



中小企脈搏

第二十九期 二零一七年五月



P.3-4 科技券計劃及投資研發現金回贈計劃

P.6 SUCCESS研討會「Facebook營銷創商機」

兩間初創企業的「創業以後」故事

香港近年創業風氣旺盛，加上私人及企業投資基金有如雨後春筍，吸引不少不同背景的人士加入創業行列。本港初創企業的數目在短短幾年間迅速增長，由2014年的約1,000間增加到2016年的接近2,000間。不過，初創企業的「死亡率」亦非常高，甚而有十間初創企業九間會「死亡」的說法。要在風高浪急的市場環境中站得住腳，過程並不簡單。今期「中小企脈搏」〈專題報導〉走訪兩間曾在2015年接受訪問的初創企業——Shopline和Snapask，聽聽它們創業以後的故事。



Shopline創辦人之一兼執行長黃浩昌

善用人際網絡 招聘合適人才

初創企業的資源和規模有限，面對大型企業在招聘市場的競爭，聘用合適人才是一大挑戰，對Shopline來說也不例外。Tony曾經在本港兩間大型傳媒機構工作，體會到在大機構工作的員工，可以很清楚看到公司前景和晉升階梯；初創企業的員工則要靠自己不斷摸索，與公司一同打拼。此外，香港工程師，例如系統工程師供不應求，而Shopline的業務性質，正正需要系統工程師不斷研發產品，這同樣為招聘帶來困難。不過，Tony憑藉過往的工作經驗，累積了一定的人脈，他在朋友轉介下，仍能覓得合適的人才。Shopline團隊由最初三名員工，擴展至現時65人，今年更有望發展成120至160人的團隊。

覓得合適的人才加入團隊，做起事來固然事半功倍，但對於新手老闆來說，人事管理又是另一項挑戰。Tony坦言，過去花了很多時間管理團隊，他不時走出房間，聆聽和了解員工的想法，例如除了手頭上的工作，他們是否希望知道公司的長遠發展；在團隊工作是否愉快；是否滿意工作



Shopline的業務主要是協助客戶開設個人化網店，在不足兩年時間，客戶數目已由2015年的2萬6千名增加到接近8萬；客戶遍佈香港、台灣和東南亞國家；建立逾8萬個網店。Shopline創辦人之一兼執行長黃浩昌(Tony)接受訪問時透露，該公司去年成為阿里巴巴「香港創業者基金」首輪投資的三個項目之一，他計劃將資金用作拓展團隊和發展業務。

兩年前，我們訪問Shopline創辦人之一葉凱文，如今他已經離開團隊；至於Tony的另一拍檔劉煦怡，現時長居台灣，主力負責當地業務。雖然核心團隊出現變化，但Tony慶幸首三名員工至今仍留在Shopline。

環境等。為免員工經常停留在同一個工作層面，Tony每隔一段時間便會安排調位，令他們可以跟不同的人合作，從而擦出新的火花。

把握時機推出產品 目光放長遠

作為初創企業的成功案例，相信不少有意創業或事業剛起步的人，都想知道Shopline的成功要訣。Tony強調時機很重要，創業人士需把握時機推出新產品，不要等到「最完美」才推出，這是一般人常犯的錯誤。他又提到，適當的合夥人是那些背景不同、能夠填補自己缺點的人。這樣團隊就會有不同的經驗和專業知識。

目前香港市場佔Shopline大約3成生意，台灣佔6成，其餘市場則分佈在東南亞地區。回顧創業之路，當中不少事令Tony印象深刻。他說，最初很多客戶都不習慣使用Shopline，「有些客人連網域是甚麼也不知道，有些則把我們當作資訊科技服務商，想把整個網站交給我們管理」。雖然直接為客人管理網站可賺取更多收入，但Tony

卻堅拒這樣做，因為他認為需要維持產品定位和方針，把目光放得長遠。

展望未來，他深信香港的業務可以發展得更好，故希望花多些時間在香港業務上。至於內地市場，他表示暫時未有打算開發，原因是內地用戶已習慣使用淘寶、天貓等網購平台，而且內地的網購文化大不相同，申請相關牌照亦不容易。



Shopline工作之餘舉行的團隊活動



SNAPASK

學生做功課或溫習會不時遇到困難。Snapask創辦人余佑謙 (Timothy)看準市場機遇，研發出手機應用程式Snapask。學生透過月費，便可隨時透過手機發問，平台會按照題目內容與在線導師作即時配對，從而解決功課或溫習上遇到的疑難。兩年來，Snapask的學生用戶已由數萬人飆升至20多萬，用戶遍及香港、台灣和新加坡。Timothy對增長感到滿意，未來將繼續拓展東南亞市場的業務。

華人社會重教育 另類產品迎需求

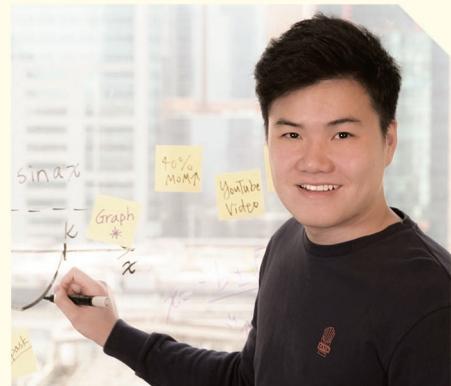
目前大約有一半Snapask用戶為本港學生，三至四成來自台灣，其餘則來自新加坡；未來計劃開發越南、馬來西亞、印尼等地的市場。Snapask在開發海外市場時又有否遇過困難呢？Timothy指，華人家庭會將最多資源投放至教育，因為家長們普遍認為入大學只有一次機會；子女受到良好教育能找到更好待遇的工作，這亦是家長們的長遠投資。他留意到，無論香港還是其他亞洲地方，現有服務如補習社等已漸漸飽和，消費者不再滿足於單一模式的服務，並渴望有更另類、智能化和個人化的產品，Snapask正好迎合這趨勢。

初創企業要開拓市場，資金必然是其中一個重要的考慮，Snapask去年便成功獲得300萬美元資金。Timothy指出，投資者的圈子並不很大，透過介紹一般能夠找到有興趣的投資者。他認為，將公司理念、產品、想法告訴投資者，令他們看到公司的前景，他們才會有信心投資，「投資不單是錢，而是如何運用網絡、資源支持公司發展」。他又指，業務發展有多個階段，每個階段的資金需要亦不同，而他的理財哲學是量入為出，須仔細考慮預算，懂得利用有限資源達到預期效果。

數據庫提升教學質素 未來須線上線下結合

初創企業常遇到人才管理的挑戰，Timothy在這方面也有自己一套見解。他說，人才往往比產品來得重要，因「無人無產品，無人無公司」，「管人不是捉着對方的手工作，而是讓他了解最後想達到的目的」。Timothy的團隊中大部份都是年輕人，彼此間不會有既定規則，有新想法可以互相討論，他相信這是Snapask能夠保持競爭力的主因，「有好的土壤，大家自然做到想做的事」。

展望未來，Timothy指補教行業在考試文化較強的亞洲特別旺盛，手機應用程式更有望將教育事業重新定義和發展。的確，Snapask發展至今已不再單純是一個手機應用程式，它打破了學校和補習社之間的對立關係，近年開始演變成一個數



Snapask 創辦人余佑謙



據庫，提供數據予學校和老師，為如何改善教學方法和提升教學質素提供參考。

他表示，學校過往一直依靠練習簿操練學生的答題能力，「但卻沒有方法，為學生度身訂造最適切的題目」，而Snapask正正可以透過收集學生發問的數據，告訴學校和老師不同班別、不同學生在那些科目的範疇較弱，從而對症下藥，對學生進行針對性的訓練，亦即是Timothy口中的「個人化學習體驗」。現時Snapask已和大約20間本港中學合作推行試點計劃。

此外，Timothy亦於去年第四季開始與本地一間著名線下補習社合作，讓其導師可以不受分校地區限制，於空閒時間在Snapask平台上教學，能幫助更多學生之餘亦可讓學生多認識自己，從而將補教事業由線上帶回線下。



Snapask 業務為智能化和個人化的教育產品

資訊站

科技券計劃

創新科技署於2016年11月在創新及科技基金下，以先導形式推出五億元的「科技券計劃」，資助中小企業使用科技服務和方案，以提高生產力或升級轉型。計劃自推出以來，中小企業反應積極，截至今年1月底，已有超過830家中小企業在計劃的網站登記，並已收到逾130份申請書。

申請資格及資助金額

凡根據《商業登記條例》（第310章）登記，並在本港有實質業務運作最少一年的中小企業，均可提出申請。政府會以2：1的配對方式，向每家合資格的中小企業提供累計上限為20萬元的資助，以進行最多三個項目。有關的中小企業則須投入不少於項目成本三分之一的資金。項目完成後，政府會向申請企業發放核准資助。為確保能專注推行項目，中小企業不得同時進行多於一個科技券計劃項目，而每個項目一般應在12個月內完成。

資助範圍

科技券計劃的資助可用於與項目相關的科技服務或方案、設備及軟硬件等。計劃涵蓋有助中小企業提高生產

力或升級轉型的科技服務及方案，例如企業資源規劃方案、電子採購管理系統、銷售點管理系統、物流管理系統、診所管理系統、大數據及雲端分析方案等。

採購程序

考慮到中小企業有不同的業務和科技需要，我們建議中小企業在檢視其業務運作後，根據自身需要尋找合適的科技服務供應商，以達至提高生產力或升級轉型的目標。

就挑選服務供應商方面，計劃的設計賦予中小企業相當大的自由度，既不設科技服務供應商特定名單，對科技服務供應商也沒有地域或經驗限制。為確保能妥善運用公帑，中小企業應依照特定的程序就擬採購的服務及貨物索取指定數量的書面報價。



► 創新科技署在SUCCESS舉辦多場簡介會解釋計劃的內容。



申請程序

中小企業在擬備好所需文件後，可透過計劃的專屬網站 (<https://tvp.itc.gov.hk>) 提交申請。創新科技署在收到申請後，會查核其資格及作初步評估。如有需要，創新科技署會要求申請企業作出澄清或提交補充資料。

評審準則

合資格的申請將交由科技券計劃委員會作出評審，評審準則包括申請項目與申請企業的業務是否相關、預算及執行細節是否合理，以及科技方案及 / 或服務提供者有否不良記錄。

投資研發現金回贈計劃

創新科技署於2010年推出投資研發現金回贈計劃，鼓勵私營公司與指定本地公營科研機構加強合作，以提升公司的科研文化及增加研發的投資。

現時，投資研發現金回贈計劃為私營公司在兩類應用研發項目所作的投資提供40%的現金回贈：

- (一) 獲創新及科技基金資助的研發項目（簡稱「基金項目」）；以及
- (二) 公司與指定本地公營科研機構合作，並由公司全費贊助的研發項目（簡稱「夥伴項目」）。

運作模式

計劃全年接受申請。合資格的公司一般可在支付已承諾的研發項目開支贊助後及有關研發項目完成後兩年內申請現金回贈。進行夥伴項目的公司，須在項目開始前向創新科技署預先登記其項目，才符合資格申請現金回贈。

節省實際開支 使公司直接受惠

例子

就一個100萬元的創新及科技支援計劃的合作項目（例如公司與基金各贊助一半開支），公司的實際開支大約只為25萬元（假設公司須繳付利得稅）：

公司的研發支出	\$500,000
節省的利得稅* (16.5%)	(\$82,500)
現金回贈(40%)	(\$200,000)
現金回贈須繳付的稅項* (16.5%)	\$33,000
公司進行一個100萬元的研發項目的實際開支*	\$250,500

* 視乎公司是否須繳付利得稅。

查詢

創新科技署已在計劃的專屬網站提供計劃的單張及申請指南，並設立查詢熱線。此外，創新科技署亦會按需要舉行簡介會，向中小企業及業界解釋計劃的內容，有興趣出席簡介會的中小企業，可留意計劃專屬網站的公布。

科技券計劃全年接受申請。如有查詢，歡迎隨時與科技券計劃秘書處聯絡（電話：3523 1170或電郵：tvp-enquiry@itc.gov.hk）。



私營公司可與下列指定本地公營科研機構合作

(一) 本地大學

- 香港中文大學
- 香港城市大學
- 香港浸會大學
- 香港理工大學
- 香港科技大學
- 香港大學

(二) 創新及科技基金下成立的研發中心

- 香港汽車零部件研發中心
- 香港物流及供應鏈管理應用技術研發中心
- 香港紡織及成衣研發中心
- 納米及先進材料研發院
- 香港應用科技研究院

(三) 香港生產力促進局

(四) 職業訓練局

(五) 香港生物科技研究院

查詢

創新科技署 投資研發現金回贈計劃組

地址: 香港添馬添美道二號 政府總部西翼二十一樓

電郵: crs-enquiry@itc.gov.hk

電話: 3655 5725

網頁: <http://crs.itc.gov.hk>

香港電商 信譽商標

香港是一個獨特而優越的城市，進口各國優質及可靠的商品，出口商品亦深受世界各地消費者歡迎。近年，互聯網商業高速發展，很多消費者在傳統消費模式以外亦紛紛加入網購行列，既省時亦能增加產品選擇。不過，隨着消費者在本地及海外網上商店購物持續增加，網購騙案亦愈來愈多，當中涉及金錢損失、冒牌假貨和售後服務遜於預期等，令網購消費者未能安心於網上購物。



因應以上背景，香港電商聯會於2016年8月推行「香港電商信譽商標」計劃，邀請及鼓勵網上零售商戶加入，冀可解決網上冒牌貨問題及更有效促進全球網上貿易發展，提高本地及海外網購消費者在香港網店購物的信心及加強香港售賣正版正貨的“購物天堂”地位，並且提高售賣正版正貨零售商及消費者的知識產權意識及承諾。

要成功取得「香港電商信譽商標」的網上零售商，須同意及遵守只售賣正貨的原則。認證後，零售商便能於網站內展示「香港電商信譽商標」，讓網購消費者安心消費。商家更可通過「香港電商信譽商標」，呈現出一個可靠又值得信賴的象徵，促進網商在互聯網跨境交易的成交量及提高其國際信譽、保持交易信息的透明度及完整性。消費者更可隨時隨地上網查詢「香港電商信譽商標」網站 (<http://www.hkfec.org>) 內各網店貨物的詳情，並查閱有關網店的證書及資料。「香港電商信譽商標」以香港的國際業務行業守則為基礎；內地、香港及澳門三地採用相同標準，以確保消費者權益受到保障。

舉報與投訴

如消費者在網上購物遇上問題，可先與零售商聯絡。若雙方無法達成協議，消費者可向「香港電商信譽商標」的秘書處，即香港電商聯會報告事件，會方會適當跟進。

成功加入「國際信賴標章聯盟」

「香港電商信譽商標」於2017年2月份成功加入「國際信賴標章聯盟」(World Trustmark Alliance - WTA)。WTA前身為「亞太區信賴標章聯盟」，於2003年成立，由37個來自30個國家的業內專業組織所組成，包括新加坡的Commerce Net Singapore和Consumer Association Singapore；日本的 EC Network和Trade Safe；越南的EcomViet；南韓的National IT Promotion Agency及美國的TRUSTe. Secure Online Shopping Association等。在2010年，「亞太區信賴標章聯盟」正式改名為「國際信賴標章聯盟」。「國際信賴標章聯盟」及後更獲得參與「亞太經濟合作組織」會議的資格。

有關香港電商聯會

香港電商聯會 (HKFEC) 是由一羣電商行業先鋒組成的非營利性組織，創辦目的是聚集行內專業人士和電子商務企業，提供一個共同分享新技術和機會的平台，以及幫助電子商務行業有更好的發展，使香港成為發展電子商務的優越之地。

透過研討會和與其他國家的交流，會員可以互動交流業內的成功案例，從而提升自己的知識和專長，加強和促進其電子商務的發展。本會更會代表業界與政府機構聯絡溝通，以建立電子商務於香港互動平台的發展。



網址：<http://hkfec.org>

本文由香港電商聯會提供

「營商有法」— 投客戶所好 開拓 Facebook無限商機

是次研討會嘉賓講者為廣域度多媒體有限公司品牌創意策略顧問陸志剛先生。陸先生在協助企業推廣及建立品牌方面擁有豐富經驗。在研討會中，他從不同角度出發，分享如何善用Facebook以增加企業在市場和客戶群中的曝光率，包括：成功Facebook專頁的必備元素、Facebook廣告策略與成效評估、如何與現有粉絲鞏固關係，以及進一步擴大粉絲群等，為出席者帶來營商啟示。

把握七大要素 助專頁突圍而出

陸先生表示，Facebook單是香港便有500多萬名活躍用戶，其中約六成用戶幾乎每日都會登入帳戶，若能善用Facebook，對企業的品牌推廣和生意額均有莫大裨益。不過，現時Facebook上的專頁多不勝數，究竟怎樣的專頁才可以突圍而出呢？他就此列舉了七項成功要素，包括上載短片、分享金句、製作GIF (圖像互換格式)、定期更新狀況、「抽水」(借熱門議題或事件作出諷刺，從而達到自我宣傳的效果)、製作小遊戲或心理測驗，以及Dark Post貼文推廣(貼文只會出現在動態時報，不會出現在專頁，但目標用戶有機會看到)。

他續說，現時流動廣告和互聯網廣告在市場的佔有率持續增加，通過這些渠道宣傳，費用亦較傳統廣告便宜得多。以雀巢咖啡早前邀得歌手黎明拍攝短片宣傳產品為例，短片在各個社交平臺播放，廣泛接觸不同背景的網民和客戶，結果產品一度售罄，而宣傳費用僅為電視廣告的十分之一。由此說明，利用社交媒體宣傳—特別是Facebook，已經是大勢所趨。

環環相扣 着重策劃與評估

在Facebook宣傳只是第一步，廣告策劃與成效評估亦是重要一環。陸先生向出席者列舉了七個KPIs (Key Performance Indicators)，包括專頁的粉絲人數、接觸用戶數目、與粉絲的互動(如透過表情符號表達看法)、每日發貼文數量、粉絲數目的增長、服務水準和回應時間，以及導向主頁或網絡流量(透過連結引導客戶或用戶進入該公司的主頁或網絡)。



► 陸先生與逾百名出席者分享Facebook營銷策略。

在科技發達的年代，智能手機逐漸融入日常生活，人們的生活習慣亦開始出現變化。社交媒體Facebook除了改變人與人之間的互動模式，更為企業在網絡世界帶來無限商機。工業貿易署中小企業支援與諮詢中心(SUCCESS)早前與香港數碼市場及傳訊培訓中心合辦了一場名為「Facebook營銷創商機分享」的研討會，深入探討如何透過Facebook開拓商機，吸引擴大粉絲群等，為逾百名出席中小企業帶來營商啟示。

提到粉絲人數，他指不少公司都會「買」粉絲，意指用利益吸引網民在其Facebook專頁讚好，但他並不建議這個做法，因為這些粉絲對企業的生意額沒有實質幫助，他們亦不會表達對產品的意見，徒然浪費金錢。至於每日發多少個貼文，他指不同行業有不同需求，例如傳媒需要不斷發貼文向讀者報導最新消息，而商店每隔一、兩天出一個新貼文便足夠。不過，他強調最重要是投客戶所好，無論哪個行業，太多廣告或宣傳只會適得其反。

運用策略 建立品牌

與粉絲建立良好關係，是專頁成功不可或缺的因素。陸先生認為，專頁的管理員首先要了解用戶為何會喜歡或分享自己的貼文，例如有些人是透過有趣的貼文來娛樂自己的朋友；有些人是因為看到貼文有用，所以與朋友分享；有些人則透過貼文引起討論等。他亦分享了一個管理專頁貼文的策略，就是四成內容是與粉絲有關的悠閒貼文；四成是與品牌有關的貼文；餘下兩成就可以盡情宣傳自己的品牌。

陸先生最後分享了一些成功案例，其中一個是台灣出產的法式曲奇禮盒品牌，最初在港開業時寂寂無聞，後來透過Facebook專頁的小遊戲和微電影推廣活動，令產品大受歡迎，聖誕節和農曆新年期間更兩度賣斷市。

中小企業研討會錄影播放

SUCCESS定期舉辦和中小企業有關的研討會，內容廣泛。歡迎有興趣人士蒞臨SUCCESS觀看過去研討會的錄影(目錄網址：https://www.success.tid.gov.hk/tc_chi/publications/library/aud_vis_ref/aud_vis_ref_detail_1.html)。SUCCESS地址：九龍觀塘道388號創紀之城一期渣打中心23樓15-18室



► 出席者在研討會中不時與講者互動，反應良好。

了解《競爭條例》 打擊圍標有法

何謂「圍標」？

圍標一般涉及兩個或以上的競爭對手同意在投標時不作競爭，讓其中一名合謀成員「中標」。最常見的一種圍標方式，是競爭對手之間協議讓某一方中標，而為了支持該名預設的中標者，其他投標者或會放棄投標、撤回標書、提交高價或包含不合理條款的標書。

以往，圍標行為如沒有牽涉違反其他法例的成分（例如觸犯《防止賄賂條例》），則不屬違法。但自《競爭條例》（《條例》）於2015年12月14日在香港全面生效後，與其他投標者協議不互相競爭，乃屬於違法行為，競爭事務委員會（競委會）會率先對圍標進行調查及執法。

正所謂預防勝於治療，企業應提高警覺，並考慮採取以下措施，盡量減低出現圍標的風險。

如何防止圍標？

多了解相關市場，包括：

- 所採購的貨品或服務的價格資料
- 潛在投標者所公佈的價格
- 鄰近市場及其他替代品的價格
- 相同或類似貨品或服務的過往招標記錄

如決定聘用獨立顧問

- 應選擇有信譽、獨立且具備評核標書能力的顧問
- 勿向潛在投標者披露顧問的身份
- 要求顧問簽署保密協議，及就招標申報利益

提高員工對圍標的認識

- 加強員工對採購過程中可能涉及的競爭問題的認知
- 建立資料庫記錄過往及當下的招標結果
- 持續監察投標活動並分析相關數據
- 定期抽查標書並鼓勵員工匯報可疑情況

如何訂立有效的招標程序？

- 讓更多投標者參與
- 將投標者的身份保密
- 不時改變招標的規模及時間，令採購模式難以預測
- 招標要求應以貨品的實際功能為準則，並容許採用替代品或創新的方案
- 要求投標者按項目逐項報價，而非只提供一個總額
- 在招標文件中加入反圍標條款

圍標是近年社會關注的問題，除了傳媒經常報導的住宅樓宇翻新及維修市場外，其實所有採用招標程序的商業活動，均有可能出現圍標，導致消費者（包括企業）需支付更高價錢，或忍受較差的貨品及服務質素，長遠來說令整體經濟受害。

如何偵測圍標？

標書呈現可疑跡象，例如：

- 不同的標書使用相同字眼，尤其是一些不常用的字眼；
- 不同的標書出現同樣的錯誤，例如拼寫錯誤或計算錯誤；
- 不同的投標者對各自的標書作出相同的修訂；
- 在無明確理由的情況下，投標者在最後一刻修改標書。

可疑的投標模式及行為，例如：

- 預期會參與投標的一些慣常投標者並無入標，但卻繼續競投其他項目；
- 投標者突然撤回標書；
- 中標者屢次將合約工作分判予落敗的投標者。

可疑定價，例如：

- 在成本未見顯著上升的情況下，大多數投標者突然以相同的加幅提升報價；
- 不同標書所報的總價或分項報價相同。

舉報可疑情況

如任何人士或企業懷疑有圍標的情況出現時，應立即保留所有證據，向競委會舉報。另外，切勿向涉嫌圍標者透露或公開表示你會向競委會作出投訴，以免驚動有關的圍標成員，影響競委會的蒐證工作。若企業已是合謀一分子，則應從速向競委會自首。首名向競委會舉報合謀行為並符合《寬待政策》內其他條件的合謀成員，將獲寬待，免被施加罰款。競委會一般會將有關資料保密，包括寬待申請人的身分。

如要獲取更多有關打擊圍標的資訊，歡迎瀏覽競委會網站的「打擊圍標 全城目標」資訊中心（www.compcomm.hk）。



競爭事務委員會

舉報熱線：3462 2118 寬待熱線：3996 8010

「BUD專項基金」 協助企業拓展 內地市場



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

政府於2012年6月推出總值10億元的「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」(「BUD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。申請期原為5年至2017年6月。

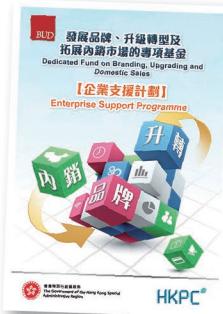
好消息

延長「BUD專項基金」的申請期

由於「BUD專項基金」受企業歡迎，而且能有效協助企業拓展內地業務，政府決定把申請期延長5年至2022年6月。

「企業支援計劃」 資助50%核准開支 累積資助上限50萬

「BUD專項基金」下的「企業支援計劃」向個別企業提供資助，推行有關發展品牌、升級轉型和拓展內銷的項目。資助按對等原則提供，政府會資助個別項目總核准開支的50%，每家企業最多可獲資助3個核准項目，累積資助上限為50萬元。



香港特別行政區政府
經濟發展局

HKPC®

申請資格

所有在香港按照商業登記條例登記，並在香港有實質業務運作的非上市企業，不論從事任何行業，或是否已在內地有業務運作，均符合資格申請資助。

「ESP支援易」

為了協助企業應付在開展項目時的資金需要，政府會發放首期撥款，企業必須把對等資金存入特別為項目開設的獨立帳戶內。其後的撥款會在政府接納企業按規定遞交的進度／終期報告及經審計帳目後，以回撥方式發放。

成功個案

自「企業支援計劃」推出以來至2017年3月底，已批出884宗申請，涉及的總資助額約為3億1,300萬元。其中294宗為「ESP申請易」的項目，其申請成功率高達86%。

個案(一) 天王科技有限公司

項目名稱	推廣VOD系統設計及維修服務，拓展內銷市場
項目範圍	拓展內銷
項目期	9個月
獲批資助金額	\$118,500

天王科技有限公司提供Karaoke點播系統及相關的維護服務。

企業於2015年獲得「ESP申請易」的資助，優化公司網頁、製作宣



由2016年10月起，申請企業可透過「ESP支援易」選擇不領取首期撥款，撥款會在政府接納企業按規定遞交的進度／終期報告及經審計帳目後，以回撥方式發放。如申請企業選擇不領取首期撥款，企業無需開設獨立的項目帳戶，因而省卻當中的程序，項目亦可在遞交申請後翌日開展。

「ESP申請易」

在香港有實質業務運作最少3年的香港企業可透過「ESP申請易一簡易申請計劃」(「ESP申請易」)，以簡易手續申請資助推行特定措施，包括：

- ✓ 參加內地展覽會
- ✓ 建立或優化網頁或網上商店
- ✓ 為內銷產品進行檢測和認證
- ✓ 設計及製作在內地派發的宣傳物品
- ✓ 在內地申請註冊專利／商標／外觀設計／實用新型
- ✓ 製作或優化流動應用程式以拓展內銷
- ✓ 在內地投放廣告

「ESP申請易」下每個項目的最高資助額為20萬元，資助會按對等原則在項目完成後發放，項目須於12個月內完成。

全年均接受申請

「企業支援計劃」，包括ESP申請易，全年均接受申請，接獲的申請會分批審核。分批申請的截止日期為每年的3月31日，6月30日，9月30日及12月31日。

個案 (一) 天王科技有限公司 (續)

傳刊物及參加廣州國際專業燈光、音響展覽會。企業在展覽會中認識不少代理商，成功增加內銷渠道。項目完成後，企業於2016年再獲批另一宗「ESP申請易」的資助，繼續進行其拓展內銷計劃，措施包括開設阿里巴巴網上商店、拍攝宣傳短片及參加內地展覽會等。

企業認為「ESP申請易」申請手續簡單，審批時間短，成功率高，能為企業，尤其是中小企業提供適切的支援，發展內銷業務。



企業於2016年2月參加第十四屆廣州國際專業燈光、音響展覽會

個案 (二) 怡汛有限公司

項目名稱	紅外線光槍升級發展
項目範圍	發展品牌 / 升級轉型 / 拓展內銷
項目期	12個月
獲批資助金額	\$500,000

怡汛有限公司主要從事電腦 / 電視遊戲主機及其周邊配件的設計及生產，並已建立自家品牌「EMS」。

企業循一般申請程序獲批資助，增聘員工、開發新的遊戲機產品、添置模具及製作產品樣本、購置測試儀器以提升產品質量、印製宣傳刊物、投放百度廣告、在深圳舉行兩場展銷會，及為其新開發的紅外線光槍技術申請專利註冊等。

企業表示，多元化的項目措施有效提升「EMS」的品牌形象及知名度，從而增加客源，進一步拓展內銷業務。



「EMS」TopGun III產品

成功申請的秘訣

為協助企業掌握成功申請的竅門，「企業支援計劃」秘書處會定期舉辦研討會，向企業介紹申請要求及評審準則。秘書處更設有面談諮詢服務，接見企業，針對其擬定的項目內容提供意見。此外，秘書處亦每年舉辦經驗分享會，邀請獲資助企業分享成功申請的秘訣及推行項目的經驗，分享會的片段及模擬案例已上載「企業支援計劃」的網頁。如有興趣參加研討會，請瀏覽「企業支援計劃」網頁，或與秘書處聯絡。

查詢

地址：九龍塘達之路78號生產力大樓3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：<http://www.bud.hkpc.org>

基本法推廣督導委員會 工商專業界工作小組

2017年是香港特區回歸20周年，亦是《基本法》在香港實施20周年的大日子。回歸以來，香港在「一國」和「兩制」下取得獨特的雙重優勢，使香港長期保持全球最自由經濟體的地位。《基本法》是香港成功的基石，多年來，政府一直透過不同渠道推廣《基本法》。其中，基本法推廣督導委員會（基廣會）下的工商專業界工作小組（工作小組）負責向香港的工商專業界推廣《基本法》。

成立背景及工作範圍

為了進一步加強《基本法》的推廣工作，政府於1998年1月成立了基廣會。基廣會由政府官員與非官方成員組成，負責為推廣《基本法》的整體計劃和策略提供意見，並作為組織《基本法》推廣工作的中心點，以協調政府部門和社會上各有關方面所進行的推廣工作。基廣會以不同的形式向五大工作對象，即本地社區、教師和學生、公務員、海外人士（包括訪港海外人士）以及工商專業界推介《基本法》。

工商專業界工作小組由工業貿易署擔任其秘書處。工作小組的職權範圍包括根據工作小組商定的策略，擬定為工商專業界而設的推廣《基本法》工作計劃；根據實際情況，不時檢討工作小組所訂立的推廣《基本法》策

略，並向基廣會匯報需要作出的轉變，以待批准；倘工作小組獲撥資源，考慮所得資源的用途；監察、評估和檢討為工商專業界而設的《基本法》推廣活動，並定期向基廣會匯報進展；及在適當情況下，促進工商機構或專業界組織之間就《基本法》推廣的合作和交流經驗。工作小組包括官方及非官方的成員¹。

工作小組的活動

工作小組過去曾舉辦不少推廣《基本法》的活動，例如出版刊物、派發宣傳單張、撰寫專題文章、舉辦不同的比賽、展覽和研討會等。去年工作小組重點舉辦《基本法》專題研討會，讓業界人士可以更深入認識《基本法》。曾經舉辦的研討會包括：

活動 (一)

日期	2016年4月28日
主題	在《基本法》的框架下，《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)和跨境商貿糾紛的解決方法
合辦機構	香港中華廠商聯合會
講者	工作小組成員李浩然博士



與會者對研討會講題甚感興趣，積極發問。

活動 (二)

日期	2016年6月6日
主題	「一帶一路」與香港法律業務之發展
合辦機構	香港中華總商會
講者	全國人大常委會香港基本法委員會副主任梁愛詩女士



工作小組召集人及出席成員與嘉賓講者及合辦機構代表合照。

¹ 工作小組的官方成員包括商務及經濟發展局代表及工業貿易署代表，而非官方成員包括蔡關穎琴女士（召集人），王國強博士工程師，何少平先生，何建宗先生，李浩然博士，馬天惠女士，馬桂怡女士，劉炳章先生，盧古嘉利女士及盧瑞盛先生。

活動 (三)

日期	2016年12月5日
主題	「一國兩制」下的粵港服務貿易自由化：“負面清單”管理模式
合辦機構	香港青年工業家協會
講者	工作小組成員李浩然博士

工作小組召集人與嘉賓講者及合辦機構代表合照。



為慶祝香港特區回歸20周年，工作小組今年會舉辦一系列《基本法》專題研討會。有別於過往的研討會，這系列的專題研討會除了包括對《基本法》的介紹之外，更會涵蓋工商專業界感興趣而又與其界別發展息息相關的課題。有關安排旨在加深業界人士對《基本法》的認識之餘，亦可以讓他們更投入地與講者探討相關的課題。已舉辦的研討會如下：

研討會 (一)

日期	2017年1月9日
主題	「全國人大常委會關於《基本法》第一百零四條的解釋」
合辦機構	香港女律師協會及香港天津工商專業婦女委員會
講者	全國人大常委會香港基本法委員會副主任梁愛詩女士



工作小組召集人與嘉賓講者及合辦機構代表合照。

研討會 (二)

日期	2017年3月19日
主題	「一帶一路」倡議：香港專業人士之發展與相關支援
合辦機構	香港發展專業協會
講者	全國人大常委會香港基本法委員會副主任梁愛詩女士



工作小組召集人與嘉賓講者及主辦機構代表合照。

未來的工作

未來工作小組將繼續積極與各工商專業團體聯繫，透過不同活動鼓勵業界進一步認識《基本法》，讓他們能繼續把握《基本法》及「一國兩制」賦予香港的優勢，為推進香港和國家的發展作出貢獻。