

中小企脈搏



工業貿易署
Trade and Industry Department

第五期

二零零五年四月

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

www.success.tid.gov.hk



營商新項目：

電子遊戲

P.3



P.2 開拓網上購物新紀元



P.5 銷售一點通



P.8 紡織品進出口新安排



設計智優計劃

政府於2004年6月推行一個港幣2億5千萬元的「設計智優計劃」，以支援和推動設計及其相關活動。此計劃包括兩個主要項目：設計支援計劃和一站式服務中心。

設計支援計劃

設計支援計劃下設四個資助計劃，其詳情如下：

計劃名稱	目的	申請資格	資助形式	申請時間
設計業與商界合作計劃	提高中小企對採用設計為其產品或服務增值的興趣和認識。	本地中小型企業如有需要進行與設計有關的項目，可與獨立的本地設計公司或學術機構合作作出申請。申請機構必須為本地設計公司或學術機構。	<ul style="list-style-type: none"> 資助金額為核准項目成本的最多50%或港幣10萬，以較少者為準 申請機構與合作的中小型企业必須至少共同分擔成本的50% 	全年接受申請
一般設計支援計劃	推廣及表揚優質設計的活動，例如會議、研討會、展覽、獎項等。	本地學術機構、產業支援機構、工商機構、專業團體、研究機構和公司。	<ul style="list-style-type: none"> 資助金額最多達核准項目成本的90% 計劃要獲得工商界贊助最少10% 	全年接受申請
專業持續進修計劃	協助開辦專業持續培訓課程，培養學員的設計能力和栽培人才，並令業界重視和認識設計服務。	同上	同上	全年接受申請
設計研究計劃	資助與設計或品牌有關的研究活動，以提供有關平台，讓業界人士能更深入認識如何在主要工商業務流程中更有效地運用設計，並增進他們在這方面的知識。	同上	<ul style="list-style-type: none"> 同上 每次均會訂下特定的研究主題 	預計一年接受兩次申請

一站式服務中心

該中心為設計專業人士、設計公司與業界之間進行高增值設計活動的集中地，激發和鼓勵他們研究和構思創新和實用兼備的概念，並且把這些概念轉化成商品和建立品牌。香港科技园公司和香港設計中心現正攜手將現時位於九龍塘的科技中心，重新規劃成為該一站式服務中心，並預計於2005年中開始運作。

查詢

歡迎各位瀏覽網站www.designsmart.gov.hk以獲得更多有關資料，或向「設計智優計劃」秘書處查詢，地址為香港灣仔皇后大道東213號胡忠大廈20樓創新科技署。

電話：2737 2462

電郵：enquiry@designsmart.gov.hk

環境管理資訊

及ISO 14001環境管理體系支援套件

環境保護署（「環保署」）推出為建造業中小企和電機及電子業中小企而設的環境管理資訊及ISO 14001環境管理體系支援套件，目的是為協助業界採用並實施ISO 14001環境管理體系。

該支援套件包括：與供應鏈壓力最新趨勢相關的新訂環境管理資訊檢討、簡易的ISO 14001環境管理體系文件範本，以及載有實例文件的使用手冊。

採用ISO 14001環境管理體系的益處良多，計有：符合供應鏈的要求、確保持續改善環境、有助減少違規情況、提升公司形象、促進與客戶的關係、減低環境風險、加強員工的環保意識，以及因節省資源而減省開支等。支援套件可於下列環保署網頁瀏覽：

英文本 http://www.epd.gov.hk/epd/english/how_help/tools_ems/tools_ems.html

中文本 http://www.epd.gov.hk/epd/tc_chi/how_help/tools_ems/tools_ems.html



開拓網上

購物新紀元

yesasia.com

近年來，網上購物活動日益普及，為日常生活增添不少方便。憑藉敏銳的市場觸覺，網上購物平台yesasia.com創辦人及行政總裁劉國柱於1998年以1萬美元資本創業，目前已躍升為華人市場最受歡迎網上購物平台之一，全球客戶數目高達25萬人，其中一半為美國消費者。

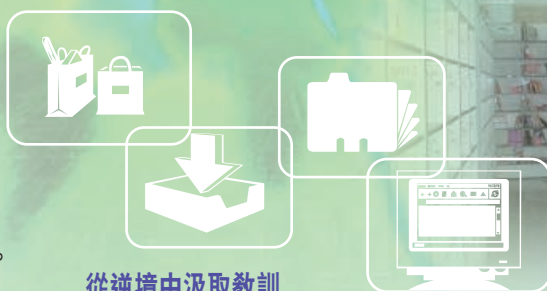
源自生活的創業意念

劉國柱說，當年在美國生活，要購買亞洲音樂及電影產品非常不便，而且選擇少，價錢貴。因此萌生了網上購物概念，希望利用互聯網銷售亞洲娛樂產品，服務海外華人，特別是美國的亞洲留學生。遂於1998年成立當時的asiacd.com，並於2000年易名為yesasia.com，銷售產品種類愈趨多元化。顧名思義，yesasia.com以銷售亞洲產品為主，旗下有10多種類別共超過20萬部娛樂作品，其中以音樂產品最為暢銷，其次還有書本、電影、電視連續劇及電子遊戲。

劉國柱指出，該公司今年將繼續拓展銷售產品種類，重點會放在近兩年人氣急升的韓國產品，並計劃投資高水平的粵/英語字幕，滿足美國及加拿大消費者需要；隨著亞洲產品發展全球化，外國人對亞洲娛樂產品興趣日濃，該公司將會加強拓展英語市場，推廣方法包括贊助美國的亞洲電影節，以及推出更多針對目標顧客群的網上宣傳。

發揮團隊精神

yesasia.com得以在數年間茁壯成長，劉國柱並不歸功於自己一人。他說，一個人的想法並不足夠，必須要有多幾個目標相同的人一同分享經驗及取長補短，發揮群策群力精神。最令他感到自豪的是能夠有一群志同道合的同事，以及顧客對公司優質服務的認同。由小團隊開始，yesasia.com的核心成員已由5名增至逾10名，員工數目有150人，並在香港設有辦事處，以及在日本和韓國成立採購公司。客戶群方面，也由學生擴展至專業人士層面，分佈美國、加拿大、亞洲、歐洲及澳洲。



從逆境中汲取教訓

yesasia.com的發展也不是一帆風順，劉國柱回憶說，在1999和2000年科網的全盛時期，市場對有關概念趨之若鶩，但翌年當科網潮爆破後，人們的態度即時起了180度轉變，造成2001年下半年至2002年為最困難時期。科網潮爆破後對投資信心及資金造成一定打擊，公司因而削減了1/3員工。不過，經努力後公司生意重拾軌道並持續增長，2003比2002年的增長高達7成，2004比2003年增長也超過5成。

他承認，投資者以及yesasia.com在科網潮期間的目光是比較短線，未有盈利基礎就不斷投資，一心只想快點上市，及至熱潮爆破後才明白任何生意都需要實質業務和盈利為基礎才會成功。當然，上市仍是yesasia.com的目標之一，但長遠目標始終是不斷提升服務質素，以及增加互聯網購物的價值。

了解顧客 堅守誠信

劉國柱認為，公司必須進行全面的市場調查，才能了解目標顧客群的價值觀，例如有些人特別重視產品價格，有些則追求方便，或者渴望獲得產品資訊。由於客戶服務是非常重要的，因此公司必須有清晰的定位，才能照顧不同人士需要。yesasia.com為客戶提供的綜合服務特別加強了產品推介及資訊部份，輔以很多專業分析，協助客戶更容易物色合適產品。

此外，劉國柱指出，顧客對公司的信心需要時間慢慢建立，而市場口碑對增加顧客信心及公司推廣均十分重要，其中準時甚至提早交貨是網上購物平台的成功關鍵。因此yesasia.com必須確保物流服務和資訊科技能夠充分配合，並透過不斷投資提升質素；付運方面則與外判夥伴保持緊密合作關係，以達到顧客預期付運目標，而該公司亦提供網上追蹤服務，讓客戶隨時獲取有關付運和收貨時間資料。

劉國柱認為，網上購物增長比傳統購物市場快，加上相關技術發展愈來愈成熟，將吸引更多網上購物。



行行有道

娛樂變商機 港商闖電子遊戲市場

發展最迅速行業之一

電子遊戲是目前全球發展最迅速的行業之一，吸引很多年輕人加入和實踐夢想。香港理工大學多媒體創新中心總主任於積理博士指出，香港擁有先進的資訊基建，完善的知識產權法及成熟的影視行業，是開發電子遊戲的理想地點。

他解釋，海外電影市場正掀起亞洲熱，香港電影也在歐洲闖出名堂，這些都為香港電子遊戲市場提供源源不絕的題材，有助推動更多從電影走向電子遊戲的跨媒體創作。此外，電子遊戲製作成本愈來愈高，促使很多日本及歐洲製造商把生產工序外判，香港公司擁有豐富的原件生產經驗，在獲取這些外判訂單方面佔有優勢。

然而，於積理博士認為，香港電子遊戲行業在美術創作及技術方面雖然已有一定水平及蓬勃發展，但在遊戲設計及內容開發方面仍面對不少挑戰，業界宜加強與其他行業進行跨媒體合作，以及利用大學人才及資源，透過教育及培訓進一步提升行業整體的水平。



電腦遊戲：獨特故事細緻畫功 結合多元營運手法

漫畫和卡通多年來陪伴著很多人成長，火狗工房執行董事彭子傑也是其中一人。他說，從小到大接觸過很多漫畫卡通，但大多數都是出產自日本，因此，一直都想與志同道合人士合作開發香港的產品。1999年，漫畫雜誌編輯出身的彭子傑終於夢想成真，與業務夥伴共同創立火狗工房，結合漫畫與動畫技術發展電腦遊戲。2000年12月火狗工房在香港及台灣推出首套角色扮演遊戲「愛神餐館」，由於該遊戲受到歡迎，隨後便進軍內地及韓國市場，並與日本大型遊戲公司合作，先後推出日本PC版本及X-Box版本，成為東南亞第一個推出微軟X-Box版本遊戲的生產商。

彭子傑指出，火狗的優勢在於其產品擁有獨特的故事配合畫工細緻的漫畫卡通。火狗亦懂得運用多元化的經營手法，例如藉著持續開發周邊商品如限量版精品及海報，支持公司的「大製作」（每部遊戲的開發費用平均超過100萬）、建立公司品牌及提升顧客忠誠度；此外，他們亦會透過展覽會及公司網站宣傳產品，並與忠實玩家溝通，了解他們對產品的反應和感想，以進一步改良產品迎合玩家口味。

火狗僱用逾20名員工，向來以開發有鮮明風格的原創產品為主，而基於亞洲與歐美文化的差異，該公司未來仍會主力拓展亞洲市場，產品包括即將於今年暑假推出的電腦遊戲「緋雪千夜」及製作中的「時流之輪」、8款手機遊戲和Speed Up漫畫月刊。該公司並會開發及推出比一般手機遊戲技術要求更高的手機網上遊戲，以及與國內動畫製作單位共同製作原創電視動畫，預期於2006年面世。

網上遊戲：集中研究開發 堅持原創精神

網上遊戲業在美國、韓國及台灣發展興旺，在香港也愈益發達，市場主要分為兩部份 - 亞洲以及國際市場。

程式員出身的淘滿慈加入電子遊戲行業已11年，先後創立了兩家公司，合共製作逾20部遊戲。他分析說，香港初期的電腦遊戲以CD ROM遊戲為主，且多以外國遊戲主導，及至2000年，本地公司有見及韓國在網上遊戲方面的成就，也



火狗工房藉參與展覽會來宣傳及銷售精品及海報等周邊產品。



天朝聘請明星為代言人協助宣傳產品。

開始著力發展網上遊戲。淘滿慈指出，市場目前共營運約50個收費網上遊戲，主要來自韓國及台灣，本地核心玩家約15萬人，市場收益逾3億港元，距離飽和點還有很遠，尚有龐大商機。

淘滿慈於2002年創立天朝數碼娛樂有限公司，堅持集中研究與開發，以原創作品為本，擴大香港原創產品市場規模，並鎖定亞洲為目標市場。該公司分別在6個市場包括香港、台灣、中國大陸、日本、韓國及印尼推出了原創遊戲「星空之門」，登記客戶數目逾35萬人(未計韓國)，消費模式有交月費的，也有買點數咭的。

淘滿慈指出，目前已開始看到原創的好處，因為是自己的產品，長遠而言可以拓展出口和專利授權業務，以及與電影業合作，將知識產權



與其他媒體融合。市場推廣方面，由於該公司的主力為研究與開發，所以把有關工作交予發行商負責；然而，他建議企業可透過展覽，或在財政狀況許可下用明星為代言人宣傳新產品，甚至將名人或明星加入遊戲當中，成為賣點之一。

他續稱，若要純熟掌握目前流行的網

上遊戲的技巧，玩家每天得花8小時在遊戲上。為了擴闊客路，市場將會湧現大量casual games，即玩家大約每次玩1個小時就能夠滿足的遊戲品種，並輔以多項收費的網上用具如人物的衣服、使用的工具等，以增加生意額；技術方面，除了加強功能，並使畫面效果更華麗外，現在的玩家亦喜歡利用遊戲來互相溝通及認識新朋友，故遊戲還會設有即時以聲音傳譯，代替打字。

淘滿慈認為中國內地潛力龐大，將會發展成為核心市場。他認為港商進軍內地市場具備以下優勢：對內地市場有一定認識；香港產品在國內有名牌效應；可以與電影工業結合，以明星及偶像作招徠；以及在客戶服務程式和其他配套如監察程式方面有豐富經驗，這些都是吸引內地以至外國公司與港商合作共同拓展內地市場的優勢。目前，該公司已與內地網吧合作，在內地推廣其「星空之門」網上遊戲。



移動玩家將利用3G平台發展更高質素的手機遊戲。

手機遊戲：政府培育計劃壯大實力

手機遊戲開發商移動玩家有限公司董事陳駿輝從小就是電子遊戲迷，在2000年到日本旅行發覺當地手機遊戲市場非常成熟，值得香港手機市場借鏡，遂於2002年自立門戶，並透過參與香港科技園公司為期3年的科技創業培育計劃，以及申請香港政府的中小企業貸款等機會，銳意拓展手機遊戲市場，至今推出逾50個遊戲作品，重點項目包括「麻雀情人」及「武林麻雀」，市場包括香港、中國內地、台灣、東南亞及歐洲。

陳駿輝指出，研究與開發涉及很大風險，利用政府資助可以分擔風險及幫助企業成長。與網上及電腦/電視遊戲比較，手機遊戲的開發成本相對較低，因此業內競爭更為激烈，然而近兩年由於開發成本愈來愈高，開拓分銷渠道也較前困難，行業的進入門檻已相應提高。

他說，香港的手機遊戲市場約有30萬名玩家，其中近10萬名為活躍玩家，與電腦/電視及網上遊戲市場相比資歷較淺。

陳駿輝解釋，手機遊戲的賣點是消磨時間，所以遊戲內容要具有創意和高潮，不可以太複雜，玩家年齡層則比較成熟，介乎18至30歲，企業要突圍而出就必須充分了解和針對玩家需要，遊戲製作人員則要非常熟悉遊戲性質及內容，以獨特的設計及表現手法吸引玩家和合作夥伴(如手機服務供應商)的注意，以及緊貼手機技術發展。

經過3年多的努力，他認為，其公司憑藉先行者優勢，已成功在市場建立鮮明品牌形象，在2005年該公司將集中發展手機網絡成熟的歐洲市場。此外，自GPRS手機技術及3G網絡陸續推出後，均為手機遊戲提供更大發展空間，可以容納內容、技術及質素要求更高的作品，讓多個玩家同時參與，並朝著3D方向發展。

入門貼士

香港電子遊戲業的發展史雖短，卻不乏一些學府及非牟利組織，專為業界或有意入行人士提供相關參考資料、服務及支援，以下為其中兩個例子：

香港理工大學多媒體創新中心自1999年成立以來，提供了很多培訓課程，為香港培育了不少電子遊戲人才，歷屆畢業生中也有自立門戶的例子。此外，該中心致力研究與開發工作，為業界提供設備及支援，以及促進跨行業知識產權融合，例如該中心成功申請了政府的中小企業發展支援基金，用作設計多種遊戲引擎及開發平台，協助業界製作遊戲的場景、人物及動作等，從而減輕成本和縮短開發時間。中心網址為：www.mic.polyu.edu.hk。

香港數碼娛樂協會乃非牟利業界組織，主力為業界提供溝通及培訓服務，同時肩負推廣電子遊戲正面訊息的重任，以及為會員開拓新商機。如對相關行業有興趣，可直接與該會聯絡，網址為：www.hkdea.org。

銷售一點通



銷售對於任何生意來說，都是極為重要的。沒有銷售，就沒有生意。因此，我們應該將最少百分之五十的資源，投放於銷售及推廣之上。

銷售的定義

銷售的定義就是“專業地促成交易”。當中最重要，是“專業”一詞。真正專業的銷售人，都有一個共同特質：他們都很重視培訓。他們不斷地接受培訓，直到成為了專家為止，持續地向成功的銷售人學習，讓成功的例子成為自己向前的鼓勵和動力。

行銷時，必須首先明白顧客的心理，買或不買的決定，皆取決於兩種心理因素：邏輯性或是感性。事實上，邏輯思維只佔其中的百分之二十；而感性因素，卻佔了決定性的百分之八十之多。由此可見，行銷是交心的行為，你必須感動你的顧客，令他們打從心底的真心幫襯你，切忌硬銷。以下我們為大家介紹一些行銷技巧，幫助大家掌握顧客心理。

顧客性格分析

成功的銷售人很明瞭各類型人的不同行為，知道如何和不同的人交往。美國心理學家William Marsden博士研究發現，人類的個性可分為四類(DISC): Dominance-支配型；Influence-影響型；Steadiness-穩重型及Compliance-順從型(見下圖)。利用DISC作為行為的指標，將令我們更有效地和各種不同類型的人溝通。

與不同類型顧客的溝通方式及行銷

向D - 支配型的人行銷，最好直接了當。擺事實，講道理，並以尊重自信的態度，令他們相信你是講得出，做得到的。將產品向他們作個簡單介紹就可以了，不要長篇大論，因為會令他們反感，他們最著重將生產力提高，儘量令他們明白你的產品或服務將可以令他得到更高利潤，生意更成功。

向I - 影響型的人行銷，你必須首先獲得他們的信任，關懷他們。影響型顧客是樂天派，所以，你必須也是充滿幽默感而開心的人，和他們交朋友，讓他們明白，你所提議的，全都為他們著想，與他們真誠相待至為重要。

行為模式

外向

D-支配型

這類型的人多是外向而且是結果導向的，他們通常沒有耐性，喜歡命令和控制他人，作出決策。他們是備受尊崇的領袖，喜歡發號令，分配工作且很有自信、直言。

I-影響型

這類型的人外向卻又能以人為本。他們非常友善，喜歡在歡樂的氣氛下和大伙兒一起工作，很受歡迎，他們很喜歡談話，聲調響亮多變，溝通技巧極佳，細節的工作會悶透他們。

事

S-穩重型

這類人內向而穩重。他們很冷靜，也很冷漠，很真誠，友善，不計較，容易相處，行事緩慢，不喜歡施壓力，不喜歡草率行事，會三思而後行。

C-順從型

這類人較為保守，以工作為本，不善與人交往，喜歡數據，事實和細節，事事力臻完善，喜歡常規的工作，不喜歡變遷。他們是完美主義者，往往被細節左右而不能顧全大局，思前想後之下，卻又停滯不前，經常過度緊張，不會隨便行動，他們會弄清所有細節才作決定。

人

內向

向S -穩重型的人行銷, 向來都是比較困難的, 因為他們性情穩定而不喜歡草率行事, 首先和他們交朋友, 建立真誠而和諧的關係, 並和他們一樣的保守, 儘量詳細的向他們介紹產品的每一個細節, 精確的數據分析可讓他們早作決定, 但切忌催促, 與他們建立和諧的朋友關係。

向C -順從型的人行銷是項挑戰, 這類人對人充滿戒心。由於他們向來都有一套處事方式, 不喜歡任何改變, 他們會流於細節, 經常提出疑問而耽誤了時間。向他們行銷, 必須作好事前的預備工夫, 有足夠的數據和周詳的計劃, 擺事實, 講邏輯, 只要他們明白你所推銷的產品會令他們得益甚至提高生產效率的話, 他們會欣然接受。

提問過程

專業的銷售人是解決問題型, 他們會扮演一個銷售顧問的角色。要解決問題, 必先要找出問題的根源, 向你的顧客適當提問, 將幫助你更加明白他最需要甚麼, 從而建立和諧的關係, 顧客幫襯你的機會自然大增。

問問題最重要的目的, 是收集有用的資料, 要問一些無需詳盡回答的問題。

例如: 「是誰…?」「什麼是…?」「哪裡…?」「為什麼…?」「什麼時候…?」或「怎樣…?」之類的問題。

掌握問問題的技巧, 將幫助你找出事情的真相, 要假設你對其中的答案一無所知, 令對方感覺到對那件事情很感興趣, 逐漸地讓他進入感性的層面, 那時最容易作出購買的決定。當你收集足夠資訊, 並從「眉頭眼額」間測定顧客的意向, 便可以為他們提供解決問題的方案。

在諮詢期間, 可利用以下問題去緩和氣氛:

「我可以這樣問嗎?…」

「順帶一提…」

「剛巧…」

例如: 「剛巧, 我們正在做推廣, 可否讓我介紹更詳細資料呢?」

以問題去緩和氣氛, 會令諮詢過程變得流暢。最關鍵是問多些問題, 並假設你全然不知答案。當然, 若幸運之神降臨, 只要問對一條合適的問題, 你就可達成交易。合適的問題, 令你和顧客建立起和諧的關係, 當下一次有其他需要的時候, 他會第一時間找你!

另外, 訓練自己成為良好的聆聽者, 顧客會欣賞你真正關心他們的需要, 一些正面的回應, 例如: 微笑, 點頭, 並說「我明白…」「哦…」「真的嗎?…」

當問問題的時候, 你也可以提供一言片語的訊息, 和顧客作

有所共鳴的溝通, 多用一些「你」字, 因為你正在和顧客溝通。

你必須知道對方的權限, 或許這樣問他: 「除了你之外, 還有其他決策人嗎?」其他的決策人可能是你顧客的妻子或老闆。另外, 就是財政的問題, 他負擔得來嗎? 或許, 你應該問: 「在這件事上, 貴公司預留了多少預算呢?」這問題會幫助你訂定出適合對方的價格, 甚至讓你得知對方的購買意慾。

至此, 你應該收集到足夠的資料, 亦進入了感性階段, 是適當時候提供解決疑難的方案。「聽了你說的話, 我提議方案甲…或方案乙…」然後探聽一下對方的意圖: 「你認為如何呢?」此時, 成功在望!

如何應付說「不」的顧客...

行銷中, 總不會一帆風順的, 對方會提出各種理由拒絕你, 我們提供以下五個步驟去處理:

步驟

1

首先, 表示同意對方的意見, 永遠不要和顧客爭論。
例如: 若顧客說: 「那太昂貴了。」(十居其九, 錢根本就不是問題。) 你必須首先同意他的觀點: 「我知道它確實比較昂貴了一點。」

步驟

2

問一些針對性的問題: 「除了預算問題之外, 還有其他原因嗎?」

步驟

3

然後問: 「若果預算不是問題, 我們可以繼續談下去嗎?」

步驟

4

若對方拒絕談下去, 你可以問: 「我可以知道是什麼原因嗎?」

步驟

5

若果對方表示可以繼續, 你則問: 「我們可以花些時間詳細了解嗎?」

銷售過程

很多時, 任你如何費盡唇舌, 對方亦無動於衷。謹記: 永不放棄! 持之以恆, 必有所獲, 繼續和對方保持聯繫, 讓他知道你仍關心, 在必要時, 施予援手, 建立和諧的關係, 不時和對方通電話、傳真或電郵, 終有一天, 當他們有所決定的時候, 第一個想起的人, 就是你!

持之以恆, 必有所獲!

Action International 商業教練
葉玲英小姐

了解內地文化 促進勞資關係



香港企業「北上」，已成為一個趨勢。但在拓展商機的同時，也不可以小覷建立良好、合法的勞資關係的重要性。有見及此，工業貿易署中小企業支援與諮詢中心(SUCCESS)與經濟商學院早前合辦一個名為「內地營商啟示—如何協調勞資關係」的研討會，並邀得尼爾森(中國)有限公司營運總監何鳳翎小姐分享她處理內地勞資關係的經驗。

以人為本的管理文化

何小姐指出內地人較重視家庭和階級觀念。在日常工作上，上司宜以身作則，一視同仁，信守承諾。在傳達負面訊息時，須注意訊息是否真確、全面、以及前後一致。當員工達標後，上司應及時作出激勵。

管理人員亦須彈性審批員工因家事請假的申請。此外，基於對上司的遵從和尊重，下屬有時可能邀請上司到家中吃一頓便飯，何小姐認為大家不妨把握這個良機，增進彼此了解。

清晰指引 減少失誤

在推行政策前，應向員工交代其原因，列明指示，採用有共識的評估方式，並分析所產生的後果。在下放權力前，應確保有完善的機制並親自解釋；把死線提前，預留數天作應變；並要求負責人定期呈上進度報告以監察政策的推行，一旦發現亂子也可及時補救。她解釋倘若沒有清楚交代生產工序及解釋違規的後果，員工便有可能自作主張，選購了較便宜的原料生產，又或省卻產序，導致產品的質素下降。

熟悉內地的《勞動法》

另外，何小姐指出內地的《勞動法》與香港的《勞工條例》，在各方面都有很大的差別。因此，她認為港商在內地聘請員工的時候，要多加留意，以免引起無謂的勞資糾紛或觸犯法例。一旦遇有勞資糾紛，可先向勞動糾察大隊提出，然後視乎個別情況轉介至勞動仲裁科及地方法院。

預早商談續約時宜

內地採用定期合同，經勞動局審批，如當地沒有註冊公司擔保，則要掛靠人才交留中心。何小姐提醒大家，應預早(約兩個月前)與僱員商談續約的時宜，令人力資源的調配更具彈性。

社保金要供足

社保方面，內地實施所謂「五金」的強制保險，即養老、工傷、醫療生育、失業以及住房公積金。僱主和僱員都有責任供款。何小姐舉出一個案例：小張主動要求公司不要替他供社保。經雙方同意，簽了三年合約。可是，勞動大檢閱時被官員發現。結果，他們都要供款。這個案例說明雖然勞資雙方可自訂合同細則，唯不可抵觸國家的法律。

工時與合約制度

工時方面，一般是按照國家規定每週最少休息兩天。可是，在特別情況下，例如：營銷、飲食等行業，雙方可簽訂「不定時合約」，在合約上列明其工作性質並經由勞動局審批便可。但需要注意的是，每年工時總和仍不可多於2080小時(40小時x 52週)。另外，何小姐亦建議大家清楚列明工時的定義(包括什麼、不包括什麼)，以保障雙方的權益。試看看這個例子：金強在北京從事營銷行業，與僱主簽訂了一年「不定時合約」，可是期間與經理不和並遭解僱，他於是向僱主追討加班加點的十萬元補償。法官最後駁回金強的訴求並在判詞指出合同在雙方自願和同意下簽署，只要用人單位執行其義務，則該合同是繼續有效的。

本文由
香港中文大學工商管理學院三年級學生
陳竑宇整理

SUCCESS備有「中華法律網」資料庫，提供全國法律和法規的資料。



紡織品貿易新紀元-2005年起的紡織品進出口安排

根據世界貿易組織《紡織品及成衣協議》，全球的紡織品及成衣的進口配額限制已於2005年1月1日全面撤銷。配合這次劃時代的發展，工業貿易署已進一步簡化本港紡織品及成衣進出口措施，為業界締造更有利的營商環境，亦繼續保障香港紡織品出口的利益和維持良好的信譽。

2005年起的紡織品進出口安排主要包括：

(a) 為商業用途而付運的紡織品須領有簽證，但涉及非敏感市場的簽證則大為簡化：

- (i) “敏感”市場：所有輸往內地或由內地進口的紡織品，以及輸往美國的紡織品，須遞交紡織商登記方案下的進口通知書或出口通知書，或領有進口許可證（紡織品）表格七或出口許可證（紡織品）表格四；
- (ii) “非敏感”市場：除上文（i）所述的進口及出口紡織品外，商號可按年申領一次綜合進口及出口證，有效期為12個月，並可供許可證持有人無限次付運；

(iii) 所有轉運紡織品都可憑紡織商登記方案下的轉運貨物通知書轉運紡織貨物；

- (b) 由個人進口或出口，供其本人使用或餽贈他人的紡織品禮物可獲豁免簽證規定；及
- (c) 生產通知書規定現時只適用於輸往美國的裁剪及車縫成衣。需要為有關產品申領產地來源證書，必須具備已認可的生產通知書。

查詢

有關2005年紡織品管制措施詳情，包括綜合許可證的申請手續，請參閱工業貿易署於2004年11月30日發出的致出口商（紡織事務）通告，網址是：

http://www.tid.gov.hk/tc_chi/aboutus/tradecircular/ne/series1/2004/exptr2004.html#432004，

及參考常見問題，網址是：

http://www.tid.gov.hk/tc_chi/aboutus/faq/faq_tc2005.html

後配額年代的挑戰

隨著沿用了三十多年的紡織品出口配額制度於本年一月一日正式取消，紡織業進入「後配額年代」，雖然紡織業的生產成本會因此降低，但競爭將會變得更加劇烈。我們邀請了立法會紡織及製衣界議員梁劉柔芬女士為大家分析香港中小型廠商可以如何面對「後配額年代」所帶來的挑戰。

梁議員認為，香港紡織業今後的營商環境充滿變數。首先，歐美入口商無須分散在世界各地搜羅紡織品，採購工作將會變得更集中，中小型廠商要爭取訂單將會變得困難。另外，各地紡織品今後能夠直接競爭，產品價格必然會降低，相信香港紡織業不能夠與其他工資低廉的地區在價格上進行競爭。因此，她建議：「香港紡織業界需走向高增值路線，致力與生產線的上、下游結為策略性合作伙伴（Strategic Partnership），跳出傳統生產者的框框，成為全球紡織品供應鍊上不可或缺的一環，在競爭劇烈的環境下拓展商機。」而她更鼓勵本地廠商可憑著CEPA對「香港製造」紡織品進口內地零關稅的安排在本地生產，再憑著對內地市場的了解，與外國品牌組成策略性合作伙伴，在中國內地推銷其品牌，拓展商機。

梁議員補充，要成為優秀的策略性合作伙伴，香港紡織業需要積極求變，走高增值路線，並改革企業結構和文化。紡織業廠商需走出根據訂單指示而生產的傳統作業模式，要多了解顧客需要和品味，並在產品中加入自家的設計元素。例如，生產恤衫的廠商可多留意恤衫設計的潮流，預先設計產品樣板，定期供顧客參考，並搜羅布料和相關配件的報價資料，這樣便可以省卻顧客設計和採購成衣的時間，就能更容易地和顧客建立合作伙伴關係。此外，有效的管理和優良的公司文化能鼓勵員工積極工作和發揮創意，這樣廠商就能有效地生產和不斷改善產品質素。其他企業在尋覓合適的策略性合作伙伴也往往會考慮這些因素。中小企也要認清自己在策略性合作伙伴關係中的價值，了解自己企業的優勝之處，致力將這些價值帶給買家，並不斷求進，這樣就能建立長久的合作伙伴關係，共同面對市場劇烈的競爭。

梁議員相信建立策略性合作伙伴關係是現今商業社會的競爭模式，香港中小企紡織廠商要不斷改進自己，藉著發揮創意和改善企業管理質素，使產品走向高增值路線，令自己成為一個首選的策略性合作伙伴。這個發展的大成方向會是中小型廠商面對「後配額年代」挑戰的最佳策略。

本文由
香港大學工商管理及法學三年級學生
聶文樂協助訪問及撰寫

工業貿易署香港時裝業網站

要把香港持續發展成區內時裝中心，業界人士必須積極裝備自己，把握長處，發揮潛力。為此，工業貿易署得到本地支援機構的參與和協助，設立了時裝業網站(www.fashion.tid.gov.hk)，提供與業界人士有關的全面資訊，並加強與業界的溝通。網站內容主要分為四部分：

- **自我裝備** — 網站設有一個時裝課程資料庫，並介紹求職和事業發展途徑，更不時更新講座等活動消息。
- **業務發展** — 發放有關科技研究、市場策劃及採購配對三方面的最新資訊。
- **業界支援** — 臚列本港各支援機構所提供的資助、諮詢和技術等服務。
- **行業概覽** — 報導進出口法例、市場情報、時裝書刊等。

如對本網站有任何意見或希望索取更多資料，請聯絡本署美洲部對外貿易關係科
(電話：2398 5682 / 電郵：fashion@tid.gov.hk)。

* 鳴謝香港毛皮業協會提供相片

商業信貸資料服務機構



目的

本港剛成立的商業信貸資料服務機構可提高中小企業的信貸透明度，加強銀行的信貸風險管理，從而增進銀行體系的穩定，並使銀行更願意貸款予中小企及減少對抵押品的倚賴。

背景

商業信貸資料服務機構負責收集工商企業的債務及信貸記錄，並向貸款機構提供該等資料。這類服務機構在英美等主要金融中心都很常見，近年亞洲多個國家亦已成立同類機構。

其實，信貸資料服務機構在香港已存在了一段日子，銀行向這些機構提供資料只屬自願性質。由於資料保密備受關注，這些機構很難建立全面及可靠的資料庫供銀行進行信貸評估之用。

亞洲金融危機的出現，促使銀行及其他金融機構重新評估信貸風險管理對貸款業務的重要。

主要特色

香港銀行公會及存款公司公會在2002年5月合組業內工作小組，研究成立商業信貸資料服務機構的詳細安排。金管局亦有派代表參與該小組。業內工作小組就計劃結構提出建議，主要內容如下：

非法定計劃

以非法定方式推行計劃，這個方式比較靈活，因此亦能更有效回應銀行業的新需要。

涵蓋範圍

只收集認可機構的中小企客戶資料。目前，「中小企」被界定為每年營業額不超過5,000萬港元的非上市公司。為加快實施過程，計劃的首階段並不包括獨資經營及合夥企業。

全面參與

雖然不會透過立法形式強制認可機構參與計劃，但金管局仍預期所有從事中小企貸款業務的認可機構都參加。這不僅對認可機構有利，亦有助確保商業信貸資料庫備有全面資料，這樣才能發揮應有作用。

收集及共用資料的範圍

商業信貸資料服務機構收集正面及負面信貸資料。正面資料包括認可機構授予中小企的信貸限額，及有關貸款獲抵押品支持的程度。負面資料方面，包括逾期還款超過60日的貸款，及已撇帳貸款的數額。

認可機構不會向資料服務機構提供2004年9月30日前的逾期還款記錄。此外，有關公司的資產及公司股東的個人財富資料亦不會包括在內。

商業信貸資料庫內資料會由認可機構每月更新一次。一般來說，每項貸款的信貸資料會由其獲全數償還之日起計在資料庫內保留5年。

客戶同意

認可機構應先取得中小企客戶同意，才將其信貸資料提供予商業信貸資料服務機構。中小企可給予認可機構90日的事前書面通知，以撤回其同意。認可機構收到通知後，應在切實可行的情況下盡快將中小企客戶撤回同意一事通知商業信貸資料服務機構，並在該90日期間後停止向商業信貸資料服務機構提供該中小企的信貸資料。

資料保障

認可機構須遵守一系列資料保障規則，該等規則是金管局根據《銀行業條例》以法定指引的形式發出(該指引已於2004年8月20日刊登憲報並正式生效)。該等規則訂明認可機構只可就批核、檢討或續批中小企信貸融資查閱商業信貸資料服務機構的資料庫。認可機構不應就市場推廣等其他目的查閱資料庫。指引亦規定認可機構要維持足夠的管控制度，以妥善保障中小企客戶的資料。

此外，資料保障規則亦要求認可機構若使用某家商業信貸資料服務機構的服務，必須確保該機構已採取適當措施保障所持資料的安全及準確性，並能迅速回應中小企查閱或更正資料的要求。

近期最新進展

資料庫已於2004年11月1日正式啟用，約有100家認可機構已參與此計劃。直至目前為止，資料庫整體運作相當暢順。

我們深信商業信貸資料服務機構可為中小企帶來重大得益，並進一步加強香港銀行體系的金融基建。

香港金融管理局
銀行業拓展部

企業及供應商達至雙贏局面

橡子計劃 Project Acorn

橡子計劃(Project Acorn)源自英國，得到當地政府資助，並成功地協助中小型企業以分階段方式建立及推行ISO 14001環境管理體系。該計劃於2003年年底引進香港，並獲得工業貿易署中小企業發展支援基金撥款資助，由商界環保協會及香港生產力促進局聯合執行。

為什麼需要「橡子計劃」？

現今越來越多大企業要求其供應商 - 大部份為中小企業 - 實行環境管理系統，有規範地作出對保護環境及持續改善的承諾。縱使很多中小企想改善其環保表現，但往往不知道從何入手或沒有專業可靠的指導。由於缺乏資源及對環保的認知，他們建立環境管理系統時經常面對重重障礙；而橡子計劃可以彌補以上的不足之處。

綜合中小型供應商參與橡子計劃的得著及所遇到的困難

得著

- 減少對環境的破壞
- 提昇公司形象
- 滿足客戶要求，令供應商得到客戶認同及讚許
- 分享客戶建立環境管理系統的成功經驗
- 汲取環保知識
- 按部就班地接受培訓，有效制定環保策略
- 增強了內部環保資訊的溝通
- 意識到環境管理系統對公司整體發展的重要性
- 增加員工的士氣
- 減少能源耗用
- 節省開支
- 有長遠經濟效益
- 了解審核過程，對日後考取ISO 14001認證資格有幫助

困難

- 欠缺推行環境管理系統經驗及知識，無從入手
- 員工環保意識薄弱，欠缺協調
- 人力資源有限，員工要兼顧制定環保策略感吃力

「橡子計劃」是怎樣推行？

「橡子計劃」共有5個單元，包括初期環境複查、評估環境因素、辨認法律遵從及管制、建立及實行環境管理系統，及核對、檢討及複查環境管理系統。

在每一個環境管理系統的單元上，從各參與的中小企業中被提名者會接受訓練，從而建立他們機構的環境管理系統及相關環境表現指標。當每一個單元的計劃完成之後，中小企業會被認證機構審核，確保達到每個單元的要求。當完成每個單元之後，中小企業將會因此而獲得承認他們在採納環境管理系統方針時努力的成果。參加者將會由商界環保協會及香港生產力促進局的環境管理系統專家提供現場援助。在整個計劃中，參與中小企業將會得到顧問及電話熱線支援。

香港的經驗

本計劃結合大型機構(導師)及供應商(中小型企業)來建立環境管理系統。合共有8間中小型企業參與首次計劃，並已於2004年3月完成。

計劃除有效解決中小企業在建立環境管理系統時所遇到的財政及資源困難外，贊助及輔導機構更可藉此機會與其中小型供應商分享管理經驗及加強合作關係，並有效提昇公司形象，贏取客戶信任，令企業及供應商達至雙贏的局面。



第二期「橡子計劃」將於2006年展開，為期9個月，仍會分5個單元進行，詳情如下：

在每個單元後顧問會提供現場的建議！

主要單元

由認證機構評審*

單元一 初期環境複查

單元二 評估環境因素

單元三 辨認法律遵從及管制

單元四 建立及實行環境管理系統

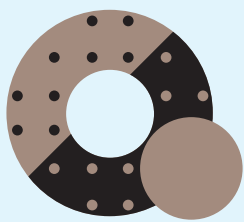
單元五 核對、檢討及複查環境管理系統

ISO 14001 認證

* 認證機構屬於有參與「橡子計劃」的認證機構

另外，有關資料將存放於橡子計劃網站讓公眾人士瀏覽及下載，網址為www.projectacorn.com.hk。

商界環保協會



香港工業獎 HONG KONG AWARDS FOR INDUSTRY

2004 香港工業獎

創辦於1989年的香港工業獎，目的是表揚和鼓勵在不同工業表現項目上有傑出成就的公司，並藉此向業界推廣成功典範及管理策略。

2004香港工業獎，參加情況踴躍，參賽公司來自各行各業，包括電子、玩具、金屬製造、食品製造、健康用品、公用事業、建造業、通訊、體育用品及印刷等，反映越來越多本港企業希望透過參賽，追求卓越。

2004香港工業獎共有78家企業獲獎，頒獎典禮於2004年11月15日舉行，由財政司司長唐英年頒獎。以下是各獎項類別大獎得主的簡介。

消費產品設計大獎

A.I. 高比 (WowWee Limited)

「A.I.高比」玩具機械人能靈活地做出67種不同動作，有3組不同示範，包括功夫、行為及跳舞。有1個聲控及6個接觸感應器，可設定84個動作模式，並有互動反應系統。有別於市面的其他機械人，「A.I.高比」最大特點是動作流暢之餘，耗電量亦非常低。當「A.I.高比」首次在美國2004玩具展亮相，各地主要媒體爭相報導，引起極大迴響。



機器及設備設計大獎

MetroStile (高明科技工程有限公司)

MetroStile是首個成功在本港設計和開發的自動化都會收費系統。此系統一般應用於高人流的場合，如鐵路車站和博覽會場等，其前置設備是一行列的自動式閘機，方便客人自行有秩序地付費和進出會場或車站。每部閘機內置智能化「人流監察管理輔助系統」，可準確地分隔和統計人數。每台閘機的流量最高可達每分鐘70人次。



生產力大獎

安樂工程有限公司

安樂工程有限公司於1977年成立，追求工程卓越性及專業性，提供一整套高質量機電工程服務，包括樓宇自動化、電氣、消防、空調、污水、固體廢物及清水處理、供水及排水等系統的設計、供應、安裝、檢測、運作及維修。公司致力於有效運用資源及採用創新運作流程，以提升生產力，為客戶提供完全的方案。



品質大獎

藝美達實業有限公司

藝美達實業有限公司是卓越設計與製造服務的電子產品供應商，涵蓋醫療及保健設備、汽車電子、電訊產品、工業控制、辦公室及家居自動化產品。採用六西格碼及全員品質管理，利用自製設備以生產零壞率產品。現時公司已取得ISO 9001、QS 9000及ISO 13485國際認證，並在美國和中國的食品藥品監管局註冊為cGMP製造廠。



出口市場推廣大獎

福田實業(集團)有限公司

福田實業(集團)有限公司為全球服裝市場的主要布料供應商之一，所生產的織布供應給40多個國家的著名服裝品牌製造商。公司採用垂直整合生產模式，製造工場設在內地、斯里蘭卡和印尼。集團在2003財政年度，創造出55億元總銷售額的佳績，出口生意佔其中的89%。



環保成就大獎

香港中華煤氣有限公司

香港中華煤氣有限公司非常重視環保文化，早於1992年在內部設立了環保工作委員會，舉辦各類環保活動；並於1999年成立12個環保附屬委員會，制定、實施、監控和檢討公司的環境管理制度，以及鼓勵僱員參與環保工作。此外，煤氣公司還致力設計具環保效益和節約能源的煤氣爐具及抽濕機，並鼓勵僱員及承建商節約資源及循環再用廢物。



2004 創業奇兵

引爆潛能

創業奇兵

「創業奇兵」計劃於2002年由香港蜆殼有限公司及香港青年協會攜手合辦，旨在培養青少年的創業精神。2004年更首辦「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。「創業奇兵」大獎2004的頒獎禮亦已於2004年11月3日舉行，全場焦點所在的「業務大獎金獎」由年僅二十七歲的東方玩具國際有限公司創辦人吳凱俊奪得，並由工商及科技局局長曾俊華先生頒發獎座及現金獎十萬元。

工商及科技局局長曾俊華先生在致辭時，以「大霧晚上在山顶駕駛」來比喻創業者小心翼翼地摸索下山路徑的信心和勇氣，並鼓勵創業人士要好好利用各種社會資源。

香港蜆殼有限公司是「創業奇兵」大獎的主辦機構及贊助商，董事古遠芬先生欣然看見「創業奇兵」計劃得到商界及青年的認同，他說首屆創業獎勵計劃是「創業奇兵」的重要發展里程碑，而計劃的重要意義，是嘉許本港青年人創業的勇氣和企業家精神。他表示希望得獎者可以利用所贏得的現金獎開拓業務，幫助他們逐步實現自己的理想，並期望透過每年舉辦「創業奇兵」大獎，鼓勵更多青年人投入創業，讓人人盡展所長，藉此促進香港更蓬勃發展。

香港青年協會總幹事王葛鳴博士則認為，「創業」並非應付青少年失業問題的權宜之計或最後解決辦法，而是年輕人發展事業的一個真正選擇和機會。她說「創業奇兵」的重要意義，不單止在於鼓勵青年發揮創業精神，同時更對青年人這方面的潛能，給予肯定和表揚。

「創業奇兵」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。「創業奇兵」的其他支持機構還包括：工業貿易署、香港青年商會及天高管理發展有限公司。

業務大獎金獎 吳凱俊 (東方玩具國際有限公司)



勇奪「業務大獎金獎」的吳凱俊自小對玩具車情有獨鍾，大學畢業後看準商機，在網上拍賣開始創業，至今業務包括網上玩具零售、批發、出口，並設計自己品牌的玩具。創業六年，他特別喜歡招攬和培訓年青人，並與他們分享自己的網上商貿經驗。現在，除了出售自己的玩具外，凱俊也為其他商戶及廠家提供網上平台，幫助他們拓展市場。

最佳創業業務大獎 洪家恆 (易通外牆動感廣告有限公司)

至於「最佳創業業務大獎」得主洪家恆創辦的廣告公司專營的士立體廣告及動感外牆廣告。這類動感外牆廣告是全世界首創，推出後旋即引起很大迴響。家恆隨即取得此類廣告的專利權。短短兩年間，很多人都已認識這類廣告，而且對香港人首創這類廣告感到自豪！



業務大獎 優異獎 (四位)

程理機(午餐共和國)
麥雅端(Chocolate Rain Jewelry & Design Co., Ltd.)
王佩珊(Lazy Bone)
高永康(熱能探測分析公司)

香港蜆殼有限公司



2003/04 中小企業

「營商友導」計劃



SUCCESS為配合2003/04中小企業「營商友導」計劃學員的需要，於2004年下半年繼續為他們舉辦不同活動，促進交流及經驗分享，同時透過這些活動協助他們擴闊業務網絡。

工作坊

SUCCESS於2004年10月9日舉辦了「NLP顧客關係技巧經驗分享工作坊」。這個工作坊的講者是俊天整全健康諮商中心董事潘美莉小姐。潘小姐是一位身心語言程式學（Neuro Linguistic Programming）國際培訓師及顧問。她在工作坊中透過不同的遊戲和角色扮演環節與參加者分享應用身心語言程式學於顧客關係方面所積累的心得，參加者可從中練習透過身體語言、說話聲調等溝通技巧，了解顧客的想法，贏取顧客的信任。此外，她亦與參加者分享了企業建立優質顧客關係和提升客戶服務的要訣。



NLP顧客關係技巧經驗分享工作坊

公司探訪

為加強學員對品質管理的認識和向已經實施品質管理的公司借鏡，SUCCESS亦於2004年10月26日為學員舉辦了一項公司探訪活動，參觀了大埔工業邨的清泉純蒸餾水有限公司及百佳超級市場上水新鮮食品分發中心。這兩間公司都曾獲得香港品質保證局（HKQAA）根據國際標準化組織的標準所頒授的ISO 9001:2000 認證，其中清泉純蒸餾水有限公司更曾獲得香港工業獎品質優異證書。參觀期間，清泉純蒸餾水有限公司行政總裁張壽文先生坦誠地與學員分享將品質管理應用於企業策略方面的心得；而百佳超級市場的代表除了安排學員參觀他們的溫控倉儲設施外，亦詳細地向學員講解他們的新鮮食品分發中心如何能在短短數個月內完成香港品質保證局所要求的文件和程序，取得ISO認證。



參觀清泉純蒸餾水有限公司

研討會

除上述工作坊和公司探訪活動外，我們亦於2004年10月至12月期間，邀請學員參加十多個SUCCESS舉辦的研討會和工作坊。參加者都十分滿意各項活動的內容、程序及有關的安排，並且認為這些活動可以增廣他們的營商知識。有學員更指出：「參加「營商友導」計劃，每天都在學習中。」



參觀百佳超級市場上水新鮮食品分發中心



SUCCESS定期舉辦不同類型的研討會及工作坊

聯歡酒會

2003/04「營商友導」計劃已於2004年12月底完成。SUCCESS於2005年1月20日舉辦中小企業「營商友導」計劃聯歡酒會，讓計劃的所有參加者可以聚首一堂，交流經驗及加深認識。

在酒會上，工業貿易署署長楊立門先生為該計劃的成功感謝及讚揚參與的機構及導師，學員代表更以話劇、歌曲和起立鼓掌等方式向他們表達衷心的謝意。



SUCCESS中小企業「營商友導」計劃聯歡酒會

1 我的公司最近開發了一種新產品，請問如何尋找合作夥伴共同發展？

香港貿易發展局的「香港企業商貿網」(<http://www.hkenterprise.com>)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，便可利用網上的商貿配對服務，搜索不同行業公司的資料，尋找合適的生意夥伴。

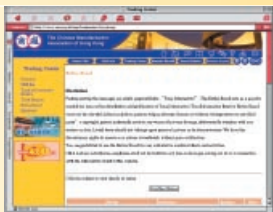
此外，香港創業投資協會、香港中華總商會及香港中華廠商聯合會亦有提供商貿配對服務，你可從這些機構的網站或會員通訊內所刊登的資料中找尋合適的夥伴：



香港創業投資協會
(http://www.hkzca.com.hk/main_advertisement.html)



香港中華總商會
(<http://www.cgcc.org.hk/GB/Business/opportunities.html>)



香港中華廠商聯合會
(http://www.cma.org.hk/chi/tradecenter/tra_nb.asp)

3 我打算開立店舖售賣糖果，是否需要申請牌照？

除了商業登記，開立一間店舖售賣糖果一般是無須申領其他商業牌照。但假如你會將糖果包裝再出售，你或需向食物環境衛生署申領食物製造廠牌照；同時，你亦應根據《食物及藥物(成分組合及標籤)規例》(香港法例第132章W)的規定加上適當的標籤以及留意食物安全。有關詳情，請致電2868 0000向該署查詢。

有關申請商業登記証的詳細資料，請參閱稅務局的網頁 <http://www.info.gov.hk/ird/chi/tax/bre.htm>。另外，假如你想成立的是有限公司，你需要先到公司註冊處註冊。有關的詳細資料，請瀏覽該處網頁 <http://www.info.gov.hk/cr/chinese/handouts/3.htm>。

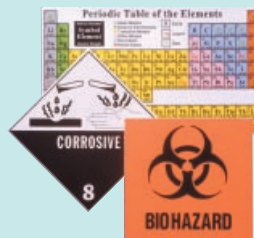


2 我已成立公司，請問從事化學品進出口貿易的生意是否需要申請特別的牌照/許可證？

進出口某些化學品，需要根據香港不同法例，申請有關的牌照/許可證。根據《化學品管制條例》(香港法例第145章)的規定，進出口可用作製造危險藥物或精神藥物的化學品必須向香港海關申請進出口授權書。詳情請瀏覽該署網頁 http://www.info.gov.hk/customs/chi/major_licence_chemicals_c.html，或致電2541 4383向該署查詢。

同時，根據《進出口條例》(香港法例第60章)的規定，進出口可用作有毒化學劑的先質的化學品，必須向工業貿易署申請進出口許可證，詳情請瀏覽本署網頁 <http://www.stc.tid.gov.hk/cindex.html>，或致電2398 5575向本署查詢。

如果從事的化學品是屬於危險品類別，根據《危險品條例》的規定，需要向消防處申領危險品牌照才可儲存及運輸這些危險品。有關危險品的類別劃分及消防處簽發危險品牌照的類別，請瀏覽該處網頁 <http://www.hkfsd.gov.hk/home/chi/source/licensing/premises.htm#d0>，或致電2417 5757向該處查詢。



此外，根據《進出口(登記)規例》(香港法例第60章E)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。有關詳情，請瀏覽香港海關網頁 http://www.info.gov.hk/customs/chi/major_declaration_c.html，或致電2852 3048向該署查詢。

4 我剛剛成立公司，沒有聘請員工，只有東主本人的「一人公司」，現正物色辦公地點。由於成本關係，負擔不起租金昂貴的辦公室及購置辦公室設備。請問有沒有這方面的資料？

由香港管理專業發展中心籌劃及管理的「創業發展中心」，為準備在本港開創事業的人士提供服務，包括為他們提供辦公地點、自動化辦公器材設備及文書服務，培訓課程以及諮詢服務等，詳情請瀏覽該中心網頁 <http://www.hkbsc.org>。

市場上亦有很多商務中心你可選擇。商務中心的概念是將一間大型寫字樓分租給多間其他公司，形式一般是將寫字樓分成多個小房間、間隔或多張辦公檯出租，並提供常用的辦公室文儀設備，以及提供會議室及專人電話代接等服務。



S U C C E S S 新服務

SUCCESS位於工業貿易署大樓閣樓現址將會擴大面積及增添新服務和設施，包括：

創業諮詢服務：

除了現有的商業牌照資訊服務外，我們會有專責同事介紹創業需知的重要資訊，如創業形式、獲取開業資金的渠道、僱傭條例、公司籌組事項和業務發展等資料。

工商支援組織專區：

擺放各工商支援組織的資料單張，方便中小企業人士索取。

主題展覽：

設立展覽區，邀請不同的工商機構一同舉辦主題產品展示或資訊展覽。

電腦工作區：

SUCCESS擴充後，可提供使用的電腦數目將會由9部增加至14部，使更多中小企人士可同時瀏覽SUCCESS提供的網上電子資料庫。

以上多項服務仍會是免費提供給中小企朋友，預計可於2005年中推出。



新書推介

S U C C E S S 參考圖書室

參考圖書室收藏各類的營商資料，最近添置大批新書籍，主要的有工商名錄及與營銷有關的書刊，歡迎讀者親臨閱讀。以下是其中一些書籍推介給讀者：

- CEPA相關產品及服務指南
- CEPA I + II：香港製造業商機
- CEPA I + II：香港服務業商機
- 中華人民共和國海關進出口稅則2005
- 中國玩具市場
- 長三角製造 - 香港服務
- 香港電子業年鑑 2004-2005
- 香港工業總會會員名錄 2004
- D&B Hong Kong Strategic Importing & Exporting Companies
- D&B Small and Medium Enterprises in Hong Kong
- D&B Top 2000 Foreign Enterprises in Hong Kong

另外，為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，參考圖書室特舉辦「好書推薦」活動。詳情請致電2398 5133或到以下網址瀏覽：
<http://www.sme.gcn.gov.hk/smeop/chinese/goodbook.cfm>

工業貿易署中小企業支援與諮詢中心
地址：九龍旺角彌敦道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

參考圖書室書刊及視聽資料的名單請到以下網址瀏覽：<http://www.sme.gcn.gov.hk/smeop/chinese/material.cfm>



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>
電話：2398 5125

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>

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

在外地的香港居民 如有需要

可循以下途徑 得到協助

在外地的香港居民如需協助，可與當地我國使領館聯絡，或致電入境事務處(入境處)「協助在外香港居民小組」的24小時求助熱線電話：(852)2829 3010。

我國駐海外使領館的電話及地址亦可向入境處查詢電話：(852)2824 6111

《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。

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618室 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。