

# 金磚國中產抬頭 港商新機遇

## 東盟薪金低廉 紡織界擬斥50億建工業園

金磚五國及東盟成為全球經濟新亮點，港商發展新興市場成大勢所趨。人稱「電鑽大王」的香港工業總會主席鍾志平認為，印度及俄羅斯市場大，顛港商發掘機會。另本港紡織界組團前往東盟緬甸，伺準當地人工平，計劃建立面積達2,000英畝的香港工業園，投資額料約50億元。

■本報記者 蔡淑汶、林卓昕、陳韻文、沈怡

### 金磚五國經濟指標

	巴西 Brazil	俄羅斯 Russia	印度 India	中國 China	南非 South Africa
2012年人口(億)	1.95	1.42	12.07	13.47	0.51
2012年人均收入(美元)	1,233	1,380	1,600	6,100	7,600
2012年GDP(億美元)	2,433	1,950	1,950	8,250	3,910
預計2013年GDP增長(%)	3.5	3.7	5.9	8.2	2.8
2011年儲蓄佔GDP比例(%)	17	30	34*	53	16
優勢出口產品	供收藏或高科技玩具、體育用品及紀念品	電訊設備及零件 俄羅斯	珍珠、寶石及半寶石	半製成品或日用品	電訊設備及零件

\*2010年數據  
資料來源：香港貿易發展局引述國際貨幣基金組織、世界銀行

## 老牌紡織行 攻緬甸減成本



前政務司司長唐英年家族所擁有的老牌紡織企業「半島集團」對投資緬甸態度正面樂觀，初步投資額涉3,000萬元，開設可容納500至1,000人的廠房，選址屬仰光以外地區，因地價較平。但預計不會將全部生產線轉移至緬甸，因當地工人技術水平、基建及運輸仍有隱憂。

半島集團總經理張人堯表示，內地勞動力不足，加上人民幣升值等，各行業也受成本上漲困擾。他說，以東莞為例，每名內地工人的每月工資近3,000元人民幣，還未計食宿，估計聘請1名內地工人的成本已可聘請3名緬甸工人。

現時於江西及東莞設廠的半島集團，亦曾於泰國設廠，主要因為成本平，張稱後來當地工資及租金急升，競爭力下降，5年前已關閉當地廠房。

他指，公司對緬甸的香港工業園計劃感興趣，不過緬甸廠房只屬輔助性質，主力生產線仍留在內地，內地與緬甸生產線分布為8：2。基於當地匯率過於浮動，加上所有原材料及建築材料均需進口，若緬甸政府給予免稅優惠會進一步考慮，一切需計算回本期再落實決定。



張人堯認為，將部分生產線移離中國是大勢所趨。(陳靜儀攝)



鍾志平表示，工總下月將率團到印度覓商機。(潘政攝)

美國經濟輕微復甦，鍾志平表示，港商近期收到的定單數目較預期理想。依目前走勢，他對今年首1、2季的定單感審慎樂觀，其中以手錶及帽子銷情較好，惟歐洲復甦較慢。

鍾志平的電鑽生意一向以歐美為主要市場，現已在杜拜開設分公司，同時開始發展東南亞市場。他提醒廠家，發展新市場要注意4大要點，包括產品線、廣告宣傳、存貨及資金周轉。

他指，隨着珠三角生產成本上升，廠家採用門平門賤的生意模式，再難以將成本轉嫁。他認為港商進軍孟加拉及緬甸是明智之舉，但要留意物流管理、供應鏈及技術支援，廠家須克服上述問題才考慮到當地發展。另他看好俄羅斯市場，因當地居民收入不斷增加，對消費品需求殷切。

### 2千英畝地 容500廠房

至於東盟國，目前緬甸政府積極吸引外商投資，本港製衣業面對內地經營成本上漲，有意覓出路「走出去」。紡織及製衣界立法會議員鍾國斌早前率團到緬甸考察，共有39家港商參與，當中包括前政務司司長唐英年家族擁有的老牌紡織企業「半島集團」。

他表示，人民幣年年升值，加上內地調高最低工資，以今年為例，廣東省將於5月1日起調整最低工資，平均增加19%，料今年成本至少上升2成。但歐美經濟疲弱致單價下跌，難以彌補增幅，不走出內地，製衣業難有出路。



鍾國斌表示，已與緬甸政府就香港工業園建設、選址、租金及水電基建配套等達成初步協議。(陳國峰攝)

「勞工是製衣業最重要的資本，哪裏有廉價勞工，哪裏就有機會。」現時緬甸勞工的月薪平均僅為120至150美元。然而針沒兩頭利，緬甸基

建落後，所有原材料均需進口，以及地價昂貴，惟鍾國斌稱，因外資享5年免稅及低勞工成本，對投資仍感樂觀。現時業界已與當地政府就工業園建設、選址、佔地面積、租金及水電基建配套等，達成初步協議，申請圈出2,000英畝土地，可容納500間廠房，初步預計每間廠房平均投資額為1,000萬港元，投資額共50億元。

### 5億中產 愛外國新品牌

貿發局環球市場首席經濟師潘永才預料，未來1至2年內歐美市場依然不樂觀，但金磚五國中產人口約有5億，其購買力高，且願意接受新品牌，需從外國進口消費品。對本港中小企而言，未來有極大發展空間。

除港商較熟悉的內地市場外，潘永才認為，俄羅斯市場潛力不容忽視，其中以電訊設備及零件需求最大，因當地正建設「俄版矽谷」斯科爾科沃創新中心。他提醒，當地消費者着重產品創意，愛高雅包裝，故中小企可多花心思。(見另文)

今年環球經濟走勢如何？中大環球商業課程



潘永才

主任王譽龍分析指，目前全球營商環境愈趨複雜，港商靠成本低廉競爭，實在難以生存，須以良好策略、技術及管理經營，例如可考慮到東盟國家發展，因東盟未來有潛質取代中國，成為全球經濟增長速度最快地區之一。

他指，泰國、印尼及馬來西亞的消費力強，國民儲蓄率遠低於中國，加上東盟國同時兼備製造業及服務業多元性，相信港商到當地發展會比開金磚國容易。

### iPhone緬甸不能用

緬甸的通訊網絡猶如時光倒流到70年代，且收費十分昂貴。當地並無漫遊服務，如港商需致電回港，必須購買當地長途電話卡，約需200港元，但通話時間不足30分鐘。另外，使用micro sim卡的智能手機在緬甸是得物無所用，因當地長途電話卡只備普通sim卡版本。換言之，iPhone在緬甸是無法通話。

## 港家品入俄 月銷百萬元

「做產品，生存之道在於不斷開拓新市場！」家庭用品品牌PO: Selected積極拓展俄羅斯新興市場，現時每年營業額增至逾百萬元。港商要成功踏足這片土地，建議可多參加俄羅斯展覽會，結識當地分銷商「盲公竹」，並了解當地人愛創意產品設計，生意自然來。

PO: Selected設計的產品包括餐桌、廚具及家居擺設，主要出口歐美。該公司高級業務經理伍家亮指，歐美客愈來愈審慎，不願嘗試新產品。他早於09年隨貿發局到俄羅斯參加展覽會，最初交了不少「學費」，他與同行港商多次遇上被騙事件，例如有俄羅斯警員強奪護照，要求付款100美元贖回；而他乘搭的士15分鐘，曾被司機要求付款



二人自09年開拓俄羅斯市場，定單由初期只有數萬元，增至現今每年逾百萬元。(曾輝輝攝)

品設計極具玩味，例如辦公室文具魚尾夾可變大成為紙巾架；而茶杯、茶壺可「合體」成一株仙人掌(圖)。

該公司助理業務經理黃偉舜指，現時新興市場的定單已佔4成生意，俄羅斯是其中一個亮點，定單金額穩定上升，現時每年營業額逾百萬元。伍建議有意進駐俄羅斯的中小企，宜到當地參加大型展覽，成本約需數萬元，是最有效結識當地買家的方法；退而求其次可參加歐美或香港的國際展覽，但展出的產品選擇要多。

商務及經濟發展局局長蘇錦樞看好與俄羅斯的雙邊貿易。事實上，近年香港出口至俄羅斯的貨值持續上升，由2010年的115.59億元增加至去年169.34億元，增幅達31.7%。

## 80後「易拉架」大王 創億元王國



港商普遍遇到歐美定單下跌的慘況，但80後「易拉架」大王蔡寶健卻應接不暇，並計劃再於德國及瑞士開展業務。年僅32歲的他目前已坐擁過億元生意，他開拓新市場的秘訣在於「夠快、夠平」：平市價3成搶單，承諾4天內交貨，結果生意愈做愈大。

蔡寶健曾於澳洲讀書，並發現易拉架商機，於06年成立BannerSHOP，專門生產易拉架和海報等宣傳品。他的易拉架最平為85港元，在澳洲可提高至70澳元(約560港元)，比當地市價的100澳元平約3成，薄利多銷，結果開業7年來生意擴大100倍。

### 以快、平搶客

蔡現時在港開設自家打印工場，並於英、澳、星馬設有6個據點，正計劃擴展到德國及瑞士。他的成功之道包括製作流程統一化，收到客戶「柯打」，馬上在港工場打印，然後空運到當地子公司作後期加工及包裝，保證易拉架4日內可送到客人手中。

他決定開拓新市場時，會考慮當地機場位置、物流、電力供應及政局穩定等元素，並會透過貿發局、當地黃頁，收集展覽商的聯絡方法，再發廣告電郵接觸潛在客戶。必要時會找當地印刷商，以合資方式營運。

不少公司喜歡跟大客做生意，他卻偏愛中小企。他稱，大客多數會壓價，相反中小企的定單少，但工場可集數張定單，然後一次過打印再進行分割：「再加個(撐)架收多20元，這是盈利所在。」



蔡寶健現坐擁過億元生意，他的「易拉架」夠平，生產速度夠快，成功搶佔澳洲、英國及星馬市場。(陳國峰攝)