

中

小

企

脈

搏



工業貿易署
Trade and Industry Department

第十五期 二零一零年六月



掌握環保商機 開創消費潮流



電子營銷 開拓銷售新紀元



「特別信貸保證計劃」及 中小企業資助計劃的最新情況

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

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



「特別信貸保證計劃」及 中小企業資助計劃的最新情況

「特別信貸保證計劃」最後一次延長申請 期至2010年年底

為解決全球金融危機下的信貸緊縮問題，政府於2008年12月推出一項有時限的「特別信貸保證計劃」，為企業提供共1,000億元的信貸擔保。計劃原定於今年6月30日截止申請，現已宣布第三次，亦是最後一次延長申請期六個月，直至2010年12月31日。

近月香港的經濟情況已顯著改善，信貸緊縮的問題亦已得到紓緩，是時候逐步讓信貸市場恢復正常運作。政府考慮到業界在經濟復蘇的初期可能需要一段時間整固業務，因此再次延長申請期。

目前，共有46家貸款機構參與「特別信貸保證計劃」。截至今年5月31日，工業貿易署在此計劃下已批出32,555宗申請，涉及的貸款總額超過788億元。有關計劃令超過18,000間企業受惠，幫助穩住超過31萬名僱員的職位，在「撐企業、保就業」方面發揮了積極的作用，並獲得業界充分的肯定。

和以往一樣，除申請期延長外，「特別信貸保證計劃」的其他規定和安排維持不變。自2009年6月15日起，政府為貸款機構所批貸款提供八成信貸保證，每家企業的最高貸款額為1,200萬元；其中600萬元可用作循環貸款。所有在香港按照《商業登記條例》（第310章）登記及有實質業務運作的企業（上市公司、貸款機構及其相關者除外），並在2008年12月15日前最少已營運一年，及在《銀行業條例》

所界定的任何認可機構沒有任何未償還的壞帳，均可申請。

此外，截至今年5月31日，在常設的「中小企業信貸保證計劃」下，工業貿易署共批出22,463宗申請，涉及貸款總額超過306億元。受惠企業超過12,000家，幫助穩住超過10萬名僱員的職位。

「中小企業市場推廣基金」的最新情況

政府透過「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。中小企業每次申請可獲的資助額上限為5萬元；而每家中小企業的累計資助上限為15萬元。基金的資助項目包括參與以出口市場為目標對象的展覽會和考察團，以及在貿易刊物或合資格的貿易網站刊登廣告。最新的合資格貿易網站名單，可參閱工業貿易署網頁（www.smefund.tid.gov.hk）。

自從2008年3月加強措施推出以來，基金的申請數目顯著上升，在2009-10年度更達破紀錄的31,339宗，比上年度再增加42%，可見基金十分切合中小企業的需要。截至2010年5月底，「中小企業市場推廣基金」已批出超過102,700宗申請，涉及的資助額約15.7億元。

查詢

詳情可瀏覽工業貿易署網頁（網址：www.smefund.tid.gov.hk）及下載上述各項資助計劃的申請書和指引。查詢請致電2398 5132（特別信貸保證計劃組）/2398 5129（中小企業信貸保證計劃）/2398 5127（中小企業市場推廣基金組）。

《中國香港與新西蘭 緊密經貿合作協定》

香港於2010年3月29日，與新西蘭簽訂《中國香港與新西蘭緊密經貿合作協定》（《協定》），標誌兩地在貿易和經濟合作上邁向新里程。在財政司司長曾俊華和其他嘉賓見證下，商務及經濟發展局局長劉吳惠蘭與新西蘭貿易部長Tim Groser在香港舉行的儀式上簽署《協定》。

《協定》是香港與外地經濟體系訂立的首份自由貿易協定，亦是繼《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》後，簽訂的第二份自由貿易協定。《協定》不但開啟了香港國際貿易的新一頁，亦為我們創造新的機遇。它將提供誘因，吸引新西蘭企業來港投資，並帶來它們寶貴的專業技術和經驗。待完成所需的內部程序後，《協定》預計於本年第四季生效。



《協定》簡介

《協定》是一份涵蓋全面和高質素的自由貿易協定，當中包括貨物和服務貿易自由化的措施，便利投資及商務人員流動的條文。《協定》的主要內容概述如下：



貨物貿易方面，《協定》生效後的首兩年內，香港原產貨物出口往新西蘭，超過90%稅目的關稅將可獲豁免。新西蘭並將於六年內，全面撤銷對所有香港原產貨物的進口關稅。



服務貿易方面，香港服務提供者及他們所提供的服務在新西蘭市場享有確定的優惠待遇。就市場准入而言，新西蘭市場內的多個服務行業，將不會在外來資金、服務提供者或服務業務的數量、服務交易價值、僱員人數、法律實體類別或聯營規定各方面，設任何形式的限制。香港服務提供者無須在新西蘭成立或經營任何形式的企業，又或定居，以作為提供跨境服務貿易的條件。在相類似的情況下，香港的服務提供者及其所提供的服務也可在多個界別享有與新西蘭同業獲得的同等待遇。

展望

我們相信《協定》將會增加香港和新西蘭兩地貿易和投資的流動，為業界帶來更多商機。我們期望業界能充分利用《協定》，開拓新西蘭市場的潛力。



商務人員流動方面，在不影響合理的出入境管制的情況下，屬於指定服務界別的商務旅客、企業內部人員調動、及安裝或服務人員類別的香港商務人員，將可以優惠條件獲准臨時進入新西蘭境內。



促進投資方面，為進一步提高雙邊投資流動，兩地同意磋商一份《協定》下的《投資議定書》，並致力於《協定》生效後兩年內完成有關談判。投資談判將涵蓋加強促進和保護雙方投資的元素，如非歧視、公正公平的待遇，以及投資的全面保障等。



改善營商環境方面，《協定》亦包含條文，以減少使用貿易救濟措施、推動競爭、確保有效保護知識產權，以及促進彼此的政府採購市場准入等。雙方並同意就清關程序、技術性貿易壁壘，以及衛生與植物衛生措施方面加強合作和致力減少營商壁壘。

掌握環保商機 開創消費潮流



沙塵暴、旱澇驟增、氣溫上升、冰層溶化……隨著全球人口不斷膨脹，經濟活動越益頻繁，氣候和環境正在急劇轉變，為人類帶來各種威脅，保護環境已成為全球刻不容緩的工作，而民間日漸高漲的環保意識亦開始影響日常生活和消費習慣。在營商層面亦對一些專營禮品和家品的公司創造了莫大商機——透過生產和銷售環保禮品和家品，既可以直接減少對環境的損害和宣揚環保訊息，又可以帶來利潤，可謂一舉兩得。

我們走訪了3家專營環保禮品和家品的中小企業，縱然他們的產品和經營模式不盡相同，但他們的營商理念卻是如出一轍，就是致力把環保融入顧客的生活中，成為新時代的消費態度。

環保禮品掛帥 年輕創業先鋒

「綠星火」是一家提供環保禮品訂造服務的貿易公司，產品以環保袋為主，亦兼營文具、餐具、雨傘、收音機和家居擺設等。「綠星火」既然標榜環保意識，在原材料選用方面，自然以天然、容易分解、不危害環境、及鼓勵循環再用為大前題。這些原材料包括米糠、竹炭、棉布、黃麻布、回收膠樽等。

年輕的合夥人之一的施躍翔在大學階段已捕捉先機，兼職經營環保禮品生意，承接大學學生團體的紀念品製作訂單；他其後眼見政府在2008年中實行塑膠購物袋環保徵費計畫，而市民的環保意識也日漸增強，再加上市場上以環保為主題的禮品訂造服務公司當時寥寥可數，於是便花了半年時間搜集資料和研究，並在2009年初正式成立「綠星火」。

「綠星火」推出市場的第一件產品，是一個自己設計的摺疊式環保袋，袋身在摺疊後的體積僅如鑰匙扣般大。施躍翔表示，當時他察覺到年青一代普遍有深厚的環保意識，但礙於傳統的環保袋不利攜帶而放棄使用，於是「綠星火」便設計外型輕巧的環保袋，迎合年青人的喜好，並將產品透過報攤分銷，方便顧客購買用來盛載報紙，結果市場反應良好，贏得口碑和支持。現時公司主力為客戶提供環保禮品訂造服務，客戶不乏大型商業機構和政府部門等。

施躍翔高瞻遠足，洞悉內地廠房的印刷技術參差，而印刷效果往往是產品成敗的關鍵，因此，除了在香港設有辦公室外，「綠星火」最近還在內地設有廠房，專門



施躍翔在大學階段已捕捉先機，兼職經營環保禮品生意，承接大學學生團體的紀念品製作訂單。

負責印刷產品上的圖案。此外，為了爭取產品曝光的同時又無須花費巨額金錢在宣傳上，「綠星火」決定採用電子營銷，利用互聯網這個連接世界各地的平台進行推廣，而在編寫公司網頁時施躍翔亦下了不少功夫，例如參考有關書籍和其他公司的網頁，借鏡別人的成功經驗，使公司的網頁在網上搜尋結果清單上排列在有利位置，提升網頁點擊率。

施躍翔坦言，由於網上資訊發達，生產和銷售環保禮品這門生意的入行門檻不算太高，但有意加入的中小企朋友必須事前做足資料搜集，在各式各樣的禮品中認真作出篩選，並加入創意，迎合市場口味，這樣才能保持競爭力，取得成功。



「綠星火」推出市場的第一件產品，是一個自己設計的摺疊式環保袋。



「綠星火」既然標榜環保意識，在原材料選用方面，自然以天然、容易分解、不危害環境、及鼓勵循環再用為大前題。

環保照明亮萬家 節能減排集一身

香港擁有「東方之珠」的美譽，坐落在維港兩旁的建築物之外牆，每日隨著夜幕低垂，即展現一幅璀璨耀目的圖畫。不過，大家可曾想過，在美麗的光與影背後，會為環境構成多少損害？近年來，各國政府無不致力發展高效能、低污染的能源使用方式，而LED（發光二極管）便在這股趨勢下，逐漸為照明產品市場所接受。「LightEveryDoor」便想到把LED燈和創意

結合，創製傳情達意的燈具擺設，打入家居燈飾的市場。



「LightEveryDoor」為青少年顧客設計了「心意禮物燈」，它的外型猶如一支「波板糖」，正面是各式各樣的卡通和彩畫，背面可供顧客寫上祝福語句。

說LED燈是高效

能、低污染的產品，是基於其使用壽命長達35,000至50,000小時，遠遠拋離傳統鎢絲燈泡的1,000至2,000小時，更為重要

的是能源效益較高，能夠有效削減用電量，節省電費開支。此外，與傳統光管不同，其生產過程不涉及水銀，棄置時也不會產生大量有毒廢物。

顧客可以把「Galen 多用途LED燈」當作一張椅子坐，或當作茶几用來放杯子等東西。



「LightEveryDoor」負責人張美華介紹，公司致力設計和製造適合家居不同場所使用的LED燈具，並會在過程中加入創意，使產品兼具美感和實用性。

例如一款名為「Galen 多用途LED燈」，利用了LED可以調節光暗的特性，透過光度深淺的變化，營造一個舒適平和的氣氛；它特備的「慢速閃爍」功能，能夠模仿人的深呼吸速度閃爍，幫助顧客在注視燈光的同时調節呼吸，達到放鬆心情的效果；而更為有趣的是，基於LED燈的低溫特性，顧客可以把Galen當作一張椅子坐，或當作茶几用來放杯子等東西。此外，

「LightEveryDoor」亦專為青少年顧客設計了「心意禮物燈」，它的外型猶如一支「波板糖」，正面是各式各樣的卡通和彩畫，背面可供顧客寫上祝福語句。把它送給親友，便成為一份既實用、又窩心的禮物。



「LightEveryDoor」的項目總監李先生想到把LED燈和創意結合，創製傳情達意的燈具擺設，打入家居燈飾的市場。

張美華認為，環保產品應該是多功能的，才可以物盡其用。現時「LightEveryDoor」的LED燈具，均由自己的設計人員負責外觀和照明系統設計，再裝配LED製造商所供應的LED燈。

「LightEveryDoor」的主要客戶集中於海外市場，透過專門售賣時尚精品和家品的網站，成功把產品打入歐美市場，此外「LightEveryDoor」亦積極參加境外市場的展覽會，著手開拓新興出口市場。在本地市場方面，「LightEveryDoor」則透過連鎖書店、禮品店和家居用品店分銷產品。此舉一方面可以節省開設零售店的成本，亦可以借助連鎖店鋪的商譽和分銷網絡，提升產品的知名度和曝光率。

張美華表示，LED燈具的境外和本港市場發展潛力不俗，並堅信這門生意大有可為。隨著生產LED燈技術不斷進步，將來其應用範圍將會愈來愈廣，「LightEveryDoor」亦會把握時機，繼續致力生產和設計不同的燈具來迎合市場的需要。

提高簡約生活品味 環保產品潮人必備

很多人認為環保產品只等於自然和無添加，難以跟「潮流」和「型格」沾上關係。不過，「ECOLS」(代表 ECO Lifestyle)創辦人之一的Phoebe Yuen卻藉著公司出售多款色彩斑斕、外型時尚的產品來打破這固有觀念，展示環保產品也可以充滿時代感，並且融入日常生活中每一個的細節。

Phoebe在創立「ECOLS」前是從事LED燈推廣工作的，她有感環保的生活應該是全方位的，並非只局限於能源使用方式，於是便萌生創業意念開設一間環保產品的專門店，遂於2009年初成立「ECOLS」。位於中環的「ECOLS」兩層門市，上層為LED照明系統的陳列室，下層則擺放著許多嶄新的循環再造產品，例如分別用棄置的車胎、糖果包裝紙和汽水罐拉環製成的手袋、用單車鍊製成的開瓶器、用洗衣機零件製成的名片座，以及用棄置塑膠製成的傢俱等。每款產品的設計均緊貼潮流，閃耀時尚風采，極具吸引力！



「ECOLS」創辦人之一的Phoebe Yuen認為環保產品也可以充滿時代感，並且融入日常生活中每一個的細節。

為了向客人灌輸環保概念，Phoebe會為每件產品評分，而分數是根據四個準則而釐定。第一是原材料：選用的原材料，是否可以自然分解或循環再用？第二是生產過程：整條生產鍊由原材料採購至產品送到消費者手中是否把浪費減至最低？第三是創意：不論是原材料選用或是產品設計，是否呈現出嶄新思維？第四是風格：產品款式是否新穎、時尚？透過這個評分機制，她希望鼓勵顧客在購物時，可以從多角度衡量一件環保產品的價值。與此同時，「ECOLS」積極支持公平貿易，部分產品由巴西、秘魯和墨西哥的社區組織人士親手製造，而產品上均會標明製造者的名字，以表揚他們為環保作出的貢獻。

對於零售商戶而言，要吸引客人，門市的選址尤其重要。Phoebe表示她在物色舖位時花了不少功夫和時間，現時中環的門市能接觸到一群對環保的認知和接受程度較高的顧客。在顧客服務方面，Phoebe透過日常管理店鋪的運作細節來提高員工的環保意識，使他們潛移默化，更熱誠用心地向客人推銷產品，宣揚環保訊息。在宣傳方面，「ECOLS」會舉行環保產品展覽和在其他購物區開設短期銷售點，亦會透過各種媒體增加知名度。

Phoebe表示，環保產品零售行業在本地雖然仍在萌芽階段，她卻堅信環保是貫徹一種生活態度，與大家日常生活息息相關，因而商機無限；

Phoebe未來會繼續積極從世界各地搜羅設計緊貼潮流的環保產品，堅守綠色理念來經營「ECOLS」。



「ECOLS」每款產品的設計均緊貼潮流，閃耀時尚風采，極具吸引力。

電子營銷 開拓銷售新紀元



與客戶作有效溝通，是企業通向成功的其中一條重要鑰匙。但相反溝通若不能配合客戶的特質和需要，便只會事倍功半，甚或徒勞無功。自從互聯網在90年代開始流行，電子營銷已普遍成為企業向客戶推銷產品和服務的渠道。然而，貿貿然漫無目的地發送電郵則只會被視作垃圾電郵，未必有助營銷。有見及此，郭正光在2000年創辦雷克系統有限公司(Radica)，專門為企業按照其客戶對象的特性設計適合的電郵群組，避免製造垃圾電郵。企業大大提升溝通效率之餘，亦能因棄用宣傳單張而減少砍伐樹木，有利保護環境。故此，愈來愈多大企業喜歡選用這種個人化的電子營銷渠道。

把握機會 勇於創新

郭正光說，Radica專門研究為企業發放個人化營銷電郵的方案。這些方案會根據收件者的性別、年齡、收入、嗜好和瀏覽習慣等的特性，發送度身訂造的個人化電郵，一方面減少對一般互聯網用戶發送的電郵數量，避免造成電郵滋擾，另一方面，能幫助企業覷準其目標客戶群組，進行切合其產品特質和客人需要的宣傳，增加成效。



郭正光獲得「2009年度AD100網路廣告風雲人物大獎」，成就超卓。

Radica成立至今不過短短10年，已經成為業內的「一哥」。

許多世界著名品牌均是

其客戶，採用它的電子營銷方案，直接與顧客連繫，取得顯著的成績。與此同時，Radica進軍內地市場才1年，經已獲評選為「2009年互動營銷世界一金營銷大獎最佳技術獎十強」，而郭正光本人亦同時獲得「2009年度AD100網路廣告風雲人物大獎」，成就超卓。

促使郭正光創立Radica的動力，源自他昔日求學時的經歷。他在大學修讀有關數碼媒體的課程時，有位教授勉勵他要把握機遇，趁年輕作多方面的嘗試。而在1997年一次到北京大學的交流中，他目睹內地互聯網技術的急速發展和滲透，短短兩三年間，經已把與歐、美等地大學訊息互通的時間，



郭正光在2000年創辦雷克系統有限公司(Radica)，專門為企業按照其客戶對象的特性設計適合的電郵群組，避免製造垃圾電郵。

由數天縮短至1天。他看見了市場有採用針對性電子營銷的需要，又深信內地互聯網技術在未來必定大有可為，於是大膽嘗試，在2000年與朋友成立了Radica。

科研取勝 無懼競爭

郭正光表示，Radica的成功，在於三個元素。第一，現時各國環保意識日益高漲，電子營銷可以節省紙張和印刷油墨，正好順應時勢，所以能大行其道。第二，電子營銷最著重其成效，Radica針對性的電子營銷方案能向企業客戶提供準確的營銷成效資料。最後也是最重要的，是個人化的電子營銷能夠把顧客的反應和意見，即時回饋給企業，企業因此能夠迅速回應客戶的訴求，大大提高競爭力。

一個具有龐大發展潛力的市場，自然吸引商家加入戰團。郭正光不諱言，近年愈來愈多新力軍加入，想在電子營銷市場分一杯羹。憑著有競爭才有進步的信念，Radica無懼競爭。再者，愈多公司從事電子營銷，也會讓愈多行業認識這門生意；作為業界「一哥」的Radica，反而能夠受惠。郭正光認為，Radica最大的優勢，在於其擁有強大的科研隊伍，能夠為不同企業設計出最適合的電子營銷方案，同時提供十分可靠和穩定的表現。此外，Radica透過多年來與大型企業合作，成功獲得客戶的信賴及口碑，業務穩步上揚。

北望神州 探索歐美

郭正光坦言，在創業初期，沒有人看好個人化電子營銷。但他就是抱住鍥而不捨的精神努力不懈，才能夠獲得今天的成果；十年寒暑，公司的規模經已由原先的十多人，擴展至數十人，更在內地、新加坡和澳洲等設有分公司。故此，他寄語每一位創業者，要相信自己的眼光和價值，向明確的目標投入幹勁，享受拚搏的過程，切忌急於求成。

展望未來，郭正光的計劃重點在於開拓內地市場。內地不少著名品牌在使用電子營銷接觸顧客方面仍在起步階段，預期市場將會以倍數增長。有見及此，他會花更多時間在內地分公司，親身掌握內地的營商脈搏。與此同時，他亦會緊守本港市場，期望業務穩定增長，進而拓展相對成熟的歐美市場。郭正光的目標，是要把電子營銷的科技和相關意念，推廣至世界不同角落。

Radica的規模經已由原先的十多人，擴展至數十人，更在內地、新加坡和澳洲等設有分公司。



中小企業發展支援基金

中小企業發展支援基金（“基金”）一直透過資助工商專業團體、支援組織、研究機關等非利潤分配機構，推行不同型式的項目，以提升香港中小企業整體或個別行業的競爭能力。每個獲批項目最高資助金額為200萬元，或該項目總支出的90%，以金額較低者為準。

近年中國政府積極擴大內需，因此「建立品牌、拓展內銷」已成為香港企業發展的大趨勢。香港的中小企業都希望建立自己的品牌，在龐大的內需市場中分一杯羹。基金在2009年資助多個項目，協助中小企業推廣香港品牌產品，提升品牌價值，及制訂針對內地市場的銷售策略。以下是幾個在去年獲得基金資助的有關項目。

(一) 品牌有價：中小企創建強勢品牌之道

中小企業明白到建立品牌，有助它們在激烈競爭中突圍而出。有見及此，香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會得到中小企業發展支援基金資助，進行一項有關品牌價值的研究，協助中小企業了解及制定品牌策略，建立強勢品牌。項目透過面談及焦點小組訪問，探討中小企業在品牌開創和管理所遇到的問題，然後撰寫專題個案。項目亦包括研討會和工作坊，並設立專門網站及網上培訓手冊，以增強中小企業對建立品牌的認識。項目於2009年10月展開，為期十五個月。

(二) 香港中小企中國內銷支援計劃

在國家積極推動工業升級轉型的政策下，在珠三角從事生產的港資製造商，都希望從加工貿易企業轉型為內銷企業。在過程中，很多中小企業都遇到困難，例如缺乏打造品牌的知識，難以尋找合適的內銷渠道，以及如何接觸到目標客戶等。有鑒於此，香港中小企業國際交流協會得到基金資助，推行「香港中小企中國內銷支援計劃」。透過研究六大行業（即鐘錶、珠寶首飾、家用電器、服裝鞋帽、個人護理及食品加工），在廣東省進行內銷成敗因素的調查，並把結果歸納為實用指南，協助中小企業提高內銷的知識及能力。項目於2010年1月展開，為期十二個月。

(三) 設立「香港館」，推廣香港模具業

面對海外及內地同業的激烈競爭，香港工業總會與香港模具協會攜手合作，成功向基金申請資助，於2009年的「廣州國際模具應用與設計及製造技術展覽會」（Asiamold 2009）設置「香港館」，展示香港模具業的最新技術及優質產品。為期三天的展覽會於去年9月完滿結束。超過10,000位來自世界各地的業內人士，透過在香港館內設立的模擬生產線，對香港模具業的實力及競爭優勢，有更深入的認識。項目為期八個月，已於2010年1月完成。

查詢

中小企業發展支援基金秘書處：
電話：2398 5125或2398 5128
電郵：sdf_enquiry@tid.gov.hk
網頁：www.smefund.tid.gov.hk

2009香港工商業獎

香港工商業獎由香港特區政府全力支持，旨在表揚在不同範疇有傑出表現的香港企業。

「2009香港工商業獎」頒獎典禮已於2010年1月18日圓滿舉行，並獲行政長官蒞臨主禮。當晚共有68家表現優秀的本地企業獲獎。大獎得獎者簡介如下：



消費產品設計大獎

金昇家品有限公司

得獎產品：Pro-Balance 刀具

金昇家品首席設計師秉承家族30多年來為歐洲著名品牌生產高質廚具的優良傳統，不斷精益求精，開發和生產多款出類拔萃的產品。其精湛的設計在日本及歐洲屢獲獎項，Pro-Balance 刀具乃近期之佳作——中空之刀柄，配以可分離的調重系統，可按個人需要加入不同重量砵碼，以收平衡輕重之效，同時減低長時間切削而產生之疲勞。優質不銹鋼加上引自日本的先進製造技術，使每位使用者都能擁有個人獨有之廚刀，盡享入廚之樂。



機器及機械工具設計大獎

堅毅工程有限公司

得獎產品：環保移印系統



環保移印系統是一套融合多種創新設計、關注環境保護的生產系統。該系統包括專利密封油杯、激光蝕刻機及UV油墨工藝。密封油杯設計可節省油墨和開油水；激光蝕刻機代替舊式使用菲林和酸劑的化學蝕刻過程，直接標刻印刷板，配合CAD系統，保證印刷圖案定位精準無誤；UV油墨減少使用75%開油水，及達到快乾的效果。該系統同時可快速轉換印刷工作。該產品設計靈活，是一個既環保、經濟又高效的系統。

顧客服務大獎

香港中華煤氣有限公司

煤氣公司為市民提供一系列的產品和全方位優質服務，從煤氣的生產及輸配，以至煤氣及爐具的銷售，一應俱全，並配合完善的售後服務。他們的使命是為客戶供應安全可靠的煤氣，並提供親切、專業和高效率的服務，同時致力保護及改善環境。

煤氣公司的服務文化首重客戶得益，不斷推出創新服務。近年，煤氣公司引入「突破優質、追求卓越」的服務理念，全方位提升服務水平。



環保成就大獎

金德精密五金有限公司



金德的業務包括生產辦公室文儀器材、電腦、通訊、汽車工業、醫療器材、模具製造的精密五金零件以及部件組裝服務。金德關注工業環保，並不斷提升各項環保新設施及系統，力求工業對環境「零污染」。他們亦著重對環境保育及培訓，透過「多方位環保推廣計劃」以不同渠道鼓勵員工、客戶、供應商及社會團體推行環保改善提升環保意識。

金德通過環保改善措施，每年大量減少排放二氧化碳、工業廢水和揮發性有機化合物，並節省紙張的用量。

生產力及品質大獎

富士施樂(香港)有限公司

富士施樂致力提供業內最佳的文件管理產品，方案和服務，涵蓋辦公室數碼多功能設備、辦公室耗材、鐳射打印機、企業數碼出版及印刷系統。富士施樂亦為客戶提供多元化的數碼文件管理軟件方案、託管式打印服務、文件外判服務及業務流程服務。這一系列解決方案及服務適合各大小企業使用，協助他們有效運用知識來提升生產力，創造盈利及提升競爭優勢。富士施樂視「品質」為企業的核心價值，不斷為顧客提供創新的產品及服務。



科技成就大獎

恆進信息科技有限公司(CSL)



CSL是一家集設計和製造RFID（射頻識別）讀寫器、天線、RFID標籤的企業。其CS-101手持超高頻讀寫器的特點包括：具有最遠的讀標籤距離、具有最高的讀標籤速率，以及獨一無二的標籤搜索功能。

CSL的即時定位系統，是專門為採用「到達時間」測距技術的即時定位系統而優化的無線協定層，並提供完全免費的源編碼，以及一個在任何場所都不需要特定的校準，亦可以在100平方米的場所使用時，不到一小時即可安裝的系統。



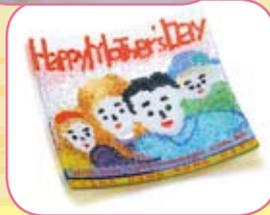
(左)Cube vending Day & Night創辦人鄭仲勳
(左二)Rainbow Mosaic創辦人黃銘恩
(左三)香港青年協會督導主任鄧良順

香港青年協會的「香港青年創業計劃」(Youth Business Hong Kong)獲得「青年創業國際計劃」(Youth Business International)認可，成為全球推動此計劃的40個地區之一，專為18至35歲有志創業的青年提供創業免息貸款、創業導師及業務支援、資訊及網絡，全力成就青年人的創業理想。計劃自2005年7月推行至今，共支持79項業務的127位創業青年，當中64%的業務能持續經營三年或以上。以下是其中兩位創業青年的故事。

香港青年創業計劃

彩虹玻璃

每個家庭都有很多玻璃製的器皿用具，但以精緻手工製作成的玻璃精品、裝飾品和藝術品，亦可用來點綴家居。今次受訪主人翁黃銘恩(Fiona)正是創作出多款手作玻璃來創業。她的作品包括裝飾碟、杯墊、鏡框等，以「香港創造」突顯百分百本地手工，用創意將普通的玻璃塑造成不平凡的作品。



Rainbow Mosaic的玻璃製品採用了美國進口的純淨彩色玻璃，有多種顏色，比七色彩虹還要多。

Rainbow Mosaic是Fiona的工作室名字，起名的原因是她的玻璃製品，採用了美國進口的純淨彩色玻璃，有多種顏色，比七色彩虹還要多，可選顏色多達二十款，單是排在一起來看，色彩已經非常艷麗；另外Fiona把不同色彩的原塊玻璃砌割成不同形狀的玻璃碎片，再以馬塞克拼貼的手工方法把玻璃碎片拼貼成一幅幅圖案，然後經過加工製成一件獨一無二的玻璃精品，看起來像彩虹一樣色彩斑斕。故她的工作室取名自彩虹馬塞克，中文名則為彩虹玻璃。

「囍」字不論對中國或外國人而言，都與婚禮有關，而習慣上婚禮的主人家都會給賓客回禮。因此，Fiona想到創作一款適合成為婚宴送贈的禮品。【囍碟】外形是一個細細的正方形，並刻有「囍」字的碟形擺設，混合了中西合璧的概念。Fiona大膽地打破了傳統的中國文化，衝破盡是紅色的框框，並加入西方的冷暖色調，在十二種色彩艷麗的透明玻璃上，簡單地併貼一個「囍」字，既保留中式文化，亦帶來豐富的視覺享受。

除了婚宴「囍碟」外，另一款特色禮品則是以節慶、特殊的紀念日為題，可以按客人的需要加上特定字句，如母親節時，在裝飾碟上拼貼出一幅家庭的圖案，更寫上「Happy Mother's Day!」，還可加上客人的名字，別具創意。

Cube vending Day & Night

另一位創業主角鄭仲勳 (Daniel)，所創立的公司Cube vending Day & Night，為商業機構、大學等免費安裝24小時服務的自助即磨咖啡售賣機，向職員和學生售賣即磨咖啡。

Daniel在大學修讀工程，投身社會工作後，已經對自動售賣機有深厚的興趣，一直都想開創一番事業，「起初是想引入一些比較特別而香港沒有的自動售賣機，例如拉麵、雪條，但後來諮詢了一些朋友的意見，而自己對咖啡又有一定的認識，所以便開始了這盤生意。」



Daniel為了吸引更多客人，每月更新售賣機內不同款式的咖啡豆，更會在售賣機旁附有咖啡的資料。

Daniel是一個熱愛咖啡的人，更想將一個熱愛咖啡的文化帶給香港人，「我自己對咖啡是有一定的要求，即磨咖啡和即溶咖啡是有很大的分別。另外，因為我在加拿大讀書時，晚上很難買到咖啡，所以很想在香港加班時也可以喝到咖啡。」而Daniel現在創造了自己的咖啡品牌

Mind Coffee，意思是指喝咖啡可以令大腦精神一些。

現時香港的咖啡自動售賣機幾乎全都是即溶咖啡，暫時未有即磨咖啡的自動售賣機，Daniel為了吸引更多客人，每月更新售賣機內不同款式的咖啡豆，例如今個月可以選擇巴西豆，下個月則可以換哥倫比亞咖啡豆，更會在售賣機旁附有咖啡的資料，令客人知道自己正在喝甚麼咖啡，而為了方便更多客人，每部機除了有七種咖啡可以供客人購買外，還有其他的熱飲，例如好立克、阿華田等，令客人有更多的選擇。

查詢

香港青年協會

網址：<http://ybhk.hkfyg.org.hk>

地址：新界荃灣海盛路祈德尊新邨商業中心三樓

聯絡及查詢：3113 7999 傳真：3170 6173

電郵：ybhk@hkfyg.org.hk



信保局致力支援 出口商拓展業務

香港出口信用保險局(信保局)一直致力為香港出口商提供出口信用保險服務，並會為出口商評估買家信貸狀況及付款能力、就放帳形式與限額提供意見。信保局亦可為客戶度身設計保單，配合出口商的不同需要，協助他們有效管理放帳風險，在業務上大展拳腳。

環球經濟在2009年下半年開始逐步回暖，出口商仍非常關注2010年整體經濟復甦進程；為此，信保局特別在2010年1月初舉辦研討會，與業界共同探討應如何訂定出口策略、把握貿易商機的問題。為協助出口商迎接新挑戰，及在後金融海嘯期保持謹慎營商的態度，信保局亦已將專為支援出口商而推出的免費買家信用評估服務，延長實施至2010年9月30日。

免費買家信用評估服務是信保局因應金融海嘯而推出的支援措施之一，自2008年10月起，每位出口商可免費獲得三個買家信用評估及諮詢，出口商只須提交買家名稱及地址，便能獲得專業評估服務，有效減輕放帳風險。截至今年2月底，信保局合共接獲逾5千宗關於買家信用狀況的評估申請，服務推出至今，受助出口商逾2,500名。

是項免費買家信用評估服務原定實行至2008年年底，但鑑於全球信貸危機對於作為香港經濟支柱之一的出口業造成的影響持續，信保局將措施多次延續，至今年3月31日；現因應出口商特別是中小企，對買家付款能力最新資訊的需求依然殷切，信保局再延長措施至2010年9月底，以便更多出口商能夠受惠。

另外，信保局亦已延長豁免保單年費一年的安排至2010年年底，在該項措施下，凡保單於2010年12月1日或以前生效，均可獲豁免保單年費1,500元。

作為支持出口貿易的機構，信保局自2008年第四季至今已推出多項措施協助出口業界應對金融海嘯，包括加快審批100萬元或以下的小額信用限額申請、在收到足夠資料下，將審批信用限額申請時間由5天縮短至2至3天、按個別情況，以墊底費及較低賠償率為出口商承保風險、



為協助出口商迎接新挑戰，及在後金融海嘯期保持謹慎營商的態度，信保局亦已將專為支援出口商而推出的免費買家信用評估服務，延長實施至2010年9月30日。

調高8個新興市場評級等。香港特區政府又在2009年2月，將對信保局承擔的法定最高負責總額由150億港元增至300億港元，為香港出口商提供更大支援。

電子商貿方面，信保局最近已提升其一站式網上電子平台「信保易」(www.ec-link.com.hk)的功能，保戶可使用這個方便的平台管理保單，包括提交信用限額申請、管理買家組合的信用限額、申報貨運、以至申請延長買家付款期限及更改付款條件。「信保易」可供信保局與客戶交換資訊，出口商可以隨時隨地透過此平台投保，如果保單賠償權益已根據授權書轉給銀行，有關銀行也可透過「信保易」，查閱相關保戶的買家的信用限額及申報貨運記錄。保險中介人亦可透過「信保易」為其客戶申請保單，並可登入「信保易」的專用帳戶，查閱相關保戶的買家信用限額及申報貨運記錄，為其客戶提供更有效率的服務。

「信保易」商貿平台亦加設了「經濟資訊」專區，內含「破產資訊」、「賠償統計」及「市場資訊」三方面資料。「破產資訊」提供本地主要出口市場的最新破產統計數字、趨勢及企業破產訊息；業界也可在「賠償統計」部分得悉信保局接獲主要出口市場的付款困難個案統計。「市場資訊」則提供主要出口市場、中國內地、香港以至新興市場的經濟數據，亦會蒐集主要國家的資訊與相關數據，包括國內生產總值、零售銷售、通脹率、失業率等。「經濟資訊」會定期更新，務求可以為出口商提供最新資料，從而有效地協助出口商拓展商機。

出口商如有查詢，可致電2732 9988或透過電郵 info@hkeic.com預約見面。

認識複製及分發罪行



為加強保護以刊印形式出版的版權作品，經《2007年版權(修訂)條例》及《2009年版權(修訂)條例》修訂的香港法例第528章《版權條例》增訂了一項簡稱為「複製及分發罪行」的刑責(下稱為「此罪行」)，香港特區政府已刊憲公告此罪行的適用條文將於2010年7月16日起實施。

新增條文適用於營商或經營業務的個體或機構，不管其業務是牟利與否，非牟利教育機構則除外。

此罪行的元素及適用範圍

此罪行旨在打擊在未經授權下大量製作或分發四類刊印出版物(即報章、雜誌、期刊和書籍)中版權作品(總稱為「刊印作品」)的侵權複製品。具體來說，若機構為貿易/業務的目的或在貿易/業務的過程中進行具下列元素的活動，機構及負責其內部管理的董事/合伙人/人員均可能觸犯此罪行 -

- (i) 未經版權擁有人授權；
- (ii) 定期或頻密地；
- (iii) 為分發而製作或分發「刊印作品」的侵權複製品；
- (iv) 其製作或分發程度超逾「法定的數字界線」(見下文解釋)；
- (v) 從而導致版權擁有人蒙受經濟損失。

分發實物複印本及以電郵或傳真分發電子掃描複印本都在此罪行的適用範圍內。在沒有取得版權擁有人的適當特許下進行的業務活動因而可構成此罪行的例子包括 -

- (i) 每天影印大量報章及雜誌內的文章，複印本供機構管理層內部參閱。
- (ii) 掃描大量期刊或書籍內的文章，掃描複印本供每月舉辦的培訓課程參加者使用。

不在此罪行適用範圍內的作品或活動¹，包括電子出版物，例如電子書籍、網站內容及網誌等；及通過互聯網、機構的內聯網或其他私人網絡分發侵權複製品²(經由電郵或傳真分發則除外)。

法定數字界線

為防止業務最終使用者不慎觸犯此罪行，法例訂立以下兩套數字界線指明此罪行不適用的範圍。

第一類別 - 報章、雜誌或期刊(學術期刊除外)

在任何14日內，為分發而製作或分發不超逾500版「侵犯版權頁」。

具備下列條件的頁面會被計算為壹版「侵犯版權頁」：

- (i) 頁面為A4尺寸並載有整體或部分的侵權複製品；及
- (ii) 頁面載有每份整體或部分的侵權複製品的影像尺寸與原來版權作品的影像尺寸相同。

¹ 儘管如此，涉及這些作品或活動的業務盜版行為仍可招致民事侵權的法律責任，亦可能觸犯版權條例內的其他刑責。

² 此罪行暫不適用於內聯網分發，直至當局為此類分發訂明合適的數字界線。

³ 書本的價值為出版商印於該書本內或該書本上的零售價，如沒有此零售價，則書本的價值為 -

(i) 出版商在給予任何折扣前建議的書本零售價；或 (ii) (如沒有(i)所述的零售價)書本易於確定的市價。

⁴ 某期學術期刊的價值為出版商印於該期期刊內或該期期刊上的零售價，如沒有此零售價，則該期期刊的價值為 -

(i) 出版商印於該期期刊內或該期期刊上的訂閱價，除以訂閱期所包含的期數；或

(ii) (如沒有(i)所述訂閱價)出版商在給予交易者或顧客任何折扣前建議的訂閱價，除以訂閱期所包含的期數。

⁵ 某期學術期刊內某文章的價值為出版商在給予交易者或顧客任何折扣前所建議的文章零售價。

第二類別 - 書本或學術期刊

在任何180日內，為分發而製作或分發的侵權複製品的總值不超逾港幣6,000元。侵權複製品的價值，依下列表述方法計算 -

製作或分發的每組侵權複製品	如何評估每組侵權複製品的價值
載有 (i) 某書本總印刷頁面的25%或以下； (ii) 某期學術期刊總印刷頁面的25%或以下但不載有該期期刊任何一篇完整文章	無須計算此組侵權複製品的價值
載有某書本總印刷頁面的25%以上	該書本的價值 ³
載有某期學術期刊總印刷頁面的25%以上	該期學術期刊的價值 ⁴
載有某期學術期刊總印刷頁面的25%或以下，但包含該期期刊其中一篇或多於一篇完整文章	有關文章的價值 ⁵

機構負責人的刑事責任

為提高機構的問責意識和促使機構負責人對業務管治承擔應有的責任，避免作出業務最終使用者盜版行為，新例訂明機構的高級管理人員(即負責機構內部管理的董事/合伙人/人員)須為機構觸犯此罪行而負上刑事責任，然而，如他們能舉出足夠證據證明沒有授權他人進行有關侵權行為，便可以此作為免責辯護。為防止最終使用者因不慎作出盜版行為而招致刑事責任，業務最終使用者應採取妥善步驟規管其機構內使用他人的版權作品時的作業模式。

刑罰

此罪行的最高刑罰是監禁4年及為每份侵權複製品罰款港幣50,000元。

參考資料

政府已印製下列補充參考資料，歡迎公眾在知識產權署網站 www.ipd.gov.hk 瀏覽 -

- 《有關防止業務最終使用者盜版行為的指引》(2010年修訂版) - www.ipd.gov.hk/chi/intellectual_property/copyright/booklet_piracy_in_business_c.pdf;
- 有關此罪行及新修訂《版權條例》中涉及版權保護的常見問題 - www.ipd.gov.hk/chi/intellectual_property/copyright/faq_copyright_protection.pdf。