

蘇錦樑：知識產權機遇大 將力拓

金磚、東盟國商機無限 籲港企「走出去」

獨家專訪

美國經濟稍微好轉，本港出口業露出一絲曙光。商務及經濟發展局局長蘇錦樑接受本報專訪時指，整體外圍經濟存隱憂，但中小企今年仍有機遇，港商應利用本身的優勢，包括品質控制及潮流領導地位，拓展正在冒起的金磚國及東盟市場。他又透露，局方正着力推動本港成為知識產權貿易中心，為香港經濟締造新契機。

■本報記者 沈怡、蔡淑汶

蘇錦樑以「審慎樂觀」來形容香港今年的營商環境，他指美國經濟雖稍有起色，但民主共和兩黨對於債務問題能否達成共識、歐債會否再惡化，全是未知之數。縱然大環境不明朗，但蘇錦樑認為商機仍在。在他眼中，東盟、南美、中東、金磚國都是潛力市場。以東盟為例，是本港第二大貿易夥伴，其成員國如柬埔寨及印尼，均擁有豐富資源及年輕勞動力，甚為吸引本港投資者。

他認為，港商應利用本身優勢，包括品質控制及潮流領導地位，迎合市場所需。他早前到印尼出席貿發局潮展，發現不少東盟商戶視香港的產品及服務為指標；而港府已申請加入「中國-東盟自由貿易區」，冀可打通「G2G」（政府與政府之間）的門戶，協調廠商在當地發展。

在金磚國中，他看好跟俄羅斯的雙邊貿易，指受歐債問題影響，本計劃到歐洲發展的俄國企業，已轉到亞洲找機遇，香港可利用營商優勢，管理俄企於珠三角的業務。他亦留意到俄國的海鮮及肉類品質優良，適合出口到本港市場。

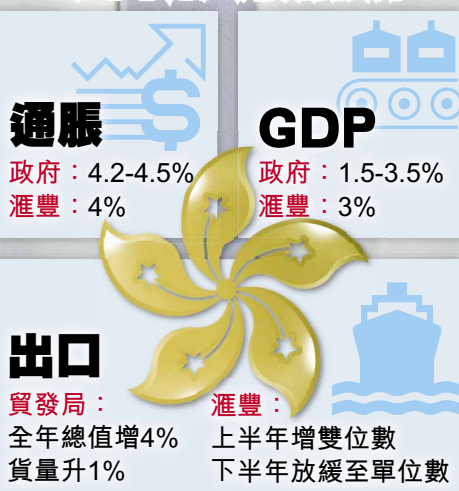
至於內地，他認為本港人才充足及經驗豐富，可協助內地企業「走出去」，而政府去年推出10億元的BUD專項基金，助港企把握國家「十二五」規劃機遇，拓內銷市場。

要助中小企發揚光大，蘇錦樑認為不單止要在其他市場尋找商機，更要發展知識產權貿易（Intellectual Property Trading），而香港擁有會計、法律、天使基金、估價等專才，具潛力發展成世界性知識產權貿易平台；知識產權包括商標權、專利權、版權、設計權等。他指出，不少企業建立品牌時，由設計、製造到銷售均一手包辦，又或以授權形式開展其他零售渠道，變相開拓其他市場。

「早前出席商會晚宴，有位商人在外國花幾十萬元買了一個品牌，現時在內地已有幾千個銷售點！」他稱，一個品牌的授權費用不高，卻可提升品牌價值，尤其可幫助從事科研、設計的中小企，促使發明商品化並「走出去」。

當局已成立廿多人的工作小組，成員包括律師、會計師、天使基金等，研究推動香港作為知

今年本港經濟數據預測



資料來源：滙豐亞太區業務策略及經濟顧問梁兆基及本報資料室



蘇錦樑對香港今年的營商環境感審慎樂觀，並籲企業拓展金磚國及東盟市場。（陳偉英攝）

政府支援中小企部分措施

中小企融資擔保計劃	協助從參與計劃的銀行等機構取得貸款，擔保額達貸款額8成。
BUD專項基金	資助轉型、發展品牌及拓展內銷市場，上限為50萬元。
中小企市場推廣基金	資助參與出口市場推廣活動，包括交易會、展覽、考察團等，上限為20萬元。
小營業額保單	年營業額少於5,000萬元的出口商，可享年費豁免及最高20%折扣。

資料來源：本報資料室

識產權貿易中心，為品牌進行估價、融資、貸款等。蘇錦樑指出，外國機構發展內地市場，遇上知識產權的爭拗時，會有信心讓香港的仲裁專才來解決，增加他們投資內地的信心，故此，香港在發展知識產權管理和貿易方面享有契機。

舖租高昂 中小企大呼頭痛

然而，中小企最「頭痛」是租金急升，有商會冀政府推出租務優惠，以助解決燃眉之急。蘇

港舖租貴絕全球



高緯環球報告指出，去年銅鑼灣超越了紐約第五大道，成為全球最貴的零售地段，打破了紐約聯11年的紀錄。

銅鑼灣每年呎租高達2,630美元（約20,510港元），較排在第3位的巴黎香榭麗舍大道1,129美元（約8,806港元）高逾1倍；排行第9的首爾明洞，每年呎租只需686美元（約5,350港元）。

蘇錦樑未有正面回應，認為租金是市場調節。

根據房地產諮詢服務公司高緯環球報告，去年銅鑼灣成為全球最貴零售地段，每年呎租高達2,630美元（約20,510港元），扼殺了本地中小企生存空間。其中專攻特色旅遊的安達旅運，其副主席兼行政總裁江百泉表示，公司門市不多，全是樓上舖，免付昂貴租金及與大眾化旅行社競爭。4年前更看準啟德郵輪碼頭發展，將寫字樓由尖沙咀搬到九龍灣，租金節省約4成。

滙豐：經濟增長勝舊年

本港今年經濟走勢如何？滙豐亞太區業務策略及經濟顧問梁兆基預料，今年經濟較去年改善，全年增長達3%左右。

原因何在？梁兆基分析，年初美元處於強勢，吸引更多定單，令本港出口有所改善；而歐洲經濟仍處於低位，短期內不會惡化，預料上半年本港出口有雙位數增長。

然而，美國債務問題於5月到期，民主黨及共和黨須再次商討解決方案，梁相信出口好勢頭未必能維持下去，預料下半年出口只得單位數增長，整年為單位數增幅。

中小企要生存，不能只看傳統歐美市場，他認為亞太區仍有機遇，當中以中國內銷市場最具潛力，亦看好中東、東盟、南南（包括南美洲、非洲等）市場。他舉例，東盟出產的食品或消費品，較少會主動分銷到內地，港商可以把握機遇成為橋樑。



梁兆基指，今年大型工程相繼啟動，料勞工需求仍大，失業率會由現時3.4%微升，料不會高過4%。（陳偉英攝）

勿走低價傾銷路



近年大行其道的「服務設計」（Service Design）概念，讓企業重新審視整個客戶服務流程，為顧客提供貼心解決方案，提高競爭力，避免只靠走低價傾銷政策。

以一家鞋服連鎖店為例，經過「服務設計」的改造後，店員替顧客取貨前先送上溫水、遞上雜誌；試穿時，建議顧客到軟硬度不同的地板上走動；同時主動拿出同款異色的鞋子供選擇。這些看似微不足道的「服務設計」，卻成功令銷量大增。

運用「服務設計」，可詳細分析服務流程的每一環節，從中了解顧客行為和潛在需要，在各服務接觸點加強或改善服務內容，甚至發掘新商機，而不少成功的「吸客」橋樑亦由此誕生。有意導入「服務設計」的企業，可請專家或顧問設計個性化的服務流程與創新方式，及提升整體服務體驗與解決方案的發展藍圖，在競爭中脫穎而出。

香港生產力促進局副總裁（企業創新）林廣成



玩具智能化吸新定單



歐美定單急跌，人民幣升值，加上原材料價格上漲，均重挫本港玩具業出口。商界立法會議員林健鋒在玩具界打滾多年，認為港商可轉攻新興市場開源，及生產智能玩具吸引新定單。

林健鋒表示，歐美本是港玩具業主要出口國，一場金融海嘯，買家態度轉保守，以往存貨量跌到3成入貨，現時要跌到1成才加單，交貨期亦由6星期縮至4星期。美經濟稍有起色，他相信今年玩具銷量會有單位數字增長。至於歐洲，他卻不感樂觀，並指買家已改入中低價玩具。

港廠家如何應戰？林稱，有廠家轉攻新興市場如東南亞，惟多數是「細單」；另可在設計上加入電子元素，如配備鏡頭的BB對講機，讓媽媽可遠距離觀察孩子舉動。

根據貿發局數據，去年港玩具出口值達788.3億元，內地為最大出口市場，其次為歐盟及美國，惟歐盟的出口貨量按年跌25%。



林健鋒相信，今年玩具市場會較去年穩定。（陳國峰攝）

G2000慳租 棄一綫舖



本港舖租升勢持續，成為零售業最大營商挑戰。G2000集團主席田北辰指，放棄一綫商舖及縮減店舖面積是業界生存之道，另企業需尋找新的宣傳渠道推廣品牌。

田北辰謂，一綫舖位租金高企，連帶二、三綫舖租金全綫上升。以銅鑼灣啟道一帶為例，10多年前水靜鵝飛的街舖，現全以一綫租金招租，業主半點不退讓，除了搬舖，別無他選。

他認為，中小企沒能力與大品牌競爭，自然退而求其次考慮二、三綫舖位，邊緣企業更難逃被淘汰命運。G2000奉行每區一大一小分店策略，細舖選址人多地區，只賣精品搶手貨；大舖則選二、三綫或商場較高樓層舖位。

田充滿信心表示：「G2000有江湖地位及議價能力，部分商場會提供租金優惠。」他又指，租金再貴，集團也不會隨便縮減分店數目，因分店是生招牌，協助打入內地市場，只要有合適舖位仍會開分店。現時集團在港有40間分店，內地有近500間。

租金開支難減，惟有慳宣傳費。田稱，電視廣告費驚人，令中小企很難負擔，該集團自2000年後再沒推出電視廣告。而他留意到微電影在網絡滲透率高，製作費只是電視廣告的10%，計劃今年中首推服裝微電影作宣傳，會分國內及香港區兩個版本。



電視廣告費貴，田北辰透露G2000將試行微電影宣傳。（林宇翔攝）

添好運攻商場穩人流



「人工、食材、租金，樣樣加（價），創業已不可能。」米芝蓮一星食肆「添好運」創辦人麥桂培慨嘆，小本經營難出頭。他認為，招聘困難成最大挑戰，即使肯加人工，亦未必有人願意入行。飲食界立法會議員張宇人指，飲食業難回本，缺乏投資空間。

「添好運」09年開業至今，分店增至4間，6月將再添1店。麥桂培表示，米芝蓮效應令人流急增30至40%，惟抵銷不了成本上漲。他透露，旺角店租由每月3.8萬元倍增至11萬元，生意再好也不入敷支，惟有忍痛結業，另覓新舖。他指未來考慮全面進軍商場，因租金及人流較穩定。

張宇人認為，人工貴、租金高，飲食業難開新店，本港投資環境愈來愈差。他說，加價在所難免，但不可能將所有成本轉嫁消費者，惟有盡量控制成本。張又提醒，業界需備足夠現金，以應付成本上漲帶來的衝擊。



經營成本不斷上漲，麥桂培大嘆「生意難做」。（張永康攝）