可享有上限總值達港幣五十萬元的資助外，還可享受以下的服務及支援：

- 技術及管理支援
- 管理及技術培訓
- 市場推廣支援
- 法律顧問服務
- 設計圖書庫
- 與業界及大學建立網絡及合作商機
- 津貼資助
- 辦公室租金資助
- 共享辦公室設備

申請「設計創業培育計劃」手續簡易，只需在<http://www.hkstp.org/design>網站下載申請表格，填妥後以電郵或郵寄方式交回即可。費用全免，如欲查詢，請致電 2629 6718。

工商業圖書館

工商業圖書館位於中環大會堂公共圖書館11樓，是康樂及文化事務署轄下專門提供金融及工商資訊的參考圖書館，目前館藏已逾2萬項中英文參考資料。書刊方面涵蓋了中小企業所需的商貿知識，如企業管理與創新、人力資源及財務管理、市場營銷及客戶關係等；另外館內亦有各類指南和名錄，方便業界搜尋商貿伙伴及產品訊息。電子資源方面圖書館訂購了數十種線上資料庫，其中如「中國企業與產品數據庫」、「中華法律網」、「中國資訊行」、「Global Market Information Database」、「Investext Plus」、「EIU CountryData (Asia-Pacific)」、「ISI Emerging Markets」等分別提供內地企業資料、法律法規、經濟新聞以及各國的工商業情報、統計數據和投資研究報告，有助中小企業經營者快捷地取得最新的市場資訊，拓展商機。

網址：http://www.hkpl.gov.hk/tc_chi/services/services_rls/services_rls_bil.html
 電話：2921 2672
 電郵：chplr@lcsd.gov.hk

職業英語培訓資助計劃

政府於2000年起推行的職業英語運動設有「職業英語培訓資助計劃」，協助僱主為僱員舉辦「內部特設職業英語培訓」，資助額相當於其僱員參加英語培訓課程費用及考試費用的百分之五十，並以\$3000為上限。

所謂「內部特設職業英語培訓」，是指僱主為僱員「度身訂造」的英語培訓課程，內容針對接受培訓的僱員之工作需要及英語水平，僱員在完成課程後，須參加指定的國際商業英語考試，達到所須的香港職業英語標準，其僱主便可獲發還資助。

如有興趣了解更多有關資助計劃的資料，可瀏覽職業英語運動網頁(<http://www.english.gov.hk>)，或致電熱線：2186 8800查詢。

職業英語運動是其中一項由語常會督導的語文基金項目，旨在加強市民對職業英語重要性的認識，以及提高本港在職人士的英語知識。

職業英語運動辦事處不時舉辦講座，介紹「職業英語培訓資助計劃」。查閱講座的最新資料，請瀏覽職業英語運動網頁。



2005 香港 工商業獎



首屆香港工商業獎，是由分別於1989年和1997年起舉辦的香港工業獎及香港服務業獎合併而成，目的為表揚香港企業的傑出成就及卓越表現，藉此向業界推廣獲獎公司的成功經驗及管理策略。獎項涵蓋七個範疇，分別為消費產品設計、機器及設備設計、顧客服務、環保成就、創意、生產力及品質和科技成就。

角逐「2005香港工商業獎」的公司，來自不同的工商行業，共有79家企業獲獎，其中六家榮膺香港工商業大獎。頒獎典禮已於2006年2月27日舉行，並且獲行政長官蒞臨主禮。以下是個別項目大獎得主的簡介。



消費產品設計大獎

萬威電子工業有限公司

萬威電子工業有限公司獲獎產品「智能地球儀」是全球首創可透過互聯網更新資料的地球儀，可以每週下載最新的世界新聞，利用嶄新的微處理器和感應科技，結合公司在電子學習產品上的經驗，令地球儀容易使用，而且益智有趣。

機器及設備設計大獎

正昌科技有限公司

正昌科技有限公司得獎的VMAT震動膜廢油再生系統，能有效地把廢潤滑油(包括廢機油、廢傳導油、廢金屬切削液、廢液壓油和廢變壓器油等)，循環再生使用。過程不會造成二次污染，兼具成本效益及高效率。經過濾的清油不含臭味，再調配不同的添加劑，便成為不同的發動機油或傳導油等產品。VMAT系統佔地少，監測員除可於現場控制外，亦可透過互聯網作遙距監控系統運作。





顧客服務大獎

匯豐綜合理財中心一線通

匯豐綜合理財中心採取一站式服務方針（Oneness Approach），以客為先，務求為顧客提供複雜及多元化的服務時，更能提高客戶利益。員工會盡量預計客戶長遠需要，務求可一次過幫助客戶解答所有相關的問題。中心並會透過電話和互聯網，向個人和商務客戶提供銀行、保險及投資產品等有關服務。



生產力及品質大獎

精美汽車工業有限公司

精美汽車工業有限公司，為汽車工業供應優質零部件。公司於內地及北美地區設立JIT物流系統，提供一站式服務，包括產品設計、模具設計及製造、塑膠注塑、電鍍及噴塗、低溫離子電鍍層及組裝等，並已取得TS16949認證。公司並進行「全員生產效益改善推廣」活動，確保企業目標有效整合和散佈，並定期分析及檢討顧客關係，為可能發生的轉變訂定計劃。這些持續改善措施，為企業創造一個創新環境，亦能於量度回報的同時分配資源，提高營運效率，改善生產力及品質。

環保成就大獎

利安電光源(香港)有限公司

利安電光源（香港）有限公司，主要生產德國品牌曼佳美慳電膽。公司一向致力推動環保管理，其生產廠房已獲發ISO14001認證。為符合歐盟的電子電機設備中禁用危害物質的指令要求(RoHS)，所有產品均沒有採用鉛燈管及汞(鎵)。此外，為遵守歐盟的電器及電子設備廢料指令(WEEE)，產品均通過嚴謹的產品生命週期評估，從產品研發至產品設計、生產、包裝甚至棄置及回收處理方面，均以保護環境為原則，盡量減少對環境的負面影響，亦大幅減少耗電量及二氧化碳排放，貫徹環保節能原則。



科技成就大獎

WowWee Limited

WowWee Limited致力利用先進科技，創製及推廣不同類型的電子機械產品，尤其是極富娛樂價值的玩具產品。公司憑藉獨特的開發程序和對新科技的投放，不斷提升其產品的質素及獨特性，更透過長期的業務活動和相互合作，與策略性伙伴建立鞏固的合作關係。

香港容易混淆中藥



『香港容易混淆中藥』研究項目推行的目的是要確立一套統一、正規、清晰的中藥命名系統，以糾正中藥業過往存在的同物異名或同名異物等混淆情況，為業界及市民大眾提供標準指引，並為本港中藥標準化、規範化和現代化作出貢獻。

該研究項目由香港中藥聯商會倡議及主辦，整項計劃推行費用為1,240,000元，並成功申請工業貿易署中小企業發展支援基金，獲撥款1,116,000元作為資助，餘下的經費則由該會承擔。

整個研究項目為期18個月，分多個階段進行。統籌工作於2004年2月初展開，首先從多間參與投標的機構中，選出香港浸會大學中醫藥學院作為該項研究之行政機構，負責研究部份及學術內容的工作。同年3月，成立了『香港容易混淆中藥』研究項目統籌委員會，委員會有二十多位成員，包括來自衛生署、醫院管理局、消費者委員會、香港賽馬會中藥研究院、各大中醫藥團體的代表及多位學術界和社會知名人士。

該研究項目主要包括編著《香港容易混淆中藥》一書。該書的編輯及研究工作相當嚴謹，統籌委員會及香港浸會大學中醫藥學院以一年多時間進行研究及審核，包括市場調查、搜集資料，並根據業界列舉的百多種容易混淆中藥購買標本研究，每種標本需要超過百個樣本作反覆驗證，以求得出客觀的數據及資料，最後選取了其中八十多組容易混淆中藥。每組中藥的正品及混淆品均有圖解及專業說明，分清其性味與效用。《香港容易混淆中藥》一書已於2005年1月正式出版，共印製4,000冊，免費派發給參與中藥材貿易、批發及零售的商戶、消費者委員會、香港旅遊發展局及其他有關的商會及機構。



《香港容易混淆中藥》新書發佈會

此外，《香港容易混淆中藥》內容亦已上載於網頁 <http://www.hkcccm.com> 供公眾瀏覽，統籌委員會並於去年舉辦了多次中藥講座、大型中藥展覽會等推廣活動，透過不同形式令更多業內人士及消費者關注這個與我們生活息息相關的課題，而每次推廣活動都得到各界熱烈的反應，成效十分理想。

香港中藥聯商會為了令『香港容易混淆中藥』研究項目更國際化及提高本港中藥業的海外地位，決定編印《香港容易混淆中藥》英文版7000冊，作為本港中醫藥國際貿易及營銷銷售的一本具代表性參考書籍。工業貿易署中小企業發展支援基金已於2006年1月撥款540,000元資助該計劃的九成經費。該書預計將於2006年11月出版，屆時亦會把內容上載到研究項目的網站供公眾瀏覽及舉辦多個大型推廣活動，詳情將於網上公佈。



雞骨草



毛雞骨草



大型中藥展覽會

本文由「香港容易混淆中藥」研究項目統籌委員會主席香港中藥聯商會首席會長李應生MH太平紳士提供

如何學好用好商業中文和商業普通話

zhōng 小 脈 企 搏
mài xiǎo qǐ bó

根據我二十多年從事中港商業活動和商業培訓的經驗，我察覺很多香港商界人士和大學生礙於歷史和環境因素，在掌握商業中文和跟內地人士用普通話溝通都力有不逮，甚至鬧出很多笑話。雖然九七回歸後香港人的商業中文和普通話水平已有明顯進步，坊間也有很多相關的課程，但香港人仍未從宏觀的角度深入及全面地分析學習語文的困難、商業語文的應用特色、以及商業溝通的多元化和複雜性，所以只能停留在糾正發音、斟酌用詞，以至套用商業書信格式的層次，未能切合實際應用的需要。

從中小企業應用的角度看，商業中文和普通話的元素應如圖一所示，除了注意表達方法外，還必須對內地的國情及文化、行業及產品、中港的商業情況有所認識。內地地廣人多，不同區域在自然環境、經濟、文化、物產等方面的差異大。在部份落後地區，貨幣經濟方興未艾，一些我們常用的產品和服務在當地更是聞所未聞。很多香港中小企業資源有限，對內地千頭萬緒的情況一知半解，有些甚至漠視地方差異，妄想支付落後地方的低工資便可換取大城市的高效率。這些差異在工作中具體表現在語言、法規、商業及行政文化等層面上。

我認為香港人學好用好商業中文和普通話的關鍵是：解除情意結、融入內地的國情和文化、立足於當地的實際情況（如圖二所示）。至於學習方法，我建議大家要衝出課堂、衝出香港，除學好漢語拼音、常用簡體字、常用口語外，還要多花時間認識內地的法規和行業用語、多看附帶中文字幕的節目、多用書寫中文和多講普通話，如果認識以普通話為母語、又擅長書寫商業中文的朋友當然更好，他們可充當老師和「求救」的熱線。商業中文水平良好的人不單應具有穩固的現代漢語根底，更能夠在實踐中把語文跟心理、法律、商業知識等融合，藉著溝通達到不同層次的商業目的，如爭取好感、達成協議、完成交易程序、避免爭議、解決糾紛等。

圖一



個人學習無論怎樣投入，也要學習的條件配合，並要在不斷的實踐運用中檢討，變成一個持續進修的過程。因此運用既是學習的目的，更是學習方向的指南。最後，在運用方面我在此給大家以下四項建議：

- (一) 要留意環境和溝通對象，語言和文字都要因場合及對象的需要而有所不同；適用於某一場合和對象的說話在另一場合和對象可能並不恰當。
- (二) 用詞、語氣、以至表達方式要留有餘地，既要照顧對方即時的感受，更要考慮日後翻臉不認賬，所以重要的事情必須以文字的形式來表達。
- (三) 要明白最好的文字語言都不如事實的真理。語文表面意思是一個層次，字裡行間隱含的深層意思又是另一個層次。
- (四) 要結合內地市場營銷和商業管理等有關知識，內地商業發展迅速，新的概念、法規、詞彙不斷湧現，所以要努力不斷學習和適應。

香港商業學會主席 楊耀邦博士

圖二



上文是楊耀邦博士根據2005年9月24日在SUCCESS主講的「商業中文與普通話」研討會的內容整理而成。讀者如欲重溫整個研討會的精彩討論，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）。

聖經故事對中小企業財務管理的啟示

聖經中有一個故事是這樣的，一位主人往外國去，臨行時撥了三份資金，約為五千萬、二千萬及一千萬，給甲、乙、丙三位僕人，就像現代企業的老闆一樣，叫屬下的經理妥善運用這些資金，待他回來時檢討業績。時光飛逝，主人回國便馬上請三位僕人匯報業績：阿甲賺了五千萬、阿乙亦賺了二千萬，兩者的股東「回報率」(ROE)均為100%。主人聽了眉飛色舞，大讚兩人有本事，並承諾將更多生意給他們打理，至於阿丙卻說：我害怕虧蝕你辛苦賺來的金錢，所以全數放進保險箱，現將一千萬還你。怎知主人嘆氣說：你這又蠢又懶的僕人，實在可惡，我不要你管理我的生意，請即移交你名下所有資產給阿甲打理吧！

這則故事令筆者聯想到數項財務管理的經典原則：

冒險原則(Risk taking)

所有生意均有風險，所以，我們實在不能夠像阿丙一樣，害怕風險而所有事情都不敢去做。相反，假若我們能夠深入了解所做行業的特性，作出敵我分析，清晰地找出自己的定位，再定出好的策略，以合理的價錢，提供創新的產品或服務，便很有可能獲得豐厚的回報。

投資利潤(Operating Margin)

故事中並沒有解釋阿甲和阿乙用怎樣的方法去賺取這樣高的回報率，當然，每位中小企業的經理人，都希望能夠像他們一樣，賺取最高的投資利潤。

一直以來，筆者都相信開源節流這個道理，在開源方面，有一個計算開源是否持之有效的指標，稱為「新收入百分比」(New Revenue %)，是把新開發產品或服務佔總收入之百分比記錄下來，初期的目標可能只是3%至5%，但若能擴至15%或20%以上，這表示企業能不斷創新，滿足客戶的需求，生意必蔚然成長。

此外，經濟通縮，市場消費力弱，各類物品的售價不斷下滑，企業的成本必須同步下調，才能保持競爭力。筆者在某製造業機構工作時，老闆也曾要求各單位每年須削減5%成本，否則便難以應付客戶的減價要求。在控制或降低成本方面，我們可以利用財務數據中的「費用彈性比率」(Scalability %)去量度，譬如企業每增加十元銷售額，若相應增加之成本為八元，「費用彈性比率」便為80%。假若企業能透過標準化、外判、簡化流程等方法，將「費用彈性比率」長期控制在80%，甚至70%以下，其投資利潤必然大為提高。

不過，若要好好利用這些財務數據，各中小企業便必需有一套完整及時的財務記錄了。

貨如輪轉(Asset Utilisation)

對於較缺乏資金或難於集資的中小企業，這項原則尤為重要。企業的資產通常會分為固定資產(包括廠房、機器及生財工具)及流動資產(包括應收帳款、存貨及應付帳款)。各中小企業應該計算各項資產的週轉率(即銷售額÷平均資產值)，其宗旨便是「人盡其才，物盡其用」，務求在可接受的風險下，以最少的資金，做最多的生意，達至「機甚少停，貨如輪轉，應收快收，應付慢付」。根據各營運資金之財務指標，包括固定資產及各項流動資產的週轉率，企業可以以有限之營運資金，服務更多顧客。

各位中小企業朋友，何不細心考慮一下上述三項財務管理原則，並應用於日常企業活動中，你們也能像聖經故事中的阿甲和阿乙，小則被老闆嘉獎，大則更可幹一番事業呢！

本文由ACCA香港分會提供
並曾於信報刊登

SUCCESS創業資訊服務 — 創業預算分析表

縱使很多中小企業認為他們的業務計劃切實可行及具創意，但往往可能因為在創業時未能作出適當的預算而出現資金週轉問題，甚且導致虧損。ACCA香港分會透過與SUCCESS合作，編製了一套簡易的「創業預算分析表」，目的是為協助有意創業人士估計開業時所需的資金、預測盈利及資產狀況，從而分析新公司的定位及策略，例如生意規模、貨品／服務檔次及顧客對象等等。此分析表只可作為一般參考用途，創業者在編訂其創業預算時，必須考慮所有影響其有意投資的業務的相關因素，就其揀選行業的獨特情況加以調校，方可運用。

利用「創業預算分析表」運算可為創業人士預測以下數字，作為其生意可行性的評估：

- 開業所需資金；
- 營業額對盈虧的影響；
- 回本期；
- 資產負債狀況；及
- 可影響財務狀況的因素（如營業額、租金、邊際利潤、開支、存貨及賒帳期等等）。

此外，SUCCESS設有「創業資訊服務」，為有意創業人士全面地提供與創業相關的資料和解答創業疑難，範疇包括營商所需的政府牌照和商業登記的資料、草擬創業計劃書的技巧、市場、策劃成本／支出的分析等。若創業人士需要更深入的輔導，可透過SUCCESS的「問問專家」服務，約見有豐富營商知識的專家作進一步的諮詢。

有關詳情，可瀏覽SUCCESS網頁<http://www.success.tid.gov.hk>或致電2398 5133查詢。

2005 創業奇兵

「創業奇兵」由香港蜆殼有限公司及香港青年協會主辦，是本港首個一站式青年創業支援計劃：從生意概念探索、創業技能培訓、業務實踐、以至創業獎勵，在每個創業階段皆為有志創業的青年提供全面和個人的協助。今年是大會連續第二年舉辦「創業奇兵」大獎，藉此表揚本港成功創業的青年，讓他們的努力得到回報及肯定。

經過數月來的嚴格評審，各項大獎的得主已經誕生。「創業奇兵」大獎2005的頒獎禮亦於2006年1月6日順利舉行，由經濟發展及勞工局常任秘書長(勞工)兼勞工處處長張建宗太平紳士、香港工業總會名譽會長梁君彥先生、工業貿易署署長楊立門先生、香港蜆殼有限公司董事古遠芬先生及香港青年協會總幹事王葛鳴博士擔任頒獎嘉賓。

在會場上，各得獎者皆安排攤位展出其產品或服務，各人都各施各法，運用創意佈置攤位，把產品或服務展示出來。

頒獎禮上，Red Magic Holdings Limited 創辦人黃書漢一人囊括「業務大獎金獎」及「最佳創意業務大獎」兩項大獎。黃書漢對連奪兩項大獎感到喜出望外。他感謝香港蜆殼有限公司舉辦「創業奇兵」大獎，認為可以幫助及鼓勵年青人創業。他會把獎金用在員工福利上，與他們分享成果。

本文由香港蜆殼有限公司提供

*有關黃書漢及其Red Magic Holdings Limited的詳細資料，請參閱本刊第2頁「行行有狀元」一文。



主禮嘉賓參觀得獎者攤位



主禮嘉賓頒發予「業務大獎金獎」及「最佳業務大獎」得主黃書漢

得獎者名單：

業務大獎金獎、最佳業務大獎
黃書漢 (Red Magic Holdings Limited)

業務大獎優異獎
楊鎮華 (香港射頻有限公司)
俞淑玲 (天材互動教育玩具有限公司)
桂濱 (ManyMany Creations Limited)

香港青年創業計劃

香港的成就與港人的創業家精神息息相關。創業文化若能在本港進一步推廣，不單可帶動香港經濟，創造更多就業機會，對青年而言，更能培育他們獨立、創意、管理及領導才能，提升他們的就業能力，亦同時鍛鍊青年不屈不撓及積極進取的拼搏精神，裝備他們成為未來社會領袖。

香港青年協會於2005年推出「香港青年創業計劃」，為18至35歲有志創業的青年提供以下服務：

1. 創業啟動資金 (最高十萬元的免息貸款)
2. 創業指導及專業諮詢
3. 業務支援
4. 資訊及網絡
5. 創業課程及活動

為鼓勵本港社會人士積極參與此項計劃，我們廣邀工商各界行政人員、專家和富經驗的創業人士，參與指導青年創業者；除了為他們提供商業指導外，亦與他們分享處世經驗及人生智慧。

各界如有意合作，或欲知悉有關本計劃之詳情，歡迎致電3113 7999與本計劃秘書長劉惠儀女士或霍子臻先生聯絡，或瀏覽網址<http://www.u21.org.hk/ybhk>。

香港青年創業計劃參加資格

- 18至35歲，香港永久居民身份證持有人
- 具備半年內開業的實際創業構思、或已開業不多於三年的完整商業計劃及營運報告
- 營運之公司必須於香港註冊，而主要經營業務須於香港進行



香港青年創業計劃開展禮

本文由香港青年協會提供

2005/06中小企業 「營商友導」計劃

中小企業支援與諮詢中心
Support and Consultation Centre for SMEs



梁永忠博士為「營商友導」計劃學員
闡釋業務發展與他們本身領導力的關係。

2005/06中小企業「營商友導」計劃的49個合辦機構共提名超過110名經驗豐富的企業家、高級行政人員及專業人士擔任「導師」，而SUCCESS和合辦機構已成功為全部140多名符合資格的中小企業申請人配對導師，使這些申請人可以順利加入成為「學員」。目前絕大部份學員都開始了與導師的會面，向導師請教營商技巧。

為協助中小企業「營商友導」計劃學員加強他們的營商知識，SUCCESS不時邀請他們參加各類型免費研討會。同時，為促進學員間的交流及經驗分享，以及協助他們擴闊業務網絡，SUCCESS曾於2005年11月及2006年3月特別為他們舉辦以下兩場工作坊：

- 由香港生產力促進局高級顧問梁永忠博士以互動形式引導學員認識業務發展與本身領導力的關係；與及
- 由香港市務學會理事會理事暨教育委員會主席及香港專業教育學院工商管理系高級講師暨課程主任魏秉源先生講述市場策略的基本概念和原則。

2005/06 中小企業「營商友導」計劃的「友導期」將於2006年8月底完成。SUCCESS將於稍後檢討是否再次舉辦中小企業「營商友導」計劃及有關安排。有興趣參加未來中小企業「營商友導」計劃的人士，請密切留意SUCCESS網站 (<http://www.success.tid.gov.hk>) 的最新消息。

魏秉源先生為「營商友導」計劃學員
主持「中小企業市場策略工作坊」。

1 我計劃從內地進口玩具到香港作零售，是否須要領取牌照或遵從任何規例？

在香港進口或出口玩具並不需要特別牌照。但在本地零售玩具產品，乃受玩具及兒童產品安全條例（香港法例第424章）所規管，有關法例可到網上的雙語法例資料系統查看：

<http://www.legislation.gov.hk/chi/home.htm>。

根據該條例，在香港零售玩具必須符合玩具安全標準，你可向創新科技署產品標準資料組借閱或訂購規管指明的玩具的安全標準。

詳情可致電2829 4820查詢，或瀏覽網頁

<http://www.itc.gov.hk/ch/quality/psis/about.htm>。

2 我的公司想舉辦抽獎活動來吸引客人，想知道是否須要作出任何申請手續？

舉辦抽獎及以此方式來分發或分配獎品的活動是受《賭博條例》規管的。你須要向影視及娛樂事務管理處申請「推廣生意的競賽牌照」。詳情可致電2594 5819查詢。

3 我是一間獨資公司的東主。現在打算改變公司的發展方向，發展新的業務，故希望更改公司的名稱以配合新業務。請問我是否須要重新申請商業登記證？

如欲更改公司名稱或業務性質，你須以書面方式或填妥有關表格通知稅務局的商業登記署，但無須重新申領商業登記證。

有關詳情，請參考該局的網頁http://www.ird.gov.hk/chi/tax/bre_cbp.htm，或致電2594 3146向該局的商業登記署查詢。

4 我的公司打算從外地進口護膚品在本地零售，想知道是否須要繳付關稅及領取任何認證？

香港是一個自由港，除了進口酒類、煙草、碳氫油類及甲醇均須繳稅外，進口其他貨物一般毋須繳付關稅。詳情可到網上的雙語法例資料系統瀏覽《應課稅品條例》（香港法例第109章）：

<http://www.legislation.gov.hk/chi/home.htm>。

至於認證方面，如果有關的護膚品含有藥物成份，你或須要向衛生署註冊有關的藥物以及申請進口許可證。詳情可瀏覽衛生署的網頁http://www.psdh.gov.hk/eps/index_c.jsp或致電2319 8460向該署藥劑事務部查詢。



SUCCESS參考圖書室

新書介紹

參考圖書室收藏各類的營商資料，最近添置了大批書籍，歡迎讀者親臨閱讀。以下是其中一些推介給讀者的書籍：



- 《內地分銷實用手冊－如何開展產品銷售？》- 介紹在內地銷售的管理政策。
- 《CEPA III: 香港商機》- 介紹CEPA第三階段的內容及商機。
- 《清潔行業基本法》- 介紹如何創立清潔公司及其運作。
- 《9+2商機》- 介紹在「泛珠三角」區域的商機。
- 《百年利豐 - 從傳統商號到現代跨國集團》- 介紹利豐集團的發展及管理哲學。
- 《生意興隆店的必勝法則》- 介紹如何增加店舖生意的法門。
- "Textile Outlook International" - 提供全球紡織及服裝業的市場分析。

參考圖書室收藏各類營商資料。詳細書刊及視聽資料的名單請瀏覽以下網址：<http://www.sme.gcn.gov.hk/smeop/chinese/material.cfm>。

「好書推薦」活動

參考圖書室現正舉辦「好書推薦」活動，鼓勵讀者把認為對從商有幫助的書籍及刊物推薦給中小企業朋友。

參加者有機會獲得SUCCESS送出精美紀念品一份。詳情請瀏覽以下網址：<http://www.sme.gcn.gov.hk/smeop/chinese/goodbook.cfm>。

工業貿易署將實施 「五天工作周」



工業貿易署由2006年7月1日起實施「五天工作周」，星期一至五的辦公時間將會延長。SUCCESS及中小企業資助計劃的辦公時間將改為：

SUCCESS的新辦公時間：

星期一至五上午8時45分至下午6時

中小企業資助計劃組的新辦公時間：

星期一至五上午8時45分至下午12時30分和下午1時30分至下午6時

工業貿易署其他服務的新辦公時間可參閱夾附的單張，或瀏覽本署網頁(<http://www.tid.gov.hk/english/aboutus/5day.html>)。

接通天地線

工業貿易署

<http://www.tid.gov.hk>
電話：2392 2922

中小企業支援與諮詢中心(SUCCESS)

「問問專家」業務諮詢服務

商業牌照資訊服務

創業資訊服務

一般查詢

電話：2398 5133

傳真：2737 2377

電郵：success@tid.gov.hk

網址：<http://www.success.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>

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

中小企業發展支援基金

電話：2398 5128

傳真：2391 7375

電郵：sdf_enquiry@tid.gov.hk

內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排 (CEPA)

一般查詢

電話：2398 5667

傳真：3525 0988

電郵：cepa@tid.gov.hk

查詢原產地規則、原產地證書及工廠登記

電話：3403 6432/2398 5525

傳真：2787 6048

電郵：cepaco@tid.gov.hk

查詢香港服務提供者證明書

電話：3403 6428

傳真：3525 0988

電郵：hkss@tid.gov.hk

《中小企脈搏》由工業貿易署中小企業支援與諮詢中心(SUCCESS)編印，只供讀者作參考之用。我們經已力求內容準確無誤，但如有錯漏，工業貿易署概不負責。本刊物的部分資料是由其他機構/人士所提供的，如該等資料有任何錯誤、遺漏或失實陳述，工業貿易署概不負責。

本刊物每半年出版一次，在SUCCESS、各主要工商團體及分區圖書館免費派發，讀者如對本刊物有任何意見，請以郵寄、傳真或電郵方式，交回SUCCESS。

地址：九龍旺角彌敦道700號工業貿易署大樓618室 傳真：2317 4852 電子郵件：christinalee@tid.gov.hk

如有任何疑問，歡迎致電2398 5142與李綺明小姐聯絡。未經同意，不得翻印。作非牟利用途及在翻印本上適當地註明資料出自本通訊者除外。