

內地帶動全球增長 港營商環境吸引

貿發局：日資看好前景 擬藉港拓RCEP

貿發局引述日本貿易振興機構(JETRO)於今年1月份發表的第11期香港營商環境調查報告，提到在港日企對國安法的擔憂，由最初期的八九成，下降至約四成。報告又指，近七成日資企業將維持及擴大在港業務。貿發局總監范婉兒認為，反映隨着國安法條文清晰，愈來愈多日本企業不再擔憂，並希望藉港拓展灣區與RCEP(區域全面經濟夥伴關係協定)市場。

大公報記者 蔣去情



▲貿發局研究總監范婉兒(左)相信，隨着近期市道好轉，日本企業對香港的信心會不斷得到加強，旁為貿發局經濟師杜宏康(右)。

貿發局調查重點

- 受訪駐港日企數目104家
- 近90%通過香港管理RCEP業務
- 61.5%計劃未來3年通過香港在RCEP拓展業務
- 51.3%已受惠RCEP機遇
- 若香港加入RCEP，80%料將進一步受惠

大公報記者整理

JETRO 調查數據重點

- 40.7%對於香港國安法前景感到擔憂，大幅少於最初的八九成
- 62.1%認為國安法不影響營商，較往期升4.8個百分點
- 69.1%將維持或擴大駐港辦公室

大公報記者整理

針對JETRO有關報告，貿發局研究總監范婉兒回應稱，國安法實行之初前景不明朗，市場對此感到憂慮，因此初期結果高至八九成，不過隨着時間推移，企業發現營商環境並無可擔憂之處，憂慮情緒便一路下滑至今年1月的僅約四成。

范婉兒強調，該報告公布時香港尚未與內地全面恢復通關，市場情緒仍較為悲觀，相信隨着近期市道好轉，日本企業信心會不斷得到加強，加上逐漸有人才回流，本港營商前景將更為向好。

另外，貿發局發布RCEP商機調查報告，六成駐港日資企業有意大展拳腳。

事實上，儘管遭受3年疫情衝擊，本港營商吸引力依舊不減，隨着今年亞洲特別是中國內地成為全球經濟增長引擎，香港作為海外企業進入內地市場渠道的重要性將不斷凸顯。貿發局早前向超過100家駐港日本企業發出問卷，調查RCEP有關商機，在104家受訪企業中，近90%透過香港管理RCEP業務，有61.5%計劃在未來3年通過香港辦事處在RCEP成員國拓展業務，其中以粵港澳灣區(40.4%)和東盟(39.4%)最受歡迎。

港作商業樞紐 擁多項優勢

現時約1400家日本企業在港設立區域總部及辦事處。范婉兒分析道，內地與海外資金流動有三分之二通過香港，是外資進入內地市場的重

要渠道，而RCEP是中國內地與日本首個自由貿易協定，相信將為本港帶來大量新增機遇，後續亦將繼續擴大市場。她續稱，中國內地是RCEP內部重要市場，香港有望在其中扮演關鍵角色。

香港作為聯通內地與國際的樞紐，其角色受商界看好，約21.6%受訪企業表示香港辦事處是公司海外總部或主要區域辦事處。受訪企業認為，香港作為RCEP商業樞紐，具備多項核心優勢，包括與內地的商業網絡(88.8%)、資金流動和貨幣兌換自由(79.7%)、作為轉運和配送樞紐的效率(72%)，以及與RCEP經濟體的交通運輸聯通(71.4%)。

港加入RCEP利好經貿

本港儘管尚未加入協定，但去年有71%的貿易額來自同RCEP經濟體的貿易往來，雙方交流密切。貿發局經濟師杜宏康相信，本港在促進RCEP業務方面擔起重要角色，將有助企業把握RCEP商機。他指出，在從事貿易的受訪日企中，超過半數已受惠RCEP，更有八成認為香港加入RCEP可帶來更多利好。

范婉兒表示，目前本港已申請加入RCEP，將有望成為首個獲准加盟的經濟體，可享受關稅減免等諸多優惠，並有助進一步融入區域產業鏈，加強與各成員國的經貿往來和投資合作，特別是尚未與香港簽署自貿協定的日本和韓國。

大阪觀光局：到訪港人已達疫前96%

【大公報訊】日本向來是港人熱愛的旅遊目的地，今年首季，入境日本旅客按年增長46.61倍至479萬人次，當中的港人遊客增長逾660倍，達41.6萬人次，已恢復2019年同期的82.4%水平。大阪觀光局理事長溝畑宏接受本地傳媒訪問時表示，今年首2個月，到訪大阪的港人累計達8.6萬人次，恢復疫前的96.6%，相信3月已恢復甚至超過疫前水平。

日本政府早前公布，入境人士自上月29日起不用再出示接種3劑疫苗證明等，溝畑宏形容：「一直盼望這天的到來，對整個旅遊業界都是一個好消息。」他指出，疫情3年，對旅遊業來說是非常困難的時期，消息令酒店、旅行社、餐廳等旅

遊業持份者感鼓舞，希望各方能團結一起推廣大阪。

隨着各類入境限制放寬，港人外遊殷切。大灣區航空於上月28日開通大阪航線，提供每周3班往返香港與大阪關西國際機場的航班。溝畑宏對此表示歡迎，他稱，每年3月開始，都是大阪的旅遊旺季，大灣區航空此時開通航線是非常正確的決定。

大灣區航空冀增至每日一班

大灣區航空行政總裁許漢忠期望，關西機場人手能盡快恢復，從而可爭取將來往香港與大阪航班增至每日一班。他又希望，日本能盡快放寬內地旅客簽證，讓公司能帶更多大灣區的旅客前往日本。

不過，大阪旅遊業目前仍面臨不少挑戰，溝畑宏指出，受疫情及俄烏衝突等因素影響，當地旅遊業正面對人手短缺、物價上漲等問題，導致機票、酒店價格飆升。其中，酒店漲價最高達1.5倍至2倍，「甚至還會再漲。」機票價格則根據個別航空公司的供需情況而定。

東瀛導遊葉先生指出，由於機票價格昂貴，加上旅遊業人手未恢復，現時本港報團訪日的旅客較疫情前多，「自由行同跟團價錢差不多，不想煩就選擇跟團。」在剛剛過去的日本黃金假期，大阪旅遊業暢旺。來自台灣的旅客曲小姐表示，時隔4年再到訪大阪，市面與疫前差不多，但個別商場晚上8點便關門，感覺還沒盡興。

今年首季入境日本旅客人次

地區	人次	與2019年同期相比	與2022年同期相比
韓國	160.07萬	-23.1%	+179.44倍
中國台灣	78.67萬	-33.9%	+220.35倍
中國香港	41.62萬	-17.6%	+660.68倍
美國	37.80萬	+1.5%	+66.75倍
泰國	24.47萬	-29.7%	+91.06倍
中國內地	14.32萬	-93.4%	+9.49倍
總數	479.03萬	-40.5%	+46.61倍

資料來源：日本觀光局



▲大阪觀光局理事長溝畑宏手舞足蹈地推介當地的旅遊業。

花四年研發玩具車 港品牌擬進軍日本

企業訪問

近年香港不乏玩具車品牌面世，但其中最受爭議的，可能莫過於Kidult And Kiddo(下稱KNK)，該品牌自2019年已經大張旗鼓表示要生產貨櫃車，但直至2023年才有首批產品推出。拖足4年才出貨，難道沒有經營壓力？原來，創辦人鄧幹榮確實只是為興趣，沒有太大財務壓力。

與很多男孩子一樣，鄧幹榮從小接觸汽車模型，加上大哥喜愛玩1:18模型車，自小就與車仔結下不解緣。資金方面，鄧幹榮的家族不單在港經營地產生意，有不少物業收租，亦有經營軍事模型生產，在內地有自家工廠，所以資金、生產都不成問題。

KNK目前唯一的產品是日本車廠日野Hino 700的1:64貨櫃車車頭和拖架，鄧幹榮稱，最初家族工廠接到一些代工單，生產貨櫃車拖架，他仔細研究後發現，原來拖架亦有很多不同種類，開始萌生自行做「車頭」配不同拖架的計劃，而且有見

市場沒有Hino 700貨車模型賣，決定自行投資生產，相信除了香港本地用家、玩車外，也可以「反攻日本」，將車仔出口至日本。

相對其他模型品牌，拿到車廠授權後會盡快出貨以將資金回籠，鄧幹榮卻希望盡善盡美，從部件考證、拖架結構、車頭與拖架的連接，都盡量還原真車。「以往做坦克可以做得比較粗，比較糟，玩家反而喜歡粗獷感覺，但貨車卻不可以。」他笑說：「因為要求太高，被工廠鬧過好多次！」

擁自家工廠 不滿就推倒重做

不過，亦因為擁有自家工廠，所以KNK的很多「瘋狂」的想法得以實現，但凡不滿意就推倒重做，這些都是其他依賴代工廠的品牌無法做到的優勢。

為了做好這個全新車仔品牌，鄧幹榮更斥巨資收購了在美國有一定影響力的模型車品牌「GREENLIGHT」(下稱

GL)。他解釋，GL擁有很多授權，除車廠品牌外，還有不少電影、動漫授權，相信會受亞洲市場歡迎，屆時亦可以結合GL在美國的影響力和銷售渠道，加快KNK的生產及推動產品多元化。

鄧幹榮承認，過去4年的開發，確實多次想放棄過，但最終，仍然希望可以「做出自己標準」。他表示：「讀完法律後，希望有個項目可以放飛自我。」



▲KNK創辦人鄧幹榮介紹自家產品，Hino 700的1:64貨櫃車車頭。

電動化時代 傳統燃油車成「前浪」



上海國際車展作為今年全球第一個A級車展，基本上所有到場的車企都宣布攜電動陣容亮相，電動化步伐提速明顯。拋開整車不談，就連零部件展商都大聲吆喝電池、電機技術，曾經為人津津樂道的變速箱、發動機，在絲滑的電驅前面老態盡顯。再看外觀環境，歐盟燃油車禁售時間表正式生效，有知名車企官宣的不再投放新燃油車。種種跡象顯示，汽車電動化趨勢不可逆，燃油車的落幕只剩下了時間問題。

上海被外界譽為「電動之都」

上海在車展期間，被外界譽為「電動之都」，因為車展上所有車企都大秀電動車型，彷彿誰要是沒有拿出電動車型，就沒什麼顏面來參展。主流品牌中，奔馳參展的27款車型中，近一半為新能源汽車，奧迪、寶馬則是全電動車車型登場，本田同樣沒有純燃油車展出，只展出一輛純燃油車。

汽車電動化的提速，不僅中國表現明顯，就全球範圍也是朝着同一方向奔赴。日前，歐盟理事會批准的燃油車禁售時間表正式生效，據規定，從2030年到2034年，新的燃油轎車和小型客貨車的二氧化碳排放量，將比2021年分別減少55%和50%，2035年起歐盟境內將禁止銷售非零碳排放的新燃油車。美國加州

去年通過規定，2035年起禁售汽油動力新車；今年4月又投票批准從2036年開始禁止在加州銷售柴油重型卡車和公共汽車。車企方面，本田在今次上海車展上宣布，2027年之後在中國不再投放新燃油車；到2035年將實現純電動車銷售佔比100%。大眾集團在上月18日宣布，在華投資10億歐元用於純電汽車開發。

雖則仍有很多愛車人士對燃油車擁有情懷，亦抵擋不了時代潮流。有人表示，對燃油車鍾情的大多是有些年紀的人，這批人始於兒時看雜誌、看電視，最初接觸到的是從燃油車。現在時代變了，年輕的一代從對車感興趣起，鋪天蓋地的都是各種電動車的信息，車展上展示的，滿大街行駛的，均是新能源車、電動車型。

電動車技術直面傳統勢力

本屆車展歸來的人，難免會聽到一句戲言：「這可能是燃油車最後一屆車展了。」雖然斷言燃油車即刻落幕頗有些武斷，但燃油車終將成為「前浪」。特別是部分國外品牌在將燃油車技術壟斷到極致以後，限制了燃油車的技術進步。反觀不受到「卡脖子」的電動車技術異軍突起，使得造車新勢力有了向傳統勢力宣戰的底氣。技術總歸是不斷向前，用壟斷來設置阻礙絕不是長久之計，汽車技術也因此尋得全新道路，會用電動化帶動行業前往一個嶄新的高度。

大公報記者孔雲瓊

莎莎發盈喜 上年扭虧賺7000萬

【大公報訊】受惠通關復常，莎莎(00178)昨發盈喜，預料截至今年3月底止全年度將扭虧為盈，錄得純利介乎約5000萬至7000萬元，對比2022年3月底止年度錄得虧損約3.44億元。此外，莎莎預期截至今年3月底止下半財年將錄得純利介乎1.83億至2.03億元，主要由於期內成本結構優化和毛利率提升，帶動第三財季實現邊際淨利潤，以及內地通關刺激第四財季港澳銷售錄得增長。

不過，莎莎也有提及，純利同時因為港澳在過往年度稅務虧損的遞延稅項資產確認約8100萬元，可用於抵銷未來應課

稅溢利所致。

業內人士指，莎莎的業績表現反映了內地通關對零售行業帶來的正面影響。事實上，上月莎莎已表示，截至3月底止第四季，受惠於內地旅客重返香港，香港上季日均零售額環比增長約30%，在核心旅遊區的店舖，銷售恢復至疫情前水平約七成。又預計內地旅客人數將會穩步回升，並持續令香港的業務受益。但截至今年3月底止，香港店舖數目按年淨減少6間至70間，同店銷售則同比增加59.3%，零售和批發營業額亦同比升55.6%。

此外，莎莎上季零售及批發業務營業

額同比增長30.3%至10.85億元，與疫情前的2018/19年度同期比較，營業額恢復至疫情前水平約54.4%。

富瑞：股價上望2.6元

富瑞發表研究報告指，數據顯示香港及澳門整體化妝品市場銷售情況在今年首季已有所恢復，預期莎莎2024財年淨利潤率將回升至約10%，到了2026年其銷售額更可恢復至2019財年約72%水平，而且對其管理層致力提升毛利率感到樂觀。故將其評級提升至「買入」，目標價亦由1.24元上調至2.6元。