

生產力局綜合服務助力 強化兩地產業對接 港企出海東盟 大馬成投資熱點

企業訪談

在全球供應鏈加速重組、地緣政治格局持續演變的當下，「中國+1」已成為越來越多港資企業「去風險」的策略。當中，東盟國家，尤其是馬來西亞憑藉成熟的半導體與電子電機集群、高比例的英語人才及地緣中立地位，成為港企抵禦風險、貼近客戶、穩固歐美訂單的理想製造據點。然而，單純設廠並不等於成功出海；如何讓海外的生產線擁

有與內地總部同等的效率、品質與智能水平，才是真正的考驗。香港生產力局正是破解此難題的關鍵夥伴，該局為企業提供「出海六招」，包括智能生產、技術研發及評估、國際標準及測試、專業服務、培訓及實地考察、資助計劃等全面出海綜合服務。早前，生產力局更與馬來西亞製造商聯合會簽署合作備忘錄，進一步強化兩地產業對接，助力企業穩健邁向國際。

大公報記者 李樂兒馬來西亞報道



▲金德控股在馬來西亞已開設兩個廠房。



▲鴻利達在馬來西亞工廠的標準與國內的一致。



▲金德萬勝利在大馬設立工廠，去年顯著擴充產能。

金德：引入智能製造技術 提升生產效率

智能轉型

金德控股有限公司集團專注於精密五金製造，目前已在馬來西亞設兩個廠房，並導入機械臂、無人倉儲系統等智能製造技術。首席營運官孫暉銓坦言，當地營運成本較內地高20%以上，主因原材料依賴進口。但因此北美客戶要求，早於疫情前考察東南亞多地，最終落戶馬來西亞，理由是當地營商環境穩定、政府政策友善，適合香港工業企業在當地發展。孫暉銓透露，公司預留第三個廠房作為倉庫及未來擴充生產之用，預計年內有望進一步提升產能，未來不排除前往越南或泰國等亞洲國家繼續擴張。

僅75天將生產線複製至大馬

事實上，金德「出海」過程並非一帆風順。設廠不久便遇上疫情，許多計劃受阻。生產力局機械人及人工智能部總經理馮國輝表示，疫情期間，生產力局協助金德打好出海前的基礎，包括導入智能製造與即時數據系統，使其具備遠端管理能力。正因如此，金德在疫情結束後僅用75天便順利將生產線複製至馬來西亞。

金德自2017年起與生產力局合作，至今已完四個項目，涵蓋自動化、數據採集、智能物流及數字化工廠等領域，現正合作研發AI管理。孫暉銓指出，智能化轉型大幅提升了生產效率：「傳統沖壓行業靠人力擴大產能，例如過往100人可做1000萬生意，要做到2000萬就需要200人。引入智能化後，同樣的產能人手需求可縮減約60%，即1000萬的生意不到50人就能完成。」

針對近期國際局勢的影響，孫暉銓表示，由於企業已建立風險對沖機制及原材料儲備，加上客戶一般會提供一年份的訂單預測，目前馬來西亞廠房營運穩定，未受到明顯衝擊。



▲金德控股首席營運官孫暉銓（右），旁為生產力局機械人及人工智能部總經理馮國輝。

金德控股小檔案

主營業務	精密五金製造
客戶來自產業	尖端醫療及檢測設備、金融設備、消費電子產品、網絡及數據儲存設備以及辦公室自動化器材
馬來西亞布局	2022年當地生產運營基地落地投產
核心技術	數十項註冊專利技術，包括兩項發明專利



掃碼睇片

鴻利達：大馬定位培訓基地 拓海外踏腳石

商機龐大

專注於高精密液態硅橡膠（LSR）模具設計、製造及成型的鴻利達控股有限公司，選擇馬來西亞作為首個海外運營基地。行政總裁特助梁秉然表示，過去十年東盟經濟快速發展，製造業增長亮眼，東南亞市場商機龐大。他指出，部分客戶已在馬來西亞周邊設廠並要求就近供貨，加上中美貿易摩擦等地緣政治因素，促使公司決定在馬來西亞設廠以分散風險。

梁秉然強調，當地工業基礎扎實、技術工人充足，華人的語言能力與文化相似性高，因此公司將大馬定位為海外培訓基地，從管理、文化到技術層面培養人才，為未來拓展海外業務鋪路。

地緣影響30%成本 風險可控

技術與效率方面，整個項目將成熟的生產技術從國內整體轉移，馬來西亞工廠的標準與國內一致，包括採用與生產力局共同研發的人工智能數碼管理系統（DMS）。該系統優化生產排產，效率提升約30%。以中山智能工廠為例，2024年相比2018年轉型前，人均產值提高逾兩倍，數字化與智能化同時使能源消耗降低20%，並提升產品質量。談及近期地緣政治對於原材料的影響，梁秉然表示，海外局勢不穩會帶來約30%的成本壓力，但目前影響有限，主因公司與供應商有協議價格，且作為大客戶具備議價能力，將持續關注市場變化。

展望未來，公司正與大馬政府申請更多土地擴建廠房，聚焦檳城兩大優勢產業：醫療產業及半導體封裝產業。檳城匯聚全球眾多醫療機構，半導體封裝亦是當地重點發展領域，鴻利達期望在相關產業鏈中進一步做大做強。



▲鴻利達行政總裁特助梁秉然。

鴻利達小檔案

成立時間	1988年（香港）
主營業務	模具和五金零件加工，專注於成套模具設計生產和製造精密塑膠模具
主要產品	醫療及健康護理、汽車及工業、3C及智能技術等領域的多物料一體成型的產品
海外布局	2019年出海到馬來西亞設立海外營運基地



掃碼睇片

金德萬勝利：積極擴產能 應對歐美訂單需求

捉緊機遇

金德萬勝利（科技）有限公司近年成功抓住「中國+1」的出海趨勢，在馬來西亞設立工廠。該工廠專注於款多量少、定製化、高附加值的金屬零件加工，主要服務半導體、醫療設備及檢測設備行業，並已於2025年顯著擴充產能，以應對來自歐美客戶及從中國內地轉移出來的訂單需求。

「就算客戶下一件產品我們也能做。」金德萬勝利營運經理孫浩然表示，與做傳統沖壓件的工廠不同，因為客戶多為定製化或高增值設備製造商，因此主要採用數控銑金製造技術，一般可達到正負0.01毫米的精度，與模具加工非常接近，且客戶無需承擔數萬甚至數百萬元的高昂模具費用。

「我們客戶生產的機器可能每部價值數千萬甚至數億元，每年只生產幾部。」孫浩然表示，由於單件成本較高，這類產品不適合大量生產，而公司的生產模式正好填補了市場空白。

與客戶攤分原料上漲成本

面對全球原材料價格波動，尤其是近期銅、鋁、銀等金屬價格因戰爭等因素大幅上升，加上油價上漲帶動包裝及配件成本增加，孫浩然表示會與客戶保持緊密溝通，以合作模式共同分擔成本增幅，而非全數轉嫁予客戶。

金德萬勝利選擇在馬來西亞檳城設廠，主要是看中該地區作為半導體及高增值產業的集中地，能夠貼近客戶需求。在人才方面，馬來西亞半導體及電子產業人才充裕，有利於招聘品質及工程相關人員。



▲金德萬勝利營運經理孫浩然。

金德萬勝利小檔案

成立時間	2021年（馬來西亞）
核心業務	專注款多量少、定製化、高附加值的金屬零件加工
服務行業	半導體、醫療、測試設備行業
定製化特色	最低定製化數量可達一件起做



掃碼睇片

港迪士尼連續兩年錄得盈餘

【大公報訊】記者鄭文迪報道：香港迪士尼昨日公布2025財政年度業績及最新發展。樂園上一年度淨利潤增至5.36億元，連續兩個財年錄得盈餘，同時首次實現「零貸款」。樂園全年入場人次共750萬，賓客人均消費按年上升2%，創歷史新高。樂園亦公布，Pixar主題娛樂體驗將在明年開幕。

香港迪士尼於2025財政年度迎來20周年，樂園表示，去年一系列周年慶祝及盛事活動持續吸引遊客，令2025年業績保持穩健，多項財務指標均延續升勢，全年淨利潤達5.36億元，收入達86.94億元，撇除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利（EBITDA）19.89億元，3項指標均接近歷史新高。此外，集團已於2025財年前向股東償還所有貸款。

香港迪士尼去年全年入場人次仍達750萬，接近前年同期770萬人次

的歷史新高，其中本地旅客佔比36%，內地及其他地區旅客佔比64%，酒店入住率按年升6個百分點至79%。

樂園表示，擴建工程正穩步推

港迪士尼樂園近年業績

財政年度	總入場人次(萬)	總收入(億元)	盈/虧(億元)
2016	610	48	-1.71
2017	620	51	-3.45
2018	670	60	-0.54
2019	650	60	-1.05
2020	170	14	-26.62
2021	280	17	-23.50
2022	340	22	-20.71
2023	640	57	-3.56
2024	770	88.13	+8.38
2025	750	86.94	+5.36

進，全新的Pixar主題及Marvel主題體驗將陸續登場。當中Pixar主題娛樂體驗將於明年開幕，為賓客帶來沉浸式劇場歷險之旅。另一個香港獨有、嶄新的Marvel主題體驗將匯聚全新遊樂設施。

在昨日的業績發布會上，香港迪士尼樂園度假區行政總裁施保添被問到2025財年淨利潤較上一年度下降的原因，他說，香港出境旅遊需求迅速恢復、宏觀經濟環境持續不確定，以及極端天氣等，都為樂園帶來壓力，但他對於樂園的整體業務和業績感到滿意。

五一酒店房已接近訂滿

內地五一黃金週將至，施保添表示，樂園的酒店房已接近訂滿，樂園熱烈歡迎所有遊客。至於會否考慮調整票價，施保添說，目前未有相關打算，現時樂園在不同日子，會提供不同類型的票價，滿足客人所需。

3COINS看好港零售 年內新界再開店

【大公報訊】YAICHI集團在港營運的日本生活品牌3COINS，第三間分店進駐啟德商場AIRSIDE，集團創始人及主席羅盛昌表示，繼續看好香港零售市場發展，因此今年內將在新界區迎來第四間分店。

引入日本零食及食品

3COINS啟德店將於今天（29日）正式開業，佔地5100方呎，引入超過2500款日本生活用品，包括首度推出「Made in Japan」食品系列、寵物專區、旅行主題專區等。其中，「Made in Japan」食品系列，包括日本零食及日常食品，例如麻糬、爆谷、國產芋薯條、花生糖等。

「食品不只是產品延伸，更是帶動人流的重要引擎。」羅盛昌強調，引入食品類別，是集團經過深思熟慮的品牌再定位策略，希望能提升顧客的到訪頻率，同時擴闊客群層面。他續說，目前相關日本食品類別約有50款，形容今次是「小試牛刀」，相信有助降低新顧客的嘗試門檻，若銷售表現達到內部指標，未來將擴大食

品產品線，持續增至過百款，並在另外兩間分店引入。

3COINS去年7月落戶香港，先後在銅鑼灣及葵芳設店，羅盛昌表示，3COINS在香港首兩間分店銷售理想，每月營業額穩定錄得過百萬元。

被問到五一黃金週銷售目標，羅盛昌預期會較平日增長5%至10%。他續說，目前會員人數約2萬人，消費單價較非會員高20%。



▲3COINS在港第三間分店進駐啟德商場AIRSIDE。