

企業雄才

二零一一年
三月
March 2011

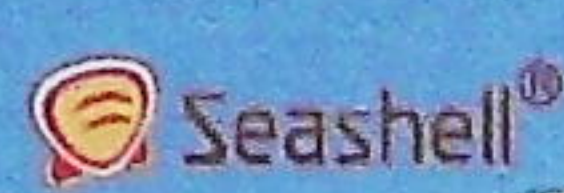
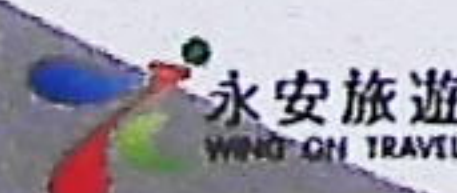
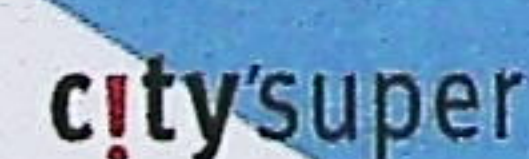
HONG KONG ENTREPRENEUR



2010年香港名牌選舉、香港服務名牌選舉、
香港新星品牌選舉暨香港新星服務品牌選舉



2010 Hong Kong Top Brand Awards &
Hong Kong Top Service Brand Awards and
Hong Kong Emerging Brand Awards &
Hong Kong Emerging Service Brand Awards



律師會會長王桂壠

Huen Wong, President of the Law Society of Hong Kong



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



香港環保卓越計劃 Hong Kong Awards for Environmental Excellence

香港環保
卓越計劃是由
香港政府推動、在
香港具備公信力的獎勵
計劃，旨在鼓勵各行各業持
續推動良好環境管理，並表揚對
環保作出貢獻的機構。2011年度將有
四個項目，即環保標誌、減碳證
書、界別卓越獎及環保
創意卓越獎。

掌握環境管理
拓展綠色商機

企業推行環保是今日不可逆轉的時代趨勢，亦是未來的營商之道，因此盡快建立綠色管理文化，有助企業快人一步抓緊機遇。有見及此，環境保護運動委員會將於4月及5月，舉辦五場不同主題的環保經驗分享研討會，讓業界參考企業環保先鋒的實戰經驗，以洞識先機，掌握優勢。多位來自各行各業的環保先鋒將分享環境管理的策略，以及如何創造綠色商機和增加營運效益。有遠見的企業領袖絕不容錯過。五場研討會詳情如下：

低碳環保新趨勢 2011年4月1日(星期五)
卓越環境管理，提升企業競爭力 2011年4月12日(星期二)
環保智、識、慳、減排措施 2011年4月29日(星期五)
綠色創意展商機 2011年5月6日(星期五)
環保伙伴攜手創雙贏 2011年5月13日(星期五)

時間：下午二時半至五時半 (二時十五分開始登記)
地點：九龍塘達之路78號生產力大樓4樓展示廳
費用：全免

查詢：2788 5872 莊小姐
計劃網頁：www.hkaee.org.hk
電郵：awards@hkaee.org.hk

如有興趣參加上述研討會，請填妥下列表格，並傳真至2776 1617。

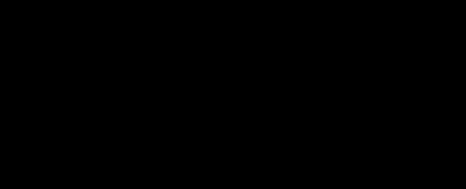
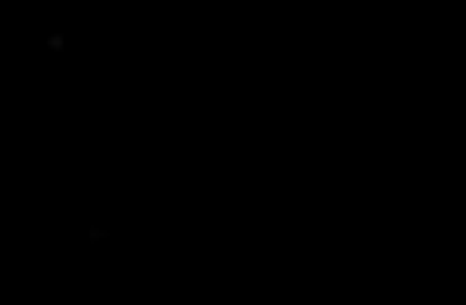
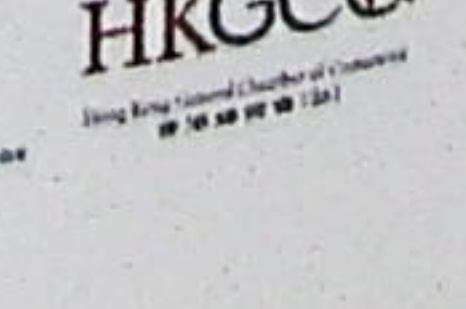
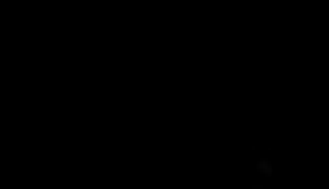
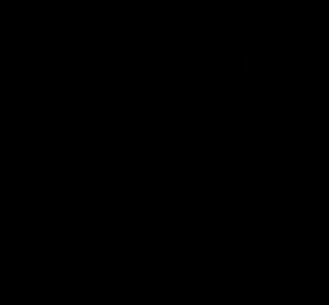
機構名稱：		中小企業？ 是 / 否	
地址：			
電話：	傳真：	行業：	
出席研討會的日期[註]： ☐ 4月1日 ☐ 4月12日 ☐ 4月29日 ☐ 5月6日 ☐ 5月13日			
參加者姓名	職位	電話	電郵
1.			
2.			
3.			

[註]：歡迎參加者出席全部或部份研討會。
出席者可獲主辦機構發出的出席證明書。

贊助機構



主辦機構



P.12



P.38



P.64

目錄 Contents

企業雄才

HONG KONG ENTREPRENEUR
2011年3月號 MARCH 2011

會長序言 Message from President

強化政府的經濟角色
Strengthening Government's Role in Hong Kong's Economic Development 6

立法會內外 Inside LegCo

反壟斷才是維持公平競爭的精髓 8

專題 Focus

2010年香港名牌選舉、香港服務名牌選舉、香港新星品牌選舉暨
香港新星服務品牌選舉

2010 Hong Kong Top Brand Awards & Hong Kong Top Service Brand Awards and
Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards 11

人物專訪 Profile

律師會會長王桂壠
Huen Wong, President of the Law Society of Hong Kong 39

息息「商」關 Business Broadband

金融危機後香港投資市場的發展機遇 43
2011年香港經濟展望 44
小心處理保障性評稅 46
法定最低工資 47
信保局伸延承保範圍助港商拓展內地市場 48

中國貿易錦囊 China Trade Express

內蒙古烏海市 49
加工貿易快線資訊速遞 53
廣東省《關於調整我省企業職工最低工資標準的通知》

科研新知 Technology Updates

三維超聲波柱側彎評估 54

洽談會/展覽會 Conferences/Exhibitions

香港國際珠寶展 55

消閒加油站 Take a Break

型格新派中菜「星宴」 展現香港情懷 56
櫻期有限 賞花要及時 57

檢定中心通訊 CMA Testing News

加拿大危險品法 消費品含鉛量要求修訂
Canadian Hazardous Products Act New Lead Requirements for Consumer Products 58

會員特區 Member Zone

法特意有限公司 輕鬆享受高消費娛樂 60

產品陳列室 Product Showroom

英記茶莊 63
成晉貿易有限公司
彩能控股有限公司

廠商會動態 CMA Activities

研討會/訓練課程 Seminars/Training Courses 64

出版人 Publisher

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

承印 Printer

嘉登有限公司
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 Email: 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 Connaught 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 Email: info@cma.org.hk

旺角辦事處 Mongkok Office

九龍旺角彌敦道655號19樓11室
Rm 11, 19/F, 655 Nathan Road,
Mongkok, Kowloon
電話 Tel: 2393 2189 傳真 Fax: 2789 1869

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號廣東地產大廈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 Email: gzcnquary@cmahina.org

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.

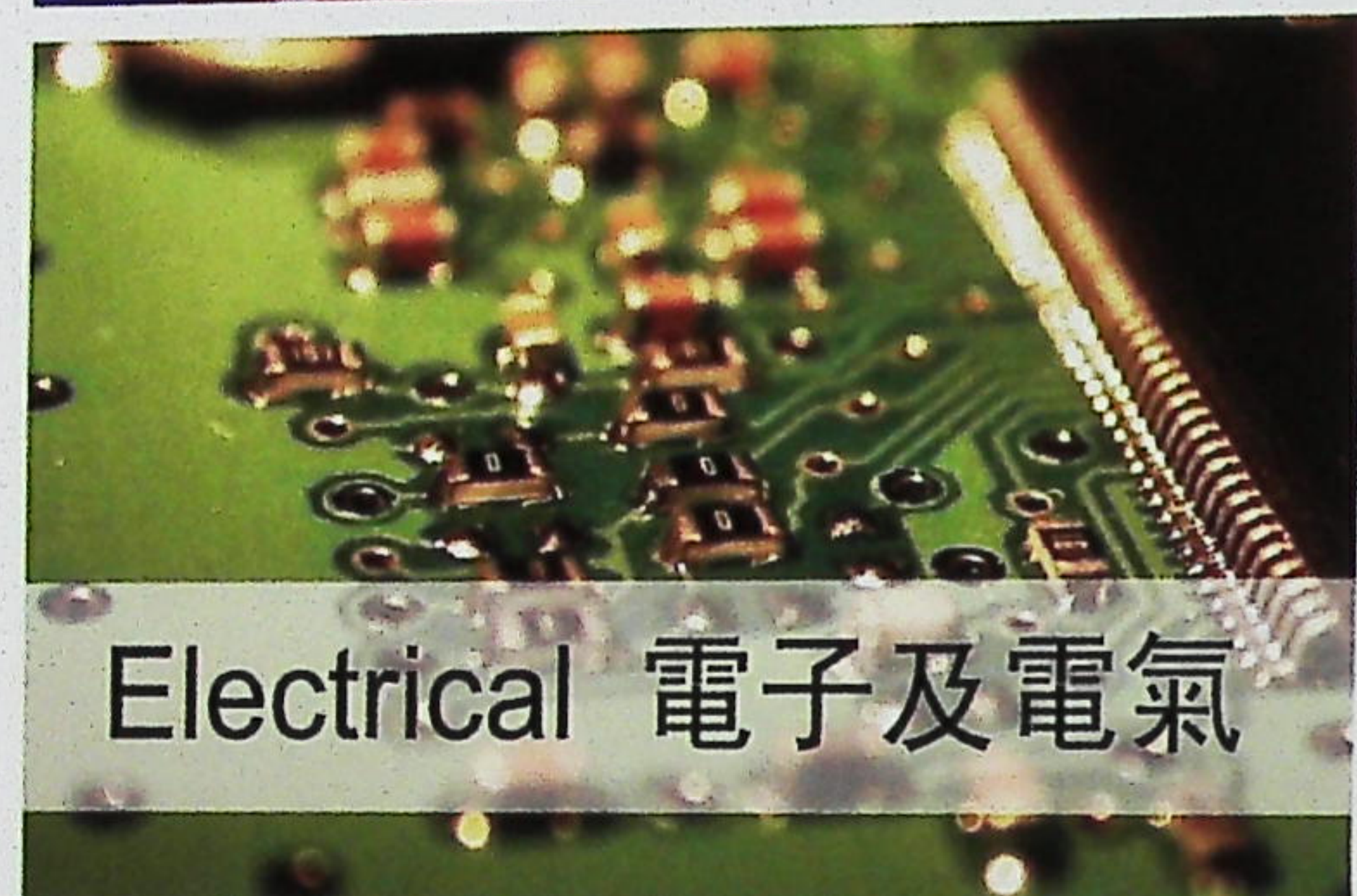
同心發展
caring organisation



Toy 玩具



Factory Service
廠商服務



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



Furniture 傢俬



Cosmetic 化妝品

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

Hong Kong Head Office 香港總辦事處
CMA Industrial Development Foundation Limited 香港中華廠商聯合會工業發展基金有限公司
Rm. 1302 (Office) / 808 (Sample Submission) Yan Hing Ctr., 9-13 Wong Chuk Yeung St., Fo Tan, N.T.
新界沙田火炭黃竹洋街9-13號仁興中心1302室(辦事處)/808室(收辦部)
Tel 電話: (852) 2698 8198
Fax 圖文傳真: (852) 2695 4177
E-mail 電子郵件: info@cmactl.com

CMA Testing 廠商會檢定中心

"Your reliable quality solution partner,
您可靠品質服務的合作夥伴"



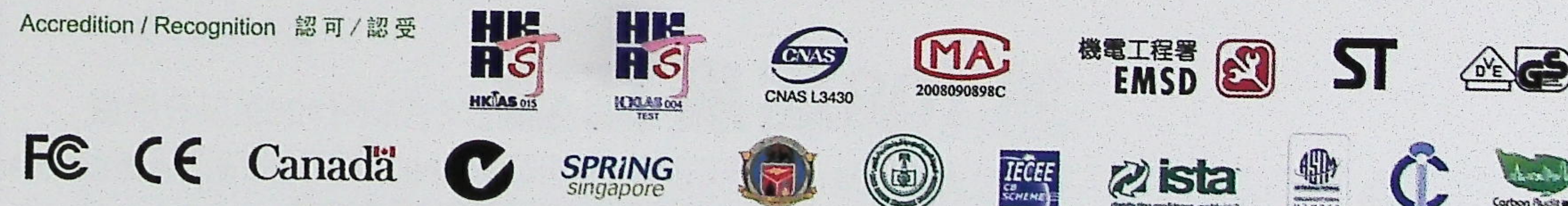
CMA Testing
and Certification
Laboratories
廠商會檢定中心

同心展關懷
caringorganisation
Awarded by The Hong Kong Council of Social Service
香港社會服務聯會頒發

Partners / Joint Ventures 商業合作夥伴



Accreditation / Recognition 認可 / 認受



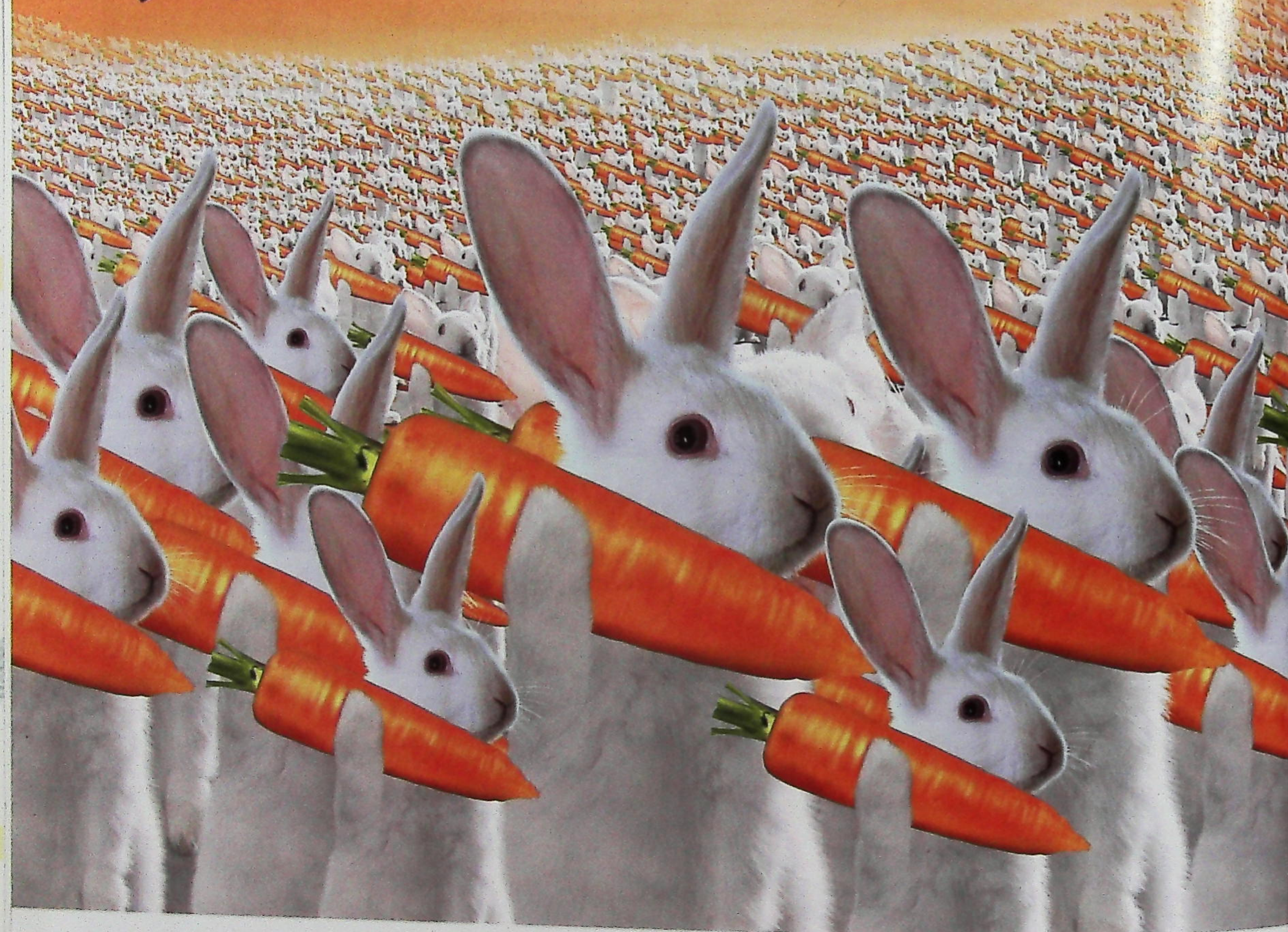
www.cmactl.com

Shenzhen China 中國深圳
CMA Testing and Certification Laboratories (Shenzhen) Limited
譽標檢測(深圳)有限公司
6/F, A3 building, Huatongyuan Logistics Centre, 2 Minzhi Road, Longhua,
Baoan District, Shenzhen, CHINA
深圳市寶安區民治大道華通源物流中心A3樓6樓
Tel 電話: (86) 755 8835 0808 Fax 圖文傳真: (86) 755 8835 1430
E-mail 電子郵件: info.sc@cmactl.com
U.S.A. 美國
3701 Sacramento Street #446, San Francisco, CA 94118, U.S.A.
Tel 電話: (1) 415 379 9161
E-mail 電子郵件: info.us@cmactl.com

Shanghai China 中國上海
CMA Testing and Certification Laboratories (Shanghai) Co., Ltd.
聯合廠商會檢定中心(上海)有限公司
6/F., No.8 Bao Qing Road, Shanghai, CHINA
上海市寶慶路8號科技大廈6樓
Postal Code 郵政編碼: 200031
Tel 電話: (86) 21 6433 0500, 800 820 2824 Fax 圖文傳真: (86) 21 6431 6663
E-mail 電子郵件: info.sh@cmactl.com

Vietnam 越南
159/8 Dao Duy Anh St., Ward 9, Phu Nhuan Dist., Ho Chi Minh City, VIETNAM
Tel 電話: (84) 8 3 997 6268, (84) 8 3 8463 996 Fax 圖文傳真: (84) 8 3 997 6179
E-mail 電子郵件: info.vn@cmactl.com

大生意在中國



第109屆廣交會

在中國，商機一如既往。2011.4.15-5.5，第109屆中國進出口商品交易會，116萬平方米的大空間，5.84萬展位及數百億美元的成交額，展品更多，商機自然更多！

中國進出口商品交易会
CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR
A Road to Friendship & A Bridge to Trade
大商機 贏未來

第一期 2011年4月15日-19日

電子及家電類；五金工具類；機械類；車輛及配件類；建材類；照明類；化工產品類；進口展區

第二期 2011年4月23日-27日

日用消費品類；禮品類；家居裝飾品類

第三期 2011年5月1日-5日

紡織服裝類；鞋類；辦公、箱包及休閒用品類；醫藥及醫療保健類；食品類；進口展區

廣交會客戶聯誼中心

86-20-28-888-999 境外撥打

4000-888-999 內地撥打

www.cantonfair.org.cn

新採購商登陸 www.cantonfair.org.cn 打印邀請函
可免費辦證；並獲贈禮品（數量有限，先到先得）

展覽地點：中國進出口商品交易會展館

主辦單位：中華人民共和國商務部 廣東省人民政府 承辦單位：中國對外貿易中心 傳真：86-20-28395166 E-mail: info@cantonfair.org.cn

中銀信用卡

中銀銀聯香港中華廠商聯合會雙幣白金卡



中銀信用卡與香港中華廠商聯合會攜手推出「中銀銀聯香港中華廠商聯合會雙幣白金卡」，為會員提供更多跨境以至環球消費便利。

- ▶ 本地簽帳以港幣結算，內地簽帳以人民幣結算，節省匯率差額
- ▶ 於內地或海外簽帳，可獲海外簽帳手續費優惠，外遊消費更自在
- ▶ 永久豁免年費

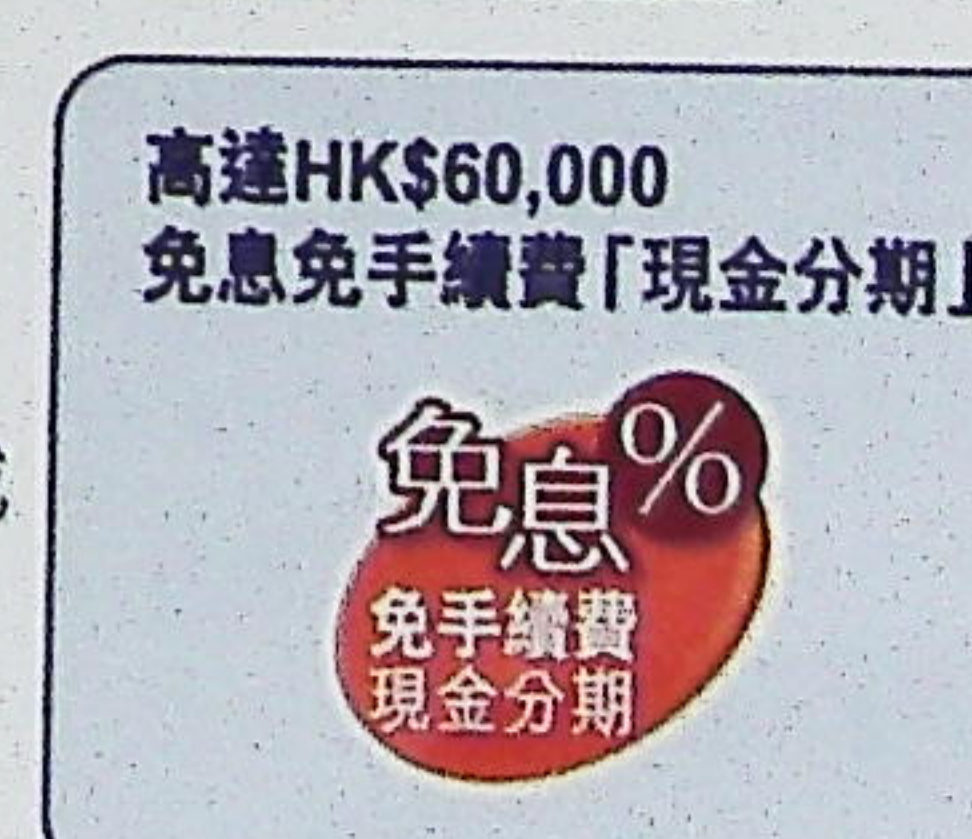
由即日起至2011年6月30日成功申請，新卡戶專享豐富迎新禮品*：



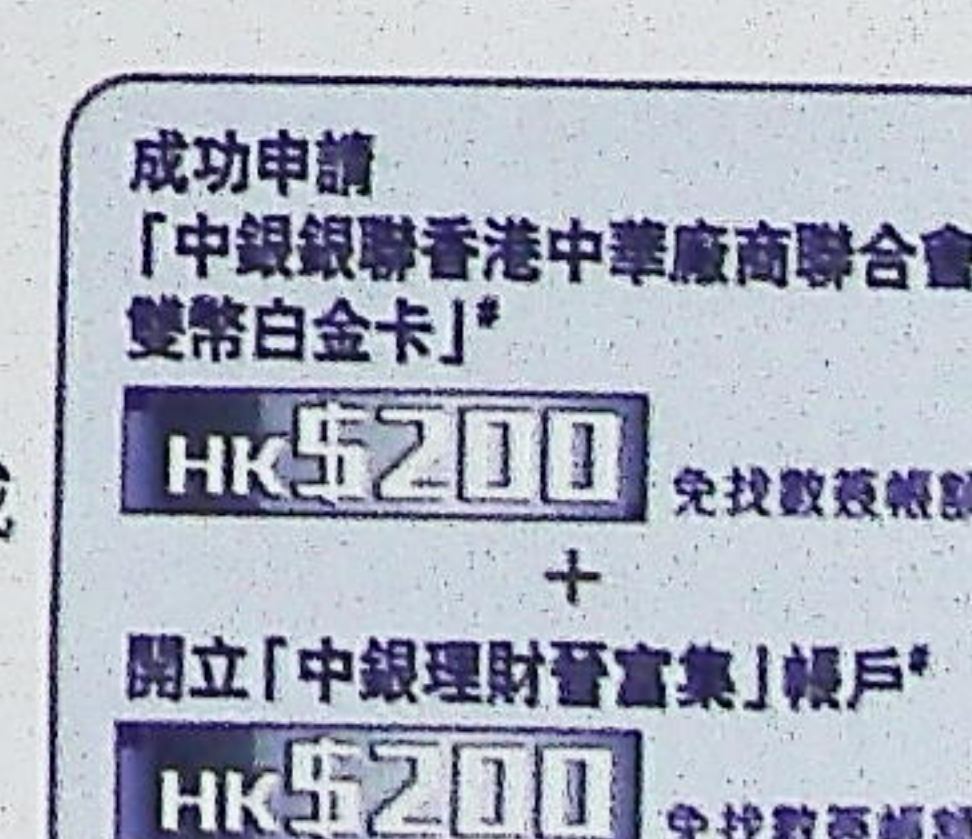
或



或



或



* 請參閱中銀銀聯香港中華廠商聯合會雙幣白金卡推廣優惠條款及細則。
* 只適用於同時開立「中銀理財晉富集」帳戶的新卡戶。

中銀信用卡24小時推廣熱線 (852) 2108 3288
www.boci.com.hk

中銀信用卡(國際)有限公司為中銀香港集團成員



中國銀行(香港)
BANK OF CHINA (HONG KONG)



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

您的最佳選擇
YOUR PREMIER BANK



強化政府的經濟角色

美國傳統基金會月前發表經濟自由度指數的2011年度報告，香港連續第17年膺選為全球最自由的經濟體。香港雖以89.7分高踞榜首，但相對於第二名新加坡的87.2分，領先的優勢其實不算顯著。

雖然香港和新加坡的宏觀經濟管理模式以及政府所擔當的角色迥然不同：香港採取「積極不干預」，新加坡政府則對許多領域均有直接的介入；但兩地經濟自由度的得分卻極為接近。反映了自由經濟不是要求政府袖手旁觀；只要以尊重市場機制的原則為前提兼且干預適度，政府仍然可以有所作為。

本會認為，香港和新加坡最大的分別在於，新加坡政府會主動地釐定和規劃經濟和社會發展方向，並透過政策措施，引導和促進社會資源投向相關領域。或許香港是時候要認真審視新加坡能夠持續創造經濟傳奇和

贏得各方國際評比機構認同的原因，以從中得到借鑑和啟發；而當務之急，應從四個方面著手強化政府的經濟角色。

一是強化政府對產業發展的導向功能。近年香港經濟增長乏力兼且波動性大，社會矛盾趨於尖銳化，均與過分依賴服務業的單一化產業結構有關。政府倡導發展六項優勢產業，無疑是朝這方向邁出了關鍵一步。但政府必須進一步投入資源和提供實在的支援，才能為這些產業的「起錨」創造條件。

二是強化政府對未來發展的規劃能力。香港應把握國家「十二五」規劃的機遇，盡快制定自己的發展目標、策略及具體的落實方案作出配合，更應著手建立系統化的規劃和執行機制，主動與國家和廣東省的發展規劃相銜接。

三是強化政府作為「積極市場推動者」的角色。政府宜改變「香港本位」的心態，積極「走出去」，參與區域的雙邊和多邊經貿合作組織，並透過駐外經貿辦事處，進一步協助本港企業在海外和內地市場的發展。

四是強化財政政策對經濟發展的調節作用。除了確立和貫徹反經濟周期的財政理念之外，本港亦應調整財政支出長期向社會發展項目傾斜的現況，適當增加政府對經濟發展的投入，並應積極考慮為企業的研究開發、創新活動提供財稅誘因，以推動產業朝高增長的方向邁進。

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

Strengthening Government's Role in Hong Kong's Economic Development

The Heritage Foundation has in its 2011 report ranked Hong Kong as the world's freest economy for the seventeenth consecutive year. Singapore again trails as a close second, with 87.2 points as opposed to Hong Kong's 89.7.

It is noteworthy that while Hong Kong and Singapore adopt visibly different macroeconomic management philosophy – the former well known for its so-called "positive non-interventionism" and the latter often exercising unabashed intervention in specific economic and other activities – their scores on the Heritage Foundation index are very close to each other. This demonstrates that there is no necessary correlation between a free economy and the degree of government intervention. In other words, it is entirely possible for a government to be economically successful as long as the principles of market mechanism are adhered to and intervention is carried out with moderation.

The main difference between Hong Kong and Singapore lies in the fact that the Singapore government is taking a proactive stance in setting and planning the direction for economic and social development, with adequate resources being provided where they are most needed through appropriate

policy measures. We are of the view that it is time Hong Kong carefully reviewed the reasons for Singapore's legendary economic success and for its ability to earn constant recognition from international rating agencies, with a view to taking a lesson or two in the process.

In our opinion, the Hong Kong SAR Government should as a matter of priority strengthen its role in four areas. First, it should provide a stronger steer than hitherto in terms of economic development. In the past few years, largely because of its over-dependence on the service industry, Hong Kong's economic growth has been marked by stagnation on the one hand and volatility on the other. The six pillar industries proposed earlier by the Government are undoubtedly a big leap forward and in the right direction. But more resources and practical assistance should be made available in order to create a favourable environment to incubate these industries.

Second, our planning capability should be enhanced. We should also seize the opportunities of the National 12th Five Year Plan to put in place our development goals, dovetailing our own plans with those of our nation and Guangdong Province, and devising appropriate strategies for implementation.

Third, the Government should actively become a "market enabler". It should change its "Hong Kong-orientated" mindset, and should instead be a more proactive market player, getting more involved in regional and international bilateral and multilateral economic and trade organizations. We suggest that profitable use can be made of our various Economic and Trade Offices to tap into the Mainland and overseas markets.

Lastly, we should strengthen our fiscal policies to regulate economic development. In addition to introducing anti-cyclical fiscal policies, Hong Kong should correct its traditional bias towards social development. We are not saying social development is unimportant, but support for it need not be at the expense of economic development. We reckon that industry can do with much more financial support such as tax incentives for R & D and innovation projects in order to move up the value chain, ultimately benefitting the society as a whole.

David Y. K. Wong
Dr David Y K Wong JP
President

反壟斷才是維持公平競爭的精髓



廠商會立法會代表 林大輝議員

競爭法包含兩大骨幹元素：反不公平競爭法及反壟斷法。兩者性質上非常接近；按一般理解，前者是維持和調節社會上的公平競爭環境，對大企業較為有利，因為市場環境趨於劃一和公平，大企業和中小企業便在同一起跑線上作出競爭，大企業可發揮其規模和資源上的優勢，淘汰中小企業對手而形成寡頭或單一壟斷的局面，最終反而不能保障消費者的利益；後者則是針對大企業在市場內形成寡頭壟斷的行為，有保障中小企業經營環境的含意，因為在公平競爭的環境下，中小企業很難與大集團競爭，有可能扼殺中小企業的生存空間。因此，競爭法的兩大骨幹元素其實在邏輯上存在固有的矛盾，施政者很難兩者兼得。

香港的電訊市場、能源供應市場、地產建設市場、連鎖零售市場等行業，過去便因為出現寡頭壟斷所催生的問題，香港特區政府才推出規範個別行業的公平競爭法例。正因政府在2000年及2001年分別在《電訊條例》及《廣播條例》加入規範反競爭行為及濫用市場支配地位的條文，並在實施後

未遇上重大的技術困難或違規行為；政府便食髓知味，提出極具爭議的全面性競爭法。但是，政府好像忘記，電訊和廣播行業等市場雖然是由一至兩家大型企業壟斷市場，但其餘所謂被欺壓的少數「弱者」，其實亦是營業額動輒以億元計的大財團。這些市場內根本很少甚至不存在中小企業，競爭法對中小企業所衍生的問題一直隱藏在法例的「陰暗面」。簡言之，當時政府所制訂的競爭法例，實際是以反壟斷作為規管目的，與今天提出所謂「一視同仁」的競爭法存在很大的本質差異。

香港只是一個彈丸之地，亦是一個小型及開放的自由經濟體系。由於香港過去一直非常倚賴海外市場，亦很重視海外投資者的參與，因而一直保留著差不多是全球最簡單的稅制及最寬鬆的營商規管環境。事實上，根據以往的經驗，香港很少發生嚴重違反公平競爭的行為，過去亦只有電訊、能源供應、地產建設等寥寥可數的行業，曾出現不公平競爭的個案。因為只有這類資本需求偏高的行業，才有足夠市場容量容納數個大財團參與競爭，一般行業是甚少出現少數寡頭壟斷與多個中小企業並存及競爭的現象。政府今次推出「一刀切」監管，實質上沒有考慮到香港的特殊情況。反而，新法例有可能波及其他原本相安無事的市場，與違反競爭行為「風馬牛不相及」的中小企業反而有機會成為代罪羔羊，正好印證「世上本無事，庸人自擾之」的諺語！

政府提出競爭法的另一個「捉錯用神」的地方，是以市場遼闊、跨國企業林立的美國、歐盟等市場的競爭法，作為制訂香港競爭法例的藍本。雖

然，歐美等國的中小企比重與香港不相伯仲，數量比率亦接近98%，但歐美市場是擁有跨國企業寸土必爭的重要市場，市場規模之大亦具備更大誘因促使跨國集團以身試法，香港的市況則不盡相同。擬議中的競爭法條文亦包含很多模稜兩可、含糊不清的地方。例如，用作豁免中小企指標的低額模式、「受害人」可提出私人或獨立訴訟等條文，隨時有可能成為大企業打擊或排斥中小企對手的工具，亦很容易令資源不足的中小企有口難言，成為競爭法的犧牲品。這種「圖圖吞棗」的做法，不但不能為香港創造公平的競爭環境，更加可能會適得其反，反壟斷的功能未能有效發揮。

香港的中小企業業界普遍認為，香港維繫公平競爭的不二法門是制訂反壟斷法，而不是各行各業皆要通用的反不公平競爭法例。畢竟，市民最關注的是大財團有否利用本身的市場優勢控制商品價格，市民及各界亦難以接受一個「倒模式」和「形神俱不似」的競爭法。



The Hong Kong Mortgage Corporation Limited
香港按揭證券有限公司

想你的生意突圍而出？

中小企融資擔保計劃

貸款更容易 靈活調配資金發展業務

香港按揭證券有限公司已經推出「中小企融資擔保計劃」，協助企業更輕鬆借得銀行貸款，有機會減低借貸成本之餘，更可能借得更多資金發展業務，在市場突圍而出！即使環境轉變、危機到來，「中小企融資擔保計劃」仍然會提供一個具持續性及穩健可靠的融資平台，讓企業至為放心。

有關「中小企融資擔保計劃」的詳情，請向各大銀行查詢或瀏覽 www.hkmc.com.hk





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
信保易link

☎ 2732 9988



主禮嘉賓財政司司長曾俊華（前排左四）、本會會長黃友嘉（前排右四）、品牌局主席陳淑玲（前排左三）、品牌局副主席倪錦輝（前排右二）、評判團成員及得獎公司代表於2010年香港名牌選舉暨香港服務名牌選舉及香港新星品牌選舉暨香港新星服務品牌選舉頒獎禮上合照。

Guest-of-honour Financial Secretary Hon John Tsang (4th from the left, front row); CMA President Dr David Wong (4th from the right, front row); Chairman of BDC Ms Shirley Chan (3rd from the left, front row); Vice Chairman of BDC Dr Danny Ngai (2nd from the right, front row); panel judges; and the winning companies pose for a photo at the 2010 Hong Kong Top Brand Awards & Hong Kong Top Service Brand Awards and the Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards Presentation Ceremony.

2010年香港名牌選舉、 香港服務名牌選舉、香港新星品牌選舉暨 香港新星服務品牌選舉

由香港品牌發展局與本會聯合主辦的2010年「香港名牌選舉」、「香港服務名牌選舉」、「香港新星品牌選舉暨香港新星服務品牌選舉」分別於1月4日、5日及6日舉行決賽。經過嚴格篩選和激烈的競爭，「香港名牌選舉」和「香港服務名牌選舉」各有13個傑出產品品牌及9個服務品牌奪取了本屆選舉的多個獎項，包括「香港名牌」、「香港服務名牌」、「香港卓越名牌」及「香港名牌十年成就獎」；而「香港新星品牌選舉」及「香港新星服務品牌選舉」則分別各有5個品牌獲獎。

18品牌奪「香港名牌」及「香港服務名牌」殊榮

近年，主辦機構增設了「香港名牌十年成就獎」榮譽獎項，以表彰在品牌創建方面作出持續努力，並取得傑出成就的往屆得獎者；獲此獎項的品牌必須是「香港卓越名牌」的得獎者，而且首次獲獎的歷史不少於10年。今屆「香港名牌十年成就獎」得主包括「余仁生」和「金妹牌」。

本屆榮膺「香港名牌」的9個獲獎者包括「AA」、「阿一」、「冠玲瓏」、「盈活雲芝」、「Natural Home」、「奧的亮」、「百成堂」、「科

譽」及「寶康達」（排名不分先後）。另外，兩家往屆「香港名牌」的獲獎者「雞仔嘜」及「位元堂」再度參賽，成績彪炳，獲主辦機構頒授一項更高殊榮的獎項——「香港卓越名牌」。

此外，今年第六次舉辦的「香港服務名牌選舉」同樣獲得業界的熱烈反應。經過激烈的角力，9個本地服務品牌榮膺「香港服務名牌」，包括「金至尊」、「city'super」、「華潤堂」、「洋紫荊維港遊」、「康業」、「三聯書店」、「領匯」、「詠泰園」及「永安旅遊」（排名不分先後）。



2010年香港名牌選舉決賽評審團成員。
Final judging panel of the 2010 Hong Kong Top Brand Awards.



2010年香港服務名牌選舉決賽評審團成員。
Final judging panel of the 2010 Hong Kong Top Service Brand Awards.



2010年香港新星品牌選舉暨香港新星服務品牌選舉決賽評審團成員。
Final judging panel of the 2010 Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards.

根據主辦單位規定，角逐「香港名牌選舉」的品牌必須在香港創立或與香港有實質的密切聯繫；而參賽公司必須在香港註冊，並擁有對參賽品牌的製造、銷售或經營專有權。選舉主要依照六項標準進行評審，包括知名度（香港、中國大陸及海外）、經營特色、創新意念、品質、形象、以及環保及社會責任等。主辦單位希望，表彰香港公司創立的傑出品牌，激勵港商精益求精，並提升香港產品的知名度，增強社會各界、海外商家及消費者對香港品牌的認識。

10 品牌榮膺首屆「香港新星品牌」及「香港新星服務品牌」

為進一步推動香港企業樹立品牌文化，主辦機構再創新猷，從今屆起增設「香港新星品牌選舉暨香港新星服務品牌選舉」，表彰本地優秀的青年品牌，激勵中小企業透過創立品牌提升增值能力和競爭能力，並喚起社會對「品牌創業者」的重視。

經過連串角逐，10個年青的品牌脫穎而出，膺獲「香港新星品牌」和「香港新星服務品牌」，成為首屆的「摘星」新世代。「香

港新星品牌」得獎者包括「Earthbuddy」、「怡屋美」、「澳威」、「海貝」及「紫花油」（排名不分先後）；另外，5個服務品牌獲得「香港新星服務品牌」，包括「CP一電通」、「BannerSHOP」、「小肥牛火鍋活魚專門店」、「好安心」及「御苑皇宴」（排名不分先後）。

「香港新星品牌選舉暨香港新星服務品牌選舉」的評審標準亦延



本會會長黃友嘉（右）致送紀念品予創意香港辦公室創意總監廖永亮。
CMA President Dr David Wong (right) presents a souvenir to Mr Jerry Liu, Head of Create Hong Kong, Hong Kong SAR Government.

用了「香港名牌選舉」及「香港服務名牌選舉」的標準，以知名度等六項準則評核，但重點會放在創意及品質方面。

決賽競爭激烈

「香港名牌選舉」決賽評審團由工業貿易署署長關錫寧擔任主席，其他評審委員則來自本港多個主要工商機構，包括香港中華廠商聯合會會長黃友嘉、香港品牌發展局主席陳淑玲、香港生產力促進局主席陳鎮仁、香港工業總會副主席鍾志平、香港貿易發展局助理總裁葉澤恩及香港設計師協會主席施家禮。「香港服務名牌選舉」的評審團主席由創新科技署署長王榮珍擔任主席，其他評審包括香港理工大學校長唐偉章、香港品牌發展局副主席倪錦輝、香港中華總商會副會長方文雄、香港總商會理事余鵬春、香港零售管理協會副主席陸楷及香港旅遊發展局主席田北俊；而新增的「新星品牌選舉暨新星服務品牌選舉」則由同一個評審團負責決賽評審，並由創意香港辦公室總監廖永亮擔任評審團主席。

在決賽過程中，兩個選舉的評審團分別聽取入圍公司的介紹，並依據六項評審標準對各參賽品牌逐項評分。選舉亦設有公眾投

票環節，市民可在參觀工展會時即場投票；而現場投票的成績亦是決賽評分的依據之一。今年兩項的公眾投票均吸引成千上萬市民參與。

財政司司長任頒獎嘉賓

2010年「香港名牌選舉、香港服務名牌選舉、香港新星品牌選舉暨香港新星服務品牌選舉」頒獎禮於1月24日假香港會議展覽中心隆重舉行，出席嘉賓逾300人，場面熱鬧。頒獎禮邀得香港特區政府財政司司長曾俊華主禮，聯同工業貿易署署長關錫寧、創新科技署署長王榮珍及創意香港辦公室創意總監廖永亮頒發獎座予各間得獎公司。其他出席嘉賓尚包括本會會長、副會長、名譽會長及會董，選舉評判，工商先進及各得獎公司代表等。

本會副會長兼品牌局主席陳淑玲於頒獎禮致辭時表示，踏入2011年，香港經濟承接上年的強勁升勢，保持增長動力，各行各業呈現萬象更新的可喜局面。但對業界來說，



本會會長黃友嘉（左）致送紀念品予頒獎禮主禮嘉賓財政司司長曾俊華。
CMA President Dr David Wong (left) presents a souvenir to the guest-of-honour of the Awards Presentation Ceremony Financial Secretary Hon John Tsang.



頒獎禮表揚本港多個知名品牌。
The Awards Presentation Ceremony commends the outstanding performance of Hong Kong brands.

未來的發展前景將更具挑戰性。隨著中國等新興市場迅速崛起，世界經濟的重心東移，為企業創造巨大的商機，亦帶來前所未有的考驗。另一方面，國家展開第十二個「五年規劃」，推動經濟發展方式的轉變，「珠三角」產業轉型勢必進一步深化，促使業界必須在產品定位、業務模式、經營理念以及管理思維上作出調整。毫無疑問，創建品牌已越來越成為企業建立競爭力的必要策略，更是港商開拓內地市場的致勝之道。

她續稱，品牌局和廠商會一直都致力於促進和協助本地企業，特別是中小企踏上品牌發展之路。「香港名牌選舉」和「香港服務名牌選舉」分別創立於1999年和2005年，是本地歷史最悠久、最具代表性的品牌評審活動之一。經過多年努力，兩個選舉累計的得獎品牌至今已超過180個，成為一項深入民心的殊榮以及廣受認同的信心標誌。

承蒙香港貿易發展局支持，得獎公司的產品或資料於1月24日至31日期間，假香港會議展覽中心底層「設計廊」展出。



得獎產品於香港會議展覽中心「設計廊」展出。
The products of the winners are showcased at the Design Gallery at the Hong Kong Convention and Exhibition Centre.

2010 年香港名牌選舉

香港名牌十年成就獎



品牌：余仁生
公司：余仁生（香港）有限公司
品牌創立年份：1879 年
主要產品：金牌白鳳丸、保嬰丹、猴棗末、極品燕窩系列、特效全靈芝破壁孢子



品牌：金妹牌
公司：四洲貿易有限公司
品牌創立年份：1970 年
主要產品：火腿、肉腸、午餐肉、丸類、叉燒

香港卓越名牌



品牌：雞仔嘜
公司：震歐線衫廠有限公司
品牌創立年份：1953 年
主要產品：全棉、純羊毛內衣、心膚吸智能保暖內衣、純羊毛外衣、全棉線衫、時裝系列



品牌：位元堂
公司：位元堂藥廠有限公司
品牌創立年份：1897 年
主要產品：食用補充品、中藥保健產品、中成藥產品、健康飲品沖劑、健康食品

香港名牌



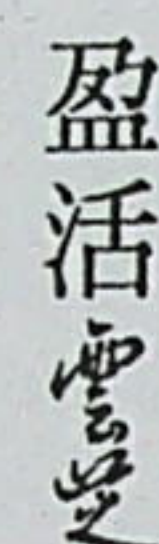
品牌：AA
公司：海洲實業有限公司
品牌創立年份：1985 年
主要產品：魚缸套裝、過濾器、水泵、魚缸照明裝置、魚糧



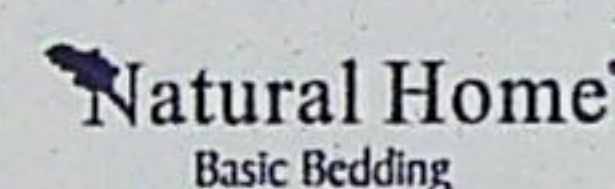
品牌：阿一
公司：阿一鮑魚公主（香港）有限公司
品牌創立年份：1984 年
主要產品：即食食品（鮑魚、魚翅、燕窩）



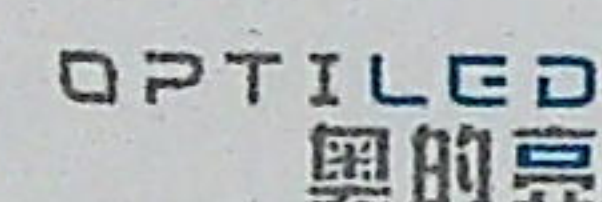
品牌：冠玲瓏
公司：古珀行珠寶有限公司
品牌創立年份：2006 年
主要產品：鑽石首飾



品牌：盈活雲芝
公司：維特健靈健康產品有限公司
品牌創立年份：1995 年
主要產品：食用補充品（盈活雲芝）



品牌：Natural Home
公司：溢豐閣羽絨寢品有限公司
品牌創立年份：1993 年
主要產品：床上用品、枕頭



品牌：奧的亮
公司：奧的亮照明國際有限公司
品牌創立年份：2000 年
主要產品：LED 射燈、LED 筒燈、LED 軟帶、LED 光管、LED 燈泡



品牌：百成堂
公司：百成堂參茸行有限公司
品牌創立年份：1920 年
主要產品：野生冬蟲夏草、燕窩產品、珍貴中藥、中藥保健產品、參茸海味



品牌：科譽
公司：科譽（香港）有限公司
品牌創立年份：1995 年
主要產品：辦公室家具、辦公室座椅



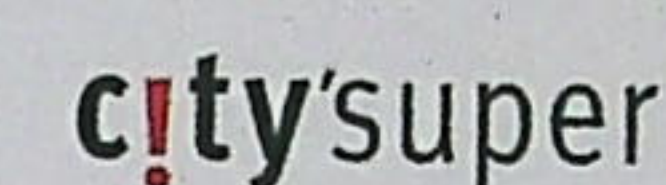
品牌：寶康達
公司：昇鋒國際有限公司
品牌創立年份：2003 年
主要產品：快速智能煲、五穀養生機、無線吸塵機、陶瓷暖氣機、加濕機

2010 年香港服務名牌選舉

香港服務名牌



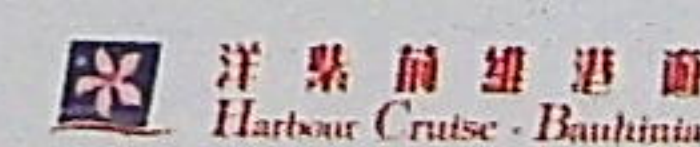
品牌：金至尊
公司：金至尊珠寶（香港）有限公司
品牌創立年份：1999 年
主要服務：零售（貴金屬、珠寶首飾）



品牌：city'super
公司：City Super Ltd
品牌創立年份：1996 年
主要服務：大型品味生活專門店



品牌：華潤堂
公司：華潤堂有限公司
品牌創立年份：2003 年
主要服務：零售（傳統滋補品、中西保健产品及藥品、健康食品、護理品）、中醫門診及配藥服務



品牌：洋紫荊維港遊
公司：佳力酒店管理有限公司
品牌創立年份：1998 年
主要服務：水上客運及餐飲食肆



品牌：康業
公司：康業服務有限公司
品牌創立年份：1967 年
主要服務：物業及設施管理



品牌：三聯書店
公司：三聯書店（香港）有限公司
品牌創立年份：1948 年
主要服務：書籍零售及出版



品牌：領匯
公司：領匯管理有限公司
品牌創立年份：2005 年
主要服務：零售設施及停車場管理



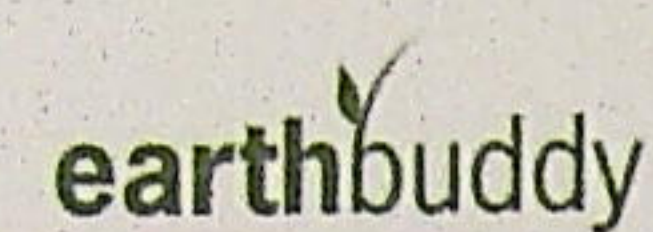
品牌：詠藜園
公司：詠藜園（黃埔）有限公司
品牌創立年份：1947 年
主要服務：中菜餐館



品牌：永安旅遊
公司：香港永安旅遊有限公司
品牌創立年份：1964 年
主要服務：出境旅行團、機票及酒店套票、國際郵輪產品、獨立組團服務、本地海上遊

2010 年香港新星名牌選舉

香港新星名牌



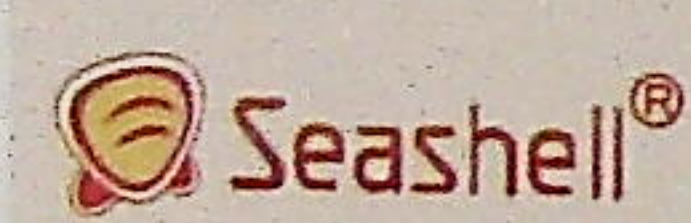
品牌：Earthbuddy
公司：球誼（知識產權）有限公司
品牌創立年份：2005 年
主要產品：可降解容器及包裝用品



品牌：怡屋美
公司：葆達實業有限公司
品牌創立年份：2007 年
主要產品：儲物袋、真空儲物袋、洗衣袋、食物袋



品牌：澳威
公司：傲威國際有限公司
創立年份：2005 年
主要產品：多用途乾衣機、多用途摺合式衣櫃、摺合式晾衣架、暖風機



品牌：海貝
公司：三和科技有限公司
品牌創立年份：2009 年
主要產品：數碼相機防水殼



品牌：紫花油
公司：華星製藥有限公司
品牌創立年份：2007 年
主要產品：紫花油

香港新星服務名牌



品牌：CP 一電通
公司：香港工程網絡資料有限公司
品牌創立年份：2009 年
主要服務：管綫測量、地理資訊系統管理、管綫資料管理及顧問



品牌：BannerSHOP
公司：彩圖站有限公司
品牌創立年份：2003 年
主要服務：數碼噴畫



品牌：小肥牛火鍋活魚專門店
公司：國茂有限公司
品牌創立年份：2004 年
主要服務：中菜餐館（火鍋）



品牌：好安心
公司：好安心專業陪月服務有限公司
品牌創立年份：2008 年
主要服務：陪月及嬰幼兒照顧服務



品牌：御苑皇宴
公司：叙福樓餐飲有限公司
品牌創立年份：2007 年
主要服務：中菜餐館

2010 Hong Kong Top Brand Awards & Hong Kong Top Service Brand Awards and Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards

Jointly organized by the Hong Kong Brand Development Council (BDC) and this Association, the final judging of the 2010 Hong Kong Top Brand Awards, Hong Kong Top Service Brand Awards and Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards were held on 4, 5 and 6 January respectively. Through rigorous selection, 13 and 9 brands have won various prizes under the two Awards categories, including "Hong Kong Top Brand", "Hong Kong Top Service Brand", "Hong Kong Premier Brand" and "Hong Kong Top Brand Ten Year Achievement Award", while 5 brands have won the Hong Kong Emerging Brand Awards and the Hong Kong Emerging Service Brand Awards respectively.

18 Outstanding Brands won "Hong Kong Top Brand Awards & Hong Kong Top Service Brand Awards"

Since 2008, the BDC has introduced a new award category, namely the "Hong Kong Top Brand Ten Year Achievement Award". This Award is an honorary award. To be eligible, the candidate should have been a winner of "Hong Kong Premier Brand" and have conferred the title of "Hong Kong Top Brand" for at least ten years. "Eu Yan Sang" and "Maid Brand" were selected as this year's awardees.

The nine winners of the "Hong Kong Top Brand" are "AA", "Ah Yat", "Coronet Solitaire", "G. E. Yunzhi Essence", "Natural Home", "OPTILED", "Pak Shing Tong", "POSH"



品牌局主席陳淑玲於頒獎禮上致辭。
BDC Chairman Ms Shirley Chan delivers a speech on the occasion.

and "Primada" (in alphabetical order). Two past winners, namely "Chicks" and "Wai Yuen Tong", also participated in this year's competition, and they have been conferred the "Hong Kong Premier Brand Award", an upper echelon to commend past winners that have exhibited sustainable success in brand-building.

The 2010 "Hong Kong Top Service Brand Awards" also received enthusiastic response from the service industries. After fierce competition, nine outstanding brands have been selected as the awardees of the "Hong Kong Top Service Brand", including "3D-Gold", "city'super", "CRCare", "Harbour Cruise-Bauhinia", "Hong Yip", "Joint Publishing", "The Link", "Wing Lai Yuen" and "Wing On Travel" (in alphabetical order).

The Awards aims to give recognition to outstanding brandnames established by Hong Kong companies, to encourage local enterprises in pursuit of excellence, to promote Hong Kong products, and to enhance the profile, both locally and internationally, of Hong Kong industries. As per the requirements of both of the Awards, any entry brand should be established in Hong Kong or have substantially close relations with Hong Kong; and the entry company should have been registered in Hong Kong, and possess exclusive rights to fully control the production, distribution or other operational activities under the entry brandname. Entrants have to go through a rigorous vetting process comprising Review of Judging Panel, Public Polling and On-site

Assessment; and the judging is primarily based on six criteria, namely Reputation (Hong Kong, Mainland & Overseas), Distinctiveness, Innovation, Quality, Image, as well as Environmental Performance and Social Responsibility.

10 Brands won the first "Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards"

As an initiative to inculcate a branding culture in Hong Kong, the BDC and the CMA have launched a new scheme namely the "Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards". This Scheme aims to give recognition to up-and-coming young brands established by local companies; and to give a boost to these "brand entrepreneurs" and encourage the Hong Kong industries especially the SMEs to embrace an enterprising spirit and to enhance the value-added attributes and competitiveness of Hong Kong products and services through branding.

After a series of competition, 10 young labels have stood out from the maiden selection of "Hong Kong Emerging Brands and Hong Kong Emerging Brands Awards", adding a new chapter to the legendary epic of Hong Kong's brand development. The "Hong



本會會長黃友嘉(左)致送紀念品予工業貿易署署長關錫寧。
CMA President Dr David Wong (left) presents a souvenir to Ms Maria Kwan, Director-General of Trade and Industry.

Kong Emerging Brand Awards", including "Earthbuddy", "Ecomelife", "Owell", "Seashell" and "Zihua Embrocation" (in alphabetical order). Whilst five brands have been selected as the awardees of the "Hong Kong Emerging Service Brand Awards", including "1 CallPower", "BannerSHOP", "Calf Bone King", "Mother's Angel" and "The Bandqueting House" (in alphabetical order).

The assessment of the Emerging Awards was based on six criteria, i.e. Reputation, Distinctiveness, Innovation, Quality, Image and Environmental Performance and Social Responsibility, yet with an emphasis on Innovation and Quality.

Keen Competition Among Shortlisted Companies

Ms Maria Kwan, Director-General of Trade and Industry, headed the Final Judging Panel of Hong Kong Top Brand Awards consisting of Dr David Wong, President of CMA; Ms Shirley Chan, Chairman of the Hong Kong Brand Development Council; Mr Clement Chen, Chairman of the Hong Kong Productivity Council; Dr Roy Chung, Vice Chairman of the Federation of Hong Kong Industries; Mr Raymond Yip, Assistant Executive Director of Hong Kong Trade Development Council; and Mr Kelly Sze, Chairman of Hong Kong Designers Association.

For the Hong Kong Top Service Brand Awards, Ms Janet Wong, Commissioner for Innovation and Technology, chaired the Final Judging Panel, which included Prof Timothy Tong, President of the Hong Kong Polytechnic University; Dr Danny Ngai, Vice Chairman of the Hong Kong Brand Development Council; Mr David Fong, Vice Chairman of the Chinese General Chamber of Commerce; Mr Yu Pang Chun, Member of the Hong Kong General Chamber of Commerce;

Mr Guy Look, Vice Chairman of the Hong Kong Retail Management Association; and Mr James Tien, Chairman of Hong Kong Tourism Board.

During the Final Judging, the panelists interviewed the shortlisted entries of respective Awards and gave their ratings based on the judging criteria. The on-site polling at the venue of the Hong Kong Brands and Products Expo was concurrently held for this year's Awards. The polling had attracted thousands of people to participate. The results of the on-site polling were also taken into account in the Final Judging.

Financial Secretary as Guest-of-Honour of the Awards Presentation

With more than 300 distinguished guests, the "2010 Hong Kong Top Brand Awards & Hong Kong Top Service Brand Awards and Hong Kong Emerging Brand Awards & Hong Kong Emerging Service Brand Awards" Presentation Ceremony was held on January 24 at the Hong Kong Convention and Exhibition Centre. Financial Secretary Hon John Tsang was invited to be the guest-of-honour and to present trophies to the winners, together with Ms Maria Kwan, Director-General of Trade and Industry; Ms Janet Wong, Commissioner for Innovation and Technology; and Mr Jerry Liu, Head of Create Hong Kong, Hong Kong SAR Government. Other attendees included CMA President, Vice Presidents, Honorary Presidents, and General Committee members; the panel judges; leading businessmen and representatives from the winning companies.

Addressing the Awards Presentation Ceremony, BDC Chairman Ms Shirley Chan said, "On the back of last year's robust growth, Hong Kong economy is gathering

further momentum and business confidence remains buoyant. For industry, however, the road ahead could be even more challenging. On the one hand, the epicenter of world economy is shifting towards East Asia in tandem with the rise of emerging markets, especially the Mainland China, unleashing tremendous opportunities and unprecedented challenges. On the other hand, with the unfolding of the National 12th Five-Year Plan, China is pressing ahead with the transformation of the economic development mode, and the industrial restructuring in the Pearl River Delta has accelerated. To ride on the



逾 300 名嘉賓出席頒獎禮，場面熱鬧。
More than 300 guests attend the Awards Presentation Ceremony.

future developments of our country, we must adjust our product positioning, upgrade our modus operandi, review business strategy and refresh the thinking of management. Beyond doubt, brand building is taking on overwhelming importance as a must for Hong Kong companies to sharpen their competitive edge and is a winning strategy for tapping into Mainland's vast domestic market."

"The BDC and the CMA have long been devoting themselves to fostering the development of Hong Kong brands and, in particular, facilitating the branding initiatives of our SMEs. Founded in 1999 and 2005 respectively, the Hong Kong Top Brand Awards and Hong Kong Top Service Brand Awards are the pioneers in brand-related accreditation and promotion. With around 180 winners to date, they have become

a cachet pursued by the industries and a symbol of confidence cherished by our community," Ms Chan continued to say.

Thanks to the generous support from the Hong Kong Trade Development Council, the products of the winners were on display at the Hong Kong Trade Development Council's Design Gallery at the Hong Kong Convention and Exhibition Centre from 24 to 31 January.



本會會長黃友嘉(右)致送紀念品予創新科技署署長王榮珍。
CMA President Dr David Wong (right) presents a souvenir to Ms Janet Wong, Commissioner for the Innovation and Technology.

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

2010 Hong Kong Top Brand Awards

Hong Kong Top Brand Ten Year Achievement Award



Brand: Eu Yan Sang
Company: Eu Yan Sang (HK) Ltd
Brand Founding Year: 1879
Main Products: Bak Foong Pills, Bo Ying Compound, Monkey Bezoar Powder, Premium Bird's Nest Series, Extra Strength Lingzhi Cracked Spores



Brand: Maid Brand
Company: Four Seas Mercantile Ltd
Brand Founding Year: 1970
Main Products: Ham, Sausage, Luncheon Meat, Meat Balls, BBQ Pork

Hong Kong Premier Brand



Brand: Chicks
Company: Chun Au Knitting Factory Ltd
Brand Founding Year: 1953
Main Products: Cotton, Woollen Underwear, J-fit Warmer, Woollen Outer Wear, Finest Cotton Underwear, Fashion Collection



Brand: Wai Yuen Tong
Company: Wai Yuen Tong Medicine Co Ltd
Brand Founding Year: 1897
Main Products: Healthcare Dietary Supplement, Chinese Medicine Healthcare Products, Chinese Proprietary Medicine, Powdered Health Drink, Health Food

Hong Kong Top Brand



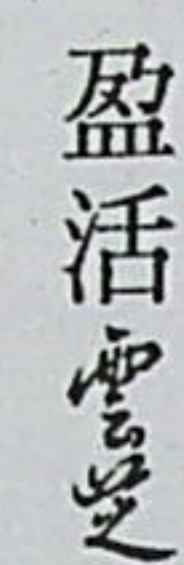
Brand: AA
Company: Sealand Industrial Co Ltd
Brand Founding Year: 1985
Main Products: Aquarium Sets, Filters, Pumps, Aquarium Lighting, Fish Food



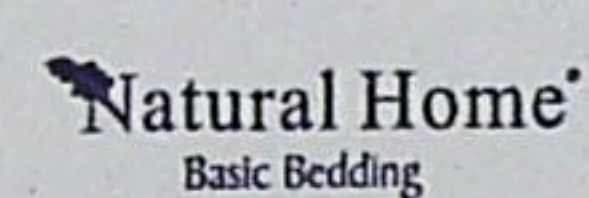
Brand: Ah Yat
Company: Ah Yat Abalone Princess (HK) Ltd
Brand Founding Year: 1984
Main Products: Instant Food (Abalone, Shark's Fin, Bird's Nest)



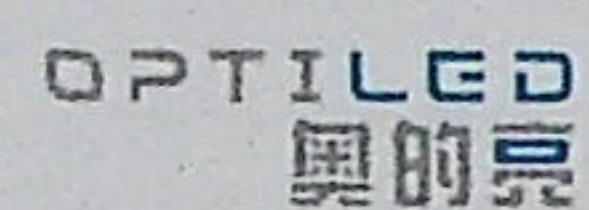
Brand: Coronet Solitaire
Company: Aaron Shum Jewelry Ltd
Brand Founding Year: 2006
Main Product: Fine Jewellery



Brand: G. E. Yunzhi Essence
Company: Vita Green Health Products Co Ltd
Brand Founding Year: 1995
Main Products: Healthcare Dietary Supplement (G. E. Yunzhi Essence)



Brand: Natural Home
Company: Natural Home Collections Ltd
Brand Founding Year: 1993
Main Products: Bedding, Pillow



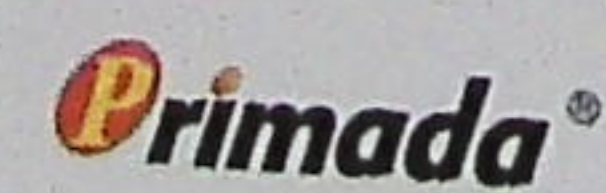
Brand: OPTILED
Company: Optiled Lighting International Ltd
Brand Founding Year: 2000
Main Products: LED Spot Light, LED Downlights, Cabled, LED Tube, LED Lamp



Brand: Pak Shing Tong
Company: Pak Shing Tong Ginseng Co Ltd
Brand Founding Year: 1920
Main Products: Wild Cordyceps Sinensis, Bird's Nest Products, Rare Chinese Herb & Material, Chinese Medicine Healthcare Products, Ginseng & Dried Seafood



Brand: POSH
Company: POSH Office Systems (HK) Ltd
Brand Founding Year: 1995
Main Products: Office Furniture, Office Seating



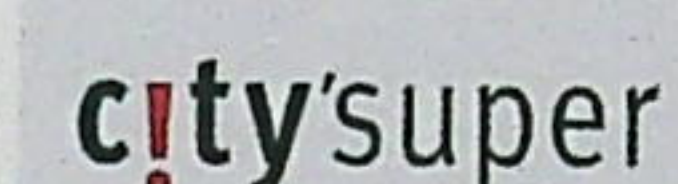
Brand: Primada
Company: Pro Logic International Ltd
Brand Founding Year: 2003
Main Products: Speedy Intelligent Cooker, Dessert Maker, Wireless Vacuum Cleaner, Ceramic Heater, Humidifier

2009 Hong Kong Top Service Brand Awards

Hong Kong Top Service Brand



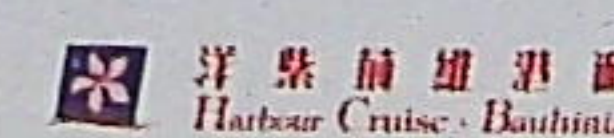
Brand: 3D-GOLD
Company: 3D-GOLD Jewellery (HK) Ltd
Brand Founding Year: 1999
Main Services: Retail (Precious Metals, Jewellery)



Brand: city'super
Company: City Super Ltd
Brand Founding Year: 1996
Main Service: Mega Lifestyle Store



Brand: CRCare
Company: CR Care Co Ltd
Brand Founding Year: 2003
Main Services: Retail (Tonic, Medicine & Healthcare Products, Health Food, Personal-care Products), Chinese Medical Consultation & Dispenser Services



Brand: Harbour Cruise-Bauhinia
Company: Galaxy Hotel Management Co Ltd
Brand Founding Year: 1998
Main Service: Dining Cruise



Brand: Hong Yip
Company: Hong Yip Service Co Ltd
Brand Founding Year: 1967
Main Services: Building & Facilities Management



Brand: Joint Publishing
Company: Joint Publishing (HK) Co Ltd
Brand Founding Year: 1948
Main Services: Publications Retail & Publishing



Brand: The Link
Company: The Link Management Ltd
Brand Founding Year: 2005
Main Services: Retail Facilities & Carpark Management



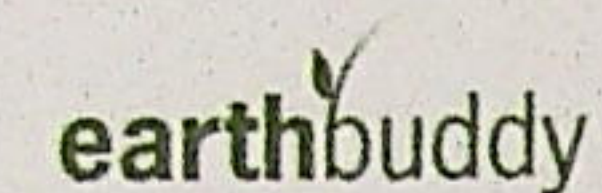
Brand: Wing Lai Yuen
Company: Wing Lai Yuen (Whampoa) Ltd
Brand Founding Year: 1947
Main Service: Chinese Cuisine Restaurant



Brand: Wing On Travel
Company: Hong Kong Wing On Travel Service Ltd
Brand Founding Year: 1964
Main Services: Outbound Tour, Ticketing & Hotel Package, Cruise Product, Incentive Tour, Local Sightseeing Cruise

2010 Hong Kong Emerging Brand Awards

Emerging Brand



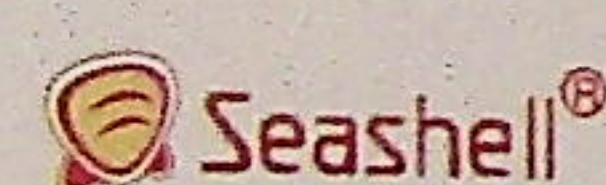
Brand: Earthbuddy
Brand Founding Year: 2005
Company: Earth Buddy (Intellectual Property) Ltd
Main Products: Biodegradable Containers & Packaging Products



Brand: Ecomelife
Company: Potter Industries Ltd
Brand Founding Year: 2007
Main Products: Storage Bag, Vacuum Storage Bag, Laundry Bag, Food Storage Bag



Brand: Owell
Company: Owell International Ltd
Brand Founding Year: 2005
Main Products: Clothes Dryer, Folding Wardrobe, Clothes Rack, Heater



Brand: Seashell
Company: Sanwa Technologies Ltd
Brand Founding Year: 2009
Main Product: Waterproof Camera Case



Brand: Zihua Embrocation
Company: Wah Sing Pharmaceutical Ltd
Brand Founding Year: 2007
Main Product: Zihua Embrocation

Emerging Service Brand



Brand: 1 CallPower
Company: UtilityINFO Ltd
Brand Founding Year: 2009
Main Services: Cable Detection, Geographical Information System Management, Utility Survey



Brand: BannerSHOP
Company: Banner Shop Co Ltd
Brand Founding Year: 2003
Main Service: Digital Painting



Brand: Calf Bone King
Company: Country Way Corporation Ltd
Brand Founding Year: 2004
Main Services: Chinese Cuisine Restaurant (Hot Pot)



Brand: Mother's Angel
Company: Mother's Angel Care Service Co Ltd
Brand Founding Year: 2008
Main Services: Post-nata & Infant Caring Service



Brand: The Banqueting House
Company: LHG Catering Ltd
Founding Year: 2007
Main Service: Chinese Cuisine Restaurant



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

香港貿易發展局
www.hkmark.org.hk

香港中華廠商聯合會
CO/CEPA CO
www.cma.org.hk

時代變 真誠不變 余仁生關懷始於1879年



過去



現在



香港名牌十年成就獎
Hong Kong Top Brand Ten Year
Achievement Award

余仁生於「2010年香港名牌選舉」中，成為首個中醫藥企業奪得「香港名牌十年成就獎」的殊榮，肯定了余仁生的努力及百年來對品質的堅持。

儘管時代變，我們的真誠不變。余仁生會繼續發揚「仁澤眾生」的精神，關注大眾健康，結合優良製藥傳統及科研技術，研發嶄新的產品，與您邁向健康人生。



位於元朗工業邨的余仁生中心

顧客服務熱線：(852) 2544 3308

www.euyansang.com

中國 • 香港 • 澳門 • 馬來西亞 • 新加坡

余仁生

百年耕耘 推動中醫藥現代化



作為歷史悠久的中醫藥品牌，「余仁生」一直積極實踐「品質為先」及「仁澤眾生」的理念，以尊重生命為出發點，製造優質藥品及保健品。多年來，「余仁生」從中藥產品研發、生產、品牌形象、銷售網絡以至門市設計都銳意創新，成為家喻戶曉的中醫藥品牌，奠定亞洲區現代化中藥企業的地位。

高瞻遠矚 推動中醫藥現代化

過去，市面充斥良莠不齊的中成藥，「余仁生」堅持「品質為先」的企業理念，致力推動中藥現代化。2006年，「余仁生」在元朗更設立了「余仁生中心」，作為品牌生產、物流、產品研發、廠房同時獲得澳洲「GMP優良藥品生產作業規範」及ISO 9001-2008的品質認證及檢定的重要基地。在製藥過程中，「余仁生」除了嚴選優質藥材，更為部分原料建立優良農業規範(GAP)，提供有機無污染及品質上乘的原材料；並透過指紋圖譜技術，鑑定中藥材品質及真偽，確保所有產品都達到安全、統一、穩定的品質。



余仁生全面革新品牌形象，從品牌產品、門市設計等都結合傳統及現代化元素。

確立品牌定位 制定長遠發展策略

余仁生(香港)有限公司董事總經理黃雪英認為，品牌管理對公司持續發展十分重要，品牌的管理並非以廣告宣傳去達成，最重要是顧及品牌的整體發展及培育員工融入公司文化，讓員工發揚品牌的核心價值。此外，為建立鮮明品牌定位及形象，「余仁生」從品牌商標、門市設計及廣告部都銳意革新，結合傳統及現代元素，並貫徹始終，以統一的企業顏色金色、棗紅色和米色等色系基礎，建立具體品牌概念，從而提升形象層次，針對優質的顧客群。

研發嶄新產品 提高大眾生活質素

身為中藥界的翹楚，「余仁生」近年更積極投入最新科研技術，研發嶄新產品，改善人類健康及生活質素。面

對人口老化問題，「余仁生」亦積極與大學合作，研發針對心臟病、帕金森等的中藥，為長者帶來健康。而為了針對現代都市人壓力及追求方便的生活節奏，「余仁生」研發一系列調理身體的膠囊、方便沖劑，從而提升人類整體的生活質素。



余仁生保嬰丹、余仁生特效全靈芝破壁孢子膠囊是余仁生經典產品之一，深受大眾歡迎。



余仁生(香港)有限公司董事總經理黃雪英(左)代表接受「香港名牌十年成就獎」。



香港名牌十年成就獎
Hong Kong Top Brand 10 Year
Achievement Award

金妹牌榮獲 香港名牌十年成就獎 屢獲殊榮 再創佳績

「金妹牌」憑藉「有名有姓，品質保證」核心理念，堅持選料上乘，嚴格品質控制，以香港人口味為依歸，成為一個家喻戶曉的品牌。

擁有超過30年歷史，是香港首間最具規模的火腿製造廠，率先引入西方先進機器及火腿食品製造技術，在同行中佔有領導地位。「金妹牌」產品以肉質爽脆為特色，早於1987年率先採用衛生真空包裝，是香港最老字號的肉類加工品牌。



四洲集團
榮譽出品

香港製造 衛生真空包裝

各大超級市場及街市有售



香港優質產品

連續22年榮獲
「香港Q嘜優質產品」認證



2006年起榮獲
「香港卓越名牌」殊榮

金妹牌榮獲香港名牌十年成就獎

屢獲殊榮 再創佳績



四洲集團轄下香港火腿廠控股有限公司之金妹牌產品榮獲香港品牌發展局頒授最高榮譽獎項「香港品牌十年成就獎」，此獎項肯定了「金妹牌」過去十年的持續努力及傑出表現。

老字號品牌 領導市場

「金妹牌」憑藉「有名有姓，品質保證」的核心理念，堅持選料上乘，嚴格品質控制，以香港人口味為依歸，成為一個家喻戶曉的品牌。

香港火腿廠擁有超過30年歷史，是香港首間最具規模的火腿製造廠，率先引入西方先進機器及火腿食品製造技術，並擁有齊全的火腿及香腸食品系列以及龐大的分銷網，在同行中佔有領導地位。「金妹牌」產品以肉質爽脆為特色，早於1987年率先採用真空衛生包裝，是香港最老字號的肉類加工品牌。

選料嚴謹 遍銷港澳

「金妹牌」自設兩間廠房，分別位於香港及東莞兩地，為市場提供超過30多款凍肉製品，供應超過350個集團或零售客戶。「金妹牌」透過四洲集團龐大的分銷網絡成功把產品銷售給消費者，市場覆蓋香港、澳門及華南地區。



場——香港的銷售渠道除傳統的凍肉公司外，更包括大型超級市場，如惠康、百佳、華潤、日資百貨及大型快餐集團。

港人偏好味道鮮甜而肉質爽口的肉類食品，「金妹牌」正是針對港人口味而設。「金妹牌」產品選料方面十分嚴謹，於世界各地搜羅優質原材料，如選自歐洲的香料，中國內地的上乘豬肉，並只採用優質的豬腿肉，不加入其他雜肉，堅持產品品質新鮮。憑藉此核心理念，使「金妹牌」火腿從1988年起連續22年榮獲「香港Q嘜優質產品」標誌，加上真空衛生包裝，給予消費者信心的保證。

產品創新 領導潮流

除火腿、香腸等產品外，「金妹牌」不斷發展新產品系列，積極引入潮流食品。1989年首創爽口彈牙的「火腿丸」，其後引入用上等瘦肉鮮製的「午餐肉」、皮脆肉香及口感豐富的「脆皮腸」、芝士魚肉腸等，迎合火鍋愛好者的需要。「金妹牌」致力為本地消費者帶



產品於各大超級市場及街市有售。

來多元化的選擇，例如「紫菜芥辣腸」專為新一代崇尚日本小食的消費者而設。另有用日本燒醬汁配以香港風味及製法，以真空衛生包裝的「日式燒豚」，為喜愛吃傳統叉燒者帶來另一份喜悅。

「金妹牌」產品包裝設計糅合東西方文化，以優雅簡潔的線條及顏色，凸顯產品的尊貴和衛生；加上人物化之「金妹豬」卡通豬仔，活潑、健康的形象深入人心，為廣大消費者，特別是小朋友所喜愛。

品牌風采：

- 2009年，國內廠房再榮獲「ISO22000」認證
- 2006年起，榮獲「香港卓越名牌」殊榮
- 2005年成為首個「香港TOP嘜計劃」的認可品牌
- 2004年起，國內廠房榮獲「ISO9001」認證
- 2004年起，國內廠房榮獲「HACCP」認證
- 2001年榮獲「香港名牌」殊榮
- 1988年起，「金妹牌」火腿連續22年榮獲「香港Q嘜優質產品」認證
- 1987年起，「金妹牌」火腿榮獲香港工業總會頒授「優質產品」獎項，確認其一貫優良品質
- 不含改造基因成分，衛生真空包裝

雞仔嘜TM
CHICKS

最好的·給家人



著左“森絲維”內衣 全家100分

門市地址：旺角西洋菜南街67號·鑽石山荷里活廣場3樓348號舖·黃大仙中心UG25號舖·油麻地上海街387號·長沙灣青山道457號·九龍城廣場UG01號舖·
銅鑼灣渣甸街51號·香港仔成都道20-28號6號舖·將軍澳新都城中心2期商場1樓1018號舖·沙田廣場3樓7B號舖·沙田禾輦商場267號舖·大埔太和
廣場1樓206號舖·元朗青山公路(元朗段)141號·屯門市廣場第一期2樓2197H號舖·天水圍領匯購物中心118B號舖·葵芳新都會廣場3樓369號舖·
荃灣沙咀道262號荃灣廣場2樓226號舖

百貨專櫃：一田·崇光(銅鑼灣)·裕華百貨·吉之島·千色·永安·先施·北角新都城百貨·澳門百信百貨

www.chicks.com.hk

客戶服務熱線：2423 8831

「雞仔嘜」最好的·給家人

傳承經典 情暖香港

雞仔嘜TM
CHICKS

「雞仔嘜」，一個乍看簡單、充滿港式俚語色彩的名字，蘊含的是足堪細味的意義：在承傳與創新、質量與功能之間，「雞仔嘜」相信，以點點關懷串連，就可以交織出絲絲溫暖。

三隻小雞 譜出溫暖回憶

「雞仔嘜」於1953年在香港破殼出生，成為震歐綫衫廠的品牌。50年代香港戰後生活艱難、物資匱乏，「雞仔嘜」推出質優耐穿的紗綫綫衫，更將安身齊家、豐衣足食的願景，形象化地以三隻羽毛豐滿的可愛小雞表達出來。寓意吉祥的主題旋即大受歡迎，三隻小雞正式入屋，成為每個家庭大廳的裝飾；同時，品牌推出的三鈕扣綫衫亦大受歡迎，一時間「雞仔嘜」成為流行的男裝。

隨著香港經濟不斷發展，人們的生活水平日漸提高，對品質有更高的要求。「雞仔嘜」先後開發不同的產品，由防縮、防蛀的輕暖羊毛內衣，到排汗與保暖兼備的「心膚吸」



雞仔嘜與時並進成為長青品牌。

智能保暖內衣，以至用料上乘的「森絲維」系列，「雞仔嘜」均與大眾同步追求更理想的生活質素，其創新多變的物料、產品，以及一貫堅持的細緻、周到，成為家庭成員及摯友親朋互相傳達溫馨愛意的工具。

緊貼潮流 變革創新

創新的思維由開發新產品引伸至革新品牌形象。2000年起，「雞仔嘜」開展了品牌活化之旅，請來專業顧問及著名設計師參與品牌管理及產品設計，在產品、包裝、店面及顧客關係上均作出突破。「雞仔嘜」相繼推出一系列休閒外衣產品，同時不斷進行研發，提升內衣產品的質素。儘管品牌形象全面革新，「雞仔嘜」始終貫徹其精細優良的工藝和質量，而背後代表的一份關懷與承傳更是恒久不變。



由畫家鄭定裕繪製的三隻小雞栩栩如生，寓意豐衣足食的美好願景。



旺角旗艦店深啡色與米色的搭配更顯經典與時尚，突出了雞仔嘜品牌的內涵。

金至尊珠寶締造優質服務

由心出發 以人為本

「金至尊」為香港資源控股有限公司（上市編號：2882）旗下之珠寶品牌，主要銷售各類珠寶鑽飾、千足金飾品及企業禮品。憑藉穩健根基及洞悉先機的策略，品牌於珠寶鑽飾零售業中奠定其領導地位，締造本地珠寶首飾品牌的傳奇。

「金至尊」延續品牌「高貴、創新、自信」的宗旨，在金至尊珠寶主席黃英豪帶領下，配合優秀管理，將「至美追求，幸福擁有」的品牌意念體現得淋漓盡致；創立至今，迅速受到消費者的認同及青睞，在珠寶首飾界穩佔一席位。現時「金至尊」零售點遍佈中國、香港及澳門，數目接近 300 間。

致力締造優質服務

為了提供優質服務，「金至尊」一切由「心」出發。顧客到「金至尊」購買鑽飾時，銷售人員會即場將鑽飾以驗石機進行測試及填寫記錄；翡翠及足金產品均獲得「天然翡翠標誌」及「優質足金標誌」認證。「金至尊」更參與知識產權署的「正版正貨承諾」計劃，而所有銷售發票均清楚列明售出產品之名稱、重量、成色、手工費（如適用）及貨價等，讓顧客購物更安心，從而增強對品牌信心。此外，「金至尊」設立龐大售後服務網絡，於超過 200 多個服務點提供中港澳互通的售後服務，提供完善銷售服務。



「金至尊」義工隊會定期參與公益活動，積極履行企業社會責任，回饋社會。

優良的服務管理是「金至尊」另一個重要的成功因素，為提升服務質素，所有員工須先接受專業培訓，包括由專業培訓機構度身訂做的在職培訓，並為新入職同事提供 ISO9001 基本認識培訓、專業珠寶知識及銷售技巧課程等；前線員工更須於入職後通過珠寶知識及銷售技巧考試。

全新形象 營造購物亮點

自 2009 年 7 月起，「金至尊」引進新管理層，為品牌帶來革新的思維、方向和形象。為配合新商標及新形象，「金至尊」將品牌形象大革新，讓消費者有煥然一新的感覺；全線店鋪的裝潢均採用玫瑰金、啡金及米白色為主色，並選取玫瑰金金屬物料裝飾，集合柔和、貴氣、時尚的獨特個性，呈現新一代女性美態，並邀得著名時裝設計師 Dorian Ho 為全線銷售人員設計簡約時尚的新制服，讓顧客在舒適環境下購買心儀的珠寶鑽飾。

尊尚風采 屢獲殊榮

「金至尊」一向著重創意設計及精緻工藝，由簡約時尚的鑽飾到華麗典雅的高級珠寶，都極盡細緻優雅，充滿個性和品味；而散發女性美為主題的作品更是品牌的經典之作，最新系列為「幸福女人」鑽飾系列。

「金至尊」在中港兩地積極採取創新新穎的市場推廣策略，並邀請歌影天后陳慧琳繼續擔任品牌代言人，展現高貴、創新及自信的品牌形象。

除了今年首獲「香港服務名牌」外，「金至尊」已先後榮獲「香港卓越名牌」、ISO 9001:2008 證書、「香港 Q 嘜優質服務計劃」認證、「優質旅遊服務計劃」證書、「正版正貨」承諾及「中國馳名商標」等，這些獎項彰顯了「金至尊」對顧客提供優質產品和完美服務的決心及努力。

金至尊
3D-GOLD



「金至尊」邀請陳慧琳繼續擔任品牌代言人，其「幸福女人」及鮮明健康形象與品牌吻合，品牌效應倍增，深入人心。

環保及社會責任

作為零售業一分子，「金至尊」積極履行企業社會責任，回饋社會。在環保及慈善方面，品牌聘請專業燈光顧問及參考環保組織的建議，採用新的 LED 燈光系統，藉此減少電費開支，並減低碳排放。

公司亦鼓勵員工參與義務工作，上下員工積極行善。品牌成立的義工隊，現有超過 90 人參加。義工隊會定期參與公益活動。另外，集團亦捐出善款幫助弱勢社群。去年，「金至尊」管理層與全國青聯港區委員等合作，同往青海西寧了解災區重建情況，並捐出 100 萬元人民幣予中國青少年發展基金會，發展青少年事務。



品牌於 2009 年推行形象大革新，讓消費者有煥然一新的感覺，全線店鋪裝潢均採用玫瑰金、啡金及米白色為主色，集合柔和、貴氣、時尚的獨特個性，呈現新一代女性美態。

洋紫荊維港遊

流動海上夜總會

駕 駛人士昔日選擇乘坐汽車渡輪，與自己的汽車駛上渡輪橫過維港；然而，隨著香港不斷發展，地鐵各支線相繼落成，加上多條海底隧道陸續通車，不再需要汽車渡輪服務，香港小輪集團旗下四艘汽車渡輪搖身一變成為多功能觀光船。洋紫荊維港遊在 1998 年正式成立，以海上夜總會的形式，提供海上自助餐及各式各樣包船服務，接載旅客暢遊維多利亞海港。

歡樂海上遊

洋紫荊維港遊的四艘觀光船皆可容納逾 300 位賓客，乘客可在主廳或甲板上飽覽維多利亞港兩岸美景。甲板上清風送爽，旅客可以近距離欣賞被列入世界紀錄全球最大的燈光音樂匯演「幻彩詠香江」；而船上亦設有貴賓室，讓客人享有更多私人空間。

洋紫荊維港遊是全港唯一一家獲得海上食肆、娛樂表演牌及酒牌牌照的觀光遊覽船，設備齊全的廚房新鮮即製多款美食任君選擇，從湯品、前菜、主菜、飯麵以至甜品均一應俱全，款款色香味俱全，令人垂涎三尺。香港小輪（集團）有限公司旅遊及酒店部總經理黃鑑安表示，廚師不斷嘗試研發世界各國特色美食，更可按照客人要求，度身訂做心水菜色，享用一頓美食饗宴。



香港小輪（集團）有限公司集團總經理何志盛博士（右）接受 2010 年香港服務名牌獎項。

在享用洋紫荊維港遊精心設計的中西佳餚之餘，船上還有樂隊現場演奏，旅客亦可安坐舒適的酒廊，品嚐精心調製的美酒。船隊完善的配套設施提供一流的場地舉行各類型活動，例如包船觀賞煙花或公司聚餐；洋紫荊維港遊也是首選婚宴場地，讓許多準新人在浪漫大海的包圍下，渡過一個如夢幻般永誌難忘的晚上。

東亞添異彩

2009 年，香港觸目盛事東亞運動會的開幕典禮，在維港臨時搭建外觀如浪花的海上舞台舉行，配合盛大煙花匯演，營造別開生面的海景大派對。洋紫荊維港遊就出動四艘觀光船，接載所有國家運動員共同見證開幕典禮。參與這些盛事有助塑造洋紫荊維港遊的獨特形象，吸引海外遊客。

洋紫荊維港遊不時會面對一些難以控制的風險，例如颱風濃霧等天氣變化都會導致渡輪需要停航。為保障旅客安全，洋紫荊維港遊會密切留意政府公布，盡快通知受影響旅客。此外，最近不少市民均非常關注旅遊業的服務質素，洋紫荊維港遊作為香港旅遊服務業的一分子，不斷致力全面提升前線員工的服務水平，經常

洋紫荊維港遊
Harbour Cruise - Bauhinia



召開會議討論客人回饋的意見。公司亦對員工獎罰分明，締造公平的工作環境，建立良好風氣。

洋紫荊維港遊自 2004 年起連續七年獲得香港 Q 嘜優質服務認證，其卓越服務表現一直得到各方認同。根據目前的市場反應顯示，洋紫荊維港遊在內地已有一定認受性，未來會參加更多本地或海外旅遊展覽會，並透過各種旅遊刊物廣告、單張及網站宣傳，發掘更多不同市場。另外，幾艘觀光船亦會不斷加入個性化裝潢，打造時尚新形象。



康業服務有限公司

榮膺



香港服務名牌

屢獲殊榮 譽滿香江

- 香港服務名牌
- 2010年最佳園林大獎(私人物業)
- 4項金獎及11項優異獎
- ERB傑出僱主年度大獎
- 卓越設施管理獎(環保)
- 環保促進會環保辦公室金獎
- 資本傑出環保企業獎
- 香港有品企業2010
- 香港服務大獎 2010
- ERB人才企業1st
- 家居廢物源分類計劃
- 囊括共119個獎項
- 亞太傑出顧客關係服務獎
- 環保建築大獎優異獎
- 資本傑出企業成就獎
- 星鑽服務品牌
- ERB策略伙伴獎及優異僱主獎
- 商界展關懷5年+標誌



康業常務董事吳志鴻(右)接受創新科技署署長王榮珍頒發獎項。

新鴻基地產成員

A member of Sun Hung Kai Properties

香港灣仔港灣道30號新鴻基中心26樓2605-2623室
Room 2605-2623, 26/F Sun Hung Kai Centre, 30 Harbour Road,
Wanchai, Hong Kong
Tel: (852) 37666168 Fax: (852) 28272050
Web Site: www.hongyip.com E-mail: hongyip@hongyip.com



康業榮膺香港服務名牌

樹立物業管理典範

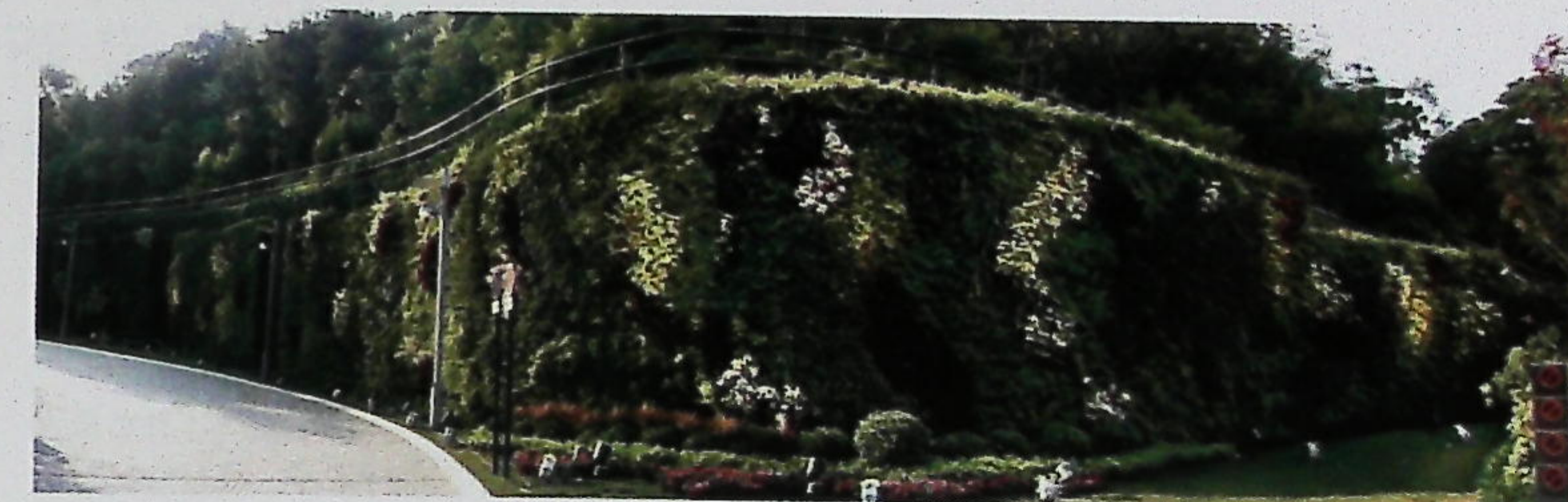
「康業服務有限公司」一直秉承母公司新鴻基地產「以心建家」的宗旨，向著「成為全港最優質物業及設施管理公司，為客戶締造美滿之家」的目標努力。是次獲獎，足證康業多年來建立的企業理念和服務質素，獲得業界一致認同。



康業副主席及行政總裁鄭正輝。

增值服務 照顧周到

康業副主席及行政總裁鄭正輝表示，康業的「一站式家居增值服務」，讓業戶足不出門，盡享悠閒，例如為業戶安排洗衣、訂購優質糧油等，並直接送到業戶家中。其他家居增值服務包括洗衣送遞、郵件代寄、家居清潔及維修、節日食品訂購等。



「康業」擁有專業的工程隊伍，專責支援日常管理工作，以及對樓宇進行計劃性維修，佔盡優勢。自2001年起，「康業」已為轄下管理的物業全面推行「增值維修計劃」，為樓宇分批進行以5年為一個周期的計劃性維修，大大提升物業質素及價值，至今逾9成轄下的物業受惠。

參與公益 惠澤社群

「康業」積極參與社會公益活動，鼓勵員工及業戶為有需要人士提供幫助，現時轄下已組成38支義工隊，人數逾700名，2010年共參與45項公益活動。「康業」貫徹履行企業社會責任，繼續支援弱勢社群。



即將入伙的「峻弦」矗立飛鵝山畔，遠眺維港醉人景致，盡顯非凡氣派。

「康業」一直以「主動、學習、體驗、實踐」為培訓核心價值，早於2007年創立「康業人才發展學院」，讓員工裝備好自己；同時致力創造安全、健康的工作環境，給予員工獎勵和良好的發展機會，提供優厚

人才為本 多元培訓

的薪酬福利，並定期進行「員工意見」及「員工培訓需求調查」，以制定更具效益的員工政策。

致力環保 積極減碳

鄭正輝表示，碳審計是21世紀的重要課題，業戶及管理人員可藉著計算建築物的溫室氣體排放量，發掘減排空間。「康業」早於2008年已支持政府推出香港首部建築物「碳審計」指引，並安排旗下建築物納入審計項目之內。

隨著業戶追求高質素的生活及對環保的重視，「康業」將重點擺放在環保和業戶生活方面，為屋苑訂定客觀的環保標準，包括提升污染控制、廢物回收、節約能源、園林綠化、環保物料的使用、空氣質素管理、環保宣傳及教育等措施，務求帶給業戶真正舒適美滿的安樂窩。





「Ecomelife 怡屋美」 你的真空專家

榮獲「2010香港新星品牌」殊榮
專利密封方法，與別不同，能做到100%密封，防水防潮防霉

「Ecomelife 怡屋美」自2007年成立以來，生產超過300款家品，其中20多項產品已取得專利。「真空」產品更是暢銷世界50個國家，包括香港及中國

「Ecomelife 怡屋美」致力提供優質的家庭生活，因此「真空」產品已滲透至其他用途，包括食物袋及相機手機防水袋等等

「Ecomelife 怡屋美」會本著「不破壞環境」「設計以人為本」「提升用家生活質素」繼續開發更多更新的产品

**UNDERWATERPROOF
PATENT SEALING**



「ECOMELIFE 怡屋美」
電話：(852) 2759 9282
網址：www.ecomelife.com
電郵：mkt@ecomelife.com



BRONZE 2011
Green Office Management Award
Hong Kong Green Awards 2010



怡屋美 優質生活新主張



由原設備生產 (OEM) 轉為原設計生產 (ODM)，先累積掌握市場需求的能力，再踏上原品牌生產 (OBM) 的道路，「怡屋美」朝著發展品牌製造方向前進一大步，順利建立優質品牌。

「怡屋美」的英文名「Ecomelife」中的「Eco」是指環保；「Me」指以人為本和融合家居生活；「Life」則指提高生活質素，寓意品牌致力於以既實用又富創意的家庭用品，提升生活質素。

三大要素 改善生活

「怡屋美」生產收藏袋、真空袋、洗衣袋等超過 300 款家庭用品，其中 20 款更取得專利，為客戶提供最全面周到的選擇。「怡屋美」的產品具備三大要素，第一是不能破壞環境。葆達實業有限公司董事總經理李文昭支持綠色包裝設計，不但減少產品過度包裝，「怡屋美」更率先引進不同科技及自行研發新產品，盡量選用能自然分解，無毒、無害的物料。第二項要素是設計以人為本，為提高消費者對產品的接受程度。「怡屋美」考慮到用家主要是家庭主婦，為免她們購買產品後發現不懂使用，店員解釋示範過程太快或使用過多艱深術語，產品均方便易用，使用步驟簡單。第三是提升用家的生活質素，不斷尋求最新解決方案、創造新產品及改善服務，透過產品改善大眾生活。

「怡屋美」暢銷世界多個國家，包括中港兩地，銷售點主要在百貨公司和大型家品店，包括永安百貨、實惠、家樂福及樂購等。百貨公司為確保貨品質素，都會安排專業採購員對上貨品嚴格把關。「怡屋美」能在多間著名百貨公司中建立穩定銷售網絡，全靠「怡屋美」一直開發不同品牌組合及產品組合，增加貨源，以出色產品組合提升業績。李文昭又表示，「怡屋美」特別設立一套完善的貨品補給系統，確保貨品供應不會中斷，使貨物流通便捷無阻，有助與分銷商保持良好合作關係。至於在國內市場上，處理人際關係是嚴峻的考驗，「怡屋美」正尋找可靠的合作伙伴，務求管理可以簡單暢順。

「怡屋美」暢銷世界多個國家，包括中港兩地，銷售點主要在百貨公司和大型家品店，包括永安百貨、實惠、家樂福及樂購等。百貨公司為確保貨品質素，都會安排專業採購員對上貨品嚴格把關。「怡屋美」能在多間著名百貨公司中建立穩定銷售網絡，全靠「怡屋美」一直開發不同品牌組合及產品組合，增加貨源，以出色產品組合提升業績。李文昭又表示，「怡屋美」特別設立一套完善的貨品補給系統，確保貨品供應不會中斷，使貨物流通便捷無阻，有助與分銷商保持良好合作關係。至於在國內市場上，處理人際關係是嚴峻的考驗，「怡屋美」正尋找可靠的合作伙伴，務求管理可以簡單暢順。

貢獻社會 屢獲殊榮

「怡屋美」除拓展業務，亦注重企業責任。「怡屋美」辦公室實行節約能源措施，包括縮印兩頁文件於一頁紙上、盡量以電郵傳遞文件，以及在當眼地方貼上「節約用紙」的告示提醒員工等。另外，他們以 08 年的電費作參考指標，將節省的電費以公司員工名義捐給「樂施會」和「無國界醫生」。

「怡屋美」亦鼓勵



在袋內加添獨特布層，減低因陽光進入而導致發芽，延長馬鈴薯的存放時間。

員工參與「渣打慈善馬拉松」，不但代員工支付報名費，若員工順利完成賽事，公司更會再捐出數千元給慈善機構。

「怡屋美」能榮膺新星品牌，在競爭激烈的市場中佔一席位，實有過人之處。對於「怡屋美」今次獲得「香港新星品牌」的獎項，李文昭表示非常高興，並認為獲獎有助提高公司知名度，更有意義的是令同事更能理解公司運作。



葆達實業有限公司董事總經理李文昭 (左) 接受 2010 年香港新星品牌獎項。



生產超過 300 款家品，以「With Me」配合產品分類，意旨「把人和生活結合」，當中包括「Store with Me」(儲物)、「Cook with Me」(煮食)及「Clean with Me」(清潔)等。

CP 一電通 令你挖路更輕鬆

香港為彈丸之地，地下設施卻種類繁多，常見的有地下水管、渠管、電纜和資訊網絡等。按規劃及設計，地下管線皆有其容身之處，各施各法。若未清楚了解地下狀況隨便施工，容易破壞地下管道，引起不必要的阻礙，增加工程維修費用及風險。

過往地下管線相關事故多不勝數，如工人挖斷電纜及不明氣體洩漏等，所以在工地開挖前，必須要有機電工程署署長認可的合資格人士 (CP) 探測該地下任何電纜的存在、準線和深度，以符合香港特別行政區政府機電工程署《供電電纜 (保護) 條例》要求的有關規定。

綜合管理系統 提高服務質素

「CP 一電通」於 2009 年 6 月成立，是香港最具規模的 CP 一站式服務中心，為客戶提供大量高質素合資格人士，完成無源電纜探測、有源電纜探測，以及監測探坑開挖等工作。顧名思義，使用「CP 一電通」只需撥打一個電話，即可尋找合適人選。



(左圖) 管線專業資源、培訓及技術評核中心的培訓課程，提升 CP 的專業知識和技能。

(右圖)「CP 一電通」行政總監黃敬博士 (右)。

並承諾 2 小時內有專人到達現場在一天內完成所有工作，為工程承建商提供快捷、方便、簡單及準確的專業服務。

當接收到客戶的訂單後，「CP 一電通」的自主系統會發送短訊予合資格的專業人士，然後合適的 CP 會確認訂單和接收電圖，並於指定時間到達現場，進行無源電纜探測及有源電纜探測和監察探坑開挖。CP 會在現場速寫一份草稿將資料傳送回公司，配合「CP 一電通」首創地下管線綜合資料管理系統 (IDMS)，撰寫報告。IDMS 系統提供一個綜合資料庫，可用於管理及儲存地下管線測量的資料，以便更有效地核證資料及協助編寫報告。在系統的協助下，CP

能在最短時間內向施工者提交一份完整的「合資格人士書面報告」，避免工程延誤，服務專業稱心。

全方位專業培訓 孕育管線專才

作為勇於承擔社會責任的企業，「CP 一電通」致力協助低學歷及中年人士就業，「CP 一電通」會為認可的合資格人士提供一星期培訓，務求員工熟悉公司系統及運作，確保專業水平。機電工程署規定註冊 CP 需接受兩天培訓，「CP 一電通」的培訓則比政府的要求更詳盡及準確。公司深信，CP 空有理論並不足夠，需要實習深測管線的工作，才可充分掌握相關技能。

行政總監黃敬博士表示，要成為 CP 最低的學歷要求為中五畢業，擁有更高學歷及具經驗的人士有較大機會可獲升為主任級，晉升前景明朗。CP 薪酬不俗，日曬雨淋都是 CP 工作環境的一部分，相對於辦公室內工作，戶外工作自然顯得辛苦，令人卻步，不敢入行。有鑑於此，「CP 一電通」與關係緊密的香港管線專業學會，一直致力增加專業管線人員的數量，以應付需求。為了提升管線專業水平，更率先在理工大學開設文憑課程，並加開不同課程，提供更多升學銜接機會。

金至尊

3D-GOLD

至美追求·幸福擁有



顧客服務熱線 Customer Service Hotline: (852) 2766-3693

www.3d-gold.com

香港資源控股有限公司 Member of Hong Kong Resources Holdings



榮獲2010年香港服務名牌殊榮

Harbour Cruise
洋紫荊維港遊 Bauhinia



查詢電話
(852) 2802 2886

傳真號碼 (852) 2802 2881

www.cruise.com.hk

Discover the Beauty
of Hong Kong

香港小輪(集團)有限公司
HONG KONG FERRY (HOLDINGS) CO. LTD.

洋紫荊維港遊
Harbour Cruise - Bauhinia



CPDC
Construction Professionals' Development Centre
建造及工程專業發展中心
A non-profit making organization with limited liability

Tel: 2690 3899
Fax: 2618 4500
Website: www.cpdh.hk

構建專業文化 提升社會認同
鼓勵專業參與 促進社會發展

際遇由我創
百萬年薪不是夢，千萬收入可成真
全港首位專業人士以爆笑形式演繹升呢秘笈

2011年
4月27及28日
同你見面!

麥斯迪埃·黃敬博士·工程師

持續專業進修CPD 三部曲

第一部曲：工程師如何在
40歲前賺\$1,000萬?

第二部曲：建造專業人士如何
享受工作及退休生活?

後記：工程師如何在
2年內溶掉\$2,000萬?

詳情可瀏覽
www.drking.hk

(所有收入扣除成本後，將全數捐贈予健康快車。)

廠商會會議廳
CMA Conference Hall

地點：中環干諾道中64-66號
廠商會大廈27樓
Location: 27/F, CMA Building,
64-66 Connaught Road Central

適用於 Suitable for:
會議 Meeting
研討會 Seminar
培訓內容 Training Course
內部培訓 In-House Training
記者招待會 Press Conference
工作坊 Workshop

查詢電話 For details please call
2542 8648

收費Charges		會議廳 Conference Hall (1,960 平方呎 / sq.ft)
座位數目 Seating capacity		140座位 Seats
全日 Whole Day (9:00-17:00)		\$4,800
半日 Half Day (9:00-13:00 或 13:00-17:00)		\$2,500
辦公時間 (最低 2 小時) Office hour (minimum 2 hours)		\$650/小時 hour
非辦公時間 (最低 2 小時) Non-office hour (minimum 2 hours)		\$850/小時 hour
費用包括 - 投影機、銀幕、告示板、電視、錄影機及白板 Charges include - Overhead Projector, Screen, Flip chart board, TV/Video Recorder & Whiteboard		
其他收費 Other Charges		
- 投影機 Datashow		\$500
- 投影機及手提電腦 Datashow & Notebook		\$1,000
- 茶點 Distilled Water with cakes/cookies (每位 / Per head)		\$25

* 廠商會會員可獲八五折優惠 15% discount for CMA Members

律師會會長 王桂壠

自《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)落實後，中港貿易大開方便之門，不少企業來港集資，當中所需的法律服務亦相應增加。今次我們請來香港律師會會長王桂壠與大家分享中港關係愈見緊密下，本地法律界的機遇與挑戰。

CEPA 帶來的機會

CEPA 補充協議三給予本地法律界更多機會，容許香港律師在取得內地律師資格或法律職業資格並獲得內地律師執業證書後，以內地律師身份從事涉港婚姻、繼承案件的代理活動。合作模式及逗留期限規定也放寬。通過措施之後，廣東一帶有不少律師行是與香港律師行合作聯營。然而，王桂壠指出，本港律師在內地的業務仍有限制。「香港律師在內地不可直接從事訴訟，所以他們多數從事首次公開招股 (IPO)、企業融資、收購與合併等工作。雖然如此，隨著內地經濟起飛，生意也不俗。」

本港律師在內地司法考試合格者一直偏低也成為另一障礙。王桂壠解釋，本港成功考取內地律師資格的人不多，就算考獲資格也不會北上工作。「香港人不在內地成長、讀書，人際網絡不夠廣闊，與土生土長的內地人相比較吃虧。」

「有限責任合夥制」有利

香港法律業界承襲殖民地時代的習慣，一直奉行無限責任合夥制，現時香港超過百分之八十的律師行屬中小企。在這制度下，律師行中若有一名律師犯錯，遭客戶控告，其餘合夥人亦需負責；而有限責任合夥則是「一人做事一人當」，以減低「無限責任」的牽連。



「有限責任合夥」能壯大律師行規模，增加對企業的吸引力，2001 英國已正式採用，新加坡亦於 2005 年實行有關制度。王桂壠指本地法律界十年前已向政府反映，經過多年爭取，近年政府終於同意分拆。他解釋，律師行每次打官司，都會買最少一千萬港元的保險，又會因應情況加大保額，過去只有三個控告律師的案例；而當中只有一個的賠償額超過一千萬港元。既然這個賠償額對大公司客戶來說亦已足夠，對個人客戶更是綽綽有餘。故此，就算推行有限責任合夥，客戶權益也得以保障。

「法律一條龍」服務

除了新式合夥制外，王桂壠也提到其他經營模式，包括另類經營架構 (Alternative Business Structure, 簡稱 ABS) 及綜合法律業務 (Legal Disciplinary Practices, 簡稱 LDP)。另類經營架構容許非法律界人士入股到律師行，設立 ABS 商號，股份不多於百分之二十，預計今年中起便可在港獲發牌照。他指這方式有利培育後進，「業內有很多精英分子，但成立一家律師行，需要相當的資本，不是人人做到。」他希望同業可勇於嘗試讓非法律界人士入股，增加擴展機會。



綜合法律業務是指在 ABS 制度下提供「法律一條龍」服務，提供如保險、風險管理、銀行及地產代理等的相關法律意見。王桂壘表示香港律師眾多，現在工作類型愈見廣泛，客戶的要求愈來愈高，法律以外的專業意見，是吸引客戶的賣點。他強調，現在利用互聯網搜尋，門外漢也能了解法律，業界要提升競爭力，必須了解並滿足客戶在各方面的商業要求。

事實上，本地一些律師行已開始推出免費「法律一條龍」服務以招徠客戶。現時坊間有很多財務分析員及顧問提供商業意見，甚至會計界也有提供商業、人事顧問及財務分析服務，而且收益不俗。這是一個大好機會，讓律師行與這些公司合作，為企業提供全套度身訂做的法律及相關意見。王桂壘笑

言已預料到會有人唱反調：「所以我在提出要效法時，多次強調同業要保住自律守則，保障客戶利益。」

落實競爭法的困難

競爭法是香港社會近日的熱門話題，不少商界人士擔心法例影響營商環境。不少歐美國家推行有關法例已久，內地亦於 2008 年起實施反壟斷法，香港如今面對立法挑戰，王桂壘強調，競爭法遲遲未落實是由於條文不夠清晰，恐有漏洞及陷阱，令企業容易誤墮法網。「本地沒有案例，要以外地案例做參考，然而各地情況不同，未必有參考價值，但法律最重視肯定性。」商界擔憂要累積案例，才能令法例實行時愈加明確。企業觸犯有關法例，或需支付總營業額一成的巨額罰款，商界固然不想參加法例「慢慢成長」的過程，因此希望有清晰的條文。

王桂壘又表示，競爭法何時落實，關鍵在競爭事務委員會的嚴謹程度、指引內容及執行。將來法例生效後，亦未必每個案例都需要提出檢控，一切要視情況而定。政府要考慮企業接到警告後改過，是否不提控告；或基於經濟效益或公眾利益，應否對企業給予豁免。他認為現實中有很多灰色地帶，就算法例落實，亦不一定導致訴訟暴增。

未來大計

王桂壘於 2009 年獲選為香港律師會會長，去年獲選連任。他表示，本身在律師行工作已經很忙碌，加上香港律師會的會務，令他分身乏術。故此，王桂壘除了專心完成今屆律師會會長的職責，未來將打算投入更多時間，集中精力打理自己經營的律師行。

Huen Wong

President of the Law Society of Hong Kong

The implementation of the "Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement" (CEPA) has opened the doors of trade between Hong Kong and Mainland China. Since then, a myriad of enterprises have engaged in capital-raising activities in Hong Kong, which means increasing needs for corresponding legal services. Huen Wong, President of the Law Society of Hong Kong, shares with us the opportunities and challenges facing the local legal profession with this closer relationship between Hong Kong and the Mainland.

The opportunities offered by CEPA

Supplement III to CEPA offers more opportunities to the legal profession in Hong Kong. Lawyers who have acquired Mainland lawyer qualifications or legal professional qualifications and hold a Mainland lawyer's practice certificate are

allowed to engage in activities as agents in matrimonial and succession cases relating to Hong Kong in the capacity of Mainland lawyers. Restrictions governing the manner in which law firms from the two regions operate and the residency requirement in the Mainland for representatives stationed in representative offices of Hong Kong law firms (offices) in the Mainland are also further



relaxed. Upon implementation of these measures, many Mainland law firms are now operate in association with Hong Kong firms in Guangdong. However, Mr Huen Wong pointed out that there are still restraints for Hong Kong lawyers to run their business in the Mainland. "They are barred from directly handling litigation cases and hence, most of them are engaged in initial public offerings (IPO), corporate finance, mergers and acquisitions and related work. Despite limitations on the areas of practice that Hong Kong lawyers may handle, business fares quite well amid the booming Mainland economy."

The low passing rate in the PRC judicial examination also prevent Hong Kong lawyers from working in the Mainland. Mr Huen Wong explained that only a few Hong Kong lawyers have succeeded in passing the examination and qualified for practicing law in the Mainland, but even so, they may not want to work up North. "Hong Kong folks have limited network in Mainland China as they do not live and study there which is a disadvantage when compared with the native mainlanders."

"Limited Liability Partnership"

Unlimited liability partnership, which was inherited from the United Kingdom in the colonial era, is the way the legal business has been practicing in Hong Kong. At present, more than 80% of local law firms are SMEs. Under unlimited liability partnership, all partners in the law firm are liable if one of the firm's lawyers is sued by clients for mishandling any cases. Under limited liability partnership (LLP), however, only the partner who is at fault would be liable. This will minimize percussions on the business of the firm.

LLP is conducive to the expansion of law firms to cater for the needs of enterprises. The United Kingdom had officially adopted this mode of partnership in 2001, and Singapore followed suit in 2005. The local legal profession has been pushing for this type of partnership since ten years ago, and it is only until recently that the government finally agreed to introduce LLP. Mr Wong explained that under LLP, client's interest will be protected, as any one firm

who is involved in a law suit will have an insurance cover of at least ten million Hong Kong dollars, and if situation warrants, the insured amount would be raised. In the past, there were merely three cases in which lawyers were sued. Of the three cases, there was only one case involved a compensation amount of over ten million Hong Kong dollars. The amount of compensation is adequate for corporations, and it should also be more than adequate for individual clients. Therefore, if LLP is to be implemented, clients can still enjoy the same protection.

One-Stop Legal Service

In addition to the new mode of partnership, Mr Huen Wong also mentioned other operation modes, namely the Alternative Business Structure (ABS) and Legal Disciplinary Practices (LDP). ABS allows parties other than lawyers to own shares of the law firms concerned for the establishment of ABS firms, but the percentage of their shares should not exceed 20%. ABS firms are expected to be licensed locally this year. He said such structure is good for encouraging newcomers to develop their own business, "Quite a number of elites are working in the field, yet it is not easy to set up a law firm as it requires a considerable amount of capital." He hopes that members of the legal profession could give it a try to let non-lawyers in as shareholders in order to seek further expansion of their business.

Comprehensive legal services refers to providing one-stop legal services under the ABS system, such as provision of insurance, risk management, banking, real estate agents and other related legal advices. Mr Wong suggested that Hong Kong has many lawyers and their practice has



becoming more diversified. Clients have also become more demanding and the provision of professional advice other than just legal advice may help attract clients. Mr Wong emphasized that any layman can easily acquire a basic understanding of laws by simply browsing the Internet. Lawyers should understand and meet the commercial needs of their clients in order to improve on their competitiveness.

As a matter of fact, some local law firms have already offered free 'one-stop' legal services for clients. Many financial analysts and consultants provide business advice to clients; while some accountants are providing service in commerce transactions, human resources consultation, and financial analysis. They make a decent income by doing that. This is a good chance for law firms to work hand in hand with them to tailor-make a comprehensive package of legal and related services to clients. Mr Wong predicted that there would be voices against this proposal. "That's why I have repeatedly stressed that we lawyers should exercise self-discipline at all times and should always put client's interest first."

Difficulties in the implementation of competition law

Competition law has recently become a hot topic in the society. Some members of the business community are concerned about the effect of the law on the overall business environment. Many European countries have implemented competition policy for long, and Mainland China has also implemented the Anti-Monopoly law since 2008. Hong Kong is now facing some legislative challenges. Mr Wong stressed



that ambiguity in the provisions of the proposed competition law has caused delay in its implementation. There may be possible loopholes and pitfalls that would draw entrepreneurs into legal disputes inadvertently. "As there are no precedents on competition law in Hong Kong, we may have to draw reference to precedents in other countries. However, the latter may not be applicable in local situations. Certainty is what matters in law." The business community worries that the law can only be effectively applied if precedents are accumulated. Under international practice, companies breaching the competition law may be charged a penalty amount equivalent to 1% of their total turnover. They certainly do not want to be caught in this slowly growing process and thus ask for clearer provisions.

The timetable of implementing the competition law in Hong Kong depends very much on how serious the Competition Commission is about its business, details of the guidelines and ways to execute the law. Not every case calls for prosecution under the law as it depends on the circumstances of individual cases. The government has

to consider whether prosecution may not be warranted if companies correct their misbehaviours after receiving warnings, or whether corporations should be exempted from the law taking into account economic or public interest. Mr Wong is of the view that in reality, there are many grey areas which may not call for significant increase in litigation during the implementation process.

Future plans

Mr Huen Wong was elected president of the Law Society of Hong Kong in 2009, and was re-elected last year. Before becoming the President, he has been involved in the work of the Law Society Council for nine years of which five years as a Vice-president. When asked if he will follow the example of many lawyers who pursue a political career, Mr Wong said that he is tied up with work in his law firm and the activities of the Law Society of Hong Kong. He barely have time to spare for other endeavours. He has decided not to seek re-election for the third term so that he may focus on developing his firm's business.

金融危機後香港投融資市場的發展機遇

香港是亞太區最主要的國際金融中心之一，投融資活動相當頻密，朝著新興市場主要融資平台方向發展。香港是新興市場首屈一指的股票融資中心。根據國際交易所聯盟 WFE 統計，香港 IPO 融資金額去年首 11 個月達 513 億美元，繼續全球領先；而截至去年 11 月底，港股總市值增至 2.7 萬億美元，首次升至全球第五位，僅次於紐約、納斯達克、東京及倫敦等歐美主要股市。

此外，香港亦是新興市場主要銀行中心。根據 BIS 的數據，2009 年底香港銀行業持有的跨境資產為 7,478 億美元，與新加坡並駕齊驅，是歐美發達國家及開曼群島以外最大的海外貸款及拆借中心。至去年 10 月底，香港銀行業貸款總額近 5,400 億美元，其中境外使用貸款佔 19%，境外貿易融資又佔 2%。同時，香港也是區內主要銀行同業拆借市場，於 2010 年首 9 個月平均每月拆借 258 億美元，其中跨境拆借 155 億美元，佔了其中六成，顯示高度的外向性。

不過，香港債券市場不成熟，不僅與美國國家相比存在明顯差距，而且也落後一些新興市場國家和地區。香港投融資活動日趨活躍，與經濟高度自由及國際化程度較高、有良好的制度保障、金融市場初具規模、金融基建水平較高、監管到位及一些人才、人文因素有關，但不得不提的兩個關鍵因素是企業投融資需求強勁及有充裕資金保證投融資活動順利進行。

首先，內地仍然是香港投融資活動的主體。1993 年至今，主板及創業板紅籌股及 H 股公司融資額累計 9,700 多億港元，佔全部融資額的 65%。值得注意的是兩個變化。一是由人民幣國際化帶出的新融資需求，去年香港人民幣債券發行量已達 321 億元人民幣，佔 2007 年以來累計發行量近六成；二是香港成為內地企業境外融資中心亦吸引其他新興

市場企業前來融資，俄鋁、巴西淡水河谷已成功在港上市，可見香港投融資主體還在不斷擴展中，這是投融資市場發展的基本保證。

其二是資金因素。由於新興市場企業比成熟跨國企業更具成長性，加上近年來新上市企業掌握著能源、原材料資源及金融資源，投資者普遍看好其發展前景。越來越多內地及海外大型企業集中在港上市，吸引了大量資金流入。美國實施量化寬鬆，向海外釋放大量流動性，追逐高回報的閒散資金在全球流竄，香港成為其中一個重點市場。從香港銀行業結算賬戶總結餘，以及金管局在去年內大量發行外匯基金票據及債券，可知市場資金相當充裕。資金充裕又推低資金成本，綜合利率 (C Rate) 創下歷史新低，而香港同業拆息率亦低於美國、歐洲及日本；另一方面，存款利率低企又造成實際負利率，增加了投融資活動的吸引力。

香港投融資活動發展勢頭良好，然而投融資趨於活躍也帶來一定的風險因素。香港對資金流動不作任何限制，方便資金流進流出，一旦外部貨幣環境逆轉，香港就可能成為一部大型提款機，造成市場波動。歐美主要金融機構在金融海嘯最嚴重時，就曾從香港調回大量資金。另外，作為資金主要調動者之一的對沖基金，一直令市場感到不安。1998 年部分對沖基金積極部署，調動充足彈藥衝擊聯繫匯率制的經歷至今讓人難以忘懷；而最近越來越多對沖基金直接在香港設立辦事處，引起廣泛關注。

正確理解對沖基金的角色及作用，對促進香港投融資市場發展具有重要意義。由於對沖基金融資能力較強及交易活躍，在一定程度上增加市場深度及流動性。因此，在提高市場效率方面，對沖基金也扮演非常重要的套利角色，有助於減少及消除金融市場內出現錯誤定價的情況。因此，吸引更多對沖

基金駐足，是香港發展投融資市場的重要環節，亦是政府近年來努力的方向。迄今，香港對沖基金管理的資產佔亞太區的兩成以上，香港正朝亞太區對沖基金中心方向發展。

要消除市場對對沖基金的歧見，並令對沖基金成為香港投融資市場發展的新動力，關鍵在於加強監管。香港歷來就對沖基金設有嚴格的登記註冊及信息披露制度，歐美國家也正將對沖基金監管納入正軌，這將促進包括香港在內的對沖基金健康發展。

總括而言，香港是新興市場發展投融資活動條件最好的國際金融中心。內地仍實行嚴格資本管制，最近又採取措施，進一步加強對跨境資金流動監管。海外資金不能自由進出內地，強化了香港作為中國離岸國際金融中心的角色。香港應抓住寶貴的歷史機遇，整合各種資源，完善各個投融資環節，盡快做大做強市場，加快發展成為與紐約、倫敦並駕齊驅的環球主要投融資中心。

本文作者為中國銀行經濟研究員應堅



2011 年香港經濟展望

香港經濟在 2010 年顯著復甦。歐美經濟恢復增長，令環球貿易從 2009 年低位反彈，並帶動香港出口在去年首 11 個月增長 23.8%。與此同時，住宅價格及成交量在 2010 年首 11 個月內分別飆升 20.8% 及 19.3%，為內部經濟提供進一步的支持。預計 2010 年全年實質經濟增長為 6.5%。

儘管數據令人鼓舞，但在過去一年的復甦過程中亦經歷不少波折。希臘的債務危機在 2010 年上半年引發市場恐慌，區內的債務危機在第三季進一步加劇，市場關注「歐豬五國」（葡萄牙、意大利、愛爾蘭、希臘及西班牙）的財政狀況。然而，隨著雙底衰退的威脅逐漸消散，市場氣氛在第四季迅速好轉；而由於美國推出量化寬鬆措施，令亞洲各地改為採取措施，防範熱錢流入及其引發的資產泡沫問題。

西方經濟挑戰重重 未阻復甦步伐

縱使 2010 年全球經濟起伏不定，2011 年香港的經濟前景仍可審慎樂觀。歐洲債務問題餘音未散，但相對於危機在希臘初現時國際市場的強烈反應，愛爾蘭在去年第四季爆發的債務問題對市場的震盪已明顯減弱。因此，債務危機的發展或會不時令市場出現波動，但不至於引發經濟衰退。預計歐元區經濟在 2011 年將增長 1.4%，略低於 2010 年 1.6% 的升幅。

另一方面，美國一直維持擴張性的財政及貨幣政策以確保經濟持續復甦。過去一年，供應管理協會指數一直保持在 50 點的盛衰分水嶺之上，反映經濟仍在穩步擴張。相信美國經濟繼 2010 年增長 2.8% 後，在 2011 年會錄得 3.1% 的升幅。

美國經濟現時面對最大的挑戰在於復甦過程中未能創造大量就業職位。當地私人企業在 2008-09 年經濟衰退期間一共削減 850 萬個職位，遠高於 2001-03 年衰退時所流失的 340 萬個職位；而在 2004 年經濟復甦時，美國共有 165 萬個新增職位，這次經濟復甦的相同時間內所創造的職位數目卻較以往遜色，於 2010 年僅能增加 135 萬個職位。企業不願意招聘，反而將工序轉移至其他低成本國家。「無就業復甦」的情況將拖慢增長，將不利今後美國經濟的發展。

內地經濟穩健 推動香港經濟復甦

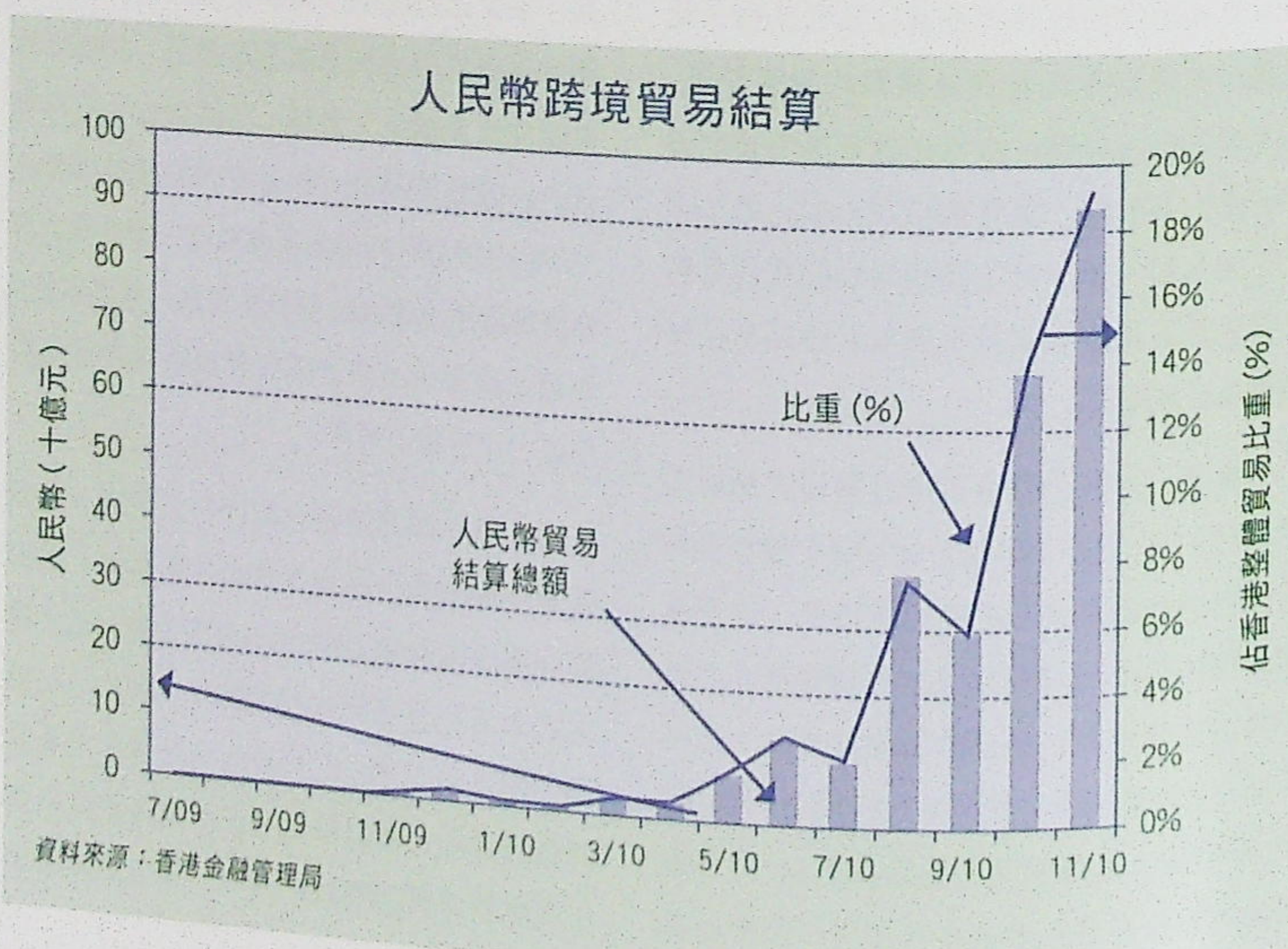
踏入 2011 年，由於海外市場需求減弱，預計中國出口增長將由去年的 31.3% 放緩至 15%。然而，內部經濟暢旺，將可彌補出口增長減慢的影響。

此外，最低工資及製造業工資大幅度上升，將進一步加強內地居民在 2011 年的消費能力；而「十二五」規劃支持提高居民

收入，相關政策的推出亦會促進內地消費增長。加上預期人民幣在 2011 年升值 3-5%，這些利好因素將帶動內地對香港服務業的需求，包括零售、教育、醫療及金融服務等。

香港的金融服務業亦將繼續受惠於內地的強勁需求。香港去年以新股集資總金額計全球排行第一，其離岸人民幣中心的角色亦得到鞏固。受惠於國家支持香港擴充人民幣金融服務，去年 11 月份香港的人民幣貿易結算量飆升至 937 億元人民幣，佔香港貿易總額的 19.2%。人民幣金融服務持續急速擴張，將為業界帶來新發展。因此，內地居民對香港消費及金融服務的需求，應可抵銷出口增長放緩的影響。

另一方面，今年香港內部需求將保持穩健增長。本地基建項目建築進展如火如荼，失業率預計逐步回落至 3.5% 的水平，將令 2011 年的工資升幅加快至大概 4% 的水平，增強消費意欲，刺激個人消費。預計 2011 年香港經濟實質增長為 5%。



租金正在上升



政策引伸不明朗因素

儘管全球經濟平穩復甦，今年各地政府為處理內部問題已推出各項措施，對經濟前景將構成不明朗因素。歐洲主權債務問題纏繞不斷，將迫使區內政府大幅度削減開支，目前未能確定這些政府能否持續忍受緊縮政策對經濟及政治穩定帶來的衝擊。另一方面，由於美國總統奧巴馬正致力降低失業率，因此並不急於處理日漸龐大的財赤問題。在審慎理財原則與經濟發展之間取得平衡，將成為歐美政府的挑戰，亦將增添金融市場的波動。

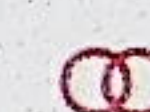
與此同時，中國政府正全力對抗通脹。為遏抑通脹，中國人民銀行已上調存款準備金率及利率。近期惡劣的天氣可能令食品價格保持高漲，而未來工資上升的趨勢亦將刺激其他消費品價格上升。相信人民銀行會在今年內加息一個百分點，以防止通脹失控。另外，房地產發展將繼續成為政府關注的焦點。儘管政府於去年已推出遏抑樓市措施，惟樓價仍不跌反升。

香港亦面對同樣的挑戰。進口食品價格將持續上漲；而私人住宅租金則繼 2009 年上漲 12% 後，在 2010 年首 11 個月再攀

額外加徵 5-15% 印花稅，惟市場因素如低息環境、新增住房供應短缺及來自內地資金流入等，仍然為香港樓市帶來支持。

總括而言，全球經濟今年應可持續復甦，但增長步伐將較往年慢。受債權問題及失業率高企困擾，美國及歐洲央行將繼續向市場注入大量資金，令資金持續流入亞洲市場。為此，亞洲政府將致力抑制通脹對經濟及資產市場的影響，而中國所面臨的挑戰最為嚴峻。刺激個人消費乃「十二五」規劃的核心策略，所以政府需要為經濟降溫之際，亦要防範緊縮過度可能打擊消費信心，當中能否準確拿捏是當局今年面對的挑戰。

本文作者為東亞銀行首席經濟師鄧世安



主要指標預測（按年變動百分比）

	實質增長率	
	2010	2011
1. 本地市場		
私人消費開支	5.3	5.0
政府消費開支	3.5	4.0
固定資本形成總額	8.5	7.0
2. 進出口貿易		
整體貨物出口	15.0	7.0
貨物進口	16.2	9.0
服務出口	10.0	10.0
服務進口	7.0	8.0
3. 實質本地生產總值	6.5	5.0
4. 綜合消費物價指數	2.4	4.0

小心處理保障性評稅

個案：

陳先生的公司正在接受稅務局就其由2004/05年度至2009/10年度的稅務進行調查，有關程序由陳先生所委託的稅務代表處理。今天，陳先生收到稅務局寄出的

信件。拆開信件一看，陳先生的心馬上涼了半截，原來稅局對陳先生的公司發出了一份2004/05年度的評稅及繳稅通知書，更要求公司6個星期內繳交一筆為數不菲的稅款。陳先生在震驚之餘，亦感到非常憤怒，認為他所委託的稅務代表一定是在調查工作上犯了嚴重錯失，以致被稅務局提出苛刻的懲罰。



保障性評稅防逃稅

每年臨近3月31日這個日子，不少納稅人會收到由稅務局發出的評稅及繳稅通知書，但這些通知書並非最近的課稅年度，而是關於六年前的課稅年度（即今年3月31日前發出的將會是2004/05年度的繳稅通知書）。很多納稅人會問：「究竟發生了什麼事？為什麼稅務局會突然作出評稅？我應該怎樣應付這份評稅？」

其實，這些評稅及繳稅通知書是稅務局發出的「保障性評稅」，發出的原因是由於在香港的稅務條例列明，在一般情況下，評稅主任只可向納稅人追溯過去6年內的稅款，

如果個案牽涉蓄意逃稅的行為，稅務局更加可以向納稅人追溯過去10年的稅款，並向納稅人作出補加評稅。

確保檔案保持開啟

因此，若果納稅人與稅務局之間存有尚未解決的稅務爭議，而且是有關2004/05年度的稅務問題（即6年期限年度），例如稅務局對納稅人的稅務調查或實地審查工作尚未完成、納稅人尚未回答稅務局提問或要求（例如：有關離岸利潤申請資料、交易文件、商業合同等）、或稅務局正在調查納稅人應課稅薪酬福利、雙重僱員合約等問題，由於稅務局需要讓個案可以繼續進行調查，

因此需要為即將超過6年期限的檔案發出「保障性評稅」，以確保該個案的檔案保持開啟狀態。

納稅人又應該怎樣處理稅務局發出的「保障性評稅」呢？一般來說，若納稅人覺得「保障性評稅」中的評稅不合理，必須在稅單發出後1個月內，向稅務局提出書面反對，並要求緩繳有關款項；但若納稅人選擇繳交有關的稅款，由於該年度的檔案會因此被視為「沒有未完結事項」，受制於上述的六年限期，稅務局可能會在3月31日前再發出另一份「保障性評稅」的評稅及繳稅通知書。當中的評稅金額通常會比第一份「保障性評稅」大，務求促使納稅人提出反對，並且讓該個案的調查工作可以繼續進行。

此外，對一些剛開始接受稅務調查或實地審核的納稅人，稅務局可能會在發出「保障性評稅」之前，要求該納稅人盡快與稅務局初次會晤，以便評稅主任能夠準確釐定有關的評稅利潤或收入。在這種情況下，納稅人不應急於與稅務局會晤，因為即使稅務局估計的「保障性評稅」比實際數字大，納稅人仍可向稅務局提出有效反對，並要求暫緩繳交該份「保障性評稅」中的稅款。

納稅人應盡快了解個案中的爭議項目，作出充分的預備，然後再與稅務局的職員安排會面。如有疑問，應立即請教專業會計師。

本文作者為羅兵咸永道有限公司稅務總監洪宏德

法定最低工資

法定最低工資將於今年5月1日開始實施，首個法定最低工資水平是每小時28元。法定最低工資的目的是設定工資下限，保障基層僱員。總括來說，僱員就任何工資期的工資，按他在工資期內的總工作時數平均計算，不得低於法定最低工資的水平。

法定最低工資的適用範圍

法定最低工資適用於所有僱員，不論是月薪、日薪、長工、臨時工、全職、兼職或其他僱員，亦不論是否按《僱傭條例》下的連續性合約受僱^{註1}，但不適用於下列人士：

• 《僱傭條例》所不適用的人士^{註2}

• 留宿家庭傭工^{註3}，不論該傭工的性別及種族

• 實習學員^{註3}及正處於獲豁免學生僱用期的工作經驗學員^{註3}

殘疾僱員同樣受到法定最低工資保障，但亦可選擇為他們而設的特別安排，包括供現職殘疾僱員於今年5月1日前選擇的過渡性安排。

最低工資的金額

就任何工資期僱主須付予僱員的工資，不得少於按下列方法計算的最低工資：

$$\begin{aligned} & \text{最低工資} \\ &= \\ & \text{僱員於工資期的總工作時數} \\ & \times \\ & \text{法定最低工資水平} \\ & \text{（即28元）} \end{aligned}$$

如須就工資期支付予僱員的工資少於最低工資，僱員有權就該工資期獲付這差額（即額外報酬）。該僱員的僱傭合約須視為他有權就該工資期獲得額外報酬。僱主欠付最低工資，等同欠薪。

工作時數

計算最低工資的工作時數（不足一小時亦須計算在內），包括僱員按照僱傭合約、在僱主同意下或根據僱主的指示：

• 留駐僱傭地點當值的時間，而不論當時有否獲派工作或獲提供培訓；或

• 在關乎受僱工作的情況下用於交通的時間，但不包括用於往來居住地方及僱傭地點（位於香港以外的非慣常僱傭地點除外）的交通時間。

僱傭地點是指僱員按照僱傭合約、在僱主同意下或根據僱主的指示，為執行工作或接受培訓而留駐該地點當值的任何地點。

除了《最低工資條例》外，如果按照僱傭合約或僱傭雙方的協議，有關時間視為僱員的工作時數，則在計算最低工資時，該段時間也須包括在內。

查詢

查詢熱線：2717 1771（此熱線由「1823電話中心」接聽）

* 對香港法例第608章《最低工資條例》的詮釋，應以法例原文為依歸。

註1：根據《僱傭條例》，按「連續性合約」受僱的定義是指僱員連續受僱於同一僱主4星期或以上，而每星期工作18小時或以上（即符合所謂「4-18」的規定）。

註2：《僱傭條例》不適用於：(a) 僱主家屬並與僱主同住的僱員；(b) 《往香港以外地方就業合約條例》所界定的僱員；(c) 根據《商船（海員）條例》所指的船員協議而服務的人，或在並非於香港註冊的船上服務的人；及(d) 按照《學徒制度條例》註冊的學徒。就(d)而言，雖然《僱傭條例》內若干規定適用於有關的註冊學徒，但法定最低工資並不適用於他們。

註3：有關定義請參閱《最低工資條例》。

本文由勞工處提供



信保局伸延承保範圍 助港商拓展內地市場

因時應變 支持內銷

近年，以亞洲地區為首的新興市場發展迅速，不但率先擺脫金融海嘯影響高速復甦，更顯示出強勁增長潛力。當中，內地市場作為區域主要的增長引擎，在當局推動下，內需有望進一步擴大。隨著主要出口市場復甦步伐踴躍，拓展內銷市場已成為不少港商的重要出路。現時已經有不少香港廠家於內地設立子公司，拓展內銷市場。信保局亦因應香港出口商貿易模式改變及出口市場的情況，在《香港出口信用保險局條例》的框架下，鼓勵及支持出口貿易。為了回應出口商拓展內地市場的訴求，信保局積極尋求法律意見，經過與政府商討後，於3月1日開始，把現行為出口商就其海外或內地子公司買賣合同而提供的承保範圍進一步伸延，以滿足出口商透過獲取所需的放帳風險保障開拓市場及發展業務的需要，從而支持香港廠商拓展內銷或其他市場。



內地子公司售貨批單

信保局一直有將香港出口商的保單承保範圍伸延至其海外關聯公司（包括中國內地、美國、英國、德國及荷蘭等地）與買家的銷售合同，以保障港商利益，惟有關貨物必須由香港出口商提供。新推出的承保範圍伸延至內地或海外子公司售貨批單，信保局透過在原有綜合保障保單 (Comprehensive Cover Policy) 加簽批單 (Endorsement) 的形式，將承保範圍伸延至信保局保戶（香港出口商）海外或內地子公司將直接採購或自行生產的產品售賣予其買家的交易。

根據該批單，海外或內地子公司必須為保戶全資附屬公司，其控制權全歸保戶。保戶必須為香港註冊公司，負責所有保單及批單管理事宜，包括遞交所有申請及申報、繳納保費、報告逾期貨款、索賠及協助追償

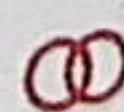
等，子公司毋須簽署任何保單文件。同時，香港出口商仍是信保局保戶，其在海外或內地的子公司並沒有成為保險合同一方和保單投保人。損失事件一旦出現，信保局只會向保戶而非其子公司作出賠償。保戶須遵守保單及批單之條款和責任並簽署承諾書。有關保障範圍以買家風險為主（買家破產、拖欠及不提貨），承保放帳期限一般長達180天，賠償比例則與現有保單相同（最高可達九成）。保費率一般不會高於現有保單。

保戶須確保子公司 保存有關文件

出口商如果有意申請有關批單以保障其內銷業務的放帳風險，須於成為保戶後提交內地子公司的有關法律證明文件，包括營業執照、股東證明文件及內銷批文等。保戶亦須提交內地買家之交易經驗及付款紀錄等資料為買家申請信用限額。此外，保戶須確保子公司妥善保存買賣交易紀錄文件，例如合約、發票、與買家往來文件、貨運單據、銀行匯票、向買家催收的文件等，以便在信保局需要時隨時提交有關資料。

信保局期望有關伸延承保範圍的批單能進一步支援香港出口商，在開拓海外及內銷市場時無後顧之憂。歡迎保戶及出口商隨時登入 www.ec-link.com.hk 查詢。

本文由香港出口信用保險局提供



內蒙古烏海市

地理概況

所屬省份及轄下市、區、縣

烏海市是內蒙古自治區地級直轄市，轄海勃灣區、烏達區和海南區三個縣級行政區。

地理位置

烏海市位於內蒙古自治區西部，建於1976年。

面積

全市總面積1,754平方公里。

人口

總人口50多萬。

天然資源

• **礦產資源：**烏海市地下資源富集，素有「塞外煤城」及「烏金之海」的美譽，是一座資源及原材料型工業城市。境內蘊藏著豐富礦產資源，已探明25種金屬和非金屬礦藏，且儲量大、品位高、易開採，相對集中配套，工業利用價值高，發展能源、化工、建材、冶金工業資源條件得天獨厚。其中煤炭探明儲量24.97億噸，以

優質焦煤為主，佔自治區已探明焦煤儲量近70%，是國內20個焦煤基地之一；磁鐵礦儲量670萬噸，保有儲量590萬噸；煤系高嶺土儲量在11億噸以上，約佔全國探明儲量的五分之一；石灰石遠景儲量在200億噸以上；高品質的石英砂、石英岩儲量約50多億噸；耐火黏土總儲量約3.85億噸；硅石探明儲量1,176萬噸。在以烏海為中心半徑200公里範圍內，礦產資源也非常豐富，其中湖鹽儲量1.3億噸；天然鹼總儲量6,000萬噸；石膏總儲量35億噸；芒硝總儲量69億噸；無煙煤保有儲量4億噸；周邊蘇里格氣田還有豐富的天然氣。

• **水利資源：**烏海市是一座沿黃河生態綠洲山水園林城市。烏海市水資源豐富，黃河從南向北穿越市區105公里，黃河多年平均徑流量達269億立方米，地下水儲存量64億立方米，生產生活用水充足。今年4月開工建設，集防凌、發電、防洪、改善生態環境為一體的黃河海勃灣水利樞紐工程，是由國務院批復，黃河流經內蒙古境內800多公里內唯一一座大型水利樞紐。工程建成



後，將在烏海市區形成100多平方公里的水面，使烏海真正成為一座橫跨黃河兩岸，城在湖畔、水貫城中的生態綠洲山水園林城市。

基建設施

海、陸、空交通網絡

烏海市是一座交通便捷的城市。烏海市位於華北和西北地方交匯處，是東北、華北通往西北的重要交通樞紐，交通便利，現已形成立體交通運輸網路。北京—包頭—蘭州和烏海—東勝—黃驊港鐵路連接東西，烏海—臨河—策克—哈密—烏魯木齊鐵路正在建設。110、109國道以及北京—西藏高速公路在這裡交匯。烏海—山東榮成高速公路正在建設，青島—銀川高速公路延伸至烏海。烏海—公烏素—三北羊場—新上海廟鐵路已連通，

是連接目前正在建的太中銀鐵路及離海鐵路的主要通道。臨近地區臨河—哈密—烏魯木齊一級公路將於年內開工建設。烏海民用機場開通烏海—北京、烏海—西安—廣州、烏海—呼和浩特—上海的往返航班。2009年，烏海市鐵路年貨物發送量2,380萬噸，公路貨物運輸量4,148萬噸。

供水設施

烏海市水資源相當豐富，主要有黃河水 and 地下水。黃河由南向北穿越市區105公里，年均水流量達269億立方米，地下水儲量達64.44多億噸，地表徑流和地下水形成互補系統，生產生活用水充足，可滿足企業的用水需要。

供電設施

烏海是國內北方重要的火力發電基地，建成和在建發電總裝機容量達334萬千瓦。大工業用電每千瓦時人民幣0.42元左右。



人力資源

烏海市人力資源豐富，擁有大批熟練的技術工人，內蒙古工業大學烏海學院、烏海市職業技術學院根據企業發展需要培養各類技術人才，目前在校生 6,000 人。



產業結構及政策優惠

重點發展的工 / 商業及投資導向
烏海市是一座新興的工業城市。現已形成能源、化工、建材、特色冶金四大支柱產業，是國內重要的煤化工基地和氯鹼化工基地，是內蒙古自治區著力建設的新型綜合重化工基地。2009 年，工業增加值 207 億元，佔地區生產總值的 68%。

能源工業

烏海市煤炭資源儲量為 24.97 億噸，發電總裝機容量 334 萬千瓦。烏海市正積極推進電力多邊交易，最低電價每千瓦時 0.4 元左右。投資導向：優化能源結構，扶持太陽能多晶硅、單晶硅、非晶硅等太陽能光伏產業和太陽能電池、元件、電站等新能源項目建設。

煤化工

烏海市是國內重要的焦煤基地，焦煤儲量佔內蒙古自治區的近 70%，現已建成和在建焦炭企業生產能力 1,100 萬噸，預計到「十二五」初期，烏海市將形成近 2,000 萬噸焦炭生產能力。投資導向：支持焦爐煤氣、煤焦油、粗苯深加工項目。



氯鹼電石化工

烏海市石灰岩資源富集，遠景儲量 200 億噸，品位高，周邊地區湖鹽、蘭炭等資源豐富，發展氯鹼電石化工產業優勢得天獨厚。烏海現有 PVC 產能 120 萬噸，預計到「十二五」初期市內 PVC 產能將達到 300 萬噸。市場前景廣闊。投資導向：1,4 丁二醇等電石深加工及 PVC 深加工產業。

氟硅化工

烏海周邊地區螢石資源豐富，初步探明儲量約 500 萬噸，加上當地豐富的電石、液氯等資源，發展氟化工產業具有廣闊的發展前景。烏海市及周邊地區矽石資源儲量約 42 億噸，儲量大、品質高，甲醇等資源就地取材，發展硅化工產業所需原料集中配套，同時可以享受全國最低優惠電價，發展硅化工業具有國內其他地區不可比擬的優勢。投資導向：引進 F134a 等系列綠色製冷劑及其他氟化工產品，建設有機硅、硅烷偶聯劑、白炭黑等硅化工項目。

腐植酸產業

烏海具有豐富的風化煤資源，利用風化煤資源開發腐植酸系列產品前景廣闊。2009 年，烏海市政府與中國腐植酸協會簽訂戰略性合作協議，雙方共同建設烏海（中國）腐植酸綠色化工產業園。投資導向：建設 100 萬噸腐植酸複合肥、50 萬噸精製腐植酸及醫藥等深加工項目。

生物醫藥和精細化工

距烏海 157 公里的「河套平原」——巴彥淖爾市盛產大量的優質玉米，2008 年，巴彥淖爾市玉米種植面積 270 萬畝，產量約 30 億斤左右。與烏海毗鄰的寧夏銀川市 2009 年玉米種植面積達 58.3 萬畝，加之烏海當地也有近 6 萬畝的玉米種植，因此在烏海投資生產抗生素等項目原料供給充足。烏海市現有氯、鈉、甲醇、苯等基礎化工產品 50 多種，發展精細化工產業優勢突出。投資導向：醫藥農藥中間體及其他精細化工產品。



建材
烏海高嶺土、水泥灰岩、石英砂、耐火黏土、陶瓷黏土等資源儲量十分豐富，其中玻璃用砂和石英岩 SiO₂ 含量為 96% 以上，發展建材工業優勢得天獨厚。投資導向：煅燒高嶺土、高檔玻璃和陶瓷等產品；鋁矽鈦合金等新型材料。

鋼鐵冶金

烏海市及周邊地區鐵礦、白雲岩等資源儲量豐富，其中烏海探明鐵礦資源儲量 487.5 萬噸。烏海及其周邊地區硅石 SiO₂ 含量在 96.8%-99.4%，生產的優質金屬硅多年出口日本等國家。烏海電力供應充沛且享受優惠電價，發展特色冶金條件優越。投資導向：以現有鋼鐵冶金產業為依託，大力引進發展礦山機械製造、環保化工設備製造等裝備製造業。鼓勵發展鋁合金及其他深加工等

特色冶金產業。

向：以現有鋼鐵冶金產業為依託，大力引進發展礦山機械製造、環保化工設備製造等裝備製造業。鼓勵發展鋁合金及其他深加工等

第三產業

投資導向：培育和引進大型物流企業，建設汽車修配、物流倉儲等各類專業市場；建設高檔酒店、休閒娛樂項目；圍繞濱河區開發建設 CBD、大型高檔商場；結合黃河海勃灣水利樞紐工程、黃河濕地、金沙灣景區重組、甘德爾山生態文明景區建設等，大力發展旅遊業；引進各種金融服務機構；建設資訊及技術交易平台。



基礎設施建設

投資導向：引進資金和技術，圍繞濱河區開發區的基礎設施建設；圍繞建設「生態綠洲山水園林新型工業城市」的目標，開發建設濱河區二期、黃河繞城水系工程等。

農業

投資導向：發展葡萄種植、高檔葡萄酒釀造、農業觀光等特色產業。

投資優惠

烏海市是國務院批准的內蒙古自治區經濟體制改革試驗區，國家民委、體改委確定的民族自治地方改革開放試驗區，國家建設部確定的全國工礦城市建設改革試點市，享受國家、內蒙古自治區有關西部大開發、承接發達地區產業

轉移優惠政策。在烏海投資發展具體可以享受以下優惠政策：

- 土地價格按照企業投資專案類別和規模具體協商。
- 稅收：享受國家、自治區西部大開發政策，企業所得稅實行「兩免三減半」優惠政策，即第 1 年至第 2 年免徵企業所得稅，第 3 年至第 5 年減半徵收企業所得稅。對於投資規模較大的企業稅收政策一事一議。
- 按照自治區政府有關文件精神，投資鼓勵類產業或投資額達到一定規模，可適度配置煤炭等礦產資源鼓勵企業發展。

聯絡方式

烏海市招商局

電話：86-473-2085687

18604734545（陳磊）

18947306555（趙健）

烏海市政府資訊網

http://www.wuhai.gov.cn



「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：齊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）。

加工貿易快線
www.pro-trade.com.hk

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。

中國工貿錦囊

China Trade Express

加工貿易快線資訊

廣東省《關於調整我省企業職工工資標準的通知》

頭條新聞

1. 廣東省《關於調整我省企業職工最低工資標準的通知》

廣東省人民政府於2011年1月18日發布上述《通知》，從2011年3月1日起，調整廣東省企業職工最低工資標準和非全日制職工小時最低工資標準(深圳市按《深圳市員工工資支付條例》執行)。
《通知》指出，各地級以上市原則上應統一執行省確定的標準，有條件的地區可適當上調。各地級以上市政府應在《通知》下發之日起15日內，向社會公布本地區的最低工資標準。

詳情請參閱以下網址 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3442

2. 《工傷認定辦法》

人力資源和社會保障部於2010年12月31日發布上述新修訂的《辦法》，自2011年1月1日起施行。主要的修訂內容包括：(a) 用人單位未在規定的時限內提出工傷認定申請的，受傷職工或者其近親屬、工會組織在事故傷害發生之日或者被診斷、鑒定為職業病之日起1年內，可以直接按照《辦法》第四條規定提出工傷認定申請；以及(b) 用人單位拒不協助社會保險行政部門對事故傷害進行調查核實的，由社會保險行政部門責令改正，處2千元以上2萬元以下的罰款等。勞動和社會保障部2003年9月23日頒布的《工傷認定辦法》同時廢止。

詳情請參閱以下網址 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3433

熱點話題

1. 《工業領域節能減排電子信息應用技術導向目錄(第二批)》

工業和信息化部於2011年1月5日發布上述《目錄》，當中包括15項節能減排技術，涵蓋鋼鐵、有色、石化、建材、機械等重點用能行業。

詳情請參閱以下網址 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3436

政策傳真

1. 《產品質量監督抽查管理辦法》

國家質量監督檢驗檢疫總局於2010年12月29日公布上述《辦法》，自2011年2月1日起施行。當中規定：(a) 監督抽查的產品主要是涉及人體健康和人身、財產安全的產品，影響國計民生的重要工業產品以及消費者、有關組織反映有質量問題的產品；(b) 監督抽查不得向被抽查企業收取檢驗費用；(c) 對依法進行的監督抽查，企業應當予以配合、協助，不得以任何形式阻礙、拒絕監督

抽查工作；(d) 凡經上級部門監督抽查產品質量合格的，自抽樣之日起6個月內，下級部門對該企業的該種產品不得重複進行監督抽查；以及(e) 未經批准，任何單位和個人不得擅自發布監督抽查信息。此外，《辦法》還規定了實施監督抽查的抽樣、檢驗、異議複檢和結果處理等內容和法律責任等。2001年12月發布的《產品質量國家監督抽查管理辦法》同時廢止。

詳情請參閱以下網址 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3440

2. 《關於深圳前海國際航運保險業務營業稅免稅政策的通知》

財政部、國家稅務總局於2010年12月31日發布上述《通知》，自2011年1月1日起，對註冊在深圳市的保險企業，向註冊在前海深港現代服務業合作區的企業，提供國際航運保險業務取得的收入免徵營業稅。

詳情請參閱以下網址 http://www.pro-trade.com.hk/2_news_detail.asp?id=3438



Web Site : www.cma.org.hk

三維超聲脊柱側彎評估

突發性少年脊柱側彎是兒童及青少年最常見的一種脊柱變形情況，約有百分之二至四的人口患病。香港衛生署普查顯示，在 07 至 08 學年共發現 3 萬 8 千多名學生懷疑脊柱側彎，約佔接受檢查學生百分之十三，人數較 5 年前增長接近一倍。患有脊柱側彎症者多為青春期的兒童，女孩子惡化的機會較男孩子大。脊柱側彎症初期不易被察覺，直到脊柱彎曲至較嚴重時才會影響外觀。輕微脊柱側彎患者只需定期作骨質檢查以控制彎曲程度；嚴重者則需要透過手術或矯正支架矯正脊柱彎曲幅度。部分脊柱側彎患者脊柱會出現扭轉情況，嚴重更會導致肋骨變形，擠壓心肺。

現時 X 光成像是最常用評估脊柱變形程度的方法，透過成像直接量度脊柱彎曲以測定嚴重性。不過由於 X 光含有害輻射，特別

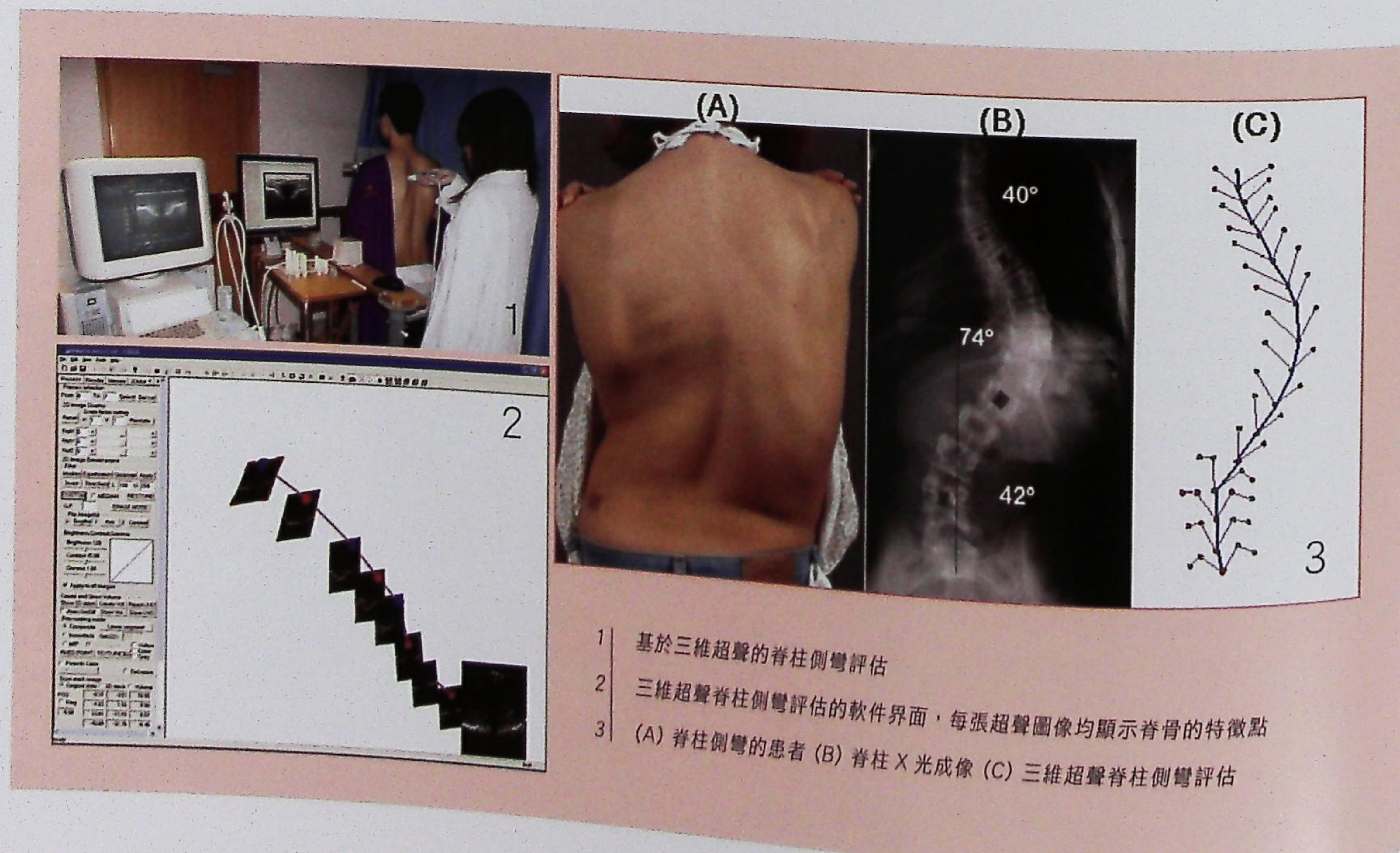
是對兒童及青少年，更不可頻繁使用，每次檢驗需相隔 9 個月至 1 年，在治療過程中很難有連續的效果評估。然而，脊柱側彎有持續惡化可能性，根據臨床經驗，脊柱側彎度可在半年內急劇增加二十多度，故定期並長期跟進非常重要，有助及早發現及矯正病況，減低做手術的機會。

有見及此，香港理工大學（理大）醫療科技及資訊學系鄭永平教授及其科研小組利用基於三維超聲的成像技術，成功研發一套嶄新且不含輻射的脊柱側彎評估系統。除了能取得 X 光成像可測量的側彎數據外，該系統同時能提供脊柱在其它方向的變形，可作各種脊柱彎曲的評估。該系統比一般檢測脊柱側彎的 X 光儀器價格較低，而且方便移動和安裝，因此在不同的環境下也可進行脊柱側彎檢查及評估。此外，由於超聲波掃描沒

有任何副作用，在檢驗過程中也不會造成不適，系統可作多次的脊柱側彎測量，從而對治療效果作連續性評估，也可以讓兒童及青少年作大規模普查，能盡早發現脊柱側彎並及時治療。

該系統研究得到香港研究資助局和理大的資助，於 2008 年開始，透過與診所和醫院合作，進行臨床測試，相信此技術最終能提供一套便利及低成本的評估方法，讓不少兒童及其他脊柱病患者受惠。該項發明去年 10 月於紐倫堡第六十二屆國際創意、發明及新產品展中榮獲銀獎。任何人士如欲查詢該技術的詳細資料，或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：pdad@polyu.edu.hk）。

◎



香港國際珠寶展

香港是繼意大利、美國和瑞士之後全球第四大珠寶首飾出口地，2010 年首 9 個月，香港貴金屬、珍珠及珠寶首飾的出口總值達 240 億港元，比去年同期上升了 26%。內地對珠寶首飾的需求日殷，為業界造就了各種各樣的商機，本港珠寶業的發展前景一片光明。

香港國際珠寶展不僅成為進軍蓬勃的內地市場的大門，而且更可助業界掌握世界其他市場商機。第 28 屆香港國際珠寶展將於 3 月 4 至 8 日在香港會議展覽中心舉辦，預計將匯聚超過 2,750 個來自 44 個國家及地區的參展商，成為全球三大珠寶展之一。已確認參展的不乏著名珠寶商，包括德國 Paul Wild、香港萬雅珠寶有限公司及恒和珠寶首飾廠有限公司、以色列 Lili Diamonds、意大利 Roberto Bravo、瑞士 Thomas Faerber SA、英國 Euro Pearls 及美國 Michael Gad Emerald 等。

意大利將成為 2011 年國際珠寶展的「夥伴國家」，是展會首個夥伴國家。意大利珠寶首飾素以用料精美，設計匠心獨運著稱，是環球珠寶市場重要的一員。意大利也是本港

珠寶商極其重要的市場。2010 年首 9 個月，香港出口至意大利的貴金屬、珍珠及珠寶總值達 9 億港元。

大會將設有 16 個地區展館，凸顯國際特色。除意大利外，其他組織展館的包括巴西、中國、德國、印度、日本、韓國、馬來西亞、菲律賓、新加坡、西班牙、斯里蘭卡、台灣、泰國、土耳其、美國等地。另外更有 8 個由業界組織主辦的團體展館。

大會亦設有多個主題展區，分別以珠寶業的不同領域作重點，確保買家可輕易地找到最能切合需要的供應商。「品牌精粹廊」將一眾頂級品牌薈萃於優雅環境下，從而襯托出展品的特有氣派。2010 年首度登場的「瑰麗珠寶館」將會再展魅力。為彰顯展品風姿，各參展商可選用專門設計的特級展台或自行搭建展台。至於匯聚在「珠寶精粹廊」的，都是一些高檔首飾和名師傑作。「自然瑰寶」則集中展示未鑲嵌鑽石、寶石、南洋珠和大溪地黑珍珠等。此外，有見於古典精品首飾行頭日廣，「古典精粹廊」便專為有關參展商提供聯繫專業買家的機會。

其他展區包括重點展示時尚首飾系列的「珠寶設計精選」；在展示各類精美首飾及鑽石之餘又提供私人業務洽談的「尊尚展廳」；展出亞洲瑰寶翡翠為主的「翡翠首飾廊」；以及專為手表及時計而設的「鐘表廊」。

「香港珠寶設計比賽」向來是大會的矚目焦點，2011 年亦會再度舉辦。今屆的設計主題是「春之頌」，收到的參賽作品已超過 370 件。得獎作品將會擺放在大會特設的專櫃，既可以引發靈感，又能表揚本地設計人才。

「國際珠寶設計大獎 2011」則展示業內創作水平登峰造極的作品。這項每兩年舉辦一次的盛事，參賽作品均是全球各地珠寶設計比賽的得勝者。大會除選出「冠軍中的冠軍」大獎外，還會頒發最佳整體美觀獎、最佳工藝獎、最佳創意獎、卓越設計大獎及優異設計大獎。

香港國際珠寶展亦同時提供多項增值活動。在一連串的研討會中，業內專家會就設計、技術、未來趨勢、市場情報等多個議題發表論述。另一項廣受歡迎的活動是在展覽期間不時舉辦，由模特兒展示不同參展商珠寶首飾的迷人匯演。

◎

第 28 屆香港國際珠寶展

展覽日期：2011 年 3 月 4 至 8 日（星期五至二）

展出地點：香港灣仔博覽道一號香港會議展覽中心（港灣道入口）

展覽會開放時間：

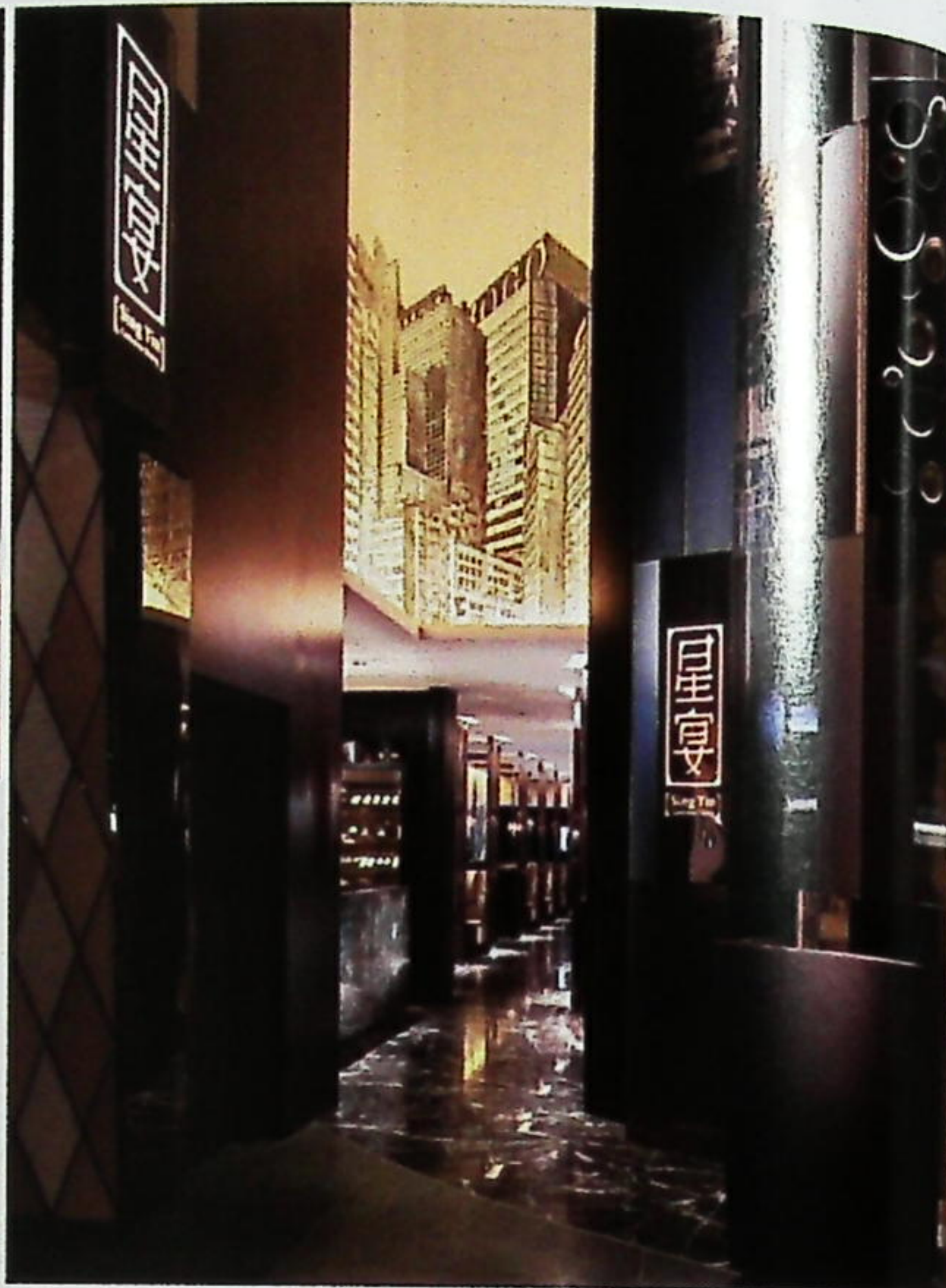
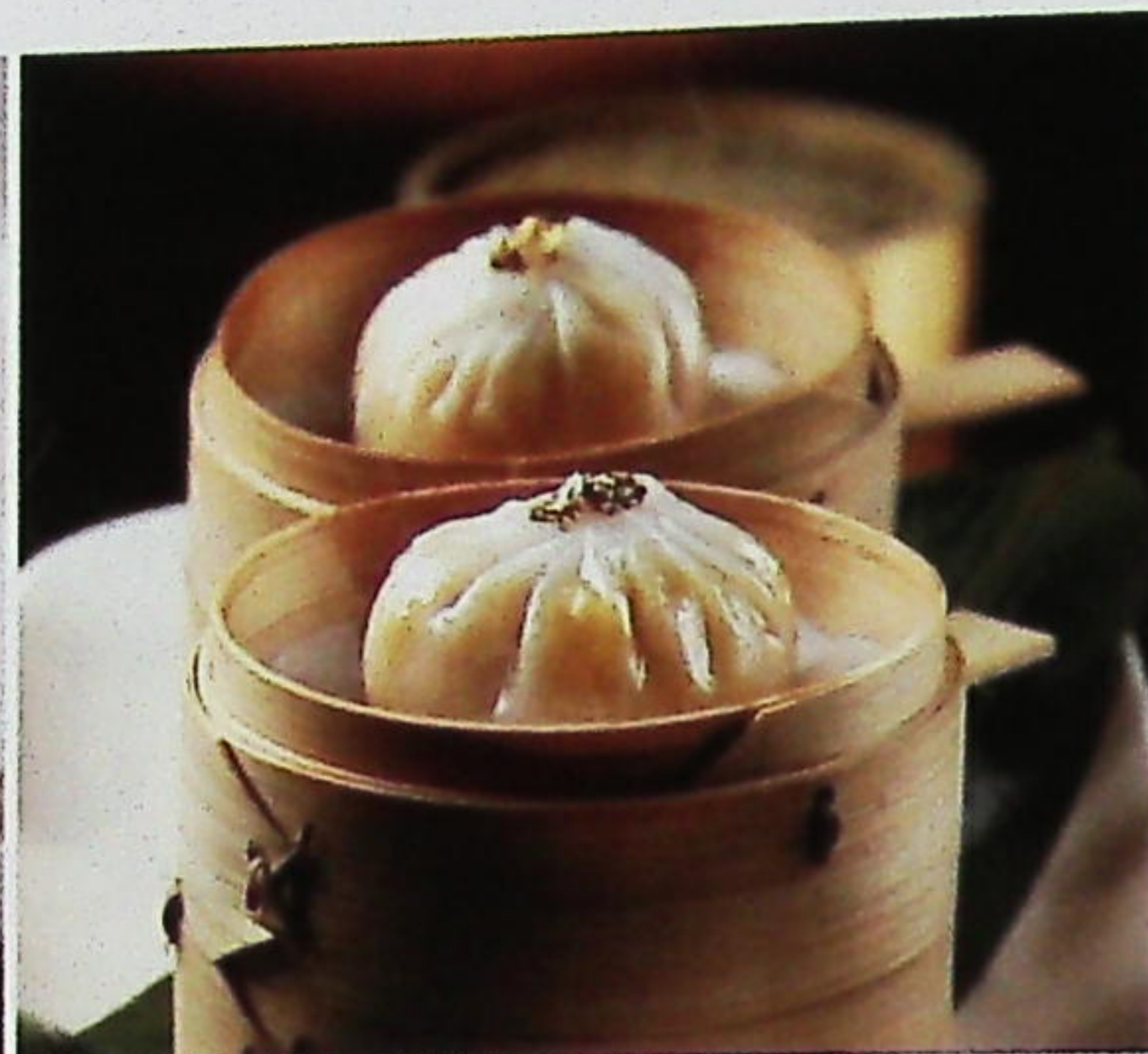
展覽日期	開放時間	買家登記時間
3 月 3 日（星期四）	--	下午 2 時至 7 時正
3 月 4 日（星期五）	上午 10 時 30 分至下午 6 時 30 分	上午 10 時正至下午 6 時正
3 月 5 至 7 日（星期六至一）	上午 10 時正至下午 6 時 30 分	上午 9 時 30 分至下午 6 時正
3 月 8 日（星期二）	上午 10 時正至下午 5 時 30 分	上午 9 時 30 分至下午 5 時正

入場人士：只供 18 歲或以上的業內人士參觀。入場費每位港幣 100 元。

為保安理由，登記時必須出示有效護照或香港身份證。

官方網站：<http://www.hktdc.com/fair/hkjewellery-tc/HKTDc-Hong-Kong-International-Jewellery-Show.html>

查詢電話：1830 668



型格新派中菜「星宴」 展現香港情懷

於全球擁有超過 30 間酒店及渡假村的 W 酒店集團，為香港帶來新驚喜，提供全新的生活概念餐飲選擇！全球首間 W 中菜廳——「星宴」，將為老饕帶來凸顯香港烹飪文化的正宗中式佳餚，以及時尚前衛的室內裝潢。

劃出街道風貌 體驗和諧共融

全新中餐廳揉合中西文化及藝術元素，充分反映香港作為前英國殖民地的歷史背景和深厚中華民族的根基。設計師運用入口處的特高樓底，在巨型的屏風上綴以招牌圖像及充滿東方意境的藝術品，令貴賓彷彿漫步於香港的繁華街道上。進入主用餐區的長廊，可見兩旁的半開放式廂房化身為水果小店、時裝店和書店等，配上特別的燈光效果，展現出香港的獨有文化氣息。走廊盡頭的牆以不規則玻璃屏風和 LCD 屏幕裝飾，透視海洋生物在大海中悠然自得的神態，為空間平添生氣。

南方傳統烹調 多款自創菜式

配合「星宴」風格時尚的環境，餐廳所提供的每一道菜餚均由擁有 30 年烹飪經驗的酒店中菜部總廚李秉康師傅精心設計。食客可試試李秉康師傅自創的皇牌推介：水晶蟹粉小籠包及薑汁米酒蒸蟹鉗。水晶蟹粉小籠包可說是李師傅得意之作，晶瑩剔透的水晶

薄皮包裹著以大閘蟹肉、蟹膏和碎豬肉攪拌而成的餡料，肉汁豐富，味道芳香濃郁；而薑汁米酒蒸蟹鉗精選肉蟹蟹鉗，以蛋白的清鮮和薑汁的香辣去除蟹鉗的腥味。這道李師傅當年在上海自創的菜色，深受當地食客和官員歡迎。

其他特色佳餚還有古老菜式白玉石榴。傳統做法是以薄薄的蛋白皮包裹著碎豬肉餡料，為了迎合香港人嗜海鮮的口味，李師傅改用新鮮帶子作為餡料，配以由上湯煮至脫身的冬瓜和爽脆日本魚子同食，賣相精緻，口感清新。迷你佛跳牆則以鮑魚、海參、花膠、北菇、摩利菇、竹笙、火腿和菜膽等頂級材料燉成，令人垂涎三尺；而油泡蟹籽蝦球以爽脆的日本蟹籽與爽甜鮮味的大蝦同炒，炮製出獨特的日本風味。此外，「星宴」推介的精緻甜品「果醬脆蛋散」亦不容錯過，李師傅棄用傳統製作蛋散慣用的糖膠、椰絲和芝麻，改用口味新穎的芒果醬，為古老廣東甜品大變身。

中式雞尾酒 配搭天衣無縫

作為酒店所屬集團首家中菜廳，既要突出濃厚東方色彩，又要配合酒店一貫型格路線，餐廳特地調製幾款別出心裁的中式雞尾

酒。這些雞尾酒以「理髮店」、「旗袍」、「城寨」等命名，洋溢濃厚中國風情。每款亦用上亞洲特有食材調配，例如「理髮店」就以桂花和杞子比喻千萬煩惱絲，混合溫和醇厚的中國佳釀，配以清淡的草本糖漿；另一款「城寨」則以龍眼味中國酒平衡薑的辛辣，是寒冬中的暖胃之選。

香港 W 酒店中菜廳 星宴

地址：香港九龍站柯士甸道 1 號
香港 W 酒店一樓

營業時間

午市：正午 11:30 時至下午 3 時

晚市：下午 6 時至午夜 11 時

衣著：優閒

平均消費：每人約 \$160

（午餐不連餐飲）

每人約 \$360

（晚餐不連餐飲）

午市套餐每位 \$198 起

查詢及預約：3717 2222

櫻期有限 賞花要及時

賞櫻是日本人一年一度的重要節目，日本各地櫻花處處，每年可以揀選不同地方欣賞櫻花，甚至沿着開花路線「追櫻」。日本櫻花綻放期由南至北，如果想早點享受春天的明媚風光，就要趕快到首站——沖繩。沖繩本島本部町是全日本能最早看到櫻花的地方，在每年 1 月中旬，沖繩的寒緋櫻已一朵朵地怒放，也是當地櫻花祭舉辦的時間。櫻花的足跡隨後逐步往北移，3 月下旬在關西盛開；4 月上旬則是關東地區的花期；而 4 月中下旬花開至日本東北，整個花季到 5 月上旬在北海道終結。

如果希望避開遊人如鯽的日本櫻花旺季，可以選擇到南韓慶州，或乘搭高鐵往全中國最多櫻花的武漢。此外，亦不可忽視台灣。台灣中部地區如日月潭及阿里山一帶，生長了不少櫻花，絕不比日本遜色。當地部分櫻花已盛開，預計花期至 4 月中旬。在這個百花盛放的季節，可乘坐阿里山小火車暢遊森林公園，於沿途開滿吉野櫻的花道下穿梭，欣賞醉人景色。

阿里山漫枝櫻瓣

台灣曾經被日本統治，阿里山上的吉野櫻，大多是日治時代從日本吉野縣移植過來，最早移植紀錄可追溯到 1903 年；而大規模的移植紀錄始自 1918 年。阿里山森林遊樂區內，吉野櫻數量多達 1,900 多株，堪稱花季的最佳主角。仔細觀察吉

野櫻，它是多朵密集叢生，每朵有五枚花瓣，剛綻放時呈淡紅色，完全綻放時會逐漸轉為雪白，花瓣薄如蟬翼，潔白清新，典雅大方。吉野櫻自 3 月中旬含苞待放，3 月底進入盛開期，盛放

後全花雪白的美態讓人自炫神迷。櫻花經不起風吹雨打的摧殘，吉野櫻的黃金時段維持在十天到兩週內，要欣賞最美的吉野櫻，就要把握時間了。

遊客不可錯過的是一株位於林務局阿里山工作站前，有「櫻王」之稱的吉野櫻，「櫻王」是阿里山櫻花季的指標，盛開的雪白花朵，令人驚艷。「櫻王」開始綻放後，山上其他櫻花會陸續吐蕊，屆時整個阿里山的櫻花就會全部綻放。當開得最早的台灣山櫻花與琉球山櫻花均進入凋謝期時，千島櫻將接棒盛開，花海一浪接一浪，遊客可在花樹下享受難得的悠閒與浪漫。

不少遊客都喜歡乘坐小火車遊阿里山，體驗登山鐵路的趣味之餘，亦可毫不費力地漫遊於森林之中，在火車上欣賞沿路風景。小火車在沼平車站的森林鐵路，穿越吉野櫻花叢緩緩駛過，是阿里山最具代表性的風景。然而，自 09 年受莫拉克颱風重創後，阿里山小火車曾經全線停駛近 1 年 4 個月，近來部分線路亦不時傳出停駛消息，故此旅客出發前最好先檢查小火車的時刻表。

長洲櫻花矜貴

除了台灣櫻花遍山，香港也有獨一無二的櫻花故事。很多人都知道長洲關公忠義亭前種植了不少櫻花樹，但一向只有其中一、兩株能開花。原來廟前一共有 17 棵櫻花樹，只不過大部分只長葉不長花，所以大家一直不以為意。這些櫻花樹全部



來自台灣，是長洲居民 1970 年到台灣請來關公神像時，怕關公來港寂寞，特地從台灣訂購回來。當年櫻花一共有 55 棵，可惜香港既溫暖又潮濕，苦撐下來的只剩下現今這十多株，當中更只有極少部分能開花結果。會否是關帝庇佑令這些櫻花樹盛開呢？這就不得而知了。



加拿大危險品法

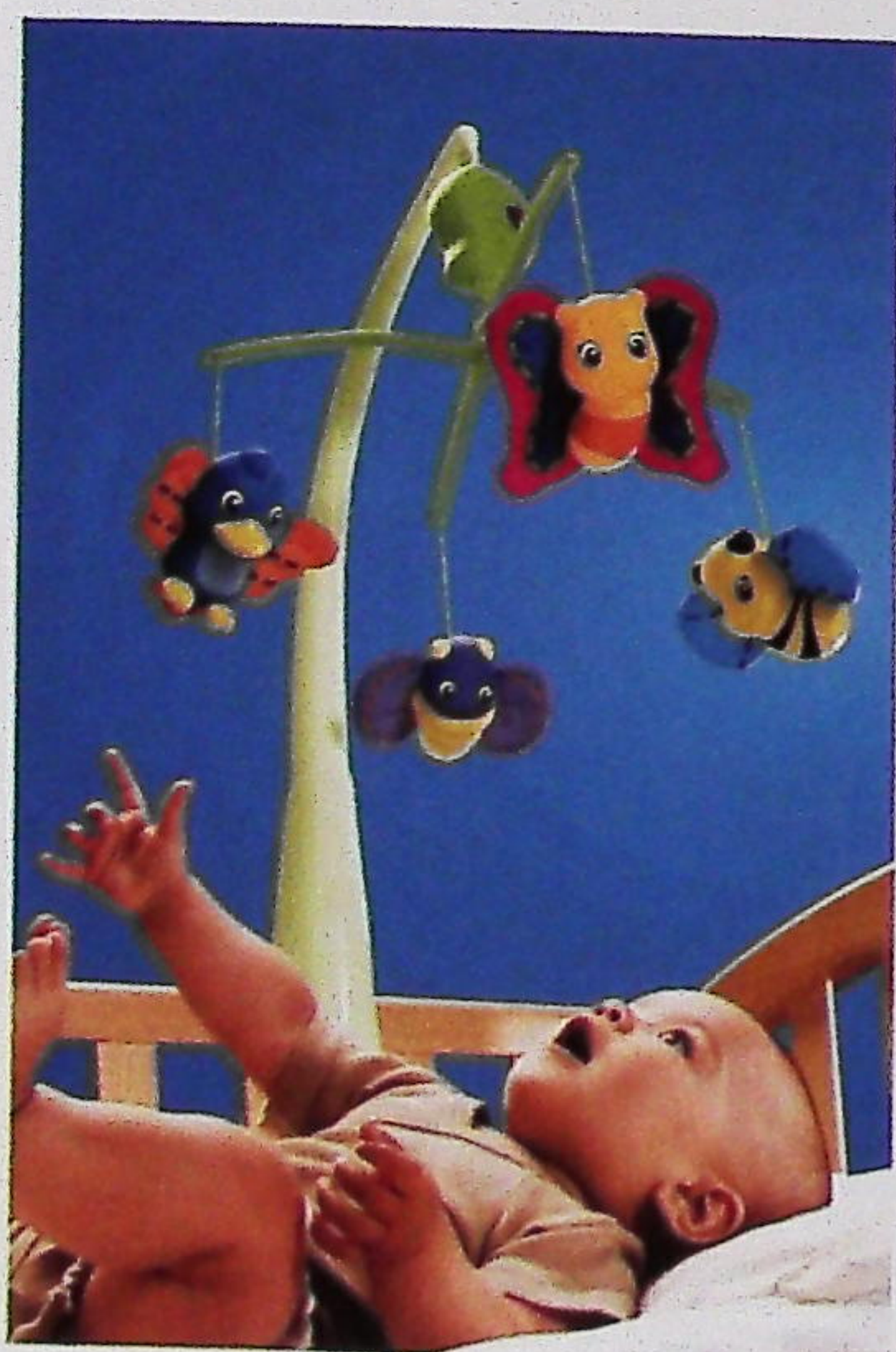
消費品含鉛量要求修訂

加拿大衛生部分別於2010年10月21日及11月25日刊登公告，修訂《危險品法》第一條（表面塗層物料）及含鉛消費品（供口部接觸）的內容，限制部份消費品的含鉛量。



《危險品法》（表面塗層物料）

表面塗層物料的總含鉛量上限由每千克600毫克收緊至每千克90毫克。法案第一條第一部內受影響的產品包括傢俱及其他兒童物品；供兒童學習或玩耍的玩具、設備或其他產品，以及鉛筆和畫筆。有關修訂已於2010年10月21日生效。

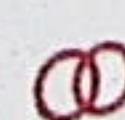


消費品（供口部接觸）

有關含鉛消費品（供口部接觸）的修訂重點如下：

定義	「可接觸部份」是指消費品在使用過程中任何一個含鉛而可供接觸、舔舐、啃咬或吞嚥的部分
限制	產品可接觸部分的鉛含量不得多於每千克90毫克
涵蓋產品	1) 除廚房用具外，所有在正常使用過程中供使用者接觸口部的產品 2) 供三歲以下兒童使用的玩具或學習用具
不受約束的產品	1) 《危險品法》第一條、第一部分、第四十二項所指的首飾 2) 有關瓷器及玻璃器皿規定中所指的产品
豁免	在下列情況，產品可接觸部分的含鉛量可容許多於每千克90毫克： 1) 鉛是反映產品特色的必需部分 2) 沒有其他含鉛量較少的部件可供替代 3) 該部份在歐洲標準 EN71-3:1994/A1:2000/AC:2002 的測試中釋放不多於每千克90毫克的鉛
生效日期	2010年11月25日

本中心擁有最新的玩具測試儀器及專業團隊，能提供全面的玩具測試服務，例如歐洲玩具安全標準 (EN71)、日本玩具安全標準 (ST)、日本食品衛生法、美國消費品安全改良法 (CPSIA) 等，確保各類產品符合環球市場的標準及規定。另外，本中心亦提供專業和可靠的食物及藥物、物料、紡織品及包裝，以及環境測試。如有任何查詢，請致電 (852) 2698 8198 與業務拓展部鄧小姐聯絡。



Canadian Hazardous Products Act

New Lead Requirements for Consumer Products

The Minister of Health of Canada announced the amendments of Schedule I to the Hazardous Products Act (Surface Coating Materials) and Consumer Products Containing Lead (Contact with Mouth) Regulation on 21 October and 25 November 2010 respectively, limiting lead content in certain consumer products.

Hazardous Products Act (Surface Coating Materials)

The limit of total lead content of surface coating materials was reduced from 600mg/kg to 90mg/kg. Affected products in Part I of Schedule I to the Act include furniture and other articles

for children; toys, equipment and other products for use by a child in learning or play; and pencils and artists' brushes. The amendment came into effect on 21 October 2010.



Consumer Products Containing Lead (Contact with Mouth)

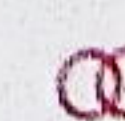
The amendment regulates lead in consumer products as defined in the new Consumer Products Containing Lead (Contact with Mouth) Regulations with summary highlighted below:

Definition	"Accessible part"—any part of a consumer product containing lead that may be touched, licked, mouthed or swallowed in the course of the reasonably foreseeable use of the product.
Limit	Each accessible part of the product does not contain more than 90 mg/kg of lead.
Covered Products	1) Products, other than kitchen utensils, that are brought into contact with the user's mouth in the course of normal use; 2) Products intended for use in play or learning by children under three years of age.
Products not included in the Regulation	1) Jewellery referred to in Item 42 of Part I of Schedule I to the Hazardous Products Act; 2) Products subject to the application of the Glazed Ceramics and Glassware Regulations.
Exceptions	An accessible part may contain more than 90 mg/kg of lead if: 1) Lead is necessary to produce an essential characteristic of the part; 2) No alternative part containing less lead is available; and 3) The part does not release more than 90 mg/kg of lead when tested in accordance with standard EN71-3:1994/A1:2000/AC:2002 of the European Committee for Standardization.
Effective Date	25 November 2010

CMA Testing possesses the latest equipment and a dynamic team of experts specializing in toy testing services such as EN71, Japan Toy Safety Standards (ST), Japan Food Sanitation Law and Consumer

Product Safety Improvement Act (CPSIA) to ensure products comply with the standards and regulations worldwide. We could also provide reliable and professional services in food and pharmaceutical, material, textile

and packaging, and environmental testing. For details, please contact Ms Helen Tang of the Business Development Division at (852) 2698 8198.



法特意有限公司 輕鬆享受高清娛樂

法特意有限公司 (Eight Limited) 於 1996 年成立，原本是一家從事專業及家居電視接收器材的公司，服務對象以商務客戶為主，為他們提供度身訂做程式軟件及專業顧問服務。自 2008 年數碼廣播推出，法特意即推出自家品牌機頂盒產品，成功開拓家用市場。

法特意有限公司英文名為「Eight」，該公司董事總經理鄭雲球笑言，「8」這個數字能帶來幸運、富貴和吉祥；而且亞拉伯數目字「8」橫放就能變成無限 (infinity) 的符號「∞」，正好與公司的宗旨「無限可能」不謀而合。

引發創新思維

鄭雲球大膽讓員工不斷嘗試，敢於打破框框的局限。他表示，公司上下經常開會討論產品和未來發展方向，透過「腦激盪」小組不停對話及交換意見。鄭雲球認為，哪怕是天馬行空的概念，總有可取的地方，無法即時實行只是時機未成熟，嘗試總比放棄更好。

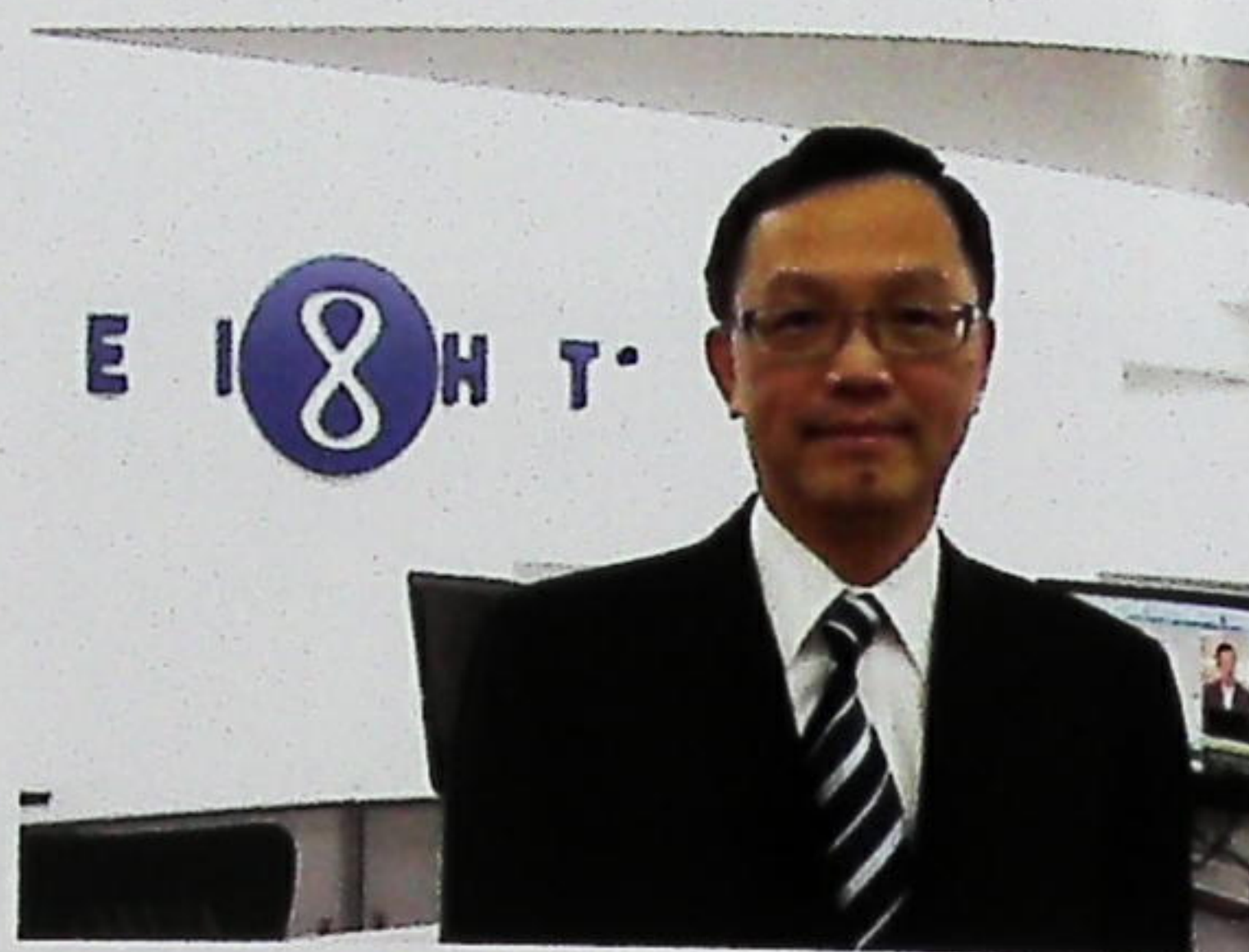
憑著這個理念，法特意一直致力強化產品，客人隨時可以透過網站更新機頂盒軟件，並免費為客人升級。法特意亦率先

與香港應用科技研究院 (應科院) 共同研發了首個「自選影像錄影」及「Full HD 畫中畫」創新技術，使大家可一邊收看高清節目，另一邊廂監看正在錄影中的畫面，突破傳統畫中畫技術的局限，加強高清機頂盒應用範圍。

法特意的 NOVA 機頂盒更把 AV 訊號串流功能發揮得淋漓盡致。用家只需將 NOVA 接駁互聯網，透過 iPhone 手機、iPad 或其他電腦瀏覽器輸入指定網址，就可在 3G 或 WiFi 網絡下進行即時串流視像。即使不在家中，亦可隨時隨地收看法特意 NOVA 在家中正在播放的電視節目，保證不會錯過任何精彩節目。

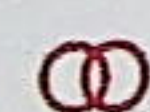
專注產品質素

由過往的商務市場轉戰家用市場，需要照顧的客戶層面擴闊，顧客信心實非一朝一夕能建立，法特意的成功關鍵是懂得適當平衡和取捨。鄭雲球十分重視企業責任，他認為若開發的產品仍未臻完善，引致售後連串的產品維修和退換貨品等重重問題，徒添煩惱之餘更破壞公司信譽。



法特意向來盡力確保產品質素及穩定性達最佳水平，誠信可靠，更是唯一為客人提供 18 個月保養服務的機頂盒生產公司。法特意不像市場上一些為求賺錢罔顧消費者權益的公司，突然結業無法履行一年保養承諾，使消費者求助無門。

根據 GfK Asia 市場調查統計，法特意於 2008 年至 09 年為全港電視機頂盒零售市場銷量總冠軍，成績有目共睹。政府早前批出三家數碼電台廣播，預計 2012 年中開播，數碼電台廣播除了改善影音質素，還可同時傳送其他資訊，例如文字信息。法特意早就為這種新廣播技術著手準備，爭分奪秒，務求領先市場。



新會員

永遠會員 PERMANENT MEMBER

公司名稱	代表人	業務性質
新星有限公司 Ascot Chang Co Ltd	董事總經理：張宗琪先生	製造及零售男士服裝

團體會員 GROUP MEMBER

公司名稱	代表人	業務性質
職業訓練局 Vocational Training Council	高等及專業教育科主管： 黃倩瑛博士	大專教育

普通會員 ORDINARY MEMBER

公司名稱	代表人	業務性質
京士洋行有限公司 King's Manufacturing Co Ltd	董事：周德祥先生	製造電子產品、袋及禮品
金迪電鍍化工有限公司 Chemtech Electroplating Chemicals Limited	董事總經理：陳禮德先生	製造電鍍化工產品
大任科技有限公司 Daren Technology Limited	董事：蔡榮先生	製造及零售清潔劑、除泡劑、環保工具及系統、金屬回收系統
保寧中西大藥房參茸海味燕窩超級市場 Po Ling Dispensary Supermarket	經理：鍾毓麟先生	製造、批發及零售中、西藥、參茸及海味
福建企業資源系統有限公司 DynaSys Solutions Limited	董事總經理：沈俊堯先生	SAP 企業資源計劃解決方案等
集華國際有限公司 Chartermate International Limited	董事總經理：陳建國先生	製造表面處理化工產品
永星化工有限公司 Winstar Chemicals Co Ltd	董事總經理：張志恒先生	製造電鍍添加劑、塗料、表面活性劑及清洗劑等
匯駿能源科技有限公司 Ecolite Technology Limited	執行董事：梁承傑先生	設計及生產 LED 節能燈系統設計及能源管理方案
福群控股有限公司 Belton Holdings Limited	總經理：陳珏然小姐	製造電子產品

贊助會員 ASSOCIATE MEMBER

公司名稱	代表人	業務性質
匡正設計樓有限公司 Conrad Design Limited	品牌及策略顧問：余志偉先生	品牌顧問服務
Bee's International Group Limited	行政經理：吳嘉汶小姐	鑽石零售、供應及批發、鑽飾訂製服務及鑽石投資顧問服務



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

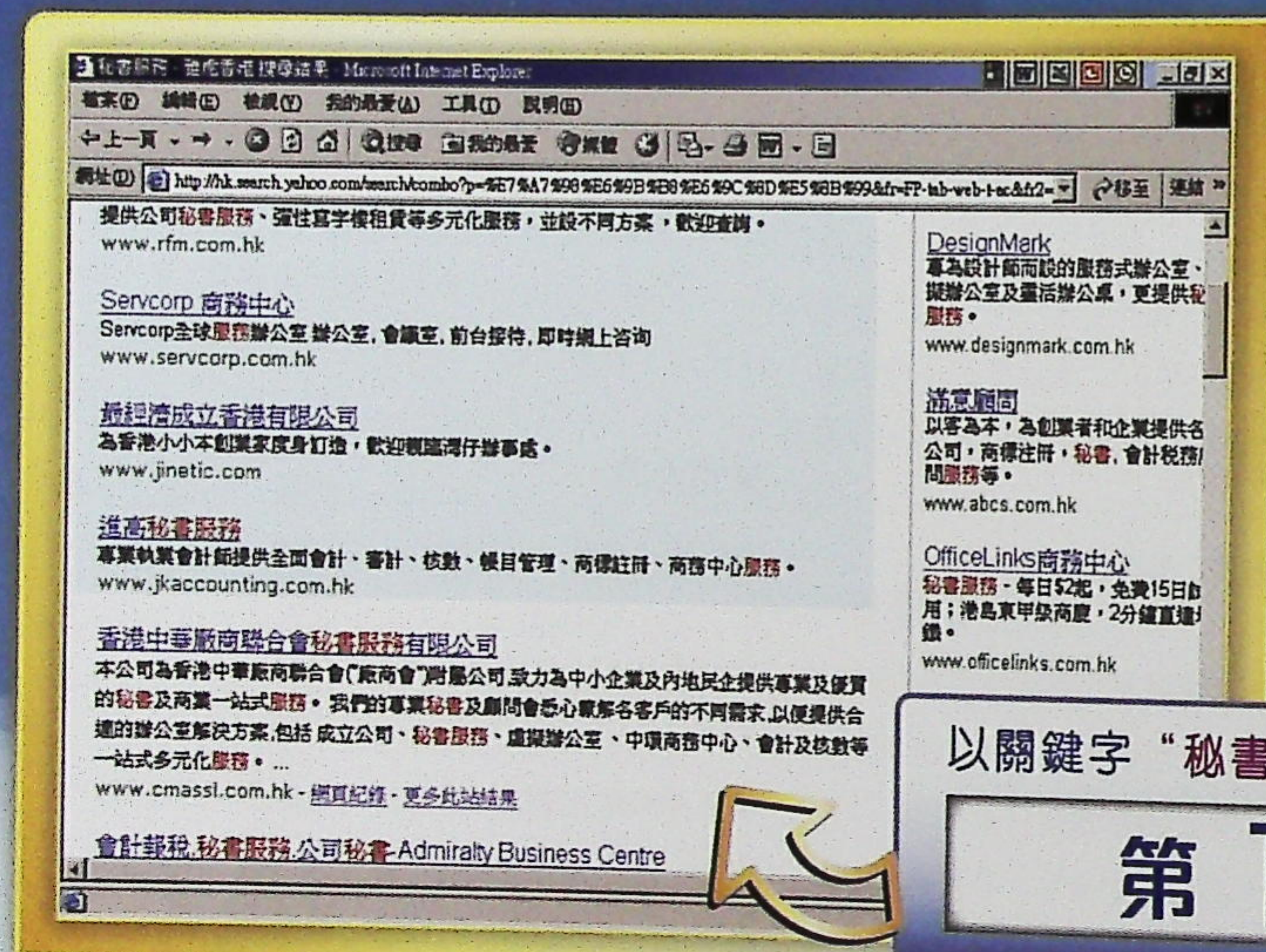
- ▶ 工商支援及顧問服務
- ▶ 展覽、項目策劃及管理服務
- ▶ 產品及物料檢定與測試服務
- ▶ 簽證及電子報關服務
- ▶ 工商業培訓服務
- ▶ 貿易諮詢及轉介服務
- ▶ 品牌推廣服務
- ▶ 保險中介及公司秘書服務

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

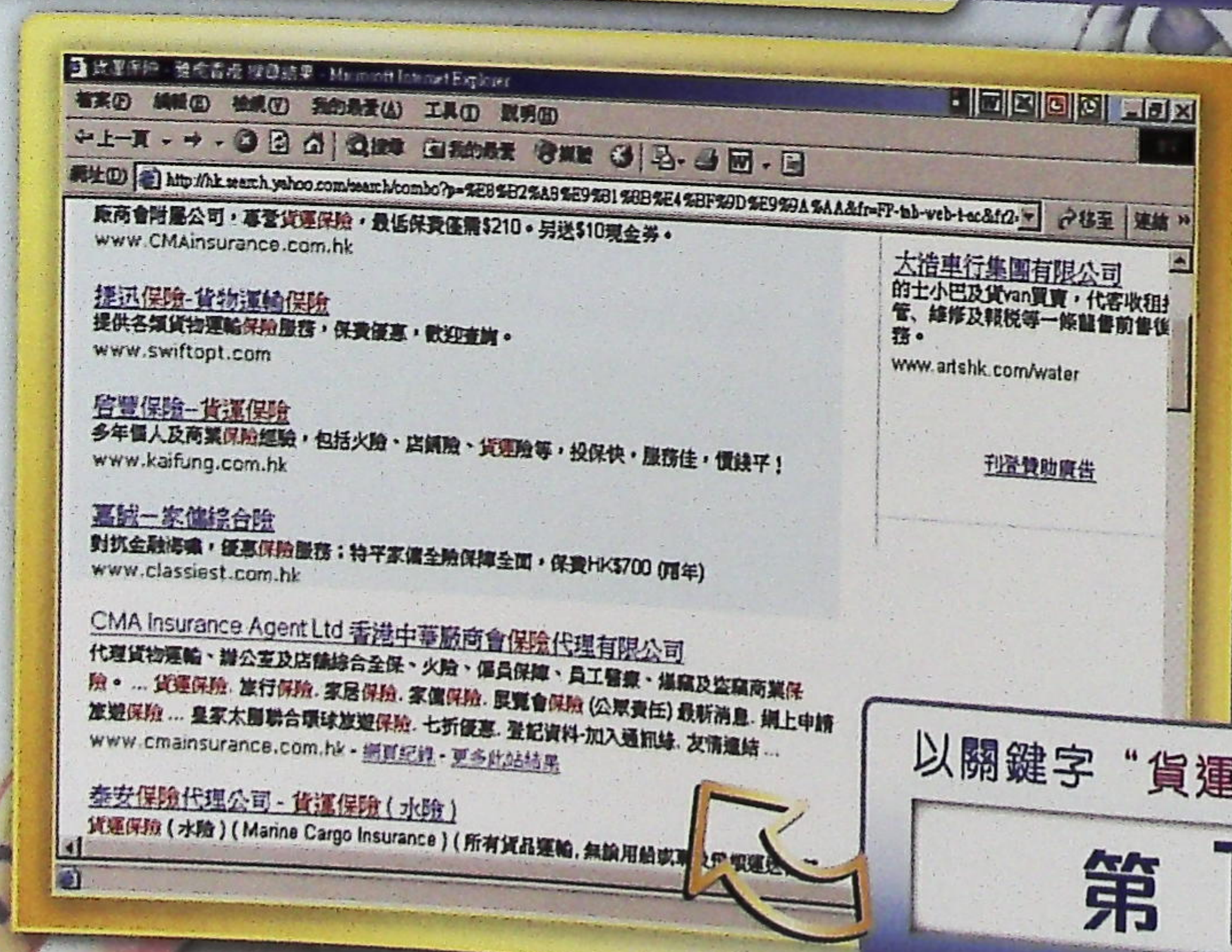
雅虎關鍵字搜尋(Key word searching)結果

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.CMAss.com.hk

英記茶莊

樽裝荔枝紅茶

擁有超過百年歷史的「英記」是家喻戶曉的茶莊，馳名海外，產品暢銷歐美各地。茶莊近年積極改革，為使形象年輕化，特別推出包裝別具風格的全新樽裝飲品，散發獨特氣質。樽裝荔枝紅茶選用優質茶葉製造，讓您體驗真正茶味之餘，更有助消化及緩和緊張情緒。產品低糖低鈉，不含防腐劑，是一款為顧客帶來嶄新口味的健康飲料。



http://www.yingkeetea.com



成晉貿易有限公司

新加坡寶鮮然三益粥

從新加坡進口的寶鮮然三益粥，有別於一般燕麥營養產品，它不但加入了Omega3、Omega6、Omega9、木酚素、植酸和原花青素等健康成份，更含烏克蘭上等燕麥、天然魔芋、亞麻籽、葡萄籽、大量富水溶性膳食纖維及非水溶性膳食纖維等，對心臟、血管及腸胃均有益處，持續每日食用有助血壓、血糖及血脂回復正常。



http://www.scml-hk.com

彩能控股有限公司

彩能控股有限公司 (Ultra Graphic Transfer Ltd, 簡稱 UGT), 是一間獲獎無數，擁有不少本地及海外註冊專利的色彩圖案轉移科技公司。

彩能 (UGT) 是一項強力有效的色彩圖案轉移新發明，可把一般以至極難轉印的色彩、圖案及相片轉移到各類玩具、電子、電訊 (例如手提電話)、家居用品、汽車及工業產品物料上，即使物料表面凹凸不平亦能轉移上。彩能 UGT 科技既可轉移出色彩鮮艷，解像度高近百分百的圖像，又安全無毒，通過 EN71 國際標準測試，生產周期短，應用

範圍廣泛，真正做到「花樣百出，色彩眾多」，為不同客戶的要求，充份發揮 UGT 彩色圖案轉移美學效果！

彩能 (UGT) 除了在 2003 年榮獲「第十五屆香港印製大獎」外，更先後奪得「2002 年香港工業獎—工業貿易署品質獎」、「香港生產力促進局生產力獎」及「香港科技園科技成就獎」。

http://www.ugt.com/ch





本會會長黃友嘉(右二)1月14日應邀出席為浙江省「海創園」合作與發展懇談會主要嘉賓，並與浙江大學發展委員會主席張浚生(中)合照。
CMA President Dr David Wong (2nd from the right) was invited as a VIP guest of the Investment Forum on the Development and Co-operation in Zhejiang "ZOTP" held on 14 January, and posed for a photo with Zhejiang University Development Committee Chairman Prof Zhang Jun Sheng (centre).



本會第一副會長羅富昌(右一)1月15日應邀出席為「第二屆珠中江進出口商品展銷會」開幕式主禮嘉賓之一。
CMA First Vice President Mr F C Lo (1st from the right) was invited as one of the officiating guests of "The Second Session Zhuhai-Zhongshan-Jiangmen Import & Export Fair" Opening Ceremony held on 15 January.



本會常務會董吳宏斌(右二)1月5日應邀出席為香港出口信用保險局與本會合辦的「展望2011經濟出口早著先機」研討會專題討論嘉賓之一。
CMA Executive Committee Member Mr Dennis Ng (2nd from the right) was invited as one of the speakers of the panel discussion at the "2011 Market Outlook and Opportunities" Seminar co-organized by The Hong Kong Export Credit Insurance Corporation and the CMA on 5 January.



本會常務會董何煜榮(前排右三)1月19日應邀出席由25間傳媒主辦、本會協辦的「2010年特區政府施政十件大事結果公佈儀式」，並為嘉賓之一。
CMA Executive Committee Member Mr Ho Yuk Wing (3rd from the right, front row) was invited to be one of the guests of the Presentation Ceremony of the "2010 Ten Most Significant Policies of HKSAR" organized by 25 media companies and co-organized by the CMA on 19 January.



本會會長黃友嘉(左一)、永遠名譽會長尹德勝(左二)及副會長李秀恒(右二)1月18日應邀出席為香港張家界經濟促進會成立大會主要嘉賓，並與香港張家界經濟促進會會長鄧錦添(左五)合照。
CMA President Dr David Wong (1st from the left); Permanent Honorary President Mr Paul Yin (2nd from the left); and Vice President Dr Eddy Li (2nd from the right) were invited as VIP guests of the Hong Kong - Zhang Jia Jie Economic Promotion Association Inauguration Ceremony held on 18 January, and posed for a photo with Hong Kong - Zhang Jia Jie Economic Promotion Association President Dr Tang Kam Tim (5th from the left).



本會行政總裁梁世華(後排右一)1月20日獲邀出任「兩地企業攜手「走出去」高峰論壇」主禮嘉賓之一。
CMA Chief Executive Officer Mr Paul Leung (1st from the right, back row) was invited as one of the officiating guests of the "Going Global Forum" held on 20 January.



本會第一副會長羅富昌(右一)1月19日出席為「內蒙古自治區政府領導與香港工商界代表座談會暨午餐」重要嘉賓之一，並與內蒙古自治區常務副主席潘逸陽(右二)、香港貿易發展局總裁林天福(左二)及香港生產力促進局主席陳鎮仁合照。
CMA First Vice President Mr F C Lo (1st from right) was invited as one of the VIP guests of a lunch hosted by Hong Kong Trade Development Council for the delegation on 19 January, and met with Vice Chairman of Inner Mongolia Autonomous Region Mr Pan Yiyang (2nd from the right); Executive Director of Hong Kong Trade Development Council Mr Fred Lam (2nd from the left); and Chairman of Hong Kong Productivity Council Mr Clement Chen.



本會會長黃友嘉（前排右八）1月26日接待中聯辦經濟部貿易處一行6人代表團。

A 6-member delegation from Commercial Office, Economic Affairs Department of Liaison Office of The Central People's Government in The HKSAR visited the Association on 26 January and was received by CMA President Dr David Wong (8th from the right, front row).



本會第一副會長羅富昌（右三）1月17日接待內蒙古自治區經濟和信息化委員會一行2人代表團。

A 2-member delegation from Inner Mongolia Autonomous Region Economic and Information Technology Commission visited the Association on 17 January and was received by CMA First Vice President Mr F C Lo (3rd from the right).



本會第一副會長羅富昌（中）及行政總裁梁世華（右二）1月17日接待香港駐上海經濟貿易辦事處（候任）主任譚惠儀。

Ms Joyce Wong, Director (Designate) of Hong Kong Economic and Trade Office in Shanghai, visited the Association on 17 January and was received by CMA First Vice President Mr F C Lo (centre) and Chief Executive Officer Mr Paul Leung (2nd from the right).



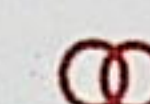
本會會長黃友嘉（前排左四）1月19日接待泉州市政府一行8人代表團。

An 8-member delegation from Quanzhou Municipal Government of Fujian Province visited the Association on 19 January and was received by CMA President Dr David Wong (4th from the left, front row).

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
18.02.2011 25.02.2011 04.03.2011	「企業環保新趨勢 綠色生產 『碳』要計」系列活動	廠商會大廈27樓會議廳 27/F, Conference Hall, 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: 研討會——企業「碳」管理和審計系統: (1)「碳」審計概念及實踐; (2)「碳」審計資訊管理平台; (3) 正確減「碳」你要知——「碳」管理體系認證計劃;「碳」實地考察團: 安排企業實地考察中華商務聯合印刷(廣東)有限公司廠房,了解碳審計的運作及成效;研討會——「碳」審計系統的最新發展及實際應用: (1)減碳方案最前線; (2)「碳」審計平台的實際應用——實例分享; (3)「碳」管理體系認證計劃——實例分享; (4)「綠色香港——碳審計」案例分享				
22.02.2011	「如何有效地應付稅務調查 及實地審核」講座	廠商會大廈27樓會議廳 27/F, Conference Hall, 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)稅務審核的程序及所涉及的稅務問題; (2)怎樣有效地處理與稅務局的會面及納稅人在會面中常犯的錯誤; (3)怎樣才能將罰則減至最低及免被起訴; (4)中港兩地信息交換對納稅人的影響; (5)稅務審核的過程中須留意的要點; (6)處理稅務審核的方法; (7)最新發展和趨勢				
01.03.2011	財政司司長曾俊華先生 午餐演講會	香港會議展覽中心會議廳 Convention Hall, Hong Kong Convention & Exhibition Centre	香港中華廠商聯合會、 香港總商會、香港中華 總商會、香港工業總會 及多個香港外國商會 CMA, HKGCC, CGCC, FHKI and other foreign chambers in Hong Kong	陳小姐 Ms Chan ☎: 2542 8635 ☎: 3541 1092 ✉: earl@cma.org.hk 🌐: http://www.cma.org.hk
內容: 財政司司長曾俊華將於2月23日於立法會發表2011/2012年度財政預算案。為加深工商界對財政預算案的了解,本會將聯同香港總商會、香港中華總商會、香港工業總會及多個香港外國商會,於3月1日舉辦午餐演講會,邀請財政司司長曾俊華向出席人士介紹本港的財政狀況,解釋預算案的整體策略,並就各界對預算案的意見作出回應。				
04.03.2011	商標設計與註冊的注意事項 午餐講座	廠商會大廈5樓會議室 5/F, Conference Room, 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: 設計商標的注意事項: (1)甚麼是聲音商標、氣味商標、Pattern商標? (2)名人姓名、地方名稱等可以註冊為商標嗎?有甚麼限制嗎?;侵犯商標: (1)拍賣網站售賣冒牌貨有何法律責任? (2)網域名稱註冊糾紛該如何應付? (3)商標審裁處的判決準則及最新案例?				

日期 Date	項目 Event	地點 Venue	主辦機構 Organizer	聯絡人/電話及真 Contact Person Tel & Fax
07-11.03.2011 14-16.03.2011 21-25.03.2011	國際航協危險品(實用) 證書課程	荔枝角青山道680號 時裕中心8樓F室 Room F, 8/F, Ardour Centre, 680 Castle Peak Road, Lai Chi Kok	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) 托運人、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



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。還不趕快行動!

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。

商 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



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

『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



《蓄勢而發：中小企品牌「智」勝要略》案例專書

獲工業貿易署中小企業發展支援基金資助，香港品牌發展局聯同香港中華廠商聯合會、香港理工大學進行名為「品牌有價：中小企創建強勢品牌之道」研究及培訓計劃，透過企業焦點訪問、系列講座及培訓工作坊、案例專書等，協助中小企發展原創品牌。「計劃」將於2011年2月底出版名為《蓄勢而發：中小企品牌「智」勝要略》案例專書，詳錄二十多家受訪企業發展品牌的經驗及心得，為中小企提供借鑑。

專書內容：

一、理論篇

- 21世紀品牌策略之管理範疇變化
- 價值導向品牌管理架構
- 品牌戰略及管理過程
- 設計和管理品牌體驗
- 自創品牌的商業模式

二、實戰篇

- 香港中小企品牌行為及戰略總覽
- 20多家受訪中小企的案例分析

品牌指南
免費索取

如閣下欲索取案例專書，請填妥以下回條以傳真(號碼：3421 1092)/電郵(地址：ser1@cma.org.hk)交回品牌局。案例專書數量有限，先到先得。品牌局將於案例專書出版後通知閣下到品牌局辦事處(中環干諾道中64號廠商會大廈3樓)領取。如有查詢，請與陳小姐(電話：2542 8635)聯絡。

網址：www.smebranding.com.hk

致：香港品牌發展局(傳真：3421 1092)

姓名：_____

電話：_____

電子郵箱：_____

公司名稱：_____

地址：_____

傳真號碼：_____

職銜：_____

在此刊物上/活動內(或項目小組成員)表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署及中小企業發展支援基金評審委員會的觀點。

主辦機構：

香港品牌發展局
Hong Kong Brand
Development Council

合辦機構：

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

執行機構：

acbm
Asian Century
Brand Management

PolyU Technology and Consultancy
Company Limited 匯大科技及顧問有限公司

資助機構：

中小企業發展支援基金：由香港特
區政府撥款
Funded by SME Development Fund

工業貿易署
Trade and Industry Department