

# Hong Kong 企業雄才 Entrepreneurs

cma.org.hk | jan - feb 2021

## 廠商會新任會長史立德博士專訪

Interview with the New CMA President Dr Allen Shi

楊立門與彭耀佳和方舜文對談  
CEO Talks with Pang Yiu Kai and Margaret Fong

重新發掘「香港品牌」優勢  
Hong Kong Brand Power Still Has Strength

大灣區消費特色  
Know the Greater Bay Area Consumers



香港中華廠商聯合會  
The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong



HKD40



汽車零部件輕量化一體成型方案

領先行業一步



T (852) 3412 5500  
F (852) 3412 5511  
E sales@lk.world  
香港新界葵涌華星街1-7號  
美華工業大廈8樓A室  
www.lk.world



# 李錦記 品質為先 百年真味陪伴您

LEE KUM KEE : YOUR COMPANION FOR SUPERB TASTE AND QUALITY THROUGH CENTURIES



了解更多  
Explore more



[www.LKK.com](http://www.LKK.com)

[f](#) LKKHK 李錦記香港 | [Q](#)

[i](#) leekumkee.hk | [Q](#)

04	會長序言 Message from the President
06	立法會內外 Inside LegCo
08	專題 Focus <ul style="list-style-type: none"><li>香港支柱產業發展新趨勢 New Development Trends in Hong Kong's Key Industries</li></ul>
22	廠商會第 42 屆會董會 CMA 42nd General Committee <ul style="list-style-type: none"><li>史立德會長：助業界走出「疫」境 把握國家新時代機遇 President Dr Allen Shi: Navigating Through Crisis and Embracing the New Era of National Development</li><li>副會長上任感言 Message from Vice Presidents</li></ul>
42	息息商關 Business Broadband <ul style="list-style-type: none"><li>港品牌走進大灣區 Entering the Greater Bay Area Market</li><li>重新發掘「香港品牌」優勢 Hong Kong Brand Power Still Has Strength</li><li>2021 年國際新格局 International Outlook for 2021</li></ul>
54	文化消閒 Lifestyle <ul style="list-style-type: none"><li>80 後姊妹花 活化凸版印刷工藝 The Printmaking Sisters: Reviving the Art of Letterpress</li></ul>
60	新聞快訊 News
65	活動快拍 Activity Snapshot
68	活動預告 Upcoming Events



Hong Kong **企業家**  
**Entrepreneurs**  
jan - feb 2021

**出版人 Publisher**

香港中華廠商聯合會 The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong

**總辦事處 Head Office**

香港中環干諾道中 64-66 號廠商會大廈  
CMA Building, 64-66 Connaught Road Central, Hong Kong  
電話 Tel: (852) 2545 6166 / (852) 2542 8600  
傳真 Fax: (852) 2541 4541  
網址 website: www.cma.org.hk  
電郵 Email: info@cma.org.hk

**編輯 Editor**

廠商會公關委員會 CMA Public Relations Committee  
電話 Tel: (852) 2542 8642  
電郵 Email: pr@cma.org.hk

**承印 Printer**

富源創意設計印刷有限公司 Edge Media Limited  
香港九龍土瓜灣浙江街 41-43 號合誠商業大廈 19 樓 B 室  
Unit B, 19/F, Hop Shing Commercial Building, 41 Chi Kiang Street,  
Towkwan, Kowloon

**廣告查詢 Advertising**

電話 Tel: (852) 2542 8675

**售價 Price 港幣 HK\$40**

**會長 President**

史立德博士 BBS MH 太平紳士  
Dr Shi Lop Tak, Allen, BBS MH JP

**立法會代表 LegCo Representative**

吳永嘉議員 BBS 太平紳士  
The Hon Jimmy W K Ng, BBS JP

**常務副會長 Executive Vice President**

盧金榮博士 太平紳士  
Dr Lo Kam Wing, JP

**副會長 Vice Presidents**

黃家和 BBS 太平紳士  
Wong Ka Wo, Simon, BBS JP

**陳國民博士 MH**

Dr Chan Kwok Man, Edward, MH

**吳國安**

Ng Kwok On, Dennis

**馬介欽博士**

Dr Ma Kai Yum

**梁兆賢**

Leung Siu Yin, Jackson

**陳家偉 MH**

Chan Ka Wai, Calvin, MH

**駱百強**

Lok Pak Keung, Robert

**施榮恆 BBS 太平紳士**

Ivan Sze, BBS JP

**行政總裁 Chief Executive Officer**

楊立門 GBS 太平紳士  
Young Lap Moon, Raymond, GBS JP



版權所有，未經本會及作者同意，請勿翻印

All reproduction requests are subject to the approval of CMA and authors



# 攻堅克難 迎新而上！

## Overcoming Difficulties and Grasping Opportunities in the Coming Year!

新年伊始，我謹代表廠商會新一屆會董會，恭祝各位《企業雄才》的讀者身體健康！事事順景！

2021年注定是不平凡的一年。去年本港第三季本地生產總值按年跌幅曾收窄至3.5%，按季反彈2.8%，加上疫苗即將推出，一片利好消息本令大家以為經濟已經築底，並有望逐步回升，怎知第四波疫情和更嚴苛的社交距離措施打亂了復蘇的步伐。與此同時，全球各地疫情亦同樣出現反彈，加上變種新冠病毒來勢洶洶，衝擊需求和供應鏈運作，本港去年12月PMI急跌，正正反映營商環境再度轉差，市場憂慮大流行會持續。

長達逾年且不斷反覆的疫情令企業百般折騰，結業潮在第四季更有擴大跡象。廠商會已多次在不同渠道提出警示，指許多中小企已面臨存亡的臨界點，亟待支援。當然，我們理解公共資源有限，政府難以再推行大範圍抗疫支援措施，但我們仍希望，當局可以精準地投放資源於真正有需要的領域和行業上，特別是備受貿易戰和環球市場低迷等多重打擊、但未能近幾輪防疫措施之中受惠的製造業和進出口貿易業，為他們制訂針對性的解困措施；此外，政府亦應在這艱難時刻，暫緩所有可能會增加營商成本之政策的進行工作，例如最低工資、增加勞工假等，留待經濟重拾正軌後再從長計議。



其實，業界最需要的，除了是短期的資金支援外，便是早日通關。當疫情稍為回落，特區政府應本著權變的精神，盡快與廣東省和澳門等探討設立某種形式的「旅行氣泡」安排，透過實施先導計劃，逐步放寬符合特定條件的人士入境檢疫的限制。

香港是全球反覆爆發疫情次數最多的地方，而且每次均是由外來個案所引發，反映港府在「嚴防輸入」方面確有不足之處，本會再次促請當局在汲取幾次經驗之後，能夠進一步提升抗疫的應變效率，特別是從源頭堵截、追縱工作、快速切斷傳播鏈方面作出檢討，因為只要稍有疏漏，疫情又會死灰復燃，而企業和市民先前所曾付出的慘痛代價也將白費。

雖然今年開局並不理想，但更令我們更有決心破局求變，為業界分憂解困。未來三年，廠商會會繼續推動業界融入國家的發展，把握、發掘和創造箇中的機遇，特別是「內循環」的商機。對於近年飽受外部環境不斷惡化所衝擊的港商來說，擁有14億人口、零售總額超過41萬億元人民幣的內地市場，是我們全力押注的重點市場，但要搶灘成功，企業必須在發展策略和管理思維上作出根本的改變，並加緊邁向高品質、高增值和品牌化的發展路線，才能贏得國內消費者的青睞。我們明白企業在這蛻變的過程中，必然有不少掙扎，廠商會定必作出扶持。

數碼化乃企業發展的另一大趨勢，除了主宰未來銷售模式和客戶關係管理之外，也是「再工業化」的關鍵。所以本會未來另一項工作重點，就是繼續協助傳統工業包括在大灣區營運的港資企業，借助科研成果和先進技術，實現升級轉型；並促請政府帶頭促進行業關鍵共性技術的突破，以帶動整個產業的升級。

作為廠商會新任會長，我今後定當悉力以赴做好各項工作，繼往開來，為業界發聲、為各項影響工業和社會發展的策略出謀獻策。在

此，我希望各位能支持廠商會，與我們一同攜手前進，走出困局，開拓新的發展機遇。  

On behalf of the 42nd term of CMA General Committee, I would like to wish all readers of *Hong Kong Entrepreneurs* good health and the best of everything!

There is no doubt that 2021 will be a challenging year. In fact, Hong Kong's GDP shrank 3.5% year-on-year in the third quarter last year and rebounded by 2.8% compared with the second quarter. The good news of the COVID-19 vaccines being ready for roll-out has made everyone believe that, while the economy has bottomed out, it can be expected to recover gradually. Nonetheless, the fourth wave of the pandemic and the even more stringent social distancing measures have utterly disrupted the pace of recovery. At the same time, surge in virus and the new variants are also threatening the recovery in other countries. The December PMI slumped again, signalling a renewed deterioration of business conditions and renewed worries about the ongoing pandemic.

The year-long and repeated waves of the pandemic have resulted in major disruptions to companies in every possible way, and the wave of business closures has shown signs of further expansion in the fourth quarter. CMA has repeatedly raised warnings through different channels, stating that many SMEs have already come to a critical point of survival and urgently require support. We understand that public resources are limited, and it is difficult for the government to implement further large-scale anti-pandemic support measures. However, we still hope that the authorities can allocate some of the

resources to industries with genuine needs, especially the manufacturing and trading sectors, as they have been impacted the most by the trade wars and global market downturn, but have yet to benefit from the recent rounds of anti-pandemic measures. In addition, the government should postpone the execution of all possible policies that might increase business operation costs, such as new minimum wages, increasing statutory holidays and so on. Such policies should only be discussed after the economy is back on track.

Apart from short-term financial aid, what the industry needs most is the removal of travel restrictions. When the pandemic is brought under control, the government should carry out discussions with Guangdong Province and Macau to gradually relax the quarantine restrictions on people who meet specific requirements.

Hong Kong is the place with the highest number of repeated outbreaks in the world, with each of them triggered by external cases. This indicates that the government's efforts in preventing imported cases have been inadequate. CMA once again urges the authorities to improve its efficiency in the fight against the pandemic, especially as it relates to blocking the entry of the virus, tracing the contacts and stopping the transmission chain. As long as there are gaps in oversight, the pandemic will easily resume, rendering the painful price endured by enterprises and citizens alike in vain.

Although 2020 has been full of hurdles, it has made us more determined than ever to change and support the industries. In the next three years, CMA will continue to promote the integration of the manufacturing industry with state developments and to seize business opportunities related to the internal circulation of economic growth. For Hong Kong businesses that have been hit by the deteriorating external environment in recent years, the Mainland market is considered vital, since it is home to a population of 1.4 billion with total annual retail sales of more than RMB 41 trillion. To enter the market, the development strategies and

management thinking of businesses require fundamental changes, and they need to step up to move toward high quality, high added value and branding development to fulfil the market's demands. We understand that companies will encounter a series of struggles in this process of transformation, and CMA will provide all necessary support and assistance to our member companies.

Digitisation is another major trend in corporate development. Aside from dominating future sales models and customer relationship management, it is also the key to "re-industrialisation". Therefore, CMA will be focused on assisting traditional industries, including Hong Kong-funded enterprises operating in the Greater Bay Area, to use scientific research results and advanced technologies to achieve upgrades and transformations. Furthermore, CMA will urge the government to take the lead in promoting breakthroughs in key technologies for different manufacturing industries, thus triggering an upgrade for the entire sector.

As the new CMA president, I will perform my duties faithfully and do my utmost in each and every task. I shall also be a voice for the industry and provide suggestions and strategies that affect the development of the business community and society. I hope all of you can continue to support CMA and work hand in hand with us to overcome predicaments and explore new development opportunities for the industry. (商) (通)

史立德

史立德博士 Dr Allen L T Shi BBS MH JP  
會長 President





吳永嘉議員 BBS JP  
廠商會立法會代表

## 在「變局」與「契機」中 沉著應戰

國家主席習近平曾多次提出，當今世界正經歷「百年未有之大變局」。去年底，習主席在深圳再次強調，新冠肺炎疫情全球大流行，使這個大變局加速演進。而我國經濟正處於轉變發展方式、優化經濟結構、轉換增長動力的攻關期。對香港特區而言，全國政協副主席、前特首董建華也指出，「香港置身百年一遇新契機」，主要是因為我們可以融入大灣區發展，這將有助於抵禦外部衝擊，提升經濟活力。


過去兩年，遭受到中美貿易戰、黑暴事件、疫情陰霾的衝擊與洗禮，香港可以說「從此不一樣」。唯有一點是不變的，那就是「香港有國家作為後盾，是港人信心之本」。特別是中央為香港制定《香港國安法》及一系列雷厲風行的政治行動，為社會穩定發揮定海神針的作用；而香港的經濟發展更是離不開國家的支持與幫助。本人相信，當國家的經濟大齒輪帶動香港的經濟小齒輪同步轉動時，沒有什麼困難是不能克服的。本人也衷心希望，全體港人在「變局」與「契機」中沉著應戰，盡快讓香港再度出發。

在香港融入大灣區發展這個歷史「新契機」面前，只有認清香港與內地是在同一條船上，堅實地將香港與內地的利益扣鉤，這樣才能找到香港未來的出路。我想說，香港那些別有用心的人與其浪費

時間，處處質疑、事事反對，何不攜手為香港、為大灣區出謀獻策，提出一些務實理性的建議呢？

面對國際經貿大變局，立法會日前成立振興香港經濟事宜小組委員會，專責檢討及研究振興香港經濟政策，包括政策目標、配套支援措施、執行情況等。作為委員會主席，本人希望特區政府和業界可審時度勢，關注、洞察並及早應對「後疫情時代」國際產業分工和供應鏈體系的重構與演化，因時制宜地推進「再工業化」，一方面保障本土經濟安全和維護民生，另一方面亦為國家未來的發展發揮特殊的作用。

或許有人會問，立法會本已有一個經濟發展事務委員會，為何還要額外成立振興香港經濟事宜小組委員會？要知道，經歷過去一年的抗疫之路，人類在未能徹底清除新冠肺炎之前，只能繼續與之相處一段頗長的時間。正因為抗擊疫情是一場持久戰，也是一種新常態，所以我們需要探討和檢視現時的經濟發展模式，以便及時作出調整；面對百業蕭條，經濟嚴重受創，我們當務之急，還要推動政府出台更多支援經濟的措施，並監察其執行情況。

渡過了漫長的庚子年，終於迎來了新的一年。值此機會，祝願各位讀者、先進、朋友們豐盛人生、順遂安康！





投信保 業務大小都就到

HKECIC safeguards your exports whatever size



HKECIC | Q



☎ | 2732 9988



# 香港支柱產業 發展新趨勢

## New Development Trends in Hong Kong's Key Industries

在新冠肺炎疫情下，香港多個產業都受到嚴重衝擊，作為香港經濟四大支柱產業的旅遊業和貿易及物流業更是首當其衝；在嚴格的邊境限制和社交距離措施下，香港旅遊業步入寒冬，而疫情居高不下，加劇環球經濟衰退，亦為貿易業帶來重大挑戰。

揮別 2020 年，廠商會行政總裁楊立門在廠商會社交頻道 Hashtag CMA 的節目《Talk Shop》分別與香港旅遊發展局主席彭耀佳博士和香港貿易發展局總裁方舜文對談，一同探討香港在疫情後該如何重新定位，轉危為機。

Multiple industries in Hong Kong have been heavily impacted by the COVID-19 pandemic. Of its four key industries, tourism, trading and logistics have borne the brunt of the impact. Due to strict border restrictions and social distancing measures, tourism has been brought to a near standstill. Meanwhile, the ongoing outbreak has plunged the global economy into recession, which has brought serious challenges to the trading industry.

Looking into 2021, Mr Raymond Young Lap Moon, CEO of the Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong (CMA), Dr Pang Yiu Kai, chairman of Hong Kong Tourism Board (HKTB), and Ms Margaret Fong Shun Man, executive director of the Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) discussed how Hong Kong should reposition itself after the epidemic and turn crisis into opportunity on the talk show series Talk Shop on CMA social media channel Hashtag CMA.

楊：楊立門  
彭：彭耀佳  
方：方舜文

Young: Raymond Young  
Pang: Pang Yiu Kai  
Fong: Margaret Fong



彭耀佳 Dr Pang Yiu Kai

# 危中思變 重塑旅遊業定位

Crisis as an Opportunity to Change and Reposition the Tourism Industry

“ 疫情過後，旅遊業將會出現大洗牌，競爭會更趨激烈，我們必須思考如何為香港建立旅遊品牌，爭取旅客重臨。

After the epidemic, there will be a major reshuffling of the tourism industry, and competition will become ever more intense. As such, we must consider how to develop Hong Kong's tourism brand to win back tourists.

”

香港素來有「旅遊天堂」的美譽，每年吸引幾千萬人次旅客訪港，但在疫情打擊下，2020年訪港旅客暴跌99%，危及數十萬名從業員的生計。面對這股史無前例的寒冬，彭博士領導的旅發局轉以線上形式，維持香港的國際曝光，同時探索旅遊品牌定位，為疫後重啟旅遊業做好準備。

楊：香港疫情反覆不穩，在第四波疫情下，旅遊業界再次陷入水深火熱中，在這個艱難時刻，旅發局有何措施帶領香港走出困局？

彭：疫情何時完結尚未知曉，這段時間，旅發局首要希望推動香港人消費；香港人習慣在假期出國旅遊，但其實香港有很多不錯的景點和設施，是本地人不曾去過的，因此旅發局推出了「旅遊·就在香港」，並製作影片，介紹各式各樣的本地旅遊行程，鼓勵香港人「做自己的旅客」。

另一方面，我們將旅遊推廣項目移師至線上舉行，希望透過不斷製造話題，保持外國旅客對香港的關注和熱愛，吸引他們在疫情過後再次到訪香港。

楊：陸續有新冠疫苗面世，為重啟經濟帶來曙光，你認為疫情後的旅遊新常態是怎樣？旅遊業界和相關部門應如何加強旅客對香港防疫工作的信心？

彭：在疫情消退初期，旅客出於安全考慮，多會傾向到鄰近地區旅遊，而香港的地理位置優越，4個小時的航程可涵蓋全球一半的人口。所以未來我們會先以短途客為主，與一些疫情受控的東南亞或亞洲國家建立「旅遊氣泡」，再慢慢與其他國家聯繫。

另外，旅客會對商店、餐廳、酒店等旅遊設施的衛生情況十分重視，因此我們與香港品質保證局合作，制定統一的衛生防疫指引，免費讓業界參與。通過審核的商號會獲發計劃標誌，旅客看見會玩得更安心。

楊：現時香港旅遊業固然面對很大的挑戰，但同時亦給予我們空間重新思考香港旅遊業的新定位。當疫情退卻，你認為香港旅遊業該何去何從？

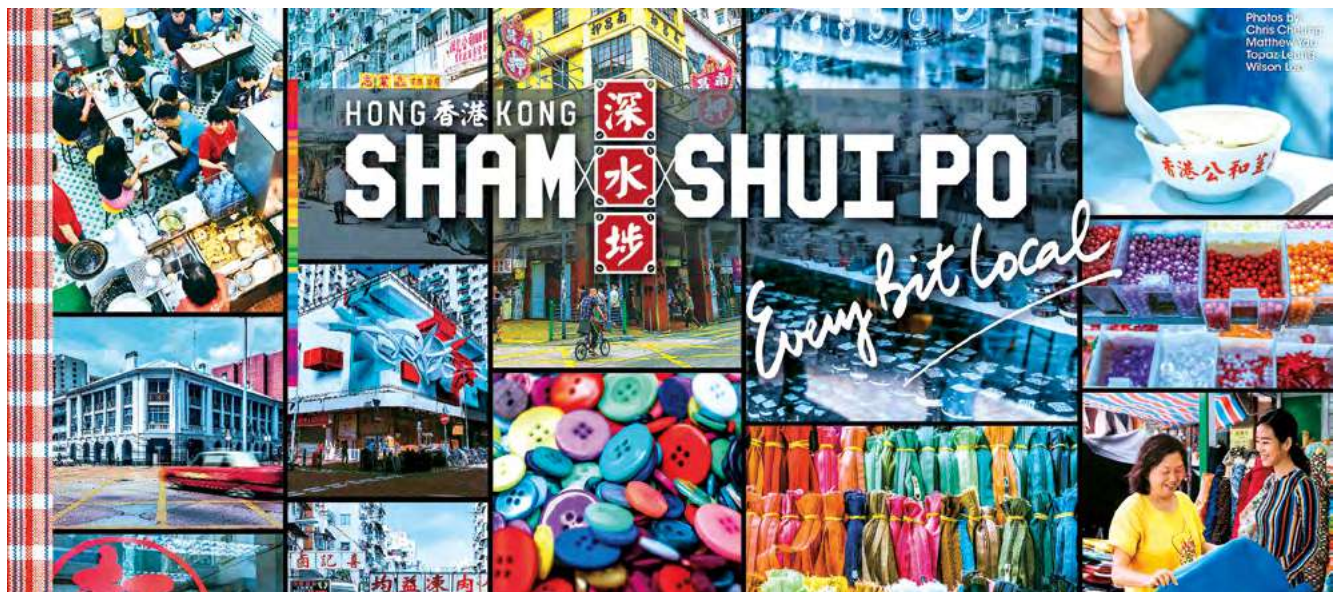
彭：為了刺激經濟復甦，每個國家和城市在疫情消退後，一定會積極爭取旅客重臨，甚至以減價促銷來爭奪客源。可以預期，未來旅遊業界的競爭會更加激烈，香港必須要主動求變。為此，旅發局正與國際品牌顧問公司重新構思香港旅遊業的品牌定位。

與此同時，我們亦正思考如何加強與大灣區其他城市合作，為香港旅遊業界增值。其中一個方向是發展「一程多站」的旅遊模式；香港是大灣區內的國際交通樞紐，我們的構思，是以香港作為行程的起點，旅客在香港旅遊後，再轉往大灣區其他城市遊玩，最後經香港離開。我們正與大灣區內地城市的旅遊部門緊密聯繫，探討推出優惠的旅遊套餐，帶動更多旅客來大灣區旅遊。

楊：我認同，能與內地加強合作，將會對香港旅遊業發展帶來很大幫助。但經歷過社會事件後，可能會令內地旅客有所顧慮，擔心香港市民未必會像以前歡迎他們到來。我們該如何化解當中矛盾？

彭：當旅遊重啟的時候，我們的推廣活動會先集中在內地的高端客群，這些旅客大多以自由行形式來旅行，多在較高檔的酒店和店舖住宿和消費，亦很少會拖着行李來買「水貨」，不會過度集中在同一地區為居民造成壓力。事實上，隨着交通配套愈來愈成熟，內地人來港旅遊消費，就好比昔日香港人愛到深圳、廣州購物一樣正常，希望市民可以理解，畢竟香港有80萬人是靠旅遊業維持生計。

另一方面，我們亦會推動「會議、展覽及獎勵旅遊」（MICE），因為該客群的消費能力高。旅發局已設立了基金，透過資助鼓勵機構舉辦國際性的會議，吸引更多MICE客源。



旅發局近年針對社區的歷史和文化特點，推出不同的深度旅遊項目  
The HKTB has launched various in-depth district tourism campaigns based on the historical and cultural characteristics of the community

楊：沒錯，吸引更多高增值的旅客來港，對香港經濟很有幫助，但畢竟香港地方小，來來去去也可能只有數個旅遊景點，你有何構思為香港增加新的景點？

彭：的確，人造景點是需要有長的時間和投放大量的資源打造，但其實香港還有很多旅遊資源，包括優美的山景、離島、海灘等。在地區層面，亦有很多文化設施蘊含豐富的歷史和傳統元素，加上香港獨特的美食文化，都可以為訪客提供新鮮的旅遊體驗。

事實上，來自不同地區的旅客，他們的喜好各有不同；例如內地旅客喜歡購物、品嚐美食和嘗試新事物，而外國旅客則可能較喜歡大自然和體驗中華文化。未來我們會針對不同客源的需要和喜好，設計合適的推廣項目。

Hong Kong has always enjoyed a reputation as a tourist paradise that attracts tens of millions of visitors a year. However, arrivals to Hong Kong plummeted by 99% in 2020 during the COVID-19 pandemic, endangering the livelihood of hundreds of thousands of employees in the tourism industry. In the face of such an unprecedented recession, the HKTB focused on maintaining Hong Kong's international exposure using online platforms. The HKTB has also commenced a review of Hong Kong's tourism brand to prepare for the industry's post-pandemic recovery.

**Young:** With the fourth wave of the pandemic underway in Hong Kong, the tourism industry finds itself in dire straits. At this difficult time, what can the HKTB do to lead the industry out this predicament?

**Pang:** When the pandemic will end remains a puzzle. During this period, our primary objective is to boost local consumption. Hong Kong people are used to travelling overseas during the holidays, but there are many great attractions and facilities in Hong Kong that locals have never been to. Given that, the HKTB has launched the "Holiday at Home" campaign and produced a variety of videos mapping out routes for residents to explore unique local travel attractions and to encourage Hong Kong people to be tourists of their own city.

At the same time, we continue to execute our tourism promotion projects through online channels, hoping to maintain foreign tourists' interest in Hong Kong by constantly creating topics that will attract them after the epidemic.



彭耀佳認為，香港除了主題樂園外，亦有很多旅遊資源，為訪客提供新鮮的旅遊體驗

Dr Pang believes that in addition to theme parks, Hong Kong also has many tourism resources to provide visitors with compelling travel experiences

**Young:** As COVID-19 vaccines are rolled out, there's hope for getting the economy to start moving again. What do you think the industry's new norms will be after the pandemic? What should the tourism industry and relevant authorities do to strengthen tourists' confidence in Hong Kong's epidemic prevention efforts?

**Pang:** In the early stage of recovery, tourists will tend to travel to neighbouring cities due to safety concerns. A four-hour flight from half the world's population, Hong Kong's excellent geographical location makes it the preferred short-haul travel destination of the future. Therefore, we will focus on the short-haul travel markets, establishing tourism bubbles with Southeast Asian or Asian countries where the epidemic is under control and then make connections with other countries gradually.

Tourists also value the hygiene standards at tourist facilities, such as shops, restaurants and hotels. Therefore, we have launched a standardised hygiene protocol in partnership with the Hong Kong Quality Assurance Agency to encourage tourism-related businesses to participate for free. Qualified businesses and outlets can display a designated logo to strengthen visitors' confidence in travelling to Hong Kong.

香港旅遊發展局主席彭耀佳（左）與廠商會行政總裁楊立門（右）詳談疫後旅遊業趨勢和新定位

Dr Pang, chairman of the HKTB (left), and Raymond Young, CEO of the CMA (right), talked about tourism trends and new positioning after the epidemic



**Young:** Though Hong Kong's tourism industry is currently facing great challenges, it also has space to review its positioning. When the epidemic subsides, what approach do you think the industry should focus on?

**Pang:** In order to stimulate economic recovery, every country and city will strive to have tourists return after the pandemic recedes and even resort to the promotion of price reductions to compete for visitors. Competition in the industry will become more intense in the future, and Hong Kong's industry must always be ready to change. The HKTB is currently working with an international brand consulting company to redefine the industry's brand positioning.

Meanwhile, we are also exploring on how to strengthen cooperation with other Mainland cities in the Guangdong-Hong Kong-Macau Greater Bay Area (GBA) so as to further add value to the industry. One of the approaches is to promote multi-destination tourism. As an international transportation hub in the GBA, we want to position Hong Kong as the starting point of every itinerary. After enjoying the city's beauty and amazing sights, tourists can visit other cities in the GBA and end their trip back in Hong Kong. We have been in very close communication with tourism departments of cities in the GBA to develop diversified tourism products, and encourage tourists to travel around the GBA.

**Young:** I agree that strengthening cooperation with the Mainland will greatly help the development of Hong Kong's tourism industry. However, after seeing the social movements and turmoil, Mainland tourists might be concerned that Hong Kong may not welcome them as before. How can we resolve this issue?

**Pang:** When cross-boundary travel resumes, our promotional campaigns will focus on high-yield Mainland visitors. High-yield visitors usually visit Hong Kong as independent travellers. They enjoy staying in luxury hotels and making high-end consumptions. High-yield visitors are not common parallel-goods traders that will concentrate in one district, which puts pressure on local residents. With improved



transport facilities, Mainland visitors to Hong Kong looking to shop and explore are like local residents who loved visiting Shenzhen and Guangzhou to shop in the past. The public needs to understand that tourism is very important, as it employs over 800,000 people in Hong Kong.

At the same time, we will step up efforts to promote the Meetings, Incentives, Conferencing, and Exhibitions (MICE) tourism, as MICE visitors have more spending power than ordinary visitors. The HKTB has established a fund to provide financial incentives to encourage organisations to hold international conferences in Hong Kong to attract more MICE visitors.

**Young:** Attracting more high-yield visitors will definitely help improve Hong Kong's economy. Nonetheless, Hong Kong is a small city, and there are just a few tourist attractions. What are your ideas for adding new attractions?

**Pang:** Indeed, building man-made attractions requires lots of time and resources. But in fact, Hong Kong has many natural resources, including beautiful landscapes, outlying islands and beaches. At the district level, there are also many cultural facilities well endowed with historical and traditional elements, to say nothing of Hong Kong's unique food culture, which can provide visitors with a refreshing travel experience.

In fact, visitors from different regions have different preferences. For example, Mainland tourists like shopping, food and cuisine, and trying new things, while foreign travellers enjoy the beauty of nature and experiencing Chinese culture. In the future, we will design suitable marketing campaigns to cater to the needs and preferences of different visitor segments.



“

旅遊重啟後，我們會先集中吸引內地高端的客群，他們大多以自由行形式旅行，亦未必會拖着行李來買『水貨』，相信不會對社區造成很大壓力。

When tourism resumes, our promotional campaigns will focus on high-yield Mainland visitors. They usually visit Hong Kong as independent travellers. They are not common parallel-goods traders who concentrate in one district, which, in return, puts pressure on residents.

”



方舜文 Margaret Fong

# 擁抱「數碼化」及「多元化」 開拓新機遇

Embrace Digitalisation and Diversification to  
Explore New Opportunities



過去 12 個月，香港以至全球經濟都受到很大衝擊，企業、特別是中小企都需留意市場的發展新趨勢，尤其是「數碼化」和「多元化」。

In the past 12 months, Hong Kong and the global economy have suffered major hits. Enterprises, especially SMEs, must pay attention to new development trends in the market, in particular digitalisation and diversification.



貿易及物流業為香港四大支柱產業之首，對香港經濟貢獻重大。但在過去 3 年，危機接踵而來；先是中美貿易戰、然後是社會事件和新冠疫情。貿發局總裁方舜文認為，疫情徹底改變業界的生態，企業必須求變，以適應市場轉變。

楊：新冠疫情令全球經濟活動受阻，以你觀察，疫情對工商界的行業生態帶來什麼轉變？

方：今次疫情，讓大家深刻體會到「變幻原是永恆」；以往很多企業、尤其是中小企，專注於實體業務、或者只在固定的市場發展。但在疫情下，一些習慣參加實體展覽爭取訂單的企業，需要適應「數碼化」的營運模式和參與網上展覽。另一方面，由於歐美經濟仍需要一段較長的時間復甦，一些原本放眼海外市場的企業，亦需要開拓新市場，朝多元化發展。

貿發局 2020 年舉行了多次網上展覽，參展商反映真的能做到生意，而且可以接觸到一些來自以往未曾合作過的國家的新客戶，擴闊了客源。

楊：在這裡都想分享一下廠商會的經驗；廠商習慣了每年參加實體的工展會，但因為疫情，今次我們改辦網上工展會，廠商對是否參展的反應比較慢熱，因為他們不習慣。你可否分享一下貿發局的經驗？你們為企業提供了什麼支援？

方：的確，企業在參加網上展覽初期有不少疑慮，例如擔心貨品的真偽、在網上預約會議，不確定對方會否出席等。因此貿發局運用在全球各地 50 個辦事處，協助招募一些有信譽的參展商和買家參與網上展覽，另外，同事會跟進參展商和主要買家的預約會議，如中途遇到技術上的問題，我們也會迅速提供協助。

此外，我們亦會向參展商教授基本的網上營銷和拍攝技巧，以增加產品的吸引力。針對買家的需要，貿發網採購平台設有評級制度，因應供應商在平台上的資料有多齊全、回覆客人查詢的速度等，分為金、銀、銅 3 級，以供買家參考，增強他們的信心。

楊：正如你所講，在疫情下，企業除了數碼轉型，開拓多元市場亦十分重要，而內地、尤其是粵港澳大灣區正好為我們提供很大商機。貿發局未來有何新政策和服務，協助港企進軍大灣區市場？

方：商界講要發展國內內銷市場講了很久，但真正付諸實行的並不多，事實上，內地市場與傳統的歐美市場截然不同，一時間要企業適應內地市場並不容易。所以我們新一年會以大灣區為工作重點，推出「GoGBA」平台，涵蓋大灣區各個內地城市的市場和政策資訊，亦會提供工作坊和諮詢服務。另外，我們將在深圳辦事處設立 T-box 大灣區服務中心，以便香港企業和當地企業進行對接，協助他們先探索大灣區市場，繼而到內地其他省市發展。



方舜文預期，數碼化的趨勢在未來 10 至 15 年會不斷加強  
Fong expects that the digitalisation trend will continue to grow in the next 10 to 15 years


大灣區的消費者已經很成熟，他們不光考慮商品價錢，亦十分重視商品的品質、設計以及科技含量，這些正正是香港產品的優勢。因此我們正構思在大灣區舉行展覽會，安排買家與港企做配對，亦會預留幾天讓當地消費者入場。

如果企業希望長期開拓內銷市場，他們可以透過貿發局的香港設計廊銷售產品；如果他們有興趣在當地發展網上銷售，則可以經網上設計廊，將產品放上淘寶和京東這兩大電商平台銷售。凡此種種，都是希望提供最方便的方法，讓企業踏出第一步，嘗試發展內銷市場。

楊：除了內地市場，東盟市場亦是工商界很重視的市場，你對東盟市場的發展前景有什麼看法？

方：東盟是一個比較多元化的市場，一方面她是製造業基地，尤其未來中美關係不會因為有新的總統上場而產生很大變化，因此「中國 +1」的生產模式都會繼續下去，而東盟會是很多廠商生產基地的選址。而在投資方面，東盟一些國家已表明，希望往環保和智能化方向發展，香港不少廠商都有這方面的技術可以分享。第三，東盟有 6 億 5,000 萬人口，當中 1 億 5,000 萬人屬中產階層，因此她作為銷售市場，亦有很大潛力。

楊：在疫情新常態下，我們有挑戰，但亦有新的機遇，總的來說，貿發局對新一年的香港經濟前景有何預測？

方：我相信新一年仍然是充滿挑戰，但起碼疫苗的出現，讓我們見到曙光。我們亦估計，全球不同的經濟體都會採取比較寬鬆的政策，讓工商活動不要因疫情而全部停下來，所以我認為新一年的經濟情況會有所好轉。而過去一段時間，我們看到很多企業、中小企和初創，正正因為眼前的各種挑戰，靈活創新，反而能脫穎而出，我深信有危亦有機的。

The trading and logistics industry leads the four pillar industries that have made significant contributions to Hong Kong's economy. However, the past three years have seen crisis after crisis, from the China-US trade war to the local social turmoil and the COVID-19 pandemic. Fong believes that the pandemic has completely changed the industry's ecosystem. Companies must embrace innovation to succeed in this rapidly evolving environment.

**Young:** The COVID-19 epidemic has hindered global economic activities. From your observations, what changes will the epidemic bring to the ecosystem of the business community?

**Fong:** This epidemic has made everyone understand that "change is the only constant." In the past, many companies, especially SMEs, only focused on how to conduct physical business or developing a particular market. They would seldom make changes to their operation models. However, because of the epidemic, companies that are used to participating in physical exhibitions to secure orders must adapt to a digital business environment and participate

in online exhibitions. At the same time, as the European and American economies may take some time to recover, companies that have been focused on the US and Europe need to diversify.

The HKTDC held various virtual exhibitions in 2020. Feedback from exhibitors was that they were able to do actual business and connect with new buyers from countries they have not worked with, thereby expanding their customer base.

廠商習慣參加實體展會接觸客戶，但在新冠疫情爆發後，需要適應線上展會新趨勢

Manufacturers are used to participating in physical exhibitions to conduct business activities. Because of the COVID-19 outbreak, they need to adapt to the new trend of virtual exhibitions



**Young:** I would like to share the experience of CMA. We all know our member companies used to take part in the physical Hong Kong Brands & Products Expo for years. Due to the pandemic, the latest expo has gone virtual. However, the response from manufacturers has been lukewarm, as they are not familiar with virtual exhibitions. Can you share the experience of the HKTDC with organising virtual exhibitions? What support have you provided to companies?

**Fong:** Indeed, companies may be hesitant when they first take part in virtual exhibitions, with concerns such as the authenticity of the products and whether the other party will show up for the virtual meetings. Therefore, I have tasked our 50 offices around the world to recruit reputable exhibitors and buyers to participate in our online exhibitions. In addition, our offices will follow up on the virtual meetings between our exhibitors and major buyers and provide immediate support in case of any technical issues.

We have also been teaching exhibitors some basic digital marketing and video shooting techniques that would enhance the presentation of their products online. Targeting buyers, we have launched a rating system on our "hktcd.com Sourcing" platform to rate the suppliers featured as "gold", "silver", or "bronze", based on the completeness of the information they provided and how fast they respond to buyers' enquiries. This system provides useful reference for buyers and enhances their confidence in sourcing via the platform.

**Young:** Just as you said: under the epidemic, it is also very important for companies to develop diversified markets in addition to digital transformation. The Mainland market, especially the GBA, has provided us with tremendous business opportunities. What new policies and services does the HKTDC have in mind to help Hong Kong companies enter the GBA market?

**Fong:** The business community has been talking about entering the Mainland domestic market for a long time, but not many companies have taken that step. In fact, the Mainland market is very different from the traditional US and European markets, and it may not be easy for companies to adapt to this new market instantly. To help interested companies, we have made the Greater Bay Area a key focus in 2021. We will launch a "GoGBA" platform which will provide policy and market information on the 11 GBA cities plus advisory service and workshops. In addition, we will establish a T-box GBA Centre in our Shenzhen Office to facilitate business connection between Hong Kong and companies from other GBA cities. The aim is to help Hong Kong enterprises to start with the GBA market before expanding to other provinces and cities on the Mainland.

東盟是一個多元化的市場，不僅是一個製造基地，而且具有龐大的消費市場和投資潛力  
The ASEAN market is diversified. Not only is it a manufacturing base, it also has enormous potential as a consumption market and investment destination





“  
最重要是看準市場，企業要思考，未來幾年哪個市場的發展潛力最大，這一定是以大灣區為主，其次就是東盟市場。

Identifying the right market is the key to success. Companies need to consider which market has the greatest development potential in the next few years, and that has to be the Greater Bay Area, followed by ASEAN.

”

Consumers in the GBA are sophisticated and will consider not only the price but also product quality, design and technology content when making a purchase, considerations which play to the strengths of Hong Kong products. We are hence planning to organise an exhibition in a Mainland GBA city to connect buyers from the region with Hong Kong enterprises. The exhibition will also be open to consumers on several days.

Additionally, companies wishing to develop the Mainland market in the long run can sell products through the HKTDC Design Gallery. And if they are interested in developing e-commerce on the Mainland, they can place products on the Design Gallery's online shop on Taobao and JD. All these measures are intended to provide the most convenient channels for companies to take the first step into the Mainland market.

**Young:** In addition to the Mainland market, the ASEAN market is also important to the business community. What is your opinion on the development prospects of the ASEAN market?

**Fong:** ASEAN is a relatively diversified market. On the one hand, it is a manufacturing base. As China-US relations are not expected to change significantly under the new US Administration, the "China + 1" production model will continue with ASEAN becoming a second production base for many manufacturers. As for investment, a number of

ASEAN countries have stated their intention of moving in the direction of green and smart development, areas where many Hong Kong manufacturers can share their experience and technologies. It is also worth noting that ASEAN has a population of 650 million, of which 150 million belong to the middle class, offering companies an attractive consumer market.

**Young:** Under the new normal of the pandemic, we have challenges and opportunities. As a whole, what are the HKTDC forecasts for the new year?

**Fong:** I believe the new year will still be full of challenges, but at least we can see light at the end of the tunnel with the emergence of vaccines. We also expect different economies around the world to adopt relatively less drastic pandemic control measures to avoid business activities from coming to a complete halt. Thus, I believe that economic conditions will improve in the new year. In the past year, we have seen many companies, including SMEs and start-ups, rise rapidly during challenging times through innovation. I am hence convinced that crises and opportunities go hand in hand. 

收看足本版訪問：

Full interviews:









# 廠商會史立德會長 CMA President Dr Allen Shi

---

## 助業界走出「疫」境 把握國家新時代機遇

Navigating Through Crisis and Embracing  
the New Era of National Development

過去一年，香港經歷世界百年未遇的大變局，工商界遭受前所未有的挑戰。來到 2021 年，陰霾尚未散去，在這個非常時刻接棒，成為廠商會新任會長的華彩集團有限公司主席史立德博士，誓言上任後會積極支援業界走出困局，並透過推動「再工業化」，和協助港商融入國家的發展大局，鼓勵業界抓緊「後疫情時代」的發展機遇。

Over the past year, Hong Kong has undergone profound changes unseen in a century, and the industry has been confronted with unprecedented challenges. As 2021 unfolds, the gloomy haze has yet to dissipate. In this context, Dr Allen Shi Lop Tak, chairman of Brilliant International Group Limited, has been elected as the new president of the CMA. He promises to support industry as it rides out the predicament while continuing to promote reindustrialisation, as well as to encourage Hong Kong's businesses to integrate themselves into overall state development and seize opportunities in the post-epidemic era.

加入廠商會已有18個寒暑的史會長坦言，能夠當選會長是一份莫大的光榮，更是任重道遠，尤其是本港正處於「內憂外患」的艱難時期；「不少中小企早已因中美貿易糾紛和社會事件而飽受重創，而2019冠狀病毒病疫情的打擊，對各行各業而言更是『屋漏偏逢連夜雨』。」

「紅褲子」出身的史會長，多年來憑着堅毅不屈精神，一步一步創立自己的印刷王國，與香港工業一同經歷過金融風暴、沙士、環球金融海嘯等嚴峻考驗。對於新冠疫情所帶來的衝擊，史會長感受甚深，形容是他從商數十年來一次最重大的考驗；故此，他上任後首要的工作就要加緊向政府爭取支持工商界的政策和財政支援，協助企業渡過難關；同時促請當局盡快控制好疫情，為恢復跨境人員往來、經濟復蘇創造有利條件。

### 靈活應對疫後新常態

回顧幾十年的營商之路，史會長一直秉持「人無我有，人有我優，人優我轉」的經營理念，他深信勇於求變是企業的營商之道，更是應對危機的不二法門，尤其是疫情徹底改變人們的生活模式，企業發展數碼轉型已是刻不容緩；「疫情下『宅購物』抬頭，網上營銷已成為主要的銷售渠道，廠商若能把握時機，加快發展網上商店，結合線上線下的銷售模式，定必能為業務發展注入新動力。」

「企業要成功實踐數碼化升級，除了要採用先進的硬件技術和設備外，亦要重整和提升於客戶關係、銷售流程、營運策略以至推廣宣傳等方面的『軟實力』，才能真正達至數碼轉型。」史會長解釋道。

企業要徹底轉型除了要改變自身的思維尋求突破外，政府的支持亦至為關鍵，特別是資源有限的中小企，史會長希望政府能設立恆常化的措施和計劃，協助企業持續加強網絡推廣、數碼化方面的「軟技能」，提升業務效率和競爭力。



史會長鼓勵業界加快「出口轉內銷」，開拓電子銷售渠道，抓緊國家「內循環」商機

President Shi encourages industry to accelerate the shift from exports to domestic sales, explore e-commerce and seize the business opportunities offered by the internal circulation strategy

### 致力促進「再工業化」

「再工業化」是推動香港工業再次起飛的新引擎。史會長指，廠商會在前任會長們的領導下，積極向業界推廣「工業4.0」概念，並向政府提供不少政策建議，而他接棒後亦會秉承這份使命，促請政府制定更全面的「再工業化」策略和支援措施。「政府近年在創科基建、人才培訓以及科研項目上投放的資源已初見成效，香港『再工業化』已成功起跑，惟要走得更高更遠，就必須脫離多年來單一產業結構的發展思維。」

史會長表示，上任後將積極敦促特區政府以更開放的思維，為「再工業化」發展建立長效的支援機制，透過土地、稅務、人才引進以及法規等方面的便利措施，增加企業在港投資製造業的誘因。在珠三角地區發展的港商是本港製造業的重要一員，對香港的發展同樣有莫大貢獻，故史會長亦期望政府能投放更多資源，支援他們加快升級轉型和實現可持續發展。

創新科技是推動「再工業化」、引領企業朝高增值發展的重要基石。史會長認為，本港的創科政策應以促進科研成果商品化為重中之重；並透過加強「官產學研」和粵港兩地研發及學術機構的合作，協助傳統產業突破關鍵共性技術的瓶頸。

## 融入國家發展大局

早在 80 年代已北上設廠的史會長，見證着國家改革開放以來的種種成就，他感慨不論是自身抑或是香港整體發展的成功關鍵，都離不開國家。隨着國家積極構建國內國際「雙循環」的新發展格局，史會長鼓勵港商抓緊當中的「內循環」契機，加快拓展內銷市場，在「疫」境下創出另一片天。

「港商必須明白內地並非一個單一市場，而是由不同成熟程度的市場混合而成，因此絕不能以『一劍走天涯』方程式來進入『內循環』。」史會長提醒業界於進軍內地市場前，應先根據內地不同省市消費者的需要、消費模式和文化，為公司的產品、供應鏈及銷售渠道進行優化，並積極利用創意和技術研發，以增加產品在內銷市場的獨特性和價格競爭力。

除了內地市場，東盟也是港商的重要出路。早前，國家與多個亞太國家簽訂《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)，史會長鼓勵港商善用政府「BUD 專項基金」等資源，進一步開拓東盟等極具潛力的新興市場。「不少港商早已在海外設立生產線，RCEP 的簽訂促使他們重新調整產業布局，建立更完善的產業鏈分工體系，提升生產效率和整體競爭力。」史會長亦計劃，待疫情穩定後，組織一系列訪問團前赴「一帶一路」沿線國家，特別是東盟國家，讓業界了解這些市場的最新狀況，及早為應對全球產業鏈重構所帶來的挑戰做好準備。

## 大灣區機遇處處

問到在國際形勢風雲色變的情況下，業界該如何走出困局？史會長指，雖然前路似是舉步維艱，但其實近在咫尺早已有一個龐大的發展機遇——「粵港澳大灣區」。

「新冠肺炎疫情令全球經濟陷入深度衰退，但中國卻是極少數能有正增長的國家，而『粵港澳大灣區』是國家經濟實力最強的地方之一，市場規模達 7,000 萬人口，絕對不容小覷！」他期望，港商能以大灣區



史會長(左)聯同一眾商會代表與廣東省委書記李希(右)會面，交流大灣區發展意見  
President Shi (left) met the secretary of the CPC Guangdong Provincial Committee, Mr Li Xi (right), to share views on the development of the Greater Bay Area

作為拓展內銷的起步點，以優質的產品質素去迎合大灣區內龐大中產消費群的需求，並利用電子營銷等新興的銷售渠道，進一步開拓內地市場，藉此抵銷外圍政經局勢不穩所帶來的負面衝擊。

為協助業界進一步把握大灣區商機，史會長表示，任內將積極向粵港兩地政府反映業界的聲音，並向有關當局爭取為港商拓展內銷「拆牆鬆綁」，於大灣區推行更多先行先試的便利措施，鼓勵業界抓緊大灣區的商機。

## 團結一致 傳承工業

人才是促進香港工業可持續發展的首要元素，史會長一向熱心支持教育，對廠商會的新一代亦寄予厚望；「我們的會員大多擁有雄厚的工商業基礎，未來廠商會將繼續發揮提攜後進的功能，加強培育年青一代，如推薦年青會員參與公職、加入有關工商諮詢架構組織，加強他們與政府的聯繫，以擴闊視野，為日後的傳承作好準備。」

處理繁忙的公務以外，史會長參與不少社會事務和擔任各項公職，同時又能兼顧養馬的興趣，名副其實是個時間管理達人。他笑言自己已為全情投入會長工作做好準備，同時亦感謝家人對其接任廠商會會長一職的支持。

展望未來三年的任期，史會長深信縱然前路看似荊棘滿途，但只要業界與廠商會能夠團結一心，定必能披荊斬棘，攻堅克難，為香港工業續創光芒，開出一條康莊大道。🙏



史會長擔任會員事務委員會主席期間，積極增進會員之間的交流和聯誼  
While serving as chairman of the Members Affairs Committee, President Shi actively enhanced communications and interaction among members

A member of the CMA for 18 years, President Shi said it is a great honour and enormous responsibility to be elected president of the organisation, particularly in this very difficult period characterised by both internal and external threats to Hong Kong.

“SMEs have already suffered huge losses due to China-US trade disputes and social turmoil”, he said. “The additional impact from the COVID-19 epidemic has exaggerated the damages to all businesses in Hong Kong.”

President Shi has a worker’s background, and with his spirit of courage and perseverance, he established his printing empire from scratch. Hong Kong’s manufacturing industry has collectively experienced some of the biggest hurdles in its history, including those of the Asian financial crisis, SARS and the 2008 global financial tsunami. As for the COVID-19 pandemic, President Shi described it as the most severe ordeal he has experienced in his decades as a businessperson. Therefore, his priority is to ask the government for more policy and financial support for the

business community to help it manage its difficulties. He has also urged authorities to get the outbreak under control as soon as possible to create favourable conditions for the restoration of cross-border personnel exchanges and an economic recovery.

### Flexible response to the new normal

Through his years of business operation, President Shi has adhered to a philosophy of innovation and adaptability to change while delivering products of exceptional quality. He firmly believes that a willingness to change is the secret to business success and the only solution in any crisis. The pandemic has completely changed people’s lifestyles, and it has become more important than ever for companies to engage in digital transformations.

“E-commerce has become the primary sales channel”, he said. “If businesses can speed up the development of online sales platforms, they can definitely inject new energy into their business development.



香港城市大學命名其一間行政教室為「史立德行政教室」，以表彰史會長對學校的支持及慷慨捐助

City University of Hong Kong named one of its executive classrooms the “Allen Shi Lop Tak Executive Classroom” in recognition of President Shi’s support and generous donations to the university

“To achieve genuine digital transformation, other than introducing advanced hardware and equipment, businesses also need to improve their ‘soft power’ in terms of customer relationships, retail and operation strategies and marketing and promotions”, President Shi added.

In order to succeed in business transformation, apart from changing mindsets and seeking breakthroughs, government support is crucial, especially for SMEs with limited resources. President Shi hopes that the government can set up regular support programmes to help enterprises strengthen their soft skills; these include online marketing and digital upgrading to improve business efficiency and market competitiveness.

## Committed to promoting reindustrialisation

Reindustrialisation is the new engine for Hong Kong's industrial development. Under the leadership of former presidents, CMA has actively promoted the concept of Industry 4.0 to the business community and provided extensive policy suggestions to the government. President Shi will continue this mission and urge the government to formulate a comprehensive strategy and develop measures that support reindustrialisation.

"In recent years, investments in innovation and technology infrastructure, talent training and scientific research projects have achieved initial results", he said. "We can say that reindustrialisation has successfully begun, but to go higher and farther, we must break away from the narrow economic structure."

After taking office, President Shi will urge the government to adopt a more open mindset in order to establish a long-term support mechanism for the development of reindustrialisation. The government should increase policy and financial incentives for corporations to invest in local

manufacturing; such tools should include land, taxation, talent introduction and regulations. As a matter of fact, Hong Kong businesses located in the Pearl River Delta region play a crucial role in the local manufacturing industry. They have also made significant contributions to the development of Hong Kong. Therefore, President Shi hopes that the government can allocate more resources to encourage these businesses to speed up their upgrades and transformations towards sustainable development.

Innovation and technology (I&T) has always been an important backbone for reindustrialisation as well as allowing enterprises to move towards high value-added development. President Shi believes that Hong Kong's I&T policy should focus on facilitating the commercialisation of scientific research. These measures can also allow traditional industries to break loose from the bottlenecks of key common technologies by strengthening the collaboration among government, industry, academics and researchers as well as the partnership between research and academic institutions in Guangdong and Hong Kong.



史會長（右三）曾代表會方接待多個外國貿易團。圖為杜拜出口局訪問團

President Shi (third from the right) had received many inbound trade missions to foster bilateral trade and investments. Pictured is the delegation from the Dubai Exports

## Integrating into country's overall development

President Shi, who established his factory in the Mainland in the 80s, has witnessed the outstanding achievements of state development since reform and opening up. From his point of view, the success of personal achievements or the overall development of Hong Kong is closely connected to state development. Because the state recently unveiled its dual circulation strategy, President Shi encourages Hong Kong businesses to seize the business opportunity in the internal circulation strategy and accelerate the expansion of the domestic sales market, thus opening new horizons in the context of the pandemic.

“Hong Kong businesses must realise that the Mainland is not a single market but rather a mixture of markets with different maturity levels”, he said. “Therefore, they must not attempt to access the Mainland market with just one product fit for all consumers.”

President Shi noted that before entering the Mainland market, the manufacturing industry should perform regional research and optimise its products, supply chains and sales channels according to consumer needs, consumption patterns and the cultures of different cities. Innovation and research and development are also important to sustaining competitiveness in the domestic market.

In addition to the Mainland market, ASEAN is also an important market for Hong Kong businesses. China and multiple Asia-Pacific countries have recently signed the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) free trade agreement. President Shi encourages Hong Kong businesses to make good use of the BUD Fund and other resources provided by the government to develop emerging markets, such as those of ASEAN.



2017年，史會長獲香港理工大學頒授大學院士榮銜  
In 2017, President Shi was awarded a fellowship by Hong Kong Polytechnic University

“In fact, many Hong Kong companies have already established production lines overseas”, he said. “The RCEP encouraged them to adjust their industrial distribution to establish a more comprehensive supply chain and improve production efficiency and market competitiveness.”

Once the pandemic is over, President Shi is going to organise a series of delegations to countries along the Belt and Road Initiative, especially the ASEAN countries, to learn more about the latest developments in these emerging markets. Hong Kong businesses should all be well prepared for the challenges that will come with the restructuring of the global industrial chain.

## Booming opportunities in the Greater Bay Area

When asked how industry can ride out the storm in an ever-changing international environment, President Shi indicated that though the road ahead seems difficult, there is a significant development opportunity right in front of the business community: the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.

“The global economy has plunged into the most severe recession because of the COVID-19 pandemic, yet China is one of the very few countries that has retained positive growth”, President Shi said. “With a market of 70 million people, the Greater Bay Area is recognised as one of the regions with the strongest economic capacity. Its development potential can never be underestimated.”

President Shi hopes that Hong Kong companies can expand their domestic sales and develop high-quality products to cater to the needs of middle class consumers. If Hong Kong companies can also make good use of emerging

e-commerce and sales channels, such as online shopping platforms, to further develop the mainland market, they can offset the negative impacts of the external political and economic situations.

To help industry further seize business opportunities in the Greater Bay Area, President Shi said he will actively convey industry's opinions to the Hong Kong and Guangdong governments. He added that he will lobby the relevant authorities to tear down barriers to help expand domestic sales for Hong Kong businesses. He hopes that the authorities can adopt more early and pilot measures to improve business environment and encourage industry to grasp business opportunities in the region.

### Passing on the torch

Talent cultivation is essential to promoting the sustainable development of Hong Kong's manufacturing industry. President Shi has always been enthusiastic in supporting the development of local education. He also has high hopes for new members of the CMA.

"Most of our members have strong and solid industrial and commercial backgrounds", he said. "CMA will continue to play the role of supporting and cultivating young industrialists. For examples, we will support our young members to participate in the public service and take part in relevant advisory boards to enhance their ties with the government."

Over the years, President Shi has participated in considerable charitable and social work and held various public offices. He is also a fervent lover of equestrian sports. With such diverse interests and a dedication to social responsibility, President Shi truly excels at time management. He said he is ready to devote himself to the work of president. At the same time, he thanked his family for supporting him in assuming the role.

Looking forward to the next three years in office, President Shi is convinced that CMA and business community can overcome all obstacles, even though the road ahead seems full of them. By working together as a team, CMA and the manufacturing industry can embrace a bright future. 🇭🇰



史會長於 2017 年獲特區政府頒授銅紫荊星章  
President Shi was awarded the BBS by the HKSAR government in 2017

## 史立德會長簡介

### About President Allen Shi

史立德會長為華彩集團有限公司的主席兼創辦人，持有香港城市大學行政人員工商管理碩士學位，並先後獲多所學府頒授榮銜，包括林肯大學的管理榮譽博士，以及香港理工大學、加拿大特許管理學院和亞洲知識管理協會等所頒發的大學院士銜，2020年更獲香港工業專業評審局頒授榮譽院士榮銜。

史會長多年來積極投入公共事務，曾先後擔任多項公職，包括香港貿易發展局理事會成員、香港生產力促進局理事兼財務委員會成員、黃大仙區委任議員、香港青年工業家協會基金會會長、中華人民共和國廣西壯族自治區省政協委員，以及商界助更生委員會會長等。

熱心公益的史會長，亦曾出任慈善團體仁愛堂的董事局主席和香港馬主協會的會長。此外，他更設立不同的助學基金及向本地多間大學捐款，致力培育年輕人。為表揚其對社會和業界的貢獻，香港特區政府分別於2007年、2010年及2017年向他頒授榮譽勳章（MH）、委任其為太平紳士（JP）及頒授銅紫荊星章（BBS）。

Dr Allen Shi Lop-tak, chairman and founder of Brilliant International Group Limited, received an EMBA from the City University of Hong Kong. He has also received several honorary titles from various universities, including an honorary doctorate of management from Lincoln University and fellowships from the Hong Kong Polytechnic University, the Canadian Chartered Institute of Business Administration and the Asian College of Knowledge Management Association. In 2020, he became an honorary fellow of the Professional Validation Council of Hong Kong Industries.

President Shi has been dedicated to public affairs and has successively held a number of public offices, including council member of the Hong Kong Trade Development Council, member of the council and finance committee of the Hong Kong Productivity Council, councillor of Wong Tai Sin District, president of the Hong Kong Young Industrialists Council, member of the CPC Guangxi Zhuang Autonomous Region Committee and chairman of the Merchants Support for Rehabilitated Offenders Committee.

President Shi is also dedicated to community service. He had served as the chairman of the Yan Oi Tong board of directors and the president of the Hong Kong Racehorse Owners Association. He has also set up student funds and made donations to local universities to cultivate future social leaders. In recognition of his contributions to the community and industry, President Shi was awarded the Medal of Honour (MH) and Bronze Bauhinia Star (BBS) by the HKSAR government in 2007 and 2017 respectively, and was appointed as the Justice of the Peace (JP) in 2010.





## 副會長上任感言



常務副會長  
盧金榮博士 太平紳士

“

很榮幸當選為常務副會長，特別感謝各位廠商會前輩的提攜和支持！雖然擔子重了，但我定當竭盡所能，協助業界渡過現時的困境，積極為他們爭取更有利的營商環境。未來三年，我將負責掌管廠商會的財務及會務宣傳，期望在確保會內財政穩健的同時，亦能加強與傳媒的聯繫，把本會的訊息和倡議更有效地傳遞給業界和公眾。

”

盧金榮常務副會長為榮利集團（國際）有限公司董事總經理，經營光碟產品及箱包製品、貿易及地產業務。本屆擔任廠商會財務委員會主席、公關委員會主席及廠商會中學校監。

其他公職：中華海外聯誼會理事、福建省政協委員、中央撲滅罪行委員會委員、香港貿易發展局理事、職業訓練局理事、香港檢測和認證局委員、工商機構支援基金委員、香港商業道德發展諮詢委員會委員等



副會長  
黃家和先生 BBS 太平紳士

“

過往三年，廠商會與業界走過很多艱難的時刻，我亦深深感受到會內團結一心、攜手克服挑戰的精神！接下來我將會出任總務委員會主席，希望透過優化會內的組織架構，讓本會得以更好地發揮支援業界的角色。

”

黃家和副會長為金百加集團主席，經營食品及餐飲業業務。黃副會長亦擔任廠商會總務委員會主席。

其他公職：中國黑龍江省（第十一屆）政治協商會議政協委員、香港食品及飲品行業總會主席、香港餐飲聯業協會會長、香港咖啡紅茶協會主席、香港公益金名譽副會長及香港品質保證局副主席等

“

感謝會董會上下的支持，讓我能再次當選副會長！今年我將會迎接品牌局主席的新挑戰，希望能夠在品牌創建和推廣方面為中小企提供更多支援，加強提升香港品牌的優勢，協助業界把握大灣區龐大的內銷市場。

”

陳國民副會長為德國實（香港）有限公司董事長，經營電器、廚櫃製造、零售及批發等業務。陳副會長亦擔任香港品牌發展局主席。

其他公職：香港工商品牌保護陣綫主席、香港電器業協會榮譽會長、香港模具及產品科技協會名譽主席、香港遠紅外線協會創會及榮譽會長、香港理工大學總裁協會理事長及佛山市順德區外商投資企業協會會長等



副會長  
陳國民博士 MH

“

非常高興能夠連任廠商會副會長一職，感謝各位會董會成員對我的支持和信任。作為新任廠商會工業及貿易委員會主席，我將積極就各項工貿政策，向政府和有關當局反映業界的建議，促進本地工業持續發展。

”

吳國安副會長為亨亞（香港）有限公司董事總經理，經營生產電鍍過濾泵、原料、代理 CNC 銑刀及鑽咀等業務。吳副會長亦擔任廠商會工業及貿易委員會主席。

其他公職：廣東省清遠市政協委員、黃大仙工商聯會副會長、香港電鍍業商會永遠榮譽會長、香港佛岡聯合會榮譽會長、香港經貿商會副會長、清華大學（香港工商界）校友會榮譽會長等



副會長  
吳國安先生

“

很開心能夠連任副會長，繼續為會員業界服務。未來，我除了會繼續擔任社會及公益事務委員會主席，善用資源以促進社會和諧之外，亦會出任商業服務發展委員會主席，為業界引入更多適切的工商業支援服務，幫助業界渡過難關。

”

馬介欽副會長為佳寧娜集團控股有限公司主席，經營酒店、酒樓、餐飲食品、零售、房地產及物流等業務。馬副會長亦擔任廠商會商業服務發展委員會主席及社會及公益事務委員會主席。

其他公職：原廣東省政協委員、香港九龍潮州公會永遠榮譽主席、港九潮州公會中學校監、香港長沙商會會長、香港潮屬社團總會常務副主席及香港工商專業協進會會長等



副會長  
馬介欽博士



副會長  
梁兆賢先生

“

不經不覺加入廠商會已有14年了，很榮幸能夠於今屆會董會擔任副會長一職，期望未來能憑藉自己多年來於內地營商的經驗，為業界在粵港澳大灣區發展爭取更多便利措施，協助他們拓展內銷商機。

”

梁兆賢副會長為中華商務聯合印刷（香港）有限公司董事總經理，經營印刷及出版等業務。梁副會長亦擔任廠商會內地事務委員會主席。

其他公職：甘肅省政協委員、香港教育局印刷及出版業行業培訓諮詢委員會主席、香港職業訓練局印刷媒體及出版業訓練委員會主席、僱員再培訓局印刷及出版業行業諮詢網絡召集人、香港印刷業商會會長、香港印刷媒體專業人員協會榮譽會長及深圳外商投資企業協會副會長等



副會長  
陳家偉先生 MH

“

很榮幸能夠當選新一屆副會長，感謝廠商會一眾前輩由我早年加入廠商會青委以來，一直給予我機會和指導。我希望能於疫情過後，帶領國際事務委員會組織考察團訪問『一帶一路』沿線國家，鼓勵業界開拓新興市場。

”

陳家偉副會長為家得路天然健康食品有限公司主席及行政總裁，經營健康食品業務。陳副會長亦擔任廠商會國際事務委員會主席。

其他公職：天津市政協委員、天津市青聯常務委員、獨立監察警方處理投訴委員會觀察員、香港保健食品協會榮譽會長、香港旅遊發展局優質旅遊服務小組委員會主席及香港零售管理協會執行委員等

“

非常榮幸能夠當選今屆廠商會副會長，在此特別感謝一眾會董們的支持。未來三年，我將擔任CMA 檢定中心主席，希望憑藉自身實踐轉型升級的經驗，積極推動『產學研』合作，協助業界加快升級轉型，以促進香港『再工業化』的發展。

”

駱百強副會長為信達國際控股有限公司執行董事，經營成衣製造及出口業務。駱副會長亦擔任廠商會工業發展基金有限公司董事局主席。

其他公職：福建省政協委員、香港福建社團聯會港島東分會副會長、香港福建商會副監事長、香港製衣業訓練局委員會委員、香港東區各界協會副會長及世界泉州台商投資區總商會創會會長等



副會長  
駱百強先生



副會長  
施榮恆先生 BBS 太平紳士

“

很高興得到各位會董的支持，成功當選新一屆副會長。展覽業務是廠商會的旗艦業務之一，但去年工展會等大型展覽均受到疫情影響而被迫取消，我期望今年社會能夠盡快走出疫情，讓本地展覽業得以重振，為企業的銷售帶來轉機。”

施榮恆副會長為恆通資源集團有限公司董事，經營紡織品貿易、建築材料、房地產及投資等業務。施副會長亦擔任廠商會展覽服務有限公司董事局主席。

其他公職：上海市政協常務委員及港澳總召集人、港區省級政協委員聯誼會副會長、滬港經濟發展協會副會長、香港福建商會副監事長及香港晉江社團總會副主席等

## 第42屆會董會名單 (2021-2023)

會長	史立德									
常務副會長	盧金榮									
副會長	黃家和 梁兆賢		陳國民 陳家偉		吳國安 駱百強		馬介欽 施榮恆			
常務會董	吳永嘉 李慧芬 蔡少森	莊家彬 李嘉音 顏明潤	吳清煥 李世傑 關溢康	楊華勇 孫榮良 鄧燾	楊志雄 方平 胡詠瑤	蔡志婷 黃震 王象志	林凱章 許章榮 馮國言	黃偉鴻 劉健華 李嘉惠	徐晉暉 吳長勝	
會董	劉文煒 駱志鴻 羅永順 王曼源 李錦雄 黃國和 張傑 龐超胎 羅程剛	余立明 陳耀雄 吳為棉 黃詩岸 林蘭詩 劉智穎 王淑筠 傅承蔭 王漢杰	尹德輝 李惠中 初維民 倫達基 陳偉 余瓊峰 黃友輝 陳曦齡	沈運龍 陳偉文 查毅超 賴偉星 梁日昌 梁湘東 施清咸 莫慕潔	梁偉浩 周維正 鄧錦添 錢耀棠 潘慶基 蔡承偉 楊莉瑤 柯家洋	盧毓琳 劉相尚 洪明基 李國明 張永鴻 劉宗明 馬楚力 高麗芳	張呈峰 周紹榮 陳長有 梁麟 顏明秀 楊全盛 吳碧君 林志強	吳懿容 王樂得 羅永邦 何偉權 胡子岐 孔憲榮 黃繼雄 陳婉華	鄭文彪 張壽文 林潞 梁承傑 吳家榮 陳日強 王偉樑 吳景瀚	

辛丑



恭賀新禧

廠商會  
常務副會長盧金榮

致賀



辛 丑



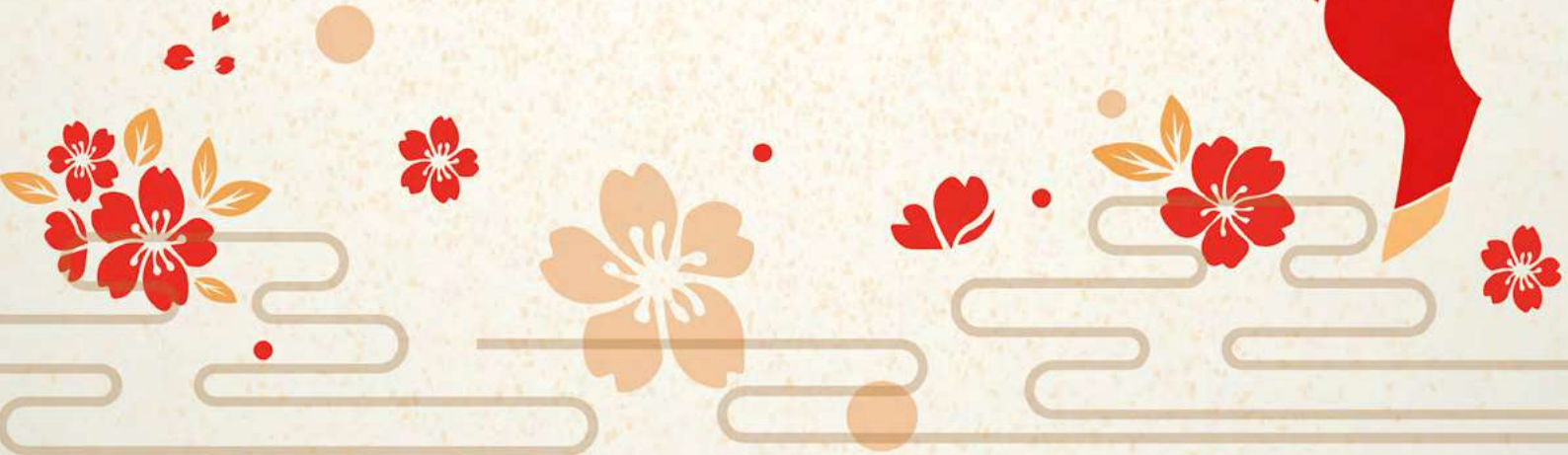
恭賀新禧

廠商會  
副會長梁兆賢



中華商務聯合印刷(香港)有限公司  
C & C JOINT PRINTING CO., (H.K.) LTD.

致 賀





辛 丑



恭賀新禧

廠商會  
常務會董吳清煥

致 賀

ADVERTISE WITH US

《企業雄才》

廣告查詢

(852)2542 8675

[jessica@cma.org.hk](mailto:jessica@cma.org.hk)



2021  
恭賀新禧



香港中華廠商聯合會  
婦女委員會

CMA Ladies' Committee

致 賀



2021  
恭賀新禧



CMA  
TESTING

致賀



建造業

勞資同心保權益  
僱傭條例要認識

Concerted Efforts  
for Better  
Employment  
Protection –  
Construction  
Industry



查詢《僱傭條例》 Enquiry about Employment Ordinance

2717 1771 此熱線由「1823」接聽  
The hotline is handled by "1823"



<http://www.labour.gov.hk>



親臨勞資關係科各分區辦事處  
In person to offices of the Labour Relations Division



勞工處  
Labour Department

建造業三方小組

Tripartite Committee on the Construction Industry



# La broderie

繡飾·度人

All Embroidery handmade in Hong Kong

SHOP G01, LEE GARDEN FIVE,  
CAUSEWAY BAY, HONG KONG

香港銅鑼灣利園五期地下1號店

☎ www.labroderie.hk ☎ 2330 2015

f La broderie hk @ Labroderie.official

ART PIECES · SCARVES · HANDMADE JEWELLERY



# 港品牌 走進大灣區

品牌創建是企業拓展粵港澳大灣區市場不可或缺的關鍵策略，然而，從事OEM業務的香港廠商，一向只注重產品製造及流程等內部管理，而市場及品牌營銷方面的外部能力卻較薄弱，窒礙了他們發展品牌的成效；要突破困局，企業須徹底改變思維和視野。





在香港品牌發展局和香港中華廠商聯合會舉辦的「香港·進·品牌大灣區」工作坊上，法國里昂商學院市場營銷學教授陸定光指，不少企業對品牌仍停留於較傳統的觀念，只專注質量和市場溝通，但這些是品牌的基本生存條件而已；事實上，近年市場營銷已出現了不少新概念，例如品牌價值要由企業和顧客共同創造、成功的營銷須利用全渠道跟顧客互動，營造出全面而且具幸福感的品牌體驗，此外，「集體消費」或品牌社群也是近年新興的概念，企業必須了解並改變舊有的品牌管理模式才能成功。

#### 質量功能屬基本要求 滿足精神更顯價值

陸教授解釋，顧客對某品牌價值的認知，是建基於他們在品牌學習、購買、消費，以及關係建立的過程中一籃子的體驗：「有效的品牌體驗設計和管理是成功的關鍵，這不單止要讓顧客感受到產品在功能上的效益，還應盡量跟情緒和心理效益，甚至社會認同感等層面掛勾，這才有助提高價值。」中國經濟發展蓬勃，社會日益富裕，市民在處理好基本生活需求後，心理及精神需求也逐漸提高，加上科技、社會價值、次文化及零售環境的改變，民眾對具質量生活方式的需求已愈來愈強烈，故此，營造豐富及全面的品牌體驗已成為進軍內地市場的重要策略。

陸教授認為，近年內地的消費者行為跟全球新興消費者趨勢一致，改變甚至更廣泛和深刻，這包括更多利用人工智能、講求即時回應、在家進行一切活動、本土化、更關注個人健康和環保等等，而隨着新冠肺炎疫情爆發，這些改變就更加明顯，並帶動零售業在營運和戰略上產生了重大變化。

他舉例指，國內近年出現了很多社區商場，這些商場布置得美侖美奐，甚至「景點化」，亦因為競爭激烈，商場只會選擇與其形象相匹配的商號；國內電商發展一直蓬勃，近年更興起利用朋友圈等社交渠道和本土主播以直播作推廣，此外，線上信息收集、宅家購物、非接觸配送、遠程控制、個性化服務等也是新興趨勢。

全渠道零售是指採用多元化零售渠道進行整合銷售，以滿足顧客購物、娛樂和社交的綜合體驗需求，陸教授指內地消費群大致分為三類，包括：整合性或多渠道性消費群，他們大多是成熟理智的一群；主要利用移動渠道的年輕一族，以及圍繞興趣而衍生的品牌社群，企業應採用相應的全渠道策略去提升和豐富顧客體驗。



## 大灣區消費行為調查 港品牌優勢漸淡

陸博士亦針對大灣區消費者行為的變化進行了調查，發現他們在線上購物時，最注重的因素依次為產品質量、服務質量、購買時的方便度、配送服務、退貨/退款服務，以及個人形象氣質相配等，這些因素在較年輕一代的消費者中為最明顯，故品牌要成功突圍，便須以「生活方式」為賣點，注重個性化和幸福感。至於區內最常用的搜尋平台和下單平台是淘寶和京東，而近年在國內急速冒起的小紅書及拼多多，在大灣區不算特別受歡迎。

香港品牌向來備受國內消費者青睞，在大灣區又是否一樣？陸博士的調查發現，區內消費者主要是從電視、朋友介紹、購物中心、網購平台等渠道認識香港品牌，亦有不少是透過來港旅遊期間獲得相關資訊；質量、形象、口碑、安全和有否促銷推廣是促使他們選擇香港品牌的原因；調查亦分析了各個大灣區城市對港品牌的認知和喜愛度，結果發現各市之間差異頗大，除了江門和中山，香港品牌在大灣區的優勢其實並不算明顯，特別是於深圳和廣州等一線城市，香港品牌的吸引力在當地並不高，另外陸博士亦發現，內地市民其實對香港品牌的認知度已開始變得模糊，甚至與形象類近的國內品牌混淆起來，這點令人關注。



「香港·進·品牌大灣區」工作坊講者

## 認識國內商場新趨勢 增品牌認知度

商場是全渠道營銷的重要一環。另一工作坊講者四象文化（中國）有限公司總經理陳偉明指，雖然近年國內線上消費不斷上升，但仍只佔整體社會消費總額 25% 左右，反映線下渠道仍十分重要，而商場因較容易捉緊顧客，是增加品牌體驗和認知度的一個重要起點。

至於國內民眾逛商場的行為亦逐漸出現了變化。由於疫情關係，以往較少在線上購物的中老年人也轉至在網上平台消費，這或許影響他們未來在商場的消費頻率。另一方面，國內消費者亦愈來愈講究生活細節，關注原創性和設計感，故近年商場為吸引顧客，已開始注重精神和主題性的布局，透過跨界別合作，甚至利用最新科技如虛擬技術，為顧客帶來獨特和豐富的體驗。事實上，國內商場近年發展十分迅速，單在大灣區，每年便有 200 至 300 間新商場成立，當中以佛山、廣州等的增長最高。

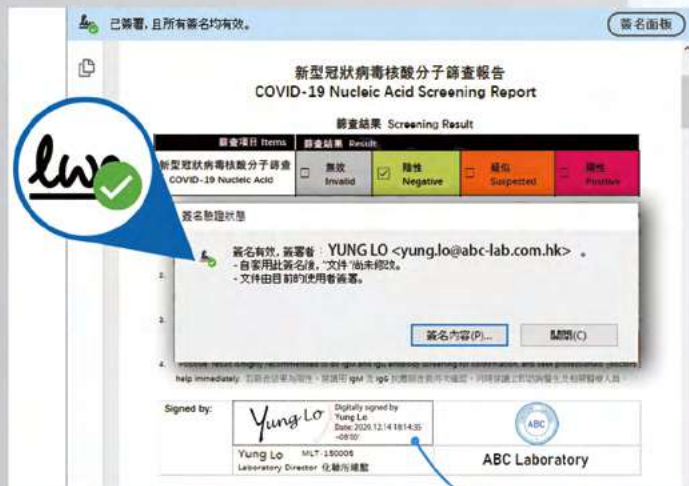
對於如何利用商場去拉動產品品牌在大灣區的發展，陳偉明指不同商場的地點、定位及消費群有分別，企業可以借助與品牌形象相配的商場，利用其優勢和資源（如會員、線上平台）增加目標消費群對品牌的認知度和體驗，甚至與大牌子或藝術家聯乘，或與商場合作辦主題活動，於商場設置打卡點，讓消費者自發傳播，提高曝光率。

其他「香港·進·品牌大灣區」工作坊講者尚包括香港管理專業協會客座教授余富強博士、澳至尊集團創辦人及董事局主席蔡志輝及東莞得利鐘錶有限公司首席運營官劉仁。

「香港·進·品牌大灣區」項目獲得特區政府工業貿易署「工商機構支援基金」撥款資助，除是次工作坊外，項目還包括品牌展示、互動體驗營、「香港品牌名冊」、企業範例研究、消費者問卷調查、考察、經驗分享會等活動，旨在協助企業把握大灣區消費文化的發展趨勢，提升香港品牌的集體形象和影響力。 (完)

# 電子證書TOKEN 簽發安心健康報告

電子處方 • 測試報告 • 電子收據



有效的簽名

## CERTIZEN

www.certizen.com

查詢熱線

# 2121 2121

電子證書TOKEN配搭香港郵政核證機關電子證書(機構)"互認版"\*


香港郵政核證機關證書已預置於 Adobe 可信任清單 Adobe Approved Trust List ("AATL")中, 所簽署的PDF文件載有獲 Adobe Reader 預設為可信的及具法律效力的電子簽署

\*已參與《粵港兩地電子簽名證書互認辦法》下的證書互認計劃

- 支援的作業系統: Windows · Windows Server · Mac OS · Linux



# MADE IN HONG KONG

Manufacture: FVW-EG-4228/80	FG Part No: 8856	
Manufacture F/G PN: W.40806-5198/9649.946	Mac Address: V7164.08467	
Model: AG-8001.86.8737	GUID 73709409547711956392481370057046465	
Serial number: 1406353423551734		

## 重新發掘 「香港品牌」優勢

「香港品牌」無論是在科技、品質、設計，抑或服務水平等方面，都是有口皆碑，深受全球消費者歡迎。但近年香港成為中美角力的戰場，不單在內地設廠的港商受到美國加徵關稅的影響，在香港製造的輸美產品亦受打壓，令人擔心「香港品牌」的身份從此變得模糊，優勢會被削弱。

香港品牌之路該何去何從？廠商會頻道 Hashtag CMA 全新節目《論述縱橫》的首集，請來廠商會副會長兼香港品牌發展局（品牌局）主席黃家和擔任主持，與 3 名專家學者，探索香港品牌的優勢和出路。



## 創立品牌 加強優勢

雖然打造品牌並不容易，但專家均認為品牌對企業有重要價值。香港生產力促進局總裁畢堅文表示，以往香港廠家的運作模式以代工生產（OEM）為主，然而OEM令廠商各方面的發展受制而不能自主，故愈來愈多港企轉為發展自家設計生產（ODM）及自家品牌生產（OBM），而擁有愈長歷史的品牌，「控制權會落在企業手上而非客人手上」，其議價能力也會較強。他認為發展品牌無論是對企業，乃至香港整體發展都帶來重大機遇，因此生產力局鼓勵更多企業建立自家品牌。

香港恒生大學市場學系副教授鄧子龍博士認同企業開創品牌的必要性；他指出，建立自家品牌能夠讓廠家在生產的價值鏈上增值。另外，香港文化中西合璧，有豐富元素建立品牌故事，企業可以根據目標顧客群的喜好，「投其所好」地包裝產品的故事。黃家和主席亦指，擁有自己的品牌，有利企業的持續發展。

本地廚具品牌Kool聯合創辦人江浩樞表示，擁有自家品牌是企業保持競爭力的重要優勢，不過他提醒，品牌需要經年累月地建立；「不作投資或付出，不會有回報，更需要創新求變，不斷改善。」

另外，根據聯合國教科文組織的數據，香港投放在研發方面的資金，僅佔全港GDP的0.7%，遠遠不及鄰近的內地（2.0%）、日本（3.4%）和南韓（4.3%）。鄧博士認為，未來政府和商界應投入更多資源進行產品研發，才能使香港製造的產品、品牌站穩陣腳。



品牌局主席黃家和擔任首集《論述縱橫》的主持，與嘉賓探討香港品牌的出路



## 美國制裁不影響「香港品牌」優勢

去年美國不顧國際秩序，單方面要求「香港製造」的輸美產品更改產地來源標籤。畢總裁認為，美國的「制裁」只是單一事件，廠商亦非一定要出口至美國，加上特區政府已向世界貿易組織申訴，相信事件對港商的整體影響不大。惟消費者較重視食品、中藥、保健品及個人衛生用品的產品來源地（COO），故這些行業會較受制裁措施的影響。

鄧博士認為，產地來源標籤主要用來滿足法律上的要求，廠商可以善用包裝設計來凸顯產品的香港製造、設計或香港品牌身份。他續指，不同消費群對產品來源地的關注度各有不同，建議企業應花多一點功夫研究目標客戶群對產品COO的重視程度，並制訂應對方案。

江浩樞公司的產品有出口至歐美市場，他表示，顧客主要關心其產品是否由「香港設計」，或會否有創新元素；「『香港品牌』的價值並非一定來自「香港製造」，由『香港設計』的產品亦有相同價值」，故美方制裁對其業務影響不大。

## 「就近」發展成大趨勢

新冠疫情下，全球經濟嚴重萎縮。黃主席引用早前品牌局所作的一項調查指，不少企業為應對外貿需求變化，未來一年會集中發展香港本土、大灣區以及東盟等周邊市場。江浩樞指，其公司在疫情期間亦開始拓展東南亞市場，因為距離較近，如有突發事情要處理或到當地開會亦較方便。

近年香港政府推出許多不同的資助計劃，協助中小企開拓新市場，如BUD專項基金、中小企業市場推廣基金(EMF)等。畢總裁指BUD專項基金在過去一年推出許多優化措施，對內地及東盟的最高資助金額由200萬元增至400萬元，前期的撥款亦由25%上升至75%，申請額可用於當地購買機器、設備、模具等，並新增至20個國家及地區，更具靈活性。而生產力局早前亦成立了「中小企支援組」(SME ReachOut)，協助中小企申請資助，以增加獲批機會。他提醒，每個國家的風土人情以至顧客需求都不一樣，建議企業先聚焦發展幾個市場，而非短時間內開拓所有市場。



香港生產力促進局總裁  
畢堅文

“『香港製造』這個標籤並不是屬於美國，而是屬於我們香港人，是我們自己的資產，所以無論如何都不能夠放棄，亦要大力爭取。”



香港恒生大學市場學系副教授  
鄧子龍博士

“除了品牌營銷，廠商還應著重產品研發。”



本地廚具品牌 Kool 聯合創辦人  
江浩樞

“疫情雖然影響出口至歐美市場的生意，但同樣是一次開拓其他市場的機會。”



## 香港品牌優勢有利融入國家「雙循環」發展

對於香港在國家「雙循環」新發展格局的角色，三位嘉賓均抱有正面看法。鄧博士指出「內循環」即內銷，以大灣區市場為例，將為港商提供一群龐大的潛在顧客。他引述調查指，中國人最喜歡購買由中國製造的產品，全國各地當中，他認為國內消費者對香港產品最有信心，所以香港品牌在打入國內市場絕對有優勢。

而在「外循環」方面，香港則可以發揮中間人的角色；相比國內，香港的人才更熟悉海外市場，香港可作平台幫助國內品牌「走出去」，進軍海外。

畢總裁補充，香港除了擔任金融中心的角色外，更要落實做好國際的創科中心配合國家發展，這也是

國家給予香港的任務。而香港擁有方方面面的專業人才，只要能好好運用，加上香港本身在創新、產品設計方面的優勢，一定能把握「雙循環」機遇。

## 與大灣區城市互相合作 以達到持續發展

內地各城市發展急速，在不少領域更反超香港，是否意味香港的優勢和競爭力不再？鄧博士對此並不認同，他認為香港正在進步，提升實力，並鼓勵香港企業要繼續創新，推出更多新設計，滿足顧客需求。他續說，與其不斷和國內城市競爭，不如考慮和他們合作，探索如何將兩地的優勢結合互補，締造雙贏。

商

# 2021年 國際新格局

世界正面臨百年未有的大變局，新冠肺炎疫情全球大流行更令這個變局加速演進，為環球經貿形勢帶來了極大不確定性。第10屆國際中小企高峰論壇以「2021年國際新格局之趨勢」為主題，邀請了不同嘉賓、專家和學者分析目前全球新格局，協助中小企部署營商策略及尋找機遇。



是次論壇邀請了香港特區政府商務及經濟發展局邱騰華局長擔任主禮嘉賓，而專題討論環節，則請來廠商會永遠名譽會長黃友嘉擔任主持，與廠商會永遠名譽會長吳宏斌、香港應用科技研究院有限公司行政總裁周憲本以及前香港科技大學經濟學系雷鼎鳴教授交流互動。

### 總結 2020 年經濟環境

邱局長致辭時以 3 個「P」來總結去年的環球經貿形勢，分別是 Pandemic（全球性流行病）、Protectionism（貿易保護主義）和 Preparedness（作好準備）。他指出，疫情仍在主宰人類的日常生活和經貿活動，經濟復蘇之路將會荊棘滿途，因此企業需本着「邊走、邊打、邊學」的態度，以應對各類轉變和挑戰。



邱局長表示，香港特區政府正從三方面入手，與企業共同渡過逆境，以及為重啟經濟作好準備；第一，積極融入國家「雙循環」經濟發展新格局，不只要協助企業把握龐大的內地市場，還要推動他們進入國際市場，開拓更多經貿領域。第二，兼顧香港貨物貿易和服務貿易；在貿易保護主義的威脅下，政府會加強協助專業服務提供者走出香港，並依賴更多國際認可



的商貿準則，包括簽訂國際自由貿易協議、加入多邊組織等，開拓新商機。第三，加強對中小企和各行業現有的支援；包括額外注資予「發展品牌、升級轉型及拓展營銷市場的專項基金」（BUD Fund）及「中小企業市場推廣基金」（EMF Fund）、擴大基金的資助範圍及申請資格等，從而惠及更多中小企開拓新市場。



### 創科發展成大勢所趨

除了加快發展多元市場外，創新科技亦是工商界不能輕視的新趨勢；本會永遠名譽會長吳宏斌表示，近十幾年來，大部分中小企愈來愈重視創科研究，但礙於財力單薄，局限了自主研發成果。他建議政府加大支援業界應用創新科技，優化與創新及科技相關的資助項目，資助中小企進行研發活動或採購研發服務，協助企業朝高增值方向發展。

香港應用科技研究院有限公司行政總裁周憲本亦指，在疫情和保護主義的衝擊下，技術應用變得愈來愈廣泛，加速了企業升級轉型的步伐，導致市場對創新及科技行業人才的需求增加。他表示，香港政府已在吸納及培養創科人才方面下了不少功夫，包括與金管局和大學機構制定不同的人才培育基金，以配合創科發展。

## 前瞻未來全球經濟格局

雷鼎鳴教授分析未來的經濟格局時指出，自美國發動貿易戰以來，不但沒有改善她的對外貿易逆差狀況，反而令當地經濟進一步陷入衰退。他引述數據顯示，美國在中美貿易戰的影響下失業率明顯上升，單單是製造業行業已失去至少 30 萬個職位，而美國對華輸出的總體貨品數額亦比原先定下的目標差 47%，其中汽車、飛機、大豆等貨物輸出數量更遠低於從前。他引述美國副總統賀錦麗在大選期間的言論，坦言美國在中美貿易戰中已徹底失敗。雷預期，美國新任總統拜登未來或會放寬對華限制，包括逐步撤掉對華的關稅、放寬禁運等，以改善中美兩國的經貿關係。

## 美國料重歸多邊主義

雷教授續指，在中美貿易戰和新冠疫情的雙重夾攻下，美國國力已顯著下降，加上美國前總統特朗普在任期間，一直實行單邊主義制度，不願跟從國際組織的規則，令美國失去不少盟國的信任；另一邊廂，最近中國與日本、韓國、澳洲及新西蘭以及東盟十國，簽訂了區域全面經濟夥伴協議（RCEP），該協定排

除了美國，成為全球最大的自由貿易區。因此他預料，拜登執政後將會重歸多邊主義，嘗試找回她的盟國，在各全球組織中重整旗鼓。由此觀之，過去幾年的關稅混戰可望消退，讓國際貿易秩序得以回復正常。

## 中國加快科技發展 成環球經濟新動力

然而，中美貿易戰帶來嚴重的後遺症；全球供應鏈受到極大衝擊，而即使國與國之間的經貿關係或有所緩和，但亦難以回復過往互相依存的关系。面對全球化倒退，雷教授估計未來中國將會投放更多資源發展高科技，減少對美國高科技進口的高度依賴，特別是一些戰略性物資，例如芯片、晶片等。他深信，不論美國新政府會否解除對華高科技產品出口的限制，亦不會影響中國自力更生發展高科技的決心。

除了在高科技領域急速冒起，雷教授指，中國作為疫情中，第一個經濟復甦的大國，未來將成世界經濟的新動力，建議企業多留意內地的發展策略，來判斷未來的經濟政策，並積極參與和融入「大灣區」和「一帶一路」發展，發掘更多商機。

**保安服務**

**物業管理**

**會所管理**

**設施管理**

**隧道保養維修及營運管理**

**康樂活動項目策劃**

**環境衛生服務**

**維修保養服務**

優質在於細節  
QUALITY IN DETAIL

**CITY SECURITY**  
MEMBER OF CITY SERVICES GROUP

**CITY PROFESSIONAL**  
MEMBER OF CITY SERVICES GROUP

**俊和隧道管理有限公司**  
CHUN HO TUNNEL MANAGEMENT LIMITED  
MEMBER OF CITY SERVICES GROUP

**GO LEISURE LIMITED**  
MEMBER OF CITY SERVICES GROUP

**城市服務集團**  
CITY SERVICES GROUP  
(亞洲聯合基建控股有限公司集團成員)  
(Member of Asia Allied Infrastructure Holdings Limited)

# 80後姊妹花 活化凸版印刷工藝

在這個智能手機普及的時代，人們已習慣利用通訊軟件交流問好，雖然方便，但面對屏幕上平板冰冷的數碼字型 and 圖畫，大家又會否懷念昔日收過的手寫書信所帶來的溫感？兩位80後的姊妹花，利用已被淘汰的活版印刷技術，把自家設計製成具質感的香港系列紙製品，讓人重新感受到傳統工藝的復古魅力之餘，亦宣揚香港的獨有情懷。





**陳**葆珊 (Nicole) 與姐姐陳葆恩 (Donna) 自幼便喜歡儲文具，對日本文具、印章、手工藝更愛不釋手，加上家人又從事紙廠，知道設計對紙品價值十分重要；「小時候家中堆滿了各式各樣的紙品，令我們了解到紙可以分好多種，如果再配上設計，必定能夠為紙品注入生命力，從此我對『紙』便產生了興趣。」Donna 說。Nicole 也笑稱，看見姊姊房內收藏的信紙，令她也迷上紙製品。

### 鍾情凹凸質感

後來，Donna 從外國書籍中認識到活版印刷技術，第一次看到這種工藝製成的紙藝品，即使未曾接觸過實物，已對其獨有的凹凸感一見鍾情。「當年紙藝品大都從外國進口，我們均好奇為何香港沒有自己的『特色』文具，於是我們決定將自己設計的明信片糅合活版印刷技術，製作一系列以香港為主題的紙藝品，期望讓大家感受到這份傳統工藝的人情味。」Donna 說。



Nicole 初期用上世紀手搖印刷古董機做批量活版印刷

最初 Nicole 和 Donna 打算只做設計，製作則交由印刷廠負責，但很多印刷廠卻以其設計需印色太多，批量又少為由拒絕合作；「師傅說只印黑或紅色的紙品，那刻我們真的猶如站在人生十字路口，十分茫然。」不過，她們慶幸在網上找到有關手搖印刷機的資料，發現它也能夠做出凹凸效果，便毅然從美國購入一部「古董」機嘗試自行製作由 Nicole 設計的明信片，並創立了自家品牌 ditto ditto。

### 創業初期屢碰壁

Nicole 在美國修讀 Fine Art，畢業後曾在廣告公司從事設計工作。ditto ditto 所有出品，從設計到生產都由她一手包辦。不過創業之路總有挫折，當中最難倒她們的是懂得操作那部手搖機的師傅要麼已經退休，要麼未曾製作過有各種色彩的新式印刷品。

最終 Nicole 要專程前往美國洛杉磯參與 Printer Museum 舉辦的工作坊，回港後再拜師學藝，才能完全掌握箇中的技巧。「印刷聲是有節奏，聽聲就可以知道機器運作是否暢順，哪些零件出現了問題。」

活版印刷不只是一個生產過程，更是一種工藝。訪問期間，Nicole 示範了如何操作印刷機和製作模版，因為每次只可印一隻顏色，要調校到心儀的顏色就要耐性和時間，印出來若位置不對圖案會有差距，便要重新再印，少一點心思，也無法做到。Nicole 曾試過花了 14 小時瘋狂拉動印刷桿，才能成功製作出令她滿意的卡片，但她就是愛這種「慢工出細貨」的成功感。



「創業首年，Ditto Ditto 產品全屬人手制，那時我們需要製作百多份年曆，每份有七版插畫設計，每一張紙則需要上色三次，每次印完一種色，要清洗印刷機配件，才能上另一種色，我們日以繼夜不停趕工，終能於一星期內完成訂單。」Nicole 認為人手製作年曆之珍貴是要讓收到的人感受到不一樣的細膩質感和溫暖。

## 著重顏色設計

Nicole 對「美感」有一份執著的追求，她喜歡用墨水筆畫線條，因帶點不完美的粗糙，更認為手畫比電腦繪圖更有質感，又有粗幼變化；構圖也要花很多心思，每一幢建築物她都仔細觀察才動筆，也會配合不同的景物和人物。「而活版印刷就可以完美將這些線條印製出來，豐富了插畫的手繪風格，讓作品更添一份創新感。」

除了線條外，Nicole 也注重顏色。但她坦言，在設計創作時，最多只能使用二至三種顏色。「若要以多種顏色做設計，為何我不選擇柯式印刷呢？」不過，這種設計局限卻又能突出活版印刷的效果。



## 活版印刷步驟

1

### ◁ 調色 ▷

印刷前需要先為印刷油墨調色，Nicole 通常會根據 Pantone 來分配顏色比例。



3



### ◁ 落色 ▷

將油墨放在活版印刷機上。如果使用海德堡印刷機可直接將油墨放在滾軸上；若使用手搖印刷機，則可放在上面圓盤。



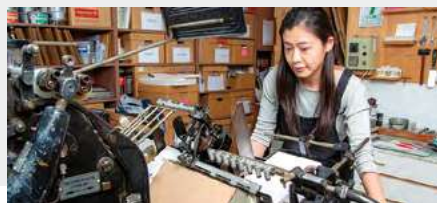
2

### ◁ 砌版、鎖版 ▷

製作電版，每種顏色均有專屬電版，之後再以鉛塊固定電版的正確位置並上鎖，避免在印刷期間出現走位情況。當時老師傅就將舊機器棄置的零件，改裝成適合的鎖匙送給 Nicole。

### ◁ 印刷 ▷

最後可以「掀掣」進行印刷。這時滾軸會將顏色打勻，透過滾軸及墨轆將油墨印在紙品上。



4

## 享受生活 感受慢活

Nicole 的設計靈感來自品牌名稱，ditto ditto 有「同上」的意思，生活中就似一些不停重覆的節奏，但 Nicole 希望透過設計明信片，能把一些生活中微小而美好的事情呈現出來。「我們希望印製出充滿本土特色的紙製品，於是就將一些本地城市風景畫下來，製成明信片或卡片，給遊客帶來美好的回憶。」Donna 期望，產品能成為「港」手信。

如今 Ditto Ditto 的作品也可以在本港及海外各零售書店找到，兩姐妹亦積極與不同機構舉辦工作坊，推廣傳統活版印刷工藝技術，並希望能做出更多創新的可能性，活化這門工藝。**商**

Nicole 後來購入半自動生產的海德堡印刷機，以節省生產時間。她認為這些舊機器雖有不少缺點，但設計上可利用這些限制，製作出各種特殊效果



### 活版印刷機：

# 風喉照鏡

活版印刷，或稱凸版印刷，利用凸版來進行印刷，是上世紀 50 至 80 年代的主要印刷技術。活字印刷機，歷年來曾推出不同型號，好像早期採用摩打和人手落紙的「手落六度」和「手落照鏡」，以及「風喉照鏡」（左圖）是由德國海德堡公司生產，屬於 1970 年及品牌 120 周年的產物，更是最後一批的半自動活字印刷機款。其最大特色，在於風嘴位可以把紙張吹鬆和吸附印刷，時速每小時達 2,200 至 5,500 張，必要時可掀起具保護掣功能節鐵板，即時停機整理。活字印刷每次只能以單色進行，如果印刷品涉及多種顏色，就要重複進行換板、洗車、上色等步驟，而且最好由淺色至深色印刷，以免弄髒印刷品。



# 柏林牌

自1967年至今在香港製造

廠在土瓜灣 歡迎參觀



## 60年代香港製造 柏林牌不銹鋼電熱水爐 安全耐用絕不取巧



Zip HydroTap®  有效過濾鉛及其他有害物質

祇須手指一按·自選冷熱有氣淨水

## 方便健康

金融界及醫院護理中心  
廣泛採用



1987年總代理

## 澳洲捷寶牌飲水機

· ZIP Hydroboil

根據香港特別行政區政府《商品說明條例》

4201原產地標籤的規定

目前並無法例規定在本港銷售的貨品必須貼上原產地標籤。

精明消費者購買電器前先查詢產地來源，並比較其他同類貨品，不同牌子的售價及產品功能，廣告內容可能誇張或誤導，若買入物非所值的貨品就會浪費金錢及後悔。『企業責任』

溫馨提示

Unit 1, Upper G/F., Newport Centre, 116 Ma Tau Kok Road, To Kwa Wan, Kowloon, Hong Kong

總代理：恒達熱水系統設計有限公司

Hotline 查詢熱線：(852) 2330 6678

Website 網址：www.berlin1967.com



## 香港信保局延長「百分百信用限額提升計劃」

**香**港出口信用保險局早前公布，原定於去年12月8日到期的「百分百信用限額提升計劃」將會延期至2021年6月8日，以支持香港出口商，減輕放帳風險，把握疫情新常態下的商機。

政府在2020年6月透過信保局推出「百分百信用限額提升計劃」，將每宗買家信用限額提升1倍，上限最高為1億港元或保戶保單的上限，涵蓋香港信保局承保的所有市場。[\(圖\)](#)



## 遙距營商計劃撥款 增至19億

**創**新科技署日前公布，防疫抗疫基金下「遙距營商計劃」的撥款由15億元增至19億元，為收到的合資格申請提供資助，透過增加計劃的承擔額，配合企業在疫情期間對遙距營商的殷切需求。

該署表示，企業對計劃反應熱烈，於2020年5月18日至10月31日申請期內，共接獲逾38,572宗申請，約95%來自中小企。至今已有25,930宗申請成功獲批，涉及總資助額約14億元，平均每宗獲批約6萬元。

計劃旨在資助企業採用資訊科技方案，在疫情期間繼續營運和提供服務。已提交申請的企業可透過網上系統查閱申請進度和管理申請。[\(圖\)](#)

# 貿發局料今年 出口指數升5%

香港貿發局所公布的出口指數於2020年連續三季回升，由首季的16谷底反彈至第四季的36.2，反映港商出口信心逐步改善，接近6成受訪者更指2021年銷售額將增加或持平，貿發局因此預測2021年香港整體出口貨值按年升5%。

所有主要行業均錄得可觀增長，當中以珠寶業反彈幅度最為強勁，惟指數仍處於收縮範圍，未來的出口表現仍未明朗，港商尤其擔心疫情反覆、全球需求減弱及中美貿易摩擦所帶來的影響。出口市場方面，內地、日本及東盟被看高一線，出口商對歐盟及美國的增長潛力稍欠信心。

展望未來的中美關係，貿發局研究總監關家明預期，地緣政局會變得更穩定及更能夠預測，出口前景將會明朗化，但香港經濟出現V型反彈的機會不大。

(資料來源：香港貿發局)



**GOODWAY**

**THE RED** G-SQ1  
STEAM BRUSH  
風靡世界紅采掛燙



### 優化功能及特點：

LED操作顯示燈

蒸汽乾洗·掛熨

家居布藝消毒除塵

持續蒸汽輸出



升級配件

優質  
防刮耐磨  
低溫熨板





## 「拍住上」資助計劃 將接受申請

為鼓勵傳統金融機構夥拍金融科技企業就創新金融服務產品進行概念驗證測試，財經事務及庫務局日前推出「拍住上」金融科技概念驗證測試資助計劃，並將於今年2月26日至6月30日期間接受申請。

該計劃下，每個獲批的概念驗證測試項目，一般可獲最多100,000元的一次過直接資助。若有關測試項目涉及跨金融界別或跨境應用，例如粵港澳大灣區、東盟地區等，更複雜、廣泛的領域，則可獲最多150,000元的資助額。金融機構可自行為受資助的測試項目，提供額外資源。政府已預留1,000萬元，用於推行計劃。

財庫局局長許正宇表示，業界可透過相關計劃，提出和測試各項嶄新可行的金融科技應用方案及產品，尤以在合規科技、貿易融資、跨境支付以及人工智能投資顧問等，與日常經濟活動和民生相關的領域。

商訊



## 內地 12 月財新製造業 PMI 下降 料未來半年復甦強勁

內地早前公布2020年12月份財新中國製造業PMI（採購經理指數）錄得53，較11月的十年來高點下降1.9個百分點，但仍處於擴張水平，顯示新冠肺炎疫情後經濟恢復仍在持續。

財新智庫高級經濟學家王喆預計，考慮到2020年上半年的低基數效應，後疫情時代經濟的恢復還將持續數月，未來半年宏觀經濟指標按年計亦將更趨強勁。商訊



# 深圳推出 18 項 便利港澳居民新措施

為推動港澳居民加快融入粵港澳大灣區建設，深圳日前推出 18 項措施進一步便利港澳居民在當地發展，涵蓋學習、就業、創業及生活 4 個方面。

就業方面，3 項措施涉及港澳學生在深圳實習見習就業、專業資質認定範圍和人才政策等。創業方面包括 4 項措施，涉及創業補貼、創新創業活動、深港澳青年創新創業基地及創業引導基金等。

學習方面，6 項措施包括港澳青少年交流、義務教育、高校獎助學金、職業教育合作、交流，以及港澳機構辦學等。

至於生活方面則有 5 項，涉及居住證政策、人才住房保障政策、交通優惠、深港澳社會保障合作和打造綜合服務平台等。🚫



## New Patent System 新專利制度

**Tailoring for Direct Patenting 為直接提交專利申請度身訂造**

**Effective from 19 Dec 2019, the new patent system in Hong Kong  
自2019年12月19日起生效的香港新專利制度**

- offers a direct filing route for seeking standard patent protection in Hong Kong
- refines the pre-existing short-term patent system to enhance its integrity
- prohibits use of misleading or confusing titles or descriptions relating to patent practice
- 為在香港尋求標準專利保護而提供一條直接提交申請的途徑
- 優化既有的短期專利制度以增強其公信力
- 禁止使用與專利從業有關並具混淆性或誤導性的名銜或描述

For details, please visit  
詳情請瀏覽網址



[ipd.gov.hk](http://ipd.gov.hk)



## 香港塞爾維亞 稅務協定生效

香港與塞爾維亞於去年 8 月簽訂的《全面性避免雙重課稅協定》在完成有關的批准程序後，已於 2020 年 12 月 30 日生效，並就始於 2021 年 4 月 1 日或之後的任何課稅年度的香港稅項具有效力。

塞爾維亞參與「一帶一路」倡議，於 2019 年為香港的第 89 大貿易夥伴。有關協定可讓從事跨境商業活動的人士更清楚確定其稅務負擔，有助促進雙邊貿易和投資活動。🇭🇰🇷🇸

(資料來源：政府新聞網)

## 「大灣區青年就業計劃」 接受企業登記

政府早前公布推出「大灣區青年就業計劃」，鼓勵在本港及大灣區有業務的企業，聘請及派駐本地大學或大專院校畢業生，到大灣區內地城市工作，名額 2,000 個，當中約 700 個專為創科職位而設。

計劃下每個職位的月薪不低於 18,000 港元，政府會按每名獲聘畢業生向企業發放每月 10,000 港元的津貼，為期最長 18 個月。任何在香港及大灣區內地城市均有業務的企業即可申請參與，提供職位空缺。而參加企業須在香港按照香港法例聘請合資格畢業生，並派駐他們在大灣區內地城市工作及接受在職培訓。

勞工處聯同創新及科技局已就計劃成立秘書處，負責處理企業申請和發放津貼。有興趣參與的企業可透過計劃的專屬網站，了解詳情及登記。🇭🇰🇷🇸



## 2020 年廠商會獎學金頒獎典禮

廠商會於 2020 年 12 月 8 日舉行一年一度的廠商會獎學金頒獎典禮，表揚過去一年在學術方面有傑出表現的學生。

本會永遠名譽會長吳宏斌致辭時指，廠商會一向重視人才培育，自 1964 年起便推行「廠商會獎學金計劃」，向表現優異的學生頒發獎學金。去年廠商會籌得逾港幣 21 萬元，除了頒發獎學金予廠商會兩所學校的 120 名學生外，更會把款項用於兩所學校的各類校本計劃。他感謝各位廠商會首長、會董和會員企業的熱心捐獻，亦讚揚同學們在疫情下堅持不懈的學習態度。他勉勵同學要好好裝備自己，並多留意國家的最新規劃和發展，為未來作好準備。



吳宏斌永遠名譽會長（左）頒發獎學金予學生代表



史立德會長（右）頒贈紀念品予捐款人之一、梁兆賢副會長（左）

## 廠商會婦委選出 新一屆執委會



新一屆婦委雷蔡菊芬主席發表當選感言



一眾婦委成員出席 2021 至 2023 年度執委會選舉的合照

廠商會婦女委員會（婦委）已於去年 12 月 15 日舉行 2021 至 2023 年度執委會選舉，選出新一屆執委會代表，由雷蔡菊芬女士擔任新一屆婦委執委會主席，而方慧麗女士、吳柳咏女士、徐劉小珠女士及曾邱菊香女士則為副主席。

主席雷蔡菊芬發表當選感言時指，未來將繼續秉承母會促進香港工商業發展的宗旨，積極參與社會公益服務，宣揚關愛社群、互助互愛的精神，推動婦女為社會作出貢獻，促進社會和諧。

## 「網上工展會」為市民帶來嶄新購物體驗



一眾廠商會首長出席「網上工展會」的新聞發布會

受新冠肺炎疫情影響，第55屆工展會改以線上形式舉行，並於2020年12月21日正式上線，一連31天為市民帶來不同的購物驚喜和樂趣！為讓公眾了解網上工展會的運作，大會於開台當天舉辦新聞發布會，介紹今屆「網上工展會」的精彩優惠和節目亮點，並為這全新購物平台揭開序幕。

是次「網上工展會」以虛擬技術重現實體工展會6大展區，包括「香港名牌廣場區」、「食品飲料區」、「糧油麵食區」、「蔘茸海味湯料區」、「生活家居區」及「美容保健區」，超過160間參展商為市民提供各式各樣價廉物美的商品，市民亦可以即時使用電子優惠券，盡享與實體工展會一樣的至抵優惠。

# 準時出糧 守法為上



## Employers Are Obligated To Pay Wages On Time

《僱傭條例》規定，僱主必須在工資期屆滿後或僱傭合約終止**七天內支付**工資給僱員。

The Employment Ordinance mandates an employer to pay wages to employees **not later than seven days** after the end of the wage period or the day of termination of employment.

拖欠薪金可被檢控，一經定罪，最高可被**罰款35萬元及監禁3年**。

Any employer fails to comply is liable to a maximum **penalty of \$350,000 and imprisonment for three years.**

董事、經理或有關負責人同意、縱容或疏忽下欠薪，也可能要負上相同刑責。

Directors, managers or responsible persons may be similarly liable to a penalty for their consent, connivance or neglect related to the offences.



[www.labour.gov.hk](http://www.labour.gov.hk)



勞工處  
Labour Department

查詢熱線：  
Enquiry Hotline:

**2717 1771**

(此熱線由「1823」接聽 The hotline is handled by "1823")

一如實體工展會，「網上工展會」舉行期間，大會每天推出低至 1 元和 1 折的「工展至抵閃購」產品供市民搶購，而參展商亦於不同活動時段推出 55 折以下的超值產品，讓市民「疫」市抗通脹。為配合電商銷售新趨勢，大會在展會期間，逢星期六舉行「網上工展超值購」直播節目，市民可一邊觀看參展商的帶貨直播，一邊大玩直播上的有獎互動遊戲，贏取總值港幣 3 萬元的豐富禮品。

廠商會永遠名譽會長吳宏斌指，受到疫情影響，企業開拓線上銷售業務已成大勢所趨，他相信「網上工展會」不但可為提振經濟出一分力，更可讓一眾參展商抓緊電子商務的龐大機遇，實踐數碼化轉型。

廠商會展覽服務有限公司主席徐晉暉則表示，今次是工展會有史以來全面以線上形式舉行，為港人帶來不一樣的新鮮感，亦是本會在抗疫新常态下的新嘗試。他認為「網上工展會」能協助企業把握聖誕新年旺季銷售機會，提升生意額。 (商) (廠)



廠商會首長與「網上工展會」合作伙伴中旅巴士商城及 SHOPLINE 代表一同主持啟動儀式



今屆「網上工展會」以虛擬技術呈現實體工展會的 6 大展區，為市民提供購物新體驗

## 「香港商界呈獻：2021-2022 施政報告 行政長官林鄭月娥女士主講」之網絡研討會



新 一份施政報告已於 2020 年 11 月 25 日正式公布，本會聯同香港總商會、香港中華總商會、香港工業總會、香港中國企業協會，以及多個香港外國商會於去年 12 月 10 日舉辦網絡研討會，邀得香港特區政府行政長官林鄭月娥擔任主講嘉賓，向工商界詳細闡述施政報告的內容，並解答與會者之提問。本會永遠名譽會長吳宏斌代表大會介紹行政長官的履歷。 (商) (廠)

## 1月 JANUARY

4

2020「香港名牌選舉」  
決賽

5

2020「香港服務名牌選  
舉」決賽

8

「DISC領袖培訓」網絡  
工作坊

12

「制定僱員家居工作政  
策」網絡工作坊



18

「企業及部門績效管理」  
網絡工作坊

28

會董會會議及晚宴

29

「CMA良倉牛年開心  
運財Show」(Facebook  
live)

## 2月 FEBRUARY



24

2021-22年度《財政預算  
案》公布

25

會董會會議及晚宴

# 僱傭紀錄要備妥 勞資權益保障多

## Proper Keeping of Wage and Employment Records



<https://www.labour.gov.hk/tc/public/pdf/wcp/KeepRecord.pdf>



<https://www.labour.gov.hk/eng/public/wcp/KeepRecord.pdf>

《僱傭條例》規定，**僱主**須備存僱員的工資及僱傭紀錄。詳情請參閱《備存工資和僱傭紀錄》小冊子。

Under the Employment Ordinance, **employers** are required to keep employees' wage and employment records. Please refer to the booklet of "Proper Keeping of Wage and Employment Records" for details.



勞工處  
Labour Department

勞工處勞資關係科各分區辦事處  
Offices of Labour Relations Division, Labour Department

2717 1771

(此熱線由「1823」接聽 The hotline is handled by "1823")



[www.labour.gov.hk](http://www.labour.gov.hk)

查詢  
Enquiries



# 廠商會會員 「2021年特別優惠」

「香港中華廠商聯合會保險代理有限公司」及「香港中華廠商聯合會秘書服務有限公司」乃香港中華廠商聯合會的附屬公司，向會員及業界提供優質及全面的一般保險中介服務及成立公司/公司秘書服務。現提供以下2021年優惠給廠商會會員：

## ➤ 工商企業活動第三者責任保險 會員可享 8折優惠

本公司已經與保險公司商定，開放原本專為廠商會公開活動投保的1-2天小型活動第三者責任(公眾責任)保險專案予全港中小企，各項保障均以定價提供，免卻每次報價程序，保證承保。

受保活動性質包括：舉辦會議/講座/展覽會—無分租攤位(室內或外)、推廣宣傳活動、簡介會、歷奇活動、嘉年華會、典禮、慈善步行、球類比賽、攝影活動、賣旗日、賣物會—參加攤位、開放日、境內旅遊、巡遊、派對/酒會、聯誼、聚餐、盤菜宴、運動會、團體訓練、露營/遠足等。

投保額：HK\$ 10,000,000或以下

■ 投保一天 (24小時內)：保費\$ 1,000(原價\$1,250)

■ 投保兩天 (超過24小時)：保費\$ 1,500(原價\$1,875)

※附加項目部分：團體意外保險(另行報價)

承保保險公司：中國平安保險(香港)有限公司

詳情致電：2390 9811  
CMAinsurance.com.hk

## ➤ 公司秘書服務 會員專享首年公司秘書服務 50%折扣優惠！

在香港註冊的有限公司，公司運作必須遵守公司法，每年需要向公司註冊處提交報表及公司重要變更。我們為客戶提供公司秘書服務以符合法例。

首年公司秘書服務費低至\$1,000!本公司秘書服務包括：

- 出任為公司的法定秘書
- 製作及遞交更改董事及秘書資料文件
- 製作及遞交周年申報表
- 整理及更新公司的法定紀錄
- 製作股東周年大會會議文件
- 更新商業登記證
- 製作及遞交更改公司註冊地址文件

詳情致電：3652 7676  
CMAssl.com.hk





# 新冠病毒病COVID-19 核酸檢測 X 快速抗原測試






COVID-19 TEST



## 核酸檢測服務 (以深喉唾液取樣)

-  取得歐盟「歐洲議會和理事會關於體外診斷醫療設備的認證 CE-IVD」
-  1-2個工作天內可獲報告結果
-  可作出境之用\*  
\*經由香港政府認可的實驗室進行測試
-  由香港註冊專業技術人員操作

## Boson快速SARS-CoV-2 抗原測試卡 (獨立包裝產品)

-  歐盟CE-IVD認證產品<sup>^</sup>  
<sup>^</sup>已於歐盟官方冊列為其中一款歐盟CE-IVD認證產品
  -  免疫色譜的體外測試
  -  15-20分鐘測定鼻拭子樣本
  -  縮減檢測所需時間及成本
- 

如欲購買，請電郵至[info@catagene.com.hk](mailto:info@catagene.com.hk) 與CaTAGene 團隊聯絡。

### \*\*注意事項\*\*

- 此測試用作初步篩查。
- 此測試不能排除因各種因素而引起假陽性或假陰性結果，必須配合醫生的其他臨床診斷以作出準確的評估。
- 在此階段收集的樣本可能含有低於測試劑敏感度的抗原，因此，即使檢測結果為陰性，亦不能排除感染病毒的可能性。



 [info@catagene.com.hk](mailto:info@catagene.com.hk)  
[catagene.com.hk/2019-ncov/](http://catagene.com.hk/2019-ncov/)