

中小企脈搏



“十年挑戰”：

中小企業 升級轉型

P.1-4 “十年挑戰”：中小企業升級轉型

P.5-7 支援新方案

P.8-9 研討會系列



工業貿易署
Trade and Industry Department

www.success.tid.gov.hk



“十年挑戰”： 中小企業升級轉型



《中小企脈搏》〈專題報導〉多年來走訪不同行業、不同業務階段的中小企業，希望透過他們的經驗分享，為其他中小企業帶來啟示。我們分別於2002年創刊號、2009年和2014年訪問三間企業的創辦人：黑麥(Pumpernickel)袁慧中、Toy2R蔡漢成及Casetagram吳培樂，今期我們會以「十年挑戰」為主題，再度訪問這三間企業，回顧他們在過去這段時間面對的挑戰，以及如何升級轉型，為業務發展揭開新一頁。



黑麥 (Pumpernickel) 專訪



不少香港人都愛吃麵包，無論高檔次、中檔次或低檔次的麵包店，均有其顧客群。袁慧中(Joan)於2000年開設麵包店「黑麥」(Pumpernickel)，其後更開設咖啡室(Café)，高峰時期擁有1個工場和8間分店，其中一間咖啡室更可容納近百人。幾年前，黑麥因持續虧蝕和人手問題，幾乎要結束經營十多年的業務，最後Joan忍痛結束大部分分店，只保留首間開辦、位於天后的分店，並加入到會餐飲業務，黑麥才得以繼續經營下去。一起來看看她的「十年挑戰」。

黑麥的工場位於荃灣，員工每天為大小宴會製作到會食物。

高峰時期有八間分店

Joan多年前在陶瓷班認識了一班朋友，當時打算合資開一間咖啡室，怎料大家在簽約前夕才突然退出。後來她另行集資，終於成功開設黑麥，誤打誤撞下開展創業的生涯。

在開業首10年，黑麥的生意一直穩步上揚，高峰時期開設了8間分店，員工人數逾80人。不過，這也是Joan黑暗時期的開端，黑麥更一度面臨結束營業。Joan說，「在2010至2015年間，黑麥每個月都錄得虧蝕。此外，當時幾乎每間店都有員工辭職，人手十分緊張，即使在報章刊登招聘廣告，也沒有合適的人來見工。」

經歷低潮 業務成功轉型

這段時期，Joan陷入人生低潮，不但對自己失去信心，而且出糧前必定持續失

眠，可見她情緒相當受困擾。為了解決業務問題，Joan四處奔走，但始終得不到一個滿意的方案。「有投資者表示願意投資黑麥，但如果生意出現虧蝕，我便要賠償所有損失；商業顧問則建議我結束黑麥所有業務，日後再另起爐灶經營麵包店。」當時Joan更疑似遇到「上市黨」，幸好其丈夫及時勸阻，才沒有招致損失。

糾結多時，朋友一句「黑麥的分店真的在賺錢嗎？」令Joan茅塞頓開，忍痛結束大部分分店，只保留位於荃灣的工場和天后店。2016年開始，黑麥減少麵包的產量，業務轉型為到會餐飲服務，無論是十多人的聚會，還是數百人的大型宴會，Joan都把生意一一接下。經過兩年多的努力，黑麥累積了一定的客量，而且在業界建立了口碑，Joan十分感謝員工的付出。

現時到會餐飲佔黑麥整體業務的7成，黑麥不再以生產麵包為主要業務，Joan坦言，對麵包業有少許失望。她說，香港人對麵包的要求，除了賣相、口感和質素，方便也是選購的重要因素。以黑麥為例，因其出產的麵包、糕點和甜品均不含添加劑，即使放在雪櫃冷藏，最多只能存放兩天。曾經有一位家長打算購買黑麥的甜品給兒子吃，卻正正因為甜品不含添加劑，擔心兒子未必會在兩天內吃掉這個甜品，而打消購買的念頭。Joan對麵包的堅持，未必得到追求方便的顧客欣賞。

籲經營者勿急於開分店

總結過去經驗，Joan有兩項建議給予有意從事飲食業的人士，特別是規模較小、資金有限，而且沒有中、高層管理及培訓員工的公司。首先，她認為經營者應避免在短期內開設分店，否則會出現人力資源問題，例如難以聘請或挽留人才。「無論生意有多好，都不要短時間內開分店，寧願搬到一個面積較大的舖位，因為有能力的人都不願意留在狹小的環境工作。」

其次，她認為經營者宜掌握業務最核心的技術。以麵包店為例子，最核心的技術是製作麵包，若經營者懂得製作麵包，一旦麵包師傅離職，經營者也有能力替代其職能。「飲食業本身流動性高，而最低工資效應令公司流失率更高。最常見的情況是，公司花了一段長時間培訓新人，但新人往往在短時間內離開，小老闆們永遠面對請人、培訓、流失這個循環，為此疲於奔命。」

盼黑麥改變外界對到會的觀感

問到未來目標，Joan只希望到會餐飲的業務能做得更好，「一般人通常覺得到會的食物不好吃，如果黑麥做到『食物好食、飲品好飲』，我已經很開心了！」經歷過業務的低潮，除了工作，Joan亦希望善用空餘時間做自己喜歡的事，例如學習新興趣、旅行和看書。



黑白相片中的袁慧中，正通宵達旦製作麵包，她笑言現在體力已無法負荷。



Toy2R 專訪



俗語說：「十年人事幾番新」。2009年，我們訪問Toy2R創辦人蔡漢成(Raymond)時，Toy2R已由玩具零售店發展成世界聞名的創意玩具品牌。不過，Raymond並無安於現狀，十年來不斷求變，更將品牌升級轉型，業務由零售提升為品牌授權，經常和跨國品牌合作推出聯乘產品。今次Raymond再度接受我們訪問，分享Toy2R成功轉型的秘訣。

過去10年，Toy2R憑着品牌授權，經常與跨國品牌推出聯乘產品，而且獲獎無數。

回顧過去十年，Toy2R的發展歷程非常豐盛，包括奪得多個標誌性獎項，如亞洲專利授權業大獎2012、2016年香港授權業大獎等；與本港和內地發展商合作，在兩地舉辦大型藝術展覽和巡迴展覽；與多個跨國品牌合作，推出聯乘產品等。除了在商界發展外，Raymond亦支持不少活動回饋社會，包括在青年團體及校園間(包括Raymond的母校慕光英文書院)舉辦創意設計比賽，提供平台給下一代在比賽中學習團隊精神和發揮創意。

品牌授權發揮更大經濟效益

事實上，Raymond早於2006年已開始構思品牌授權，因為他留意到經濟模式的轉變，「我們不可能再拘泥於製造多少件產品、要有多大的陳列室，與其100%由自己生產、製作和輸出，不如將產品授權出去，讓100人幫手生產、製作和輸出，這樣才能發揮更大的經濟效益。」

所謂「萬事起頭難」，要將Toy2R由零售轉型為品牌授權，Raymond坦言自己也是「初哥」。雖然是白紙一張，但Raymond態度積極，不時參加商會活動，出席講座等以獲取資訊及知識(例如知識產權)，同時透過不同渠道擴闊人際網絡。

聯乘產品增加發展潛力

通過品牌授權，Raymond將其標誌性的Qee系列呈現在各式各樣的產品中，成功將產品的銷路由單一的玩具市場擴展至不同的市場。「當時我看到玩具市場的規模較細，可以繼續發展的空間有限。透過品牌授權，Qee的形象可出現在不同產品上，例如衣服、電子產品和配件，喜歡Qee的消費者，自然會購買這些產品。」

Raymond說，最經典的例子是Qee和Adidas聯乘推出的Adicolor。當時Qee引起了Adidas的注意，德國總公司更派員赴港和Raymond洽商。產品推出後大受歡迎，高峰時期Toy2R與Adidas聯乘的Qee公仔在eBay的售價高達1000元美金一隻，Raymond笑言，這個價錢足夠購買金器。

除了商業產品，Raymond更在2009年為醫院管理局設計了一套Qee公仔人物，以配合局方推廣新企業文化，用創意手法帶出使命及核心價值。

不怕蝕本 成功打進外地市場

Toy2R的發展看似一帆風順，其實背後也經歷過各種辛酸。Raymond憶述，初出茅廬時曾經被騙，「當時有人說幫我的玩具加配件，收到帳單才發現，配件的價錢比玩具本身還要貴，我們和日本的客戶簽訂單時，根本沒有這個預算。」

雖然蝕本，但Raymond仍堅持把整批貨品出售，實行釜底抽薪。「因為我對自己的產品有信心，亦因為這批貨，香港設計的玩具品牌才能打入日本這個玩具王國，這是非常難得的事情！」假如當時Raymond決定和對方打官司，其設計很有可能流入翻版市場，甚至直接被廠方使用，白白失去了進軍日本市場的機會。

版權保護至為重要

商業上取得成功，往往很容易引來其他人模仿和抄襲。當Qee公仔成為著名品牌後，市面上隨即出現形形色色的仿製品，所以保護版權對Toy2R非常重要。有見及此，Raymond在Qee產品的出口市場或有意出口的市場會進行商標和設計外觀註冊，連同香港、內地和外國，現時合共有693項註冊。

將Qee系列由平面變動畫

Toy2R能夠如此成功，和Raymond的個性不無關係，他習慣為企業製訂五年計劃，作為未來發展的方針。雖然Raymond強調自己處於半退休狀態，但其實Qee系列未來仍有很多新計劃，Raymond希望賦予Qee更多特質和動作設計，將來有機會發展成Qee動畫，相信一眾Qee的粉絲都十分期待！



Raymond身後的全是多年來的設計和聯乘產品，甚具紀念價值。



CASETiFY 專訪



在網絡發達的年代，智能產品已成為日常生活的一部份。智能產品日趨普及，各種配件亦應運而生。吳培樂(Wesley)早於2011年便看中智能手機和社交媒體的市場，與從事軟件工程的好友楊子業(Ronald)共同創辦Casetagram，開展在網上售賣訂製手機殼這門生意。

2014年，我們初次訪問Wesley和Ronald，當時Casetagram已由香港發展至美國，超過80個國家的顧客透過互聯網購買他們的產品。五年過去，該公司的業務持續發展，一起看看他們在這數年間的變化。

CASETiFY現已遷至觀塘新址，Wesley(右)與拍檔Ronald(左)在門前合照。

讓顧客透過手機殼表達自我

Casetagram最明顯的轉變，是更名為CASETiFY。Wesley說，「最初我們是將顧客在Instagram的相片印在手機殼上，所以公司的名稱也有Instagram這個元素。後來我們發現，如果只用Instagram的相片，已滿足不到顧客的需求，因為每個人都與別不同，有他們各自的喜好。我們希望顧客可以透過產品表達自我，所以將重點放在手機殼上，公司名亦改為CASETiFY。」

CASETiFY的規模漸趨成熟，由4年前的10多名員工，發展至目前70多名員工。此外，其團隊非常國際化，除了香港和內地，亦有來自日本、韓國、墨西哥、美國等不同國家的成員。Wesley指，現時產品輸出超過180個國家，美國是最大市場，其次是日本、英國、歐美等地，「香港人口雖不及其他國家，但市場佔有率很高，是我們第五大市場。」

CASETiFY成功打造獨有品牌

事實上，無論任何地方，市面上都有五花八門的手機殼出售，而且很多比CASETiFY的產品便宜得多，為何CASETiFY卻能在市場上脫穎而出，生意額更穩步上場呢？Wesley直言，質素好、保護性強、外觀精美是顧客選購CASETiFY的原因，加上多年來的努力，CASETiFY已成功打造出一個品牌，「市面上售賣的是產品，而非品牌，正如前面所說，我們希望透過CASETiFY出品的手機殼，讓顧客表達自我，突顯出自己與眾不同。」

致力網羅各方人才

每個企業成功的背後，都經歷過不同的困難和挑戰，CASETiFY亦然。Wesley說，公司業務發展迅速，目前最大的挑戰是尋找人才加入團隊，「希望找到一些適合我們公司文化、有心創一番事業的人加入，未來能夠和我們一起成長。」

CASETiFY所需的人才相當多元化，「首先我們最需要有創意的人：手機殼暢銷，設計師有很大功勞；其次是市場推廣的人才，我們的產品大部份均在網上銷售，所以

市場宣傳非常重要。此外，我們其實是一門依附科技發展的生意，故亦需要編寫程式、分析數據等人才。」

初創者切忌急於融資

社會鼓勵年輕人創業，Wesley作為過來人，又有何貼士給大家呢？他建議創業人士專注於產品，「花多點時間思考，怎樣的產品才能滿足顧客，令顧客感到開心？」此外，他提醒創業人士不要急於融資，「別人投資到你的公司，自然希望獲取更大回報，過去幾年我見到不少因融資而過度催谷的企業。如你對自己的公司有信心，與其融資，不如考慮到銀行貸款。」

Wesley很自豪地說，由Casetagram發展至CASETiFY，他從來沒做過任何融資，因為他堅信，沒錢就自然會想出更多辦法解決問題，而正正因為經歷過這個階段，他和Ronald用每一分、每一毫都會特別謹慎。

展望未來，Wesley希望開拓更多智能產品的配件，現時其業務除了手機殼，亦有智能手錶錶帶、平板電腦和手提電腦外殼等。說到底，他最希望的是，每當消費者想起智能手機的周邊產品時，會第一時間想起CASETiFY。



CASETiFY的團隊非常國際化，有來自香港、內地、日本、韓國、墨西哥和美國等地的成員。

科技券再度放寬一 惠及更多企業和機構



科技券於2016年11月以先導形式推出，資助本港企業使用科技服務和方案，以提高生產力或就業務流程進行升級轉型。由2019年2月27日起，科技券已納入為創新及科技基金下一個恆常的資助計劃，每名申請者的資助上限亦倍增至四十萬元，申請資格亦進一步放寬，讓更多企業和機構受惠。

申請資格及資助上限

符合以下條件的企業和機構（上市企業除外）均可提出申請：

- (a) (i) 根據《商業登記條例》在香港登記；或
- (ii) 根據《公司條例》在香港註冊成立的公司；或
- (iii) 根據有關條例在香港成立的法定機構；**及**
- (b) 並非政府資助機構或其附屬公司；**及**
- (c) 在提交申請時在本港有實質業務運作，而該業務與申請項目相關。

每名合資格申請者最多可獲批項目已增加至四個，累計資助上限亦加倍至40萬港元。計劃以2:1的配對形式提供資助。申請者須負擔不少於項目總成本三分之一的資金。待項目完成後，政府會向申請者發放相等於項目實際成本三分之二的資助（以核准的資助款額為上限）。

優化申請程序及提交申請

科技券全年均接受申請，有興趣的申請者可於「科技券計劃管理系統」（<https://tvp.itf.gov.hk>）註冊成為用戶，然後透過系統提交申請及所需文件。為便利申請者，申請程序已進一步簡化。申請者無需再提交向服務供應商發出的報價邀請書，亦無需再為申請表內提交的文件進行核證手續。創新科技署已在上述管理系統的網頁提供申請指南、已填妥的申請表格和申請所需文件的樣本，以及誠信及不合謀報價/投標確認



書範本，以供參考，並設立電話熱線，讓公眾直接查詢。有關各項優化措施的詳情，可參閱申請指南及上述系統網頁。

計劃自推出以來，業界反應踴躍。申請者來自不同行業，包括批發及零售、進出口貿易、專業服務、食肆及酒店和資訊科技等。當中有不少申請者已經順利完成項目，並獲發放資助。我們選取了以下兩個個案與大家分享個別公司如何善用科技券提升生產力或就業務流程進行升級轉型。



成功個案

一間教育中心安裝了課堂管理系統，取代過往依賴人手編排上課時間表、招生、紀錄出席率，以及致電學生提醒上課等事宜。系統提升了行政管理效率，員工可以靈活調動課程及準確掌握招生情況。課程時間如有更改，系統更會自動發訊息予學生，節省人力之餘，亦可避免因員工忘記通知學生而引起的糾紛。

一間物流公司過去主要沿用紙本形式發送訂單、紀錄貨物數量及安排送貨。過程中花費大量人手，尋找訂單及送貨紀錄亦費時失事。自從引入倉存管理系統後，所有紀錄得以電子化統一管理，訂單及送貨單亦能經系統製作，大大減省時間及紙張，提升準確率。

上述兩個個案的申請者均透過科技券的資助，成功提升了營運效率。然而，每間企業和機構的業務運作均有所不同，申請者應按其需要而採用合適的科技服務或方案。



查詢
科技券計劃秘書處

電話：3523 1170

電郵：tvp-enquiry@itc.gov.hk

網址：<https://tvp.itf.gov.hk>

BUD專項基金



BUD專項基金(即發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金)旨在向香港企業提供資助，協助它們透過發展品牌、升級轉型及拓展營銷以開拓及發展內地和東盟¹市場。基金於2018年8月1日推出優化措施，以加強支援企業拓展新市場和新商機：

優化「內地計劃」

提高每家企業的
累計資助上限：

由50萬元
增加至

100萬元

提高每個項目的
資助上限：

由50萬元
增加至

100萬元

放寬獲資助項目的
數目上限：

由3個
增加至

10個

新增「東盟計劃」

目的：協助香港企業把握《香港-東盟自由貿易協定》帶來的新商機，拓展東盟市場

每家企業的
累計資助上限：

100萬元

可用於
最多10個項目

每個項目的
資助上限：

100萬元



企業可以透過等額資助方式，於BUD專項基金下申請共200萬元資助拓展內地和東盟市場。

截至2019年3月底，內地計劃和東盟計劃分別批出1,749和102宗申請，涉及資助額共約為7億6,778萬元，惠及1,570家企業。

進一步的優化措施

2019-20年度《財政預算案》建議—

- (a) 向「BUD專項基金」進一步注資10億元，以協助本港企業發展新市場和分散風險；
- (b) 進一步擴大基金的資助適用的地域範圍至涵蓋所有現在及將來與香港簽署自貿協定的經濟體²，即推出自貿協定計劃（東盟計劃將被納入其下），讓企業可利用自貿協定提供的法律保障和最佳的市場准入條件的優勢，開拓新市場和新商機；以及

¹ 東盟的成員國為文萊、柬埔寨、印尼、老撾、馬來西亞、緬甸、菲律賓、新加坡、泰國和越南。
² 即以下20個經濟體：內地、新西蘭、四個歐洲自由貿易聯盟國家（包括冰島、列支敦士登、挪威和瑞士）、智利、澳門、東盟十國（包括文萊、柬埔寨、印尼、老撾、馬來西亞、緬甸、菲律賓、新加坡、泰國和越南）、格魯吉亞、澳洲；和日後與香港簽署自貿協定的經濟體。

(c) 進一步提高每家企業的資助上限50%至300萬元，包括內地計劃的100萬元和自貿協定計劃的200萬元。

我們會向立法會財務委員會申請撥款，以期在2019年第四季度推行優化措施。



成功個案(一) 時光珠寶有限公司

項目範圍 發展品牌、升級轉型、拓展內銷
獲批資助金額 約\$776,000 (共4個「內地計劃」項目)

企業主要從事自家品牌的珠寶首飾設計及銷售業務，自2015年起開始發展內地業務。

企業於2015獲批首個「內地計劃」項目，建立網上銷售管道、為產品進行檢測認證及參加內地展覽會，以提升品牌的知名度和拓展內銷管道。項目成效顯著，企業的內銷額因而有明顯的增長。其後，企業分別於2016年、2017年及2018年再次獲得「內地計劃」的資助，繼續參加內地展覽會、投放線上線下廣告及購置升級的機器設備，進一步開拓內銷市場。

由於企業已用罄之前50萬元資助上限及3個獲批項目，所以非常歡迎「BUD專項基金」的優化措施，包括提高資助上限及放寬獲資助項目的數目等，認為能為企業拓展內地市場提供更大力度及更適切的支援。



成功個案(二) 安興金屬壓鑄有限公司



項目範圍 升級轉型、拓展營銷
獲批資助金額 約\$262,000 (「東盟計劃」)

企業主要從事代工設計、生產及批發五金壓鑄配件，近年更積極發展自家品牌。

企業於2016年獲批「內地計劃」的資助，為其內地廠房購置升級設備、申請內地職業健康安全管理體系認證、投放廣告、優化公司網頁及進行員工培訓等措施，以提升競爭力及拓展內銷。企業於2018年計劃開拓新加坡及馬來西亞市場，得悉「BUD專項基金」新增「東盟計劃」，故立即提交申請並獲批資助進行商標註冊、參加展覽會及投放廣告等。

企業非常歡迎「BUD專項基金」增設「東盟計劃」，認為能有效協助業界探索新市場及開拓新商機。

查詢



「BUD專項基金」秘書處

電話：2788 6088

電郵：bud_sec@hkpc.org

網址：https://www.bud.hkpc.org

2019將會是充滿挑戰的一年！一方面，中美貿易摩擦令貿易環境不明朗，而數碼科技的發展從根本改變了企業的營運方式。另一方面，大灣區及一帶一路國家，特別是東盟國家的市場為企業帶來新機遇。在「2019裝備自己，迎接挑戰」的主題下，SUCCESS特別與香港中小企促進聯會合辦「追求卓越系列」研討會，就中小企業營運各範疇，邀請專家及資深企業高管為中小企業出謀獻策，裝備中小企業迎接挑戰，令業務更上一層樓。《中小企脈搏》將會為大家輯錄其中部分主題的資訊。

企業財務管理 謹守準確、及時、合規三大原則

財務管理是企業管理的一個重要組成部份，企業的財務得到妥善管理，有助業務持續和穩定發展。SUCCESS早前舉辦「追求卓越系列」第二場研討會，邀請畢馬威會計師事務所審計合夥人葉嘉明女士講解「企業財務管理」這個課題。

葉女士在研討會上表示，企業的財務情況主要反映在企業財務報表，一份完整的財務報表則由損益表、資產負債表、現金流量表、權益變動表、重要會計政策和財務報表附註組成。她認為，財務管理是以目標為本，包括向股東匯報、銀行融資需要、評核經營成效、企業規劃發展、潛在投資者及商業合作夥伴、財務風險管理等，要達到上述目標，不外乎三個原則，就是準確、及時和合規。



畢馬威會計師事務所審計合夥人葉嘉明女士在研討會上講解企業財務管理。

資產負債表要看懂

在企業財務報表中，葉女士特別向在場人士講解資產負債表。首先，資產和負債分為流動和非流動。所謂流動資產，是指用於正常經營範圍、屬短期投資、預計12個月內變現或收回、現金及等值物；流動負債是指經營範圍內需要償還、屬短期性質、12個月內到期，並無合約權益推遲還款期於12個月後。其他資產或負債則列為非流動。

葉女士提到，如果企業的流動資產中包含存貨，需注意存貨狀況（如流轉快慢、有沒有損毀貨品）、寄存在第三方的貨品是否齊全等。要管理好存貨，她建議企業定期派員檢查存貨，以確保系統反映出來的數字真實無誤，而負責巡查的職員亦應來自不同部門。她重申，檢查存貨並非為了滿足核數師或會計師的要求，而是作為內部控制一部分，管理層有必要做好這個管理工作。

建立良好信貸基準

流動資產亦包括應收賬款，葉女士建議，企業宜考慮清楚給予客戶的信貸期是否合理，「如果認識這位客戶的日子不長，信貸期可能要收窄些，待將來累積了

良好的還款紀錄，才延長他們的期數。」她續指，企業應建立良好的信貸基準，包括訂立KPI（關鍵成效指標）：追數時間、誰負責追數等資料應存入文檔，「一旦遇到呆壞賬，也能夠向持份者說明企業有良好的信貸和應收賬款管理制度。」

至於最多人關注的現金流管理，葉女士認為企業可建立年度預算案編制和月度現金流預算編制。前者是指各個營運部門共同參與及負責的項目，月度檢討並了解偏離預算的原因；後者則是按月呈列未來一個月的收入與支出、含年度預算案各重點及有關營運的重大假設，包括應收及應付款項的週轉期、原材料價格、租金水平、工資水平等。

當日研討會的內容非常豐富，除了葉女士，還有東亞銀行商務理財部區域主管及執行副總裁黃永勝先生、得利龍百貨有限公司行政總裁兼香港中小企促進聯會會長林國雄博士主持經驗分享環節。



善用創科優勢互補 把握大灣區機遇

粵港澳大灣區建設是國家的重要發展戰略，亦是中小企業高度關注的課題。隨著《粵港澳大灣區發展規劃綱要》(《綱要》)於2月18日公佈，SUCCESS特別聯同香港中小型企業總商會舉辦「321 Go 走進粵港澳大灣區 創科機遇齊共享」研討會，邀請各界重量級嘉賓分享大灣區的發展機遇及交流經驗。研討會吸引逾200人出席。

香港中小型企業總商會會長巢國明先生致辭時指出，面對英國脫歐為市場帶來的隱憂，以及中美貿易磨擦產生的陰霾，開拓大灣區市場成為香港中小企業的當務之急。

培育技術與商業人才

紅杉資本中國基金專家合夥人車品覺先生在研討會上表示，《綱要》提到「共建粵港澳大灣區大數據中心」，這對於香港的AI(人工智能)和數據技術發展是好事。在這方面發展，要覓得同時理解相關技術和擁有商業知識的人才並不容易，他建議本港企業多培育這方面的人才，以及多認識科技如何為行業帶來改變。

車先生又指出，很多人看到《綱要》後，會理解為香港要發展成一個數據中心。他認為這是誤解。「香港是要做一個服務與營運中心，即是如何營運這些大數據，為整個中小企業提供服務。」另外，粵港澳大灣區實行「一個國家、兩種制度、三套法律系統」，若未能實現粵港澳間的數據安全流通，很容易會形成「資訊孤島」，中小企業到大灣區發展時需考慮這個因素。

澳門積極參與大灣區科研項目

澳門科學技術發展基金行政委員會主席馬志毅先生則分享澳門在科研發展的機遇。他表示，在澳門的政府架構中，沒有創新及科技局這類專門負責推動科研的部門，但科學技術發展基金會配合澳門政府的科技政策提供資助，包括有助普及和深化科技知識的項目、有助產業發展的創新項目、專利申請等。

《綱要》提及要建設「具有全球影響力的國際科技創新中心」。馬先生指出，經多年發展，澳門在中藥、芯片設計、太空科學、物聯網、智慧城市等領域已有一定基礎，相信澳門在建設國際科技創新中心這個範疇上可大有作為。他認為，澳門可循多方面參與大灣區的科技合作項目，例如參與建設粵港澳聯合實驗室；結合平台和會展業的優勢，以葡語系國家及「一帶一路」為重點，服務大灣區國際科技轉移等。



SUCCESS聯同香港中小型企業總商會舉辦「321 Go 走進粵港澳大灣區 創科機遇齊共享」研討會，當日不少重量級嘉賓出席並分享大灣區的發展機遇。

農民市場值得關注

周大福董事總經理黃紹基先生指出，大灣區在2017年的人口高達6,958萬，人均每年收入為330,000人民幣，國內生產總值逾10億萬人民幣，擁有相當大的發展潛力。中國內地一年的銷售額高達6,000至7,000億元，零售商亦多達10萬個，在珠寶銷售方面，生產企業超過1萬家。

黃先生表示，雖然市場上不乏具規模的企業，但珠寶市場仍然有不少商機。以周大福為例，其供應鏈中有5成是外判，包括產品設計、包裝等，「香港的供應商有1,200個，中國內地的供應商則有4,200個」。他又指，中國的農業人口達5億，並提醒中小企業到內地發展時不要小覷這個市場，可研究這5億農民的消費模式和需要。

從產業分工檢視發展方向

大新銀行經濟師溫嘉煒先生則從銀行角度分析大灣區的商機。他指出，在2001年，香港佔大灣區的生產總值超過5成，現時則大幅收窄至2成多；反觀內地則由2001年的4成大幅增加至6成，這個情況值得不同行業注意，而對銀行界而言，大灣區更是「兵家必爭之地」。

溫先生認為，企業可從不同產業、分工檢視其發展方向。以澳門為例，很多人只看到澳門的博彩業，其實博彩業與酒店業密不可分，而酒店本身對不同產業均有很大需要，單是肥皂，每天便消耗數以萬塊。至於香港，則應繼續鞏固和發揮四大支柱行業的優勢，包括金融、航運、貿易中心和國際航空樞紐。

高科技顛覆傳統行業

研討會當日設有討論環節，讓幾位嘉賓進一步探討大灣區的創科機遇，參加者亦把握機會與一眾嘉賓交流。亞銀金融集團首席營運官龍偉立先生以銀行信貸為例，指出在高科技年代，單是數據亦為業務帶來新機會，更有可能顛覆行業傳統運作。他舉例，過往銀行向客戶批核信用卡時，會透過環聯查核客戶的信貸紀錄、住址和月薪等資料，並由此決定批出的信貸額。現在銀行則可結合零售業的大數據，分析客戶平日的消費習慣，從而運算出其還款能力。「善用零售業的大數據，相信是開放銀行(Open Banking)未來1至3年的趨勢，這裡存在着很大的商機！」

SUCCESS會繼續就中小企業關心的課題舉辦有關的研討會/工作坊，歡迎查看研討會的最新題目及登記參加。

網址：<https://www.success.tid.gov.hk/tid/tcchi/activity/activity.jsp>



如有興趣觀看過往研討會的錄影片段，可親臨SUCCESS。過往研討會錄影片段目錄可於網上查看。

網址：https://www.success.tid.gov.hk/tc_chi/publications/library/aud_vis_ref/aud_vis_ref_detail_1.html



產品身份證 — 條碼助你連繫電子世界 實行真正O2O

在超市或便利店購物，店員對準條碼（Barcode）一「啣」，貨品資料及價錢便立即顯示出來，方便又快捷。條碼的正式名稱為全球貿易貨品編碼（Global Trade Item Number, GTIN），可說是每件商品獨有的身份證。條碼擁有人如零售商、製造商、運輸服務供應商以至醫院等，均可利用條碼，在供應鏈中自動識別及追蹤貨品，甚至將產品連接到網絡世界。條碼能夠成為數碼營銷及拓展網上業務的重要元素，背後靠的便是GS1建立的環球共通標準。

開啟全球貿易及電子商貿的鑰匙

全球超過200萬間公司正使用GS1條碼，包括所有主要零售商及網上市場，如亞馬遜、亞里巴巴（天貓、淘寶）、eBay、Google，甚至是社交/通訊應用程式微信等，產品採納了條碼作為「身份證」便可上架。這有助確保網上的產品資訊均為可信，推動產品資訊的一致性，以便作數據採集分析，同時幫助買家快速找到他們想要的物品。

優化網上購物體驗 開拓商機

要在網絡市場突圍，商家可將GS1的商品條碼、GS1網絡詞彙標準及其使用指引，嵌入到網上商城開發的網頁中。這會有效提高商品在全球網站搜索引擎例如Google的排名，讓消費者的搜尋更有效率、更加準確，並提升網購體驗。這亦有助商家於Google投放購物廣告，大大提升消費者看到廣告的機會，增加點擊率。另外，不少電子商貿平台（如淘寶及HKTV mall等）都提供條碼掃描功能，讓消費者快速搜尋並購買心儀貨品，簡化購物流程。

掃描條碼助分析消費數據

品牌和零售商亦可透過掃描條碼活動獲得消費數據，分析並了解消費者偏好和行為，預測顧客的需要。如發現有問題的產品，還可快速、準確地回收，減低損害。

微信掃一掃 吸引潛在內地消費者

微信的「掃描QR Code」功能可掃描GS1條碼，不但讓商戶與消費者更緊密連繫，更開啟龐大社交網絡商機。微信用戶在掃描產品條碼時，可即時獲得產品資料，並可連接至指定的網購平台，讓顧客即時購買產品。

條碼防偽技術 有助驗證產品真偽 打擊假貨

現時港商進軍內地市場所面對的一大挑戰，就是假貨氾濫。不少偽冒商品包裝、設計等與正品幾近無異，甚至產品條碼亦被複製印刷，商品是真是假消費者難以辨別。GS1 HK提供的「真的碼」條碼驗證解決方案，融合多層防修改保安塗層專利技術於條碼上，有效防止條碼被複製，消費者通過手機App掃描商品碼後可立即識別條碼真偽，而商戶亦可憑掃描的數據（如掃描地區及次數等）更有效打擊假貨及管理供應商。

應用個案

內地保健產品質素良莠不齊，消費者傾向信賴香港或外國品牌。恒昌隆在港成立超過40年，近年便將「REAL Visibility」方案套用至其產品上，讓本地及國內消費者能即時辨別產品真偽及追蹤產品來源，同時為品牌商提供實時的產品可見度。恒昌隆於產品包裝上印刷了具備專利技術的加密條碼，當消費者利用手機應用程式掃描包裝上的條碼時，便讓假貨無所遁形。驗證結果亦會同時傳送到品牌擁有人，以採取打擊偽冒的相應行動。這個解決方案的設置簡單，毋須對銷售系統作修改或更新，兼具成本效益及高安全性。

一碼在手 世界通行

隨著科技進步，條碼與消費者一樣，越來越聰明。條碼不但是實體及電子世界中全球通行的產品身份證，更是兩者的重要連結。消費者只需透過手機掃描產品條碼，即可知道產品資料、生產日期、原產地、產品認證、以及品牌期望傳遞的其他資訊。GS1的標準可以拉近品牌或製造商與消費者的距離，讓市民更容易享受新科技帶來的便利。

網址: <http://www.gs1hk.org>

電郵: services@gs1hk.org

電話: 2863 9750



（此文章由香港貨品編碼協會提供）



工業貿易署署長甄美薇女士帶領導師祝酒。

導師及學員代表在酒會上分享對計劃的體驗。

2016-18 中小企業「營商友導」計劃誌慶酒會

SUCCESS 於2019年1月10日舉行2016-18 中小企業「營商友導」計劃誌慶酒會，慶祝計劃順利完成。工業貿易署署長甄美薇女士頒發感謝狀予協辦機構代表，並向各協辦機構、導師及支持計劃的各界人士表示衷心謝意。導師及學員代表亦在酒會上分享了他們對計劃的體驗。酒會共有超過120位協辦機構代表、導師、學員和SUCCESS友好出席，氣氛熱鬧。

中小企業「營商友導」計劃自2000年推出以來，均得到香港主要工商組織和專業團體支持，為參加計劃的新進中小企業東主及經營者配對合適的導師，讓學

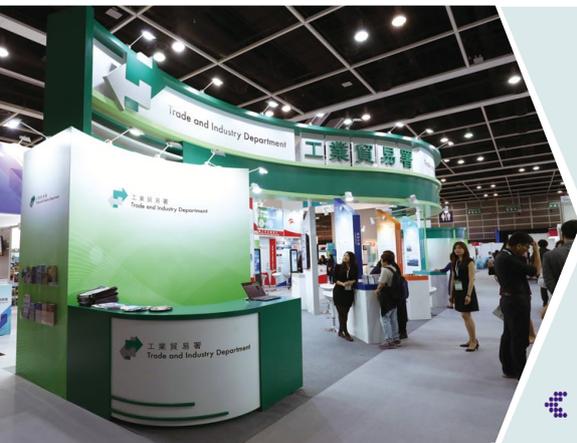
員在十二個月的「友導期」內免費向導師請教營商技巧。歷屆參與計劃的導師超過700人，受惠學員逾1,400人。有興趣的中小企業東主，可透過以下方式留下聯絡資料，SUCCESS 會於下一輪計劃開展時作出通知。



電話：2398 5133

電郵：success@tid.gov.hk

網址：https://www.success.tid.gov.hk/tc_chi/sme_men_pro/sme_men_pro.html



工業貿易署及 SUCCESS 參與展覽會

工業貿易署(工貿署)於去年12月在貿易發展局舉辦的「創智營商博覽2018」，設置了大型攤位，介紹 SUCCESS、工貿署各項資助計劃、CEPA等資訊。現場更設「問問專家」業務諮詢服務，為個別中小企業提供營商方面的專業意見。另外，SUCCESS 將會在今年5月16至17日參與由貿易發展局舉辦的「創業日2019」，屆時會設置攤位介紹 SUCCESS 服務及工貿署各項資助計劃等。

工業貿易署參與「創智營商博覽2018」。

研討會及工作坊

SUCCESS 經常舉辦研討會及工作坊，協助中小企業擴闊營商知識和提升營運技巧。SUCCESS 今年在「裝備自己，迎接挑戰」的主題下，特別舉辦為期十二節，涵蓋全年的「追求卓越系列」研討會，就中小企業營運業務的各個範疇，邀請不同界別的企业高管為中小企業出謀獻策。請密切留意報名日期。



顧客熱線：2398 5133

電郵：success@tid.gov.hk

網址：<https://www.success.tid.gov.hk>

地址：香港九龍城協調道3號工業貿易大樓13樓1301室

服務時間：星期一至星期五上午8時45分至下午6時

SUCCESS 會員及資訊服務

歡迎各中小企業人士蒞臨 SUCCESS，使用我們的服務，或瀏覽 SUCCESS 網頁，並對 SUCCESS 的服務提出意見和建議。有興趣人士可登記成為會員，獲取 SUCCESS 活動如研討會及工作坊等的最新消息。