

香港中華廠商聯合會月刊 A Monthly Publication of The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong HK\$30

企業雄才

二零一零年
十二月
December 2010

HONG KONG ENTREPRENEUR

拓展餐酒交易中心

Making Hong Kong a Wine Trading Centre

MCL品牌顧問有限公司創作總監

吳秋全

Charles Ng

Creative Director of Maxi Communication Ltd



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

進軍內地市場 成功秘訣

秘訣一.CEPA零關稅原產地證書 秘訣二.香港製造標識計劃

CEPA 零關稅原產地證書



減低關稅負擔 加強競爭力

「更緊密經貿關係安排」(CEPA)，是中國內地與香港簽訂的首項自由貿易協議。協議為香港產品開拓龐大市場，加強內地與香港兩地之間已建立的緊密經濟合作和融合。香港製造的貨品包括紡織及成衣製品、食物及飲品、藥物、塑膠、鐘錶等產品都可享有零關稅的優惠，節省關稅最高可達40%。

申請手續：

1. 生產貨品的工廠必須在香港工業貿易署工廠登記組完成登記。
2. 生產的貨品必須為CEPA零關稅內項目之一，並符合相關原產地要求。
3. 向廠商會申請CEPA 原產地證書。

中環客戶服務中心
香港中環干諾道中64-66號
廠商會大廈1樓
(中環地鐵站A出口)
電話：2542 8614
圖文傳真：2544 2406

旺角客戶服務中心
九龍旺角彌敦道664號
惠豐中心701-2室
(旺角地鐵站D3出口)
電話：2390 9811
圖文傳真：2390 4508

觀塘客戶服務中心
九龍觀塘巧明街111-113號
富利廣場23樓6室
(觀塘地鐵站B3出口)
電話：2344 3380
圖文傳真：2790 4850

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

香港 製造標識計劃



提升產品形象 吸引高消費顧客群

「香港製造標識計劃」由香港品牌發展局(www.hkbrand.org)推動，將「香港原產地」的證明圖示化、統一化及品牌化，提升香港產品的形象及附加價值。若產品配以「香港製造標識(HK Mark)」，將突出產品在香港製造的品牌形象，有助產品吸引重視品質的高消費顧客群，從而提升邊際利潤。

申請手續：

1. 填寫香港製造標識申請人資料表格(首次申請)。
2. 填寫香港製造標識申請表格。
3. 連同有效的來源證明副本或影印本交住廠商會申請。



目錄 Contents

企業雄才

HONG KONG ENTREPRENEUR
2010年12月號 DECEMBER 2010

會長序言 Message from President	
工展獻新猷 2010 Hong Kong Brands & Products Expo	4
立法會內外 Inside Legco	
市民安居樂業 政府責無旁貸	6
專題 Focus	
拓展餐酒交易中心 Making Hong Kong a Wine Trading Centre	8
人物專訪 Profile	
MCL品牌顧問有限公司創作總監吳秋全 Charles Ng, Creative Director of Maxi Communications Ltd	14
息息「商」關 Business Broadband	
「十二五」規劃主要內容、積極意義及落實中的難點(上)	19
人民幣升值的前景	20
中國工貿錦囊 China Trade Express	
山西省晉城市	22
加工貿易快線資訊速遞	25
《關於技術先進型服務企業有關企業所得稅政策問題的通知》	
科研新知 Technology Updates	
納米科技：超小粒子救地球	26
洽談會/展覽會 Conferences/Exhibitions	
2010設計營商周：創新科技及設計博覽	27
消閒加油站 Take a Break	
「玩」轉聖誕 樂在香港	28
The Mira 中西盛宴迎聖誕	30
其他精選自助餐	31
政經迴響 Viewpoint	
廠商會對「香港應對氣候變化策略及行動綱領」公眾諮詢文件之意見	32
香港品牌發展局通訊 HKBCD News	
香港品牌發展局舉行二零一零年度會員大會	33
檢定中心通訊 CMA Testing News	
REACH最新訊息：擬列入SVHC的11種類物質清單進行公眾諮詢 REACH Update: Public Consultation on Eleven Potential Substances of Very High Concern (SVHC)	34
會員特區 Member Zone	
天蠶集團有限公司 突破保暖物料 無懼凜冽寒風	39
產品陳列室 Product Showroom	
燕之家	40
飛先有限公司	41
廠商會動態 CMA Activities	
研討會/訓練課程 Seminars/Training Courses	47

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

承印 Printer
嘉豐有限公司
Cheer Shine Enterprise Co Ltd
香港九龍新蒲崗大有街26-28號天虹大廈2樓
2/F, No. 26-28 Tai Yau Street, San Po Kong, Kowloon

編輯 Editor
企業雄才編輯委員會
Hong Kong Entrepreneur Editorial Board
電話 Tel: 2545 6166 傳真 Fax: 2541 4541
電郵 E-mail: pr@cma.org.hk

總辦事處 Head Office
香港中環干諾道中64號廠商會大廈5樓
5/F, CMA Building, 64 Cornhill Road Central, Hong Kong
電話 Tel: 2545 6166 傳真 Fax: 2541 4541
網址 Web Site: http://www.cma.org.hk
電郵 E-mail: info@cma.org.hk

旺角辦事處 Mongkok Office
九龍旺角彌敦道664號惠豐中心701-2室
Rm 701-2, Wai Fung Plaza, 664 Nathan Road,
Mongkok, Kowloon
電話 Tel: 2393 2189 傳真 Fax: 2789 1869

售價 Price: 港幣 HK\$30
本刊歡迎轉載 • 惟須註明來源
Reproduction of articles is welcomed as long as credit is duly given to the CMA.

觀塘辦事處 Kwun Tong Office
九龍觀塘巧明街111-113號富利廣場23樓6室
Room 6, 23/F, Futura Plaza, 111-113 How Ming Street,
Kwun Tong, Kowloon
電話 Tel: 2344 3380 傳真 Fax: 2790 4850
廣州代表處 Guangzhou Representative Office
中國廣州中山七路85-99號廣東抽紗大廈16樓1605室(郵編: 510145)
Rm 1605, Guangdong Artex Building, 85-99 Zhongshan Road 7,
Guangzhou, China (Postal Code: 510145)
電話 Tel: (86) (20) 8129 8969 傳真 Fax: (86) (20) 8129 8875
網址 Web Site: www.cmahina.org 電郵 E-mail: gzenquy@cmahina.org

關心社會
caringorganisation
Supported by The Hong Kong United Council of Social Service



Toy 玩具



Inspection 驗貨



Electrical 電子及電氣



Environmental 環保



Textile and Material
紡織與物料



Food and pharmaceutical
食品與藥物

CMA Testing 廠商會檢定中心

“Your reliable quality solution partner,
您可靠品質服務的合作伙伴”

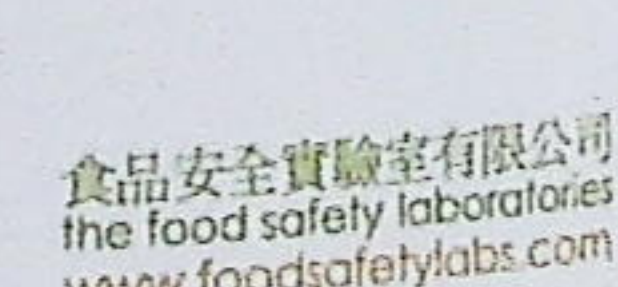
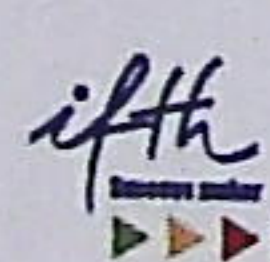


**CMA Testing
and Certification
Laboratories**
廠商會檢定中心

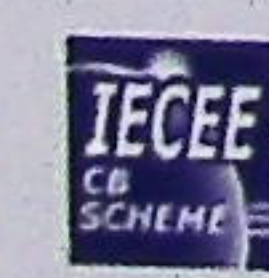
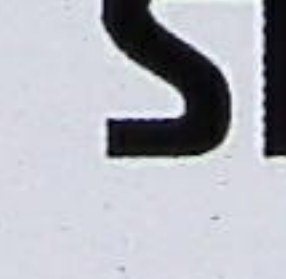
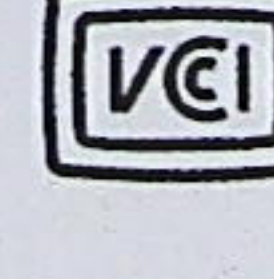
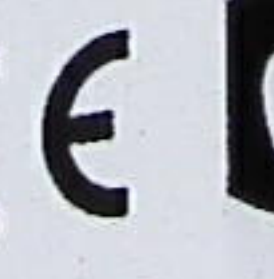
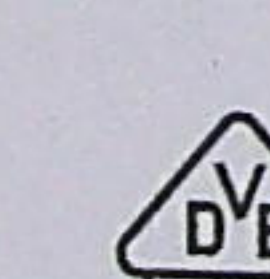
同心展關懷

caring **organisation**
Awarded by The Hong Kong Council of Social Service
香港社會服務聯會頒發

合作伙件 Affiliations



認可 Recognition

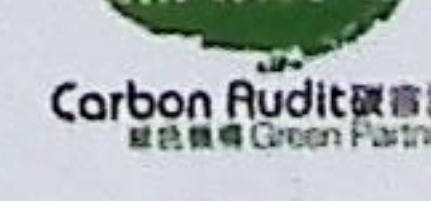


Canada

SPRING
Singapore



機電工程署
EMSD



www.cmatcl.com

歡迎與我們聯絡 Please feel free to contact us

香港總辦事處 Hong Kong Head Office

香港中華廠商聯合會工業發展基金有限公司 CMA Industrial Development Foundation Limited
新界沙田火炭黃竹洋街9-13號仁興中心1302室(辦事處)/1301A室(收辦部)

Rm. 1302 (Office) / 1301A (Sample Submission) Yan Hing Ctr., 9-13 Wong Chuk Yeung St., Fo Tan, N.T.

電話 Tel: (852) 2698 8198

圖文傳真 Fax: (852) 2695 4177

電子郵件 E-mail: info@cmatcl.com

中國上海 Shanghai China

聯合廠商會檢定中心(上海)有限公司 CMA Testing and Certification Laboratories (Shanghai) Co., Ltd.

上海市寶慶路8號科技大廈6/F., No.8 Bao Qing Road, Shanghai, CHINA

郵政編碼 Postal Code: 2001

圖文傳真 Fax: (86) 21 643863

電話 Tel: (86) 21 6433 0500, 800 820 2824

電子郵件 E-mail: info.sh@cmatcl.com

越南 Vietnam

159/8 Dao Duy Anh St., Wp1, Phu Nhuan Dist., Ho Chi Minh City, VIETNAM

電話 Tel: (84) 8 3 997 6268

電子郵件 E-mail: info.vn@cmatcl.com

圖文傳真 Fax: (84) 8 3 997 6179

美國 U.S.A.

3701 Sacramento Street #446, San Francisco, CA 94118, U.S.A.

電話 Tel: (1) 415 379 9161

圖文傳真 Fax: (1) 415 221 8825

電子郵件 E-mail: info.us@cmatcl.com



工展獻新猷

一年一度的工展會又到了！第45屆工展會為期24日，繼續假銅鑼灣維多利亞公園舉行。今屆工展會的參展商逾400家，設有900個攤位，分佈於9個主題展區，匯聚眾多歷史悠久的香港名牌及新興品牌於一堂。

於12月11日舉行的開幕典禮上，本會很榮幸邀得多位政府首長及工商領導蒞臨主禮，令活動生色不少。本人特別感謝行政長官曾蔭權先生，連續五年均抽空光臨工展會擔任主禮嘉賓，與廣大市民一齊享受「行」工展會的樂趣，尤其是在金融海嘯經濟前景最黯淡的期間，曾特首特別來工展會帶頭消費，為市民打氣。曾特首這種親民的作風，令我們深受感動。

自1938年創辦以來，工展會一直秉承宣揚香港工業及推廣香港產品的使命；而每年我們更希望注入一些新元素，為入場人士帶來新體驗。

為配合今屆工展會的主題，本會特於會場內設立「香港工業創意館」，展示超過50件設計新穎獨特的香港品牌及優質產品，並加入香港十八區的元素，入場人士可透過館內的互動遊戲，了解十八區的工業發展及古今特色。

事實上，本會亦非常關注環保問題。今年，本會特別與香港單親協會合作，鼓勵參展商於展會完結後將可供重用的物品，捐贈予有需要人士。另外，本會亦參與仁愛堂環保園塑膠資源再生中心發起的「塑膠資源再生伙伴計劃」，鼓勵市民及參展商參與塑膠回收及循環再生，減輕堆填區的負荷。

另一項嶄新嘗試是於會場增設「工展直播室」，邀得香港電台、商業電台及新城電台於展期內分別進行現場直播節目；其餘時段則由專業DJ播放歌曲及介紹工展會活動，與眾同樂。

有鑒於通脹持續升溫，為讓入場市民盡享價廉物美的購物樂趣，本會得到多個參展商的鼎力支持，推出「購物大優惠」活動，包括「1元產品大優惠」，與市民齊抗通脹。

最後，歡迎各位對工展會提出寶貴的意見，希望各位可以盡享工展會帶來的購物樂趣。祝各位聖誕及新年快樂！

黃友嘉博士 太平紳士
會長

會長 President

黃友嘉博士
Dr David Y K Wong, JP

永遠名譽會長 Permanent Honorary Presidents

洪祥佩先生
Mr Hung Cheung Pui, JP
倪少傑先生
Mr Ngai Shiu Kit, SBS, OBE, JP
朱祖涵先生
Mr Lawrence C H Chu
梁欽榮先生
Mr Herbert Liang, SBS, MBE, JP
陳永棋先生
Mr Chan Wing Kee, GBS, OBE, JP
楊孫西博士
Dr Yu Sun Say, GBS, SBS, JP

洪克協先生
Mr Peter H H Hung
尹德勝先生
Mr Paul T S Yin, SBS, BBS, JP

立法會代表 LegCo Representative

林大輝博士議員
Dr The Hon Lam Tai Fai, BBS, JP

第一副會長 First Vice President

羅富昌先生
Mr Lo Foo Cheung, JP

副會長 Vice Presidents

施榮懷先生
Mr Irons Sze
倪錦輝博士
Dr Ngai Kam Fai, Danny, JP

李秀恒博士
Dr Eddy S H Li, BBS
顏吳餘英女士
Mrs Ngan Ng Yu Ying, Katherine, JP
陳淑玲小姐
Ms Chan Suk Ling, Shirley
吳永嘉先生
Mr Ng Wing Ka, Jimmy
徐炳光博士
Dr Tsui Ping Kwong, Edward
楊志雄先生
Mr Yeung Chi Hung, Johnny
行政總裁, Chief Executive Officer
梁世華先生
Mr Paul Leung, SBS

2010 Hong Kong Brands & Products Expo

Just as Christmas bells are about to chime and the New Year is hovering around the corner, so this Association is all geared up to holding the annual Hong Kong Brands & Products Expo (Expo). This year, the Expo, which has become an iconic annual event, is held again at Victoria Park, Causeway Bay. It will last for 24 days from 11 December 2010 to 3 January 2011, featuring a kaleidoscope of colours, smells and sounds with the participation of 400 exhibitors of Hong Kong brands and products in 900 booths spread over nine thematic areas.

We were gratified that the Opening Ceremony on 11 December 2010 was graced by the presence of many a government and community leader. We felt especially honoured that the Chief Executive, Hon Donald Tsang had seen fit to be our principal Guest-of-Honour for the fifth consecutive year, showing his staunch support for Hong Kong industry.

Since its inception in 1938, we have dedicated the Expo to fostering Hong Kong's industrial development and promoting Hong Kong products. In addition to going about in earnest this mission of ours, every year we try to give new impetus to the Expo by introducing new initiatives.

The theme of this year's Expo is "Creativity of Hong Kong Industries". To coincide with this theme, an exhibition is staged at our main exhibition venue to showcase more than 50 pieces of uniquely-designed and quality Hong Kong brand products, commending the outstanding innovative achievements of Hong Kong manufacturers. On top of this, we have provided some interesting interactive games to enable visitors to gain a better understanding of the historical industrial development of the 18 districts in Hong Kong.

To demonstrate our support for the community's efforts to protect the environment, one of our initiatives this year is to cooperate with the Hong Kong Single Parents Association to encourage exhibitors to reuse or recycle materials used for the Expo, and to donate reusable items after the Expo to the needy. In a similar vein, we have joined forces with Yan Oi Tong EcoPark Plastic Resources Recycling Centre to encourage the public and exhibitors alike to participate in plastics recycling, a programme designed to transform plastic wastes into high value-added reusable materials for waste reduction purposes.

The provision of a "Live Broadcast Station" on site is yet another new initiative of ours. Disc jockeys from Radio Television

Hong Kong, Commercial Radio Hong Kong, and Metro Radio will host live programmes for the enjoyment of both visitors and radio listeners. Beautiful songs appealing to all ages will be played and spotlight programmes highlighted. This is surely an exciting experience not to be missed!

The escalating inflation rate is affecting people's livelihood. With the enthusiastic support of the exhibitors, there are plentiful shopping discounts available. The various amazing inflation-beater "\$1 products" are in particular expected to sell like hot cakes!

Do let us have your invaluable comments on the Expo after your visit; we wish to make it an even better one for you in the years to come. For now, happy shopping!

Finally, may I on behalf of The Chinese Manufacturers' Association wish all of our readers a Merry Christmas and a Happy New Year!

Dr David Y K Wong JP
President

市民安居樂業 政府責無旁貸



廠商會立法會代表 林大輝議員

過去一年，香港的樓價暴漲，不少市民對樓價失控地急升深表憂慮，即使收入不俗的專業人士或年輕才俊，亦須面對難以負擔置業首期的困難。

現時的情況就像回歸之前一樣，整個樓市進入失控狀態，令中下階層人士望「樓」興嘆，悔不當初為何不早些入市，不少人更以炒賣收益作為收入的重要來源。前特首董建華上任後，為了遏止炒風，強勢推出每年「八萬五」房屋供應量的硬性指標。過於進取的調節樓市政策就如處方抗癌藥物，不但殺死了癌細胞，同時亦將正常的細胞殲滅，樓市病入膏肓在所難免。

市民對於2003年中錄得106,000宗負資產個案應該記憶猶新，不少港人因此而傾家蕩產或自尋短見。樓市出現暴升暴跌確實令繼任的特首曾蔭權在樓市調控政策上變得誠惶誠恐和草木皆兵，故轉為以自由市場、無為而治的放任原則調控房地產市場的發展。在積極干預突然轉向為積極不干預的大氣候下，部份不法地產發展商索性高舉維護

樓市平穩發展的「護身符」，爭先恐後地鑽監管法律和條例內的罅隙和漏洞，甚至公然推出「發水樓」，令眾多置業者的利益受損。

歸根究底，樓價高低起伏固然是一個重大的民生問題，但最重要反而是為何香港人一生為了「安居樂業」四個字卻必須節衣縮食，將半生辛辛苦苦賺回來的血汗錢，差不多全數奉獻給面積不大、質量不高的「蝸居」，成為不折不扣的「樓奴」呢？安居前不快樂，安居後亦擔憂受怕，終日為供樓、樓價升跌、負資產等問題大傷腦筋，為置業困擾一生正是很多香港人的生活寫照。九七前的樓價同樣高踞不下，但由於當時的市民工作穩定和轉職容易，很少聽聞有大量企業同時倒閉或大規模裁員等壞消息，所以市民仍可以擁有置業的期望和目標，社會的階級流動性仍然暢通無阻，怨氣亦相對為低。其實，現時的低息環境令供樓人士的利息負擔大幅減輕，理論上現在反而是置業的適當時機；但大家的置業夢似乎已蛻變為南柯一夢，許多人已不敢再有置業的遐想。

目前市民的心結不是樓價過高讓市民無法置業，最大的置業障礙其實是工作難有保障、未來的謀生機會得不到保證。自上世紀九十年代開始的經濟轉型至今尚未完成，產業發展失衡令結構性失業更為嚴重，各行各業皆出現很多短期內無法解決的瓶頸和缺口。不少中小企業的營商環境近年亦持續惡化，個別行業亦只能苟延殘喘，特區政府卻無視現實情況，致力發展金融為主的服務業，最終港人出現貧富兩極化問題，社會流動亦淤塞不通。在未解決這些經濟難題之前，即使樓價回落，港人仍是難以圓其置業夢想，更不可能享受「安居樂業」的真正喜悅。

特區政府對於解決經濟轉型所衍生的民生問題責無旁貸，不過經濟和民生問題實際上環環相扣，所謂「牽一髮、動全身」，相

信社會在短期內不可能就解決方法上取得共識。值得慶幸的是，特區政府近日終於回應社會和市民的訴求，接連推出多項打擊炒家及限制地產發展商興建「發水樓」的管制措施；前者初步取得非常正面的成效，後者的效果則有待觀察和評估。不過，面對由美國推出的第二輪量化寬鬆措施所釋放的大量熱錢盤踞香港的新形勢，樓市是否可以如政府所期待般獲得平穩發展仍然言之尚早。當然，政府現在亦非無計可施，特區政府在重拳打擊炒家後，不應該就此滿足，繼續以早前推出「置安心資助房屋計劃」的獨步單方消除港人難以置業的怨氣。事實上，社會不少評論對「置安心」計劃有所保留，並質疑計劃無異於杯水車薪，因其所能提供的單位數量太少，2014年才推出市場亦為時太晚。特區政府應從供應方面推出更多紓困的措施，例如適量復建居屋、活化居屋二手市場、將部分工廈土地轉作住宅用地，及推出更多住宅用地供拍賣等，以敷市民的置業需求。



Hong Kong Export Credit Insurance Corporation
香港出口信用保險局

香港特區政府全資擁有，法定最高負責額為300億元
Wholly owned by the Government of HKSAR with statutory maximum liability at \$30 billion

24小時網上投保 Online Policy Application 24-hour Service

www.ec-link.com.hk

免費報價
Free Quote

風險保障與
信貸管理
Protection and
Credit Management

應收帳管理
Receivables
Management

促進貿易融資
Facilitating
Trade Finance

EC link
信保易link

☎ 2732 9988

拓展餐酒交易中心



旅遊發展局上月底在西九海濱長廊，舉行為期四天的香港美酒佳餚巡禮，共錄得 11 萬人次入場，較去年的 8 萬人次增長近三成八，反映港人對餐酒的興趣增加，參展商數目與來自地區均有增加，顯示香港作為葡萄酒集散中心的目標，已有成績。再加上本港近月的餐酒拍賣市場多次錄得高額成交，由此可見，香港正升級為國際餐酒交易中心，並將帶來龐大商機。

自 2008 年初豁免葡萄酒關稅後，香港餐酒市場的發展一日千里，將躍升成為全球最大的紅酒拍賣中心。本港近月舉行多次名酒拍賣，不少均以天價成交，AMC 拍賣行月初在港舉行名酒拍賣，兩日總成交額已創歷來第二高紀錄，達到 9,550 萬元，預計全年總成交額近 5 億元。另一拍賣行蘇富比亦預期，今年拍賣總成交額將超過 4 億元。一支罕見的 1869 年 Lafite Rothschild 市價繼 60,000 元，近月以 181.5 萬元賣出，獲利 29 倍，打破全球洋酒拍賣價最高紀錄，顯示餐酒業務在本港大有可為。

拍賣市場熾熱

根據政府數字顯示，香港去年已超越紐約，成為全球最大葡萄酒拍賣中心。本港的葡萄酒入口總值，今年首九個月已達 46.7 億元，超過去年全年總額，現時全球更有約 17% 的頂級佳釀在港存放。酒類拍賣銷貨額更是去年全年的兩倍，高達 9.3 億元。截至 10 月下旬，本港拍賣葡萄酒的總額達 7.54 億元，比去年全年多出 52%，本年餘下兩個多月仍有多場拍賣會準備舉行，總成交肯定創歷年之冠。這數字已超越全球葡萄酒拍賣中心的紐約，更直迫去年美國全國的總成交，不少拍賣行都預期，香港將成為今年全球排名第一的葡萄酒拍賣中心。

香港餐酒拍賣過去兩年快速增長，最大原因因為香港有一批具高消費能力的客源，其中一批主力是坐擁強大財力支持的內地買家。本港地理位置良好，背靠人口龐大的內地，可進一步發展為餐酒在亞洲地區集散地。

現時各地酒類收藏家均以香港作為拍賣平台，推高香港拍賣會的收益，未來數月在本港拍賣的精品酒數量亦會持續上升。過去多

月在本拍賣的名酒成交價屢創新高，越來越多收藏家把精品酒放到香港拍賣。收藏家放棄在世界餐酒中心之一的倫敦放售名酒，因為售價不及香港高，故香港拍賣名酒的數量一直上升。現時香港餐酒拍賣市場 70% 至 80% 客人來自內地，部分人看準市場潛力專門收購名酒作投資，只要他們的購買力不減，香港餐酒市場將會長做長有。

本地零售市場攀升

享用餐酒已成為生活時尚，餐酒配美食的文化日趨普及，有關的興趣班，甚至專業培訓課程也越來越多。餐酒潮流令內地中產階級也掀起「炒紅」熱潮，不斷到本港搜羅名貴葡萄酒以博取其升值潛力。有拍賣行負責人指出，餐酒拍賣成交額最少一成半來自內地買家，不少「海歸派」對生活品味要求提高，如傾談生意時一定要有名牌的餐酒相伴，以著名餐酒品牌 Lafite 及波爾多最為「熱賣」，三至四年間可由 1 萬元炒至 3、4 萬元。香港貴價餐酒的零售市場，同樣靠這些消費能力強勁的內地豪客支持。內地現時酒稅達 50%，加上假酒普遍，不少內地人會



特地來港買酒，並在港找酒窖儲存餐酒，每次訪港再帶少量回內地享用。

商機無限的內地市場不但惠澤本地餐酒商，更吸引不少外國酒莊及酒商紛紛進駐本港開分店，以便進軍內地的龐大市場，有關葡萄酒的生意急速上升，令香港已成為亞洲葡萄酒的商貿中心。

開拓國際貿易市場

餐酒業發展有助推動旅遊及餐飲等行業。由 2008 年至今，本港與餐酒業有關的新增店舖超過 500 間，估計從事有關行業的人數逾 45,000 人。餐酒業的擴展對本港經濟有百利而無一害，政府亦推出了多項推動餐酒業務的措施，近日更與法國勃根地政府部門及商會簽署葡萄酒相關業務合作諒解備忘錄。

法國是香港最大的葡萄酒進口國。諒解備忘錄涵蓋的主要合作範疇包括舉辦活動推廣勃根地的美酒佳釀；鼓勵兩地的培訓機構加強合作，舉辦更多與葡萄酒有關的教育及人力培訓課程；宣傳葡萄酒相關旅遊及葡萄酒文化，以及鼓勵勃根地公司在香港經營葡萄酒相關業務。可考慮推出各種政策促進餐酒業發展。

黎其方：本港適合發展更完善餐酒業務

餐酒價值不斷攀升，本港不少餐酒收藏家亦看好交易市場，把珍藏待價而沽。廠商會常務會董黎其方正是其中一位收藏家，他相信全球餐酒價格仍有上升空間，香港在餐酒零售、批發及儲存業務方面都大有可為。

愛酒之人黎其方的藏品多數是產自法國著名釀酒地波爾多 (Bordeaux) 及勃根地 (Burgundy) 的高級名酒。他每年均花費不菲，以酒花 (Wine Future) 形式購入心頭好，至今已擁有多達 2,000 支各式各樣的餐酒。他指出，由於波爾多及勃根地等葡萄酒著名產地土地少，酒莊難以擴充，頂級佳釀產量有限，預計名貴餐酒的價格仍

加強拓展餐酒業

政府在協助本港餐酒業開拓國際貿易市場之餘，亦應加強便利酒商進軍內地及提升本地條件的政策。香港不少餐酒商早已看中內地的發展潛力，近年致力找尋新品牌打入內地市場，惟現時餐酒入口內地的手續繁複，要經過海關、商貿部及衛生部等多個部門批核，需要最少 2 至 3 星期。若本港政府能向內地反映，簡化通關手續，並繼續吸引各國酒商來港開設辦事處，令可香港餐酒市場進一步發展。

值得注意的是，縱使內地為葡萄酒商必爭之地，奈何內地假酒情況嚴重，酒商都需要聘請對內地有認識的專才去作銷售、宣傳及教導國內顧客分辨真假酒，工種多而廣，但都要求從業員對葡萄酒有深入的認識。而且，近年有關餐酒及餐酒的生意可謂一日千里，無論是買手、經



會持續上升。黎其方舉例稱，他珍藏的其中一支 2000 年產 Lafite 餐酒，買入時約值 250 鎊，現時已升值至 900 鎊，市價只升不跌。

由個人嗜好轉而為投資，黎其方表示，高級餐酒價格近年不斷飆升，買酒花能節省至少三成，故此是不錯的入貨方式。近期本港拍賣一支 Lafite 餐酒錄得破紀錄成交價，有見餐酒交易市場暢旺，黎其方坦言有意出售部份藏酒賺取利潤：「會考慮賣出較貴的酒，例如部分 Lafite，自己喝的不用喝這麼昂貴的酒。」

倫敦多年來均是世界餐酒中心之一，不少酒商信譽超著，屬下更設專業酒窖，收藏名酒。黎其方過往亦習慣由倫敦購入美酒，

開餐酒的職位需求都大增，甚至不少人都希望創業，在葡萄酒這門急速增長的生意中分一杯羹。餐酒業求才若渴，然而，單靠業界及市場獨力支撐，難以迅速培養人才。目前，餐酒業極需政府協助培訓相關專才，政府可考慮提供培訓資助，鼓勵更多人投入業界，推動餐酒業發展。

並貯存於當地酒窖，認為可保障藏酒質素。然而，隨著本港餐酒業發展迅速，黎其方今年初開始從本港酒商買入餐酒。他說，在本地買酒比遠赴海外更方便，而且本地酒商的產品及服務也令人滿意。

黎其方指，本地有不少餐酒愛好者，內地市場需求亦龐大，香港有條件加強拓展餐酒業，但必須配合儲酒的酒窖發展。作為餐酒藏家，他強調，要確保藏酒能長期保質，優良的存酒配套設施及合理的貯藏費用非常重要，這將是本港餐酒業未來發展要面對的挑戰。



Making Hong Kong a Wine Trading Centre

The Hong Kong Wine and Dine Festival organised late last month at the West Kowloon Harbourfront Promenade by Hong Kong Tourism Board reported some 110,000 patrons, up by almost 38% from last year's 80,000. The surge demonstrates Hongkongers' mounting interest in wine, while the increases in exhibitors and participating regions are proof of Hong Kong's success in its bid to become a distribution outpost of wine. In addition, several record deals have been made in recent wine auctions in Hong Kong, making it clear that Hong Kong is ascending to the level of an international wine trading centre, with colossal business opportunities pending.

Since the waiving of tariffs on wines in 2008, Hong Kong's wine market has witnessed rapid development and the city is well on its way to become the world's biggest wine auction hub. In recent months, a string of wine auctions have been held in Hong Kong, with astronomical price tags reported: for example, the auction house AMC recorded a sales amount of \$95.5 million within barely 2 days – the firm's second highest figure in its history – during its Hong Kong auction in early November, and the firm expects a total turnover of some \$500 million for the year. Sotheby's, another auction house, also looks forward to a turnover of over \$400 million from wine auctions this year. Recently, a Lafite Rothschild of the 1869 vintage was sold for \$1.815 million, representing a 29-fold profit over its original price tag of \$60,000, while

setting the world record in wine auction price as well. All these point to a bright future for the wine business in Hong Kong.

Red-hot: The Auction Market

According to Government statistics, Hong Kong has superseded New York as the world's biggest wine auction centre since last year. The total value of wine imports in the first 9 months of this year totaled \$4.67 billion, surpassing last year's total. Moreover, some 17% of the world's finest vintage are currently stored in Hong Kong, while sales from liquor auctions have doubled from last year's total to \$930 million. As at the end of October, sales from wine auctions stood at \$754 million, up by 52% from the 2009 yearly total. With several auctions pending in the rest of the year, the total turnover should set a record high. This turnover figure, in fact, has topped that of the global wine auction centre New York, and is close to the figure for the entire US as well. Several auction houses now anticipate Hong Kong to become the world's top wine auction centre this year.

The dramatic growth of wine auction in Hong Kong over the last couple of years is mainly attributed to the affluent customer base of Hong Kong, in particular Mainlanders with strong financial backing. Backed by the populous Mainland, Hong Kong is well-positioned geographically to further develop itself as Asia's wine distribution centre.

Presently, wine collectors from all over the world have made Hong Kong the platform of auction; such a development



boosts the revenues of auctions in Hong Kong, and the quantity of the finest vintage to be auctioned in Hong Kong the next few months is expected to rise further as well. In the past several months, the prices of fine vintages auctioned in Hong Kong have broken one record after another, luring more and more collectors to auction their vintages in Hong Kong. These collectors are moving from London to Hong Kong to auction their vintages, as prices to be fetched in London are below those in Hong Kong, and this leads to the continuous rise in the quantity of vintages auctioned in Hong Kong. Currently, 70-80% of the buyers in Hong Kong's wine auction market are from the Mainland, and some of them are buying the best vintages for investment with reference to market potential. As long as this group maintains their purchasing power, the boom of Hong Kong's wine market will keep on.

Rising Sales in Local Retail Market

Wine drinking has become a fashion and dining with wine is now a popular culture. As such, there are more and more wine-tasting classes as well. To sum it up, the development of the wine business lends momentum to other industries like tourism and catering. Since 2008, over 500 new retail outlets related to wine have been opened and over 45,000 people are engaged in related industries.

The wine wave has also sparked off wine speculation among the Mainland's middle class, whose members are going all out to grab the best wines in Hong Kong to capture the potential of value appreciation. According to the heads of certain auction houses, at least 15% of the turnover in wine auctions is brought by Mainland buyers; for example, many overseas returnees put a lot of emphasis on lifestyle and wines of household names are a must in business gatherings. The top-notch brand Lafite,

as well as the famed Bordeaux wines, are the most popular items: in just 3-4 years a \$10,000-bottle can be resold for \$30,000 or even \$40,000. Meanwhile, the up-market wine retail segment of HongKong is also supported by these big spenders from the Mainland. With the Mainland charging a staggering 50% tax rate on liquors and the prevalence of counterfeit liquors, many Mainlanders come over to Hong Kong to buy wines and storing their vintages in cellars here, such that they can bring a bottle or two back to the Mainland whenever they visit Hong Kong.

The unbounded business opportunities offered by the Mainland market has benefited not just Hong Kong wine merchants, but also attracted numerous foreign vineyards and wine businesses to set up outlets in Hong Kong to get a share of the massive Mainland market. The volume of wine-related businesses is soaring and it has turned Hong Kong into Asia's wine trading centre.



Opening the International Trade Market

The development of the wine business helps boost other industries like tourism and catering. Since 2008, over 500 new retail outlets related to wine have been opened and over 45,000 people are engaged in related industries. The expansion of the wine business is in any case good for the Hong Kong economy, and the HKSAR Government has also introduced a number of measures promoting this business: recently a memorandum of understanding (MOU) on wine-related business co-operation has been signed between the Government and business chamber of Burgundy in France.

France is the leading exporter of wine to Hong Kong. The major fields of co-operation covered by the MOU include organising events to promote Burgundy wine and food; encouraging co-operation between training institutions of both places to organise more educational and human resource training courses related to wine; publicising wine-themed tourism and wine culture; as well as facilitating Burgundy firms to run wine-related businesses in Hong Kong. Other policies are also considered to boost the development of the wine business.

More Effort on Developing the Wine Business

Besides helping the local wine business to open up the international trading market, the Government should also introduce policies which facilitate wine merchants' bid to march into the Mainland and improve the local business environment. Many Hong Kong wine merchants are aware of the Mainland market's potential and have

been actively seeking new brands for this segment, but the current procedure of importing wines to the Mainland is complicated: authorisations are required from a wide range of authorities like the customs, the Ministry of Commerce, the Ministry of Health, and so on, and it takes at least 2-3 weeks in total. The Hong Kong wine market may witness further development if the HKSAR Government can persuade the Mainland Government to simplify such procedures while attracting foreign wine merchants to set up offices in Hong Kong.

A point of note here is that while the Mainland is a gem for wine merchants, it suffers from a severe problem of counterfeit wine and wine merchants need experts

with Mainland knowledge to handle sales, publicity and teaching Mainland customers to identify real wines. There are a wide range of jobs offered here, but all of them require in-depth knowledge of wines. Meanwhile, wine-related businesses are growing rapidly in recent years and the related job market is booming, covering everything from merchandising, general operation, publicity, logistics, storage and even restaurant management. In fact, many are aspiring to venture into this sector and start their own business, so as to share the spoils in this rapidly growing business of wine. The business is now demanding talent, but the industry itself and the market alone are unlikely to do enough to cope

with this demand. Therefore, government assistance is very much required to cultivate the relevant talent and the Government may consider offering training subsidies in this aspect.



Ronald Lye: Hong Kong is suitable for developing all-round wine business

While price of wine keeps rising, many collectors remain positive about the outlook for the trading market, and waiting for a good price to sell their collection. Ronald Lye, CMA Executive Committee Member, is one of those collectors who believe that there is still room for marking up. He also thinks Hong Kong has great potential for retailing, wholesaling and storage business.

Collections of wine-lover Ronald Lye are mostly from famous wine regions like Bordeaux and Burgundy. Spending much on buying wine future every year, Lye owns nearly 2,000 different bottles of wine. Since famous wine regions such as Bordeaux and Burgundy do not have enough land for wineries to expand, top-ranked wine output is limited, price of

best wine is expected to keep rising. Lye told, one of his collection, a bottle of Lafite 2,000, costed £250 when he bought, and it has appreciated to £900 now.

Though wine collection is only a hobby originally, Lye said, wine future which can save at least 30%, is a good way to purchase top-ranked wines as the price rises continuously. Recently, a bottle of Lafite was sold with record-breaking price at an auction in Hong Kong. In view of the boom of the wine market, Lye is also considering selling some of his collection. "I will think about selling a part of the expensive ones such as some bottles of Lafite. Anyway, I am not going to drink them."

London has been one of the world wine centers for years, wine sellers have

excellent reputation, and also have their own professional cellar. Lye used to buy and store wines in London to ensure the quality. Yet, he started to purchase wines from local sellers at the beginning of this year. He is satisfied with the products and services of local wine sellers and it is much convenient than buying from overseas.

Lye pointed out, there are many wine lovers in both Hong Kong and Mainland China, Hong Kong has many advantages to develop wine business, but it must be coupled with the development of wine storage. He highlighted that good quality storage facilities and reasonable storage fees are essential to maintaining the quality of wines. This will be a challenge for the wine business development in Hong Kong.



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

誠邀成為 優惠站 Jetso Club 優惠提供伙伴

廠商會「商業服務優惠站 Jetso Club」

提供各項非常「著數」的優惠回饋本會會員及各商業服務客戶，

包括來源證、報關、保險，HK嘜及公司秘書服務

請登入 www.CMAjetso.com，

享受「優惠站」為會員及客戶提供的贈品、服務和購物優惠等。

免費宣傳渠道

「優惠站」歡迎會員及各大商戶成為優惠提供伙伴，

透過派發產品、贈品及優惠券或提供網上下載購物優惠

訂購優惠等，達到免費宣傳的效果。

請登入

www.CMAjetso.com

查詢電話

2393 2189

CMA
香港中華廠商聯合會
保險代理有限公司
CMA Insurance Agent Limited
www.CMAinsurance.com.hk

CMA
香港中華廠商聯合會
秘書服務有限公司
CMA Secretarial Services Limited
www.CMAssl.com.hk

HK
香港貿易發展局
The Hong Kong Trade Development Council
www.hkmark.org.hk

商廠
香港中華廠商聯合會
The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong
CO/CEPA CO
www.cma.org.hk

MCL 品牌顧問有限公司創作總監

吳秋全

在林林總總的同類商品中，如何脫穎而出，獲得消費者青睞呢？除了產品質素，品牌形象亦非常影響消費者的忠心程度，今次我們請來著名品牌設計師，MCL品牌顧問有限公司創作總監吳秋全，介紹一下何謂品牌設計。

「品牌設計」聽起來很抽象，看官或會想到的，也許是徽號、產品包裝、店面裝修等，都是廣告公司可以提供設計的。吳秋全指出，品牌是一種更為深刻廣闊的概念。「品牌不只是名稱、產品或服務，重點是在消費者心中，建立一種『有形價值』，一種總體印象，以及消費體驗。比起這些硬件，品牌理念更為活生生的。」這是企業無形的「資產」，投顧客之所好，逐漸建立對品牌的忠誠度，就能成功地留住一批顧客了。當然品牌形象需要與時並進，時刻創新，隨著潮流重新定位，才能在行業同時，開拓更多客源。

身為品牌設計師，吳秋全的客戶，有歷史悠久的老字號，如泰昌餅家和商務印書館；有希望開拓新市場的，例如鴻福堂涼茶；也有剛剛起步，寂寂無名的品牌。他指出，不同企業有不同的品牌設計方案。

按部就班建品牌

一般品牌想設計形象，往往只向廣告公司提供主題、金錢預算及「死線」，就像吃快餐一樣。吳秋全指出，廣告公司相對來說較著重執行不同方式的工作，比如印傳單、做電視廣告、辦品牌活動；而品牌設計是更長



遠的規劃，著重在消費者心目中，烙下鮮明的印象。「我們要了解那間公司的 DNA 與品牌哲學。品牌就像人一樣，要有個性、傳達的信息、視覺上的刺激。完成這些軟件，才構想網頁、店面及徽號這些硬件。」

轉營與創造

鴻福堂就是個被改造的好例子，這個本地飲料品牌，提供多款湯水、涼茶及藥膳等，但對年青人來說比較老化，他們對涼茶亦存有許多誤解，因而拒絕飲用。為了令大家多了解涼茶，並開拓年青人市場，鴻福堂找吳秋全幫忙，重新定位品牌，製作策略方案。鴻福堂成立自家品牌，轉營為「草本飲料專家」，以保健養生為理念，轉製作可存放較久的飲料，亦製新鮮飲料。他們棄街道地舖，改為主打鐵路沿線，在地鐵站開店，出售涼茶、湯水及小食。中式的飲料食品，配上西式自動化營運方法，比如以膠樽盛飲品，而不是傳統涼茶店般，以金色大壺即斟即飲。另外還提供套票及優惠方便顧客。現在的鴻福堂已成功轉營，猶如中式食品的便利店。



既然能轉營，自當能創造。一家製造手袋的 OEM (Original Equipment Manufacturing) 工廠，專門替著名手袋品牌加工，他們擁有機器及技術，不甘於只替他人作嫁衣裳，於是請吳秋全替他們設計品牌。吳秋全前往米蘭參加手袋展覽，了解到外國的手袋市場，造型主義強，各品牌掌舵人都守住品牌的風格，在消費者心中成了根深蒂固的形象。為了打破藩籬，吳秋全決定為新生品牌，注入故事元素。他以中國名著《紅樓夢》作藍本，以當中的「金陵十二釵」為角色，用了四年時間，設計出既反映人物性格又富中國意涵的手袋，更獲邀到米蘭參展。

品牌十八法

當了多年的「品牌醫生」，吳秋全對打造品牌，有一套心得，稱為「品牌十八法」，他舉出多種常用的方法。「就如剛才我說的手袋

廠，要為新系列注入故事元素，是為第一招：創造內涵。決定了故事，就要統一設計、店鋪及企業形象。」

香港有很多百年老舖，上一代的管理方法較家庭式，有時又遇上兩代之間接手不來的情況，就需要用到「品牌十八法」中「老化更新」這招數。如泰昌餅家，起初捱不住昂貴的租金而關門，後來店方沿用新的經營法，如中央廚房制、連鎖店、特許經營，及與其他大型飲食集團合作，並邀得新股東加入，東山再起。

爭取主動獲佳績

吳秋全學商業美術出身，九十年代初以設計工作為主，他眼見香港節奏急促，加上電腦的出現，令行內愈見注重技術、速度和省錢，設計師為了配合客戶期望及與時間競賽，只重量不重質，創作水平開始低落。他又發現業界欠缺商務知識、策略及國際視野，於是他決定自立門戶，從事品牌設計。

多年的經驗下，他認為設計不能單依照客戶的說話而行，「設計師不能再只做執行者，不是純製作與宣傳，而是要有策略思考，要有更大話語權。設計上不需再分產品、平面或室內，比如室內設計，講求空間感，產品設計注重流程，若能整合當中的風格及價值，定必獲益良多。」

中小企有能力打造品牌

要打造品牌，對中小企來說，成本是一大考慮，吳秋全指是「大有大做，小有小做」，不一定要投資很多金錢。雖然他們在品牌「診斷」及不同設計方法上，有不同的價目，然而每家公司的背景及營運模式都不同，企業願景亦不一樣，所以他指出難以定出一個價格範圍。然而，他強調，打造品牌不是一時三刻的事情，不應只從成本著眼，而需注重在品牌成功建立後，對顧客產生的影響，以及從中帶來的槓桿效益。簡言之，品牌建立不可或缺，需「放長線，釣大魚」。

Charles Ng

Creative Director of Maxi Communications Ltd

Among similar products, how can a product stand out from the rest to attract customers? Apart from quality, brand image is also a key factor affecting loyalty of consumers. Mr Charles Ng, Chairman and Creative Director of Maxi Communication Limited (MCL), is going to share with readers some tips on brand design.

When it comes to brand design, it's so vague and one perhaps would associate it with logos, product packaging and store decoration, etc., that almost every advertising agency does. Charles Ng points out that branding is a much profound concept. "It is not just a name, a product or

some sort of service. It is to show the 'visible value' of the brand and such can impress consumers. It is all about a general view and a kind of consumer experience, much vivid than any ways of advertisements." Such value is the intangible assets of enterprises. They provide appealing products to meet

people's needs, people build up their brand loyalty gradually, and they succeed in keeping them. Yet to open up new markets, the company should keep its brand image abreast of the times, with suitable changes and re-orientation.

As a brand designer, Mr Ng has a number of corporate clients with different lengths of history. Tai Cheong Bakery and the Commercial Press have decades of history; Hung Fook Tong Herbal Tea aims at opening new markets; and of course some brands are to be built from scratch. There are different ways to deal with their brand design.

Design a brand step by step

Enterprises often ask help from advertising agencies in building up their brand images. They provide them with the theme, budget and deadlines, which is as hasty as ordering fast food. Mr Ng points out that advertising agencies emphasize on execution of work, such as printing leaflets, producing television commercials, and organizing brand events. Brand design, however, is a long-term plan of impressing the customers. "We need to have a full picture of the DNA and brand philosophy of the business. Brands have characters, messages, and visual stimulations. This is the crucial software to begin with, and then hardware like webpages, store design and logos.

Transformation and creation

Hung Fook Tong Herbal Tea is a good example of business transformation. It is a famous local beverage brand offering a variety of soups, herbal teas and food. Nevertheless it appears to be for the old generation. The youth have misconceptions about herbal teas, and refuse to try. To change people's mindset and promote herbal teas, and to develop the youth market, Hung Fook Tong asked help from Mr Ng to reposition their brand and to devise strategic plans. With the slogan of "herbal beverage experts", they



established their own brand stressing on the importance of healthy living. They started producing herbal drinks which can be stored as well as fresh drinks. In terms of locations, they strategically opened stores in MTR stations rather than on the streets. Herbal teas are filled in plastic bottles, which is more hygienic and faster than using bowls in traditional herbal tea shops from large golden pots. Vouchers and coupons are also provided. This is an east-meet-west way to sell Chinese food and beverage with western automated system. Hung Fook Tong has now successfully transformed itself from traditional herbal teas shops to Chinese convenience food stores.

A brand can be transformed as well as be created. An OEM (Original Equipment Manufacturing) handbag factory specialized in processing semi-finished designer brand handbags wants to have their own handbag brand. Mr Ng was hired to help them out. While he was invited to Milan for a handbag exhibition,

he found that western brands stress heavily on the appearance of the bags. The chief designer insists on upholding the authentic style of the brand rooted in the minds of consumers. To break the grounds, Mr Ng decided to do story telling. Based on the Twelve Beauties of Jinling in the famed Chinese novel *Dream of Red Mansions*, he designed twelve handbags resembling these twelve women in four years' time. With fancy appearance and interesting characters, these bags are appealing to customers. This series of bags were exhibited in a Milan handbag show.

18 ways in branding

As a brand doctor for years, Mr Ng has developed his 18 ways in branding. He cited some common ways. "The handbag factory I had mentioned needed stories for their products. This is the creation of content. As the story is decided, then we work on to unify the design, the store appearance and the corporate image."

Many century-old shops in Hong Kong are using traditional Chinese management style to run their business. It might be difficult in passing down to the sons and daughters. They need renovation. Tai Cheong Bakery was closed down at first because of high rent. Then, some stakeholders started to run it with central kitchen system, chain storing and franchising. They also co-operated with some large-scale catering enterprises. With the joining of new shareholders, it made a comeback.

Message to the local design industry

Charles Ng worked as a work-based commercial art designer in the early 90's. With the emergence of computers, he found that

the design sector emphasized too much on the technology, speed and budget rather than the creativity, and the practitioners lacked business knowledge, strategies and international perspectives. As a result, the design standard deteriorated. That's why he decided to start his own brand design business.

With years of experience, he believes that designers should not just follow what the client requests. "They should not just work the propaganda out, but should think strategically and have a say in their design. There is no need to draw a line between product design, graphic design and interior design; they all share something in common. Interior design stresses on the sense of space, while product design focuses on a smooth process. Designers will benefit a great deal if they can integrate all sorts of designs."

SMEs have the ability to build brands

Cost is a major consideration for SMEs in brand design. For the budget, Mr Ng says it's hard to give a price range and it all depends on the clients. Generally speaking, it is not of a huge sum. MCL has a price list in brand diagnosis and building. However, companies differ in background and goal, so prices can be in a wide range. Mr Ng emphasizes that it needs time and planning for brand building. In short, brand building is indispensable for enterprises and it takes time to yield results.

1. 香港品牌發展局 (Hong Kong Brand Development Council)

2. 聯合零售 (SUP Retail)

3. 中聯辦 (LCCPG HK)

4. 香港出口商會 (The Hong Kong Exporters' Association)

5. 職業訓練局 (VTC)

6. 謝利源 (O'Che 1867)

7. 香港貿易發展局 (Style Hong Kong)

8. 泰昌餅家 (Tai Cheong Bakery)

9. 家庭珠寶 (Paradiso Jewellery Gallery)

10. 家庭珠寶 (Giorgi)

11. 香港印刷資源中心 (HKPRC)

12. re:echo Outdoor Wear

作品中文名稱 1. 香港品牌發展局《香港製造》; 2. 聯合零售; 3. 中聯辦; 4. 香港出口商會; 5. 職業訓練局《青·智教育學院》; 6. 謝利源珠寶; 7. 香港貿易發展局《時尚港》; 8. 泰昌餅家; 9. 家庭珠寶; 10. 茲曼尼梳化集團; 11. 香港印刷資源中心; 12. re:echo 戶外服飾

作品英文名稱 1. Made in Hong Kong by Hong Kong Brand Development Council; 2. SUP Retail; 3. LCCPG, HK; 4. Hong Kong Exporters' Association; 5. Academies of Professional Partnership; 6. O'Che 1867 Jewellery; 7. Style Hong Kong by Hong Kong Trade Development Council; 8. Tai Cheong Bakery; 9. Paradiso Jewellery; 10. Giorgi; 11. Hong Kong Printing Resources Centre; 12. re:echo OutdoorWear

廠商會獎學金計劃

支持工業教育 請捐助廠商會獎學金

廠商會獎學金計劃創立於一九六四年，旨在鼓勵勤奮的年青人，當中亦希望藉此增加發展工業的人力資源。每年籌集所得的獎學金，均以捐款人、捐款公司或廠商會名義，頒贈予各專上學院及學校成績優異的學生。本會將繼續擴大獎學金計劃，連同增加受獎名額，以培育更多專業人才。為貫徹教育的精神，獎學金計劃極需要您的捐款，敬請將下列捐款表格填妥，連同支票寄回本會（地址：香港干諾道中64-66號廠商會大廈一字樓）。如有查詢，請與本會秘書處行政主任謝迪偉先生聯絡，電話：2542 8621。

二零一零年獎學金建議受獎學校如下：

香港大學	香港中文大學	香港科技大學	香港理工大學
香港城市大學	香港浸會大學	香港公開大學	香港教育學院
香港專業教育學院*	九龍工業學校	中華基督教會扶輪中學	中華基督教會基協中學
中華基督教會基新中學	何東中學	香港仔工業學校	香港布廠商會朱石麟中學
筲箕灣東官立中學	廠商會中學	廠商會蔡章閣中學	鄧肇堅維多利亞官立中學
鄧鏡波學校	龍翔官立中學	職業訓練局邱子文高中學校	

* 香港專業教育學院包括柴灣、青衣、摩利臣山、觀塘、葵涌、黃克競、李惠利、沙田及屯門等九所學院。

** 捐款人亦可指定捐款予上述學校以外的大專院校或中學

傳真號碼：2541 8154

EOL3

二零一零年廠商會獎學金認捐表格

捐款人姓名／公司名稱（中英文名稱將印於紀念品上）：

（中文）（英文）

地址：

聯絡人：電話：傳真：

本公司捐贈獎學金詳情如下：☐ 由會方代為分配捐款港幣（元）

☐ 指定受獎學校捐款（請參考上列學校名單或可捐款予上列學校以外的大專院校或中學）

受獎學校名稱	獎學金名稱 **	獎學金名額	每名金額 ***	合共港幣(元)

** 如無指定獎學金名稱者，將統一以「廠商會獎學金」名義頒發。

*** 指定捐贈專上學院每名獎學金不得少於HK\$2,500，其他學校每名不少於HK\$500（捐款金額最低為HK\$500）。

捐款請以劃線支票支付，抬頭請寫「廠商會中學教育基金」（CMA Secondary School Education Trust）。為方便管理，本會已將「廠商會獎學金」及一切有關教育的事項歸納於「廠商會中學教育基金」名下；根據稅務條例，捐贈該基金的款項可憑收條申請免稅，本會收到認捐款項後，即發出收據。

該收據抬頭應為：

負責人簽署：

姓名：

收據編號及日期：

（本會填寫）

「十二五」規劃

主要內容、積極意義及落實中的難點（上）

《中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十二個五年規劃的建議》於十月公開發布，從共計12個部分的建議稿中，不難發現今後五年中國經濟發展的主要脈絡和宏觀方向：緊扣科學發展主題，加大結構調整力度，轉變經濟發展方式，實現以人為本的可持續性發展。

聚焦結構戰略性調整

「十二五」規劃綱要主要內容包括，首次確立中國經濟的科學發展理念。所謂科學發展，有別於以往偏重於追求速度與經濟規模的模式，是一個全方位、多層次、統籌兼顧、兼容並包的發展理念。「十二五」期間，中國經濟在保持平穩較快增長的同時，將更加注重經濟內涵的廣泛、公平與合理性，以實現包容性增長，即讓更多的人享受到經濟發展成果。

「十二五」規劃綱要亦指出擴大內需位列十大任務之首，建立主要依靠消費帶動的國民經濟增長體系。隨著城鎮化的推進、中產階層的壯大以及擴大消費需求长效机制的建立，「十二五」期間的消費拉動將從一系列臨時性政策措施轉化為國家戰略，逐步成為中國經濟的首要動力，力爭形成消費、投資、出口協調拉動增長的新局面。

「十二五」規劃綱要也提到完成經濟轉型之下的產業結構調整，「十二五」期間將改變過去過度依賴第二產業和物質消耗為主的產業框架，建立中國特色的現代產業體系。其中第三產業將取代現有的第二產業，成為經濟發展的重要動力，尤其是金融、信息、物流等生產性服務業以及文教旅遊等滿足精神消費的產業，將迎來新的發展機遇。同時，現代能源產業、節能環保產業、新一代信息技術產業、綜合運輸體系以及海洋經濟等將成為推動經濟發展的新增長點。

此外，完善市場經濟各項配套制度建設也是重點工作之一。六年前啟動，致力於均分「蛋糕」的收入分配改革方案，經過發改委、人大財經委等多部委密集調研後，年內將會出爐，為「十二五」制度化改革揭開序幕。「十二五」期間在公共服務體系、政府保障能力、社會保障機制等方面的一系列制度規範建設，將進一步完善現有的市場經濟體系。

「十二五」規劃的積極影響

「十二五」規劃有利於中國經濟通過全面、協調、可持續性發展完成戰略結構性轉型，提升總體經濟實力，強化綜合競爭力，繼續發揮在區域、乃至全球經濟發展中的領先優勢。

首先，淡化GDP目標有助於克服片面追求高速增長帶來的問題，引領中國經濟進入可持續發展軌道。中國經濟增長一向以追求GDP為主要目標，以擴大投資規模為主要任務，造成政府財政收入增長遠高於居民收入增長、經濟增長表現遠優於單位能耗任務完成情況、高房價、高通脹等民生問題積聚以及環境資源的嚴重破壞等，經濟發展的風險因素不斷上升。以涵蓋經濟增長、經濟結構、人口資源環境、公共服務、人民生活等方面的經濟社會發展綜合指標體系逐漸淡化偏重於追求GDP增長的模式成為大勢所趨。

其次，提振內需與消費有利於轉變中國經濟長期出口導向和投資主導發展模式，發掘與拓展可持續增長的內生動力。國際經驗表明，大國經濟增長主要依靠內需支撐，2008年美國、印度內需佔總需求的比重分別為92%及88%，然而同年中國比重僅為72.8%。放眼國際環境，儘管全球經濟已初步擺脫蕭條威脅，但需求總體疲弱的不確定性仍然普遍存在。即使新興經濟體短期內難以扭轉依賴西方最終市場的格局，但已促使傳統的經濟角色分工出現積極變化。隨著擴內需戰略的深化，中國在全球需求市場的地位也有望得到進一步提升。

再者，現代產業體系的建立有利於提高核心競爭力，發揮在全球經濟中的比較優勢。「中國製造」在推動中國經濟騰飛方面發揮重要作用，主要卻是依靠低成本勞動力優勢和低價格競爭，缺乏資金和技術積累，集中度和效益較差。大中型企業有創新機構和活動的不到一半，研發投入佔銷售收入比平均僅為0.9%。優化製造業必須從微笑曲線底部向兩端傾斜，通過科研投入與產品營銷，增加產品高附加值，提升企業競爭優勢。中國工業化發展步入中後期、擴展內需戰略不斷深化，以及城鎮化進程等因素，都為服務業，尤其是金融及資訊等現代服務業的發展提供了很大發展空間。

另外，市場經濟體系的進一步完善有利於中國社會邁向嶄新的平穩發展階段。國際經驗表明，人均收入從1,000美元到10,000美元的發展階段，是經濟結構變動比較快的時期，既有一些國家通過積極的結構調整實現成功跨越的經驗，也有一些國家因調整不力導致經濟停滯，社會動蕩的教訓。去年中國人均國內生產總值接近3,700美元，「十二五」期間，基本經濟制度、行政、財稅、金融體制、資源性產品價格和要素市場等一系列改革將不斷完善市場經濟體系，為中國經濟長期可持續發展提供堅實基礎。

由此可見，「十二五」其實是中國經濟在回顧與總結前30年改革開放經驗的基礎上，邁向未來30年發展的起步點。「十二五」之後，中國將從主要解決全民溫飽與小康問題，逐步轉向追求人與自然、社會的全面發展；將從被動參與國際競爭與合作，逐步轉向積極、主動投入國際分工並參與全球經濟治理；將從一個高速發展的新興發展中大國，逐步成長為綜合國力日益增強、國民生活普遍提升、國際參與度不斷深化的穩健、可持續發展型成熟經濟體。

本文作者為中國銀行經濟研究員蘇杰



人民幣升值的前景

人民幣匯率近月的發展備受國際社會關注，更有輿論指人民幣匯價被刻意調低。人民幣兌美元匯價自2008年金融危機爆發後大致維持不變，直至今年6月才恢復較具彈性的浮動，至今已累積升值約2.3%。惟正值美國中期選舉，美國政客對該升值幅度仍未滿意，最近多國政客對人民幣加快升值的要求亦漸見升溫。

支持升值因素

中國於2006年實行「十一五」規劃，經濟發展重點由過去促進出口轉為刺激內部消費，冀達至更平衡及可持續的發展模式。基於經濟策略的改變，中央政府不再通過降低生產要素價格以支持出口業，同時調整了一系列政策，包括收緊環保法例、放寬對能源價格的限制，以及大幅削減出口退稅率。此外，當局在2005年中實施匯率改革，在2005年6月至2008年9月期間，人民幣兌美元累計升值21.4%，加上工資上升，均為中國出口帶來壓力。

儘管中國的生產成本上升，但近月有研究¹指出，中國佔全球製造品出口比例仍保持增長，由2006年的10.8%升至2008年的12.7%。中國貨物在歐美市場的份額未有受到來自越南、柬埔寨及孟加拉等低成本國家的威脅。即使在傳統消費品方面，中國在歐美市場的佔有率不跌反升。根據分析，中國在產品的質價比、基建支援、交付時間以及滿足不同特定訂單要求的靈活性等均擁有優勢，可彌補生產成本上漲所帶來的負面影響。

上述情況顯示，整體而言，中國出口商已逐漸適應成本上漲的環境。生產成本上升未有對中國出口商造成顯著的傷害，反而引導出口業向高增值產業方向邁進，這一發展將加強中國政府讓人民幣進一步升值的信心。

另一支持人民幣升值的因素乃人民幣國際化的發展。近年中國積極推動人民幣成為國際貨幣，第一步是鼓勵中國與其他國家的雙邊貿易以人民幣進行交易。要在此取得突



破性的發展，關鍵在於離岸人民幣資金的總量需要上升至一定的規模，才能有效地支援並提供多元化的人民幣金融服務，令以人民幣作交易的海外業務得以蓬勃發展。人民幣升值可以在這方面的發展提供優勢，因為投資者可以藉着人民幣升值賺取回報，對持有人民幣起着鼓勵的作用。此外，當離岸人民幣的經濟活動漸趨活躍，市場對離岸人民幣的需求自會加快上升，進一步帶動對人民幣的需求。

循漸進速度升值

儘管人民幣具有升值潛力，但短期內大幅升值則不太可能。其中一個支持人民幣匯率顯著上升的論點是中美貿易的嚴重失衡。兩國之間的貿易赤字不斷擴大，在2009年更佔美國整體貨物貿易赤字的45.1%，創下歷史新高。

然而，中國佔美國貿易赤字的比例持續上升，主要是由於內地的製造業處於區內生產供應鏈的末端。中國的生產商許多從事產品裝嵌，



因而需要大量輸入來自東南亞國家的原材料及日韓等國的半製成品，即這些向中國出口的國家，在當中所賺取的貿易盈餘實屬中美貿易順差的一部分，這方面的發展製造一種錯覺，以為中國龐大的出口是導致美國出現龐大貿易赤字的主因。

事實上，有跡象顯示中國的整體貿易順差正在下降。由於2009年內需持續暢旺但外需不振，中國的貨物貿易順差在年內回落34.2%。在2010年首8個月，中國的貿易順差進一步按年萎縮14.7%，惟美國總體貿易赤字在這段時間飆升33.9%，這令中國出口是主要引致全球貿易失衡之說難以成立，更提醒我們在分析全球貿易失衡問題上，非單單計算中美之間的雙邊貿易數據，更應考慮中國整體的貿易狀況。由於中國未來將進一步減少對出口業的依賴，轉向刺激內需，因此貿易順差下降之勢應會持續。人民銀行

副行長易綱最近表示，未來3至5年經常帳盈餘佔中國經濟生產總值比例，將會由2009年的6%減至4%以下。

與此同時，在中共中央有關「十二五」規劃（2011-2015年）的建議中，其中一個目標是將最終消費佔中國經濟生產總值的比重由2009年的48.6%提升至2015年的55%左右。要鼓勵國民消費，可以通過人民幣升值降低進口貨品的價格。另一個方法是加快工資上升，通過提高最低工資以及其他政策如打破行業壟斷可以刺激職位增長。近月地方政府提高最低工資由10%至30%不等，亦有個別報道指沿海城市的工資出現顯著上升。

加快工資上升的弊端是引發通脹壓力，相反，貨幣升值則會降低入口通脹。然而貨幣升值卻導致入口貨品較本地消費服務更具成本優勢，對後者發展構成壓力。由於工資增長同時會增加對入口貨品及本地服務的需求，這對帶動本土就業方面效果較為理想，因而更能刺激內需。此外，工資增長更可加快收窄貧富差距。

中國勞工成本上漲會削弱其成本優勢及增加入口。從這方面看，在應對貿易失衡的問題上，工資增長會帶來與貨幣升值類同的效果。因此，對中國整體利益而言，工資增

長較人民幣升值帶來更大好處。事實上，在「十二五」規劃建議中亦提到調高居民收入在國民收入中的比重，意味着未來工資將會有較快增長，這因素將會限制人民幣長遠的升值幅度。

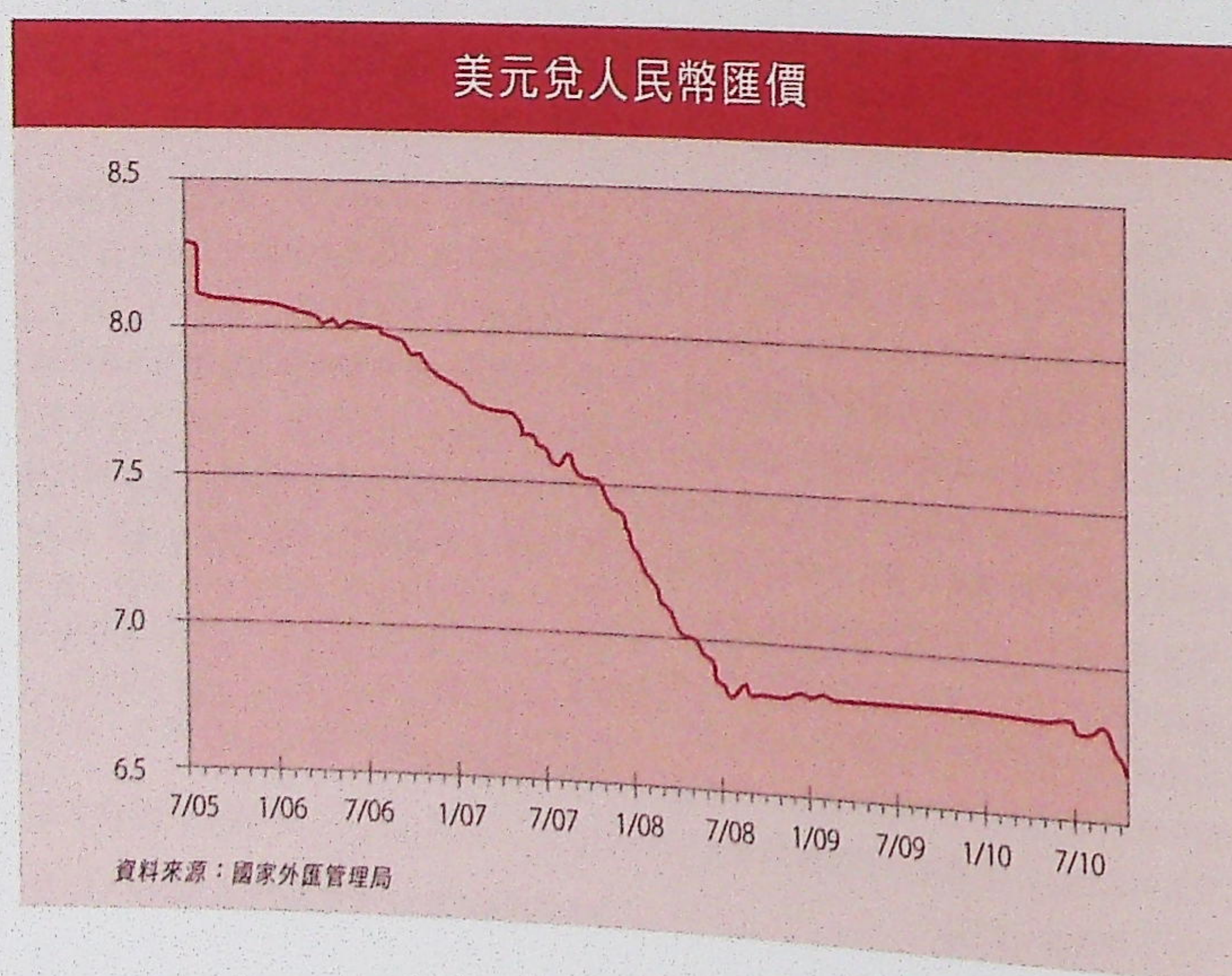
自主貨幣改革

金融海嘯爆發後，中國意識到需要在國際金融領域上扮演更主動的角色，以捍衛國家利益。例如，中國積極推廣以人民幣作為雙邊貿易結算的貨幣，從而淡化美元獨大的角色。同時，中國強調其匯率改革正朝向一籃子貨幣政策發展，人民幣兌美元匯價水平不會是唯一的考慮因素。這跟美國政客期望存在相當的落差，相信在未来一段長時間這議題仍然成為兩國爭拗的焦點。

此外，在現時全球低息環境下，人民幣升值將吸引資金流入中國，中央政府務必謹慎處理人民幣升值步伐，以免熱錢大量湧入資產市場。總括而言，相信人民幣長遠來說仍處於升值的軌道，然而升值的步伐將更多受到中國內部因素決定，而其調整幅度亦會是循序漸進。

¹ 香港貿易發展局《貿易前哨—供應鏈競爭優勢：中國與亞洲新興產地》（2010年6月）

本文作者為東亞銀行首席經濟師鄧世安



Advertise here **won't cost much!**
在此刊登廣告 **其實所費無幾**

Call 2542 8642 or email to corpcom@cma.org.hk for details.
請致電 2542 8642 或電郵至 corpcom@cma.org.hk 查詢詳情

山西省晉城市

地理概況

地理位置

晉城位於東經 111° 55' -113° 37'、北緯 35° 11' -36° 04'，以山地丘陵為主。地處山西省東南部，是山西通往中原地區的重要門戶，具有承東啟西的獨特優勢。

所屬省份及轄下市、區、縣

晉城市現轄城區、高平市、澤州縣、陽城縣、陵川縣、沁水縣。

面積

9,490 平方公里。

人口

223 萬。

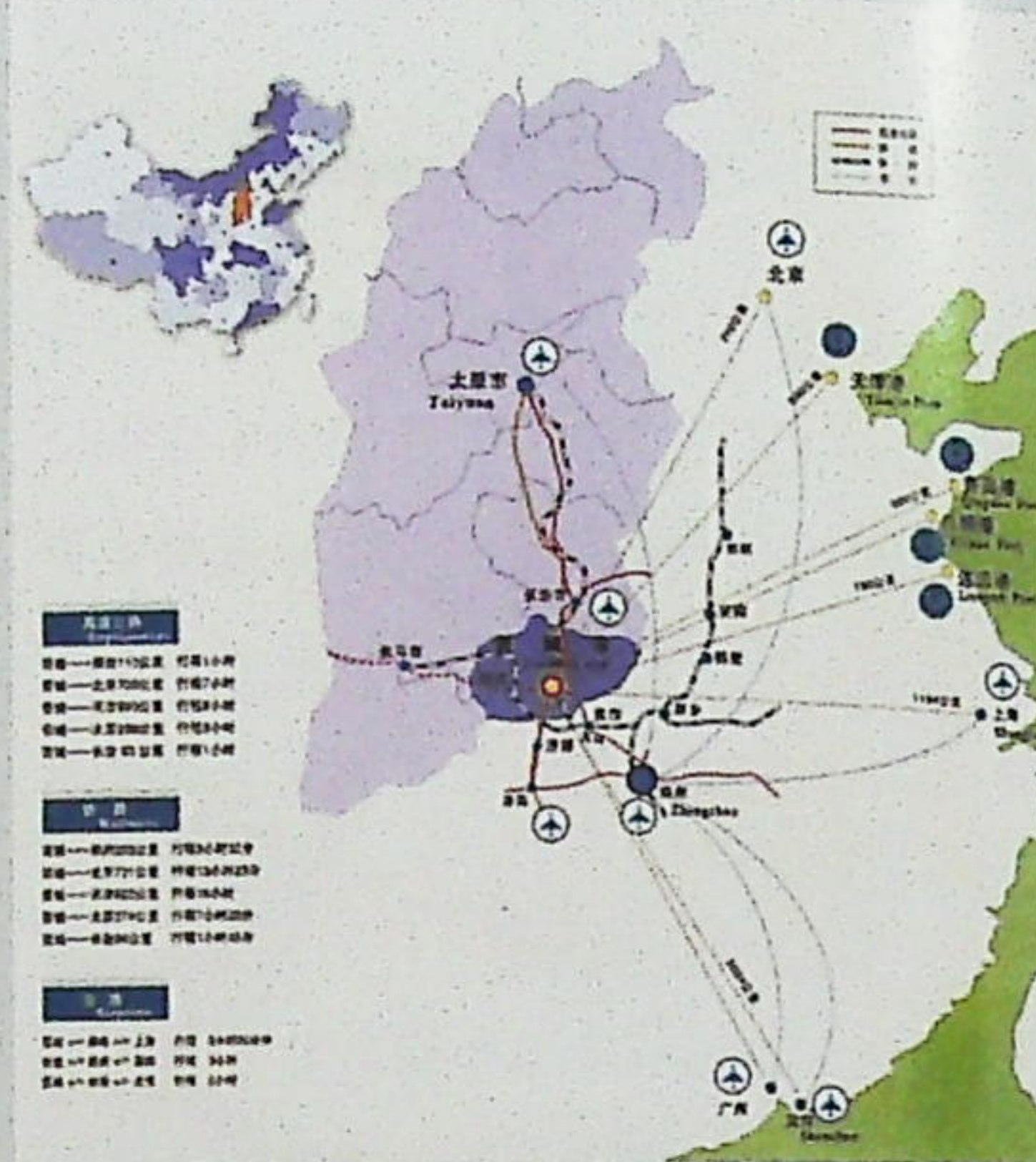


氣候

晉城屬於暖溫帶濕潤大陸性季風氣候區，四季分明，氣候宜人，冬無嚴寒，夏無酷暑。年平均氣溫為 7-12℃，年日照時數在 2,93-2,630 小時之間，年無霜期在 165-198 天之間，年降水量在 180.8-624.6 毫米之間。環境空氣質量達到國家二級標準。

自然資源

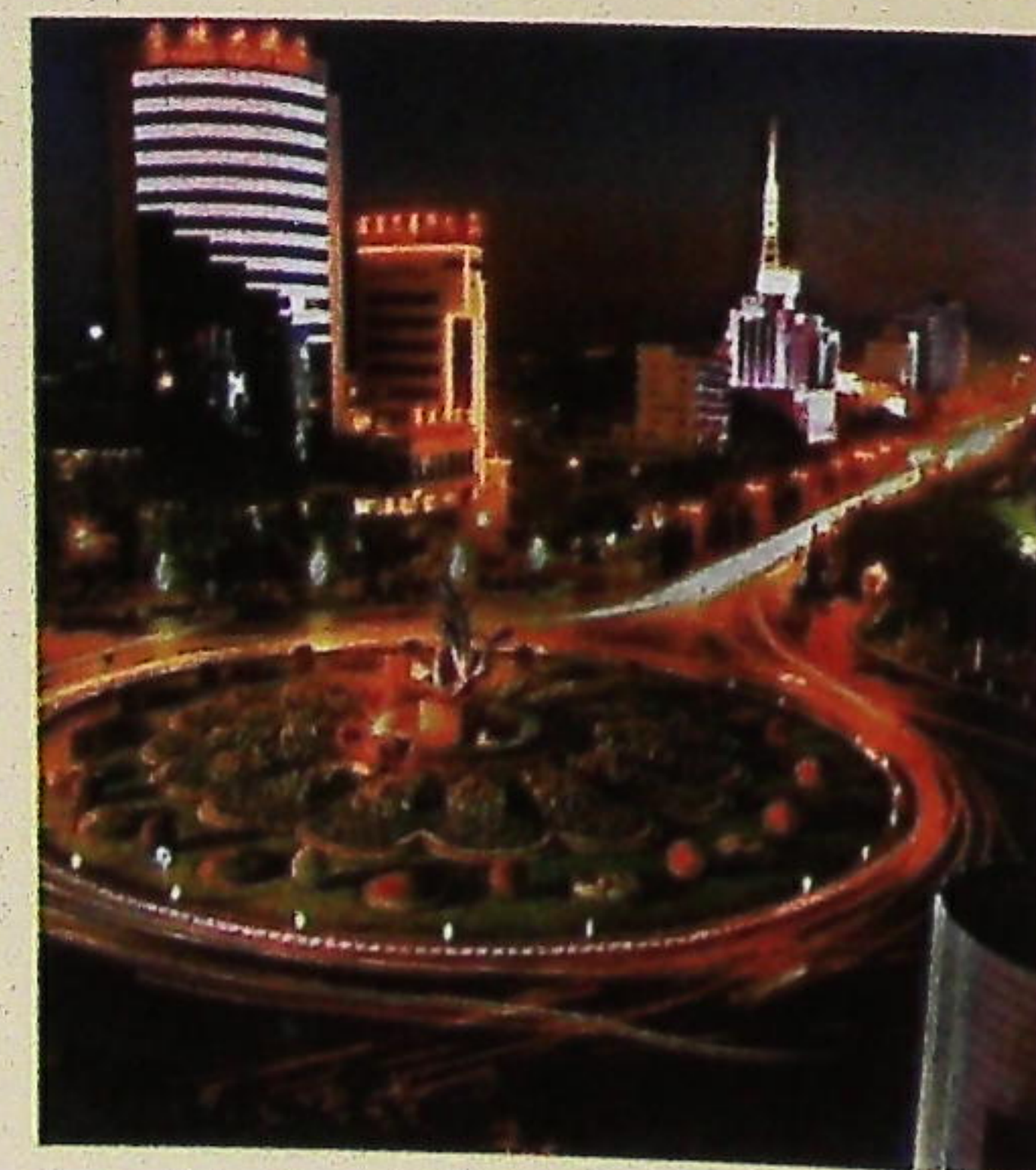
動植物資源：晉城氣候溫和，雨量充沛，植被茂盛，適宜小麥、玉米等各種農作物生長。水資源總量 21.49 億立方米，是華北地區相對富水區。森林樹木、牧坡草地分布廣泛，素有「山西植物資源寶庫」之稱，是華北地區最大的蠶桑絲綢基地，中國北方最大的示範牧場就



在晉城境內。全市共有野生動物 200 多種，其中有如大鯢、獼猴等國家重點保護珍稀動物 30 多種。

礦產資源：無煙煤、煤層氣、鐵礦石、白雲岩、石灰岩、鋁土礦、銅、錳、鋅、金、銀、大理石、水晶石等礦產資源儲量可觀，尤以煤、鐵為著。煤炭資源儲量大，品質優，享譽全國，全市含煤面積佔總面積的 49%，無煙煤探明儲量為 273 噸，佔全國的四份之一，且純度高，埋藏淺，可採性好，在全國率先實現了規範化及商業化開發。

基礎設施



海、陸、空交通網絡

晉城區位適中，交通便捷。鐵路、高速公路、國道、省道、縣道等道路交織成網，四通八達，十分便利。距離鄭州、長治、洛陽 3 個航空港約 1 小時車程，一天之內可以到達天津、連雲港、日照三個海港。

供電設施及每度電費價格

電價（不含附加費）（單位：元/度）

用電分類	電度價格	基本電價
大工業電價	1-10 千伏	0.404
非、普工業電價	不滿 1 千伏	0.551
	1-10 千伏	0.541
商業電價	不滿 1 千伏	0.775
	1-10 千伏	0.765

產業結構

重點發展之工 / 商業

經濟基礎

- **農業經濟：**晉城有充足的光照資源，較好的水利條件，廣闊的山川丘陵，適宜於農作物生長。主要農作物有小麥、玉米、谷子、高粱、豆類、薯類。經濟作物有藥材、山楂、核桃、梨、蘋果、山茶葉等。
- **工業經濟：**晉城是全國化肥和化工原料用煤基地，全國高濃度氮肥生產基地。近年來，晉城大力推進產業結構調整，煤炭、電力、化工、冶鑄、機械加工等主導產業初具規模，絲麻、建材、特色飲品、旅遊、高新技術產業發展方興未艾。隨著一批大項目的相繼建成，晉城的工業整體上形成了以煤炭、煤層氣、電力、化工、冶鑄、機械加工為支柱，兼有建材、絲麻、飲品、電子、醫藥等行業協調發展的工業體系。

投資導向

- **煤化工：**圍繞「肥、醇、醚、煙、油」五條發展主線，拉長產業鏈條，增加附加值，形成煤肥電和醇醚煙及精細化工並舉的格局。
- **電力工業：**鼓勵發展 100 萬千瓦超臨界大型火力發電機組和生物質等再生能源發電。加快建設大容量、高參數和低熱值燃料大型坑口火力發電機組、熱電聯產機組等發電項目。
- **煤層氣：**鼓勵煤層氣的規模化、商業化開發，大力發展煤層氣液化、集輸、民用燃氣、工業燃氣、瓦斯發電、汽車加裝煤層氣等產業。
- **好機械裝備製造業：**重點發展精密製造、煤機成套裝備、瓦斯抑爆設備和汽車零部件等產品，積極承接先進製造業轉移，實現精密化、標準化、規模化發展。
- **新型材料工業：**鼓勵發展以煤矸石、粉煤灰、工業廢渣為原料的新型水泥和新型牆體材料，積極發展納米材料、耐火材料、高嶺土材料、高性能陶瓷和纖維材料及其下游產品。



- **特色食品加工業：**培育壯大畜牧、蠶桑、乾鮮果、蔬菜、小雜糧、中藥材等六大特色產業基地，鼓勵發展特色農副產品加工業。
- **絲麻紡織工業：**重點發展以絲麻紡織品為核心的特色紡織業。
- **旅遊：**主要是旅遊景區開發與經營，旅遊基礎設施和服務設施建設。
- **高新技術產業：**優先發展信息產業、電子產業、網絡產業、動漫產業、生物技術等高新技術產業。
- **現代服務業：**鼓勵發展物流、金融、中介和信息諮詢等現代服務業以及設計裝飾、文化娛樂和社區服務等新興服務業，大力推進批發、零售、倉儲、賓館、餐飲等傳統服務業的改造提升。
- **基礎設施：**大力發展城市供水、供熱、供氣、公共交通、道路、污水處理、垃圾處理等市政公用事業及醫院、學校等。

保稅區 / 高新技術產業園

晉城經濟開發區：是經山西省政府正式批准成立的省級開發區，批准規劃面積 4 平方公里，西鄰市區。產業園區主要有富士康晉城科技工業園、國際精密鑄造工業園、節能高科技園區、新材料園區、生物醫藥園區。開發區依靠園區建設集聚產業優勢，致力打造晉城市對外開放的窗口和新型工業園區，已初步形成了以光電通訊、精密製造、機電製造、絲麻服裝、生物醫藥、新材料、現代商貿服務為特色的產業發展格局。

富士康晉城科技工業園：是由富士康科技集團投資 5 億美元興建，總規劃面積 1,058 畝，總建築面積約 51 萬平方米。富士康科技集團是台灣鴻海精密工業股份有限公司於內地興辦的高科技企業，是世界 500 強企業。工業園主要產品為光通訊產品、手機攝像頭零組件、多媒體揚聲器零組件、HDD 軸承零組件、精密模具和自動化設備等。

北留一周村城鄉一體化示範工業園區：該園區位於陽城縣北留鎮和澤州縣周村鎮之間，距離市區 20 公里，總體規劃面積 24 平方公里，建設用地規模 13.62 平方公里，其中工業用地 6.78 平方公里，是一個變輸煤為輸電、肥、醇、醚、煤並舉的化工示範園區，將建設成為大型現代化電力和新型煤化工、精細化學工業及配套產業為一體，具備完善配套的物流體系、密切合作的產學研體系、高關聯度的產業鏈體系，以高新技術為主的「高科技、專業化、生態型、園林式」城鄉一體化的示範園區。

陽城建築陶瓷工業園：位於陽城縣，規劃用地 5,000-10,000 畝，用 5-8 年時間，投資 25 億元，建成以園區為中心，輻射方圓 20 公里的陶瓷產業發展區，形成原料開採供應、熔塊、釉料、模具生產銷售，其他生產設備供應，設計開發，專業批發銷售等完整的工業產業鏈。

附加資料

歷史文化：晉城古稱澤州，是華夏文化發祥地之一。遠在舊石器時代晚期就留下了人類文明的足跡。歷史中晉城出現了「孔子回車」等美麗的傳說，爆發了著名的「長平之戰」，傳播了「程朱理學」，湧現了戰國時代政治家藺相如、諸宮調創史人孔三傳、五代著名畫家荆浩、清代《康熙字典》總編纂陳廷敬和現代作家趙樹理等著名歷史文化名人。

旅遊資源：悠久的歷史、底蘊深厚的文化遺存和峻險奇秀的自然風光，造就了晉城豐富和獨特的旅遊資源。這裡有炎帝神農嘗百草的羊頭山，秦趙長平之戰古戰場，世界圍棋發源地棋子山，有皇城相府、柳氏民居、湘峪古城等極具特色的古城堡、古村落，有北方最大的溶洞白雲洞，有被譽為「太行至尊」的王莽嶺，有以紅豆杉、



獼猴和娃娃魚聞名的蟒河自然保護區。文物古蹟遍布，全市擁有古文化遺址 63 處，國家級重點文物保護單位 43 處。現存宋、金時期基本保存完好的木結構古建築 46 處，佔全國的三分之一。



聯絡方式

晉城市招商局

電話：86-356-2198895 / 2022290

加工貿易快線資訊速遞

《關於技術先進型服務企業有關企業所得稅政策問題的通知》

頭條新聞：

1. 《關於技術先進型服務企業有關企業所得稅政策問題的通知》

財政部、國家稅務總局、商務部、科技部、國家發展改革和委員會於 11 月 5 日聯合公布上述《通知》。當中指出，自 2010 年 7 月 1 日起至 2013 年 12 月 31 日止，在深圳、廣州、南昌和廈門等 21 個中國服務外包示範城市實行企業所得稅優惠政策。主要內容包括：(a) 對經認定的技術先進型服務企業減按 15% 的稅率徵收企業所得稅；以及 (b) 經認定的技術先進型服務企業發生的職工教育經費支出，不超過工資薪金總額 8% 的部分，准予在計算應納稅所得額時扣除；而超過部分，准予在以後納稅年度結轉扣除等。此外，《通知》還明確了企業享受稅收優惠須符合的條件等。

詳情請瀏覽 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3377

2. 《關於印發打擊侵犯知識產權和制售假冒偽劣商品專項行動方案的通知》

國務院於 10 月 27 日發布上述《通知》。當中指出，2010 年 10 月至 2011 年 3 月，集中開展打擊侵犯知識產權和製售假冒偽劣商品專項行動。主要內容包括：(a) 以產品製造集中地、商品集散地、侵犯知識產權和製售假冒偽劣商品案件高發地為重點整治地區，以新聞出版業、文化娛樂業、高新技術產業、農業為重點整治領域，以圖書、音像、軟件、大宗出口商品、汽車配件、手機、藥品、種子等為重點查處產品；以及 (b) 加強市場監督管

理，如嚴厲查處侵犯註冊商標和地理標誌商標專用權的違法行為，制止惡意商標搶註行為；強化進出口環節和互聯網等領域的知識產權保護，以及加大刑事司法打擊力度等。

詳情請瀏覽 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3371

熱點話題：

1. 廣東省工商行政管理局出台服務外商投資企業的 18 條改革舉措

廣東省工商行政管理部門於近日出台上述改革措施。主要內容包括：(a) 放寬出資限制，允許以債權、高新技術成果、商標專用權等資產出資；(b) 鼓勵發展外商投資合夥企業，鼓勵外商設立創業投資公司、創業投資管理公司、股權投資公司、股權投資管理公司等；引導辦理動產抵押、股權質押和註冊商標專用權質押登記等；以及 (c) 對已在粵設立外商投資企業的外國（地區）投資者在省內再投資，其有效主體資格證明文件在公證、認證之日起 1 年內的，憑有關影本和書面承諾可免提交原件；以及除專項規定外，外商投資企業在省內設立分公司的，免於提交外資審批文件等。

詳情請瀏覽 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3382

2. 《深圳市支持骨幹企業加快發展財政獎勵辦法》

深圳市科技工貿和信息化委員會和深圳市財政委員會於近日聯合發布上述《辦法》，自發布之日起執行，有效期至 2012 年

12 月 31 日。主要內容包括：(a) 申請獎勵的企業須符合的條件，包括為在深圳市依法註冊的企業法人；為在有效期內的高新技術企業、上市公司等；上一年度工業增加值增速達到 20% 以上；以及在深圳市企業信用信息系統內具有良好信用記錄，近三年內無重大違法違規記錄和嚴重失信記錄；(b) 申請企業需提交的材料和獎勵標準；以及 (c) 深圳市科技工貿信委於每年 6 月 30 日前在其部門網站發布受理申請通知，受理期限為 15 個工作日等。

詳情請瀏覽 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3384

3. 《關於查增應納稅所得額彌補以前年度虧損處理問題的公告》

國家稅務總局於 10 月 27 日發布上述《公告》，自 2010 年 12 月 1 日開始執行。當中指出，根據《中華人民共和國企業所得稅法》第五條的規定，稅務機關對企業以前年度納稅情況進行檢查時調增的應納稅所得額，凡企業以前年度發生虧損、且該虧損屬於企業所得稅法規定允許彌補的，應允許調增的應納稅所得額彌補該虧損。彌補該虧損後仍有餘額的，按規定計算繳納企業所得稅。對檢查調增的應納稅所得額應根據其情節，按規定進行處理或處罰等。

詳情請瀏覽 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3375

納米科技：超小粒子救地球

地球大部分的水源被污染，或是正受污染，不單威脅到海洋生物和植物，連整個地球的生態均受影響。為了同心拯救地球，理大應用生物及化學科學系的科研團隊不斷鑽研，最後成功研製了納米吸污的淨水科技，有效又快捷地除去水中有毒的物質，令危害生態的污水，再次成為可用的寶貴資源。

成效高價錢低

1 納米即 10 億分之 1 米，直徑短得只有 100 納米的納米粒子，肉眼根本無法看見。這微小的粒子溶於水後，即以最精細的薄膜過濾技術除去水中浮污，吸污以外，還可以消滅水中有毒細菌和病毒，達至提升水質的效果。納米粒子能有效地吸走大部分有機及無機污染物，是經過科研人員小心處理其特別構造：外面是帶親水性的殼層，裡面包藏著疏水性的核心，經過化學作用之後，外殼吸收及鎖著污水中的有毒物質；而核心的支持，就是透過薄膜過濾技術把它們從水中分離，之後透過簡易脫污和活化處理，即可多次循環使用，既經濟又環保。

這些高科技「吸污產品」能處理的有機及無機有毒物質，通常存在於工業廢水，或是從垃圾堆中排放出來的有害物料。有毒染料及重金屬離子被濾出後，可修復、隔離或重用，使廢水處理過程終達至零污排放。就是說，重回大自然的水不再是沒用污水，與

此同時，我們可以重獲，並保護珍貴的水源。納米粒子另一環保優點是持久耐用，不易降解，故淨化效能經久不衰。吸走有毒物質的粒子一旦飽和，可通過先進活化處理，瞬間就能回復清潔並可循環再用。

創新科技造福全球人類

自工業急速發展起來，中國已成為世上水源污染最嚴重國家之一。單是 2006 年，中國的工業污水排放量高達 240 億噸，造成嚴重環境污染；同時響起了淨水科技不足的警號。領導納米淨水技術研究的理大應用生物及化學科學系李蓓教授表示，生物降解技術雖環保又划算，不過需時甚長，地球急切需要的是應付大量廢物處理的「潔淨科技」。

比起傳統處理廢料技術，「納米吸污海綿」體積微細，且具備龐大吸污表面和超強反應能力，能極有效率地除去污垢。如以量計，創新的技術無疑比舊法更能應付大量的污水。納米粒子能快速有效地除去有毒物質，費用亦相當合理。而且，有了這種技術後，我們更能好好利用來保護水源的供應。

由於納米粒子可以透過簡單化學作用活化，因此令這嶄新的綠色科技更容易操作。只需好好把握其水中分離及超速擴散技術，就可大大縮減處理廢水時間。其實，當遇上一些突發意外如海上漏油事故，這種新科技正可大力協助環保工作推行。



理大應用生物及化學科學系的納米科技淨水科研團隊

水質研究專家都為這突破性淨水科技大感雀躍，尤其認為可於紡織及電鍍工業界中大派用場，為廢水除去染料中的有毒物質及重金屬，故國際間有不少企業對這潔淨科技紛紛表示興趣；而理大最後選定了香港正昌集團 (Dunwell Enviro-Tech)，攜手把這創新技術推出市場。該技術已贏過多項國際大獎，包括於 2007 年瑞士日內瓦舉行的第三十五屆國際發明及創新技術與產品展覽中榮獲金獎、2008 年度香港工商業獎的「科技成就大獎」。這些獎項難能可貴之處不單是見證了科技與工業的奇妙結合，更標誌着團隊可以為全球 67 億人類造福的機遇。

如欲進一步了解此技術或查詢有關理大知識轉移事宜，歡迎致電與理大企業合作處黎小姐聯絡（電話：3400 2811，電郵 pdadmin@polyu.edu.hk）。



1. 於第三十五屆國際發明及創新技術與產品展覽中榮獲「金獎」
2. 於 2008 年勇奪香港工商業獎「科技成就大獎」
3. PMMA/PEI 納米粒子
4. 淨化概念流程

2010 設計營商周：創新科技及設計博覽

香港設計中心主辦之 2010 設計營商周 (BODW 2010) 乃亞洲舉足輕重之設計界盛事，將於 11 月 29 日至 12 月 4 日展開，活動內容包括論壇、專題研討會、設計巨擘之作品展覽及商業網絡發展機會，以表揚設計之重要性，並促進設計於經濟及商業扮演之角色。

設計營商周 2010 的夥伴國家為日本，乃首個亞洲夥伴國。來自日本的设计界殿堂級大師將到港支持營商周多個活動，分享他們在多個設計範疇上，例如時尚與服飾、品牌與設計、產品與設計、空間與設計、傳訊與設計、互動媒體設計、知識產權，以及西九龍文娛藝術區計劃等領域的相關經驗和見解。

本屆設計營商周是創辦 9 年以來首次由亞洲國家擔任夥伴國，內容更鮮明地表彰亞洲的設計師和設計理念對全球無遠弗屆的影響。香港設計中心已為設計營商周羅致多位日本及國際性知名人士出席，多位大師的作品及成就開闢了設計界的方向，出席講者包括獲獎無數的建築師隈研吾 (Kengo Kuma) 及中村重治 (Ryuji Nakamura)、時裝設計大師高田賢三 (Kenzo Takada) 及藤原大 (Dai Fujiwara)、設計大師深澤直人 (Naoto Fukasawa)、產品設計師柴田文江 (Fumie Shibata)、時裝潮流掌舵人宇津木 (Eri Utsugi) 以及國際頂尖品牌無印良品、資生堂、佳能、藝康、山葉及 Beams 等領導人物。

除了日本的设计翹楚外，多位在设计界及设计全球化中具影响力的国际设计人也將出席設計營商周，當中包括 2009 年設計領袖大獎得主 Kigge Hvid、荷蘭傢

具設計師 Jurgen Bey 以及世博會中國館以三維動畫科技重新演繹《清明上河圖》之項目總監于正。

設計營商周其中一個焦點活動，是在香港會議展覽中心舉行的創新科技及設計博覽，展示商業設計、品牌策略、實用科技等顧問服務。除香港及夥伴國日本的设计與科技業界精英外，來自法國、德國、韓國等地參展商亦將展示其設計與科技實力。

博覽會的貿易館以主題專區向企業展示創新營商方案，助企業提升競爭力。貿易館設有六大主題專區，包括設計與品牌、環球創意、新媒體、環保與可持續發展、創新與應用科技、以及研究與發展，展出以解決方案為本的產品與服務。創意館則開放予業內及公眾人士，內容包括從藝術到設計、德國及日本展館、香港設計中心和設計教育，展示得獎設計及著名品牌作品，並設有日本及德國展區，展出優秀的平面及產品設計作品。



夥伴國日本亦將在博覽中展出以「共鳴——設計體驗和物語」為主題的「感性價值設計展」約 100 件設計作品，包括 ASIMO 機器人（本田技研工業株式會社）、Yamaha 的「人群與音符之間」鋼琴、及「9 小時太空艙酒店」（Cubic Inc. 及 Japan Industrial Designers' Association）。

今年設計營商周的活動豐富，講者陣容鼎盛，網羅設計翹楚、商界巨擘及創意先驅，其真知灼見定能為參與者帶來精彩的一周。

2010 設計營商周：創新科技及設計博覽

日期：2010 年 12 月 2 日至 4 日

地點：香港會議展覽中心

開放時間：展覽日期

2010 年 12 月 2 至 3 日

2010 年 12 月 4 日

開放時間

上午 9:30 - 下午 7:00

上午 9:30 - 下午 6:30

入場人士：貿易館：12 月 2-3 日——只供業內人士；12 月 4 日——業內及公眾人士
創意館：12 月 2-4 日——業內及公眾人士

官方網站：2010 設計營商周：<http://www.bodw.com/2010/trad/index.php>

創新科技及設計博覽：<http://innodesigntechexpo.hktdc.com/chi/index.htm>

查詢電話：1830 668

「玩」轉聖誕 樂在香港



經過一年辛勞，在聖誕節的長假期一定要大玩特玩！還未到12月，各大商場已開始大變身，平時欠缺特色的商場吸引程度大增，各樣主題佈置都令人熱切期待佳節來臨。每年都帶給大家驚喜的海洋公園精彩節目一如往年源源不絕地送上，還有迪士尼樂園的夢幻之旅，留港慶祝節目一樣多姿多采。



香港迪士尼樂園 點亮奇幻聖誕

隨著冬日降臨，香港迪士尼樂園率先在11月19日開始，邀請賓客走進「迪士尼雪亮聖誕—妙想童話國」與親友歡度聖誕。首度於香港迪士尼樂園亮相的迪士尼小熊 Duffy 是米妮為米奇親手製作而成的聖誕禮物，滿載歡樂與幸運。

Duffy 的甜蜜和溫馨將會滲透整個樂園，令美國小鎮大街幻化為色彩繽紛的「聖誕小鎮」，四周的店舖及街道都被七彩繽紛的薑餅及精緻漂亮的聖誕糖果粉飾得美輪美奐。在「聖誕小鎮」的中央更有充滿濃厚節日氣氛的「薑餅人村莊」，豎立了色彩夢幻的小屋，屋頂上的趣致的小煙囪，外牆更掛滿各式各樣的糖果。

每晚黃昏，賓客不但可以在「薑餅人村莊」參觀迪士尼朋友如何慶祝聖誕，更能與一眾迪士尼朋

友齊齊大開聖誕派對。最受歡迎的迪士尼朋友，紛紛換上別具特色的聖誕裝束，米奇與米妮會打扮成為聖誕老人及聖誕婆婆，布魯托會成為雪鹿，唐老鴨和黛絲穿上糖果裝，鋼牙奇奇與大鼻帝成薑餅人，高飛則化身為玩具士兵，與色彩繽紛的玩具一起被聖誕的奇妙氣氛感染，幻化出一列夢幻玩具隊伍。玩具隊伍將會在美妙的聖誕樂章下，上演精彩的「大街玩具巡禮」，逐一點亮高舉的雪花，讓耀眼的光芒照亮「聖誕小鎮」，燃亮整條美國小鎮大街及小鎮廣場。屆時所有巨型聖誕樹都變得璀璨奪目，營造出一片火樹銀花的壯麗景象，讓賓客仿如置身童話故事中的奇妙聖誕國度。



施華洛世奇水晶聖誕樹 閃耀照亮中環

今年，擁有115年精確水晶切割傳統工藝的世界著名品牌施華洛世奇亦加入來港賀聖誕的行列，與香港旅遊發展局合作，特別為市民和旅客呈獻全港最高的水晶聖誕樹，於11月29日至明年1月2日「香港繽紛冬日節」期間，放置於中環皇后像廣場內，讓大家都感受施華洛世奇這份心意。這棵水晶聖誕樹高度超過30米，由無數銀色和金色的菱形鏡面玻璃組成，儼如擁有無數窗戶的摩天大樓。設計主題環繞著大都會的歡騰氣氛，並以都市中無數的摩天大樓和建築物等城市風貌作為設計靈感，聖誕樹身更用上超過2,000萬顆專程由奧地利運到的施華洛世奇水晶作點綴，在光線照耀下閃閃生輝，矚目迷人，亦將成為今年「香港繽紛冬日節」的一個主要亮點。悅耳的聖誕佳音將響徹香港多個旅遊熱點，把和諧溫馨的祝福傳送開去。



海洋公園最激聖誕 360度凌空迴旋

香港另一大主題樂園海洋公園的翻修工程陸續完成，「聖誕全城 Ho Ho Ho」活動亦將於12月15日至明年1月2日舉行。公園內擺放了兩棵高20呎、由合唱團成員所組成的「真人聖誕樹」，散發悠揚樂韻。全新的海洋館會在聖誕期間揭幕，並舉辦3項特備活動讓遊人可以近距離認識各種海洋生物，包括遊客捐款1,500元以上予保育基金，便有機會在海洋館潛水，親親海洋動物，甚至與魚同眠，在海洋館留宿一宵。另一項焦點活動是參觀海洋館幕後之旅，大會安排專業職員帶領參觀者遊覽館內各種設施，以深入了解海洋館的運作。

至於萬眾期待的全新機動遊戲「翻天覆地」(The Flash)已經在11月24日登場，挑戰遊客膽量。從歐洲引入，座落在新主題區動感天地的「翻天覆地」，外形好像一條鐵臂，整座機身超過22米高，搖擺速度更達每小時60公里，可360度凌空迴旋，徹底反轉地心吸力，追求刺激的遊客，快些約齊好友體驗「翻天覆地」非同小可的爆發力！



The Mira 中西盛宴迎聖誕

在普天同慶的聖誕節，怎得親朋好友一同分享聖誕大餐？聖誕老人於這個普天同慶的節日特別蒞臨 The Mira Hong Kong，帶來各式各樣充滿節日特色的美食、禮品以及節日安排，成就奇妙聖誕。

The Mira 的 Yamm 自助餐一向以新鮮味美的各式日本刺身和即開生蠔作賣點，為迎接聖誕佳節，當然要更悉心準備更多食品，帶來豐盛的自助聖誕大餐！聖誕自助餐將供應琳瑯滿目的環球美饈，刺身亦「加碼」推出由日本空運到港的名貴日本鮮鮑魚、海膽、帆立貝、牡丹蝦等，嗜食日本刺身的老饕定能吃得心滿意足。

除刺身外，Yamm 亦供應各式各樣的海鮮如生蠔、阿拉斯加蟹腳、波士頓龍蝦、翡翠螺、法國青口和海蝦等，供海鮮愛好者細意品嚐。其他亞洲特色美食如刺身、壽司、印度咖哩及新加坡風味喇沙等一應俱全。既然是聖誕大餐，當然不能缺少應節的烤聖誕火雞。肥美火雞經過烤炙後，散發陣陣惹味焦香，「啖啖肉」令人難以抗拒。聖誕特備食品還有一般自助餐少見的鵝肝松露焗通粉和烤挪威比目魚。鵝肝松露焗通粉的芝士白汁



裏有粒粒鵝肝，濃香滋味；而烤挪威比目魚則先經鐵板烘烤再以蜜糖味醬汁烤焗，味道與別不同，讓人垂涎欲滴。

此外，餐廳還預備了多款傳統節慶甜品，當中包括聖誕果子甜麵包、聖誕朱古力木頭

蛋糕、肉餡餅及傳統聖誕白蘭地布甸等，讓大家一嘗傳統聖誕風味。其他甜品如紅豆綠茶慕絲、雲呢拿慕絲、紅莓慕絲、白酒暗喱、芒果布甸等小杯裝甜品，都換上聖誕裝飾，令佳節氣氛更濃厚。

食客更可一邊享用美食，一邊參與 Yamm 準備的節慶特別活動。餐廳不單安排了受大眾歡迎的小丑表演，且特備漫畫素描及面部彩繪活動，增添節日趣味，讓男女老幼都盡興而歸。

若想試試新式節慶大餐，不妨來個中西合璧，在西方聖誕佳節享受東方佳餚也是一個不錯的選擇。著名中菜館「國金軒」不但安排了午市點心任食優惠，更首次推出別樹一格的聖誕前夕自助晚餐。摒棄傳統精選節慶晚餐，客人可隨意挑選喜愛的中式佳餚，精選推介薑蔥炒肉蟹、北京片皮鴨、附鵝肝的國金炒飯、豉油皇中蝦及燕窩蛋撻仔等，每位客人每更可享蠔皇扣南非乾鮑一隻及高湯竹笙釀蒸窩一客，實在不容錯過。

日期：12月24日（星期五）
餐廳：Yamm
地址：尖沙嘴彌敦道118號地下

聖誕前夕自助午餐
11:30am - 2:30pm 成人 HK\$388*
小童 HK\$288*

平安夜自助晚餐
第一時段
5:30pm - 8:00pm 成人 HK\$788*
小童 HK\$498*

第二時段
8:30pm - 11:00pm 成人 HK\$888*
小童 HK\$498*



包括汽水、果汁無限添飲；漫畫素描及面部彩繪

電話：2315 5885
網站：<http://www.themirahotel.com/tc/dining/yamm.aspx>

日期：12月24日（星期五）
餐廳：Yamm
地址：尖沙嘴彌敦道118號地下

聖誕前夕自助午餐
11:30am - 2:30pm 成人 HK\$388*
小童 HK\$288*

平安夜自助晚餐
第一時段
5:30pm - 8:00pm 成人 HK\$788*
小童 HK\$498*

第二時段
8:30pm - 11:00pm 成人 HK\$888*
小童 HK\$498*

包括汽水、果汁無限添飲；漫畫素描及面部彩繪

電話：2315 5885
網站：<http://www.themirahotel.com/tc/dining/yamm.aspx>

日期：12月24日（星期五）
餐廳：國金軒
地址：尖沙嘴彌敦道118號3樓

聖誕前夕午市點心任食優惠
11:30am - 3:00pm 成人 HK\$288*
小童 HK\$188*

包括精選紅白酒、啤酒及果汁無限添飲

平安夜自助晚餐
第一時段
6:00pm - 10:00pm 成人 HK\$788*
小童 HK\$398*

包括汽水、果汁、啤酒、精選紅白酒無限添飲及香檳一杯

精選自選菜譜
6:00pm - 11:00pm
每位 HK\$250 起*

電話：2315 5222
網站：<http://www.themirahotel.com/tc/dining/cuisine-cuisine.aspx>

其他精選自助餐



港島區的酒店也毫不遜色，柏寧酒店 Café One 的平安夜自助餐，餐檯上除了有傳統的節日美食，凍海鮮小龍蝦、翡翠螺和海蝦等，食物款式夠多元化，琳瑯滿目，每人更會加送竹笙雞絲翅和波士頓龍蝦，小丑亦會扭汽球為小朋友大派禮物，而小朋友亦可獲贈節日禮包，滿載而歸。



日期：12月24日（星期五）
餐廳：Café One
地址：銅鑼灣告士打道310號柏寧酒店1樓

平安夜魚翅自助午餐
12:00noon - 2:30pm 成人 HK\$348*
小童 HK\$228*

包括派對禮物

平安夜魚翅海鮮自助晚餐
第一時段
6:00pm - 8:00pm 成人 HK\$468*
小童 HK\$308*

第二時段
8:30pm - 10:30pm 成人 HK\$498*
小童 HK\$328*

精彩節目：聖誕老人探訪、魔術表演、小丑扭汽球、派對禮物

平安夜宵夜自助餐
11:00pm - 1:00am 每位 HK\$238

電話：2839 3311

富豪香港酒店的 Cafe Rivoli 特別以「繽紛聖誕」為主題，供應多款聖誕美食包括聖誕火雞、香煎鵝肝、芝士焗蠔等及各式各樣的冷熱佳餚和聖誕特色甜品等，讓賓客於鋼琴演奏及聖誕獻唱的美妙樂韻下，可以盡情地吃喝玩樂，共度一個繽紛滿溢、驚喜滿載的聖誕！首50位中華廠商會之會員訂購節日餐券可享7折優惠，趕快行動，為聖誕假期更添色彩！

首50位中華廠商會之顧客
訂購節日餐券可享7折優惠

Terms & conditions:

- 請預先訂購餐券並出示有效之會員證，優惠須視乎酒店供應情況而定
- 此優惠不可兌換現金或與其他優惠一併使用
- 價目以原價計算加一服務費
- 優惠不適用於宴會及廳房用膳
- 如有任何爭議，富豪香港酒店將保留最終決定權



日期：12月24日（星期五）
餐廳：Cafe Rivoli
地址：銅鑼灣怡和街88號富豪香港酒店1樓

聖誕前夕特色自助午餐
12:00noon - 2:30pm 成人 HK\$328*
小童 HK\$228*

包括派對禮物

平安夜繽紛自助晚餐
第一時段
6:00pm - 8:00pm 成人 HK\$468*
小童 HK\$368*

第二時段
8:15pm - 10:15pm 成人 HK\$498*
小童 HK\$398*

精彩節目：鋼琴演奏、聖誕獻唱、聖誕老人探訪、拍照服務、派對禮物

平安夜宵夜自助餐
10:30pm - 12:30am 成人 HK\$328*
小童 HK\$228*

精彩節目：鋼琴演奏、聖誕獻唱、聖誕老人探訪、拍照服務、派對禮物

電話：2839 3311

廠商會對「香港應對氣候變化策略及行動綱領」公眾諮詢文件之意見

氣候變化引致極端天氣，為人類帶來了前所未有的挑戰。香港作為國際社會的一分子，有責任為應對氣候變化作出貢獻。政府於今年9月起，就《香港應對氣候變化的策略及行動綱領》展開為期三個月的公眾諮詢。為降低香港的碳強度，使香港逐步發展為低碳社會，有關諮詢文件建議的行動綱領包括致力改善能源效益、推廣環保陸路運輸、推廣汽車使用清潔燃料、轉廢為能，以及改變發電燃料組合。

關於《香港應對氣候變化的策略及行動綱領》的公眾諮詢，本會經研究後，意見如下：

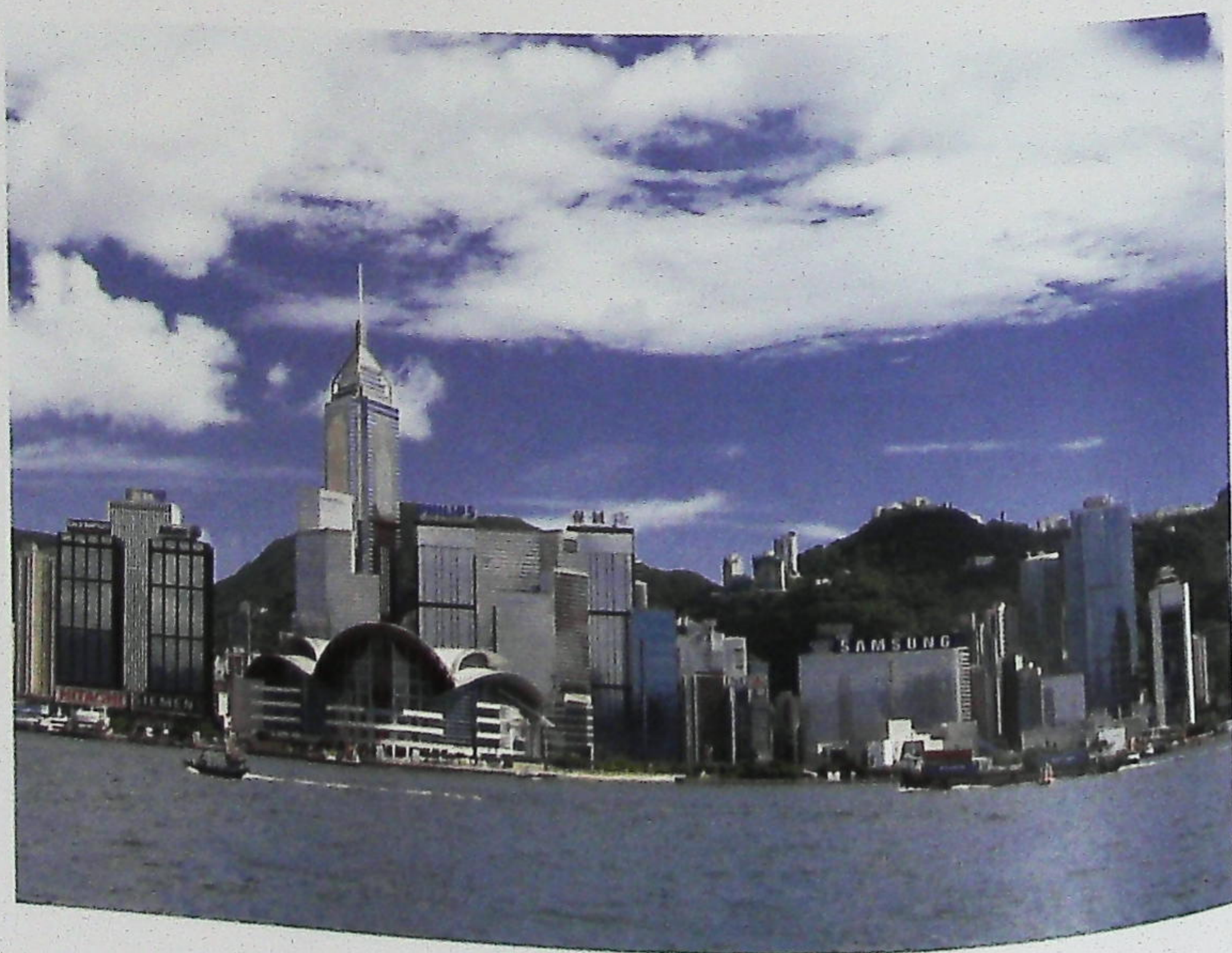
1. 全球暖化對香港氣候的影響越來越明顯；作為國際社會的一份子以及一個先進的經濟體系，香港理應在應對氣候變化的工作上積極參與並作出貢獻。有見及此，本會贊成香港因應應低碳經濟的興起以及國家在減排節能方面的新動向，主動訂立碳強度下降的目標，作為未來減控溫室氣體排放工作的指標。
2. 本會贊同社會透過節約能源和使用更環保的交通工具，以減少本港的溫室氣體排放。除了鼓勵個人樹立低碳環保的生活方式和習慣之外，企業和機構亦應採用環保效益更高的設施，以及將環保概念貫徹於產品設計、營運流程以及企業管理的各個環節。本會建議政府可考慮為企業提供節能和減排方面的顧問服務，協助業界建立和執行綠色營運模式。另外，政府亦應加緊發展電動車的充電系統和配套設施，並提供誘因，鼓勵本地公共運輸業和市民採用電動車，以率先在本港形成以電動車為本的城市地面交通系統。

3. 為將香港建設成為綠色城市，本會認同香港應在2020年把碳強度由2005年水平減低50%至60%，並認為政府所建議的應對氣候變化策略及行動綱領方向正確，有助於實現減低碳強度的建議目標。鑑於本港絕大部分的溫室氣體由發電產生，本會贊同透過減少用煤和增加使用天然和非化石燃料，更改本港發電所用的燃料組合；本會亦認為諮詢文件中所建議的2020年燃料組合是一個合適的方案，能平衡改善環境、維持供應的可靠性及符合成本效益等各項能源政策目標。

4. 本會贊同香港應加強與珠江三角洲地區合作，發揮協同效應，共同推動低碳發展，構建「優質生活圈」。特區政府與廣東省正共同開展「清潔生產伙伴計劃」，為區

內的工廠採用清潔生產技術提供專業服務。鑑於計劃主要是為業界樹立示範項目以及協助參與廠商進行前期的診斷和規劃工作，本會建議兩地政府應投入更多資源，以直接資助、配對出資或優惠貸款等形式，促進廠商將清潔生產的方案落實推行，並持續改進，進一步貫徹碳審計及循環經濟的概念，以推動「珠三角」成為全國清潔生產和產業提升的最佳實踐區。

5. 至於諮詢文件中提及對氣候變化之脆弱性範疇以及適應性的策略和措施，本會原則上表示贊同。本會亦希望政府的氣候變化跨部門工作小組可在監測和預警、統籌災害管理及應變計劃、以及加強教育和提升公眾意識等方面發揮核心的作用。



香港品牌發展局舉行二零一零年度會員大會



香港品牌發展局於10月8日舉行二零一零年度會員大會，主席陳淑玲在會上回顧該局過去一年的工作。

陳淑玲主席在品牌局會員大會致辭時表示，踏入2010年，香港經濟跟隨外圍環境的好轉而重拾增長動力。但對業界來說，發展前路依然充滿挑戰。事實上，越來越多香港企業已意識到品牌的重要性，並加緊在這個領域投入資金、時間和心血。由香港品牌發展局和香港中華廠商聯合會共同舉辦的二零零九年「香港名牌選舉」與「香港服務名牌選舉」一如既往得到本地企業的踴躍參與。經過嚴格的篩選，29個出類拔萃的品牌摘取了今屆「選舉」多個獎項的桂冠；得獎者出類拔萃，代表著「香港製造，香港原創」的最高水準以及香港品牌發展的最新風

貌。為進一步推動本港企業樹立品牌文化，品牌局決定從今年起舉辦「香港新星品牌選舉暨香港新服務品牌選舉」，以表彰本地優秀的年青品牌。

最後，陳主席表示，今年年初，品牌局順利完成了理事會的換屆工作。她代表理事會感謝會員在過去一年裡的熱心支持，並多謝名譽贊助人、名譽顧問、名譽主席的精心指導、全體理事的鼎力協助、秘書處職員的辛勤工作，以及政府有關部門及各界團體的精誠合作。

品牌局二零一零年度會員大會出席者尚包括本局副主席黃家和，派任理事唐偉章、區明標、郭志傑，選任理事吳清煥、劉健華、劉相尚、白富鴻，總裁梁世華，義務法律顧問周紹榮，以及會員公司代表等。



品牌局主席陳淑玲於會員大會上回顧本局過去一年的工作。



品牌局主席、理事、總裁及會員公司代表於會後合照。

REACH 最新訊息： 擬列入 SVHC 的 11 種類物質清單提案進行公眾諮詢

2010年8月30日，歐盟 ECHA 發布擬列入 SVHC 的 11 種類物質的清單提案，並進行公眾諮詢至 10 月 14 日。

目前已有 38 種高度關注物質列入清單，這意味著會對含有這些物質的產品（混合物或物品）的供應商提出更高的資訊要求。由於這些物質對人類健康及生態環境帶來潛在危機，故擬被列入為 SVHC。有關詳情可見後頁列表或瀏覽 ECHA 的官方網站。

本中心環保部除提供一站式 REACH 解決方案，更提供以下的測試項目：室內空氣檢測、工商業污水附加費上訴、飲用食水分析、海水化驗與分析、噪音量度及固體廢棄物檢測等。如有查詢，請致電 (852) 2690 8271 與業務拓展部鄧小姐聯絡。



REACH Update: Public Consultation on Eleven Potential Substances of Very High Concern (SVHC)

On 30 August 2010, the European Chemicals Agency (ECHA) published proposals to identify 11 chemicals as Substances of Very High Concern (SVHC) and possible candidates for authorisation. Public consultation on these proposals was carried out until 14 October.

There are 38 substances on the Candidate List now. Inclusion in this list means there are more information requirements for suppliers of products

(mixtures and articles) containing the substances. The substances have been proposed because of their potentially harmful effects on human health and the environment. The consultation details are listed in the table on the next page. For further information, you may visit the official website of ECHA.

In addition to providing one-stop REACH solution, our Environmental Division also provides you with the following testing

services: Indoor Air Quality (IAQ), Trade Effluent Surcharge (TES) Appeal, drinking water analysis, marine water analysis, noise analysis and solid waste, etc. For details, please contact Ms Helen Tang of the Business Development Division at (852) 2690 8271.

物質名稱 Substance Name	EC 編號 EC Number	CAS 編號 CAS Number	物質特性 Proposed SVHC Property	主要用途 Potential Uses
1,2,3-Trichlorobenzene 1,2,3-三氯苯	201-757-1	87-61-6	PBT like substance PBT類似物質	Uses are believed to be the same as for 1,2,4-Trichlorobenzene. 用途與1,2,4-三氯苯相似。
1,2,4-Trichlorobenzene 1,2,4-三氯苯	204-428-0	120-82-1	PBT like substance PBT類似物質	There is a restriction in force prohibiting the placing on the market or use as a substance or in mixtures in a concentration $\geq 0.1\%$ except for use as intermediate for synthesis and as process solvent in closed systems. 市售時有限制，作為物質或混合物進入歐盟時，其濃度不應超過0.1%，除非其作為封閉系統的合成過程的中間體和過程溶劑。
1,3,5-Trichlorobenzene 1,3,5-三氯苯	203-608-6	108-70-3	PBT like substance PBT類似物質	Uses are believed to be the same as for 1,2,4-Trichlorobenzene. 用途與1,2,4-三氯苯相似。
Cobalt(II) sulphate 硫酸鈷(II)	233-334-2	10124-43-3	CMR	Mainly used in the production of other chemicals. 主要用於製造其他物質。
Cobalt(II) dinitrate 硝酸鈷(II)	233-402-1	10141-05-6	CMR	Mainly used in the production of other chemicals and the manufacture of catalysts. 主要用於製造其他化學品和催化劑。
Cobalt(II) carbonate 碳酸鈷(II)	208-169-4	513-79-1	CMR	Mainly used in the manufacture of catalysts. 主要用於製造催化劑。
Cobalt(II) diacetate 醋酸鈷(II)	200-755-8	71-48-7	CMR	Mainly used in the manufacture of catalysts. 主要用於製造催化劑。
2-Methoxyethanol 2-甲氧基乙醇	203-713-7	109-86-4	CMR	Mainly used as solvent, chemical intermediate and additive for fuels. 主要用作溶劑、化學中間體和燃料添加劑。
2-Ethoxyethanol 2-乙氧基乙醇	203-804-1	110-80-5	CMR	Mainly used as solvent and chemical intermediate. 主要用作溶劑、化學中介。
Chromium trioxide 三氧化鉻	215-607-8	1333-82-0	CMR	Used for metal finishing and as fixing agent in waterborne wood preservatives. 用於金屬表面處理和水生性木材的防腐。
Acids generated from chromium trioxide and their oligomers: 三氧化鉻及其低聚物產生的酸: Chromic acid 鉻酸 Dichromic acid 二鉻酸 Oligomers of chromic acid and dichromic acid 鉻酸及二鉻酸的低聚物	231-801-5 236-881-5	7738-94-5 13530-68-2	CMR	These acids and their oligomers are generated when chromium trioxide is dissolved in water. Chromium trioxide is mainly used in form of aqueous solutions. Consequently, the uses of these substances are the same as indicated for chromium trioxide. 當三氧化鉻溶於水即產生此類物質。三氧化鉻主要是以水溶液的形式存在，因此這些物質與三氧化鉻的使用相同。

新會員

永遠贊助會員 PERMANENT ASSOCIATE MEMEBER

公司名稱	代表人	業務性質
香港上海匯豐銀行有限公司 The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited	工商業務主管：陳祿才先生	提供銀行服務

普通會員 ORDINARY MEMBER

公司名稱	代表人	業務性質
永利達國際有限公司 Winner Concept International Limited	銷售總監：梁添豪先生	製造及批發飛利浦音響產品
心窗非洲鼓樂聚 Sharings African Drumming Arena	東主：梁肇祺先生	製造及批發非洲鼓、非洲鼓樂活動及培訓服務
美亞包裝企業(1968)有限公司 Mayor Packaging Enterprises (1968) Limited	主席：何德才先生	製造塑料軟包裝印刷
大同餅家 Tai Tung Bakery	東主：謝禎原先生	製造及零售中式餅食，包括老婆餅、雞仔餅、皮蛋酥及月餅等
志興皮具實業有限公司 Classic Leatherwares Industrial Limited	董事：黃強洪先生	製造及出口女裝手袋、公文袋及電腦袋
香港文派餅藝 Double Man Confectionery	董事：黃文煒先生	製造烘焙產品
瑞榮實業貿易公司 Sui Wing Enterprises Trading Co	經理：王培珍小姐	製造、批發及零售茶葉
阿斯麥香港有限公司 aXimed HK Limited	董事長：陳玉萍女士	製造及批發挪威阿斯麥
嘉豐農業(香港)有限公司 Ka Fung Agriculture (Hong Kong) Limited	總經理：古明欣先生	製造及批發柚子深加工產品(有機綠色食品)
亞寶(香港)有限公司 About Us (HK) Limited	董事：區美儀小姐	製造真皮製品，包括皮帶及其他皮具製品
三村(香港)飾品有限公司 Sam Choan (HK) Decoration Company Limited	銷售經理：張雯茵女士	製造、出口、批發及零售人造首飾及製衣配件

贊助會員 ASSOCIATE MEMBER

公司名稱	代表人	業務性質
裕生海味有限公司 Yue Sang Seaproduct Limited	市場推廣部經理：黃愷詩小姐	出口、批發及零售零食、海味及急凍海產
中華草本茶集 Chinese Herbal Collections	執行董事：林琬琬小姐	零售時尚健康草本飲料
溥瑞(香港)有限公司 Prottime (HK) Limited	經理：胡一賜先生	代理玩具及文具

韓蔘皇(韓國高麗蔘)有限公司
King of Ginseng (Korea Red Ginseng) Limited

業務拓展總監：黃永強先生

批發韓國高麗蔘

Olala Restaurant Limited

經理：王焯祺先生

出口、批發及零售西班牙橡果豬火腿及其副產品

展邦企業有限公司
Genbond Enterprises Limited

市場及營業總監：杜漢彬先生

出入口家庭電器

斯博國際拓展有限公司
Spark International Marketing Limited

經理：黃炳裕先生

入口、批發及零售食品、家品及電器

錶王手錶專門店
King Watch Company

經理：鍾偉生先生

批發及零售手錶

一方食品亞洲有限公司
The Food Source Limited

董事：王駿先生

代理漢廷加拿大健康精瘦臘腸

樂比公司
Loop Concept Company

經理：余光恒先生

零售鞋

鴻逸有限公司
Honour Grace Limited

總經理：饒家權先生

零售有機及天然食品

驅蟲大王有限公司
Bug Scare Limited

經理：伍經綸先生

出入口、批發及零售家居健康用品

豐瑜資源有限公司
Legend Resources Limited

董事：高宗佑先生

零售食品及飲品

秋田國際有限公司
Akida International Co Ltd

經理：李立成先生

出入口、批發及零售家庭用品

華潤堂有限公司
CR Care Co Ltd

助理總經理：曹偉勇先生

零售保健產品

機械人創作室
Robotzone Company

總經理：陸智聰先生

零售教育產品

愛心寶寶有限公司
B&M Holding Limited

董事：陳秀華女士

批發及零售嬰兒用品及產品



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

運籌帷幄 早著先機

為業界爭取權益 為會員拓展商機



「廠商會」主要職能

- ▶ 維護工商權益
- ▶ 代表業界向政府反映意見
- ▶ 促進企業交流，協助拓展商機

會員獨享多元化業務推廣渠道
工展會、會員名錄、會員通訊、廠商會月刊
《企業雄才》、廠商會網站、會員企業推廣金頁、
會員特惠計劃小冊子、推廣單張附寄服務

查詢電話：2542 8610 傳真號碼：2815 5713
電郵：enquiry@cma.org.hk 網址：www.cma.org.hk

優質・專業的全方位服務

- ▶ 工商支援及顧問服務
- ▶ 展覽、項目策劃及管理服務
- ▶ 產品及物料檢定與測試服務
- ▶ 簽證及電子報關服務
- ▶ 工商業培訓服務
- ▶ 貿易諮詢及轉介服務
- ▶ 品牌推廣服務
- ▶ 保險中介及公司秘書服務

會員優惠

Chicco

廠商會會員優惠：

正價貨品 9 折優惠

Chicco 門市地址		電話
· 香港	銅鑼灣利園二期 207 店	2882 6963
	太古城中心 250 店	2577 7900
	中環安蘭街 7 號 1 樓	2810 7891
· 九龍	尖沙咀海運大廈地下 OTG10 店	2377 3369
	九龍灣德福廣場第二期 403 店	3101 9019
	旺角新世紀廣場 5 樓 516 店	2628 3848
	彌敦道 345 號永安百貨公司 4 樓	2770 7692
· 新界	荃灣愉景新城地下 26 店	2940 3355
	沙田新城市廣場第三期 A109 店	2691 4130

條款及細則：

1. 優惠不可兌換現金。
2. 不可與其他優惠同時使用。
3. 如有任何爭議，Chicco 保留最終決定權。

優惠期至 2010 年 12 月 31 日

CHI Residences

廠商會會員優惠：

廠商會會員以月租或日租，租用以下豪華服務式住宅「太極軒」，可享 9 折優惠。

太極軒 120 香港干諾道西 120 號	太極軒 279 九龍油麻地上海街 279 號
太極軒 393 九龍油麻地上海街 393 號	太極軒 314 九龍佐敦彌敦道 314 號

條款及細則：

優惠根據房間供應情況而定，如有異議，太極軒將作最終決定。



電話：2810 7896

網址：<http://www.chicco.com.hk>



電話：3443 6888

電郵：stay@chi-residences.com

網址：www.chi-residences.com

天蠶集團有限公司

突破保暖物料 無懼凜冽寒風

每年天氣轉涼時，天蠶衣專櫃均人潮湧湧，可見天蠶衣深受香港市民歡迎。品牌於 1996 年從英國引入香港，自此在香港發展保暖內衣市場，更改變了香港人一貫穿著內衣的文化——由羊毛內衣轉變為天蠶保暖內衣。

選優質天蠶衣 輕巧乾爽保暖

市面上有不少保暖內衣，Super Warm 天蠶衣於 1997 年 4 月於香港正式註冊，成為業界的佼佼者。天蠶集團有限公司發展出一種嶄新的保暖物料 Poly-Texapore®，當天氣和暖潮濕，發揮獨有的濕氣散發程序，使衣物加速散發多餘的水份及熱能到布料的外層，讓人感覺清涼乾爽；相反，當天氣寒冷，Poly-Texapore® 就利用皮膚與布料之間的空氣層，發揮保暖的作用。因此，不論在嚴寒或較暖潮濕的天氣，天蠶衣都能讓穿著者保持穩定的體溫和皮膚乾爽，也可預防皮膚敏感，深受行山人士鍾愛。天蠶集團有限公司市場部經理方穎楠表示，產品獲消費者委員會邀請到香港標準及檢定中心與五種知名內衣品牌作嚴格測試，結果證明 Super Warm 天蠶衣效果出色，備受高度評價。

2000 年是天蠶集團有限公司生意最高峰的時期，全城熱烈搶購天蠶衣，並邀請天王劉德華擔任代言人，分店外的顧客排成長龍，風頭一時無兩。然而，做生意總不能一帆風順，在意想不到的時候，公司戲劇性地面臨低潮。由於國內業務在骨幹出現問題，同時影響香港公司，因此毅然結束了五間分佈在內地幾個主要城市的分店。

天蠶集團有限公司經過重整，一改以前單靠天蠶衣一種產品打遍天下的策略，嘗試從新的角度再出發。在產品方面，公司最近推出了鑽石系列天蠶衣，加強了 Poly-Texapore® 的比例，不但保留原有天蠶內衣的所有優點，更



天蠶集團有限公司市場部經理方穎楠。

加強保暖程度，務求令 Super Warm 產品更臻完美，滿足顧客需要。另外，公司又推出了 Super Cool 系列，在炎炎夏日也能保持身體涼快乾爽，加強天蠶集團的競爭力及擴展市場佔有率。公司於未來會更努力拓展業務，務求令旗下產品更多元化，服務範圍更廣泛。

新編排再出發 開拓內地商機

天蠶集團一直主力在香港各大著名百貨公司開設專櫃分銷，在今年 6 月公司踏出發展新一步，在荃灣荃新天地開設了首間專門店，與此同時還設立 24 小時訂購熱線、網上訂購及免費送貨等服務，致力擴大分銷網路，促使銷售網絡完整滲透每一個階層。集團亦明白，內地市民隨著經濟起飛，逐漸追求優質生活，市場蘊藏無限潛力。公司計劃重新進軍內地，在各省市開設分店，並接受特許經營合作夥伴，目標是於兩年內開設 50 個分銷點。

天蠶集團有限公司重視與顧客的聯繫，提升了會員制度，為尊貴會員提供更多優惠，更會定期發出問卷給各會員，進行意見調查，提



燕之家

即食燕窩系列

免浸、免揀、免燉的「燕之家即食燕窩」在過往十年屹立不倒，每日於香港新鮮製造，不含防腐劑及穩定劑，絕對真材實料。無論男女老幼，只需每日早晚一匙，即可讓身體慢慢吸收豐富營養，方便又有益！燕窩既可增強免疫力抵抗流感，亦可滋補養顏，女士經常食用，自然由內而外散發出健康美。燕之家產品分別有即食官燕、即食金絲燕、即食血燕、即食血燕羹等，任君選擇。



燕窩飲品系列

燕之家圍繞燕窩延伸出其他不同類型多元化的產品，這些產品為燕窩產品普及化，踏出重要一步。「燕之家燕窩飲品」包括燕窩楊枝甘露、燕窩冬蟲夏草、燕窩豆漿、燕窩雪蛤糖水、燕窩血燕紅棗及燕窩參蜜，不含防腐劑及穩定劑，適合一家大小，健康、解渴又養顏！

燕窩軟糖



「燕之家燕窩軟糖」一盒共十五粒，由荔枝、士多啤梨、提子、檸檬及青蘋果五款口味配搭出一套潮流健康型的軟糖零食組合，每粒均有啖啖燕窩，清甜又健康！
(有關產品詳情請瀏覽 www.homeofswallows.com)

飛先有限公司

EZIO RD74

EZIO RD74 是一款防水攝影手錶，在錶面 12 時的位置設有一枚 120 萬像素拍攝相機，可於 50 厘米焦距定焦拍攝靜態照片、錄音及拍攝有聲的 1,280 X 960AVI 格式影片；而在手錶 6 時的位置，則設有紅、藍兩色的指示燈，在拍攝的頭 5 秒閃亮作為啟動確認。手錶內置 2GB 快閃記憶，為了確保文件的大小和安全，系統會每隔 50 分鐘自動存檔一次，並繼續錄像。微型鏡頭設於手錶表面，若非細心觀察根本不會察覺它的存在，令拍攝過程安靜無聲。另外，手錶擁有 30 米防水功能，即使偶爾被水濺濕、雨淋或皮膚表面出汗等，亦不影響日常運作。EZIO RD74 操作簡易，小巧精緻，深受廣大用戶青睞。



EZIO AW10

另一款 EZIO AW10 藍芽電話手錶的錶面看似與一般手錶無異，實際上，它具備 PDA、GSM 四頻電話 (GPRS)、MP3 等系統，可配合藍牙耳筒作電話使用，集多種功能於一身。配備 1.5 吋 OLED 屏幕，不鏽鋼錶殼及真皮錶帶的 EZIO AW10，充電設計可提供 2-3 小時連續通話，兼具一般手提電話的收發 SMS 及電郵功能，是電話手錶科技與時尚的完美結合。
(有關產品詳情請瀏覽 www.eziolifestyle.com)



由職業安全及健康局主辦、本會合辦之「香港職業安全健康大獎 2010」頒獎典禮於 9 月 21 日假香港會議展覽中心舉行。本會副會長施榮懷 (右) 應邀擔任頒獎典禮主禮嘉賓之一，並代表本會接受勞工及福利局局長張建宗致送紀念品。
Organized by the Occupational Safety and Health Council, and co-organized by the CMA, the Presentation Ceremony of the Hong Kong Occupational Safety & Health Award 2010 was held on 21 September at Hong Kong Convention and Exhibition Centre. CMA Vice President Mr Irons Sze (right) was invited to be one of the officiating the guests and received a souvenir from Mr Matthew Cheung, Secretary for Labour and Welfare.



由本會、北京市政府、香港貿易發展局、香港中華總商會、香港總商會、香港工業總會及香港中國企業協會聯合主辦的「第十四屆北京・香港經濟合作研討會新聞發佈會」於 10 月 27 日假貿發局舉行。本會常務會董吳清煥 (左三) 應邀出席。
Organized by the CMA, the Government of Beijing Municipality, Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), the Chinese General Chamber of Commerce, Hong Kong General Chamber of Commerce, Federation of Hong Kong Industries and the Hong Kong Chinese Enterprises Association, the media conference of the "14th Beijing Hong Kong Economic Cooperation Symposium" was held at HKTDC on 27 October. CMA Executive Committee Member Mr Ng Ching Wun (3rd from left) was invited as one of the guests.



由香港貿易發展局及浙江省工商業聯合會主辦的「浙港企業合作圓桌會議及浙港經貿合作交流午餐」於 10 月 19 日假灣仔萬麗海景酒店舉行。本會常務會董鄧謙 (左二) 代表本會發言及出席交流午餐。
Organized by Hong Kong Trade Development Council and Zhejiang Federation of Industry and Commerce, the "Round-table Discussion between Zhejiang Federation of Industry and Commerce and Top Notch Hong Kong Companies and Zhejiang-Hong Kong Business Networking Luncheon" was held at Renaissance Harbour View Hotel on 19 October. CMA Executive Committee Member Mr Tang Tao (2nd from left) delivered a speech and attended the luncheon on behalf of the Association.



本會於 10 月 22 日設午宴款待中華經濟部副部長王輝 (左二)。由本會會長黃友嘉 (右二)、立法會代表林大輝議員 (左一) 及副會長施榮懷等接待。
CMA hosted a dinner reception in honour of Mr Wang Hui (2nd from left), Deputy Director of Economic Affairs Department of Liaison Office of the Central People's Government in the HKSAR, on 22 October. The dinner was hosted by CMA President Dr David Wong (2nd from right), Dr Lam Tai Fai (1st from left) and Vice President Mr Irons Sze, etc.



本會會長黃友嘉（前排右三）、立法會代表林大輝議員（前排右二）、副會長施榮懷（前排左二）、倪錦輝（前排右一）、顏吳餘英（前排左一）、楊志雄（後排右二）、常務會董吳宏斌（後排右三）、黃家和（後排右一）、鄧燕（後排左一）及會董郭振華（後排左二）與商務及經濟發展局常任秘書處蔡璧璧合照。

CMA President Dr David Wong (3rd from right, front row); Legislative Council Representative Dr Lam Tai Fai (2nd from right, front row); Vice Presidents Mr Irons Sze (2nd from left, front row), Dr Danny Ngai (1st from right, front row), Mrs Katherine Ngan (1st from left, front row), Mr Johnny Yeung (2nd from right, back row); Executive Committee Members Dr Dennis Ng (3rd from right, back row), Mr Simon Wong (1st from right, back row), Mr Tang To (1st from left, back row) and Mr Jimmy Kwok (2nd from left, back row) pose for a photo with Ms Yvonne Choi, Permanent Secretary for Commerce & Economic Development (Commerce, Industry & Tourism).



「安徽省投資說明會暨項目簽約儀式」於10月25日假香港君悅酒店舉行。本會黃友嘉會長（左一）代表本會出席為重要嘉賓，並與安徽省書記張寶順會面。

The "Anhui Investment Seminar & Signing Ceremony" was held at the Grand Hyatt Hong Kong on 25 October. CMA President Dr David Wong (1st from left) was invited as one of the VIP guests and met with Mr Zhang Baoshun, Secretary of CPC Anhui Provincial Committee.



由廠商會保險代理有限公司主辦的「貨運保險相關知識及注意事項」講座於10月12日假廠商會大廈舉行。VIP Consultancy Limited 資深保險導師黃幹發向參加者分享貨物保險知識及實務案例分析；本會代表則介紹廠商會貨運保險特別擴充計劃2010的優惠及詳情。廠商會保險代理有限公司總經理歐陽汝發（左）致送紀念品予主講嘉賓黃幹發。

Organized by CMA Insurance Agent Limited (CMAIAL), the "Cargo Insurance Seminar" was held at CMA Building on 12 October. Experienced insurance tutor of VIP Consultancy Limited Mr Fat Wong shared cargo insurance information and case studies, while CMAIAL's representative introduced the SME Cargo Insurance Extension Programme 2010. General Manager of CMAIAL Mr Stanley Au Yeung (left) presents a souvenir to the speaker Mr Fat Wong.



「2010四川省服務業推介會」於11月9日假香港麗酒店舉行。本會副會長吳永嘉（右二）代表本會出席為重要嘉賓之一。

The "Introductory Conference of Service Industries in Sichuan Province 2010" was held at the Conrad Hotel Hong Kong on 9 November. CMA Vice President Mr Jimmy Ng (2nd from right) attended the conference as one of the officiating guests.



香港浸會大學校長陳新滋教授出席本會10月份會董會。
CMA Meeting in Oct: Prof Albert Chan, President of Hong Kong Baptist University.

1. 陳新滋教授出席本會於10月28日舉行的會董會，並作主講嘉賓。
Prof Albert Chan spoke at CMA General Committee Meeting held on 28 October.
2. 本會黃友嘉會長代表致送紀念品予陳新滋教授。
CMA President Dr David Wong presents a souvenir to Prof Albert Chan.



本會於11月12日設午宴宴請勞工處處長謝凌潔貞，就各項勞工議題進行交流。出席者包括本會會長黃友嘉（左五）、立法會代表林大輝議員（左二）、副會長羅富昌（左三）、施榮懷（左一）、顏吳餘英（右四）、陳淑玲（右六）、吳永嘉（右二）、楊志雄（右三）及行政總裁梁世華（右一）。

The CMA hosted a luncheon in honour of Mrs Cherry Tse, Commissioner For Labour, on 12 November, at which both parties exchanged views on labour related issues. The luncheon was attended by CMA President Dr David Wong (5th from left); Legislative Council Representative Dr Lam Tai Fai (2nd from left); Vice Presidents Mr F C Lo (3rd from left), Mr Irons Sze (1st from left), Mrs Katherine Ngan (4th from right), Ms Shirley Chan (6th from right), Mr Jimmy Ng (2nd from right), Mr Johnny Yeung (3rd from right); and Chief Executive Officer Mr Paul Leung (1st from right).



由勞工處展能就業科及本會共同舉辦的「卓越團隊—共融、共贏」研討會於11月9日假香港日航酒店舉行。本會副會長施榮懷（右一）代表本會致辭，並接受助理勞工處處長（就業）梁蘇淑貞致送紀念品。

Organized by the Labour Department and the CMA, the "Inclusive Workplace - Excel as a Team" Seminar was held at Nikko Hotel Hong Kong on 9 November. CMA Vice President Mr Irons Sze (1st from right) delivered a speech, and received a souvenir from Assistant Commissioner (Employment Services) of Labour Department Mrs Tonia Leung.



本會政治事務委員會「社區事務小組」及「專業人士小組」11月4日舉行「十八區免費專業諮詢服務計劃」首個活動—中西區健康講座，邀得皮膚科及眼科專科醫生為居民講解日常皮膚病及眼疾的預防及護理方法。本會副會長兼政治事務委員會主席吳永嘉（右五）與協辦的中西區區議員、小組委員及講者等合照。

As the prelude to the 'Free Professional Consultation Services Scheme for 18 Districts', Community Affairs Sub-Committee and Professionals Liaison Sub-Committee of CMA Political Affairs Standing Committee co-organized a health talk with Central & Western District Councillors on 4 November, at which specialists in ophthalmology and dermatology were invited to talk on the prevention and cure of common eye and skin diseases. CMA Vice President cum Chairman of Political Affairs Standing Committee Mr Jimmy Ng (5th from right) posed for a photo with participating Councillors, Committee members and speakers.



The Hong Kong Business Community Welcomes The Honourable Donald Tsang

本會聯同香港總商會、香港中華總商會、香港工業總會，以及多個香港外國商會於11月3日假香港會議展覽中心舉行午餐演講會，邀得香港特區政府行政長官曾蔭權擔任主講嘉賓，介紹施政報告的內容及解答工商界之提問。本會第一副會長羅富昌代表主辦機構致歡迎辭。

The Association, in collaboration with the Hong Kong General Chamber of Commerce, the Chinese General Chamber of Commerce, the Federation of Hong Kong Industries and the major overseas chambers of commerce in Hong Kong, organized a Hong Kong Business Community Luncheon in honour of Hon Donald Tsang, Chief Executive of the HKSAR Government. The luncheon was held at the Hong Kong Convention and Exhibition Centre on 3 November, at which Policy Address and answered questions from the business communities. CMA First Vice President Mr F C Lo delivered the welcome speech at the Luncheon.



山西省晉城市代表團一行13人，由市長王茂設（左四）率領，於10月14日蒞會訪問，由本會常務會董葉志光（右四）主持接待。

Mr Wang Maoshe (4th from left), Mayor of Government of Jincheng City, led a 13-member delegation to visit the Association on 14 October. The meeting was chaired by CMA Executive Committee Member Dr Dennis Yip (4th from right).



天津市寧河縣政府代表團一行8人，由副縣長張金明（左五）率領，於10月18日蒞會訪問，由本會常務會董何煥榮（右五）主持接待。

Mr Zhang Jinming (5th from left), Vice-Magistrate of Ninghe County Government, led an 8-member delegation to visit the Association on 18 October. The meeting was chaired by CMA Executive Committee Member Mr Ho Yuk Wing (5th from right).



墨西哥穆斯基斯代表團一行8人，由該市市長西普里亞諾·安東尼奧·波塔雷斯（右五）率領，於10月19日蒞會訪問，由本會會董鄧錦添（右四）主持接待。

Mr Portales Bermudes Cipriano Antonio (5th from right), Mayor of Muzquiz Coahuila, Mexico, led an 8-member delegation to visit the CMA on 19 October. The meeting was chaired by CMA General Committee Member Dr Tang Kam Tim (4th from right).



安徽省蕪湖市代表團一行2人，由該市發改委副主任席文（左四）率領，於10月26日蒞會訪問，由本會常務會董吳清煥（右四）主持接待。

Ms Xi Wen (4th from left), Vice-Director of Wuhu Development and Reform Commission, Anhui, led a 2-member delegation to visit the Association on 26 October. The meeting was chaired by CMA Executive Committee Member Mr Ng Ching Wun (4th from right).



長沙市岳麓區代表團一行4人，由該區招商合作局局長夏偉輝（中）率領，於10月26日蒞會訪問，由本會常務會董吳清煥（右五）主持接待。

Mr Xia Weihui (centre), Director of Bureau of Foreign Investment Promotion of Changsha Yuelu District, led a 4-member delegation to visit the Association on 26 October. The meeting was chaired by CMA Executive Committee Member Mr Ng Ching Wun (5th from right).



西安市政協代表團一行8人，由西安市政協副主席于小文（左四）率領，於10月29日蒞會訪問，由本會常務會董吳清煥（右四）主持接待。

Ms Yu Xiaowen (4rd from left), Vice-Chairwoman of Xian Municipal Committee of the CPPCC, led an 8-member delegation to visit the Association on 29 October and was received by CMA Executive Committee Member Mr Ng Ching Wun (4rd from right).



煙台市投資促進局代表團一行5人，由副局長朱文博（中）率領，於11月4日蒞會訪問，由本會常務會董何煜榮（右四）主持接待。

Mr Peter Zhu (centre), Deputy Director of Yantai Investment Development Board, led a 5-member delegation to visit the Association on 4 November. The meeting was chaired by CMA Executive Committee Member Mr Ho Yuk Wing (4th from right).

你的工商資訊首選

YOUR FIRST CHOICE FOR BUSINESS INFO

YES! I would like to subscribe to **Hong Kong Entrepreneur** monthly at the chosen subscription rate:
本人欲訂閱《企業雄才》月刊：

1-year subscription (11 issues) 1年11期：

- ☐ Hong Kong 本港訂戶 HK\$330 (postage included) 港幣330元 (包括郵費)
☐ Overseas 海外訂戶 US\$75 (postage included) 美元75元 (包括郵費)

Enjoy 15% off for 2-year subscription (22 issues) 2年22期可享85折訂閱價：

- ☐ Hong Kong 本港訂戶 HK\$561 (postage included) 港幣561元 (包括郵費)
☐ Overseas 海外訂戶 US\$128 (postage included) 美元128元 (包括郵費)

Mr/Mrs/Miss 訂戶姓名 _____ Job Title 職銜 _____

Company Name 機構名稱 _____

Address 地址 _____

Tel 電話 _____ Fax 傳真 _____

E-mail 電郵 _____

Subscription to start with 開始訂閱月份 _____

Please return this form together with a cheque made payable to "The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong" (money order for overseas subscriber) by mail to Corporate Communications Division, Flat B, 20/F, CMA Building, 64-66 Connaught Road Central, Hong Kong.
請填妥訂閱表格連同抬頭「香港中華廠商聯合會」的支票（海外訂戶請使用匯票）寄回香港中環干諾道中64-66號廠商會大廈20樓B室傳訊部收。

如何能掌握最新的工商資訊？

《企業雄才》就是你的答案！

每年只需付出港幣 330 元，你便可得到經貿工商發展的最新消息。還不快行動！

只需寄回填妥之表格，你便成為《企業雄才》的訂戶。

Need fast and easy access to the latest business news? **Hong Kong Entrepreneur** is your choice! For just HK\$330, **Hong Kong Entrepreneur** will update you with the latest business information for a whole year. Act Now!

To order your copy, simply fill in the form below and return it by mail today.

For enquiries, please call (852) 2542 8641 or email to corpcom@cma.org.hk
詳情請致電 (852) 2542 8641 或電郵至 corpcom@cma.org.hk 查詢。

企業雄才
HONG KONG ENTREPRENEUR
香港中華廠商聯合會月刊 A Monthly Publication of The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong

日期 Date	項目 Event	地點 Venue	主辦機構 Organizer	聯絡人 / 電話及傳真 Contact Person / Tel & Fax
1-3.12.2010 6-10.12.2010 13-17.12.2010	國際航協危險品(實用)證書課程	香港金鐘金鐘道95號統一中心 10樓統一會議中心 United Conference Centre 10/F United Centre, 95 Queensway, Admiralty, Hong Kong	香港付貨人委員會 The Hong Kong Shippers' Council	沈麗薇小姐 Ms. Czarina Shum ☎ : 2834 0010 ☎ : 2891 9787 ✉ : czarina@hkshippers.org.hk 🌐 : http://www.hkshippers.org.hk
內容：(1) 國際航空運輸協會危險品及國際民航組織技術指引簡介、(2) 有關運載危險品的政府規例、(3) 危險品的分類及規限、相關文件、包裝指示、規格及標籤要求、(4) 危險品處理、入倉及貯存、(5) 貨運代理和承運人的責任、(6) 危險貨物的安全、(7) 乘客和機組人員、(8) 限制、(9) 分別隱藏的危險品、(10) 國家和營運商的不同要求、(11) 特別規定、包裝、商標和標籤、(12) 托運人的聲明和有關文件、(13) 驗收的程序、(14) 儲存和載入程序、(15) 通知機長、(16) 應急響應、(17) 案例分享和筆試。				
2.12.2010	國際貿易術語通則2010	九龍佐敦道23號新寶廣場6樓 Magna Education Center 6/F Sino Cheer Plaza, 23 Jordan Road, Kowloon	國際商會 International Chamber of Commerce – Hong Kong China	沈麗薇小姐 Ms. Czarina Shum ☎ : 28340010 ☎ : 28919787 ✉ : czarina@hkshippers.org.hk 🌐 : http://www.hkshippers.org.hk
內容：為幫助香港業內人士深刻解讀最新的 Incoterms® 條款，香港付貨人委員會和國際商會 - 中國香港區會舉辦 (1) 最新國際貿易術語通則 Incoterms® 的解讀和應用；(2) Incoterms® 2010 與 Incoterms 2000 的區別及 (3) 如何避免因規則的使用錯誤而導致的合約糾紛及貿易風險的互動啟發式工作坊。此次培訓特邀國際貿易融資專家馮敬德律師以深入淺出的講解方法及採用互動形式，從而提升公司營運風險管理及防範貿易糾紛的策略。				
08.12.2010	「中港人事管理熱點前瞻」 研討會	廠商會大廈6樓培訓中心 6/F, Training Centre, CMA Building	廠商會培訓中心 CMA Training Centre	陳小姐 Ms Chan ☎ : 2542 8635 ☎ : 3541 1092 ✉ : earl@cma.org.hk 🌐 : http://www.cma.org.hk
內容：(1) 香港強積金及醫保制度改革對企業的影響、(2) 高效的人力資源及財務規劃管理方案、(3) 內地「工資集體協商」的概念及工資支付規定				
09.12.2010	「綠色能源新趨勢研討會： LED環保照明」	廠商會大廈6樓培訓中心 6/F, Training Centre, CMA Building	廠商會培訓中心 CMA Training Centre	陳小姐 Ms Chan ☎ : 2542 8635 ☎ : 3541 1092 ✉ : earl@cma.org.hk 🌐 : http://www.cma.org.hk
內容：(1) 地球能源現況、(2) 適當照明對眼睛的影響、(3) 照明的百年進化、(4) LED 技術與環保的關係、(5) 案例分析				

日期 Date	項目 Event	地點 Venue	主辦機構 Organizer	聯絡人 / 電話及傳真 Contact Person / Tel & Fax
15.12.2010	「中小企與品牌創建：踏上強勢品牌之路」講座	廠商會大廈6樓培訓中心 6/F, Training Centre, CMA Building	廠商會培訓中心 CMA Training Centre	陳小姐 Ms Chan ☎: 2542 8635 ☎: 3541 1092 ✉: earl@cma.org.hk 🌐: http://www.cma.org.hk
內容：「中小企與品牌創建：踏上強勢品牌之路」講座				
17.12.2010	「化學品處理數據庫IUCID 5 最新資訊及應用工作坊」	廠商會大廈6樓培訓中心 6/F, Training Centre, CMA Building	廠商會培訓中心 CMA Training Centre	陳小姐 Ms Chan ☎: 2542 8635 ☎: 3541 1092 ✉: earl@cma.org.hk 🌐: http://www.cma.org.hk
內容：(1)IUCID 5在註冊及通報的簡介和概述、(2)IUCID 5全接觸、(3)IUCID 5進階練習及提交註冊檔案				



加工貿易快線

www.pro-trade.com.hk

「加工貿易快線」導遊

「加工貿易快線」是本港首個專門提供中國加工貿易資訊的網上互動設施，旨在協助香港工商界深入了解中國內地加工貿易業務的營運模式和監管方法，全面、及時地掌握有關的最新信息。

「加工貿易快線」乃廠商會和弘洋顧問有限公司緊密合作的結晶，凝聚了雙方長期為業界服務的知識經驗、熱誠和專業精神。

憑著穩健務實的風格、快捷的反應、深入淺出的演譯和明快細緻的分析，「加工貿易快線」致力於開闢一條營商資訊的綠色通道，一路風光無限，商機處處。

除了提供加工貿易及內地商務知識之外，「加工貿易快線」亦是個全方位的服務平台，兼備資訊傳遞、顧問服務、課程推廣和資料推介等多項增值功能。網站的核心內容包括：

- 加工貿易指南：介紹加工貿易的基本操作模式和實務小常識，並提供實用文件供用戶下載。
- 新聞新知：每月定期更新，追蹤時事熱點，捕捉加工貿易的最新動態。
- 專家專欄：彙集中國商務的家專家和經驗豐富的業內人士，評論提點，暢所欲言。
- 有問有答：列舉常見問題，摘錄精選案例；並特設「問問專家」環節，方便用戶與專家的交流互動。
- 政策傳真：網羅海關、稅務及其他相關政府部門的政策、法令和法規。
- 商會推介：介紹廠商會精心遴選的培訓課程、參考書籍、應用軟件以及用戶專享的特別優惠。
- 用戶工具箱：方便用戶管理個人之帳戶資料。

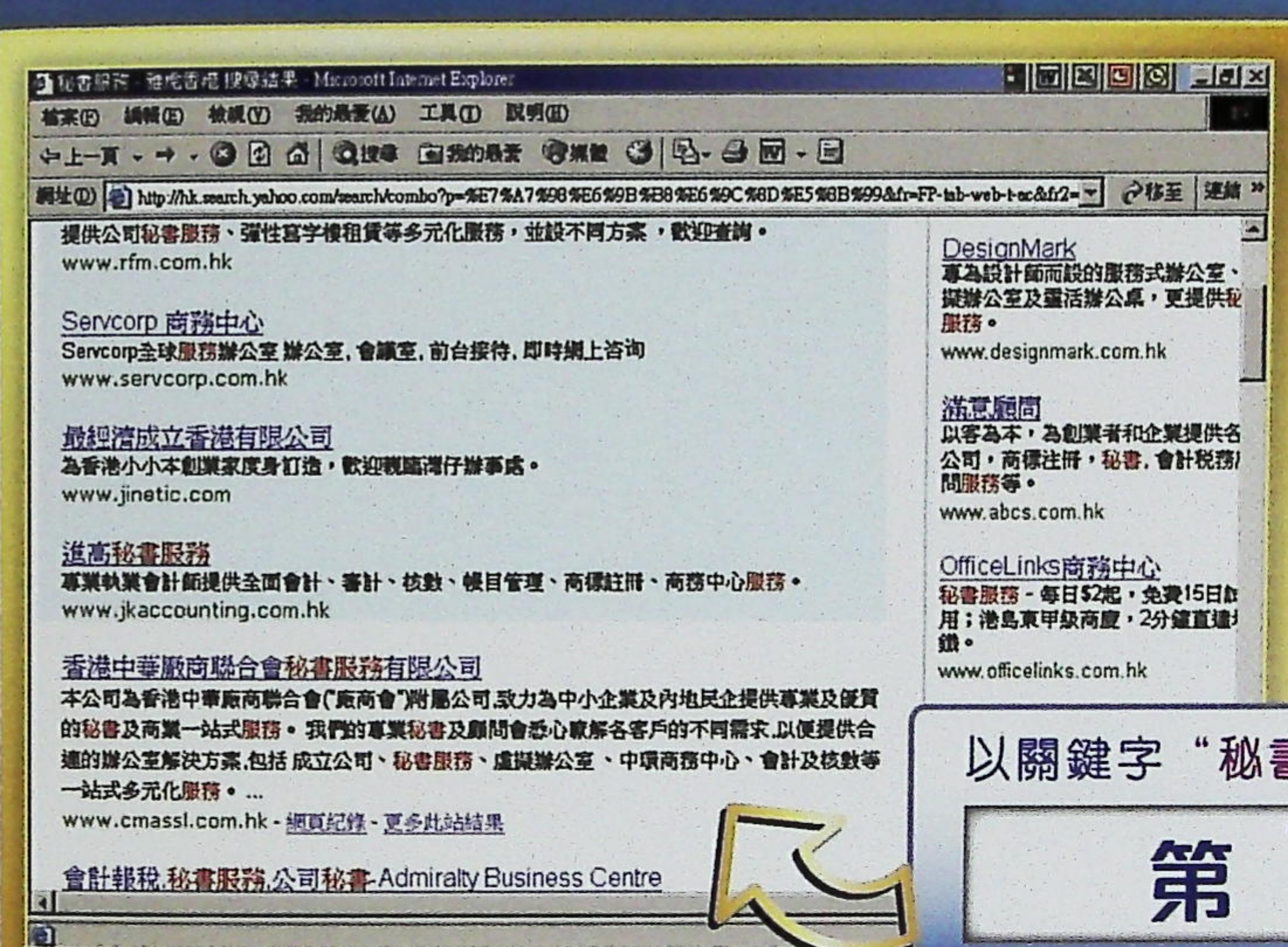
廠商會會員或參加廠商會加工貿易及相關培訓課程的學員可自動享有一定時間的「加工貿易專線」使用權；如有查詢，請聯絡廠商會培訓中心陳小姐（電話：2542 8635，傳真：3421 1092）。

廠商會商業服務最受中小企歡迎

秘書服務及貨運保險均在

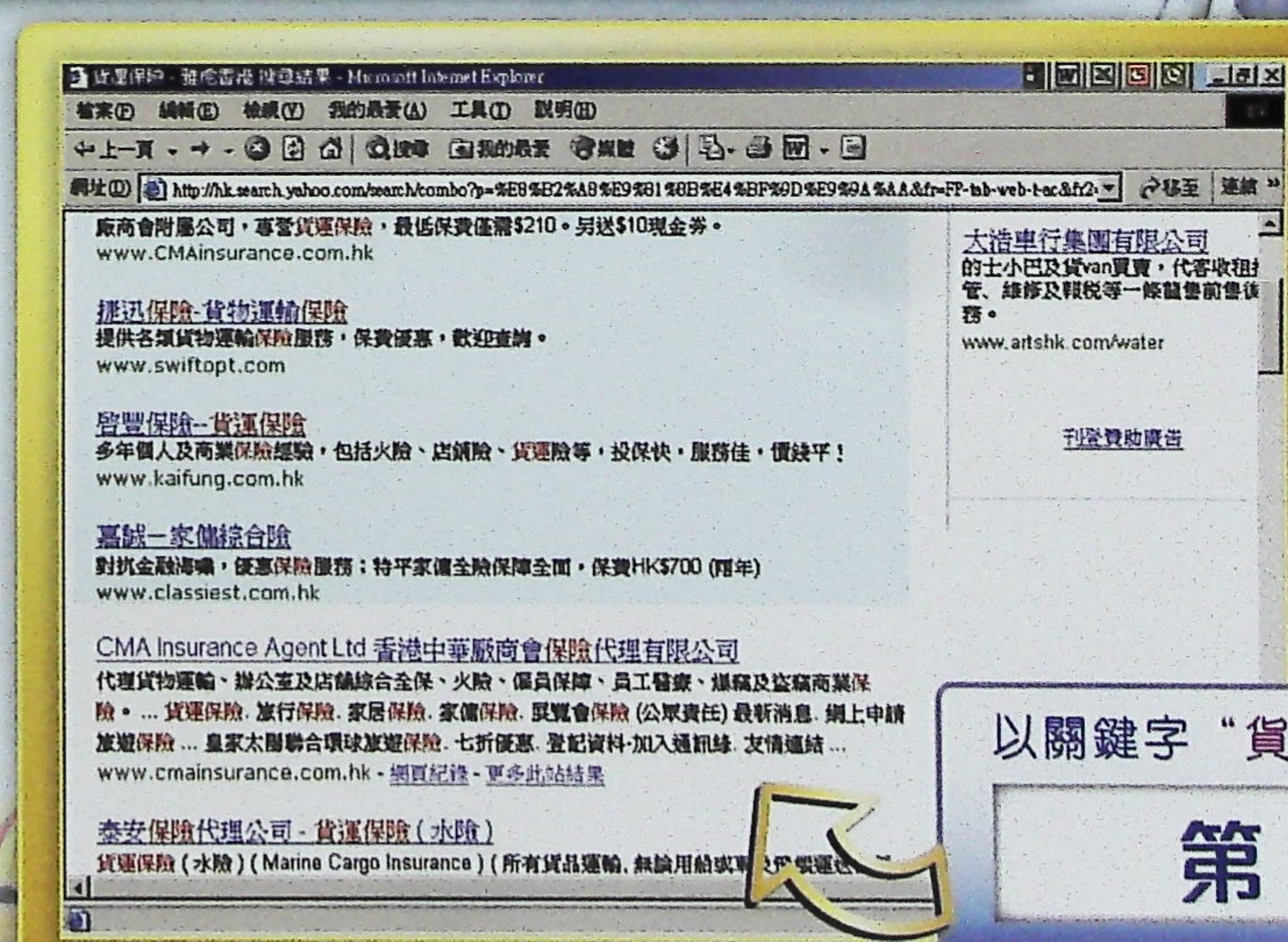
雅虎關鍵字搜尋(Key word searching)結果

第1位



以關鍵字「秘書服務」搜尋結果

第1位



以關鍵字「貨運保險」搜尋結果

第1位

2010年4月29日搜尋結果



香港中華廠商聯合會
保險代理有限公司
CMA Insurance Agent Limited

電話：2390 9811
www.CMAinsurance.com.hk



香港中華廠商聯合會
秘書服務有限公司
CMA Secretarial Services Limited

電話：2542 8615
www.CMAssl.com.hk



香港中華廠商聯合會
保險代理有限公司
CMA Insurance Agent Limited



『專業推介』

1. 貨運保險專門店

『最低保費』只需 **\$199** 及保費率特低——
一般商品只需 **0.059%** (高危地區除外)，
Open Policy 保費率更低。

2. 展覽會第三者(公眾)責任保險

提供多種保障額“套餐”，不論展位的大小，
按保障額劃一收費且收費特廉。

其他暢銷推介

全年旅遊、辦公室/店舖“商業全面保”、勞保、家居
及家傭保險。



中環客戶服務中心

香港中環干諾道中64-66號
廠商會大廈1樓
(中環地鐵站A出口)
電話：2542 8614
傳真：2544 2406
電郵：central@cmainurance.com.hk

旺角客戶服務中心

旺角彌敦道664號
惠豐中心701-2室
(旺角地鐵站D3出口)
電話：2390 3929
傳真：2390 4508
電郵：mk@cmainurance.com.hk

觀塘客戶服務中心

觀塘巧明街111-113號
富利廣場23樓6室
(觀塘地鐵站B3出口)
電話：2344 3380
傳真：2790 4850
電郵：kt@cmainurance.com.hk

客戶服務熱線

2390 9811

www.CMAinsurance.com.hk