

中 小 企 脈 搏



工業貿易署
Trade and Industry Department

第三期 二零零四年二月



專題解碼
外判物流 :: 第12頁

CEPA與各行業
的商機 :: 第7頁



內地與香港關於建立
更緊密經貿關係的安排

Mainland and Hong Kong
Closer Economic Partnership Arrangement
(CEPA)

創意增值
從商品設計及品牌建立做起 :: 第5頁



眼鏡零售店出招搶灘

:: 第3頁



傢俬天后曹婉兒 :: 第2頁



直銷函件推廣 DIRECT Mail

中小企的宣傳好幫手

世界十大首富 Dell Computer 戴爾電腦公司主席兼創辦人 Michael Dell 的成功秘訣之一，是善於運用直效行銷 (Direct Marketing) 的神奇力量，年紀輕輕便已開始創業，並成功建立世界知名之龐大企業。

在現今經濟條件下，市場推廣更趨科學化，更注重回報效益，更需要準確預算。所以，低風險、高效益的直效行銷推廣方式已成為市場策略的重要一環！一般規模比較大的公司很多時候都會雇用一些廣告公司或顧問公司為他們策劃及管理全套推廣計劃，而直銷函件 (Direct Mail, DM) 在整個計劃中所佔的比例也相當重。例如，各大銀行，除了電視、報章廣告外，也投放大量的資源在 DM。很多時候，銀行會根據你的需要而向你推廣某些服務。銀行為與你建立良好的關係，往往可能是最早以 DM 向你說「生日快樂」。DM 與其他宣傳推廣方式的最大分別，是它可以幫助你認識個別顧客，從而更深入了解他們的需要及興趣。這樣你便可以透過更個人化、更一針見血及更具說服力的銷售方法，達到最理想的銷售目的。

其實 DM 不只是適合大企業使用。由於 DM 的投資往往比其他宣傳媒體較低，中小企尤其適合使用 DM 拓展業務。例如一些美容院，他們會細心處理他們的現有及舊客戶資料。當有新優惠或新服務推出時，他們便會以 DM 方式向客戶推介服務。由於美容院與現有客戶及舊客戶已建立了良好的關係，以 DM 推銷能達到高效益的回報。還有，他們可以透過一些 DM 經紀，租用名址庫資料，例如用性別、收入、職業等去尋找目標客戶，然後寄上 DM 為產品進行推廣。香港郵政為方便中小企了解及使用 DM，特別製作了一個網站 (www.hongkongpost.com/dm) 幫助他們使用 DM 拓展業務。透過簡易及循序漸進的介紹，中小企會對 DM 有更多認識。

「香港郵政通函郵寄服務」

中小企亦可以考慮使用「香港郵政通函郵寄服務」推廣業務。「通函郵寄」是香港郵政專為各大小商戶提供的一項毋須地址資料的郵寄服務，為商戶把宣傳郵品派遞到指定目標地區的信箱內，包括全港商業地址及所有設有信箱的住宅樓宇，將信息傳遞給香港每個角落的客戶。

使用服務的方法非常簡單，不用購買客戶地址，郵費比信件低 20% 至 50% 而效益又高。



*香港郵政更設有通函印製服務，詳情請致電 2921 2277 查詢。



傢俬天后 曹婉兒

“赤手空拳創天下”



辦公室傢俬生意是一門較冷門及複雜的生意，一般商人都未必願意在這行業投放資源。不過歐美集團的董事總經理曹婉兒女士卻對這個行頭充滿興趣，並且將之發揚光大，在十餘年間，帶領歐美衝出香港，成為亞太區數一數二的辦公室傢俬供應商，客戶包括微軟、滙豐、和黃、美林、迪士尼和羅兵咸永道等跨國企業。曹婉兒的營商佳績更為她贏取了不少榮譽，包括2003年的香港傑出青年工業家獎、美國商會2003年「具影響力的女性」之「年度傑出女青」獎及城市青年商會鷹星創意創業大獎等。

創業艱苦

在風光的背面其實卻隱藏著一段崎嶇的創業路。曹婉兒自90年代初期從海外學成歸來後，即與哥哥合作投身商界並向父母借了五萬元為經營資金，她說：「當時我和哥哥都很喜歡聽音樂，又發覺很難在香港找到合適的音響架，於是便幹起音響架生意來。」兩兄妹分工合作，曹婉兒主外，負責市場銷售，哥哥則主內，打理位於深圳的廠房。

雖然兩兄妹充滿熱誠，不過始終是新公司，而所生產的音響架也未打出名堂，於是兩兄妹便「馬死落地行」，於各大小商場內擺設攤檔，向逛街的市民推銷其產品。

打進連鎖店

礙於零售點不足，局限了歐美的發展，曹婉兒亦深明這個道理，於是她便想辦法與兩間大型電器連鎖店合作，希望她的產品可以在店內出售。她在爭取與第一間電器連鎖店的合作時，首先調查該店的採購程序及採購經理的背景，然後把產品的資料寄給他。她先用電話與採購經理跟進，但其進攻策略則是無論得到什麼回覆，她都會單刀直入地要求親自上門講解。結果，皇天不負有心人，花了半年時間，曹婉兒最終都能與該電器連鎖店合作，寄賣歐美的產品，大大的擴

展了其產品的銷售網。

至於打入另一間電器連鎖店，套用曹婉兒的說話，就是較「人性化」，她回憶說：「該店負責人接見我們時，看了產品的照片後，便說單靠照片，不能作準，於是我便立即動身前往位於沙田的貨倉取辦，半小時內便返回該店。可能對方見我很有誠意，便答應寄賣我們的產品。」

成功爭取寄賣只是第一步，能否售出貨品才是關鍵。當曹婉兒與售貨員聊天時，得悉原來自己的音響架佣金太低，而跟進「工夫」卻很多，售貨員根本缺乏動力向客人推介；於是曹婉兒立即對症下藥，自願降低價格以增加售貨員的佣金，結果銷情突飛猛進。

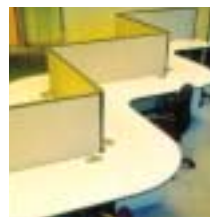
轉營傢俬

當時音響架的毛利相當理想，不過曹婉兒卻不甘心於一盤細小的生意上，她說：「做了兩年多，其實都有一點成績，不過感到發展空間有限，於是便希望做其他生意。當時的考慮是在現有的基礎上提升公司的生意額，於是便萌起經營辦公室傢俬生意來。」這門是「一條龍」的生意，由設計、生產和安裝均一手包辦。

曹婉兒強調，對這門生意來說，口碑和服務質素最為重要，所以他們的產品，很多時就算過了保養期，他們仍會繼續為客人提

供服務。此外，為保證其產品在海外仍能維持良好質素，他們會對代理商進行嚴格挑選，曹婉兒說：「代理商所說的任何一句說話也代表了我們公司，影響我們的形象，故我們挑選海外代理商時會特別慎重，有些地區花了足足兩年的時間，仍未找到合適的代理商。」

此外，曹婉兒亦認同良好溝通的重要性。這不單指與客戶方面的溝通，公司內部的溝通亦很重要。她認為必須使員工明瞭公司的目標，他們才可確切地執行對公司有利的�工作。對此她為公司建立了完善的電腦系統，加強管理之餘，亦增進上下溝通的效率。此外，她也率領不同級別的員工共同製作了一份內部通訊，讓同事們知道公司的最新狀況。



踏出香港

轉型後不久，歐美獲得一大型公用事業機構的委託承辦其全幢辦公大樓的合約，生意額大增亦漸上軌道。其後歐美的口碑傳開了，不少跨國公司都找上門。而歐美亦發覺這些跨國公司分店網絡龐大，各地的分公司不時會搬遷，於是便集中火力專攻這些跨國大客。

展望未來，歐美看好祖國前景，「在亞洲區中，中國的國民生產總值增長迅速，且不少香港公司都於內地增設分公司，故此拓展內地市場是大有可為的。」事實上，歐美計劃在內地大展拳腳，將現時的四個代理商，於2004年底前增加至約15個，最終目標是躍升為全亞洲同類型公司中最強的一間。



走在鬧市的街頭，各式各樣的眼鏡產品撲面而來；眼鏡店若要突圍而出，非有過人的本領不可。

A-Look、尊貴視力和視域眼科保健中心就憑著本身獨特的經營方式，在激烈的競爭中脫穎而出。



A-Look採取開放式設計及劃一訂價的銷售方法。

開放式陳列 任君選擇

A-Look於2001年才開始第一間門市，短短兩年就擴充至9間，所倚仗的是一股創新精神。「有別於傳統眼鏡店只將眼鏡陳列在玻璃櫃內的做法，我們採取開放式設計，客人可以親自觸摸眼鏡，隨意試戴。」董事郭君暉自豪地說。

此外，A-Look的眼鏡採取劃一訂價的銷售方法，亦是致勝之處，「太陽鏡連100%防紫外光的鏡片售128元，膠架連鏡售268元，金屬架連鏡售338元。」郭君暉如數家珍地指出旗下貨品的分類。不過，這種創新的訂價方式原來是源自日本的，「日本的情況與香港十分相似，同樣面對內部通縮的問題，當地的年青人同樣貪靚，故此我們便做效日本，以劃一價錢促銷。」

掌握潮流 款式推陳出新

做零售行業最重要掌握潮流，才能吸引善變的消費者，A-Look在這方面很成功，「因為我們從事來料加工生意多年，不少歐美品牌都是由我們生產，所以我們十分緊貼眼鏡的潮流。」現時A-Look每月自行推出超過一百種眼鏡款式，為消費者創造驚喜。

由於A-Look從生產至零售一手包辦，所以利潤較豐厚，超過60%，較一般純粹做零售的行家高出十個百分點。

另闢戰線 攻高檔市場

雖然A-Look已經做得不錯，不過郭君暉並不滿足於大眾化市場，故剛於銅鑼灣增設一間格局與傳統的A-Look截然不同的新分店，新店的名稱是A-Look Deluxe Eyewear，顧名思義，新店走高檔路線，售賣Gucci、Burberry等名牌眼鏡。

新店雖然開張不久，郭君暉已經密鑼緊鼓準備在未來一年增設三至五間同類型分店，「我們對2004年的前景充滿信心，相信自由行可以帶旺這類高檔眼鏡的生意。」

眼鏡零售店招數概覽

| 零售店名稱 | 市場策略 |
|----------|--|
| A-Look | <ul style="list-style-type: none"> 開放式陳列，任君選擇。 劃一售價，薄利多銷。 |
| 尊貴視力 | <ul style="list-style-type: none"> 親自採購，款式獨特。 包薪制度，員工客觀持平。 |
| 視域眼科保健中心 | <ul style="list-style-type: none"> 主動出擊，吸納新客。 待客至誠，專業驗眼。 |



尊貴視力以獨特款式及品牌作號召。

獨有品牌 人無我有

尊貴視力早於八年前便進軍高檔市場，平均每副眼鏡售價達2,000元，較一般連鎖店高出好幾倍，其賣點是以獨特款式及品牌作號召。「我們自1997年便引入日本泰八郎，翌年再引入眼鏡品牌999.9，

樓上舖頭 專業驗眼

視域眼科保健中心的經營策略是以售賣專業知識來爭取客人的信賴及推介。視域東主施政恩談及他的經營信念時說：「我們並非經營一盤生意，亦沒有出售時款眼鏡，我們是提供專業的個人眼部護理服務。」

視域於1997年開業，當時適逢香港經濟走下坡，不過施政恩仍然堅持下去，主要因為他希望學以致用，將在大學學習到的知識實踐出來。他說：「當時的衝擊很大，生存空間很窄。」

創業路途荊棘滿途，為了開拓客源，他不時到學校舉行健康講座，又會與不同的團體聯繫。「這種做法猶如『插秧』，待秧成熟後便結出穀，然後這些穀又介紹新客給我們，不過這個過程卻十分緩慢。」

市場競爭激烈 眼鏡零售店出招搶灘

這些品牌款式很獨特，消費者都樂於購買。」店舖主任吳志明說。

為了保持新鮮感，尊貴視力每年四次派出富經驗的員工前往英國、法國和意大利等地採購，又每次入貨數量都很少，每個款式最多只入數隻，以塑造稀有感覺，無怪乎連形象百變的歌星都喜歡前來光顧；據悉，謝霆鋒最鍾情泰八郎眼鏡，陳奕迅則喜愛英國Chrome Hearts。吳志明更稱，容祖兒曾說尊貴視力是她的「必滿點」。

店內有一半的眼鏡屬獨家款式，有別於一般連鎖店。吳志明分析：「連鎖店走薄利多銷的路線，由於入貨量大，所以有時就算潮流過去了，仍然會出售過時的款式，尊貴視力就絕對沒有這個問題。」

包薪制度 員工客觀持平

除了款式外，尊貴視力獨特的員工薪酬方案，亦有助提高服務質素，「在其他連鎖店內，有時客人的選擇不一定對他最為適合，不過員工為了要開單，便依從客人的要求，這樣做反而對客人不利。」

為了保持專業服務及公司的長線發展，尊貴視力實行「員工包薪制」，減低員工開單的壓力，「無論客人是否即時光顧，我們的員工都樂於解答客戶的問題。在向客人推介眼鏡時都以專業知識去給客人分析，以協助他們作出抉擇。我們的宗旨是令客人開心，是否做成一宗生意並不是我們最關心的地方。」

此外，該店落足本錢，早年花費15萬元購買一部特別的儀器，量度兩個眼球的距離，以取代傳統以尺量度距離的方式，全港罕有。展望未來，尊貴視力仍然會秉承原有的風格，不會為求擴大市場佔有率而隨便擴充，「我們不要擴大市場，我們並不是以量取勝，而是以質取勝。」



視域為客戶提供專業眼部護理服務。

靠口碑 舊客介紹新客

視域雖然位於旺角中心，但甚少生客，新客來源差不多全靠舊客介紹。施政恩說：「我們甚少walk-in客，六年來的生存模式，都是倚靠熟客介紹。我們所倚靠的是提供專業意見和與客人保持良好關係，否則客人不會主動走上19樓。」

視域以提供細心的服務取勝，單單是驗度數和眼角膜便長達一小時，若再加上眼底檢查，時間更長至兩小時。此外，成人新客需要檢查達一小時，較普遍街舖長四倍時間。施政恩認為：「街舖人流較為雜亂，甚麼客人也有，在街舖工作不容易集中精神，心情會比較煩躁，而19樓則寧靜得多，可以專心診斷。」

不過，這類樓上舖的弱點是市場觸覺稍欠，「街舖是賣產品，我們是賣服務和專業知識，所以對市場觸角不會投放太多資源。」現時在視域配一副眼鏡，連鏡框和鏡片，只需300至400元，收費與街舖相若。

三間眼鏡零售店的市場策略各有所長，不過同樣能夠在激烈競爭中屹立不倒，正好體現香港零售市場的多元性。



創意增值 從商品設計及品牌建立做起

在這競爭激烈的商業社會中，要提升優勢，優質的商品設計及品牌建立是成功的不二法門。工業貿易署中小企業支援與諮詢中心早前舉辦了「創意增值」三部曲研討會，在首部曲「從設計做起」及二部曲「耳目一新」研討會中，講者們分享了他們在商品設計及品牌建立方面的經驗和心得。

商品設計

Design-Innovation (HK) Ltd 高級設計師黃錦輝認為，在設計商品之先，有三個不可或缺的條件：一、公司或設計師要熟悉市場；二、意念要有獨特性；三、該意念能轉化成可生產的商品。

而商品的設計除了合理性的分析外，亦可加入感性的元素，使它內剛外柔，既美觀又實用。以熨斗為例，設計時除了要做足人體功學的研究外，更要顧及其外觀，而黃錦輝則在此加入感性的元素，以深海為題，將它們設計得好像海星、海豚般，吸引顧客，刺激銷路。

除此之外，還要不時站在用家的立場，搜集不同用家的文化及背景的资料，設計出最適合他們的產品。

包裝及形象設計

香港設計總會秘書長劉小康分析，許多「老字號」的企業或許會認為「只要口碑好，生意自然來」，公司形象自然建立，無需刻意包裝及設計。沒錯，口碑源於實力，故口碑好，某程度上是其實力的最佳印證。可是，在這資訊「大爆炸的年代」，口碑存在地域、階層及時間的限制。

以屈臣氏蒸餾水為例，其市務總監鮑婉晴解釋，雖然她公司產品已佔市場領導地位，但仍然不斷創新求變，目的是要緊貼顧客的要求和獲得他們的「忠心」(Brand loyalty)。在最新膠樽裝的設計上，加入了「生活態度」的原素，令產品更具時代感，結果銷量明顯上升，顧客群擴大，與及公司形象再上一層樓。

與設計師合作

設計意念不一定來自公司內部的設計師，權智有限公司(快譯通)高級經理梁漢雄解釋說，他們只聘請了兩位設計師，當需要發展

新產品時，便與其他設計公司合作。他認為這樣可避免「塘水滾塘魚」的情況，利用外來的力量，刺激出新的意念。

為方便企業物色所需的設計師及協助設計界從業員尋覓客戶，香港設計中心提供一個資訊平台讓他們可以交流和找尋商機。香港設計中心總幹事周志波表示，中心鼓勵和協助中小企業利用設計為產品增值，並致力培育下一代設計人才，以及向外宣揚本港的工業設計水平。



香港設計中心提供企業和設計師一個資訊和交流平台。

何謂品牌？

俗語說「人靠衣裝，佛靠金裝」，至於工商企業，品牌包裝當然是成功的重要因素。簡潔而言，品牌除了代表產品、服務及形象的商標外，它也是一種概念、一套思維、一項訊息、一門藝術及一種感覺。怎樣將產品或服務於三言兩語、電光火石間推銷給普羅大眾呢？一個成功的品牌建立可謂是其箇中竅門。據資料顯示，現時全球最成功的品牌市值高達五百億美元，而因此衍生的商業活動及收益更不計其數。所以，建立了一個成功的品牌不但可提高公司的知名度，增加銷量，更可帶領市場，造就社會新文化。

建立品牌

建立品牌時，首先要了解自己的長處及短處，取長補短；然後要着實發掘自己與別人不同的地方，於適當的時機加點心思及創意，使自己更加獨一無異。

The-red-room 總經理譚麗轉說：「要進一



步改善品牌，跳出框框，先見之明亦十分重要。在消費者還未察覺自己的需要時洞悉先機，往往可以反客為主，作為帶領消費潮流的先鋒，甚至可改變人們的生活習慣。成功例子有Sony walkman，它在消費者還未想到可一邊走路，一邊聽音樂時，發明「隨身聽」，引發潮流，改變人類生活習慣，由建立品牌商標到現今成為字典中的常用字，可謂是過去到未來的橋樑，領導人類新文化。由此可見，品牌建立不但可以改善業務，還可對後世有著深遠的影響。」

重建品牌

為配合新產品的推出或公司的新方向，很多公司也會對現有品牌進行重建。譚麗轉認為重建品牌可讓公司或產品給予客戶新的身份、新的感覺，強化與客戶的關係。但重建品牌時亦需在新與舊的身份當中取得平衡，將好的元素保留，去除不理想因素。此外亦須注意以下事項：

一、軟件及硬件的配合

由於整體性對於品牌建立十分重要，所以硬件及軟件的配合亦十分重要。以往的例子及經驗告訴我們，無論廣告宣傳、店舖裝修、員工制服、禮品包裝等硬件改善得如何美輪美奐，若員工服務態度、公司文化、公共關係沒有改善的話，整個品牌重建除了事倍功半外，成功機會亦會相對減低。

二、徹底溝通

縱使品牌建立的構思及意念是多麼出類拔萃，假若實行時有偏差，如硬件不配合，執行錯誤等，都會導致計劃失敗，前功盡廢。所以與員工的良好溝通不只是「通知」，而是真真正正的達成共識，用同一方向向同一目標前進。

三、不要破壞地位

譚麗轉強調：「一個成功的品牌建立要花上幾年的時間，可是破壞品牌則非常容易。」現今市場競爭激烈，各商家為爭生意，無所不用其技，各施各法，可是同時亦往往因競爭的手法與品牌形象背道而馳，弄出一些破壞品牌的「致命劑」。短線而言，這些競爭手法無可否認對「救市」有幫助，但長線來看還是得不償失，因小失大。

保護品牌

七海化工(集團)有限公司客戶服務、門市產品及培訓部經理倪德安表示，品牌是如斯重要，但又如此易碎，只有懂得好好保護品牌，避免給別人抄襲才是長勝之道。佑威國際控股有限公司常務行政總裁徐志強表示，他們已在香港及內地註冊商標，保護品牌，有效地助其公司

開展業務。知識產權署總知識產權審查主任黃志榮指出要防止別人抄襲，註冊商標是最有效而最具法律約束力的依據。他提醒企業要未雨綢繆，當準備進駐世界各地市場時，最好預先於當地註冊商標，以免投機人士為抄襲商標而搶先註冊。

另外，七海和佑威都不約而同利用創新科技，即獨特的海綿製造技術和納米環保的成衣處理技術，來防止模仿者。他們不斷研發新技術，提升產品質素，令其他人更難以倣效，加強品牌的形象。

總結

有人或許會問：「究竟是商品設計成就品牌，或是品牌造就商品？」其實答案很簡單——兩者是相輔相成的。只有具實力的商品才能建立成功的品牌，亦只有成功的品牌才能推使商品發展更上一層樓。正所謂牡丹雖好，但亦要有綠葉扶持，品牌與商品設計是一個不可分割的個體，兩者互相輝映，缺一不可。

本文由

香港大學商學院三年級學生
林娟協助整理

「創意增值」首部曲：從設計做起之講者為：

香港設計總會秘書長劉小康先生
香港設計中心總幹事周志波先生
Design-Innovation (HK) Ltd 高級設計師黃錦輝先生
屈臣氏蒸餾水市務總監鮑婉晴小姐
權智有限公司高級經理——業務發展梁漢雄先生

「創意增值」二部曲：耳目一新之講者為：

The-red-room 總經理譚麗轉小姐
知識產權署總知識產權審查主任黃志榮先生
佑威國際控股有限公司常務行政總裁徐志強先生
七海化工(集團)有限公司客戶服務、門市產品及培訓部經理倪德安先生

讀者如欲重溫以上兩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 與香港各行業的商機

導言

香港與內地為加強兩地之間的經貿聯繫，繼去年6月29日簽署了《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)的主體內容後，9月29日更進一步簽署了6份實施細節的附件。有關承諾由2004年1月1日開始實施，屆時內地將對香港進一步開放市場，所涉範圍較其入世承諾更大，較小型的香港公司亦可受惠。

《安排》實施後，約有九成出口往內地的港產貨值可享有零關稅；同時，內地亦向香港開放18個服務行業。更重要的是，香港居民將可在內地展開業務和工作，把握長期發展機會。

貨物貿易機會

由2004年1月1日起，374類原產香港的產品可免關稅輸往內地，再加上中國的入世承諾，約有九成出口往內地的港產貨值可享零關稅，港商每年可節省的稅款估計達7.5億港元（根據政府統計處2001年香港本地出口往內地數字計算）。此外，香港生產商亦可為其他在香港製造的產品提出免稅申請，內地將不遲於2006年1月對這些產品實行零關稅。

《安排》中有關貨物貿易的協議，最立竿見影裨益是生產成本得以節省，從而提高銷往內地的香港本產消費品的價格競爭力，其中以時裝、珠寶及高檔手錶等行業受惠較大。

零關稅協議的較長遠影響之一，是有助吸引更多高增值生產活動在香港進行，以及推動港商發展針對內地新興中產消費者的香港製造品牌產品。

香港可憑藉重視保護知識產權、擁有自由的貿易投資環境、產品設計能迎合世界潮流等優勢，發展知識產權價值高的行業，進軍內地市場。

對於出自設計師手筆的服裝和配飾等高檔產品，以及採用專有技術的行業來說，由於知識產權投入在整體成本結構中所佔的份額遠遠大於勞動力及其他投入，因此在香港進行生產可能仍然化算。鑒於知識產權價值高的行業以知識為本，規模不大，所以在香港創造職位（特別是非技術職位）的效果也不會太大。

服務貿易機會

《安排》的市場准入條款涵蓋18個服務行業，包括：管理諮詢、會議展覽、廣告、會計、建築房地產及相關專業服務、醫療及牙醫、分銷、物流、貨代服務、倉儲、運輸、旅遊、視聽服務、法律、銀行、證券、保險及增值電訊服務。

雖然放寬措施因應個別行業而有所不同，但內地考慮到香港的獨特條件，以致《安排》的範圍超越其入世議定書的承諾，對香港公司開展展覽業即屬其中一例。

除展覽業外，香港視聽服務業的獨特優勢亦受到重視並得以受惠。根據《安排》，在香港製作的華語影片可不受配額限制在內地發行，而對香港與內地合拍電影的規定也有所放寬。

《安排》的框架特為協助香港較小型的本土及外資公司而設。中國入世議定書所設的服務市場准入門檻，對大部分香港服務業的公司來說都屬過高，而《安排》則為香港公司降低這些門檻，讓它們可更容易地進入內地服務業市場。降低香港銀行在內地擴展業務的門檻以及允許香港律師事務所與內地律師事務所聯營，都是促進香港服務提供者內地在內地經營的重大措施。

除了香港產品和香港公司外，本港的專業人員和居民同樣受惠於《安排》。舉例來說，香港證券業和保險業的專業人員可依據相關程序在內地申請從業資格；香港永久居民中的中國公民可參加內地統一司法考試；香港永久居民中的中國公民亦正式獲准在廣東從事零售活動。這種種措施，均意味著今後將會有更多香港人在內地發掘就業和商貿機會。

對香港的整體影響

《安排》主要為香港產品、公司（特別是中型公司）、專業人員及居民締造一個更容易進入內地市場的環境。

《安排》對服務業的影響將較製造業為大。在中國內地，服務業只佔內部生產總值的34%，無疑約制了整體經濟發展。至於在香港，服務業相當發達，佔本地經濟87%，相信在《安排》下，香港服務業對內地的現代化發展將可作出更多貢獻。雖然《安排》對香港的工業就業情況只會產生溫和的即時效益，但隨著今後港人在內地服務業有更多就業機會，為香港就業率帶來的整體影響或會相當明顯。





CEPA 指南

申請《安排》下的原產地證書

簽證機構

內地自2004年1月1日起對在《安排》下納入先期降稅的香港產品，實施零關稅優惠。業內人士可向工業貿易署或其中一個政府認可簽發來源證機構*申請原產地證書作為內地進口商在《安排》下申請零關稅的證明文件。

簽發條件

(i) 原產地規則

香港出口往內地及在《安排》下申請零關稅的貨物，必須符合《安排》附件2表1「享受貨物貿易優惠措施的香港貨物原產地標準表」的原產地規則，並由香港直接運輸往內地。

(ii) 工廠登記

申請原產地證書的製造商必須於工業貿易署備有有效工廠登記。

(iii) 貨物標籤要求

如果商號在《安排》下出口的貨物符合《安排》的原產地規則，而商號亦選擇在貨物上附上來源標記，則必須使用「香港製造」的標記。

(iv) 有關引用產品開發支出的原產地證書申請的附加規定

除以上的原產地證書簽發條件外，商號若為使用「從價百分比」作為原產地規則的貨品申請原產地證書，而「從價百分比」內包括產品開發支出，則必須遵守附加條件，有關規定已詳列於工業貿易署在2003年11月14日發出的通告。

有關申請原產地證書及《安排》下原產地規則的詳情，請與工業貿易署來源證科聯絡(電話：3403 6432/2398 5525；電郵：cepaco@tid.gov.hk)。

要求貨品納入後期降稅

由2004年1月1日起，香港的生產商可向工業貿易署提出在《安排》下要求內地對個別香港原產貨物實行零關稅。生產商須填寫表格，提供貨物名稱和生產能力或預計生產情況的資料和數據。工業貿易署及香港海關將對申請生產商提供的資料和數據進行核查和認定，按照現有生產貨物和擬生產貨物分別匯總。

每年6月1日前，工業貿易署會將匯總的申請資料提交內地。兩地有關部門會進行討論，並在當年8月1日前共同核定和確認貨物清單，及於當年10月1日前完成有關貨物的原產地標準的磋商。

雙方達成一致意見後，現有生產的產品，會在其後一年的1月1日獲零關稅優惠。而擬在港生產的產品，可於產品投產後隨後一年的1月1日獲零關稅優惠。

生產商欲在2004年度提出要求內地對香港原產貨物實行零關稅，請填寫有關表格，於2004年1月1日至3月31日期間遞交工業貿易署。查詢請致電工業貿易署內地科(一)(電話：2398 5676 / 2398 5757；電郵：ma_registry@tid.gov.hk)。

申請《香港服務提供者證明書》

「香港服務提供者」定義

《安排》附件5列明香港服務提供者的定義和相關規定：

- 「法人」- 根據香港特別行政區適用法律適當組建或設立之任何法律實體，並在香港從事實質性商業經營三至五年。
- 「自然人」- 香港永久性居民

申請香港服務提供者證明書的程序

以法人形式提供服務的香港服務提供者，如擬向內地有關審核機關申請在內地以《安排》附件4的優惠待遇提供相關服務，必須先向香港特別行政區工業貿易署申請香港服務提供者證明書。有關申請須具備：

- 填寫妥當的申請表；
- 由中國委託公證人(即在香港註冊執業並獲中華人民共和國司法部認可的香港律師)核證的法定聲明；
- 相關文件以證明申請者：

(i) 已根據適用的香港法例註冊或登記設立。就此，申請者應按需要提供：

- 有效公司註冊證明書[包括公司更改名稱註冊證書(如適用)]的核證副本；以及
- 有效商業登記證和商業登記冊內資料摘錄的核證副本

(ii) 在香港從事實質性商業經營。其判斷標準包括業務性質和範圍、經營年期、利得稅、業務場所規模和僱用員工。須遞交的證明文件包括：

- 公司年報核證副本；
- 經審核財務報表正本；
- 利得稅報稅表及由香港特別行政區稅務局(稅務局)簽發的評稅及繳納稅款通知書的核證副本。在虧損的情況下，申請者應提供利得稅報稅表、稅務局發出的評定虧損通知書或通知其暫時無須遞交週年利得稅報稅表的函件的核證副本；
- 經由指定專業人士就申請者在香港從事實質性商業經營而僱用的員工比例所簽發的書面報告，並夾附申請者的僱主填報的薪酬及退休金報稅表的核證副本；
- 經由指定專業人士就申請者在香港擁有或租用的業務場所所簽發的書面報告，並夾附有關物業的電腦土地登記冊或有效租約的核證副本；及
- 其他適用於個別服務行業的文件核證副本，如按香港法例規定的經營牌照或許可證。

如對申請香港服務提供者證明書的程序或細則有任何疑問，請與工業貿易署香港服務提供者核證組聯絡(電話：3403 6428；電郵：hkss@tid.gov.hk)。

在香港服務提供者為自然人的情況下，在向內地有關審核機關申請《安排》附件4的優惠待遇前，毋須申請香港服務提供者證明書。但根據《安排》附件5的規定，上述的香港服務提供者應提供香港永久性居民的身份證明，其中屬於中國公民的還應提供港澳居民來往內地通行證(回鄉證)或香港特別行政區護照。自然人身份證明的複印件應經中國委託公證人核證。

《安排》的全文、374種零關稅貨品的稅目、「香港服務提供者」定義、申請原產地證書及香港服務提供者證明書的程序等詳細資料，請瀏覽以下網址：
http://www.tid.gov.hk/tc_chi/cepa

* 政府認可簽發來源證機構包括：香港總商會、香港工業總會、香港中華廠商聯合會、香港中華總商會及香港印度商會。



2003 香港工業獎

香港工業獎於1989年創辦，主要為表揚和鼓勵在不同工業表現中成就傑出的公司，以及向業界推廣成功的管理方法及策略。

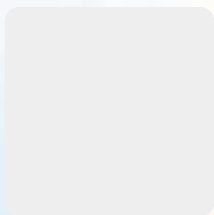
本港公司十分踴躍參與2003香港工業獎，參賽公司來自各行各業，包括電子、玩具、五金、食品製造、健康用品、公用事業、建造業及通訊用品等，反映本地企業精益求精的精神。

2003香港工業獎共有74家企業獲獎，頒獎典禮已於2003年10月27日舉行，並由行政長官頒獎，以下是七個獎項類別大獎得主的簡介。

消費產品設計大獎

十易筆中文輸入法1.0 版 (傑思科技有限公司)

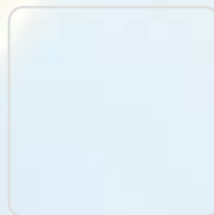
十易筆中文輸入法，是針對中文輸入的種種難題而研發的，其最大特點是把所有中文字依筆劃順序歸類為「撇、直、折」三大類，用零至九數鍵輸入，無需學習，亦沒有任何記碼等痛苦艱澀的使用規限。速度快捷，一分鐘可達數十字，無需附加硬件，適用於任何電子器材如電腦、個人電腦手帳、手提電話、電器用品等。



機器及設備設計大獎

中文數碼保安管理系統 (艾發特有限公司)

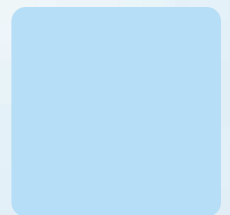
這是一套閉路電視、警報、門禁三合一結合的多種語言圖像顯示保安系統，兼容微軟視窗最新版本。產品能連接大廈管理系統及防火警報系統，操控員可從圖面上點選任何攝像機作實時監控。系統通過讀卡機、電鎖、門磁等硬件設備，實現時段、時區、授權人士的監控，更可結合其他安防器材連接成一大型安防報警系統，補充現有的整合困難。



生產力大獎及環保成就大獎

福田科技有限公司

福田科技成立於1963年，主要業務為設計、製造、推廣及分銷高質素秤重器材和健康產品，並以具成本效益的垂直製造系統，為客戶提供由設計至製成產品的綜合方案。公司堅持在管理上廣徵意見，訂立短期和長期目標，定期檢討及調整，透過工作改善圈(QCC)和改善(Kaizen)等活動，使產品和服務素質持續改進及創新。公司的管理層多年來全力提倡環境保育及保護，並獲取ISO14001環境系統認證。



品質大獎

金柏科技有限公司

金柏科技成立於1997年6月，是一間以香港為基地的半導體集成電路封裝材料（軟質基材）生產商。金柏以「從開始到以後均做到正確、準時和不容錯誤」為品質政策，並秉承持續改善的宗旨，在香港特別行政區政府創新及科技基金的支持下，與本地和海外大學一直保持緊密合作，不斷在軟質基材的技術上尋求突破，例如引進內嵌式被動元件，使競爭力更上一層樓。



出口市場推廣大獎

飛達帽業控股有限公司

飛達帽業專門從事休閒帽類的设计、生產及分銷。公司成立於1986年，為不少聞名遐邇的品牌設計帽品。現時年產棒球帽、漁夫帽、針織帽、隱帽、禮帽、頭圍及太陽帽超過2500萬頂，款式逾5000種；客戶包括世界著名品牌如華納兄弟，體壇頂級名字如 NBA、MLB、NHL、曼聯足球隊、Nike、Reebok、Timberland、Ellesse 及 Titleist 等。



科技成就大獎

晶門科技有限公司

晶門科技是一家具領導地位的半導體公司，專門從事研發及生產高品質的半導體產品，包括 IC 設計、高壓晶片流程發展、系統應用、新 IC 封裝設計、IC 測試發展、品質及供應鏈管理，以及產品銷售和市場策劃。在 OLED（有機發光二極管顯示）控制驅動器的技術方面，晶門科技取得了卓越的成就，帶領流動電話的顯示屏進入新紀元，能顯示更高的解像度和提供自發色光的視像。



2003 香港服務業獎

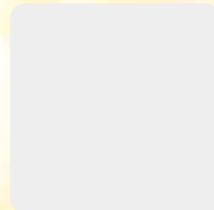
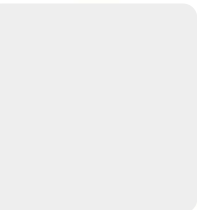
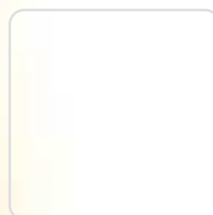
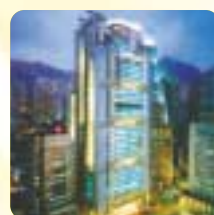
香港服務業獎設立於1997年，旨在表揚香港機構在提高本港服務業競爭力方面的貢獻。

2003香港服務業獎共有175間公司參賽，數目為歷屆之冠。當中有22間公司獲獎。頒獎典禮已於2004年1月5日舉行，並由財政司司長頒獎，以下是五個獎項類別大獎得主的簡介。

創意大獎

香港中華煤氣有限公司

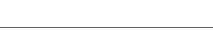
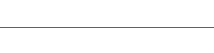
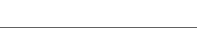
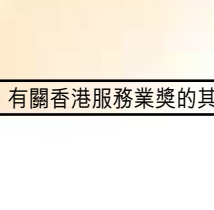
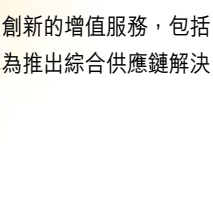
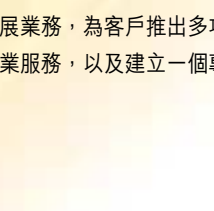
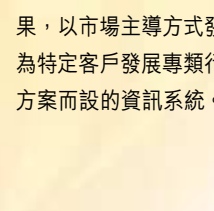
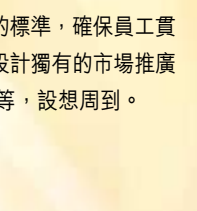
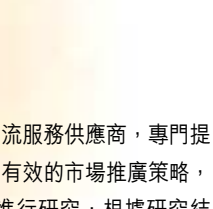
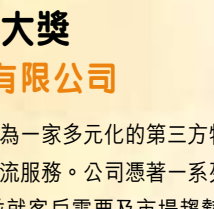
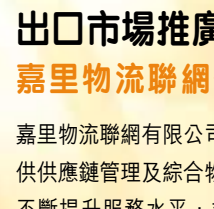
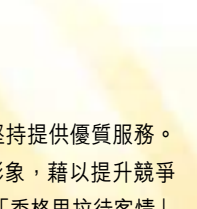
為滿足客戶不斷改變的喜好和新一代消費者的需要，香港中華煤氣有限公司首創公用事業機構全新的零售商店概念「名氣廊」，集消閒購物與客戶服務於一身，提供現代優質生活的體驗。「名氣廊」除提供全面的客戶服務外，還從世界各地引入各種獨特而質素優良的生活精品和烹飪書籍，以及售賣煤氣公司旗下的廚房和浴室爐具。店內更設有互動咖啡座，讓客人享受明火煮食的樂趣。



旅遊服務大獎

九龍香格里拉大酒店

九龍香格里拉大酒店自1981年開幕以來，一直堅持提供優質服務。在「沙士」其間，酒店毅然投放資源重新包裝形象，藉以提升競爭力，轉危為機，再次超越客人的期望。其獨創的「香格里拉待客情」顧客服務培訓計劃，為酒店服務建立了一個優質的標準，確保員工貫徹執行殷勤好客之道。酒店亦為不同類型的客人設計獨有的市場推廣計劃，如行政人員住房計劃、女性旅客住房計劃等，設想周到。



優質顧客服務大獎

滙豐

滙豐在2002年開始採用客戶關係管理系統，利用銀行的中央資料庫提供「話題」讓同事與顧客傾談，並提供合適的建議。此系統並能主動向有關同事發出提示，例如在交易過程中提示客戶的生日。它令人和科技更有效地結合，了解客戶的需要，使客戶能在不同的渠道，均享受到高質素的增值服務。

出口市場推廣大獎

嘉里物流聯網有限公司

嘉里物流聯網有限公司為一家多元化的第三方物流服務供應商，專門提供供應鏈管理及綜合物流服務。公司憑著一系列有效的市場推廣策略，不斷提升服務水平，並就客戶需要及市場趨勢進行研究，根據研究結果，以市場主導方式發展業務，為客戶推出多項創新的增值服務，包括為特定客戶發展專類行業服務，以及建立一個專為推出綜合供應鏈解決方案而設的資訊系統。

有關香港服務業獎的其他資料，請瀏覽網頁www.hkservicesaward.org。



亞太區經濟合作組織中小企業融資諒解備忘錄

為加強亞太區內的金融機構就中小企業融資方面的溝通、交流和合作，各成員體的金融機構代表於2003年9月5日於泰國曼谷簽訂了一份合作諒解備忘錄，同意在多方面加強合作，包括中小企財務安排、知識交流、人力資源發展、資訊科技應用、及跨境商業聯繫等。香港上海滙豐銀行、中國銀行以及渣打銀行都願意參與該合作計劃並簽署了諒解備忘錄。



「廠出驕陽」電視特輯

為宣揚製造業對香港經濟發展的重要貢獻，香港工業專業評審局得到「中小企業發展支援基金」的資助，委託了香港電台電視部拍攝了八集以「廠出驕陽」為名的特輯，客觀及全面地介紹香港製造業的優勢、前景及挑戰。

這套電視特輯旨在介紹香港製造業的現況，改變市民認為本港工業已隨著生產工序北移而式微的錯誤觀念，使大眾明白到，北移內地的公司只是把勞工密集的生產線轉移，香港仍然是整個生產以及供應鏈的根本基地。香港製造業不但沒有倒退，反而發展得更為蓬勃，玩具、鐘錶、珠寶等行業表現出眾，在世界上佔有重要地位。該特輯亦令廣大市民對香港工業有更深的認識，希望藉此吸引更多年輕人投身工業。

「廠出驕陽」電視特輯八集的主題如下：

第一集 - 介紹香港製造業的發展史及主要成份，探討香港工業北移後，對本地社會及僱員發展的影響。

第二至七集 - 每集介紹一至兩個主要工業如玩具、電子、鐘錶、電器、機械、製衣、珠寶等，內容包括其規模、技術水平、僱用員工及發展情況等。

第八集 - 介紹現時有關培養工業人才的支援，並探討年青一代如何在珠三角的香港製造業尋找機遇。

這輯電視節目已於2003年8月在無線電視翡翠台及有線電視新聞一台播出，但有興趣人士仍可於香港電台的網頁(<http://www.rthk.org.hk>)或到工業貿易署中小企業支援與諮詢中心重溫此特輯。



「商用IT話咁易」—— 免費資訊科技查詢及諮詢服務



由工商及科技局、資訊科技署及香港電腦學會攜手合作，為中小型企業提供免費資訊科技查詢及面談諮詢的「商用IT話咁易」服務，已於2003年7月推出。這項服務旨在協助企業透過應用資訊科技提升運作效率及生產力，對於沒有專設IT部門支援的企業來說，這絕對是一個好消息。

當應用資訊科技系統遇到問題時，可於星期一至星期五(公眾假期除外)早上九時半至下午五時半致電「商用IT話咁易」查詢熱線2111 3328。亦可將問題傳真至2587 8366或電郵至 business@iteasylink.org.hk。

如欲與顧問會面，就初次計劃應用資訊科技或於應用初期遇上的困難徵詢專業意見，可申請IT面談諮詢服務。請致電2111 3331或到以下網址瀏覽詳情及下載申請表<http://www.iteasylink.org.hk/business/cindex.htm>。

中小企財帳管理大獎

「中小企財帳管理大獎」由ACCA(特許公認會計師公會)香港分會主辦，並獲香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，現正接受報名及提名。該獎項計劃旨在提高中小企對會計財務重要性的意識；令中小企認識財帳管理的最佳做法；表揚那些善用會計系統及財務訊息的中小企；幫助中小企改進財帳管理；及增進中小企對公司管治和商業操守的認知。

「中小企財帳管理大獎」歡迎任何行業的中小企參加，勝出的參賽機構除有機會獲得豐富獎品外(獎品總值超過港幣六十萬元)，更可藉此機會充分掌握會計及財務管理方面的知識。

主辦機構將於頒獎典禮後舉行研討會，藉此讓參賽者認識什麼是最佳的會計及財務管理，以及如何繼續改善在這兩方面的工作。此外，大會將於賽後出版一本「中小企財帳管理大獎」特刊(並設網上瀏覽)，輯錄勝出參賽機構的成功故事，表揚他們在會計及財務管理方面的成就。

參賽資格和程序、評審準則及獎品等資料，可瀏覽ACCA網址<http://www.hongkong.accaglobal.com>，或致電2524 4988查詢。截止報名日期為2004年2月10日。





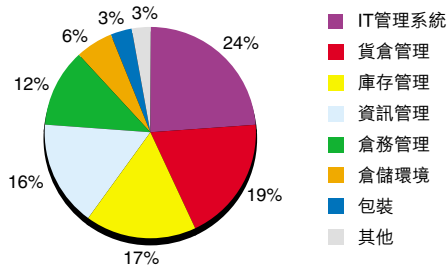
外判物流 節省成本 提高效率

物流管理成趨勢

近年香港政府大力推動物流業發展，希望把香港定位為亞太區的配送中心。但一般中小企業誤以為「物流」就如「飛機大炮、航空母艦」，只有那些跨國巨企才有資格談論供應鏈或物流應用。這種誤解令很多中小企業對應用物流管理的概念，望而卻步，甚少主動尋求物流服務供應商去改善後勤流程。但實際上，若果中小企業能夠掌握物流應用於業務流程，所產生的效益相對於大企業會更形顯著。

後勤運作不善 影響經濟效益

中小企在物流運作上遇到的困難



中小企業礙於人手資金所限，加上IT系統投資限制，缺乏電腦設備及系統性的資訊管理，普遍出現以下的問題：

- (1) 庫存紀錄錯誤，以致錯誤預測貨品需求，最後導致缺貨，或存貨過多而積壓資金；
- (2) 倉儲空間或成本缺乏彈性，未能靈活配合季節性需求；
- (3) 倉儲管理不善而引發的各項儲存問題、壞貨或失貨等；
- (4) 送貨周期長，減低資金流轉度；及
- (5) 煩複的聯絡工作，增加了出錯機會。

改善物流流程 提高營運效率

要徹底改善整個物流流程，中小企業當然可以自行作流程重組，但礙於缺乏供應鏈管理知識，外判於第三方物流服務供應商(3PL)是其中一個最直接且效益較大的方法。

外判物流管理的好處：

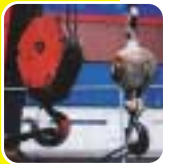
- 無需投放大量的時間及資金，亦可受惠於物流服務商的電子化高效管理；
- 把支援性運作交由專業的物流合作伙伴，效率提高，公司便可騰出資源專注管理及進一步發展核心業務，亦無需擔心業務擴充所帶來的後勤支援能力問題；
- 因物流服務費用按活動計算(如倉儲以每立方米(CBM)每天計算、配送以月費或按活動計算)，整體物流營運成本費用由固定變成浮動，並可下調約30%；
- 存貨量降低並穩定至合理水平，避免缺貨或積壓，提高資金流動能力；
- 送貨周期可縮短至1天。

現今專業的物流服務供應商強調的是與客戶之間相互合作關係而非單向式的純服務供應。良好的服務商一般都十分願意聽取他們服務對象的業務發展計劃，從而構思在後勤支援方面的方案配合及協助以達至互惠互利的雙贏局面。

如何選擇合適的物流服務伙伴

企業在決定是否需要外判時，應先考慮以下問題：

- (1) 外判的主要目的是什麼？後勤工作是否是公司的核心能力範疇？
- (2) 外判為公司帶來什麼得益？
- (3) 外判整個或部份後勤運作？
- (4) 公司內部是否對外判重組所帶來的結構改變作好準備？
- (5) 選擇物流服務商時要注意什麼地方？是否已準備好公司後勤運作的詳細資料？
- (6) 是否清楚成本分析的各項要素？
- (7) 倉儲 / 人力資源 / 設備投資 / 合約各方面的問題和限制是什麼？
- (8) 是否已製作好整套物流流程運作手則 (Standard Operation Procedure) 以供物流商了解你的物流要求？
- (9) 如何處理與物流服務商的合作伙伴關係，以及如何監管他們的服務水平？



在選擇供應商時需注意以下數點：

- 顧客做主導 - 專業的物流服務商應該是在了解客戶的後勤運作後，因應客戶的資源而提供具體的改善方案。
- 可靠 - 物流營運是一種資本密集(Capital Intensive)的行業，該供應商會否因不同原因而突然停止運作？
- 靈活性 - 服務及費用是否符合彈性？能否因應客戶的需要並作出相應的解決方案？
- 專業程度 - 是否有充足的知識處理客戶不同特性的產品？是否有能力降低客戶之庫存量？

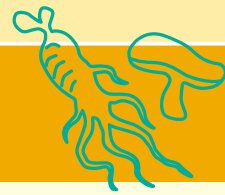
選定物流商後，相方都必須在運作前作好準備。一般而言，正式進入全面外判運作的首3至6個月是一個非常時期，因為在正式執行時往往會遇到一些意料之外的技術性問題。所以在這階段，相方都必須預備充足的時間及耐性作溝通及商議。

客戶亦須給予服務商清晰的服務要求指引，提供相關的服務標準量度單位。服務商亦必須認真考慮客戶的要求是否真的可行，並提出相方共識的建議。在日後的運作上，服務商與客戶間必須保持緊密聯絡，使運作更具效率。

新物流有限公司

Q₁

我想向內地的藥業公司代理或批發中藥和中成藥在本港發售。
在本港入口或批發中藥和中成藥是否需要申請牌照？



A₁

根據《中醫藥條例》，凡經營中藥材零售、中藥材批發、中成藥批發或中成藥製造業務的中藥商，必須領取由衛生署中藥組所發出的牌照，才可經營業務。此外，所有中成藥必須經中藥組註冊，方可進口或在本港製造及銷售。此外，根據《進出口條例》，如果中藥商在進口或出口某些中藥組指明的中藥材及任何中成藥，必須事先申請中成藥進口許可證或出口許可證。中成藥的進或出口許可證申請由衛生署藥劑事務部藥物註冊及出入口管制組處理。有關詳情，請瀏覽香港中醫藥管理委員會網頁<http://www.cmchk.org.hk>或致電2319 8460向衛生署藥物註冊及出入口管制組查詢。

根據《進出口(登記)規例》的規定，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正確及齊備的進口或出口報關表。任何人士如未有遞交所需報關表，均會被罰款。有關詳情，請瀏覽香港海關網頁http://www.info.gov.hk/customs/chi/major_c/declaration_c.html，或致電2852 3048向香港海關查詢。

Q₂

我打算開辦補習社或學校，應從何着手？



A₂

根據《教育條例》，任何一間院校、組織或機構，於任何一天向20人或以上或於任何時間同時向8人或以上提供幼兒、幼稚園、小學、中學、專上教育或以任何方式提供任何其他教育課程，便可被定義為學校(包括補習社)而須要註冊。

欲籌劃辦學，首先應徵詢教育統籌局學校註冊小組的意見，並可參加該組特別為有興趣辦學人士而舉辦的簡介會，然後揀選一個合適的地點開辦學校。為確保所揀選的地點適合作學校用途，應先向規劃署及地政總署查證在該址辦學是否違反《城市規劃條例》或政府批租土地契約的條件。

要註冊學校，應向教育統籌局申請。發出臨時註冊的其中一項先決條件是申請人須提交文件，證明該校的校舍適合作辦學用途。這些文件包括根據《城市規劃條例》及政府批地條件證明有關用地適合作辦學用途的文件，與及屋宇署或房屋署及消防處所發出的安全證明書及通知書。有關詳情，請瀏覽教育統籌局網站<http://www.emb.gov.hk>，或致電2892 6340 / 2892 6341 / 2892 5725 / 2892 6334向教育統籌局學校註冊小組查詢。

Q₃

若開設一間店舖租借漫畫及電影光碟，並提供簡單食品和飲品，需要什麼牌照？



A₃

經營租賃書籍及電影光碟須先向版權持有人取得同意，才可進行此類租賃活動。有關準則詳情，請瀏覽知識產權署網頁<http://www.info.gov.hk/ipd>，或致電2961 6901向知識產權署查詢。

若經營者會在店舖提供或製造飲品和食品，視乎店舖所提供食物的類別，經營者須要向食物環境衛生署申請小食食肆牌照或普通食肆牌照。有關詳情，請瀏覽食物環境衛生署網頁<http://www.fehd.gov.hk/howtoseries/indexc.html>。另外，食物環境衛生署設有食肆牌照資源中心，協助有意申請食肆牌照的人士了解發牌程序，中心地址為九龍深水埗基隆街33號北河街市政大廈4字樓，電話2958 0694。或可致電2868 0000向食肆牌照資源中心或食物環境衛生署查詢。

歡迎投稿

工業貿易署出版《中小企脈搏》的目的是為協助中小企業獲取更多的資訊，並且與中小企業加強溝通。《中小企脈搏》每期印製10,000份，於工業貿易署、各大工商機構、主要圖書館等免費派發。《中小企脈搏》現歡迎讀者投稿，詳情如下：

題目：

- 進軍冷門行業或市場；
- 個人/團體營商經驗；或
- 創業路

字數：1000字以下

截稿日期：2004年4月30日

讀者可以個人或團體名義投稿，有興趣者請將稿件連同聯絡資料，寄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），信封面註明「中小企脈搏投稿」。稿件亦可以傳真(2317 4852)或電郵(khng@tid.gov.hk)方式遞交。若稿件最終被刊登，其作者可獲紀念品一份。

*由於篇幅所限，工業貿易署有權決定是否刊登讀者之稿件與及作出刪改。

歡迎投稿



填字遊戲

The crossword puzzle grid is 15 columns wide and 15 rows high. Clues are provided in the grid cells:

- Row 1, Column 5: 五
- Row 2, Column 3: =
- Row 3, Column 1: 1
- Row 4, Column 6: 三
- Row 5, Column 10: 四
- Row 6, Column 1: 2
- Row 7, Column 3: 3
- Row 8, Column 13: 4
- Row 9, Column 10: 一

Logos and images included in the puzzle area:

- Top left: Logo of the Support and Consultation Centre for SMEs (SCCS).
- Bottom center: Logo for 'HEAD FOR SUCCESS' with a person climbing a mountain.

橫

1. 在「行行有狀元」一文中，歐美集團董事總經理曹婉兒女士取得的其中一個獎項名稱。
2. 若中小企業缺乏供應鏈管理知識，可以考慮外判物流工序予什麼公司？
3. 香港電台電視部製作的特輯，介紹香港製造業的優勢、前景及挑戰。
4. 讓內地進口商在CEPA下申請零關稅，本地廠商須為其產品申請什麼證明文件？

直

- 一、中成藥的進出口許可證申請由衛生署下哪個組別處理？
- 二、香港郵政專為各大小商戶提供的一項毋須地址資料的郵寄服務。
- 三、擬申請在內地提供CEPA中允許的有關服務，須先向工業貿易署申請什麼證明文件？
- 四、商標註冊由那個政府部門負責？
- 五、亞太區經濟合作組織內的金融機構就中小企業融資方面的溝通、交流和合作於2003年9月5日在泰國曼谷簽訂了什麼文件？

姓名：_____ 聯絡電話：_____

電郵：_____

地址：_____

獎品：SUCCESS精美記事簿一本/名片套一個

參加辦法：

填妥答案及以上資料後請寄回或傳真至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）。截止日期為2004年3月31日。如答對者超過二十位，即以先到先得方式決定得獎者，本署將個別通知。

註：工業貿易署員工不能參加。

CEPA 圖書閣

隨著CEPA的簽署及執行，在短短數月間坊間已有不少有關CEPA的資料及刊物。為了方便中小企朋友更容易及快捷地掌握CEPA的信息，工業貿易署的中小企業支援與諮詢中心已在其參考圖書館內設置了一個「CEPA圖書閣」。讀者如要搜羅有關CEPA的資料、分析、評論及其能帶動的商機，「CEPA圖書閣」的收藏相信可以滿足以上所求。以下簡列「CEPA圖書閣」的資料：

- 工業貿易署發放的CEPA通告
- 有關CEPA的剪報
- 香港貿易發展局出版的CEPA刊物，例如CEPA商機 - 以品牌贏取內地市場 - 服裝個案分析、CEPA 中國消費品市場
- 過去研討會的資料，例如工業貿易署舉辦的「把握CEPA機遇•拓展內地市場」研討會、香港貿易發展局舉辦的「中小企商機博覽 2003」(SME CEPA Expo)
- 新城財經台的CEPA商機特輯

除了CEPA的資料外，參考圖書館還收藏了其他營商資料，有興趣人士可於中小企業支援與諮詢中心的開放時間到該中心閱覽。

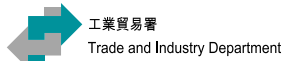
工業貿易署中小企業支援與諮詢中心

地址：九龍彌敦道700號工業貿易署大樓閣樓

開放時間：星期一至五上午9:00至下午6:00；星期六上午9:00至下午1:00



接 通 天 地 線



工業貿易署
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



中小企業支援與諮詢中心(SUCCESS)
電話：2398 5133
傳真：2737 2377
網址：http://www.success.tid.gov.hk

「問問專家」業務諮詢服務
電話：2398 5133
傳真：2737 2377

商業牌照資訊服務
電話：2398 5133
電郵：licenceenq@tid.gov.hk

其他查詢
電話：2398 5133
電郵：smeenq@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

讀者如對本刊物有任何意見，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地註明資料出自本通訊者除外）。

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、原產地證明書及工廠登記
電話：3403 6432/2398 5525
傳真：2787 6048
電郵：cepaco@tid.gov.hk

要求貨品納入後期降稅
電話：2398 5676
傳真：2398 9973
電郵：ma_registry@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