

今年是CEPA簽署20周年，20年來憑着CEPA零關稅優惠及「香港出品，必屬佳品」這個金漆招牌，不少港商成功進軍內地市場，王子食品集團便是一個好例子。於2003年藉CEPA拓內地的王子食品創辦人曾偉表示，CEPA令產品節省兩成多關稅，且東南亞食品在內地愈來愈受歡迎，加上其調味醬料產品質量上佳，令內地消費者讚不絕口，並在龐大的內銷市場佔一席位。因此，CEPA對推動本港產品北上方面，發揮着積極作用。

大公報記者
李永青



CEPA推動港貨北上 捕捉內銷大商機

曾偉：善用政策東風 節省兩成多稅款

自小便鍾情廚藝的曾偉，年僅14歲已投身飲食行業，從學廚做起，之後再到大牌檔、西餐廳及星級酒店等食肆工作，由於肯學肯做及對工作充滿熱誠，不久已學到各項「拿手菜」，及後察覺東南亞調味醬料在本港大有可為，便在1986年21歲時毅然創業，而隨着東南亞菜在港愈來愈盛行，令其生意穩步向上。「當年仍有很多越南難民在香港，他們不習慣中餐，於是便靈機一觸，認為東南亞醬料銷售有前景，便經常飛往東南亞親自將當地醬料帶回香港，加上自己在飲食界朋友比較多，便做起這項生意。」

經過多年發展，現時該公司業務十分多元化，是一間具規模的東南亞食品製造商、進口商、供應商、零售商及電商，並在港自設廠房生產「香港製造」的食品，亦提供超過1500種來自泰國、越南、馬來西亞、印尼、新加坡等地的食品，單計調味醬料已近百種，另有急凍食品、糕點甜品、糧油雜貨、新鮮蔬果等，主要供應予酒店、航空公司、主題公園、高級會所、餐飲連鎖店以至超級市場和電商平台，當中包括香港及澳門各大酒店、迪士尼樂園、海洋公園、航空公司、香港賽馬會會所等。

產品質優深受內地客歡迎

談及進軍內地市場，他表示，早在1991年，當時有不少光顧其公司的外資酒店於內地開拓業務，便順理成章亦使用其公司的調味醬料，正式進入內地市場，且因產品質優及價格合理，使客戶群數目不斷增加，生意蒸蒸日上。

至於公司另一發展轉折點，則是2003年響應CEPA零關稅優惠，決定在港設廠生產調味醬料輸往內地。「1997年香港回歸後，大家都是同一

個國家，以前賣去內地要給稅，但有了CEPA便不用交關稅，節省了兩成多稅款，對業務幫助很大，有咁好的政策，點解唔用呢？加上內地市場潛力極大，便決定在港設廠，善用CEPA政策東風來拓內銷。」曾偉形容，對港商而言，CEPA絕對是一個極為利好的政策。

被問及部分廠家擔心香港生產成本太高，難以負擔。曾偉表示，其廠房總面積達5萬方呎，且採取全自動化生產，又自設檢驗室作產品檢測，絕對有能力應對高成本等問題。對於在內地發展，曾偉表示，內地人口逾百萬的城市，數目約百個，而內地近年經濟快速發展，民眾薪金等收入均有增長，相信對飲食的要求會不斷提高，而香港品牌及香港生產均是安全可靠的信心保證，相信透過CEPA進入內地市場，將大有可為。

針對各地口味差異作調整

曾偉說，內地市場潛力非常大，但因幅員廣闊，南北地區的飲食習慣和口味各有不同，必須針對各地差異化作出調整。例如很多人以為四川成都人一定很吃得辣，但及後才發覺原來四川人較鍾情麻辣，未必很吃得辣，且其產品帶有些甜味，未必適合當地人的口味。同時，公司參加很多展覽會千方百計來增加知名度，盡可能接觸各方人士，並收集當地人的意見，才能準確了解當地飲食習慣。

再者，公司已取得ISO22000及食品安全重點控制（HACCP）認證，這兩項重要認證，令內地消費者較為安心。因此，他透露，曾有好一段時間，其產品在內地每年都保持兩成多的增速，但數年前的修例風波，令內地消費者對香港的印象大不如前，拖累港貨近年在內地的銷量，故其產品的銷量亦有所放緩，冀未來可以改善。

各界對CEPA意見



商務及經濟發展局局長
丘應樺

多年來，CEPA共為香港省卻了94億元人民幣的稅款，惠及3400間企業，令港企進入內銷市場非常便利，未來CEPA的優化工作，是希望更多服務業可以受惠，並期望未來能減免一些股權的要求，以增加彈性。



香港中小企經貿促進會常務副會長
黃達勝

CEPA一直協助港企開拓龐大的內地市場，促進兩地的經濟發展。



王子食品創辦人
曾偉

CEPA令產品節省兩成多關稅，助其在龐大的內銷市場佔一席位。



香港中小企發展學會會長
劉健華

CEPA有助港商進入內地，但地方政府對政策了解不足，影響成效。



曾偉表示，CEPA對推動港產品北上方面，發揮着積極作用。
大公報記者林少權攝

CEPA原產地證書概況

貨物類別	累積申請數目(宗)	累積批准數目(宗)
食品及飲品	74976	73080
塑膠及塑膠製品	74234	73015
紡織及成衣製品	29663	28886
藥用及護理用品	23484	23143
化工產品	12938	12687
金屬及五金產品	8303	8234
紙品及印刷品	4620	4500
着色劑	3913	3850
電機及電子產品	2552	2484
機器及機器用具	2488	2408
皮革及毛皮產品	1517	1486
光學、照相和電影儀器及其零件	1287	1211
鐘錶及其零件	1058	1030
首飾及貴金屬	1027	1011
化妝品	607	580
食品殘渣及動物飼料	424	421
量度和檢查儀器及其零件	253	253
醫療儀器及按摩器具	48	45
其他	72	65
*總計	242538	237504

*註：由於一份原產地證書可同時包括多於一個類別的產品，合計數字可能會與所有類別的原產地證書數字的總和不同。

資料截至2023年5月31日
資料來源：工業貿易署

冀內銷專家來港指導 做足準備方能事半功倍

指點迷津

CEPA零關稅優惠，令香港生產的產品在內地更有成本優勢，但港商要應付的事宜也不少。王子食品集團創辦人曾偉認為，有意北上的港商必須具備耐性及做足功課，了解不同省市的情況，方能事半功倍。他又說，希望特區政府及相關機構，能聘請真正了解內地商機的人士，為港商指點迷津，讓港商認識真正的內地市場。

曾偉認為，CEPA為港商北上提供了有利條件，但要處理的工作亦很多，單是要讓產品順利內銷，跑了不少部門及花了不少精神，例如申請國標、商標、質檢、海關等事宜，又要符合內地食品經營許可證；開立銀行戶口、營業執照、產品衛生檢測報告等；申請各項文件總共耗時一年，工作一點也不簡單。

再者，以CEPA零關稅身份將產品北上的審批程序甚多，舉例說香港的月餅很出名，但要將香港生產的月餅北上，首先要用內地的蛋黃，並要符合內地國標及相關要求，內地部門會計算購入的蛋黃可製作多少月餅，之後香港海關會來巡查及在產品上加封條，方符合CEPA要求。他坦言，CEPA的要

求頗多，少些毅力也不足以完成。港星直播帶貨料有前景

除了要符合CEPA及內地各項要求外，如何掌握內地消費者的口味及文化，亦令不少港商感到頭痛。曾偉建議，現時內地有很多出色的電商、直播帶貨專家，亦有人十分了解產品宣傳、品牌推廣及配送的策略，建議特區政府及相關機構，可邀請有關領域的表表者來為港商作出指導，讓港商了解真正的內銷市場情況。他說，雖然現時香港亦有類似課程，但很多講者為香港人，是否真正全面及深入了解內地的情況存疑。

「香港沒有請到內地成功的電商或直播帶貨人士來港授課，而本港的課程能否接地氣？教授的內容是否最新，則成疑問。因此，當局應邀請內地成功的業界人士來港，為港商指點迷津，方能真正了解內地市場。」曾偉希望，當局能邀請真正了解內地銷售的專才，為港商解困。

另外，現時部分香港明星在大灣區等內地城市工作，仍有一定的叫座力，他認為，相關機構可邀請港星在電商平台，為本港產品作直播帶貨，料有一定效果，冀有關方面可作考慮。

幸福醫藥成功建銷售網 生意與日俱增

受益匪淺

CEPA零關稅優惠，令香港產品在內地市場更具競爭力，幸福醫藥便善用這項政策東風進一步拓展龐大的內需市場。幸福醫藥主席黎元輝表示，CEPA是中央政府對香港廠家重要的支持政策，零關稅優惠對公司幫助很大，隨着公司在內地不斷擴展銷售網絡，生意亦與日俱增。

談及當初為何有意申請CEPA零關稅進入內地市場？黎元輝向《大公報》表示，當香港與內地簽署CEPA協議後，特區政府及一些商會都向在香港有生產線的廠商推薦CEPA協議，而幸福醫藥早已在珠三角銷售幸福科達琳及兒童幸福科達琳，即在香港銷售的幸福傷風素及兒童幸福傷風素。既然幸福產品已在內地註冊並銷售，所以就嘗試申請CEPA零關稅進入內地市場。

市場龐大 宜先集中一個城市起步

黎元輝指出，由於公司產品一直原裝在香港生產及製造，完全符合CEPA原產地要求，不需要任何額外投資，且申請過程十分暢順。至於如何善用

CEPA開拓內地市場？香港衛生署及內地藥監局對註冊藥物規管非常嚴格，且香港生產的藥品一向以安全、優質、可靠而見稱，故內地消費者對香港生產的藥品非常有信心，在內地市場自然亦較有吸引力。

同時，過去一直有開拓廣東省以外市場，當公司仍未完全掌握新市場的需求量時，會先將產品存放在保稅區，待有訂單時，只要從保稅區發貨及進行清關便可。同時，CEPA協議完全能夠配合公司的需要及銷售策略。因此，公司更體驗到CEPA零關稅進口是一項很優惠及便利的貿易協議安排，能幫助增加生意額，同時，亦有賴公司各員工的努力，使其品牌成功地在內地，尤其是在珠三角建立銷售網絡。

有關拓展內地市場的經驗，黎元輝表示，內地市場龐大，且潛力無限，香港業界必須要集中資源、善用資源，以利開拓市場。他認為，業界應集中在某一個城市發展，因為集中在某一城市，就能集中由一位代理商或分銷商管理銷售，以減少用於管理代理商的成本，而有意北上的香港中成藥業界

亦不要操之過急，否則將難以管理和控制。當年幸福醫藥在廣州及深圳之中作選擇，最後決定落戶廣州。

確保商品有知識產權保護

至於其他北上「貼士」，包括：港商要考慮自己提供的產品或服務是否有獨特之處，公司名稱和商品品牌是否已有知識產權的保護。雖然現在國家對知識產權的保護已非常重視，但永遠都有不良的

商人做違規的事，這點不能輕視。再者，「各處鄉村各處例」，內地不同區域或城市的市場狀況均有差異，業界必須熟悉當地市場，並且要了解得十分仔細。

今年是CEPA簽署20周年，他認為，多年來，CEPA已幫助很多香港企業成功進軍內地市場，現在內地政府亦提供許多其他政策優惠，協助香港企業立足內地市場，特區政府亦提供不少支援，各方的支持均令港商受惠良多。



內地消費者對本港生產的藥品有信心，令幸福醫藥的產品在內地非常暢銷。