



首屆「出海名牌選舉暨出海服務名牌選舉」

隆重推出

更多品牌選舉現正接受報名



香港品牌發展局

2542 8634

商廠

CMA Bulletin

5-6
月號
May-Jun 2026

香港工業再展翅 · 締造輝煌新一頁

開拓中亞新機遇

Unlocking New Opportunities in Central Asia

AI視頻帶貨 低成本 高效益

AI Video Live Shopping Low Cost, High Efficiency

以場景換商機： 驅動創科發展關鍵

Scenario-based Investment Promotion:
A New Driver of I&T Development



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

地址：香港中環干諾道中64-66號廠商會大廈

電話：2545 6166

電郵：info@cma.org.hk

大綱 Index

- 02 封面故事
Cover Story
- 04 首長講場
Leadership Voice
- 05 觀點
Views
- 06 會務—活動回顧
Our Chamber—Event Highlights
- 12 啟動升級
Get Ready to Upgrade
- 13 政策速遞
Policy Express
- 14 校園動態
Our School
- 15 會員—歡迎新會員
Our Members—Welcome!



2025年《施政報告》將「場景招商」(Scenario-based Investment Promotion) 列為推動香港經濟轉型與新型工業化的重點政策。這項政策標誌政府產業思維的重大轉變：由單純的財政補貼，轉向開放具體的應用場景，以「給機會」代替「給資金」，吸引全球領先的創科龍頭落戶，進一步鞏固其作為國際創科中心的領先地位。

The 2025 Policy Address highlighted “scenario-based investment promotion” as the key policy for promoting Hong Kong’s economic transformation and new industrialisation. This policy marks a significant shift in the government’s industrial thinking from simply offering financial subsidies to opening up specific application scenarios. This transition is essential to encouraging leading global innovation and technology companies to establish operations in Hong Kong, thereby consolidating the city’s position as an international innovation and technology hub.

傳統的招商模式，主要由政府透過提供土地、財稅支援、政府採購等優惠措施，吸引外地企業投資。相比之下，「場景招商」則強調由政府擔任應用場景的「規劃師」和「統籌員」。當局首先需梳理公共行政與社會層面的潛在市場需求，評估本地企業的技術供給能力，制定「場景清單」，並強化從項目引進到落地營運的全流程管理。這張清單猶如指引企業投資的地圖，讓企業無需由零開始摸索市場，便能更精準地評估項目的商業價值和商機，並提升對市場前景的確定性。

內地「場景招商」的實踐已趨成熟，一些省市更會以數據平台與AI算法提升企業與潛力應用場景的匹配效能。例如，湖南省政府去年發布的場景招商清單，明確區分「能力」與「機會」兩大板塊，前者展示各個重點產業鏈供給端的产品及解決方案，後者則列出需求端的應用場景及擬合作方式，為供需雙方構築高效對接平台。

如欲查詢廣告事宜，
請致電會員服務熱線 2851 1555
For Advertising Enquiries, please call our
Membership Services Hotline 2851 1555



三管齊下 完善招商配套

值得注意的是，「場景招商」並非單純的商業配對，地方政府更提供多層面配套措施，保障投資項目順利落地。首先是「以商引商」，在引進龍頭企業的過程中，政府會為其產業鏈制定上下游配套方案，吸引中小型供應商進駐，以加強協同效應。以上海為例，在半導體裝備龍頭「北方華創」落戶臨港新區後，接連促成20多家上下游企業進駐，形成「上下樓即上下游」的緊密分工格局。

其次是「拆牆鬆綁」，透過制度創新為企業落戶掃除障礙。武漢為發展自動駕駛產業，率先允許自動駕駛車輛的商業化運營，將整座城市轉化為技術「試驗場」，並同步制定促進智能網聯汽車發展的政策和法規，為企業測試新技術、探索新商業模式提供制度保障。

最後是「排憂解難」，在達成初步投資意向後，政府持續為引進企業提供後續支持。上海、深圳等地除了會向引進企業的科研成果轉化提供基金資助，當地政府還會開放應用研發平台與中試生產線，推動科技商品化和產業化。



借鑒內地經驗

在香港，特區政府在 2025 年《施政報告》中首度引入「場景招商」模式，並以資助新科研義肢的試用計劃作為切入點，首次開放應用場景，為強腦科技等創科企業的新技術在港落地與發展拓展空間。這不僅是招商理念的「思想解放」，更透過實質支援激發應用端需求。雖然香港對此新型招商模式尚處於探索階段，但若借鑒內地的先行經驗，將有助於香港從單點項目的應用，擴展至全方位的創科生態建設。



歡迎掃描 QR code 閱讀此內容

Traditional investment promotion models rely heavily on government-led strategies and primarily offer land, financial and tax subsidies, and government procurement incentives to attract foreign investment. In “scenario-based investment promotion”, however, the government serves as the “planner” and “coordinator” of the application scenarios. This involves identifying potential market demands from the public administration and social levels, assessing local companies’ technological supply capabilities, formulating a “scenario list”, and strengthening management of the entire process from project introduction to implementation and operation. By serving as a map for corporate investment, the scenario list would allow companies to analyse a project’s commercial value and market certainty without having to start from scratch and search for business opportunities.

The Chinese Mainland already has extensive experience in adopting “scenario-based investment promotion”. Some provinces and cities even leverage data platforms and AI algorithms to match enterprises with potential application scenarios. For example, last year, the Hunan Provincial Government released a scenario-based investment promotion list that distinguishes between “capability” and “opportunity” to efficiently connect supply and demand. The “capability” section showcases products and solutions from the supply side of each key industrial chain, while the “opportunity” section lists application scenarios and proposes cooperation methods from the demand side.

A three-pronged approach to support investment promotion

Beyond effective business matching, successful scenario-based investment promotion relies on local governments providing multi-sectional support measures to facilitate the implementation of investment projects. The first measure is to use existing businesses to promote investment; that is, to attract leading enterprises, the government must develop upstream and downstream support plans for their industrial chains to encourage small- and medium-sized suppliers to set up operations and strengthen synergy. This approach has worked successfully in Shanghai, where Naura Technology, a prominent semiconductor equipment manufacturer, has settled in Lin-gang Special Area and attracted over 20 upstream and downstream corporations, forming a localised ecosystem for semiconductor equipment manufacturing.

The second support measure is removing barriers and easing restrictions through institutional innovation to clear the way for business development and investment. For example, to develop the autonomous driving industry, Wuhan has taken the lead in allowing the commercial operation of autonomous vehicles. By formulating policies and regulations that promote the development of an intelligent connected vehicle network, the city has successfully turned itself into a technology “testing ground”, while also providing legal support for enterprises to explore new business models.

The final support measure is the government’s ability to address enterprises’ challenges. In particular, after companies’ initial investment targets are reached, the government will continue to provide follow-up support. For example, the governments in Shanghai and Shenzhen, as well as in other cities, have opened up application R&D platforms and pilot production lines to promote the commercialisation and industrialisation of technology, in addition to supporting the funding of research commercialisation.

Learning from the Mainland

In the 2025 Policy Address, the Hong Kong government introduced the scenario-based investment promotion for the first time, using a subsidy scheme for trialling advanced prosthetics as a starting point. By opening up application scenarios, the scheme creates opportunities for new technologies developed by innovation and technology firms, such as BrainCo, to be deployed and scaled in Hong Kong. This is not only a shift in investment promotion thinking, but also a practical way to stimulate demand through targeted support. Although Hong Kong is still at an exploratory stage in adopting this new investment promotion model, drawing on the Mainland’s experience could help the city move beyond isolated project-based applications towards building a more comprehensive innovation and technology ecosystem.

開拓中亞新機遇

Unlocking New Opportunities in Central Asia

早前，我有幸參與香港貿發局舉辦的「哈薩克斯坦與烏茲別克斯坦商務代表團」，隨同行政長官及工商界代表訪問中亞兩國。此行不但加深了我對當地市場潛力的了解，也讓我更深切感受到，在全球經濟格局重塑、供應鏈加速重組的大背景下，中亞正由昔日相對邊緣的區域市場，逐步走向連接東西、貫通歐亞的重要樞紐，值得香港工商界重新認識、及早部署。

事實上，廠商會早於2016年已率先組團考察中亞，包括哈薩克斯坦、烏茲別克斯坦及吉爾吉斯斯坦。當時仍屬「一帶一路」倡議提出初期，工商界對這些新興市場充滿好奇。十年後回望，中亞的戰略價值已愈見清晰。隨着「一帶一路」建設持續深化及區域經濟轉型提速，香港與中亞的經貿往來正穩步升溫。2023年，香港與中亞商品貿易總額按年上升超過五成，突破17億美元，當中烏茲別克斯坦及哈薩克斯坦已成為香港在區內的重要經貿夥伴。

雖然目前相關貿易規模與東盟或中東等熱門新興市場相比仍有距離，但正因中亞仍處於加快開放和持續起飛的階段，其市場潛力與策略價值更不容忽視。

從市場角度看，中亞具備多項結構性優勢。區內人口年輕，城市化與數碼化進程加快，互聯網普及率持續上升，帶動消費模式快速轉變，跨境電商和品牌消費需求日增。哈薩克斯坦作為中亞最大經濟體，人均GDP居區內前列，市場對進口商品及數位化服務接受度高；烏茲別克斯坦人口約3,700萬，是區內人口最多的國家，內需市場龐大。對香港的輕工產品、品牌消費品及電商企業而言，這些消費市場具有一定吸引力。

與此同時，哈薩克斯坦與烏茲別克斯坦在石油、天然氣、金屬及黃金等資源方面基礎雄厚，為國際產業合作提供廣闊空間。香港近年積極推動大宗商品交易生態圈建設，若能結合本港的航運物流、供應鏈管理、貿易融資及風險管理優勢，將可在中亞資源對接亞洲市場的過程中，扮演更積極、更高增值的角色。

此外，中亞國家正積極推動工業升級、綠色化和基建發展，對金融、技術、法律、會計、風險管理及項目融資等專業支援需求殷切。香港完全有條件成為中亞產業發展融資、升級，以至「走出去」的重要平台和橋樑。

除了經貿合作外，教育與人才交流亦是香港與中亞深化關係的另一個關鍵支點。香港正全力發展成為國際教育樞紐，對中亞年輕一代具相當吸引力。透過促進留學、培訓、學術合作及青年交流，不但有助中亞培育兼具國際視野與專業能力的人才，也能加深彼此文化理解，為長遠的經貿及民間合作建立更穩固的基礎。

面對全球經濟秩序重整，香港企業必須以更開放的視野尋找新增長點。中亞不應只被視為一個「較小的新市場」，而應被視為未來多元布局中的重要一環。



盧金榮博士BBS JP
香港中華廠商聯合會會長
Dr Wingco Lo BBS JP
President, The Chinese Manufacturers'
Association of Hong Kong

Recently, I had the privilege of joining the HKTDC's delegation to Kazakhstan and Uzbekistan, alongside the Chief Executive and other representatives from the business sector. The visit not only deepened my understanding of these markets' potential, but also reinforced my conviction that, amid a rapidly evolving global economic landscape and accelerating supply chain reconfiguration, Central Asia is moving from the periphery to becoming an increasingly important hub linking East and West across Eurasia. It is a region that Hong Kong's business community should re-examine and engage with proactively.

In fact, the CMA took the lead as early as 2016 in organising a delegation to Central Asia, covering Kazakhstan, Uzbekistan and Kyrgyzstan. At that time, the Belt and Road Initiative had only just been launched, and the business community was eager to explore the opportunities presented by these emerging markets. Looking back a decade later, Central Asia's strategic significance has become far clearer. As Belt and Road cooperation deepens and economic transformation across the region gathers pace, trade and economic ties between Hong Kong and Central Asia have been steadily gaining momentum. In 2023, total merchandise trade between Hong Kong and Central Asia rose by more than 50% year on year to exceed US\$1.7 billion, with Uzbekistan and Kazakhstan emerging as Hong Kong's key trading partners in the region.

Although current trade volumes remain modest compared with more established emerging markets such as ASEAN and the Middle East, this should not detract from Central Asia's long-term potential. On the contrary, it is precisely because the region remains in a phase of accelerated opening-up and sustained take-off that its market promise and strategic value deserve closer attention.

From a market perspective, Central Asia possesses a number of structural advantages that merit serious consideration. The region has a young population, rapid urbanisation, accelerating digitalisation, and rising internet penetration — all of which are reshaping consumer behaviour and driving demand for cross-border e-commerce and branded consumer goods. Kazakhstan, as the largest economy in Central Asia, has one of the highest per capita GDP levels in the region, and its consumers are highly receptive to imported products and digital services. Uzbekistan, with a population of around 37 million, is the largest consumer market in Central Asia. For Hong Kong's light industrial products, branded consumer goods and e-commerce businesses, these trends present attractive entry points.

At the same time, Kazakhstan and Uzbekistan are richly endowed with oil, natural gas, metals and gold, providing broad scope for international industrial cooperation. In recent years, Hong Kong has been actively building its commodities trading ecosystem. By leveraging our strengths in shipping and logistics, and supply chain management, Hong Kong is well placed to play a more proactive and higher value-added role in connecting Central Asian resources with markets across Asia.

In addition, Central Asian countries are actively pursuing industrial upgrading, green transformation and infrastructure development, generating strong demand for professional support in areas such as finance technology, legal service, accounting, risk management and project financing. Hong Kong is well positioned to serve as an important bridge, helping Central Asian enterprises secure financing, upgrade their capabilities or even expand internationally.

Beyond trade and investment, education and talent exchanges will also be an important pillar for deepening ties between us. Hong Kong is striving to become an international hub for higher education. By promoting student mobility, professional training, academic collaboration and youth exchange, we can not only nurture talent with global vision and professional expertise, but also deepen mutual understanding and lay a stronger foundation for long-term economic and people-to-people cooperation.

As the global economic order continues to evolve, Hong Kong enterprises must adopt a broader and more open outlook in identifying new engines of growth. Central Asia should not be seen merely as a smaller emerging market; rather, it should be recognised as an important component of a more diversified strategy for the future.



歡迎掃描 QR code 閱讀此內容

AI視頻帶貨 低成本 高效益

AI Video Live Shopping
Low Cost, High Efficiency

「你可曾在雪山救過一隻狐狸？」

「我不是狐狸，我是那隻醬板鴨！」

由網民利用AI（人工智能）生成創作的短視頻《雪山救狐》，憑着這段「魔性」台詞與「喜感」劇情，迅速火遍互聯網。網民蜂擁「二創」，炮製出多款「AI武俠連續劇」，令網上世界充滿歡樂！

這部滿滿「邵氏武俠風」的AI視頻，搶盡網民目光，更成為官方焦點。內地多家官媒賬號紛紛參與「二創」，進行各式各樣宣傳：台州公安以「你可曾在網上遇過一隻狐狸」，警惕民眾提防網騙；山東、四川、河南等多地則借用視頻場景，推廣當地文化旅遊。

吸引植入式廣告

《人民日報》分析，國產AI視頻模型的快速迭代，大前提是視頻創作門檻持續降低，普羅大眾都能參與。文章提到，國產AI模型擁有海量中國傳統文藝數據，蘊含東方美學，除可生成流行影像風格，還可製作獨特的水墨畫風、工筆畫風，成為中華文化出海的新載體。

今年4月發表的《中國網絡視聽發展研究報告》顯示，去年各種國產網絡視頻（包括短劇、電影、動畫、綜藝、紀錄片），上線總量為2652部，同比增長接近兩成；當中以「重點網絡微短劇」領跑，同比增長高達30.21%。亮眼的數據，說明了何以愈來愈多植入式廣告投放到新興媒介。

報告還公布另一組震撼數據：去年全國網絡統計，AI生成視頻或音頻累計超過20億條，同比增長高逾14倍。調查發現，超過五成用戶曾接觸AI視頻或音頻，超過四成人認為，AI視頻內容更新奇、更有趣。由此可以預測，AI視頻的追捧熱度，未來將會井噴式增長。

尋找醬板鴨真味

AI視頻的「帶貨」能力有多大？《雪山救狐》作了最佳示範。不少台灣民眾因看了這個搞笑視頻，紛紛探尋醬板鴨為何物。

早前，國台辦新聞發言人朱鳳蓮在記者會上，談及這類有趣視頻，有效引起兩岸同胞的共鳴。她還邀請各界來一趟湖南，品嚐醬板鴨真味。

有分析拆解《雪山救狐》爆紅的三大原因：極致的視覺反差與電影感；劇本打破傳統套路；虛擬演員完美演繹。AI創造的影像世界，驟看很現實，卻又有超乎現實的魔力。有專家教路，善用「AI魔力」為產品做宣傳，往往收到出人意表的效果。

無容置疑，AI是驅動創新最佳工具，我們必須擁抱AI，加快創新產業，還要善用「AI帶貨」，創新宣傳策略，享受低成本、高效益。

“ AI視頻，多元效能，推廣產品，耳目一新。
AI Videos, Diverse Capabilities, Fresh Promotion,
Catching the Eye and Refreshing the Mind.”

”



◀ 歡迎掃描 QR code 閱讀此內容

吳永嘉議員 SBS 太平紳士
廠商會立法會代表
The Hon Ng Wing Ka, Jimmy, SBS JP
CMA Legislative Council Representative

“Have you ever rescued a fox on the snowy mountains?”

“I’m not a fox—I’m that spicy duck with soy sauce!”

A short video titled “Rescuing a Fox on the Snowy Mountain”—created by internet users using AI (artificial intelligence)—became an instant hit online thanks to its “mischievous” catchphrase and humorous plot. Netizens rushed to create derivative works, producing numerous “AI wuxia serial dramas,” turning the online world into a place full of laughter!

This AI video, packed with a Shaw Brothers-style wuxia vibe, grabbed the spotlight and even became an official focus. Multiple state media accounts on the Mainland joined this trend of derivative work, conducting various kinds of promotional activities. Examples are Taizhou Public Security used a variant of the line “Have you ever met a fox online?” to warn the public to beware of online scams, Shandong, Sichuan, Henan, and other regions borrowed the video’s scene to promote local cultural tourism.

Attracting Product Placement Advertising

In an analysis by People’s Daily, the rapid iteration of domestic AI video models is largely driven by the continued lowering of the barriers to video creation—allowing the general public to participate. The article notes that domestic AI models contain vast datasets of Chinese traditional literature and arts, embodying Oriental aesthetics. Beyond generating popular visual styles, they can also produce unique ink-wash painting styles and fine-brush painting styles, becoming a new vehicle for Chinese culture to go global.

The annual report on China’s internet audiovisual service development released in April shows that last year, domestic online videos of various types (including short dramas, films, animations, variety shows, and documentaries) totaled 2,652 releases, representing a year-on-year increase of nearly 20%. Among them, key online micro-short dramas led the way, soaring 30.21% year-on-year. These striking figures help explain why product placement ads are being deployed increasingly in emerging media.

The report also released another set of astonishing data: according to national online statistics last year, AI-generated videos or audio accumulated to more than 2 billion items, representing a year-on-year increase of over 14 times. The survey found that, more than half of users had encountered AI video or audio; and more than 40% believe AI video content is more novel and interesting. It can therefore be expected that the popularity of AI videos will grow rapidly—potentially exploding further in the future.

Finding the True Taste of the spicy duck with soy sauce

“Rescuing a Fox on the Snowy Mountain” provided the best demonstration for the power of AI video’s “live shopping” capability. Many people in Taiwan, after watching this funny video, started asking what a spicy duck with soy sauce actually is.

Earlier, at a press conference, the spokesperson of the Taiwan Affairs Office of the State Council, Zhu Fenglian, mentioned that such entertaining videos effectively resonated with compatriots on both sides of the Taiwan Strait. She also invited people from all sectors to travel to Hunan to taste the true flavor of spicy duck with soy sauce.

Analysts have broken down the viral success of “Rescuing a Fox on the Snowy Mountain” into three main reasons: (1) extreme visual contrast combined with a cinematic feel, (2) a script that breaks away from conventional patterns; and (3) virtual performers delivering near-perfect performances. The AI-created visual world may look realistic at first glance, yet also carries a power beyond reality—its “magic.” There are experts who advise how to use this “AI magic” to promote products, often producing unexpected and surprising results.

There is no doubt that AI is one of the best tools for driving innovation. We should embrace AI to accelerate the development of innovation-driven industries, and—more importantly—make good use of “AI live shopping” to innovate promotional strategies and enjoy low cost with high efficiency.

廠商會接待來訪機構及出席活動

中國國際貿易促進委員會福建省委員會代表團訪會



新疆烏魯木齊市政府代表團訪會



武漢市礄口區代表團訪會



山西(香港)金融+產業合作推介會

2026雲浮港澳經貿投資合作交流會暨
“廣貨行天下、雲浮有優品”活動

2026鄂港經貿合作交流會



2026 湖南全球投資夥伴對接會



本會與澳洲駐香港總領事館會面



香港國際春季燈飾展交流酒會



浙江省工商聯代表團訪會



上海市奉賢區政協代表團訪會



山西省政協代表團訪會



「『十五五』規劃與香港的新機遇」高峰論壇

廠商會於4月27日舉辦「『十五五』規劃與香港的新機遇」高峰論壇，以協助社會各界了解香港在國家發展布局中的新定位、新角色。活動吸引接近1,200名政商界領袖及行業專家親身或以線上形式參與，共同探討香港該如何鞏固傳統優勢、培育新興動能，並為首份「香港五年規劃」建言獻策。

是次論壇邀得財政司司長陳茂波擔任主禮嘉賓，並闡述特區政府對接「十五五」規劃以及推動香港高質量發展的最新部署。而在主旨演講環節，港區全國人大常委、立法會主席李慧琼以視頻形式發言，分享香港在國家「十五五」規劃下的新角色及機遇。隨後，創新科技及工業局局長孫東教授就如何透過制定「香港五年規劃」加快培育新質生產力，分享見解。

主動作為 以自身優勢貢獻國家所需

盧金榮會長致歡迎辭時表示，面對複雜多變的全球政經格局，國家正深化改革和推動科技創新，以激發內生動力。「在這過程中，香港必須精準對接國家戰略，主動將自身優勢轉化為貢獻國家的實際動能，並為本地經濟開創新局。」

盧會長續指，「十五五」規劃聚焦科技自立自強及高水平對外開放，這正是香港所長。香港可透過加快北部都會區建設，打通粵港澳大灣區要素流動壁壘，促進三地協同創新。同時，香港作為國家「引進來、走出去」的戰略支點，應強化供應鏈管理服務，打造成為「中國品牌」出海的首選平台。這既是回應國家對香港建設「高增值供應鏈服務中心」的期許，更為香港貿易及專業服務開拓增長空間。

五大領域對接國家規劃 激發香港發展動能

而在專題討論環節中，主持人廠商會副會長莊家彬議員與「一帶一路」專員何力治、北部都會區統籌辦事處主任蘇惠思、大灣區國際信息科技協會會長楊德斌、香港科技大學利豐供應鏈研究院執行總監張家敏、一國兩制研究中心研究總監方舟博士展開深度對話。他們圍繞拓展「一帶一路」經貿合作、加快北都發展、推動創技創新、建設跨國供應鏈管理體系，以及促進大灣區產業協同發展五大領域，深入探討香港如何對接「十五五」規劃以激發經濟發展動能。

廠商會支持應用型人才培訓 助力產業升級

為響應國家支持香港打造「國際高端人才集聚高地」的目標，論壇期間，盧金榮會長以及職訓局主席林健鋒在陳茂波司長、孫東局長、廠商會永遠名譽會長施榮懷、吳宏斌博士以及史立德博士的見證下，簽署「商校共同培育人才」合作備忘錄，雙方將深化合作，攜手培育更具應用能力、面向產業需要的高質量人才，以支持香港產業轉型升級。

出席是次論壇的重要嘉賓尚包括行政會議成員吳秋北議員、全國政協常委蔡冠深、中央人民政府駐香港特別行政區聯絡辦公室經濟部副部長兼貿易處負責人周強、財經事務及庫務局常任秘書長（庫務）黎志華、政制及內地事務局副局長胡健民、創新科技及工業局副局長張曼莉、香港出口信用保險局主席陳瑞娟、香港中文大學校董會主席查逸超教授、粵港澳大灣區發展專員林雅雯；工業專員（創新及科技）葛明博士、特首政策組副組長關家明、工業貿易署副署長（雙邊貿易、管制及工商業支援）謝凌駿；並獲超過30位立法會議員、來自50多個國家的駐港總領事及代表、本地及海外工商組織代表等出席支持。而出席的廠商會領導尚包括常務副會長馬介欽、副會長黃家和、吳國安、梁兆賢、陳家偉、駱百強、施榮恆、黃偉鴻，以及行政總裁吳潔貞，場面盛大。



廠商會江門市食品及高新科技考察團

廠商會聯同粵港澳大灣區發展推廣中心於4月16至17日舉辦「廠商會江門環保生產科技考察團」，由會員事務委員會主席吳國安副會長率團，組織逾40位會董及會員前往李錦記江門生產基地、中車廣東軌道交通車輛有限公司、鶴山國機南聯摩托車工業有限公司及勵福（江門）環保科技股份有限公司等進行參觀考察，讓會員掌握江門在食品科技、先進製造、綠色環保等領域的最新發展，並深入了解當地產業優勢與投資環境。考察團並出席「港邑企業交流晚宴」，與江門市政商界代表互動交流，氣氛熱烈。



會務－活動 Our Chamber - Events

6月JUN
—
7月JUL



CEO 會客室
日期：6月12日
查詢電話：2851 1555



廠商會名人飯堂—副會長陳家偉、黃偉鴻博士
日期：6月30日
查詢電話：2851 1555



「『468』下聘用兼職、短期合約員工的法定福利及工資計算」工作坊
日期：7月10日
查詢電話：2542 8635

引領智能出行新視野

SHAPING A NEW VISION FOR SMART MOBILITY

E9 PHEV

限量30台 全運會紀念特別版

\$399,000起



AION V

同級最強配備



HYPTEC HT

極致科技 奢華品味

AION UT

科技與時尚結合



AION Y Plus

空間靈活百變



AION ES

最強性價比

APMG聯絡

九龍陳列室：紅磡都會道6號置富都會7樓 774-776
元朗陳列室：錦田市中心，錦田公路44-46號永隆樓地下（舊馬會投注站）
將軍澳 Pop Up Store：將軍澳新都城中心一期商場地下G35-36
北角 Pop Up Store：北角渣華道133號北角滙三期 G1-2A
合和 Pop Up Store：皇后大道東183號合和中心 17樓 1701-1703
維修中心：九龍灣宏通街1號啟福工業中心A座6號舖

☎ 3591 9336

☎ 6936 8139

🌐 gacaionhk.com

WHERE CRAFT
MEETS TECHNOLOGY

歡迎瀏覽
公司網頁



歡迎
瀏覽專頁



CEO會客室

廠商會於3月27日舉辦首次「CEO會客室」活動，聚焦「進出口貿易」行業，由吳潔貞行政總裁擔任主持人，聯同會員事務委員會主席吳國安副會長、進出口貿易業委員會顧問梁日昌常務會董與多家會員企業互動交流，圍繞行業發展現狀和業界關注的議題交換意見。



香港國際醫療及保健展 - 廠商會專場導賞團

廠商會於5月11日舉辦「香港國際醫療及保健展 - 廠商會專場導賞團」，由會員事務委員會主席吳國安副會長帶領，與黃偉鴻副會長、吳潔貞行政總裁及多位常董、會董、行委會召集人及會員等共約20人，一同參觀多家企業的攤位，深度了解生物科技、醫療設備與數碼健康行業最新技術與發展趨



「在商『研』商」工作坊系列之「『藥食同源』轉化研究與應用實踐」工作坊

廠商會於3月31日舉行「在商『研』商」工作坊，邀得香港浸會大學創新及轉化研究院技術轉化總監楊樹英博士及助理總監林昕昕介紹「藥食同源」的發展機遇，並由希敏福有限公司首席市場總監鄧鵬宏分享以食材藥用提升腦健康的科研成果。活動共獲逾50位會董、會員及創科公司代表出席，反應踴躍。



廠商會青年委員會東莞交流團

廠商會青年委員會於4月10日舉辦「東莞交流團」，邀得香港工業總會青年委員會、香港深圳青年總會及東莞市外商投資企業協會青年委員會擔任活動支持機構，陶俊裕主席及近20位青委成員及友好商會代表參加。交流團拜訪了力嘉國際集團及香港聯泰集團東莞廠房，通過實地考察與交流，了解數位化智慧製造產業技術及企業的嶄新管理文化，促進跨行業溝通與合作。



港口社區系統正式啟用 促進本港智慧港口發展

The Launch of Port Community System fosters the Smart Port Development in Hong Kong



為提升本港的航運、港口、物流及貿易的競爭力，香港特別行政區政府早前展開港口社區系統（Port Community System，PCS）的構建工作，旨在推動港口社區數碼轉型，加強跨界別的資訊互聯互通，並促進本港的智慧港口發展。

PCS 提供一站式、全天候及實時的貨物追蹤服務，促進海、陸、空運輸資訊的互聯互通，同時具備數據分析及提示功能。隨著 PCS 正式啟用，PCS 控制中心亦已投入運作，為系統的運作提供可靠的支援。PCS 及 PCS 控制中心的啟用，標誌著港口社區及物流業數碼化邁向進一步發展。

To strengthen the competitiveness of Hong Kong's maritime, port, logistics, and trade industries, the Government of the Hong Kong SAR initiated the development of the Port Community System (PCS) with an aim to drive the digital transformation of the port community, enhance cross-sector information interconnectivity, and foster the smart port development in Hong Kong.

The PCS offers one-stop, round-the-clock and real-time cargo tracking, it facilitates connectivity across sea, land, and air transport information, as well as providing analytics and alert functions. With the official launch of the PCS, the PCS Control Centre has also commenced operations, providing reliable support for the operation of the PCS. The launch of the PCS and the PCS Control Centre signified an important step in the digitalisation of the port community and the logistics industry.

請掃描此二維碼並登記PCS帳戶。

Please scan this QR code to register for a free PCS account.



查詢 Enquiry

物流及供應鏈多元技術研發中心

Logistics and Supply Chain MultiTech R&D Centre

Tel電話: (852) 3973 6200

Fax 傳真: (852) 3106 0202

Email電郵: info@lscm.hk

Website 網址: https://www.lscm.hk

morphy richards  Since 1936

源自英國90年品牌

真正的無管移動空調

冷氣 + 抽濕 + 風扇 三合一

-  無需排風管,即插即用
-  專利3D強力送風
風力達每秒8米
-  歐盟A級能源
每小時只需0.3度電
-  勁凍低至10度
-  超強抽濕功能
每日22升除濕量
-  多種操控模式
遙控/APP/輕觸/睡眠



適用於多種場景:



S1PRO 產品介紹

內地加大出口 信用保險支持力度

2026年3月27日，商務部、中國出口信用保險公司聯合印發《關於充分發揮出口信用保險作用 推動「十五五」商務高質量發展良好開局的通知》（簡稱《通知》），從6方面提出具體舉措包括：

一是優化升級貨物貿易。扎實做好短期險相關工作，優化限額資源供給，用好進口預付款保險，加強跨險種協同聯動，推動出口信用保險穩量擴面、提質增效。

二是培育外貿新動能。針對外貿新領域、新業態、新模式發展需求，豐富授信依據，明確評審標準，創新承保模式，加大典型經驗做法複製推廣，更加精準有效支持服務貿易、數字貿易、綠色貿易發展。

三是推進內外貿一體化。加強出口險和內貿險聯動，拓展上下游產業鏈承保，促進內貿險擴面增額，加大對外貿企業拓內銷的支持力度。

四是引導產供鏈合理有序跨境布局。組合運用貿易險、項目險等產品以及融資、擔保、保單融資等服務，提供全鏈條全流程服務保障。做好境外風險防控，加大賠前減損、賠後挽損力度。

五是深化「一帶一路」經貿合作。發揮好中長期險和海外投資險作用，推動更多高標準、可持續、惠民生項目落地。

六是強化對中小微企業支持。持續開展保險惠企、服務興企、數智助企等專項行動，豐富保單融資產品，提高資信服務質量，更加精準直達中小微企業。

《通知》強調，各地商務主管部門要在符合世貿組織規則前提下，持續完善出口信用保險政策支持體系，推動存量和增量政策提質增效。中信保公司各營業機構要高質量履行職能，優化承保、理賠追償、融資增信、資信等服務，為企業應對外部衝擊、開拓多元市場、穩住出口訂單、拓展內銷渠道、穩定生產經營提供有力有效風險保障服務。

國務院關於產業鏈 供應鏈安全的規定

2026年3月31日，國務院公布《國務院關於產業鏈供應鏈安全的規定》（簡稱《規定》），自公布之日起施行。《規定》共18條，主要內容包括：

一是明確產業鏈供應鏈安全工作原則。規定產業鏈供應鏈安全工作貫徹總體國家安全觀，統籌發展和安全，統籌國內國際，推進高水平對外開放，促進全球產業鏈供應鏈穩定暢通。明確國家引導產業鏈供應鏈合理有序佈局，加強產業鏈供應鏈領域國際合作，支持關鍵領域核心技術攻關，促進產業鏈供應鏈高質量發展。

二是建立健全產業鏈供應鏈安全制度措施。建立健全產業鏈供應鏈安全工作機制。規定國務院有關部門和省、自治區、直轄市人民政府產業鏈供應鏈安全工作有關職責。加強關鍵領域產業鏈供應鏈安全保障，建立健全信息共享、風險監測預警、風險防範、應急管理制度，維護關鍵領域的原材料、技術、設備、產品等的生產與流通穩定、持續運行。

三是規定反制措施和域外適用。針對外國國家、地區和國際組織以及外國組織、個人損害我國產業鏈供應鏈安全的，建立產業鏈供應鏈安全調查制度，國務院有關部門可據此開展產業鏈供應鏈安全調查，採取反制措施。我國境內的組織、個人應當執行有關反制措施。任何組織、個人違法開展與產業鏈供應鏈有關的信息收集活動的，有關部門依法採取相應處理措施。

建議相關企業：一是結合自身業務特點，全面評估產業鏈供應鏈的潛在風險和脆弱環節，及時進行內部合規審查和調整。二是積極建立和完善企業內部的產業鏈供應鏈安全風險防控體系，加強對核心技術、關鍵設備、信息系統及數據的安全管理和保護，確保其安全可控，並符合國家相關法律法規及標準要求，防範數據洩露和技術濫用風險。



歡迎掃描QR code閱讀更多內地政策資訊

廠商會中學五十週年金禧校慶系列活動

今年，廠商會中學舉行一系列活動慶祝創校五十週年金禧校慶。為使慶典更具意義，學校積極鼓勵同學走出校園、深入社區，攜手各界機構，透過多元化的社會服務，展現與社會同行的精神。

2025年10月舉行的「五十周年校慶啟動禮暨周年越野跑」正式為連串慶典活動揭開序幕。在小學推廣方面，除延續傳統的「小學籃球邀請賽」外，學校亦在本屆的運動會上新增「小學友校接力」項目。為進一步加強與小學的聯繫，學校今年更特別策劃了「小學田徑日」及「小學歷奇競技邀請賽」，以體育競賽為紐帶，促進跨校互動與交流。

值此紮根深水埗五十週年的里程碑，學校策劃了一系列以服務教育為主題的活動，冀望於年輕一代心中種下回饋社群的種子。學校並與「深水埗社區客廳」攜手組織一系列多元化的社區服務計劃：

1. 「創意奇妙熱縮片」工作坊

同學靈活運用校本STEM教育所學，指導社區長者和小學生共同設計、製作卡通熱縮片，將科技與藝術融入社區生活，體現跨代合作。

2. 「迎挑戰 上廠商」歷奇定向挑戰日

特別為社區小朋友舉辦，透過定向活動，在訓練自信與團隊膽識的同時，深化同學與居民的連結。

3. 節慶手作工作坊：日式和菓子與手工蠟燭

於中秋節和聖誕節期間舉行。同學將美好祝福融入精心製作的手工藝品中，親手贈予社區鄰里，以實際行動傳遞溫暖。

4. 「耆遊工展」

配合辦學團體的旗艦盛事，同學化身愛心義工，全程陪伴長者參觀工展會，同學耐心攙扶、協助購物，以實際行動關懷社區長者，用貼心服務詮釋愛與奉獻。

此外，學校亦參與及組織多項其他社區服務學習活動：

1. 「跨代健身日」

同學擔任健身指導員，向長者傳授橡筋帶和健身操的正確姿勢，促進長者身心健康及實現跨代共融。

2. 「送暖社區」義工活動

同學親手製作關懷福袋，並親自登門探訪，把滿載愛心的禮物送到有需要的人士手上，展現濃厚的人情味。

3. 公益籌款與慈善參與

同學積極參與香港遊樂場協會的賣旗籌款，並在明愛慈善賣物會設立攤位及參與義賣，在實踐中提升同理心，並體會「施比受更有福」的價值。



歷奇定向挑戰日合照



歷奇定向挑戰日合照



耆遊工展大合照



同學陪伴長者參觀工展會



駱百強校監(左)及周修略校長(右)主持啟動禮

豐富多彩的金禧慶典活動仍在陸續進行中，具體詳情可瀏覽學校網站(<https://cmass.edu.hk/>)。金禧校慶不僅是學校的盛事，更是讓同學接觸及融入社區的重要契機。學校期望每位同學在回饋社會的旅程中收穫成長，使金禧之年成為影響深遠的璀璨一頁。



廠商會中學

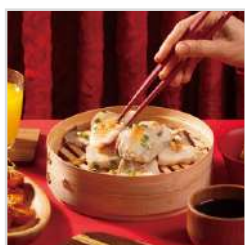
歡迎新會員 OUR MEMBERS Welcome!



一品國際控股有限公司
Top One Global Holdings Company Limited
代表：莫華徽先生（銷售經理）
產品：保健食品
Representative: Mr Mo Huahui (Sales Manager)
Products: Health products



企業·家·國際策劃顧問有限公司
SESG Strategy Consultants Limited
代表：邢啟賢先生（董事）
服務：顧問服務
Representative: Mr Ying Kai Yin (Director)
Services: Consultants



川攏有限公司
Dragon Feast Company Limited
代表：葉嫻珮小姐（董事）
產品：中菜
Representative: Ms Bonnie Yip (Director)
Products: Chinese cuisine



恒安國際集團有限公司
Hengan International Group Company Limited
代表：彭耀慈先生（財務及投資者關係總監）
產品：快速家庭消費用品
Representative: Mr Pang Yiu Chi Edwin
(Finance and Investor Relations Director)
Products: Fast moving family consumer products



馮滿記藥業有限公司
Fung Moon Kee Pharmaceutical Company Limited
代表：周榮亮先生（總經理）
產品：化妝品、外用產品及精油生產、進出口貿易
Representative: Mr Chau Wing Leong
(General Manager)
Products: Tick massage patch, Japanese tiger massage patch, powerful massage liquid, powerful massage cream, powerful mosquito liquid



萬山堂大健康有限公司
Mun Shan Tong Health Company Limited
代表：周榮亮先生（總經理）
產品：中成藥、保健品製造、進出口貿易、
清真認證產品批發零售
Representative: Mr Chau Wing Leong
(General Manager)
Products: Halal shell stomachache pills, Halal pou wei dan pills, Halal stomachache cock pills, Halal cordyceps sinensis mycelium



香港時宜品牌管理有限公司
HK Brand Management Company Limited
代表：黃欣欣小姐（法人）
產品：除醛凝膠、噴霧及炭包等
Representative: Ms Huang Maise (Legal person)
Products: Formaldehyde & Odor remover



港基實業(香港)有限公司
Kong Kei Industrial (Hong Kong) Limited
代表：戴承宙先生（執行董事）
產品：影音產品、資訊服務
Representative: Mr Tai Shing Chau (Director)
Products: Audio-visual products/ AV products, information services/ IT services



富豪酒店國際有限公司
Regal Hotels International Limited
代表：霍嘉莉女士（集團宴會統籌營業總監）
服務：酒店客房、餐廳及酒吧
Representative: Mdm Fok Ka Lee Cary
(Group Director of Event Sales)
Services: Hotel guestrooms, restaurants and bars



香港惠安同鄉總會有限公司
Hong Kong Huian Natives Association Limited
代表：莊復泉先生（主席）
服務：商會
Representative: Mr Chong Fuk Chuen (Chairman)
Services: Association



掃描 QR code
查閱各式會員優惠



大灣區青年就業計劃

參加資格

- 29歲或以下及持副學位或以上學歷的香港居民
- 在香港及大灣區內地城市均有業務的企業

向僱主發放18個月津貼

政府每月津貼僱主12,000港元或受聘青年月薪的60%，以較低者為準

按照香港法例聘用

企業須按照香港法例聘用合資格青年

按市場薪酬水平聘用

企業須以不低於月薪18,000港元聘請持有學士或以上學歷的青年，並按市場薪酬水平聘用持有副學位的青年

內地青年來港就業安排

在「大灣區青年就業計劃」下聘請香港青年到大灣區內地城市工作的企業，可申請相同數目的內地青年來港工作

在2025年，330多間企業在計劃下提供職位空缺及聘用超過600位青年，過往參加計劃的青年來自不同學科，各行各業均有成功「僱」事。我們期待你的加入和支持！

成功「僱」事 - 中國銀行

#市場研究 #跨境服務 #數字金融

Gigi

在大灣區舞台上綻放光彩，實現價值



成功「僱」事 - 滙豐

#項目管理 #數據分析 #零售銀行 #IT #需求分析

Catherine Will

放遠眼光，把握時機



成功「僱」事 - 畢馬威

#審計專業服務 #跨國能力

Karen

機會係留俾有準備嘅人



成功「僱」事 - 新鴻基地產

#設計管理 #機電工程 #工程管理

Alex

以大灣區發展機遇為事業成功嘅第一步



成功「僱」事 - 中國建築香港

#技術交付 #建築業務 #工程設計

Lok Yi Charles

只要我們勇於嘗試，敢於挑戰，一定可以在未來綻放光彩



成功「僱」事 - 騰訊

#互聯網行業 #持續社會價值 #助力千禧

文健

憑藉實力，大灣區充滿機遇，潛力無窮



查詢熱線

2969 0446
2969 0460

企業可經計劃網頁提交職位空缺



www.jobs.gov.hk/gbaves

全年接受申請

For scheme details in English, please scan the QR code.