

# 中 小 企 脈 搏



工業貿易署  
Trade and Industry Department

第二十一期 二零一三年五月



## 建 口 牌 拓 內 銷

挑戰與機遇



發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的  
專項基金



《基本法》成功落實 香港經濟持續繁榮

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>



# 建品牌 拓內銷

## 挑戰與機遇

有人說，做廠的成本要愈低愈好，做品牌則愈平愈無人買。品牌的核心價值是甚麼？就是要有品德、品質和品味，如同商標的印記，令人可以即時聯想到、成為產品的代名詞。在SUCCESS早前舉辦的兩場研討會上，兩位從事不同行業的老闆，以各自不同的內銷實戰經驗，剖析當中的技巧與竅門，值得中小企業借鏡。

近年，歐美經濟疲弱，加上受到歐債危機的打擊，從事出口的港商都叫苦連天；另一邊廂，中國內地幅員廣闊，消費水平又高，「港貨」慢慢成為內需市場炙手可熱的新亮點。此消彼長之下，建立品牌、拓展內銷可以說是港商今時今日的「最佳出路」。

## 保健食品品牌：CATALO

當健康受到威脅時，往往是最捨得花錢的時候。2003年在港開設了第一間專門店的美國保健食品品牌CATALO（家得路），在沙士的陰霾下，以天然、有機、健康打造品牌理念，成功闖出一片新天地。

集團執行董事及總裁陳家偉，用了「TRADES」這個字解讀北上拓展市場的經驗：T代表TARGET（目標市場）、R代表RESEARCH（市場調查）、A代表ANALYSIS（自我分析）、D代表DISTRIBUTION（銷售渠道）、E代表ESSENTIAL POLICY（政策制定），以及S代表STRATEGIC MARKETING（推廣策略）。集團自2010年在上海世博展館設立專櫃開始，至今在內地已有10間專門店及專櫃。

他進一步解釋，由於發展內地市場的成本高，所以要先訂立明確的目標市場，以預留充足的資金與人力團隊，清楚劃分目標消費群，確立品牌的形象定位。家得路的目標顧客是20歲以上的白領階級、關注健康的中老年人，以及有孩子的家庭，並集中在一、二線城市裡銷售。

第二、要進行準確的市場調查。他認為可透過當地的調研公司或參與當地的消費展，與多個城市的消費者建立初步的溝通。家得路便曾經在廣州、杭州、西安、重慶、瀋陽、成都、福州等10多個城市做展銷，其後發現武漢等偏遠城市對保健品的消費力最驚人。

第三、進入內地之初，先要做好自我品牌的強弱項、機會及威脅的分析，發掘品牌的最大價值及找出產品的優勝之處、善加利用。「當我們認識到家得路初期的弱項是缺乏知名度、價格較高、銷售點少、產品入手續繁多、供貨及銷售受限制等，便著手逐一採取針對性的措施去解決。」

第四、內地銷售管道更多更廣，但亦更複雜，收費也可能更混亂。所以要選擇信譽良好、基礎穩固及相同營商理念的合作夥伴。例如家得路便選擇了專營嬰兒產品的超市合作，以專櫃形式銷售，反應良好。其後，再與幾家大型百貨公司合作。

第五、了解內地的法規政策與商務環境，例如各省市的勞動法與稅務法等，以減低風險及不必要的成本或支出。「保健食品進入內地，要付30%進口稅；增值稅17%及其他雜項，共要多付約50%稅款。」



家得路的品牌形象定位明確，目標顧客是20歲以上的白領階級、關注健康的中老年人，以及有孩子的家庭。



家得路以天然、有機、健康打造品牌理念，成功闖出一片新天地。



自2010年在上海世博展館設立專櫃開始，家得路至今在內地已有10間專門店及專櫃。圖為家得路位於中環的專門店。

最後，投資內地要站穩陣腳，必須清楚計算可承受的回本期，因為內地廣告費用龐大，而且地廣人多，難以全面覆蓋及成本高昂。因此，家得路會選擇與商場合作做專櫃推廣；精選媒體和時段，以高端品牌登陸內地做賣點；再加上展銷會、淘寶商城及微博粉絲有獎轉發等策略，去接觸目標顧客及開拓市場。



## 泳裝、旅行服飾品牌：Z P E C I A L



建文製衣廠由山寨廠發展至全港最大的OEM泳衣製造及出口商。陳國威是公司第二代掌舵人。

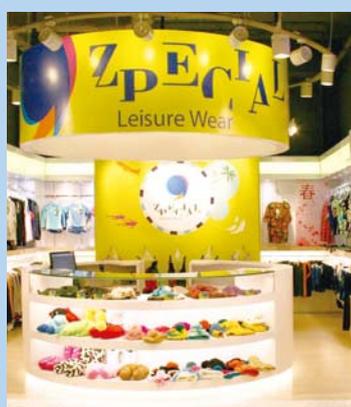
建文製衣廠成立於1959年，由山寨廠發展至全港最大的OEM泳衣製造及出口商。第二代掌舵人陳國威，也是最近幾年才開始發展OBM生意，打造ZPECIAL這個泳衣及旅行服飾品牌。坦言自己為「廠佬」出身，在建立品牌與拓展內銷市場的過程裡，難免會「燒傷手指」。「曾經在一線城市以加盟店模式經營，蝕去3千萬港元，最後還是決定在二線城市起步。」

結果，陳國威決定選擇深圳作為起步點，從新出發。他認為深圳一來交通方便，與香港連繫較為緊密，可即日往返，經營成本及管理都較容易；二來根據統計資料，深圳的人均月消費額為5,280元，僅次於上海的5,350元，位列內地十大城市第二位，而且深圳的商場舖位租金，每平方米約700元人民幣，40平米月租約2.8萬元，比上海的4萬元為低。

不過，他認為一開始也不一定要開專門店，可先與當地的服裝門市、百貨專櫃的模式探路，學習做零售的訣竅。根據他的自身經驗，商場商店首年投資額(包括租金、員工薪金、雜項、押金，未計貨本)約60萬元；商場專櫃的約45萬元；而街舖則為42萬元。

陳國威強調與當地零售店合作很重要，一方面可了解內地的消費習慣，又可以吸取別人的管理、物流、團隊及服務經驗。「根據我的經驗，\$1的產品要賣到\$4才可生存。」他說，現在正計劃用自己的品牌名稱在港開設旗艦店，並希望以加盟店模式在內地開設5間分店，兩年後以倍數增加，如此類推。「我認為一個香港品牌在港也沒有總店的話，客人的信心會大打折扣，但在內地要快速開店，以加盟店模式運作可能是最好的方法。」另外，又自設品牌網頁，並主攻淘寶商城的香港設計廊，藉以擴展銷售渠道。

談到建立品牌的過程，陳國威表示品牌的理念是從平凡生活中顯得不平凡，所以刻意將SPECIAL的S倒轉，成為ZPECIAL，字體方面，又捨棄傳統改為活潑跳脫的「少女體」，品牌雖以泳衣為主打，但泳衣的銷售始終受季節因素限制，故此也發展至休閒服、配件用品、旅遊相關服飾，希望可以擴闊市場空間。



公司近年開始打造ZPECIAL這個主要經營泳衣及旅行服飾的自家品牌。



品牌雖以泳衣為主打，但泳衣的銷售始終受季節因素限制，故此也有旅遊相關服飾，藉此擴闊市場空間。

### 品牌專家建言

- **鄺保英博士：初建品牌勿胡亂「燒銀紙」**  
賣廣告，應以穩固及拓展各分銷渠道為先，再建立企業標識、商標註冊和品牌管理系統，若品牌要面向內地拓展，需要用「當地人」的思維去調整針對不同市場的策略。
- **吳秋全：**  
內地人對香港品牌的仰慕，正如70年代港人崇尚日本品牌一樣，只要我們堅持品牌的核心價值，便可打造出具代表性的香港品牌。

讀者如欲重溫有關研討會的精彩內容，可到工貿署大樓閣樓參考圖書室查看有關影像光碟。



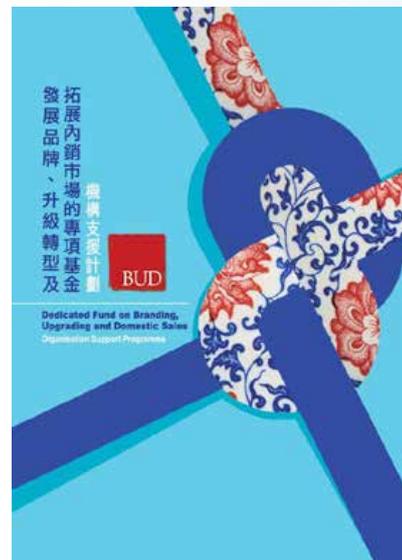
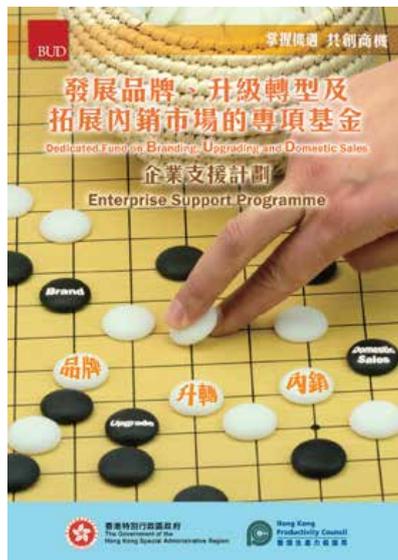
發展品牌、升級轉型及  
拓展內銷市場的專項基金  
Dedicated Fund on Branding,  
Upgrading and Domestic Sales

# 發展品牌、升級轉型及 拓展內銷市場的專項基金

為協助香港企業把握國家「十二五」規劃帶來的機遇，香港特別行政區政府於2012年6月底推出了總值十億元的「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」（「專項基金」），向香港企業及非分配利潤組織提供資助，協助企業透過發展品牌、升級轉型或拓展內銷市場，提升企業的競爭力和促進他們在內地的業務發展。

專項基金設有兩項計劃：

- (i) 「企業支援計劃」：向個別企業提供資助，由香港生產力促進局擔任秘書處，協助推行計劃；及
- (ii) 「機構支援計劃」：向非分配利潤組織提供資助，由工業貿易署負責推行。



## 企業支援計劃

### 申請資格

所有按照《商業登記條例》（第310章）在香港登記，並在香港有實質業務運作的非上市企業，均符合資格申請資助。

### 計劃內容

「企業支援計劃」資助按對等原則提供，即政府最多資助個別項目總核准開支的50%，而企業須以現金形式承擔不少於該項目總核准開支的50%。在「專項基金」的申請期內，每家企業最多可獲資助三個核准項目。每家企業在「專項基金」下的累積資助上限為五十萬元。每個項目最長為期兩年。

企業申請資助時，須連同申請表格提交一份全盤業務發展計劃，描述建議措施可如何提升該企業的競爭力及促進其在內地的業務發展。企業亦可申請資助，委聘合資格的顧問制定上述的全盤業務發展計劃。

「企業支援計劃」全年接受申請。分批申請的截止日期於「企業支援計劃」網頁公布。

### 審批程序

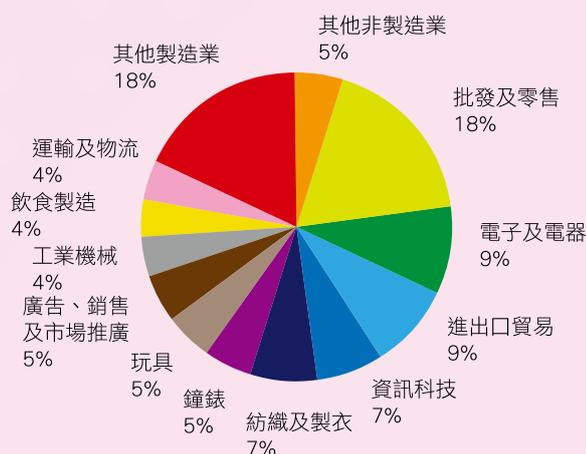
所有申請會交由計劃管理委員會審批。該委員會由商務及經濟發展局工商及旅遊科常任秘書長擔任主席，成員包括來自工商界以及在發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場方面具有專業知識或經驗的人士。

在計劃管理委員會審批之前，所有申請會先由一個由不同政府部門(包括商務及經濟發展局、創意香港辦公室、環境保護署、政府新聞處、創新科技署和工業貿易署)代表組成的跨部門小組審閱。作為「企業支援計劃」的秘書處，香港生產力促進局會負責接受申請，並作初步評核，供跨部門小組及計劃管理委員會審批有關申請時作參考。

所有接獲的申請會分批呈交計劃管理委員會會議上審閱。計劃管理委員會一般每三個月召開會議。申請企業將會在計劃管理委員會作出決定後獲秘書處通知申請結果。

## 申請概況

業界對「企業支援計劃」反應非常踴躍。自「專項基金」推出以來，「企業支援計劃」共收到了四批共666宗申請。截至今年3月底已獲批核的申請共56宗，涉及的總資助額為2,224萬元，平均每宗申請的資助額約為40萬元。受惠的申請行業分布如下：



此外，另共有75宗申請獲有條件批核，有關申請涉及的資助額有待確定。

## 查詢

有關「企業支援計劃」的查詢，可與秘書處聯絡：

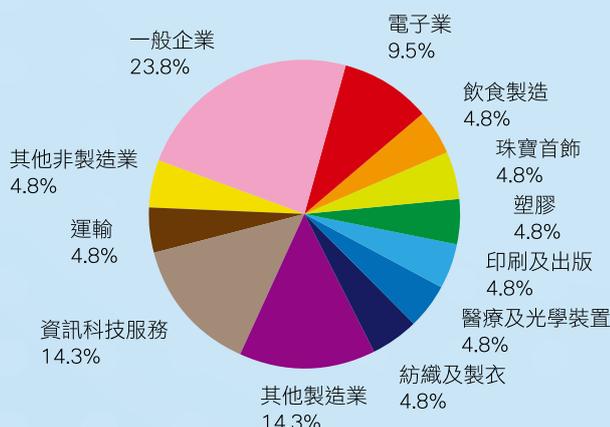
地址：九龍塘達之路78號生產力大樓三樓  
「BUD專項基金：企業支援計劃」秘書處  
電話：2788 6088  
傳真：2788 6196  
電郵：bud\_sec@hkpc.org  
網頁：www.bud.hkpc.org

## 機構支援計劃

由工業貿易署負責執行的「機構支援計劃」，向非分配利潤組織提供資助推行較大型及年期較長的项目。项目形式包括研討會、工作坊、會議、展覽會、調查研究、科技應用的示範計劃、數據庫、支援設施及服務中心等。每項獲批项目最多可獲基金資助500萬元或核准项目開支的90%，兩者以金額較低者為準。项目最長為期3年。

## 申請概況

「機構支援計劃」全年接受申請。業界對基金反應非常踴躍。自基金推出至2013年3月底，機構支援計劃共收到72份申請，其中21宗申請獲批，涉及的總資助額約為7,450萬元，平均資助額約為350萬元，受惠於的行業分布如下：



獲資助项目的資料已上載到計劃網頁：<http://www.bud.tid.gov.hk/>

## 申請資格

「機構支援計劃」接受任何非分配利潤組織提出申請，以協助香港整體或個別行業提升在內地市場的整體競爭力。非分配利潤組織是指不派發紅利予其董事、股東、僱員或任何其他人士的組織。

## 查詢

有關「機構支援計劃」的查詢，請聯絡我們 -

地址：九龍彌敦道700號工業貿易署大樓6樓  
「BUD專項基金（機構支援計劃）」秘書處  
電話：2398 5128  
傳真：2391 7375  
電郵：bud\_enquiry@tid.gov.hk

# 推動中小企業發展品牌的活動

## 品牌發展及推廣宣傳短片

要建立一個成功的品牌，企業必須了解消費者的需要，將產品融入消費者的日常生活中，為消費者提供稱心的服務。

為了讓本地中小企業更了解建立品牌的重要性和掌握有關品牌的概念，我們製作了一輯宣傳短片，從消費者的角度出發，希望能深入淺出地介紹品牌的概念。短片內輯錄了本地著名品牌奇華餅家第三代掌舵人黃錫祥先生的專訪，通過講述品牌再造的經歷，帶出建立品牌需長期與消費者建立聯繫的重要性。短片尾段亦向觀眾介紹了工業貿易署的各項相關支援措施。

宣傳短片已上載到工業貿易署的品牌發展推廣網站，有興趣人士可鍵入下列網址瀏覽：[http://www.branding.tid.gov.hk/tc\\_chi/resource/reference/branding\\_video.html](http://www.branding.tid.gov.hk/tc_chi/resource/reference/branding_video.html)



## 「善用香港創意·齊創內銷商機」高峰論壇



一年一度由工業貿易署與香港貿易發展局合辦的品牌高峰論壇於二零一二年十二月六日（星期四）舉行。論壇的主題為「善用香港創意·齊創內銷商機」，邀請到奇華餅家有限公司執行董事黃嘉傑先生及住好D有限公司創辦人及營運總監劉玉德先生擔任主題演講嘉賓，講述經營品牌的創意策略及進軍內地市場的成功竅門。多位互動媒體專家，包括Gravitas Limited行政總裁朱偉傑先生、觸動傳媒市場及客戶服務副總裁李令小姐及親子王國營運總監薛嘉龍先生，亦於專題研討會部分與中小企業分享利用社交及流動媒體推廣品牌的有效方法。不少參加者都把握機會，向演講嘉賓提問及交流品牌經營心得。



## 「創意與品牌」- 品牌發展及推廣工作坊

為協助中小企業建立具創新意念及個人風格的創意品牌，工業貿易署在二零一二年十月十日舉辦了一個名為「創意與品牌」的工作坊，由黃安設計有限公司創辦人黃安先生擔任主講嘉賓，講述打造創意品牌的成功策略。兩位本地設計師，包括尚思環球有限公司創辦人黃卓娜小姐及米柏娜集團有限公司創辦人羅穎婷小姐，也分享了她們經營創意品牌時的苦與樂。工作坊的反應非常熱烈，參加者積極發問，並與嘉賓們進行了熱烈的討論。



# 中小企業「營商友導」計劃 誌慶酒會

工業貿易署於2013年1月10日舉行2011/12中小企業「營商友導」計劃誌慶酒會，慶祝計劃順利完成。工業貿易署署長麥靖宇於酒會上頒發感謝狀予協辦機構代表，並對各協辦機構、導師的熱忱及承擔，及其他支持計劃的機構和人士，表達衷心謝意。他亦勉勵學員在完成計劃後延續與導師「亦師亦友」的良好關係。酒會有超過150位協辦機構代表、導師、學員及SUCCESS友好出席，氣氛熱鬧。

2011/12中小企業「營商友導」計劃獲得65所工商組織、專業團體和學術機構支持，為參加計劃的中小企業東主配對業界翹楚及專家學者為導師，讓學員向導師請教營商技巧。在酒會當晚的分享環節中，學員代表感謝導師們在「友導期」無私及無償地付出時間和心血，幫助他們打好基礎，擴闊視野和人脈網絡，讓他們更有信心面對挑戰和困難。導師代表亦與在場人士分享他們教學相長所得到的樂趣和啟發。

中小企業「營商友導」計劃自2000年推出以來，已舉辦了七屆，歷屆參與計劃的導師超過500人，受惠的中小企業學員更接近1,100人。有興趣的中小企業東主，可透過以下方式留下聯絡資料，以便SUCCESS在新一屆計劃推出時作出通知。

電話：2398 5133

電郵：success@tid.gov.hk

網址：www.success.tid.gov.hk/tid/tcchi/mentorship/mentorship.jsp



工業貿易署署長麥靖宇在誌慶酒會上致辭。



導師和學員代表暢談參加中小企業「營商友導」計劃的經驗和感受。



麥靖宇署長帶領協辦機構代表及導師祝酒。



# 善用支援計劃 有效提升競爭力

工業貿易署（工貿署）和香港按揭證券有限公司（按揭證券公司）分別透過推行「中小企業信貸保證計劃」和「中小企融資擔保計劃」，協助中小企業融資，以應付業務需要。工貿署亦同時透過「中小企業市場推廣基金」鼓勵中小企業積極參與拓展出口市場的推廣活動，以提升競爭力。

## → 「中小企業信貸保證計劃」

工貿署透過「中小企業信貸保證計劃」，以提供信貸擔保的形式，協助中小企業向參與計劃的貸款機構取得貸款。每家中小企業可獲得的信貸保證額為獲批貸款額的50%，最高為600萬元（相應的貸款金額為1,200萬元），保證期最長可達五年。有關貸款可用作購置營運設備和器材或作一般營運資金用途。所有申請必須透過參與計劃的貸款機構提交。現時共有36家貸款機構在計劃下向客戶提供貸款服務，為中小企業提供不同的選擇。詳情可瀏覽工貿署的「中小企業資助計劃」網頁([www.smefund.tid.gov.hk](http://www.smefund.tid.gov.hk))。

截至2013年4月底，「中小企業信貸保證計劃」已批出約26,700宗申請，涉及貸款總額超過413億元。受惠企業超過14,600家，協助穩住約134,100個職位。

## → 「中小企融資擔保計劃」

按揭證券公司透過「中小企融資擔保計劃」為中小企提供信貸擔保，幫助企業取得資金作營運或購置營運設備之用。每家企業集團的最高貸款額為1,200萬元，當中包括有期及循環信貸，擔保期最長為五年。

按揭證券公司在政府的支持下，於2012年5月31日，以特惠的擔保費水平，透過「中小企融資擔保計劃」推出「特別優惠措施」。政府就優惠措施提供1,000億港元信貸保證承擔額。截至2013年4月底，共收到7,254宗申請，涉及的總貸款額約322億港元。其中已批出了6,593宗申請，總擔保額約230億港元，惠及超過4,731家來自不同行業的企業，涉及的總員工數目超過12萬人。

為協助本地的中小企業面對籌集資金的困難，財政司司長於2013-14年度的《<財政預算案>>中公布延長「特別優惠措施」的申請期一年至2014年2月底。再者，為回應業界的訴求，倘若企業及其「關連公司」在「特別優惠措施」下提交申請，按揭證券公司在考慮兩者的總貸款額是否已超出1,200萬元上限時，會酌情考慮兩者的業務性質，決定是否可獨立考慮。詳情可向參與計劃的貸款機構查詢，或瀏覽按揭證券公司的網頁([www.hkmc.com.hk/sfsgs](http://www.hkmc.com.hk/sfsgs))。

## → 「中小企業市場推廣基金」

此外，工貿署亦透過「中小企業市場推廣基金」，鼓勵中小企業積極參與拓展出口市場的推廣活動。基金的資助項目包括參與以出口市場為目標的展覽會和考察團，以及在貿易刊物或合資格的貿易網站刊登廣告。

為鼓勵企業積極開拓新市場、新商機，財政司司長於2013-14年度的《<財政預算案>>中建議調整「中小企業市場推廣基金」就每家中小企業提供的累計資助上限，在符合額外條件下，由15萬元提升至20萬元，幫助中小企業參與出口市場推廣活動。有關的建議待立法會相關委員會審批及通過後將落實執行。工貿署會在適當時候公佈有關措施的詳情，並在本署的「中小企業資助計劃」網頁([www.smefund.tid.gov.hk](http://www.smefund.tid.gov.hk))發放最新的訊息。

「中小企業市場推廣基金」一直廣受中小企業歡迎，截至2013年4月底，「中小企業市場推廣基金」已批出超過159,400宗申請，涉及的資助額約23.8億元，受惠企業超過37,700家，受惠企業僱用約264,000人。

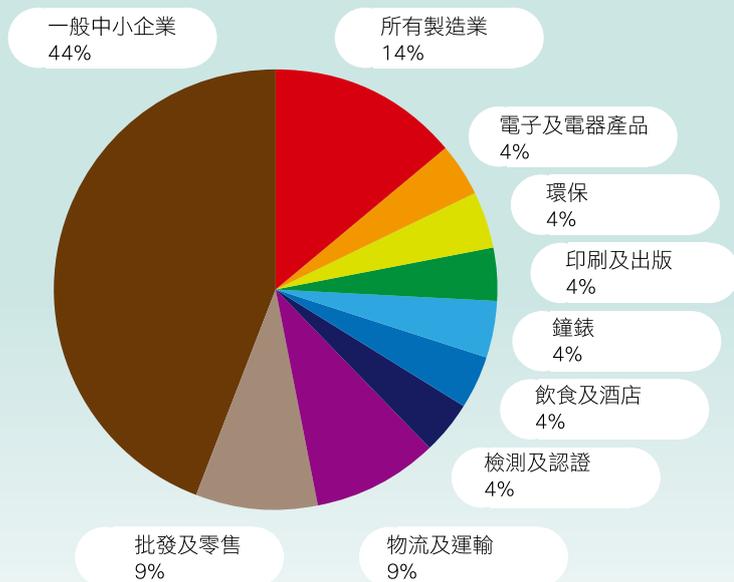


# 中小企業發展支援基金

「中小企業發展支援基金」（簡稱“基金”）透過資助非分配利潤的工商組織、專業團體、支援組織和研究機構，推行不同項目，協助提升香港中小企業整體或個別行業的競爭力。項目的形式可包括研討會、工作坊、會議、展覽、調查研究、獎勵計劃、最佳營運守則、資料庫、服務中心、支援設施和科技示範等。每個項目的最高資助額為200萬元或該項目獲批經費的90%，兩者以較低者為準。基金全年均接受申請。截至2013年3月底，基金共批出211個項目，資助金額達2億4,000萬元。

## 申請概況

在2012年，中小企業發展支援基金共收到48宗申請，批出23個項目，資助金額近3,000萬元，平均資助額為122萬元，令不同行業受惠，詳情見下圖：



## 基金項目成果

獲資助的項目及項目成果已上載到工業貿易署網頁 <http://www.smefund.tid.gov.hk>。部分由基金資助出版的刊物現存放於工業貿易署中小企業支援與諮詢中心參考圖書室供公眾人士參閱。



基金的申請表格及指引，可於工業貿易署網頁<http://www.smefund.tid.gov.hk>下載。如欲索取更多資料或有任何疑問，請致電2398 5128或透過電郵（[sdf\\_enquiry@tid.gov.hk](mailto:sdf_enquiry@tid.gov.hk)）與基金秘書處聯絡。

# 《基本法》成功落實 香港經濟持續繁榮

《基本法》及「一國兩制」的落實，確保了香港原有的資本主義制度不變，特區政府依法實行高度自治，不但鞏固了香港國際金融中心地位，亦為香港企業營商和拓展市場，以及加強與內地經濟融合等方面，奠定了堅實的基礎。香港回歸已踏入第十六個年頭，我們藉此機會分別訪問了兩位工商界代表：香港中小型企業委員會主席蔡冠深博士和香港工業總會(工總)主席鍾志平博士，探討一下工商界對《基本法》及香港經貿發展的看法。

## CEPA為製造業及服務業拓展機遇

蔡博士和鍾博士均不約而同地指出，《基本法》及「一國兩制」的落實，對香港的工商業發展極為重要，例如，《基本法》保留了香港作為單獨關稅地區的獨特地位，讓香港可以發揮「一國兩制」的優越性，從CEPA中受惠。根據「一國兩制」的原則，中央政府與特區於2003年簽訂了CEPA，給予香港產品及服務提供者優惠的市場進入機會，為港商開拓了內地13億人口的龐大市場，帶來無限商機。CEPA也讓香港成為內地企業「走出去」的跳板，加速內地與世界經濟接軌，是一個共贏的安排。自2003年以來，兩地繼續不斷豐富和深化CEPA的內容，為香港企業擴展內地市場提供更多機遇。

## 國際金融中心地位更鞏固

另一方面，香港一直是世界級的國際金融中心，回歸後，此地位更是屹立不倒。蔡博士特別提到，「《基本法》賦予香港一個特別的地位，既是中國的一部分，又同時實行自由貿易政策，無形財產和資本的自由流動得到保障，是其他內地城市暫時未能做到的。回歸後，香港在《基本法》的保障下更加得天獨厚，除了傳統優勢外，更獲國家支持成為人民幣離岸結算中心，有助香港發展資產管理和融資兩大產業。」蔡博士認為，內地人來港自由行帶來大量現金，由於現時買樓有限制，他們或會選擇將資金放在銀行，因而流向理財服務，香港可循這方面發展成為資產管理中心。另一方面，香港已是國際金融平台，不少外資或內地企業都來港上市，集資一、二百億元是等閒事，香港應該利用這個平台成為融資中心，為企業籌募資金，吸引全球資金聚焦香港。此外，香港具有良好的企業規管制度，來港上市的公司均受香港完善的法治規管，因而可協助內地企業改進公司管治，以及將其業務走向世界，因此香港亦可發展成為國家的國際金融中心。



蔡博士認為香港有良好的企業規管制度等有利因素，可發展成為國家的國際金融中心。

## 突顯香港國際經貿城市的地位

蔡博士和鍾博士均表示，根據《基本法》第115及116條規定，香港實行自由貿易政策，令香港優良的營商環境得以保持，並且穩步持續發展。

蔡博士指出，「一國兩制」下的《基本法》，使香港能夠處理自己的經濟事務之餘，在國際舞台上又定位清晰，既是中國的一部分，又可以自由貿易，令香港作為經貿城市的形象更鮮明突出，增添企業的營商優勢。就以他自己的新華集團為例，由於香港國際經貿城市的地位受《基本法》保障，在與外商洽談生意時較其他地區企業有優勢，而外商一般都樂意與香港企業合作。「現時美國和歐洲均陷於歐債危機陰霾，中國及亞洲市場頓成新焦點，因此，東盟亦是另一個香港可考慮發展的市場。很多東南亞國家都關注中國市場，香港可作為橋樑，以促進區域經濟合作，締造更多商機。」

## 配合國家「十二五」規劃 加強與內地經濟融合



鍾博士指出，配合國家「十二五」規劃，工總積極協助業界拓展內地市場。

在「一國兩制」的方針下，於2011年3月公布的國家「十二五」規劃，港澳部分單獨成章，詳述香港在國家發展戰略中的重要功能定位，亦為香港的長遠發展提供了強大的動力。鍾博士舉珠三角為例說，香港與珠三角經濟區建立了多年的優勢互補合作基礎，工業生產大部份在珠三角進行，金融和商貿服務則由香港提供，兩地互補優勢，發揮所長，令整個區域成為對內地、國外極具競爭力的地區。

「隨著內地市場逐步開放，香港廠家對就近的珠三角市場有較深的了解，可早佔先機，利用珠三角作為開拓全國市場的跳板，外銷內銷兩線並行。」他指出，現時內地的科技人才，不少集中於珠三角。「單是深圳已有多家電腦配件生產商、軟件公司，著名學府在深圳設立科研產業中心。香港的國際市場聯繫，配合創業板和金融業的集資優勢，將可推進兩地更多高增值的經濟活動。」

鍾博士作為工總主席一直積極協助業界拓展內地市場，並與內地政府保持緊密溝通，例如工總去年拜會了廣東省省長朱小丹，亦舉辦了重慶香港購物節，協助會員開拓內銷，成功向當地消費者推廣香港品牌。此外，工總於2004年3月成立珠三角工業協會，推動大珠三角的區域經濟發展、工貿合作，以及為在珠三角投資設廠的港商提供服務和支援，例如向會員發放內地政策和法規的最新資訊，幫助會員應對因廣東省推動工業結構升級和轉型的政策所帶來的挑戰等。

## 《基本法》保障 安心拓展業務

鍾博士更以自己創辦的公司「創科實業」為例，引證企業在《基本法》保障下，獲得不少發展機遇。「創科充分利用香港作為國際金融中心的優勢，先是上市籌集資金，然後對有潛力的世界品牌進行收購，並擴大生產業務，得以在國際市場佔較大份額。在《基本法》保障下，香港有獨立司法權和終審權。因此，創科名下的知識產權，包括商標、專利和產品設計等都得到充分的保護。公司也安心在香港進行大量的產品研發和設計工作。」他又指出，在「一國兩制」下，香港的生活方式和制度跟回歸前沒大改變，更有利公司吸納人才，加上香港資訊和言論自由，有利人才發揮創意，才令公司的產品不斷推陳出新，迎合消費者的需要。

## 結語

總括而言，蔡博士和鍾博士兩位工商界代表均認為，「一國兩制」下的《基本法》對香港的經貿發展發揮了十分正面的作用，使香港可以繼續穩定繁榮，持續發展。展望未來，他們希望香港能夠在「一國兩制」及《基本法》的框架下，繼續擴大和深化與內地的經貿合作，創出一片新天地。

# 小型貸款計劃 助您實現夢想

由香港政府全資擁有的香港按揭證券有限公司（按揭證券公司）於2012年6月推出小型貸款計劃，為難以從傳統銀行渠道借取貸款的人士，提供「小型創業貸款」、「自僱營商貸款」及「自我提升貸款」，協助他們創業、經營自僱事業，或透過培訓或考取專業資格以達到自我提升。

三類貸款的最高貸款金額分別是30萬、20萬及10萬港元，還款期最長達五年，並設有最多12個月延期還本期，大大減輕借款人貸款初期的還款壓力。小型貸款計劃除了會為借款人提供貸款外，亦會按「小型創業貸款」和「自僱營商貸款」借款人的需要，為他們提供創業營商支援服務，包括安排營商導師與借款人分享經驗，並就他們的創業營商方案給予意見，協助借款人有效地解決創業和日常業務運作時所遇到的困難。

小型貸款計劃集合按揭證券公司、銀行和非政府機構三大團隊的專業力量，讓借款人獲得更全面的創業營商支援。參與計劃的包括交通銀行香港分行、永隆銀行、東亞銀行、中銀香港、南洋商業銀行和花旗銀行，以及香港善導會、香港青年協會、香港基督教青年會、香港基督教女青年會和香港聖公會麥理浩夫人中心。

小型貸款計劃推出近一年以來反應良好，截至2013年4月，已經收到逾100宗申請，並已批出67宗貸款申請，當中涉及許多不同行業，例如幼兒教育、零食銷售、智能電話應用程式（Apps）開發和物流等等。在非政府機構和營商導師的協助下，部分創業人士已經順利開展業務，成功實現夢想！

小型貸款計劃的申請人必須年滿18歲或以上，申請時並沒有破產或涉及任何破產程序；申請「小型創業貸款」和「自僱營商貸款」的人士亦必須提交創業營商方案及接受評審小組的面試。如欲了解更多詳情，可致電小型貸款計劃熱線2536 0707或瀏覽www.hkmc.com.hk。



## 成功個案一： 保險專才轉行賣高級美食

貸款類別：小型創業貸款

貸款金額：30萬元

跟進機構：香港基督教女青年會

個案：借款人從事保險業多年，但是一直希望試試做老闆的滋味。眼見香港近年對高級食品的需求越來越大，他決定申請小型貸款計劃，並且成功取得30萬元貸款，在長沙灣開設高級食品專賣店，兼營網上銷售，專攻中產市場，成功當上老闆！

## 成功個案二： 八十後青年開畫室培育小畫家

貸款類別：小型創業貸款

貸款金額：20萬元

跟進機構：香港基督教青年會

個案：借款人是位年輕的平面設計師，一直很希望與更多人，尤其是小朋友，分享畫畫的樂趣。他申請小型貸款計劃，成功取得20萬港元貸款，並且不時與跟進機構的社工商討其創業方案，終於在柴灣開設畫室教授小朋友繪畫，實現抱負！

