

# Hong Kong 企業家才 Entrepreneurs

cma.org.hk | mar - apr 2023



## 施永青： 「無為而治」的品牌智慧

Shih Wing Ching: The Brand Wisdom of “Wu Wei”

專訪楊潤雄 發展中外文化藝術交流中心

Kevin Yeung on Developing Hong Kong into a Cultural Exchange Hub

2023全國兩會重點

Highlights of Two Sessions 2023

黑膠唱片收藏家 珍藏被遺忘的時光

Vinyl Record Memories



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



HKD40

# 安心放帳投信保 出口業務無煩惱

## HKECIC Exports Hassle-free



**berlin**<sup>TM</sup>  
Since 1967



# 柏林牌

自1967年至今在香港製造  
廠在土瓜灣 歡迎參觀



60年代香港製造  
柏林牌不銹鋼電熱水爐  
安全耐用絕不取巧



Zip HydroTap®  有效過濾鉛及其他有害物質

祇須手指一按·自選冷熱有氣淨水

## 方便健康

金融界及醫院護理中心  
廣泛採用

1987年總代理

### 澳洲捷寶牌飲水機



**ZIP Hydroboil**

根據香港特別行政區政府《商品說明條例》

4201原產地標籤的規定

本港銷售的貨品無須貼上原產地標籤。

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

**溫馨提示**

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

總代理：恒達熱水系統設計有限公司 Hotline 查詢熱線：(852) 2330 6678 Website 網址：www.berlin1967.com

04	會長序言 Message from the President
06	立法會內外 Inside LegCo
08	專題 Focus <ul style="list-style-type: none"><li>↳ 專訪楊潤雄： 從文化沙漠到中外文化藝術交流中心 Kevin Yeung on Developing Hong Kong into an East-meets-West Centre for International Cultural Exchange</li></ul>
18	企業透視 Entrepreneur Report <ul style="list-style-type: none"><li>↳ 施永青的「無為而治」品牌智慧 Shih Wing Ching's Brand Wisdom of "Wu Wei"</li></ul>
26	CMA 焦點 CMA Spotlight <ul style="list-style-type: none"><li>↳ 2022 品牌選舉頒獎典禮 2022 Brand Awards Presentation Ceremony</li></ul>
30	息息商關 Business Broadband <ul style="list-style-type: none"><li>↳ 2023 年全國兩會 Highlights of Two Sessions 2023</li><li>↳ 訪問 ChatGPT 談人工智能與香港工業的未來 An Interview with ChatGPT: The Future of AI and Industrial Development in Hong Kong</li><li>↳ 認識「貴金屬及寶石交易商註冊制度」 The New Registration Regime for Dealers in Precious Metals and Stones</li><li>↳ 珠三角土地整備利益統籌新政演進 The Development of Land Consolidation Policy in the Pearl River Delta</li></ul>
42	文化消閒 Lifestyle <ul style="list-style-type: none"><li>↳ 黑膠唱片收藏家 珍藏被遺忘的時光 Vinyl Record Memories</li><li>↳ 新派 Omakase 驚喜登場 Fusion 日本料理創新「煮」意 A New Japanese Fusion Omakase Restaurant</li></ul>
50	新聞快訊 News
54	活動快拍 Activity Snapshot
60	活動預告 Upcoming Events



Hong Kong

企業家

Entrepreneurs

mar - apr 2023



**出版人 Publisher**

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

**總辦事處 Head Office**

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

**編輯 Editor**

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

**承印 Printer**

萬智商標印刷有限公司 Marche Label & Printing Limited  
香港九龍觀塘道 460-470 號觀塘工業中心二期六樓 A-C, H-L, Q 及 V 室  
Unit A-C & H-L, Q, V, 6/F, Block 2, Kwun Tong Industrial Centre,  
460-470 Kwun Tong Road, Kwun Tong, Hong Kong.

**廣告查詢 Advertising**

電話 Tel: (852) 2542 8675

售價 Price 港幣 HK\$40



**會長 President**

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

**常務副會長 Executive Vice President**

盧金榮博士 太平紳士  
Dr Lo Kam Wing, JP

**副會長 Vice Presidents**

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

**陳國民博士 MH**

Dr Chan Kwok Man, Edward, MH

**吳國安**

Ng Kwok On, Dennis

**馬介欽博士**

Dr Ma Kai Yum

**梁兆賢**

Leung Siu Yin, Jackson

**陳家偉 MH**

Chan Ka Wai, Calvin, MH

**駱百強**

Lok Pak Keung, Robert

**施榮恆 BBS 太平紳士**

Ivan Sze, BBS JP

**行政總裁 Chief Executive Officer**

周瑞麟博士  
Dr Ralph Chow



版權所有，未經本會及作者同意，請勿翻印

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

# 招商熱潮令香港「動」起來

## The Influx of Investment Delegations Fuels Hong Kong

自內地與香港之間在2月6日全面恢復正常通關以來，廠商會在短短一個月內已接待了數十個來自各省市及自貿區的訪問團，亦參與了多地包括湖北省、廣東省、海南省、深圳市、上海市、天津市等在港舉辦的投資推介會。招商團紛沓而至，頓時令香港這個經貿交流平台重新展現朝氣，亦反映出各地正千方百計招商求資。

2023年是全面貫徹黨二十大精神的開局之年，亦是中國經濟疫後復興的關鍵之年。去年12月舉行的中央經濟工作會議便提出，「要推動經濟整體好轉，實現質的有效提升和量的合理增長」，傳遞出中央對重拾經濟增長和加速高質量發展的高度重視。在年初的地方人大和政協兩會上，大多數省份都把增長目標訂在5%至6.5%的較高水平，而在不久前舉行的全國兩會期間，時任國務院總理李克強所作的《政府工作報告》亦將今年GDP增長目標設定在5%左右。

從中央到各地方，都把「拼經濟」作為今年的首要任務。然而，當前中國經濟正處於相當複雜的內外環境。對外，環球經濟放緩和地緣政治經濟風險正不斷上升，導致出口需求疲弱；對內，疫情所造成的衝擊仍餘波未了，企業經營仍相當困難，消費升級和擴大投資仍存在較多制約。雙重交困的情況下，「爭外資」自然成為地方穩增長的重要抓手。香港一直是內地外來直接投資的主要來源地之一，傳統上是內地吸引外資的窗口，各地搶先取道香港舉辦大型投資合作推介會自然順理成章。

除了希望借助香港「引進來、走出去」外，不少省市亦瞄準香港具備「過人之處」的高端領域，例

如金融業、專業服務、創新科技和新興產業等提出合作項目，力求依托香港的優勢來推動自身高質量發展。例如，南京市政府在香港推介會上便跟特區政府簽署了《關於進一步深化寧港兩地服務業擴大開放合作協議》，向跨境金融、生產服務業等港企開放更多投資渠道；海南省則帶來了《海南自由貿易港向香港開放專業服務市場十條措施》，全方位吸納香港專才，借助他們的經驗推動海南服務業發展。

近年有不少聲音指香港作為亞洲金融中心的光環已逐漸褪色，而數年前的社會事件更令內地對香港產生了不少負面印象。今輪來港招商引資的熱潮，無疑再次肯定了香港作為內地與國際之間「超級聯繫人」的地位是不可代替的，更昭示了香港將在內地走向高品質發展的進程中扮演重要的角色。對香港而言，絡繹不絕的招商團不但為訪港旅遊業引來了第一批經濟效益巨大的商務旅客，更帶來了大量「送入門」的優質商機，香港應好好把握和重視，更要不甘於後，加速「拼經濟」的步伐。作為本港主要商會之一，廠商會除了會協助會員業界對接各種湧現的商機外，亦會組團向內、向外說好「香港故事」，以尋求更多合作、投資和發展機遇。

高處

Since normal traveller clearance between the Mainland and Hong Kong resumed on 6 February, CMA has received dozens of delegations visiting from various Mainland provinces, cities and free trade zones in just one month. We have also participated in numerous investment promotion events in Hong Kong, including those organised by Hubei, Guangdong, Hainan, Shenzhen,

Shanghai and Tianjin. The arrival of business delegations has revitalised Hong Kong as a dominant economic and trade exchange platform and highlighted that local governments across Mainland are eager to attract investment.

The year 2023 will see the implementation of the guidelines of the 20th National Congress of the Communist Party of China (CPC) and marks a crucial period of post-epidemic economic recovery in China. As noted at the Central Economic Work Conference in December 2022, the country will make "promoting overall economic recovery and improvement, and achieving stronger coordination between qualitative and quantitative growth," a top priority for 2023. To align with the national economic agenda, most provinces have set a relatively aggressive growth target of 5 - 6.5% for this year, and the Government Work Report delivered by former Premier Li Keqiang during the "Two Sessions" also sets the country's GDP growth at around 5%.

Both the central government and local governments strive to achieve the best possible results for the economy. However, this is no easy task. China's economy is currently in a complicated internal and external situation. Externally, the global economic slowdown and rising geopolitical risk have resulted in weak export demand. Internally, many enterprises are still facing considerable challenges in the post-pandemic era, constraining investment expansion and consumption growth. In this context, "seeking foreign investment" has naturally become an important driver of economic growth. Hong Kong has always been one of the Mainland's major sources of foreign

direct investment and a window for attracting foreign investment. It is, therefore, an ideal place for different Mainland provinces and cities to hold large-scale investment and cooperation promotion events.

Besides considering Hong Kong a springboard for attracting investment and going global, many provinces and cities have proposed new cooperation initiatives with Hong Kong in sectors such as finance, professional services, innovative technology and emerging industries. Their aim is to leverage our unique strengths to promote their own high-quality development. For example, the governments of Nanjing and Hong Kong have signed an agreement to deepen opening-up and cooperation in the service sector. According to this agreement, more cross-border finance and production services investment channels will be opened for Hong Kong enterprises. Hainan Province has also introduced the "Ten Measures to Open the Professional Services Market in the Hainan Free Trade Port to Hong Kong" to promote the internationalisation of Hainan's professional services and attract more Hong Kong professional service institutions and talents.

In recent years, some have suggested that Hong Kong is losing its status as the financial centre of Asia. The social turmoil several years ago also created a negative impression of the city. However, the recent influx of business delegations has highlighted Hong Kong's irreplaceable position as the "super-connector" between the Mainland and the rest of the world, as well as its key role in the country's high-quality development. They have also brought Hong Kong a large number of business travellers and

numerous possibilities for new business ventures. As one of the major business organisations in Hong Kong, CMA will help our members capture these emerging opportunities and will send trade missions to various markets to spread Hong Kong's good stories and explore more cooperation, investment and development opportunities. 

史立德

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





吳永嘉議員 BBS JP  
廠商會立法會代表

## 兩會「拼經濟」 招商引資是關鍵

在 2023 年全國兩會上，政府工作報告明確提出，今年國內生產總值（GDP）的增長目標是 5% 左右。進入全面復常之年，中央立足實際，作出全面部署，「保五」目標相較於去年國家 GDP 實際增長 3%，可謂穩字當頭、穩中求進；應該說，今年也是「拼經濟」之年，國家在著力擴大國內需求、堅定擴大對外開放的道路上踏步向前，形勢只會愈來愈好。

值得關注的是，政府工作報告明確提出要「積極有效利用外資」，具體包括「出台外商投資法實施條例，不斷優化外商投資環境。持續放寬外資市場准入，全國和自由貿易試驗區負面清單條數分別壓減 51%、72%，製造業領域基本全面放開」；而且，報告也呼籲各地要以「創新方式加強外資促進服務，加大招商引資和項目對接力度」，從而讓「一批外資大專案落地」。

對於當前經濟工作的政策措施，政府工作報告貫徹落實了習近平總書記在去年 12 月中央經濟工作會議上的總體思路和重要部署：「既要把優質存量外資留下來，還要把更多高品質外資吸引過來，提升貿易投資合作品質和水準」。其中，總書記也提到：「一是擴大市場准入。二是全面優化營商環境。三是有針對性做好外資企業服務工作。」

這邊廂，特區政府公布的「2022 年有香港境外母公司的駐港公司按年統計調查」顯示，截至去

年 9 月中，有香港境外母公司的駐港地區總部、地區辦事處及當地辦事處（統稱外資公司）的總數為 8,978 間，較去年同期減少 71 間，亦是自 2019 年首次跌破 9,000 間；當中有 1,411 間是有香港境外母公司的駐港地區總部，較去年同期減少 46 間。有意見認為此情況令人擔憂。

無論國家，還是香港，我們都要在「引進來」方面多做工作，加強對外招商引資。長期以來，外資在華投資，從投資立項到完成審批手續繁複；據聞，單是蓋公章已需要 100 多個。針對這種情況，全國人大常委會去年 12 月 30 日通過修改《中華人民共和國對外貿易法》，刪去第 9 條關於「從事貨物進出口或者技術進出口的對外貿易經營者，應當向國務院對外貿易主管部門或者其委託的機構辦理備案登記」的規定，大大簡化了外商從投資立項到完成審批的程序。

改革開放 40 年，香港長期扮演超級聯繫人角色，一躍成為「亞洲四小龍」和國際金融中心，靠的就是祖國這個強大後盾，以及內地招商引資的成功經驗。借助內地新一輪擴大對外開放、招商引資的東風，希望特區政府全面落實招商引資政策，包括土地、稅務、財政和教育等特別配套措施，從而增強香港產業發展動能和競爭力。🇭🇰





# 經驗傳承 專業憑證

報名及查詢

**2866 6682**

[www.hksm.com.hk](http://www.hksm.com.hk)

門市地址



專訪楊潤雄局長

# 從「文化沙漠」到 中外文化藝術交流中心

Shaping Hong Kong as an East-meets-West Centre for  
International Cultural Exchange:  
An Interview with Mr Kevin Yeung, Secretary for Culture,  
Sports and Tourism

過去半世紀，香港努力蛻變為亞洲國際大都會，但同時亦被貼上「文化沙漠」的標籤。為了向世界展現香港的文化魅力，並落實國家「十四五」規劃下將香港定為「中外文化藝術交流中心」的目標，今屆政府成立了「文化體育及旅遊局」（文體旅局），肩負起說好「香港故事」、說好「中國故事」的重任。

文化體育及旅遊局局長楊潤雄早前接受廠商會社交頻道 Hashtag CMA 節目《友「德」傾》邀請，與廠商會會長史立德對談，分享香港文化藝術的發展策略，以及疫後旅遊業的復常部署。

Over the past 50 years, Hong Kong has undergone a remarkable transformation, becoming Asia's world city. However, despite its impressive development, the city has also been labelled a "cultural




特別鳴謝場地提供：香港海事博物館  
Special thanks to the Hong Kong Maritime Museum for providing the venue for this discussion.

desert". To internationally showcase Hong Kong's unique glamour and develop into an East-meets-West Centre for International Cultural Exchange, as specified in the National 14th Five-Year Plan, the current government established the Culture, Sports and Tourism Bureau (CSTB). The CSTB is responsible for spreading good stories about Hong Kong and our country to the world.

On the talk show series Allen's Talk, available on the CMA's social media channel Hashtag CMA, Dr Allen Shi, President of the CMA, spoke with Mr Kevin Yeung, Secretary for Culture, Sports and Tourism. They discussed the development strategy for Hong Kong's culture and arts and explored ways to rebuild the tourism industry in the post-COVID world.

史：史立德      Shi: Dr Allen Shi  
楊：楊潤雄      Yeung: Mr Kevin Yeung



楊潤雄指，香港與內地恢復通關後，歡迎大灣區不同的藝團來港表演，借香港這平台，讓更多西方人欣賞他們的表演  
Mr Kevin Yeung stated that various art troupes from the Greater Bay Area have been welcomed to Hong Kong to perform after the full resumption of normal travel between Hong Kong and the Mainland



文化體育及旅遊局局長楊潤雄（右）與廠商會會長史立德（左）對談  
Mr Kevin Yeung (right), Secretary for Culture, Sports and Tourism, talked with Dr Allen Shi (left), President of the CMA

史：作為首任文體旅局局長，您如何理解文化藝術、體育和旅遊之間的關係？未來政府會如何扭轉香港是「文化沙漠」的刻板印象？

楊：成立文體旅局一方面固然是要加強政府對文化、創意產業、體育和旅遊的重視，同時我們亦留意到這四個領域之間有很好協同效應。文化藝術和創意產業都是創意工作，兩者固然有很多連接，而旅遊與文化之間亦有很重要的關係；國家整個文化旅遊政策概念是「以文塑旅、以旅彰文」，利用深厚的中華文化帶動旅遊產業，而透過旅遊，亦可以向全世界彰顯我們的文化特色。

香港有很多旅遊項目都是由文化盛事、文化景點來帶動，同樣地，體育盛事亦吸引很多旅客訪港，其中一個成功例子是香港國際七人欖球賽，可吸引世界各地的人來港參賽或觀看賽事，帶動旅遊業發展。可見它們之間是可以彼此推動、互相成就的。

以往很多人認為香港是一個比較商業的社會，對文化和體育沒那麼重視，但其實每一天香港都有很多文化、藝術和體育活動正在發生。

未來我們的工作重點，是要發揮好香港「一國兩制」和中西文化交匯的優勢，透過香港對西方文化的了解，以更好的演繹方式呈現中華文化的深厚底蘊，讓世界各地的人能更了解中國文化和價值觀，說好「香港故事」、說好「中國故事」。



香港擁有深厚的中華文化根基，同時亦受到西方文化影響，這使我們更能掌握西方人看待和理解文化的方式。香港可以築起文化橋樑，令西方人更容易理解中華文化。

Hong Kong has a solid foundation of Chinese tradition while also being influenced by Western culture. This enables us to better understand how Westerners view and understand culture. Hong Kong can serve as a cultural bridge, making it easier for Westerners to understand Chinese values and history.

史：流行文化是整個文化生態的重要一環，80、90年代的港產電影和音樂曾在亞洲盛極一時，但近年卻不時有人說「香港電影已死」、「樂壇已死」，流行文化產業的發展彷彿停了下來，政府未來會如何協助業界重新出發、提升競爭力？

楊：正如你所講，香港的流行文化曾經有段時間很輝煌，但過去20年，香港業界的確遇到不少轉變，而亞洲其他地區的流行文化產業亦急速發展和進步，文化潮流隨時代轉變，有起有跌。不過，我相信香港電影業和樂壇有深厚的基礎，例如港產片獨特的拍攝手法、廣東話文化，這些都是我們的「本錢」。

為鼓勵本地創作，近年我們透過電影發展基金推出「首部劇情電影計劃」，資助新晉導演拍攝其首部電影，並參與港產電影的投資，去年施政報告亦提出，鼓勵

香港電影從業員與亞洲同業一同創作，以擴闊題材，開拓亞洲市場。電視製作方面，我們鼓勵本地電視台繼續與內地或亞洲地區合作製作綜藝節目，以尋找新的發展空間。

我們亦留意到疫情令串流平台急速發展，由於串流平台或投資方一般要視乎作品首兩集的質素，才決定是否投資，因此政府推出了「串流平台內容開發計劃」，為創作團隊提供資金開展項目，增加香港作品在串流平台播放的機會。

史：我知道文體旅局正推動「藝術事業產業化」和「體育專業化和產業化」，您認為文化藝術和體育項目可如何融入經濟體系，以達至自給自足、持續發展？

楊：以往大家普遍認為，文化、藝術和體育都是「花錢」的事，政府往往要投入大量資源或需要商界贊助，在某些階段確實如此、尤其是起步階段，一些文藝或體育項目是需要政府的推動，但長遠而言，我們希望將文化、藝術和體育產業化，目標是讓文化、藝術和體育活動能吸引觀眾，創造收入。

例如電影、電視節目和音樂等流行文化，它們本身就是一個產業，可以創造經濟效益，甚至帶動時裝、玩具製造等周邊產業發展。體育亦如是，舉辦大型國際賽事可吸引大批旅客來港觀看賽事，帶動旅遊業和經濟發展。當文化藝術表演、體育項目或電影能轉化為經濟動力，不但對整體經濟發展有幫助，過程中業界所得到的資源，亦可幫助他們持續發展，愈做愈好。



政府已預留撥款，支持香港電影、電視和串流平台的發展  
The government has reserved funds to support the development of Hong Kong's film and television industry, as well as streaming platforms

史：推動旅遊亦是文體旅局的重要工作；隨着香港已全面復常，政府啟動了「你好，香港！」計劃，送出70萬張機票歡迎世界各地的旅客來港，您預期成效有多大？除了優惠，還有何措施提升香港旅遊業的吸引力？

楊：我們根據疫情前的訪港旅客分布，來分配機票；首階段先向東南亞地區派發機票，之後會推展到內地和其他地區，同時我們亦會向旅客提供購物和餐飲優惠。旅客的反應非常正面，相信可吸引遊客和商務客來港旅遊、參加展覽或國際會議。

但長遠而言，我們仍需提升香港整體旅遊景點和豐富旅遊體驗。所以，雖然過去3年旅遊業停頓了下來，但我們有新景點相繼落成，例如西九文化區的香港故宮文化博物館、M+博物館，香港藝術館亦已完成翻新工程。我們亦發展出很多文化古蹟遊、綠色生活遊的旅遊路線，以配合旅客以個人方式來香港旅遊的趨勢。

另外，我們與內地、尤其是大灣區城市合作發展「一程多站」的旅遊模式，讓旅客來香港旅遊後，再轉往大灣區城市遊玩，從而擴闊旅遊體驗，滿足不同旅客的需求。

史：國際盛事的籌備情況又如何？隨着政府愈來愈重視文化、盛事與旅遊之間的協同效應，您可否分享一下，未來香港旅遊業的新定位？對發展文化旅遊有什麼部署？

楊：自香港不斷放寬社交距離措施，並與內地恢復通關，各項國際盛事已回歸香港，例如Clockenflap音樂節、西班牙藝術大師米羅的作品展、Art Basel，以及香港國際七人欖球賽，這些都是世界級的展覽、音樂和體育活動，吸引到很多旅客來香港。

目前還有一系列大型盛事正在籌備，例如「法國五月」、馬拉松、渡海泳、國際級高爾夫球賽事和網球大師賽，以及首次舉辦的流行文化節。而今年財政預算案亦提出舉辦「開心香港」活動，其中旅遊發展局會在7至8月以維多利亞港作為背景，舉辦大型活動和音樂會，吸引遊客的同時，亦為香港市民帶來娛樂體驗。

香港與國家的旅遊發展方向是一致的，我們希望遊客來到香港，除了參觀傳統景點，亦希望透過旅遊加深遊客對香港、中華文化的認識。所以我們會重點將文化藝術與旅遊結合，除了以文化藝術展覽和表演來吸引遊客，更重要的是讓遊客體驗香港獨有的文化和特色，例如我們的「茶餐廳」飲食文化，是結合了西方飲食文化和中國人的口味，旅客在其他地方是體會不到的。

我們曾就目標客源市場進行調查，了解他們來香港旅遊時想體驗什麼，發現有的希望來體驗美食、參觀傳統景點、到主題公園，有的是希望深入了解我們的文化，來逛古蹟，亦有些是喜歡來香港行山，或者是來香港參加國際會議和展覽。我們會因應不同客源的需要和喜好，設計合適的旅遊項目，從而吸引更多旅客來香港。

疫情期間，香港多項文化基建和旅遊景點相繼落成

During the epidemic, many cultural infrastructure enhancements and tourist attractions in Hong Kong were completed





隨着香港全面復常，政府啟動了「你好，香港！」計劃，吸引遊客及商務客來港  
Following the full return to normalcy, the government launched the "Hello Hong Kong" campaign to attract tourists and business visitors to Hong Kong

**Shi:** As the first secretary for Culture, Sports and Tourism, how do you understand the relationship between culture, art, sports and tourism? How will the government change the stereotype that Hong Kong is a "cultural desert"?

**Yeung:** The establishment of Culture, Sports and Tourism Bureau is intended to strengthen the government's attention to culture, creative industries, sports and tourism, and we recognise the synergies and interconnectivity between these four areas. Culture, art and creative industries complement each other; the relationship between culture and tourism is also clear. The key concept of our national cultural tourism policy is to shape tourism with the profundity of Chinese culture and showcase our cultural characteristics to the world.

Many tourism projects in Hong Kong are driven by cultural events and attractions. Sporting events, such as the Hong Kong Sevens, also attract numerous visitors to the city. In complementing each other, these different areas can be used to promote mutual achievements.

In the past, Hong Kong has often been regarded as a business-oriented city with little emphasis on art, culture and sports enrichment. But in fact, many cultural, artistic and sports activities take place in Hong Kong every day.

Hong Kong benefits from many advantages with its unique East-meets-West culture and the "one country, two systems" model. Our aim is to leverage these advantages to better present and interpret the beauty and richness of Chinese culture. This will help people across the globe gain a deeper understanding of Chinese culture and values.

**Shi:** Pop culture is an important part of the cultural ecosystem. In the 1980s and 1990s, Hong Kong movies and pop music were dominant in Asia. However, in recent years, some people have suggested that the movies and music landscape in Hong Kong is dead. The development of Hong Kong's pop culture industry seems to have stalled. How will the government boost the creative industry and improve its competitiveness?

**Yeung:** As you said, Hong Kong's pop culture was once glorious, but in the past 20 years, the industry has undergone many changes. Meanwhile, the pop culture of other Asian countries has flourished. This cultural trend changes with the times and has had its share of ups and downs. However, I believe that Hong Kong's film and music industries are underpinned by a strong foundation. For example, the unique shooting techniques used in Hong Kong films and inspired by Cantonese culture are our "capital".



To encourage local creation, we launched the “First Feature Film Initiative” through the Film Development Fund to support new directors in making their first feature film. We are also investing in Hong Kong films. The 2022 Policy Address supports collaboration between local filmmakers and those from other Asian countries to expand film genres and open up the Asian market. In terms of television production, we encourage local television stations to continue cooperating with Mainland or Asian regions to produce more variety programmes.

The pandemic has led to the rapid development of streaming platforms. Because streaming platforms and investors usually make decisions based on the quality of the first two episodes of a production, the government has launched the “Content Development Scheme for Streaming Platforms”. This scheme provides funds for creative teams to kickstart their production projects, increasing the opportunities for Hong Kong-produced content to be broadcasted on streaming platforms.

**Shi:** I am aware that the CSTB is promoting the commercialisation of the arts and the professionalisation of sports and the development of the sports industry in Hong Kong. How do you think culture, art and sports can be integrated into the economic system to achieve self-sufficiency and sustainable development?

**Yeung:** It is sometimes believed that culture, art and sports are costly endeavours that require significant investment from the government or sponsorships from the business sector. This is true at certain stages, particularly during the initial phase. However, our long-term goal is to industrialise culture, art and sports and create new opportunities to engage audiences and generate revenue.

The pop culture industry, for example, which includes movies, television programmes and music, can create economic benefits and even stimulate the development of related industries, such as fashion and toy manufacturing. Similarly, sports can drive tourism development through the hosting of large-scale international events. When cultural and artistic performances, sporting events or films become economic drivers, the industry gains resources that can help achieve sustainable development and lead to further success.



將文化、藝術和體育產業化，創造經濟效益的同時，亦為青年人提供更多機會，讓他們有更多空間發展自己感興趣的事業。  
The commercialisation of culture, art and sports not only creates economic benefits but also provides more opportunities for young people to develop careers in fields that interest them.

**Shi:** Promoting tourism is another important task of the CSTB. With Hong Kong fully resuming normalcy, the government launched the “Hello Hong Kong” campaign, offering 700,000 free airline tickets to welcome travellers from around the world. What are the expected results? Besides offering discounts, what measures have been taken to enhance the attractiveness of Hong Kong to tourists?

**Yeung:** We have allocated airline tickets according to the distribution of inbound travellers prior to the epidemic. The first round of airline tickets has been distributed to visitors from Southeast Asia, and later rounds will be extended to the Mainland and other regions. We have also provided shopping and dining discounts for visitors. With an overwhelmingly positive response to these initiatives from visitors, we believe that they will attract tourists and business travellers to Hong Kong for travel and to participate in exhibitions or international conferences.

In the long run, we still need to enhance Hong Kong’s overall tourist attractions and enrich the travel experience. Despite

the pause in the tourism industry over the past three years, we have built new attractions, such as the Hong Kong Palace Museum and M+ in the West Kowloon Cultural District. The Hong Kong Museum of Art has reopened after major renovations. Following the trend of tourists exploring Hong Kong on their own, we have developed green lifestyle tours and tourist routes that feature cultural relics.

We will also collaborate with the Mainland, especially Greater Bay Area (GBA) cities, to develop multi-destination tourism. This will allow visitors to travel to Hong Kong and then move on to the other GBA cities, catering to the needs and interests of different tourists.



近年香港不斷提升和優化各旅遊景點，為旅客帶來豐富旅遊體驗

Hong Kong has been making efforts to enhance and optimise tourist attractions, enriching visitors' travel experiences



政府著力推廣文化生態旅遊，讓旅客能感受中華文化的深厚底蘊

The government is actively promoting cultural and ecological tourism, allowing travellers to experience the depth of China's cultural heritage


**Shi:** How about preparations for international events? As the government pays more attention to the synergy between culture, events and tourism, can you share the new positioning of Hong Kong's tourism industry? What are the plans for developing cultural tourism?

**Yeung:** Since Hong Kong has continuously relaxed social distancing measures and resumed normal travel with the Mainland, various international events have returned to the city. These include the Cloackenflap Festival, Joan Miró - The Poetry of Everyday Life Exhibition, Art Basel and the Hong Kong Sevens, all of which are world-class exhibitions and music and sporting events.

A series of major events is in preparation, including French May, the Hong Kong Marathon, the Cross Harbour Race, international golf tournaments and the tennis master match, as well as the first-ever Pop Culture Festival. The 2023-24 Budget also proposed the "Happy Hong Kong" campaign, for which the Hong Kong Tourism Board will hold big-scale events and concerts next to Victoria Harbour from July to August. These events are intended both to attract tourists and provide entertainment for Hong Kong citizens.

The tourism development direction of Hong Kong is aligned with that of our country. We hope that visitors coming to Hong Kong can not only visit traditional tourist attractions but also deepen their understanding of Hong Kong and Chinese culture. We aim to attract tourists not only through cultural and artistic exhibitions and performances but also by allowing them to experience the unique culture and characteristics of

Hong Kong. For example, our "cha chaan teng" (Hong Kong-style cafe) dining culture combines Western food culture with Chinese taste, offering an experience that tourists cannot have in other places.

Surveys on our target source market have shown us that visitors have different preferences for their stays in Hong Kong. Some hope to enjoy local cuisine and visit traditional scenic spots and theme parks, while others want to experience our culture and visit heritage and monuments. Some prefer hiking, while others come to participate in international conferences and exhibitions. Our goal is to design suitable tourism projects that cater to the diverse needs and preferences of different tourist segments, attracting more visitors to Hong Kong. 



收看足本版訪問：  
Watch full interview :

施永青 Shih Wing Ching

# 「無為而治」的 品牌智慧

The Brand Wisdom of "Wu Wei"

「無為而無不為」是中國古代成功的治國理念之一，亦是不少現代企業家的管理哲學，被譽為「地產代理教父」的中原集團創辦人施永青，就是其中之一。40多年來，他憑着寬鬆管理和開放大膽的思維，帶領集團推出一系列破格、創新的服務，令「中原地產」穩坐香港地產代理業的龍頭地位，成為家喻戶曉的香港品牌。

Effortless action (wuwei er wu bu wei) is considered one of the most successful governance practices in ancient China. Likewise, it is the managerial philosophy adopted by many modern entrepreneurs. Mr Shih Wing Ching, the founder of the Centaline Group, is one of them. Known as the "Godfather of Property Agency" in Hong Kong, Shih has developed an open mind and innovative ideas, implementing a slack management approach into his leadership. He finally led the Group in launching a series of value-added services. Under his leadership, Centaline Property reached the top of the property agency industry and has become a renowned brand in Hong Kong over the past 40 years.

## 感打工難有出頭天 毅然創業

作為白手起家的企業家，施永青中學畢業後曾任職工人夜校教師8年，之後在地產公司工作了兩年。回顧創業的契機，是源於他對打工「付出與收入不成正比」的無奈；「我從小不愛讀書，學歷不高，做打工仔前途有限，加上打工付出了半斤心血，但未必得到八兩的回報。」因此，在職場打滾了10年後，他於1978年毅然選擇創業。

當時他與拍檔各出資港幣5,000元創立「中原地產」，由最初兩人合租一張寫字枱，便開展地產代理生意，到後來逐步擴大事業版圖，至今集團在本港有超過600間分店，近年集團業務更擴展至測量估價、按揭代理和資產管理等領域，成為大型綜合性企業。



## 「無為而治」奠下成功根基

施永青創業除了是出於對前途的考量，亦是因為自身性格使然；「我想做自己感興趣的事，只要做得開心，自然就會更投入，更有滿足感。」正因為施永青不愛受束縛，加上以往工作的經歷，他深明公司訂立太多規條，往往會限制員工的發展，故多年來他的管理哲學是「無為而治」，不主張向員工「掙數」，而是給予他們自主空間；「少了框框條條，他們自然更落力，達成目標後更有成就感，工作的積極性亦由此而來。」

## 誠信、可靠的品牌形象植根港人心中

談到中原集團成功的要訣，施永青認為，除了以寬鬆的管理手法來提高員工積極性，致勝關鍵還在於打造品牌和提供多元化的增值服務，提升客戶體驗。他舉例指，在90年代，本港地產市場發展迅速，但成交數據眾多且分散，市民難以掌握最新和準確的市場資訊；「有別於股票買賣有很多數據參考，由於每個物業都是獨特的，即使同一個地區，不同坐向、不同樓層的單位，價格都不盡相同，如果市民只憑地產中介單方面的資訊，便進行投資決定，很容易會蒙受損失。」

因此，1999年，集團與香港城市大學合作，利用「中原地產」掌握的具體成交量和市場走勢，建立統計模組，推出了「中原城市領先指數」（CCL）及「中原城市指數」（CCI）。前者每周發布一次，數據取自中原集團的初步買賣合約成交價，後者則是每月發布一次，是以土地註冊處登記的住宅樓宇交易記錄所編制。兩項指數可反映本港二手樓價走勢，供準買家參考，大大提高了樓市的資訊透明度。

同年，「中原地產」與地政總署合作建立「中原地圖」，在網上向公眾提供全港各區的街道圖，以及樓宇用途、樓齡、層數、單位數目等，更附有交通運輸、飲食、旅遊景點等資訊，比起「Google Maps」推出得還要早，令「中原地產」誠信、可靠、「市場資訊提供者」的品牌形象植根在香港市民心中。



1999年，「中原地產」與香港城市大學合作，推出了「中原城市領先指數」（CCL）及「中原城市指數」（CCI），讓市民對樓市資訊更加了解

Centaline Property and City University of Hong Kong have launched the Centa-City Leading Index (CCL) and Centa-City Index (CCI) in 1999, which enabled the public access to information to better understand the property market



1978年，施永青與拍檔各出資港幣5,000元創立「中原地產」，最初兩人合租一張寫字枱，便開展地產代理生意  
In 1978, Shih and his partner contributed HK\$5,000 each to establish Centaline Property Agency Limited and started their business

## 新冠疫情成集團最嚴峻考驗

樓市與經濟市道緊密相連，每當香港經濟受衝擊，首當其衝的便是樓市；「中原地產」40多年來伴隨香港經歷大大小小的危機，包括80年代香港前途問題、97亞洲金融風暴、03年「沙士」和08年環球金融海嘯。但施永青坦言，這些挑戰所帶來的衝擊，都遠不及2020年起爆發的新冠疫情；由2021年第四季起至去年底，「中原地產」連續五季錄得虧蝕，單是集團在香港的業務，已虧蝕6億港元。

## 洞悉先機 帶領集團走向數碼化

除了經濟損失，疫情更衝擊了整個地產代理業的營運模式，尤其去年初第五波疫情爆發，政府實施嚴謹的社交距離措施，地產代理難以進行實體睇樓活動。幸好，施永青早就意識到數碼化的重要性，早於2016年便帶領集團數碼轉型。「中原地產」分別在2016年及2017年推出「視頻搵樓」及「VR搵樓」平台，這些在疫情期間派上用場，能減少社交距離措施對業務的影響。到疫情爆發後，「中原地產」更推出「VR睇樓Guide」，準買家可以手機App與代理實時網上睇樓及發問，全程足不出戶。

去年施永青以個人名義聯同集團投資成立「House730: 香港置業網」網上放盤平台，為市民提供售盤、租盤、地產新聞資訊、樓市數據及最新成交等資料，甚至是全港首創以AI人工智能及VR技術模擬裝修效果，以滿足疫後市民在網上進行物業買賣和租賃的需求。

## 利用香港品牌優勢 發展大灣區

立足香港之餘，施永青亦將目光放至內地市場；「中源地產」在 1992 年進軍內地市場，是其中一個最早走進內地的香港地產代理商；「當時內地開始實行市場經濟，由住房福利化逐漸走向商品化，釋放龐大的市場潛力，我覺得大有可為，所以派了不少年輕員工去試水溫。」施永青說。

由於當時內地地產代理行業和二手市場仍處於萌芽階段，加上「中源地產」已經累積了 10 多年的經驗和資金，因此在內地很快便取得成功，高峰時更在內地 36 個城市設有據點，一躍成內地房地產代理「一哥」。

但千禧年後，內地民營地產代理商愈來愈多，競爭愈趨激烈，「中源地產」更曾經被惡意攻擊，被分走不少客源。面對挫敗，施永青愈戰愈勇，他明言絕不會放棄內地市場，更會增加資源和調整策略部署；「未來『中源地產』將利用好香港品牌的優勢，加強發展粵港澳大灣區市場，並優化數碼化和智能化服務，希望能在大灣區搶佔更大的市場份額。」



掌管中原集團 40 多年，施永青一直秉承「無為而治」的管理哲學，給予員工自主空間，從而增加他們工作的積極性

As the helmsperson of Centaline Group, Shih has always adhered to the "wu wei" concept from Taoism as his management philosophy by offering autonomy to his employees and motivating them to give their all to their work

## 退而不休 推動集團品牌建設工作

經過 40 多年的品牌耕耘，「中源地產」成為了街知巷聞的優質服務品牌。對於榮獲 2022 年香港品牌發展局及廠商會頒發的「香港傑出品牌領袖獎」，施永青認為這不但是各界對他的一份肯定，更是一份推動力。雖然近年他將管理中原集團的重任交給兒子，但年屆 70 歲的他仍然充滿魄力，表示未來會繼續參與集團的品牌建設工作，讓「中源地產」在高質量發展的道路走得更遠、更穩。👏👏



經過多年來的品牌耕耘，「中源地產」誠信、可靠的品牌形象早已植根在香港市民心中，成為家傳戶曉的地產代理品牌  
After years of branding, Centaline Property's image of integrity and reliability has become entrenched in the hearts of Hong Kong residents and become a well-known brand

## Starting his own business after being a wage earner for ten years

As an entrepreneur who started his business from scratch, Shih taught at a workers' night school after high school graduation for eight years and then spent two years working at a property agency. In fact, his decade-long work experience was a turning point for him. He realised that his effort was not proportional to his rewards as a wage earner. "I never enjoyed studying when I was young. Considering my low education level, I knew that there were limited opportunities for me as a wage earner. I also understood that what I gave did not result in a like-for-like return as a wage earner." As such, Shih decided to start his own business in 1978.

At that time, Shih and his partner contributed HK\$5,000 each to establish Centaline Property Agency Limited and start their business with only a small desk. Since its initial focus on real estate agency services, the company has expanded to cover other services regarding real estate. In recent years, the Group has become a large-scale comprehensive corporation that includes related services such as surveying and valuation, mortgage brokering and asset management, having more than 600 branches in Hong Kong.



施永青對慈善不遺餘力，1994年，他以私人撥款方式成立「施永青慈善基金」，及後更將名下「中原地產」與《am730》等公司的股份全數注入基金內，重點關注內地農村地區發展和國際難民問題

Shih has always been dedicated to charity work. In 1994, he established the Shih Wing Ching Foundation using his private funds and donated all his shares of companies, such as Centaline Property and am730, to the foundation. The foundation focuses on the development of rural areas in the Mainland and international refugee aid



展望未來，「中原地產」將繼續品牌建設的工作，同時利用好香港品牌的優勢，加強發展粵港澳大灣區市場，搶佔更大的市場份額

In the future, Centaline Property will continue to develop their brand and leverage the advantages of the Hong Kong brand to increase market share in the GBA market

## "Wu Wei", effortless action, is the foundation for success

Other than considering his future, Shih's personality also motivated him to start his own business. Shih explained, "I simply want to do what I am interested in and would naturally devote more time and energy to my work and get satisfaction out of it." Shih has never been a supporter of bureaucracy, he knows that employees' development will be limited if a company has too many rules. Thus, he adopted the "wu wei" concept from Taoism as his management philosophy. This way of management can be interpreted as natural non-intervention. Instead of demanding that his employees meet sales targets, Shih tends to provide them with more autonomy. "Employees will work harder without strict regulations and will be likelier to have a sense of accomplishment when they achieve their goals." said Shih.



## Deep-rooted brand image of integrity and reliability

Concerning the key to Centaline Group's success, Shih believes that his secrets include brand development, the diversification of value-added services and his unique management philosophy. For example, Hong Kong's real estate market developed rapidly in the 1990s. It was difficult for the public to stay abreast of the latest accurate market information when there were tremendous, yet scattered, transaction data in the market. Shih explained, "Unlike stock trading, data are inadequate for the property market. Since each property is unique, the directions and floors of each flat were priced very differently, even in the same area. If people merely relied on the information provided by property agencies, they would most likely suffer losses."

Therefore, the Group partnered with the City University of Hong Kong to use the transaction and market trends data held by Centaline Property and established statistical modules to launch the Centa-City Leading Index (CCL) and the Centa-City Index (CCI) in 1999. The former is a weekly index based on the contract prices in Centaline Group transactions; the latter is a monthly index based on the transaction records registered with the Land Registry. These two indexes reflect the market trends of second-hand property prices in Hong Kong and can be used as reliable references for potential buyers. This initiative has greatly improved the transparency of information about Hong Kong's property market.

In the same year, the Group partnered with the Lands Department to establish CentaMap, a comprehensive electronic map showing streets and places in Hong Kong before the launching of Google Maps. The map also provides related information such as the use and age of buildings, floors of buildings and numbers of flats. Information on local transportation, dining and tourist attractions is provided as well. As time passes, the brand image of the integrity and reliability of Centaline Property is becoming even more established and well-known as a market information provider in Hong Kong.



2004年，「中原地產」成立了「中原慈善基金」，關注和支援社會上的弱勢社群，以及支持社會未來棟樑的發展  
In 2004, Centaline Property set up the Centaline Charity Fund to support underprivileged and future generations in society

## The COVID-19 pandemic: the biggest challenge

The real estate market is closely linked to economic performance because it is the first to be hit during an economic downturn in Hong Kong. Centaline Property has accompanied Hong Kong during every economic crisis, including questions about the future of Hong Kong in the 1980s, the 1997 Asian Financial Crisis, the SARS outbreak in 2003 and the global financial crisis in 2008. Shih admitted that the impact of these challenges was far less than that of the COVID-19 outbreak in 2020. From the fourth quarter of 2021 to the end of 2022, Centaline Property recorded losses for five consecutive seasons, resulting in a deficit of HK\$600 million in the Hong Kong market.

## Opportunity to lead the Group's digital transformation

Other than economic losses, the pandemic influenced the operation of the real estate agency industry. As the government implemented strict social distancing measures during the fifth wave of COVID-19 in early 2022, it was almost impossible for potential buyers to visit the property physically. Shih identified the importance of digitalisation and led the Group in their digital transformation as early as 2016. Centaline Property launched a video and VR apartment viewing platform in 2016 and 2017, respectively. These new platforms benefited the real estate agency industry during the pandemic by reducing the impact of social distancing on physical businesses. After the COVID-19 outbreak, Centaline Property also launched



施永青很早便意識到數碼化的重要性，因此推動「中原地產」在2016年及2017年分別推出「視頻搵樓」及「VR搵樓」，讓客戶能夠足不出戶在線上睇樓

As Shih identified the importance of digitalisation years ago, Centaline Property launched "Video Apartment Viewing" and "VR Apartment Viewing" platforms as early as 2016 and 2017 respectively for customers to view the properties online

"VR Tour Guide" online property viewing service, allowing potential buyers to view properties and ask questions at home.

Last year, Shih established House730, a one-stop housing hub, in his and the Group's name. This comprehensive platform provides information including property listings, rentals, property news, market data and the latest transactions. The platform also provides unique VR and AI decor technology, which allows potential buyers to view properties similar to the real world to meet the needs of the public in the post-pandemic era.



隨着香港與內地恢復全面通關，加上政府逐步取消防疫政策，帶動零售業及旅遊業，施永青表示，現時樓市出現低位反彈，但會否持續上升仍要視乎實體經濟的表現

The retail and tourism sectors have seen a boost after the reopening of border and removal of social distancing restrictions. Shih believes that the current property market slump can rebound; however, the extent of this rebound still depends on economic performance

施永青認為，只要經濟市道轉好，市民工作穩定、收入增加，對未來前景更有信心，這樣社會上才会有更多市民有能力置業，出現更多新生購買力，令樓市能夠持續向好

When the local economy improves, the general public will be able to enjoy stable jobs and increased income, as well as be more positive to Hong Kong's prospects. Shih believes that they can purchase their own properties and generate more purchasing power, resulting in a property market boom



## Using the advantages of Hong Kong brands to explore the GBA market

After years of in-depth expansion in the Hong Kong market, Shih realised the potential of the Mainland property market. Centaline Property was one of the first Hong Kong real estate agencies to enter the Mainland market. Shih recalled, "Back then, the Mainland was moving towards market economy by commercialising urban housing instead of welfare housing in the past, releasing the huge potential of the real estate market. I thought it was a good business opportunity, so I sent a number of young employees to start the business there."

At that time, the real estate agency industry and second-hand market were still in their infancy in the Mainland. With over 10 years' experience and abundant capital, Centaline Property quickly achieved success in the Mainland. At its prime, Centaline Property had strongholds in 36 cities across the territory and became a leader among Mainland real estate agencies.

Since then, market competition in the Mainland has intensified, with more private real estate agencies popping up in the 2000s. Centaline Property was once maliciously attacked, which led to the loss of clients. This failed experience

did not affect Shih's determination to expand the Mainland market. On the contrary, he decided to invest more resources and adjust his strategic deployment to achieve success. Shih remarked, "In the future, Centaline Property will make good use of the advantage of Hong Kong brands, accelerate the development of the Greater Bay Area (GBA) market and optimise digital services to seize a larger market share of the GBA."

## Continuously committed to brand development after retirement

After more than 40 years of branding, Centaline Property has become a well-known service brand. In 2022, Shih received the Hong Kong Distinguished Brand Leader Award presented by the Hong Kong Brand Development Council and the CMA. He considered the honour a recognition and a driving force. Although he is 73 years old and has already handed over the Group's leadership to his son, he is still full of energy and continuously committed to brand development. He hopes that the Group will drive quality development at a steady pace in the future. 商道

# 2022年品牌選舉頒獎典禮 推陳出新 打造香港品牌競爭力

香港品牌發展局（品牌局）與廠商會早前聯合舉辦 2022 年品牌選舉頒獎典禮，邀得特區政府財政司司長陳茂波擔任主禮嘉賓，聯同現場近 600 位出席嘉賓，一同見證 2022 年傑出香港品牌的誕生。



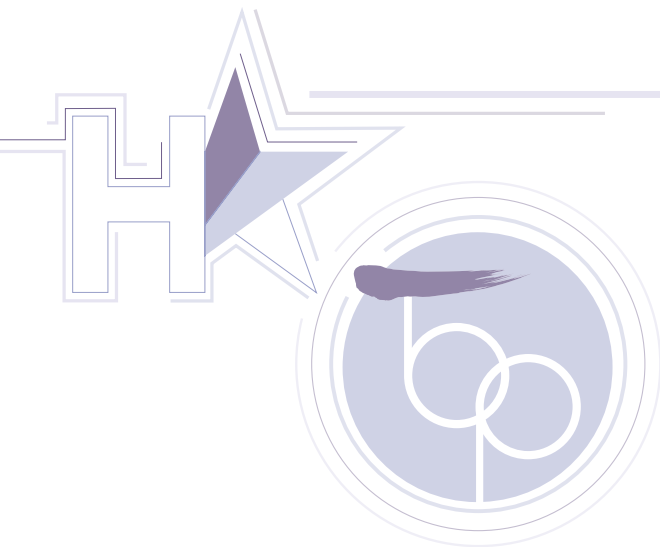
始創於 1999 年的「品牌選舉」，不但見證香港品牌的發展歷程，更是推動香港品牌生生不息、持續發展的重要一環。有賴於特區政府、評審委員會及社會各方對香港品牌的大力支持，2022 年品牌選舉頒獎典禮已於 2 月 2 日假香港會議展覽中心會議廳圓滿結束，當晚更復辦晚宴，慶祝得獎者獲得殊榮。

**40 個傑出香港品牌誕生 施永青成為「香港品牌第一人」**

本屆頒獎典禮共嘉許 40 個表現優秀的本地原創品牌，當中 14 個產品品牌及 14 個服務品牌分別獲頒

「香港名牌選舉」和「香港服務名牌選舉」的各類獎項；6 個產品品牌及 5 個服務品牌分別獲頒「香港新星品牌選舉」及「香港新星服務品牌選舉」的獎項。而代表「品牌選舉」最高榮譽的「香港傑出品牌領袖獎」，則由中原集團創辦人施永青奪得，成為第一位從「服務品牌」組別脫穎而出的「香港品牌第一人」。

各個獎項由財政司司長陳茂波、商務及經濟發展局局長丘應樺、副局長陳百里、工業貿易署署長黃少珠，以及商務及經濟發展局副秘書長劉理茵等嘉賓頒發。



## 2022 年品牌選舉得獎名單

### 香港傑出品牌領袖獎

施永青先生  
中原集團創辦人（「中原地產」）

### 香港名牌十年成就獎

品牌：寧心  
公司：維特健靈健康產品有限公司

品牌：穩健  
公司：穩健醫療（香港）有限公司

### 香港卓越名牌

品牌：四海魚蛋  
公司：四海環球食品有限公司

品牌：巨浪大切  
公司：僑豐行有限公司

### 香港名牌

品牌：AQUA PRO+TECH  
公司：迦保有限公司

品牌：b-MOLA  
公司：信山實業有限公司

品牌：Contex  
公司：彩迅（亞洲）有限公司

品牌：桂園美  
公司：傲德有限公司

品牌：健康農場  
公司：駿騰貿易有限公司

品牌：金茶王  
公司：金百加發展有限公司

品牌：蟲草大王  
公司：華鏗貿易有限公司

品牌：雷漢美食  
公司：雷漢美食有限公司

品牌：澳寶  
公司：澳寶化粧品（香港）有限公司

品牌：SPARKLE COLLECTION  
公司：德國寶電商貿易有限公司

### 香港服務名牌十年成就獎

品牌：奇華餅家  
公司：奇華餅家有限公司

### 香港卓越服務名牌

品牌：希瑪眼科  
公司：香港（國際）眼科醫療集團有限公司

品牌：Ensec Solutions  
公司：Ensec Solutions Hong Kong Ltd

品牌：香港駕駛學院  
公司：香港駕駛學院有限公司

### 香港服務名牌

品牌：卓遠  
公司：卓遠企業服務有限公司

品牌：中西花店  
公司：中西花店有限公司

品牌：碧瑤  
公司：碧瑤綠色集團有限公司

品牌：終生美麗美容纖體中心  
公司：終生美麗美容纖體有限公司

品牌：e-banner  
公司：e-banner Ltd

品牌：Gilman  
公司：太平洋行國際有限公司

品牌：GOGO  
公司：GoGo Tech Ltd

品牌：皇鑽世家  
公司：皇鑽世家珠寶金行有限公司

品牌：韓樂  
公司：亞洲國際餐飲集團有限公司

品牌：寵物假期  
公司：寵物假期（香港）有限公司

### 香港新星品牌

品牌：Archon  
公司：Archon Wellness Ltd

品牌：AYYA  
公司：金朗科研有限公司

品牌：Brabanconne  
公司：開心寶國際有限公司

品牌：海的  
公司：長明國際（香港）集團有限公司

品牌：Wenno  
公司：成興塑膠製品有限公司

品牌：仁御堂  
公司：仁御堂有限公司

### 香港新星服務品牌

品牌：AirTech  
公司：空控物網聯有限公司

品牌：Cocoon Plus  
公司：康泓數碼圖像（香港）有限公司

品牌：e+Solutions  
公司：聯邦物流（香港）有限公司

品牌：FOODBOX  
公司：Beans Food And Services Co Ltd

品牌：牛奶冰室  
公司：亞洲國際餐飲集團有限公司

（排名不分先後）

## 陳國民：品牌英雄緊貼 ESG 潮流 刷新香港品牌最高標準

品牌局主席陳國民在頒獎典禮致辭時指，今屆「選舉」的得獎者是一群敢於拼搏、勇於創建的「品牌英雄」；「他們有的長期深耕本地市場，堅守品質和誠信，將『香港情懷』薪火相傳；有的積極運用科技，以創意和特色出品贏得各地消費者的青睞；有的正努力推進數碼化轉型，引入先進的管理模式，實現品牌的持續更新和升級；有的則加緊在粵港澳大灣區和『一帶一路』布局，擔當香港品牌『疫後再出發』的先鋒。」

當前 ESG 潮流在全球興起，為香港品牌帶來了新的機遇和挑戰。陳主席透露，品牌局已對「品牌選舉」和「TOP 嘜計劃」的審核機制進行修訂，將「環保及社會責任」的標準擴充為「環保、社會責任及企業管治」；今屆「選舉」的得獎者亦將 ESG 的理念融入日常經營之中，身體力行締造出可持續發展的品牌價值。



香港品牌發展局主席陳國民在頒獎典禮上致辭

## 得獎品牌感受



中原集團  
創辦人—施永青

“

2022 年香港傑出品牌領袖獎  
中原集團創辦人施永青

一間公司的品牌，最好由公司的主理人親身參與打造，因為這樣會更令人信服，效果會更好。

”



“

2022 年香港卓越服務名牌  
香港駕駛學院

好高興獲得此獎，我們會繼續努力不懈，為自學駕駛人士提供優質的駕駛培訓及客戶服務。

”



香港駕駛學院有限公司  
行政總裁—朱燦培



廠商會會長史立德（右）致送《香港名牌巡禮》予主禮嘉賓財政司司長陳茂波（左）



財政司司長陳茂波（左）頒發「香港傑出品牌領袖獎」予中原集團創辦人施永青（右）

## 陳茂波：加強力度支持品牌發展 「疫」後復甦再創高峰

財政司司長陳茂波致辭時指，在今日競爭激烈的商業社會之中，擁有鮮明的品牌形象是企業重要的致勝之道。時至今日，香港品牌選舉已是一個非常具代表性的活動，多年來表揚了許多各行各業的傳統品牌和新星品牌，可以說是百花齊放。他續指，一個地方給人的形象如何，往往會影響人們對當地產品和服務的觀感，因此我們要推廣香港，這不止要「走出去」說好香港故事，還要「請客來」親身體驗新時代下香港的活力和朝氣。

除了廠商會及品牌局的一眾首長外，中聯辦經濟部副部長兼貿易處負責人劉亞軍、立法會議員兼香港生產力促進局主席陳祖恒、香港工業總會副主席劉榮濤、2022 活動贊助商代表交通銀行有限公司代表范朝榮、獎座贊助商代表福泰珠寶集團有限公司副董事長陳詩茹、畢馬威會計師事務所審計合夥人方思穎，以及各選舉評判、工商界領導、贊助商及得獎公司代表等，均有出席典禮，為香港品牌打氣，場面盛大。

“

### 2022 年香港名牌 SPARKLE COLLECTION

SPARKLE COLLECTION 是一個新派玩味的唐裝及「型格」長衫品牌。我們希望能夠唱好「香港故事」，be sparkle & be colorful !

”



SPARKLE COLLECTION  
品牌創辦人及設計總監—陳嘉賢



亞洲國際餐飲集團有限公司  
品牌副總經理—杜梅芳

“

### 2022 年香港新星服務品牌 牛奶冰室

我們會繼續以不屈不撓、穩中求變的精神，融合傳統美食及創新元素，為大家提供優質及多元化的港式美食。

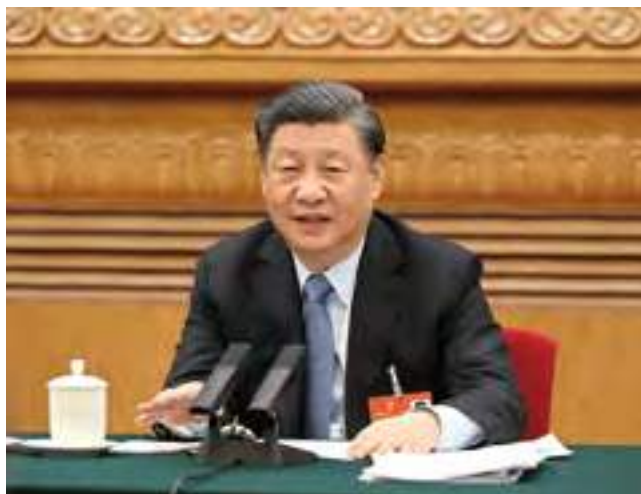
”



# 2023 全國兩會

2023 年全國兩會於 3 月 4 日至 13 日舉行，國家主席習近平在閉幕會上發表重要講話，提到要堅定不移推動高質量發展；而時任國務院總理李克強則發表任內最後一份政府工作報告，以堅持「穩中求進」作為工作總基調，為國家新一年的經濟社會發展設定具體目標及作出部署。





在強國建設、民族復興的新征程，我們要堅定不移推動高質量發展。要完整、準確、全面貫徹新發展理念，加快構建新發展格局，深入實施科教興國戰略、人才強國戰略、創新驅動發展戰略，着力提升科技自立自強能力，推動產業轉型升級，推動城鄉區域協調發展，推動經濟社會發展綠色化、低碳化，推動經濟實現質的有效提升和量的合理增長，不斷壯大我國經濟實力、科技實力、綜合國力。

— 國家主席習近平

今年全國兩會是二十大召開之後的第一次會議，具有重大意義。除了審議新一年的政府工作報告和國務院機構改革方案外，兩會期間亦產生了新一屆中央領導班子。習近平連任國家主席及國家中央軍委主席，他在人大閉幕會發表重要講話，指將以國家需要為使命，人民利益為準繩，恪盡職守，竭誠奉獻，並將堅定不移推動高質量發展。習主席亦強調推進強國建設離不開港澳長期繁榮穩定、要扎實推進「一國兩制」實踐，各界認為這番說話為香港的未來發展打下了強心針。

今年政府工作報告以大量篇幅回顧過去五年的工作成果，其中包括推動製造業升級轉型。例如通過市場化機制激勵企業創新，將製造業企業、科技型中小企業的研發費用加計扣除比例分別從50%、75%提高至100%；支持工業互聯網發展，有力促進製造業數位化、智慧化。

另外亦將固定資產加速折舊優惠政策擴大至全部製造業，鼓勵企業加快設備更新和技術改造，並通過發展研發設計、現代物流、檢驗檢測認證等生產性服務業，加強全面品質管制和品質基礎設施建設，不斷提升中國製造的品質和競爭力。



## 今年 GDP 增長目標訂於 5% 左右 實事求是

在過去的 2022 年，受新冠疫情影響，國家 GDP 僅錄得 3% 的增長，成績雖已優於多數國家，但仍未能完成原本設定的 5.5% 目標。今年國家將 GDP 的增長目標訂於 5% 左右，普遍被認為是一個實事求是的目標。

對此，國家發改委亦作出了三點解釋：其一是「2035 年要達到中等發達國家水準，必須在提高質量效益基礎上長期保持合理經濟增長」；其二是「體現了穩增長、穩就業、穩物價的要求，有利於向市場傳遞積極信號，提振信心，引導預期，擴大就業，改善民生，在發展中防範和化解風險隱患」；其三是「同現階段我國經濟增長潛力相適應，資源要素條件可支撐」。

## 著力擴大國內需求 加快建設現代化產業體系

圍繞「穩中求進」的工作總基調，今年國家依舊強調擴大內需，將恢復和擴大消費擺在優先位置。另外目標通過政府投資帶動全社會投資，今年擬安排地方政府專項債券 3.8 萬億元，加快實施「十四五」重大工程，實施城市更新行動，促進區域優勢互補、各展其長，鼓勵和吸引更多民間資本參與國家重大工程和補短板專案建設。

推進產業升級亦是國家今年的重點經濟任務。其中包括圍繞製造業重點產業鏈，集中優質資源合力推進關鍵核心技術攻關；加快傳統產業和中小企業數位化轉型，著力提升高端化、智能化、綠色化水準；加快前沿技術研發和應用推廣；完善現代物流體系；大力發展數位經濟，提升常態化監管水準，支援平台經濟發展。

## 支持民營企業發展 推動綠色轉型

國家亦強調要為民營企業創造良好的營商環境，包括依法保護民營企業產權和企業家權益，鼓勵支援民營經濟和民營企業發展壯大，支援中小微企業和個體工商戶發展，構建親清政商關係。

另外亦會繼續深入推進環境污染防治，加強城鄉環境基礎設施建設，持續實施重要生態系統保護和修復重大工程；繼續推進煤炭清潔高效利用和技術研發，加快建設新型能源體系，並完善支持綠色發展的政策，發展循環經濟，推動重點領域節能降碳，持續打好藍天、碧水、淨土保衛戰。

## 廠商會兩會提案 改善營商環境

廠商會內地事務委員會在兩會舉行前討論了提案議題，並透過會內的港區全國政協委員和港區全國人大代表將意見呈交中央政府。提案要點包括：

### 【一】完善共性技術服務平台建設

國家正加快推動高質量發展，但傳統產業的中小企業難以受惠於現時國家或省級共性技術研發平台的科技成果，窒礙他們升級轉型的步伐。為此，廠商會建議：

1. 組建一批以傳統產業為主要服務對象的「共性技術研發平台」，聚焦解決行業在升級轉型過程中所遇到的共性技術難題，其中以配合國家綠色轉型的環保技術問題最具迫切性。
2. 從中小企佔比、公益研發項目數量等方面着手訂立KPI，以建立更包容、更開放的「共性技術研發平台」，讓中小企業和港澳台企業獲得均等參與機會，通過應用共性技術成果，提升競爭力。
3. 善用於2021年成立的「粵港澳大灣區國家技術創新中心」，並與香港創科生態圈的各持份者建立更緊密的合作機制，專門就港資製造業面對的共性技術難題進行研究，推動大灣區產業的技術進步。

### 【二】加強信用信息共享應用

雖然近年我國在推動企業信用體系建設方面已取得一定進展，但社會信用基礎仍較薄弱，導致港商因內地中小微型客戶信用狀況透明度不高而面對「放帳風險高」及「較難取出口信用保險」等問題。廠商會建議：

1. 利用大數據等先進工具，進一步拓展對中小微型企業的信用信息採集範圍，並通過到貨付款準時度、負債率等信息，對其作出更精細的信用評價，以供大眾參考。

2. 將「企業公共信用評價結果」依法與包括境外市場主體在內的第三方共享；將「企業信用信息數據庫」開放予香港出口信用保險局使用。
3. 加大對內貿信用保險的支持力度，通過中國出口信用保險公司擴大對中小微企業的承保規模，並降低他們的投保成本，推進內外貿一體化的發展。
4. 優化外部信用環境，通過加大對典型失信案件的曝光力度及對失信名單的懲戒力度，以提升國家信用軟實力，培育國際競爭新優勢。

### 【三】加快推進香港與內地商標領域合作

儘管近年內地在知識產權保護方面已取得長足進步，但一些侵權的行為仍時有發生，疫情期間更有港資企業在內地的註冊商標被別有用心的人士以「三年未曾在內地使用」為由申請註銷。廠商會有以下建議：

1. 根據《商標法》，註冊人只要有「正當理由」，即使連續三年停止使用商標仍可不予撤銷；有關當局應視新冠疫情為「不可抗力」因素，對遭惡意註銷商標的案件不予受理；如主管機關認為有需要受理相關案件，亦希望「特事特辦」，以「一國」原則對商標曾在過去三年於香港被使用，視為等同於在內地使用，並接納企業或團體以此為佐證作出申述。
2. 加強內地與香港在商標註冊及保護方面的合作，例如可邀請雙方工商界、法律界的代表出任兩地商標評審委員會的顧問或成員。長遠而言，兩地亦應完善知識產權糾紛的跨境處理機制，包括聯合審議涉及商標跨境註冊、使用等方面的問題，以及鼓勵企業採取仲裁、協商等非訴訟方式解決跨境糾紛。
3. 對於無正當理由申請註銷他人商標、作出不負責任指控等惡意行為，應提高懲罰力度和加強執法，以緩解港企在內地使用和維護商標的後顧之憂。☞



# 訪問 ChatGPT 談人工智能與香港工業的未來

AI 聊天機械人 ChatGPT 自去年 11 月推出以來紅遍全球，其活躍用戶在兩個月內便突破一億大關，打破了 TikTok 維持的 9 個月紀錄，用戶成長速度十分驚人。今期息息商關特意與 ChatGPT 進行專訪，就人工智能與工業發展等熱門議題進行探討。

**企業雄才：**ChatGPT 你好，請問你是否願意接受《企業雄才》的專訪？

**ChatGPT：**您好，很高興能夠為您提供協助。作為一個 AI 聊天機器人，我當然很樂意回答您的問題。

**企業雄才：**好的，我們相信讀者將會對你的回答感到興趣。事不宜遲，請你先介紹一下自己。

**ChatGPT：**當然，很高興為您介紹一下自己。我是 ChatGPT，一個基於語言模型的 AI 聊天機器人。我被設計用於回答各種問題，無論是有關學術、生活還是商業等各種領域。我擁有廣泛的知識和技能，能夠回答您可能有的各種問題，並為您提供適當的建議和指導。如果您需要任何幫助，請隨時與我聯繫。

**談智能製造的未來**

**企業雄才：**讓我們先從最簡單的問題開始，工業 4.0 的浪潮已經席捲全球，作為一個 AI 聊天機器人，你如何看待 AI 在新型工業發展當中的角色？

**ChatGPT：**AI 在新型工業發展中扮演了非常重要的角色。工業 4.0 是智能製造的代表，其核心就是基於互聯網的智能製造，而 AI 技術的發展與應用是實現智能製造的關鍵因素之一。AI 技術在工業 4.0 中的應用例子包括以下幾點：

**自動化生產：**AI 技術可以應用於自動化生產中的機器人和自動化系統中，以實現更高效的生產。例如，AI 可以應用於機器視覺系統中，幫助機器人更好地識別和處理製造過程中的物料，從而提高生產效率和產品品質。

**智能監測和預測性維護：**AI 技術可以應用於工業設備的監測和維護中，以提高設備的可靠性和運行效率。例如，AI 可以應用於智能傳感器中，監測設備的運行狀態，及早發現故障，並根據預測模型提供相應的維護建議，從而減少生產停機時間。

**資料分析和決策支持：**AI 技術可以應用於工業生產和管理中的資料分析和決策支持中，以幫助企業更好地理解其生產和管理流程，並從中提取有用的洞察。

以上是一些 AI 在新型工業中的應用例子，當然還有許多其他的應用場景。

企業雄才：你認為隨着人工智能的發展，未來的製造業將會是什麼樣子？

ChatGPT：未來製造業將會更加倚重於智能化製造，例如利用機器學習和自然語言處理等技術來實現生產流程的智能監測和自我學習優化，實現自動化生產和無人化管理。同時，製造廠商也將會透過虛擬實境和擴增實境技術，實現工業設計的數字化、工廠布局的可視化和產品展示的虛擬化，從而提高生產效率和產品質量。

此外，隨着 5G、物聯網等技術的普及和發展，製造業也將更加注重數據的應用，進一步實現生產線的智能化和供應鏈的可視化管理。這些技術的應用不僅可以促進製造業的發展，還可以創造更多的價值和就業機會。

### 對香港工業智慧轉型的建議

企業雄才：好的，接下來讓我們談談香港工業的未來。社會有聲音指出，香港的產業政策長期嚴重落後於鄰近地區，直至近年才有所醒悟，銳意在本地發展創新科技產業和高端製造業，希望「追回」過去錯失的發展進度。香港工業曾經歷輝煌時期，你認為香港在工業 4.0 的潮流當中，能否從後趕上，再寫傳奇？

ChatGPT：香港作為一個國際金融中心，具備了相當豐富的資金和資源，這為香港在工業 4.0 的發展上提供了良好的基礎。此外，香港擁有優越的地理位置和先進的資訊科技基礎設施，同時也擁有豐富的人才資源和專業知識，這些都是香港在工業 4.0 中能夠嶄露頭角的優勢。

然而，要實現工業 4.0 的發展，需要政府、產業和學界的密切合作，共同推動創新和轉型。政府需要出台更為具體和有效的產業政策和措施，以激勵企業創新和發展；產業需要積極投資研發和創新，推動數字化轉型和智能化生產；學界需要加強與產業的合作，為企業提供專業的技術支持和人才培訓。

總的來說，香港有能力從後趕上工業 4.0 的潮流，但需要政府、產業和學界的全力合作，通過創新、轉型和提高人才素質，才能夠實現更好的發展。



企業雄才：香港的人工智能研究雖然相當不錯，例如香港中文大學在這方面曾被 US News 列入全球大學排名前三名，也創出商湯科技等人工智能「獨角獸」。但相對於新加坡等其他地區，香港工業在人工智能的應用層面卻嚴重落後，你認為原因為何？

ChatGPT：香港在人工智能研究和應用方面的成就的確在亞洲地區中具有優勢，尤其是在語音識別、自然語言處理、圖像識別等領域方面。不過，相對於新加坡等其他地區，香港在工業應用方面的進展可能較緩慢，原因可能有以下幾點：

資金投入不足：相對於新加坡等其他地區，香港在人工智能產業的資金投入可能較少。資金是推動人工智能產業發展的重要支撐，缺乏資金可能會影響人才引進、技術研發和應用推廣等方面。

產業結構限制：香港的產業結構以服務業為主，而製造業佔比較小，這也導致香港在工業應用方面相對較為落後。

地理位置不利：香港地理位置較為狹小，也受到中國內地產業發展的影響，這也可能導致香港在工業應用方面相對較為落後。

市場需求較少：香港作為一個特別行政區，其市場規模相對較小，可能限制了人工智能產業在香港的發展。

總之，要推動香港的工業應用人工智能的進程，需要加大資金投入、調整產業結構、發揮地理優勢、促進市場需求等多方面的努力。

企業雄才：中國在人工智能方面亦具有十分強大的實力，近年社會經常提到香港要「融入國家發展大局」，而粵港澳大灣區的建設亦如火如荼，那麼你認為香港是否能夠通過與廣東和澳門合作，在人工智能工業應用方面解決你先前提到的瓶頸？

ChatGPT：香港可以借助粵港澳大灣區的建設，加強與廣東和澳門的交流與合作，共同推進人工智能在製造業的應用。例如，建立跨境人才培訓機制，促進知識和技術的共享和交流，並在政策和法規方面互相學習和借鑒。此外，可以通過建立創新平台、成立聯合實驗室等方式，共同推進人工智能技術的研發和應用，加速香港製造業的轉型升級。



其次，可以通過政策扶持，鼓勵香港企業積極參與粵港澳大灣區的人工智能製造業合作項目。政府可以提供資金、稅收優惠等支持，鼓勵企業在跨境製造、跨境銷售等方面積極參與，促進產業協同發展。

最後，政府可以通過增加相關課程、設立研究機構、提供資助等方式，支持學術界和產業界的合作，培養更多高素質的人工智能人才，推動產業升級和轉型。

**企業雄才：**對於香港的廠商來說，促進企業升級轉型似乎已經是必須完成的任務，你能否為他們提供具針對性的意見？

**ChatGPT：**當然，我很樂意為香港的廠商提供幾點具體的意見：

**掌握人工智能相關知識：**香港的企業需要開始學習和掌握人工智能相關知識，包括數據分析、機器學習、自然語言處理等。如果缺乏相關知識，企業就很難抓住機會，實現升級轉型。

**開發人工智能應用：**企業需要積極開發符合自身需求的人工智能應用，例如採用智能製造和自動化技術來提高生產效率和品質，減少成本，增加產品附加值。對於已有的生產線，可以考慮進行數字化改造和智能化升級，以實現更高效的生產方式。此外，廠商可以積極發展智慧物流、智慧倉儲等相關領域，加強供應鏈管理和協同作業，提高產品運輸和儲存效率，進一步降低成本和提高生產力。

**與其他企業合作：**香港的企業可以通過與其他企業合作，共同研發和應用人工智能技術，這不僅可以分擔成本，還可以加快技術進步和產品上市的速度。

**尋求政府支持：**香港政府近年來已經開始加大對人工智能產業的支持，企業可以尋求政府相關項目的支持，如科技券、創科署資助、科創基金等，以推動企業升級轉型。

最後，香港的廠商可以加強與內地和澳門的合作，探索市場和產業的新機遇和發展方向。同時，廠商也可以積極參與各類行業和技術交流會議，瞭解最新的技術趨勢和市場變化，並與同行進行交流和合作。

## 看好香港新型工業的未來

**企業雄才：**香港特區政府近期提出要重點發展生命健康科技、人工智能與數據科學、先進製造業與新能源科技產業，並加強對新能源汽車和半導體晶片產業的支援。你怎樣看？

**ChatGPT：**我認為香港特區政府提出的這些發展方向非常適合當下的產業發展趨勢，符合國際上的發展潮流。生命健康科技、人工智能與數據科學、先進製造業和新能源科技產業是未來的主要發展方向，這些領域的發展不僅能促進香港的經濟發展，也能提高香港的國際競爭力。

此外，加強對新能源汽車和半導體晶片產業的支援，也符合全球的發展趨勢。隨着能源危機和環保意識的增強，新能源汽車已經成為未來汽車產業的主要趨勢。而半導體晶片則是當代科技產業的核心之一，應用範圍非常廣泛，是現代信息化社會不可或缺的關鍵技術。因此，加強對這些產業的支援，有望促進香港在產業4.0的潮流當中追趕和超越，再寫傳奇。

**企業雄才：**但這些產業全球競爭激烈，香港能佔有一席之地嗎？

**ChatGPT：**全球競爭激烈的確是不可避免的，但香港作為國際金融和物流中心，具有得天獨厚的優勢，例如地理位置優越、法治完善、金融和資本市場發達、人才和文化資源豐富等。這些優勢可以為香港的創新科技產業和高端製造業提供良好的發展環境和支援。此外，香港還可以與內地的科技城和大灣區合作，發揮彼此的優勢，實現互利共贏。因此，我相信香港有能力在全球競爭中脫穎而出，並為未來的工業4.0注入新的活力。

**企業雄才：**好的，承你貴言。謝謝你接受我們的訪問。

**ChatGPT：**很高興能為你們解答問題，希望對大家有所啟發。 

註：為儘量保持問答內容的原始度，本文只對ChatGPT的回答進行節錄工作，並未有對其進行其他修改，故內容的真確性未經嚴格核實，僅供參考。如有任何疑問，請以專業機構意見為準。





# 認識

## 「貴金屬及寶石交易商註冊制度」

為加強香港的打擊洗錢及恐怖分子資金籌集制度、鞏固國際金融中心地位，香港海關在2023年4月1日起執行「貴金屬及寶石交易商註冊制度」，任何人有意在香港經營貴金屬及寶石業務，而在業務過程中進行總額為12萬或以上港元的交易，就須向海關註冊。

根據《打擊洗錢及恐怖分子資金籌集條例》，任何人以業務形式，進行(1)買賣、進口或出口貴金屬、寶石或貴重產品；(2)生產或提煉貴金屬、寶石或貴重產品，或對其進行增值加工；(3)發行、贖回或買賣貴重資產支持工具；或就上述3類活動擔任中介人，就會被視為從事貴金屬及寶石交易。

### 兩類別註冊制度

「貴金屬及寶石交易商註冊制度」下設兩個類別；有意在業務過程中進行總額為12萬或以上港元的非現金交易的貴金屬及寶石交易商，須註冊為A類註冊人。這類註冊申請手續簡單，交易商持有有效商業登記證或小販牌照，便可以提交申請，並附上所有業務處所的詳情、通訊地址和其貴金屬及寶石業務會為合法目的而經營的聲明。A類註冊申請費為港幣260元，只要註冊交易商繼續經營並支付港幣195元年費，其註冊將一直保持有效。

而有意在業務過程中進行總額為12萬或以上港元的現金交易的交易商，則須註冊為B類註冊人。申請人除了要通過適當人選的評定準則，還須證明自己符合打擊洗錢及恐怖分子資金籌集相關的法定

及監管要求。B類註冊申請費和續期費分別為港幣1,970元和1,060元，另外每位適當人選評定費用為港幣650元。B類註冊有效期一般為3年，並且必須在註冊到期前至少60天提交續期申請。

### B類註冊人須遵守打擊洗錢及恐怖分子資金籌集規定

有別於A類註冊，B類註冊人在進行總額為12萬或以上港元的現金交易時，須採取客戶盡職審查和保存記錄，以便評估風險，並採取有效打擊洗錢及恐怖分子資金籌集措施。客戶盡職審查包括收集客戶身份證、護照或其他旅行證件資料、備存及核實客戶身分；相關紀錄須於交易完成後或與有關客戶終止業務關係後保存最少5年。

無論是A類抑或是B類註冊人，都須在其主要營業地點及其每間分行的顯眼位置分別展示註冊證明書及分行證明書。海關亦會推出註冊紀錄冊，載有註冊人名稱、類別、主要營業地點以及分行地址，讓公眾免費查閱，以確定交易商是否已註冊。



## 設過渡期助業界適應新規

業界普遍認為，相關措施有助推動業界健康發展，杜絕不法之徒混入，保障行業聲譽；事實上，近年世界各地例如英國、歐盟等，都已制定類似的法例打擊洗黑錢等罪行，故香港推出新條例是配合國際市場的發展，與世界接軌。

為了讓業界適應新規定，註冊制度設有9個月過渡期（即2023年4月至12月），在2023年4月1日制度開始前便一直營運的交易商，可在過渡期內申請註冊，並會獲寬免首次註冊費和相關費用，他們會暫時被視作B類註冊人，直到其註冊申請取得結果或被撤回為止。不過，過渡期安排並不適用於在4月1日或以後才營運的交易商，如他們計劃進行總額為12萬或以上港元的交易，就必須在交易前獲得註冊。

根據法例，任何未經註冊的人士，進行總額為12萬或以上港元的現金或非現金的貴金屬及寶石交易均屬於違法，一經定罪，最高可被判罰港幣10萬元及監禁6個月。此外，如註冊人不遵守《打擊洗錢及恐怖分子資金籌集條例》（第615章）規定的要求或註冊條件，可能會受到紀律處分，或被暫時吊銷或取消註冊。🔒

## 4 類受註冊制度規管的物品

貴金屬	成品或非成品狀態的金、銀、白金或鉑金、銻、鐵、鈮、銻或鈇
寶石	鑽石、藍寶石、紅寶石、綠寶石、玉石或珍珠，不論其為天然與否
貴重產品	由任何貴金屬或寶石或兼由上述兩者組成的珠寶或錶
貴重資產支持工具	以貴金屬、寶石或貴重產品支持的、使有關持有人有權享有該等資產（整體或部分）的證明書或工具



「貴金屬及寶石交易商註冊制度」在4月1日起生效，以加強香港的打擊洗錢及恐怖分子資金籌集制度

資料來源：香港海關貴金屬及寶石交易商監理科、廠商會整理

註：此文僅供參考，不可視為法律的詳盡及具有權威性的說明。

# 珠三角土地 整備利益統籌新政演進

近期珠三角不少重點城市推出「三舊改造 / 城市更新」新政策的同時，積極推動土地整備利益統籌的工作，此舉或將對珠三角港企帶來深遠的影響。

廣東「三舊改造/城市更新」政策實施10多年來，在土地節約集約利用、經濟發展、產業轉型與升級、城市品質和居住環境等方面取得一定成就，但同時也出現改造交易成本高昂、改造週期長、公益性改造舉步維艱、碎片化改造和無序改造等問題，難以體現統籌兼顧，提升城市的整體功能。為此，深圳市近期推動土地改革，分階段推進土地整備利益統籌工作，包括保障城市基礎設施、公共服務設施和重大產業項目的土地供應，以及推動土地節約集約利用、促進城市發展和社區轉型等。有關工作迄今已取得一定成效，截至2021年12月31日，深圳市土地整備利益統籌項目立項合計153個，整備總實施規模已達6,549.7公頃。近兩年，東莞市亦緊隨其後頒布相關政策，未來珠三角土地整備利益統籌政策可能會進一步推廣和深化。



### 什麼是土地整備利益統籌？

從字面上理解，是指對零散用地進行整合，並進行土地清理及土地前期開發工作，包括收回土地使用權、房屋徵收及房屋拆遷、城市化轉（收）地收尾和土地遺留問題處理、土地置換、填海造地、對零散地進行整合、儲備用地管理等。

現在市場上的土地整備利益統籌項目可簡單理解為：政府針對土地現狀權屬存在模糊及不清晰且面積達到一定規模（至少3,000平方米）的社區（整村或片區），實施的區分土地性質徵收、引導開發等綜合措施。

截至2021年底，深圳的城市更新項目平均拆遷土地面積約8公頃，而土地整備利益統籌單宗項目面積平均已逾40公頃。現實中，不少土地整備利益統籌項目本身已包含不少舊村、舊廠房、舊住宅商業區地塊在內的改造，實際已經將「三舊改造/城市更新」的項目揉合其中。

土地整備利益統籌具有「政府主導、市場參與」的特點。在項目立項規劃審批通過後，開發商便可正式參與項目的合作開發；在政府主導下，項目整體週期相對較短。



作者：徐清波律師

內地知名公司運營、併購、建設工程及房地產法律專家，具豐富內地土地買賣、廠房建設、不動產項目轉讓、廠地三舊改造、土地整備利益統籌、廠房租賃經驗。

### 土地整備利益統籌新政對港企的影響

大量在珠三角經營的港企地塊可能會被劃入土地整備利益統籌項目之中 - 實施土地整備利益統籌項目能夠激活現有零散、用途不合理的低效用地，使國土空間更有效益地被運用，保障了重大產業、城市基礎設施和公共服務設施等項目的實施，並加大居住用地的供應。政府在過往相關項目的實施過程中已經明顯感受到這種安排的價值，預料後續可能會進一步將更大範圍的地塊劃入到土地整備利益統籌的項目之中。

部分三舊改造/城市更新進展不順的項目，後續可能會被土地整備利益統籌項目所涵蓋以提升效率 - 以往的三舊改造/城市更新項目多由開發商主導，惟獨自經營難度頗大，導致進展不順甚至中斷；若通過土地整備利益統籌的方式，能增加政府行政力量的支持，其效率和效果會獲得大幅改善，因此那些項目後續可能會通過土地整備利益統籌項目的方式繼續推動，以達到城市建設的發展要求。

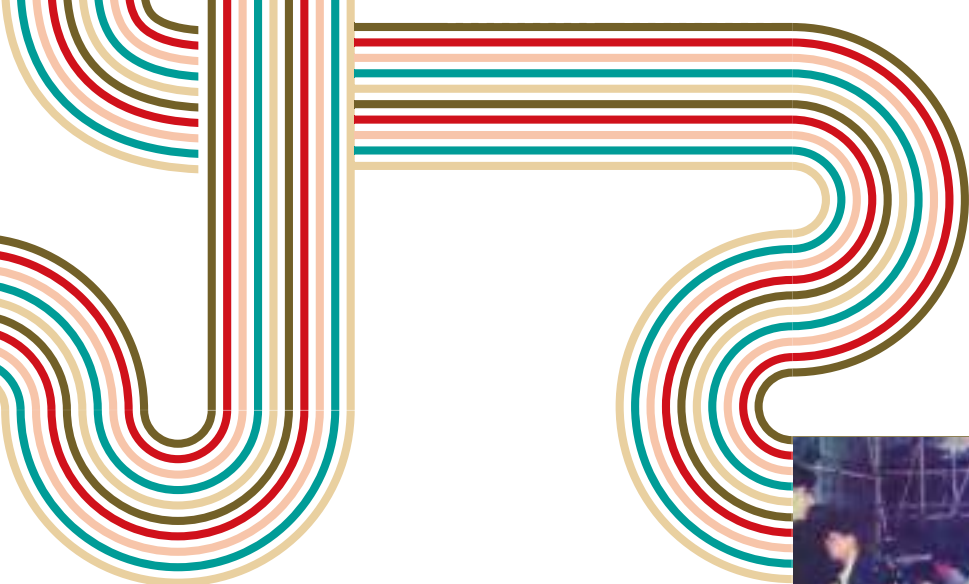
對港企的補償標準及方式與「三舊改造/城市更新」的商業收購方式存在差異 - 無論是土地管理法層面的土地徵收及土地回收、廣東省的三舊改造或城市更新，抑或是深圳和東莞現行的土地整備利益統籌，其痛點均在於土地房產補償等利益問題。

土地整備利益統籌政策目前尚未上升至國家法律層面，從法理角度看，亦不屬於「公共利益徵收」，因此，各方關注相關補償能否達到市場價格標準。事實上，目前土地整備利益統籌項目在實施過程中所要兼顧的利益相當廣泛，而深圳、東莞等地的政策則傾向於能夠達至各方共贏的合理補償標準。 (商) (廠)

# 黑膠唱片收藏家

## 珍藏被遺忘的時光

提起黑膠唱片，或許會憶起經典港產片《無間道》中，兩大主角在HIFI舖初遇的場景；歌手蔡琴那繞樑的歌聲從音響喇叭中緩緩流淌，用「高音甜、中音準、低音勁」的對白形容，實在最合適不過。雖然黑膠唱片已成為明日黃花，但在年屆花甲的黑膠碟收藏家歐德成心中，黑膠碟卻是實體音樂文化的重要見證，即使勞碌半生保育數以十萬計的黑膠碟，歐德成亦甘之如飴。



人稱「黑膠碟養父」的歐德成，藏碟、賣碟逾40年，至今藏碟量已經超過30萬。這日筆者和攝影師來到他位於深水埗鴨寮街的二手黑膠唱片店 Vinyl Hero，從單位外牆上各式各樣唱片海報、到歐德成一身嬉皮風格的打扮，無不感受到歐德成對「黑膠」的狂熱。甫踏進店隨即被擺放得密密麻麻的黑膠碟吸引，滾石樂隊、The Bee Gees 等經典黑膠碟堆滿約500呎的店舖。



年輕時的歐德成熱愛嬉皮文化，喜歡一身嬉皮士打扮，駕駛哈利（Harley-Davidson）電單車周圍去

### 熱愛拉丁搖滾嬉皮文化

歐德成與黑膠碟結下的情緣，要由童年說起：「我是越南華僑，在越南西貢長大，越戰爆發的時候我7歲，每次走出街，就看到電視台播放美國節目，電台又播英文歌，周圍都充滿美國流行文化。」當時歐德成上課聽得最多的是「貓王」的歌曲，後來又迷上 The Beatles、滾石樂隊和騷靈樂隊等，而對歐德成影響最深的，莫過於 Latin Rock（拉丁搖滾）及嬉皮打扮。他說：「12、13歲的時候，我沒有錢買唱機，所以我最喜歡去 Party 聽黑膠碟，

每次都聞歌起舞。在耳濡目染下，我好像上癮一樣，對黑膠碟的熱愛一發不可收拾。」歐德成娓娓道出鍾情黑膠唱片的始末。

由於越南男子到18歲就要上戰場，歐德成於是逃難到香港，住在外婆位於北角小屋的天台，有空時便到唱片舖逛逛。1983年，因天台被拆，他搬到深水埗居住，偶然看到街上被人丟棄的黑膠唱片，便開始了這40年「拯救」黑膠碟的任務。



聽黑膠唱片，仿如置身演唱會現場中，歌手在面前獻唱一樣



歐德成對黑膠唱片無比熱愛，只要是黑膠唱片，無論是哪種類型的音樂他都喜歡

### 不忍黑膠碟被時代淘汰 決心保育

「8、90年代開始流行CD唱片，而黑膠唱片則逐漸被時代淘汰。當時有很多屬於嬉皮年代的黑膠唱片和衣物被人丟棄在街上，這些東西是我的心頭好，怎可以讓人糟蹋？於是我不停『執』、收買，盡量拯救，希望將那種舊有文化全保留下來。」歐德成道。

高峰時期，歐德成收集了數以萬噸計的黑膠唱片，多到他要專門在屯門租賃倉來安置。後來，愈來愈多人知道歐德成收藏黑膠唱片，便會一車車將黑膠唱片轉贈給他，每日如是。雖然有人會笑歐德成很傻，竟然為了保存黑膠唱片去租賃倉，但同時又被他的熱情所感動，願意將黑膠唱片免費送給他。

1984年，歐德成決定將對黑膠唱片的熱愛發展為事業，開始在街邊擺檔賣碟，雖然創業時不甚順利，一時擔心會被票控阻街，一時又擔心會被人偷去擺滿黑膠碟的手推車，直到1990年，歐德成總算「上樓」，街邊檔發展成樓上舖，他的黑膠碟亦真正有一個安身之所。



「哥哥」張國榮的黑膠唱片仍然是不少黑膠迷的心頭好

## 黑膠唱片重現「原音」 現場感更強

歐德成認為，黑膠唱片的最大魅力，在於它原汁原味地保留了音樂「原音」；「錄製黑膠碟的原理是將聲音變成凹凸不平的坑紋，再利用唱盤的唱針將坑紋轉換成聲音，整個過程都是靠物理完成，所以大家聽黑膠唱片就好像歌手本人在你面前演唱一樣。」

他補充，黑膠唱片可以將所有頻率的聲音保留下來，聲音聽起來更順滑；「聽 MP3、CD 的效果，與聽黑膠唱片完全是兩碼子事，前者是科技產物，音色已被數碼化，但黑膠碟沒有經過電腦加工和數碼化，更具密度感、音色圓潤，因此聽起來更清、更靚。只要保養得宜，黑膠唱片即使過了一萬年再拿出來聽，音質也不會變。」

## 懷舊風吹起 黑膠碟起死回生

可惜，任憑黑膠唱片音質再好，都難敵科技所帶來的衝擊，到了 90 年代末，黑膠唱片被 CD 唱片和 MP3 取而代之，黑膠唱片店亦紛紛結業；「當時大家認為黑膠碟已失去價值，當它們是垃圾丟棄，甚至連唱盤也不要。但我顧不上這麼多，賺不到錢也不緊要；被人丟棄的黑膠唱片，我一定要拼命『拯救』。」



有外國出版社曾為歐德成出書，記錄他由越南偷渡來港，在香港賣黑膠唱片的經歷



歐德成展示自己在 1985 年，於深水埗鴨寮街賣黑膠唱片時的照片



歐德成展示書中的照片，其中包括由爸爸送贈、人生中第一部黑膠唱盤

## 黑膠唱片 保養貼士

**1** 避免受熱、受壓：黑膠唱片最怕太陽曬，因為它遇熱會起皺及變形，所以要避免將唱片存放在高溫環境及積壓物件之下，以免出現變形

切忌刮花：黑膠片透過讀取凹凸不平的坑紋，而發出訊號，再經喇叭傳聲。如果唱片坑紋受損，會導致唱針出現跳線

**3** 清洗黑膠唱片：以 1:1 比例，將酒精和水混合，噴在黑膠表面，接著放上唱針直接播放，直到唱片播放完畢，再用紙巾抹走污垢及清潔唱針



切忌使用 PVC 封套：因為 PVC 是氯乙烯材料，釋放出來的物質會對存放的黑膠唱片有嚴重影響，尤其是唱片久放後，受 PVC 傷害，音質會遭損毀，且不能復原

**2**



**4**

不過正所謂「潮流是一個圈」，相信歐德成開始收藏黑膠唱片時，一定想不到幾十年後的今天，黑膠唱片的熱潮會再度回歸；有市場機構早前發表報告，單在美國市場，2020年黑膠唱片銷量達到4,350萬，比2006年增加了48倍。而香港同樣吹起這股懷舊風，樂迷喜愛黑膠唱片的記憶又被喚醒，紛紛忙着尋找中古黑膠碟，令黑膠唱片生意起死回生。不過歐德成似乎沒有在這股「黑膠熱」大賺一筆；「我開店志不在賺錢，每月所賺的只抵得上日常開銷，30多年來，我投資黑膠唱片所花的錢，已經足夠我買5層樓。」



鄧麗君的黑膠碟至今仍是最受年輕人歡迎的唱片之一，他們都希望透過黑膠唱片感受祖父母輩在70年代經歷的故事

## 黑膠店化身博物館 冀年輕人傳承文化

回顧這40年守護黑膠唱片的道路，可以用崎嶇不平來形容，歐德成除了要節衣縮食，更賣掉了珍藏多年的哈利(Harley-Davidson)電單車，但仍不減他對黑膠唱片的熱愛；不論是經營黑膠店、收藏二手黑膠碟，還是以嬉皮風格打扮示人，都是為了保育和推廣黑膠唱片文化，讓成長在串流音樂年代的年青人，都可以一睹昔日黑膠唱片盛極一時的情景。「我的唱片店就像一間博物館，很多年輕人來到店舖，尋找他們祖父母輩喜歡的音樂，例如鄧麗君、陳寶珠等歌手的黑膠唱片，感受長輩們在70年代所經歷的故事。」甚至有15、16歲的中學生來買The Beatles、「貓王」的黑膠碟，和歐德成一起傾談那個年代的音樂、歷史和文化。

人們總是「三分鐘熱度」，沒有人知道這股「黑膠熱」可以維持多久，但歐德成仍心存希望，希望可以找到知音人，將嬉皮音樂和黑膠唱片文化世代相傳。

商

在歐德成眼中，黑膠唱片的價值比金錢更大，他希望未來有更多年輕人對黑膠唱片產生興趣，延續自己保育黑膠唱片的使命



# 長明國際(香港)集團有限公司

Charming International (HK) Group Limited

## 三千畝BAP認證漁場

Three thousand acres of BAP certified fishing ground



祝賀長明國際(海的品牌)榮獲  
2022年「香港新星品牌」



2022香港新星品牌  
HONG KONG  
EMERGING BRAND



海的  
Hidee



海的酸菜魚  
Hidee-Pickled Fish



海的水煮魚  
Hidee-Soiled Fish



海的番茄魚  
Hidee-Tomato Fish



無骨厚切黑魚片  
Snakehead Fish Slice



海鱸魚片  
Sea Bass Slice



加州鱸魚片  
Largemouth Bass Slice



脆鱸魚片  
Tilapia Slice



脆脆魚片  
Crispy Grass Carp Slice



海的鮮蝦滑  
Hidee-Shrimp Paste



海的無抗牛蛙  
Hidee-Bullfrog



海的麻辣小龍蝦  
Hidee-Spicy Crawfish



海的藤椒魚皮  
Hidee-Vine Pepper Fish Skin

CHARMING INTERNATIONAL (HK) GROUP LIMITED  
長明國際(香港)集團有限公司

客服訂購熱線: 53310923 / 61954864 / 36151094

香港新界葵青區葵涌永業街14-20號華榮工業大廈4樓4A室  
Flat A,4/F, Wah Wing Industrial Building, 14-20 Wing Yip Street,  
Kwai Chung, N.T.,HK

營運中心及自動販賣機展銷地址:

香港新界葵青區葵涌葵昌路9-15號葵豐工業大廈2樓B室  
Flat B,2/F Kwai Fong Industrial Building, No.9-15 Kwai Cheong Road,  
Kwai Chung, N.T.,HK

葵興葵昌路15號地下  
有自置樣本展銷中心, 歡迎預約參觀

自產直銷 | 極速鎖鮮 | 鮮活捕撈

SELF-PRODUCED DIRECT SALES | SPEED LOCK FRESH | FRESH CATCH



長明國際(海的品牌)經歷29年的水產行業穩步發展,  
目前實現育苗育種-漁場基地-水產加工-全球銷售的一條龍產業鏈運作。

我們的漁場基地面積達3000多畝, 年產值2萬多噸, 集規模養殖, 自主加工及國際貿易的產品供應基地。活魚、冰鮮、預製品、熟食等各類產品出口至世界各地50多個國家和地區。

建立實施HACCP管理體系, 強大的多樣化產品供應體系。

The establishment and implementation of HACCP management system, and has a strong diversified product supply system.

海鱸魚

金鯧魚

黃花魚

清江魚

小龍蝦

調味包

預製菜

# 新派 Omakase 驚喜登場 Fusion 日本料理創新「煮」意



近年 Omakase (廚師發辦) 大受港人歡迎，不過要在競爭劇烈的市場中突圍而出，一點也不容易！今年初進駐銅鑼灣的新派創意 Omakase 「螢雪 Keisetsu」大玩新意，將 Omakase 與 Fine dining 兩大元素結合，炮製出多道創意 fusion 日本料理。除了供應日本直送海鮮刺身和時令壽司，餐廳亦特設自家乾式熟成櫃，製作熟成魚鮮，令菜式更具風味。更令人驚喜的是，餐廳主打以新派料理手法烹調日本高級食材，擺盤、上菜、食法都極具心思，稱得上是視覺、嗅覺和味覺的三重享受。

## 午市推介



### 「名古屋產鰻魚重 Set」

名古屋鰻魚飯的特色是「鰻魚三食」，先吃少量調味過的白燒鰻魚，品嚐鰻魚最原始的風味，然後是經典蒲燒鰻魚，肉質肥美的鰻魚配上特製蒲燒醬，非常惹味。吃到最後可以將高湯倒入鰻魚飯之中，自製一碗暖胃的鰻魚茶漬飯收尾，可說是一種食材，多重享受！



### 「炭燒和牛 Set」

一眾「牛魔王」必試！精選鹿兒島 A4 西冷和牛，採用日本備長炭燒炙，鎖緊肉汁，令和牛入口更軟嫩。西冷和牛肉味濃郁，油香而不膩，經過炭燒後帶有微微木炭香，色香味俱全！



螢雪 Keisetsu  
地址：銅鑼灣渣甸街 66 號亨環 7 樓  
電話：(852) 9473 8875 營業時間：星期一至日 12:00-15:00 | 18:00-23:00

## 晚市推介

### 「螢雪 Omakase」

由師傅精心設計出 19 道料理，包括時令海鮮刺身、精緻前菜、特色甜品等，而鱈魚白子、寒鰻魚刺身配醬油慕絲、瀨尿蝦壽司等的擺盤和裝飾亦非常有心思，每道菜都美得令人驚嘆！



螢雪  
Omakase

限定優惠價 \$1,680\*  
原價 \$2,080

(另收 10% 服務費)

#### 條款及細則

1. 此優惠只適用於專顧「螢雪 Omakase」，只限堂食。
2. 此優惠只適用於嚴錫會會員及《企業雄才》讀者。
3. 須提前一天以電話預約，並於訂座時表明使用此優惠券。
4. 加一服務費以原價計算。
5. 點餐前須出示此優惠券以享用優惠。
6. 此券不可轉售、不能兌換現金或找續，並不設退換。
7. 有效期由 2023 年 3 月 1 日起至 8 月 31 日。
8. 如有任何爭議，螢雪 Keisetsu 保留最終決定權。

\* 優惠受條款及細則約束



### 「白子豆腐」

賣相似雪糕的白子豆腐做法繁複，先將鱈魚白子用高湯烹煮，加入豆乳煮至凝固，再加入特製豉油，最後製成雪糕狀，散發淡淡的豆香，配上少量魚子醬增加口感，令人非常開胃。

### 「熟成煙燻鰻魚配醬油慕絲」

鰻魚預先熟成 10 日，然後使用威士忌酒樟木煙燻，味道濃厚，微微威士忌木香令人着迷。而醬油使用木魚及昆布浸過，再製成慕絲狀，令醬油的味道更濃郁、口感更絲滑，能夠突出鰻魚的獨特風味，有點睛的作用。



### 「瀨尿蝦壽司及白昆布醃左口魚」

以日本傳統竹筍皮便當盒形式呈上，分別放有少見的瀨尿蝦壽司，以及白昆布醃左口魚。瀨尿蝦壽司於客人到達前 45 分鐘已預先握製，再以新鮮竹葉包裹，瀨尿蝦口感彈牙，帶有淡淡竹葉清香，倍感清爽。而左口魚事先以鹽醃製兩至三日，再用味道清香的白昆布包裹，令肉質更加鮮美。

### 「赤身醬油漬流心鵝鶉蛋」

以鐵罐包裝呈上的赤身醬油漬流心鵝鶉蛋，裏面是熟成超過 14 日的赤身以及鵝鶉蛋。熟成赤身以特製醬汁醃漬，味道濃厚，配上有流心效果的鵝鶉蛋，熟成赤身被蛋液浸透，令口感更順滑，味道層次更豐富。 (商) (麻)



註：餐廳使用之食材或因供應而改變

## 習近平全票連任國家主席



(新華社)

十四屆全國人大一次會議、全國政協十四屆一次會議在3月分別舉行全體會議，選出新一屆國家機構和全國政協領導人，由習近平以全票連任國家主席及中央軍委主席，展開其第三個任期；而趙樂際和韓正亦分別以全票當選全國人大常委會委員長和國家副主席。

另外，李鴻忠、王東明、肖捷、鄭建邦、丁仲禮、郝明金、蔡達峰、何維、武維華、鐵凝、彭清華、張慶偉、洛桑江村、雪克來提·扎克爾等14人，當選為全國人大副委員長，劉奇當選為人大常委會秘書長，而國務院總理則由李強擔任。

至於全國政協領導人，則由王滬寧當選全國政協主席，前行政長官梁振英連任副主席，為23名副主席中，唯一一位香港人士。**商(處)**

## 2023-2024 年度 《財政預算案》重點

### 支援企業措施

- 向 BUD 專項基金注資 5 億元，並推出 BUD 專項基金一申請易，加快審批流程
- 「中小企融資擔保計劃」延長至明年 3 月底
- 寬減百分百利得稅（上限 6,000 元）
- 寬減首兩季非住宅物業差餉（每季上限 1,000 元）
- 寬減政府處所租金

### 推動創科及「新型工業化」

- 推進各項創科基建的規劃及工程，包括新田科技城、落馬洲河套區港深創科園
- 研究興建第二個先進製造業中心
- 推行「專利盒」稅務優惠，對通過研發活動而產生的合資格專利提供稅務寬減

### 培育初創企業及人才

- 向「科技企業投資基金」增資 4 億元，支援創科初創企業
- 預留 2.65 億元，支持數碼港推出針對智慧生活初創企業的培育計劃



### 推動綠色經濟

- 建構國際綠色科技及金融中心
- 推動綠色科技的應用，成立「低碳綠色科研基金」
- 構建綠色科技生態圈，包括吸引龍頭企業或初創企業落戶發展
- 成立「綠色科技及金融發展委員會」

### 推動數字經濟

- 預留 5 億元協助中小應用基礎數碼方案
- 研究建立人工智能超算中心
- 撥款 5 千萬元加速推動 Web3 發展
- 提升「智方便」平台服務，推動智慧政府
- 成立虛擬資產發展專責小組 **商(處)**

## 大灣區青年就業計劃恆常化

為鼓勵更多企業提供職位，支持香港青年到大灣區內地城市工作，促進他們的事業發展和大灣區人才交流，政府公布將大灣區青年就業計劃恆常化。企業即日起可提交職位空缺，聘請香港青年到粵港澳大灣區內地城市工作。經勞工處審批的職位空缺 3 月 20 日起上載至計劃網頁供青年申請，至 9 月 30 日截止。

在香港和大灣區內地城市均有業務的企業可參與計劃，它們須按照香港法例，以不低於 18,000 港元月薪聘請合資格畢業生，並派駐他們到大灣區內地城市 and 接受在職培訓。政府會按每名受聘畢業生向企業發放每月 10,000 港元津貼，為期最長 18 個月。

至於參加計劃的青年必須為香港居民，可合法在香港受僱工作，並於 2021 年至今年獲頒學士或以上學位。獲聘者與企業可協定僱傭合約的生效日期。🚫



## 廣東省政府發布 《金融政策支持經濟高質量發展行動方案》

廣東省政府發布《金融政策支持經濟高質量發展行動方案》，提出力爭今年新增社融規模達 4 萬億元人民幣，包括為基礎設施、重大項目建設和房地產平穩健康發展，為製造業、科技創新等提供融資；涉港部分提出擴大「深港通」等業務，支持企業到香港上市。

《金融政策支持經濟高質量發展行動方案》包括：

- 以橫琴、前海、南沙 3 大平台金融開放創新為重點，共建粵港澳大灣區國際金融樞紐；
- 立足製造業當家和科技創新強省建設，實施 3 大「金融+」工程，提升金融服務實體經濟水平；
- 落實支持房地產市場平穩健康發展的各項金融政策，推動房地產與金融形成良性循環；
- 聚焦穩外貿、穩投資、促消費，加強對經濟增長的金融服務保障；
- 加大對「百縣千鎮萬村高質量發展工程」和統籌城鄉協調發展的金融支持，促進強縣、興鎮、富村；
- 大力發展綠色金融，支持綠美廣東生態建設。🚫






## 《國際交往中心城市指數2022》 北京、香港位列前10

清華大學中國發展規劃研究院、德勤中國聯合發布《國際交往中心城市指數2022》，前10名依序為：倫敦、紐約、巴黎、新加坡、首爾、香港、北京、東京、舊金山、哥本哈根。


該指數是基於吸引力、影響力、聯通力三個維度，構建了由11個二級指標和25個三級指標構成的國際交往中心城市指數評估框架，並針對全球37個典型城市進行了評估，刻畫和比較了不同城市的發展特點。

報告顯示，北京在影響力方面最具優勢，排名第三。在二級指標層面，北京科技創新排名第二。同時，北京也是全球擁有世界文化遺產最多，以及擁有世界500強企業總部最多的城市。 

## 香港失業率跌至 3.3% 連跌 10 個月

政府統計處公布，2022年12月至2023年2月經季節性調整的失業率為3.3%，較去年11月至今年1月失業率下跌0.1百分點；就業不足率亦跌0.1個百分點至1.3%。

各個行業的失業率呈下行態勢，與消費及旅遊相關行業合計的失業率下跌0.2個百分點至4.3%，其中零售業失業率跌至3.9%；餐飲服務活動業的失業率亦微跌至4.8%。多個其他行業的失業率也下跌，尤其是運輸業和藝術、娛樂及康樂活動業。

勞工及福利局局長孫玉菡表示，隨着經濟活動繼續復常和訪港旅遊業反彈，勞工市場情況短期內應會進一步改善。 



# 76年 華麗盛放

## 中環 中西花店

### Anglo Chinese Florist

1946年中西花店創立於中環，是位於中環擺花街的著名花卉精品店。

我們致力於為大家創造獨特的定制花禮，無論是一個表達愛意的花束，或是為舒適的家居融入鮮花植物或裝飾設計，以至設計體面的企業活動佈置。我們的設計團隊都會全心為大家演繹心中的美感，詮釋您獨特的品味。

我們的產品都是來自世界各地：花卉和植物都是荷蘭、南美和新西蘭等進口，並從世界各地精心挑選裝飾品，不斷為大家帶來新的驚喜。

讓我們的設計團隊，為您輕鬆訂製您的獨特花禮！

# 中西大家庭

中西花店是香港第一家進口和銷售蘭花的花店。蘭花對我們來說別具意義，亦一直是我們最受歡迎的產品之一。因此我們公司的註冊商標亦是以蘭花為主題。承存中西花店的歷史之外，亦代表我們支持保育蘭花及香港大自然的使命。

我們提供一站式的花藝設計服務。您可以安坐下來，我們的團隊會全力美化您的家庭和辦公室。

多年來一直不斷引入新品種及新產品。例如日本種特大柔姬蝴蝶蘭、響應環保的連根聖誕樹等等。近年更獨創以禪修、水晶、花藝及園藝治療元素合一的工作坊，以響應香港人日益注重身心靈健康的需要。

作為本地花店，我們很自豪能夠服務香港超過 70年，幫助



佔地兩層的中環擺花街門市



加強人與人之間的聯繫，分享愛和歡樂，讓大自然更接近每個人，並以此為所有人創造更美好的未來。中西花店企業社會責任的方向亦以我們在這些方面為香港服務的宗旨為目標。

雖然我們鼓勵減少紙袋和膠袋的使用，但我們明白這有時是不可避免的。因此所有的購物袋費用都直接投入我們在商店設置的捐款箱，這一來鼓勵了更多的捐贈，同時讓我們的客戶重新考慮是否需要購物袋。

我們相信我們的鮮花和服務是傳播愛和幸福的媒介。



精益求精 服務至上 中西花店 專業花藝 服務大眾



以「定得」精神為客人設想的媽媽(左)是 Ada 的好榜樣。

恭喜中西花店榮獲由香港品牌發展局與香港中華廠商聯合會頒發 2022 年「香港服務名牌選舉」的獎項

(客戶廣告)



左起：廠商會副會長施榮恆、陳家偉、馬介欽、陳國民、常務副會長盧金榮、會長史立德、立法會代表吳永嘉、副會長黃家和、吳國安、梁兆賢、駱百強，以及行政總裁周瑞麒

## 廠商會癸卯年新春團拜

**瑞** 兔報喜，迎春接福。廠商會於2月2日舉行癸卯年新春團拜，由廠商會會長史立德率領一眾首長及會董會成員向各大媒體代表拜年賀福，共慶新禧！



史立德會長致辭時表示，香港已迎來「柳暗花明」的時刻，廠商會今年將開展一連串工作，推廣貿易和推進香港創科及工業發展，幫助業界迎接疫後接踵而至的商機

行政長官李家超透過影片送上新年祝福。他表示，香港已恢復作為盛事之都的魅力；而特區政府在兔年將會繼續推進經濟全面復甦，讓「東方之珠」再放異彩

## 廠商會會員新春團拜暨行業聯歡晚宴



**廠** 商會於2月17日舉辦癸卯年會員新春團拜暨行業聯歡晚宴，邀得商務及經濟發展局局長丘應樺擔任主禮嘉賓，並聯同廠商會一眾首長向超過200多位來自各行各業的會員送上新年祝賀。

丘應樺局長致辭時鼓勵香港工商界加強與內地商貿夥伴交流合作，進一步抓緊國家發展機遇


## 中聯辦經濟部貿易處 癸卯年新春晚宴



**中** 聯辦經濟部貿易處癸卯年新春晚宴於2月28日假港島海逸君綽酒店舉行，廠商會會長史立德（前排右三）以主禮嘉賓身份出席活動，並與中聯辦副主任尹宗華（前排中）、外交部駐港特派專員公署副特派專員楊義瑞（前排右七）、中聯辦經濟部副部長兼貿易處負責人劉亞軍（前排右四）及其他嘉賓合照。




## 香港深圳社團總會 新春團拜

「香港深圳社團總會癸卯年新春團拜暨e站通開通·推動深港高質量發展行動啟動禮」於2月3日舉行，邀得深圳市委常委、統戰部部長王強，以及廠商會會長史立德等擔任主禮嘉賓，史會長就港、深兩地如何合作推動高質量發展分享意見。



## 廣州南沙考察團

全國政協副主席兼廣州南沙粵港合作諮詢委員會顧問梁振英率領代表團於2月6日至7日赴南沙考察，廠商會會長史立德、常務副會長盧金榮，以及副會長黃家和均有參與。

# Original Grant Patent System 原授專利制度

## Tailoring for Direct Patenting

### 為直接提交專利申請度身訂造

- Offers a direct filing route for seeking standard patent protection in Hong Kong
- Saves time for obtaining a standard patent in appropriate case
- Provides the convenience for securing a first filing date
- 為在香港尋求標準專利保護而提供一條直接提交申請的途徑
- 在適用的情況下節省獲取標準專利所需的時間
- 方便取得最先提交日期

For details, please visit  
詳情請瀏覽網址



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

## 綠色紡織與創科技術論壇及展覽

綠色紡織與創科技術論壇及展覽於2月28日舉行，廠商會會長史立德（左七）出席活動，並與創新科技及工業局局長孫東教授（左八）、中聯辦協調部副部長徐小林（右八）、香港紡織商會會長朱立夫（左六）、香港紡織商會常務副會長陳祖恒（左四）等嘉賓合照。



## 上海北外灘投資環境推介會及鄂港經貿合作推介會

上海北外灘投資環境推介會於2月28日在香港 JW 萬豪酒店舉行。廠商會會長史立德代表廠商會與虹口區簽署合作備忘錄，並與虹口區人民政府呂鳴區長等合照。

2023 鄂港經貿合作推介會於2月7日假香港會議展覽中心舉行，廠商會會長史立德出席並致辭。



## 電影欣賞之夜



廠商會於3月2日晚假尖沙咀 iSQUARE 英皇戲院舉辦「電影欣賞之夜」，會長史立德親臨現場支持，並與一眾會員一同觀賞《流浪地球2》。



## 會董會動態



在2月的會董晚宴上，勞工及福利局局長孫玉菡分享本港搶人才的措施



在2月的會董會會議上，引進重點企業辦公室主任容偉雄和執行總裁吳國才介紹引進辦的工作

# 法定產假由10個星期延長至14個星期

## Extension of Statutory Maternity Leave from 10 Weeks to 14 Weeks



- ✓ 根據《2020年僱傭（修訂）條例》（《修訂條例》），合資格女性僱員於2020年12月11日或之後分娩可享有14個星期的產假。

According to the Employment (Amendment) Ordinance 2020 (Amendment Ordinance), eligible female employees whose confinement occurs on or after 11 December 2020 are entitled to 14 weeks' maternity leave (ML).

### 重點：

#### Key Features:

- ✓ 《修訂條例》延長《僱傭條例》（第57章）下的產假四個星期，讓合資格僱員在緊接10個星期的產假之後連續放取；並維持以現時法定產假薪酬的比率（即僱員每日平均工資的五分之四），計算就延長產假須支付的法定產假薪酬，以每名僱員80,000元為上限。

The Amendment Ordinance extends ML under the Employment Ordinance (Cap. 57) by four weeks, which should be taken by the employee continuously after the 10 weeks' ML, if so entitled. The current statutory rate of maternity leave pay (MLP) (i.e. four-fifths of the employee's average daily wages) is maintained for calculating the additional MLP payable in respect of the extension of the ML, **subject to a cap of \$80,000 per employee.**

- ✓ 僱主須在正常報期支付《修訂條例》下的新增四個星期產假薪酬（即第11個至第14個星期），之後僱主可透過報銷形式向政府申請發還該筆已支付的產假薪酬。詳情請參閱勞工處編製有關「發還產假薪酬計劃」的資料。

Employers are required to pay the additional four weeks' MLP (i.e. 11<sup>th</sup> to 14<sup>th</sup> week) under the Amendment Ordinance on the normal pay day. Afterwards, **employers may apply to the Government for reimbursement of such MLP paid.** For details, please refer to the relevant information of the Reimbursement of Maternity Leave Pay Scheme published by the Labour Department.



## 與各省商務廳交流

湖北省



湖北省商務廳王濟民廳長（前排左七）率領代表團於2月7日蒞會訪問

廣東省



廣東省商務廳副廳長陳越華（左三）率領代表團於2月28日蒞會訪問

河南省



河南省商務廳王振利廳長（左六）率領代表團於2月14日蒞會訪問

江西省



江西省商務廳猶璚廳長（左五）率領代表團於2月13日蒞會訪問

吉林省



吉林省商務廳王明奎副廳長（中）率領代表團於1月9日蒞會訪問

遼寧省



遼寧省商務廳李軍副廳長（左五）率領代表團於3月9日蒞會訪問

## 與各界交流



埃及駐港澳總領事館總領事巴赫爾·舍維西大使（左三）於3月2日蒞會訪問



香港中國企業協會副會長兼總裁于曉（左四）率領代表團於1月9日蒞會訪問

# 香港名牌標識 (TOP 嘜) 計劃認可公司名單

品牌局動態

## 產品品牌

■ 金妹牌	■ 余仁生	■ 御藥堂	■ 保樂潔	■ 原味家作	■ 明茶房	■ 帆船牌
■ 和興白花油	■ 雅芳婷	■ 盛威	■ 美味棧	■ 歐化實	■ 鯉魚門·紹香園	■ 新亞薑糖
■ 雅蘭	■ 菊花牌	■ 家得路	■ 4M	■ 得利龍	■ 曲奇 4 重奏	■ 天龍牌
■ 雞仔嘜	■ 淘大	■ 力勁	■ 陳記點心	■ 雙喜牌	■ COLLECTION	■ 詩樂氏
■ 美時	■ 2036	■ 太古	■ EDO Pack	■ 保多康	■ 福泰珠寶	■ Team Green
■ 李錦記	■ 阿波羅	■ 同珍	■ 奇華餅家	■ 啟泰	■ 四海魚蛋	■ 永星化工
■ 美玫牌	■ 蓋記燕窩	■ 五色靈芝	■ 寶富麗	■ 保濟丸	■ FX Creations	■ 萊特維健
■ 豐葉	■ 勞工牌	■ 海馬牌	■ 家典牌	■ 知音蟲草	■ 軒琴居	■ 駱駝牌
■ 德國寶	■ 八珍	■ 茲曼尼	■ 新力士	■ 榮源號	■ JaneClare	■ 駱駝漆
■ 官燕棧	■ 大班	■ 青洲英坭	■ 紫花油	■ 活色生香	■ Labkable	■ 髮再生
■ 六福珠寶	■ 捷榮	■ 蛋撻王	■ 澳寶	■ 壹品豆品	■ 中大中藥傳承	■ Kakato
■ 鴻福堂	■ 榮華	■ 南北行	■ SPARKLE	■ 陳老二	■ 萬希泉	■ MoonRock
■ 龍發製藥	■ 嘉頓	■ 安記	■ 衍生	■ 帝朗	■ MOMAX	■ 奧迪美
■ 金象牌	■ 大排檔	■ 保心安	■ 菁雲	■ 金寶麗	■ 回味	■ Pro-Balance
■ 天廚	■ 点点綠	■ 維新烏絲素	■ 澳至尊	■ 好而得	■ AMAZINGTHING	■ 紹榮鋼鐵
■ 恆香	■ 四洲	■ 英記茶莊	■ 寧心	■ 唐太宗	■ 寶健先鋒	■ SUNSHINE
■ 壽桃	■ 漢生堂	■ 阿一	■ 穩健	■ 多多	■ 澳美製藥	■ Tiger Family
■ 香港美心	■ 蟲草大王	■ 冠玲瓏	■ 巨浪大切	■ 胃仙 U	■ JNC	■ AQUA PRO+TECH
■ 金至尊	■ 雷澳美食	■ 盈活雲芝	■ 京都念慈菴	■ 楊氏水產	■ 林淦生	■ b-MOLA
■ 鱈魚恤	■ 草姬	■ Natural Home	■ AQ	■ 張榮記	■ 超羣麵包西餅	■ Contex
■ 斧頭牌	■ 美馳圖	■ 百成堂	■ B.Duck	■ 甜品二重奏	■ 西龍傳香飯糰	■ 桂園美
■ 金像牌	■ SINOMAX	■ 寶康達	■ Cherry	■ kool	■ SoftTouch	■ 健康農場
■ 刀嘜	■ Dr. Kong	■ 卡撒天嬌	■ 中大捲閘	■ 冠珍醬園	■ 悅和醬園	■ 金茶王
■ 紅燈	■ 港華紫荊	■ 華潤堂	■ 滋寶奇珍	■ 萬勝廚	■ 楓之寶	
■ 獅球嘜	■ 安莉芳	■ 維記牛奶	■ KONSTAR	■ 馬世良堂	■ 目清素	
■ 駱駝嘜	■ 建樂士	■ 日本命力	■ 冠華食品	■ Maxcare	■ 尚品	

## 服務品牌

■ 中原地產	■ 華潤堂	■ 再見龍兒	■ 香港街市	■ 寵物藥妝
■ 香港中國旅行社	■ 洋紫荊維港遊	■ 亞洲國際博覽館	■ 意樂餐廳	■ ADO
■ 莎莎	■ 康業	■ 遵理	■ 寶湖	■ AsiaPac
■ 鑄記酒家	■ 家得路	■ 耀才證券	■ 頤和園護老集團	■ 佳寧娜
■ 卓悅	■ 致富	■ 夏國璋龍獅團	■ ア又橫丁	■ 星火能源
■ 大昌食品	■ e-print	■ 歐惠芳婚禮顧問	■ 君譽醫療	■ 輝煌影音
■ 美國冒險樂園	■ 寵之天國	■ 惠康服務集團	■ 新亞生命	■ 莊臣
■ 六福珠寶	■ 營多東南亞美食市場	■ 珠江船務	■ 印館	■ MathConcept Education
■ 零食物語	■ 梳化倉	■ DR REBORN	■ 香港仁和體檢	■ 宏力保安
■ 實惠	■ 專業旅運	■ 唯港薈	■ 譚仔三哥米線	■ 康河中醫診所
■ 太興	■ 維特健靈	■ 史偉莎	■ 滙隆	■ 正斗粥麵專家
■ 中華商務	■ 恒益	■ 英識教育	■ You Find	■ 卓遠
■ 時富金融	■ 蘋果迷你倉	■ 百份百餐廳	■ 759 阿信屋	■ 中西花店
■ 日本城	■ 會所 1 号	■ 大昌行汽車服務中心	■ 希瑪眼科	■ 碧瑤
■ 復康巴士	■ DR-Max	■ 崔蕊璇芭蕾舞學校	■ Cupid Beauty	■ 終生美麗美容纖體中心
■ 偉邦	■ 景鴻移民	■ Ensec Solutions	■ 溢豐工程	■ e-banner
■ 挑戰者	■ 奇華餅家	■ 南丫天虹	■ 香港教育城	■ Gilman
■ 米蘭站	■ 銀龍茶餐廳	■ 煤氣	■ 香港駕駛學院	■ GOGO X
■ Ambassador 大使花禮	■ 眼鏡 88	■ 翠明假期	■ 東方表行	■ 皇鑽世家
■ 儲存易迷你倉集團	■ CMM 蒙妮坦學院	■ 清晰醫療集團	■ 銀鑲灣渡假酒店	■ 韓樂
■ 金至尊	■ 智盛	■ 髮再生	■ 譚仔雲南米線	■ 寵物假期

(截止至 2023 年 2 月 28 日)

## 品牌局動態

品牌局與廠商會培訓中心早前合辦了多個培訓活動，包括「製造行業可持續發展趨勢」網絡研討會、「認識《僱員補償條例》：如何處理僱員工傷及補償」網絡工作坊、「高效談判技巧」網絡工作坊、以及「項目管理培訓」網絡工作坊。**商**



安永香港氣候變化與可持續發展服務合夥人陳奕新先生以及經理金芷欣小姐講解可持續發展趨勢



資深僱傭法律專家李錫強先生講解處理僱員工傷及補償的方法



資深人力資源顧問朱浩雲先生講解談判技巧及項目管理模式

## 活動預告 Upcoming Events

### 3月 MARCH

7

「難纏客戶應對技巧」網絡工作坊

3月會員「樂」Bar

8

CMA Testing—YMCA Lab Visit

10

「近期珠三角土地改革新政的演進、影響及港企的應對策略」工作坊

16

【網絡研討會】香港商界呈獻：2023-2024 財政預算案財政司司長陳茂波先生，大紫荊勳賢，GBS, MH, JP 主講

18

廠商會婦女委員會—香港工商界婦女紀念“三八”國際婦女節聯歡宴會

22

廠商會 x 中華電力「ESG 約章」講座

24

廠商會赴雲南省代表團

-27

29

「提升HR策略性夥伴地位」培訓工作坊

30

會董會會議及晚宴

### 4月 APRIL



7

第5屆香港工展會·澳門

-10

13

「如何按僱傭法律管理僱員及重要指導性判例（普通法）分享」工作坊



18

廠商會赴馬來西亞和新加坡訪問團

-22

25

香港·進·品牌大灣區系列活動之「品牌制勝謀略2023」經驗分享會

27

會董會會議及晚宴

### 5月 MAY

10

亞洲頂尖國際食品餐飲及酒店設備展 (HOFEX 2023) CMA Testing Booth no.: 1C-B34

-12

亞洲創新建築、電氣、保安科技展覽會 (Build4Asia 2023) CMA Testing Booth no.: 5G-D18

25

會董會會議及晚宴

主辦機構



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

合辦機構



香港品牌發展局  
Hong Kong Brand Development Council



# 廠商會「ESG約章」行動2023

廠商會「ESG約章」行動由香港中華廠商聯合會主辦，並由香港品牌發展局作為合辦機構，旨在增強香港工商界對可持續發展理念與實踐的重視，鼓勵業界坐言起行，透過簽署約章和訂立行動承諾提升ESG（環境、社會、公司管治）表現，為創建可持續的未來而共同努力。

## 對企業好處

- 樹立積極推廣、踐行ESG的先行者形象
- 汲取可持續發展的先進理念
- 未來逐步邁向更高階的碳審計及碳交易等標準

## 增值及支援

引入其他服務機構、專業認證團體等向參與行動的公司提供升級安排，例如活動、培訓、課程、檢測及專項證書等支援

### 組別及參加資格

#### 企業組

申請企業須為在港登記的公司，並在香港有實質業務運作。

#### 機構組

政府部門、法定機構、商會、專業組織、慈善基金會、大學及專上學院、學校、社福機構及其他性質機構及團體。

### 每年申請費用

香港中華廠商聯合會及香港品牌發展局會員、  
屬下單位及分公司客戶及支持機構客戶

**HK\$1,000**

非優惠機構

**HK\$1,200**

計劃查詢 如對本計劃有任何查詢，歡迎致電或電郵至「ESG約章」行動秘書處

電話：2542 5710

傳真：2544 2406

電郵：info@ESGpledge.org.hk

網址：www.ESGpledge.org.hk

Facebook：www.facebook.com/ESGpledge

### 活動贊助



香港中華廠商聯合會  
工業發展基金有限公司



### 策略伙伴

### 支持機構



# 電動汽車電池安全測試

- 高壓電氣部件
- 充電接口
- 電纜控制盒 (ICCB)
- 充電系統 (RESS)
- 進行絕緣電阻測試



幫助首次登記平行進口的電動汽車、  
商用車、電動電單車出牌，推出了電動  
汽車電池安全測試

For the accredited activities under HOKLAS provided by us, please refer to HOKLAS directory of accredited laboratories at HOKLAS website. (Reg. no. 004)  
如欲查詢本中心在香港實驗所認可計劃(HOKLAS)下的認可項目，可參考香港實驗所認可計劃(HOKLAS)網頁內認可實驗所名冊。(註冊號碼 004)

**CMA**  
TESTING

Hong Kong Head Office 香港總公司

CMA Industrial Development Foundation Limited 香港中華廠商聯合會工業發展基金有限公司

Room 1302, Yan Hing Ctr., 9-13 Wong Chuk Yeung St., Fo Tan, Shatin, N.T., Hong Kong

香港新界沙田火炭黃竹洋街9-13號仁興中心1302室

Tel 電話: (852) 2698 8198 Fax 圖文傳真: (852) 2695 4177 E-mail 電子郵件: info@cmatesting.org

Worldwide Presence 環球網絡

Shenzhen 中國深圳

Shanghai 中國上海

Macau 澳門

Vietnam 越南

Japan 日本

South Korea 韓國

Australia 澳洲

Dubai 杜拜

USA 美國

UK 英國

Germany 德國

France 法國

