港專業服務護航 技術優勢轉化為海外市場競爭力

企業出海峰會下周舉行 聚焦科創文化外闖

中國證券金紫荊 領航「9+2」

第十六屆香港國際金融論壇暨
第七屆領航「9+2」粵港澳大灣區發展論壇

香港大公文匯傳媒集團與亞洲科創企業出海協會、杭州市創業投資協會，將在11月24日聯合主辦中國企業出海香港高峰會，聚焦科創企業如何把技術優勢轉化為海外市場競爭力。與會企業代表均看好香港平台優勢，指香港既可協助企業了解海外市場的規則，也能透過商貿及創意網絡，為技術、產品和文化尋找開拓的海外市場與夥伴，充分發揮「超級聯繫人」與「超級增值人」的作用。

大公報記者 李永青

為配合國家「十五五」規劃要求，香港發揮專業服務優勢協助企業「走出去」，特區政府作出不少努力。在去年十月成立內地企業出海專班（出海專班），由商務及經濟發展局局長督導，成員包括相關政策局、部門及機構，亦會聯同律師行、銀行、會計師事務所等不同界別的專業和商業服務提供商，攜手為內地出海企業提供跨局、跨部門、跨界別之一站式、量身訂製的出海支援，包括：上市及融資、對接海外標準、取得行業認證和合規安排等，冀企業把香港設為地區或國際總部或企業財資中心。

匯聚資源 發揮聯乘效應

財政司司長陳茂波曾形容，出海專班有三個特點：一是「高層統籌」，通過設在政府治理架構的高層，以宏觀的視野、暢順的溝通、快速的行動，統合資源、打通障礙，讓支持企業出海的工作做得更有力度、更及時。二是「集結力量」，除了政府的相關政策局和部門以外，更有多個公營機構、專業團體、商會以及商業機構作為夥伴，匯聚資源、集思廣益，發揮更大的聯乘效應。三是「主動出擊」，它的任務不僅是主動招攬內地企業利用香港這平台出海，也包括以組團出訪海外市場等多樣化的方式，發動和集結各界力量，發揮最大影響力，達至最佳效果。

至於當日活動，11月24日上午場聚焦科創企業出海，以及香港專業服務如何回應企業所需。科創企業在開拓海外市場時，除了產品具競爭力，還要了解不同市場的商業環境、監管要求及合作慣例，技術成果如何使用、知識產權如何保障、跨境收付款如何安排等問題。

當日上午設「科創未來・領航先鋒」及「專業護航・合規出海」兩場圓桌論壇：前者從企業實踐出發，探討科創成果如何找到合適的海外應用場景，以及企業在開拓市場初期最需要哪些外部支持；後者從專業服務角度出發，關注香港的金融、法律及會計等服務，如何協助企業在作出投資或合作決定前，更清楚掌握當地規則、經營成本及潛在風險。

探討文化與品牌出海

下午場轉向聚焦文化與品牌出海，關注中國文化如何透過產品和品牌走進海外消費者的日常生活。下午以廣東省廣輕控股集團主旨推介「嶺南非遺・文化灣區」開場，並設「文化出海・全球鏈接」圓桌論壇，以嶺南非遺、文化創意及原創品牌為切入點，探討從創作、設計到產品開發、品牌經營的過程，以及文化內容如何轉化為適合不同市場的產品，在配合當地消費習慣的同時保留品牌特色。

兩場內容共同帶出香港在企業國際化進程中的角色：既可協助企業了解海外市場的規則，也能透過商貿及創意網絡，為技術、產品和文化尋找合適的市場與夥伴，發揮「超級聯繫人」與「超級增值人」的作用。



◀配合國家「十五五」規劃，香港發揮專業服務優勢，全力協助企業「走出去」。 資料圖片

出海香港高峰會介紹

舉行時間	11月24日
上午場	會議聚焦科創企業出海，香港專業服務回應企業所需
	● 圓桌論壇「科創未來・領航先鋒」
	● 圓桌論壇「專業護航・合規出海」
下午場	會議聚焦文化與品牌出海
	● 廣輕控股主旨推介「嶺南非遺・文化灣區」
	● 圓桌論壇「文化出海・全球鏈接」



◀從產品到文化與品牌出海，內企正積極推動產品和品牌走進海外消費者的日常生活。 資料圖片

香港助力企業出海優勢

- 特區政府設立專責的內地企業「出海專班」，並納入香港首個五年規劃，為企業提供從落戶香港到拓展海外的量身訂造方案
- 作為國際金融中心，香港具高度國際化的資本市場，便利內企透過在港IPO、發行點心債或綠色債券籌集外幣資金
- 企業借助香港的檢測認證服務及科研機構，將產品技術對接國際標準
- 香港無外匯管制，資金自由進出，方便企業調撥海外投資資金及匯回利潤
- 香港擁有全球最大的離岸人民幣資金池，便利企業進行跨境人民幣貿易結算及管理匯率風險
- 香港匯聚全球頂尖的會計、審計、稅務籌劃、法律、管理諮詢、品牌推廣及建築工程等專業人才，熟悉內地企業文化同時精通國際商業規則
- 具備完善的專利、商標及版權保護法例，香港正積極發展成為區域知識產權貿易中心，保障內地科技及品牌企業的無形資產

廣輕：港擁樞紐優勢 匯聚全球買家

【大公報訊】對於文化企業如何透過香港「走出去」，廣東省廣輕控股董事長戴智表示，廣輕有產品、有大師及有技藝，過去最缺通向全球市場的網，香港恰恰就是這張網的中樞，它一頭連着大灣區，一頭連着全球最成熟的買家、渠道和消費市場。「一國兩制」之下，香港自由港、低稅率、資金自由流動、通行國際規則，是企業真金白銀能感受到的效率，並強調香港是企業聯繫全球，最近、最順、最懂的一站，充分發揮「超級聯繫人」和「超級增值人」的作用。



▲戴智表示，廣輕計劃把香港作為開拓海外的試點。 受訪者供圖

助產品完成「關鍵跳躍」

戴智向《大公報》表示，過去出海，常把一件工藝品原封不動搬出去，人家看個新鮮，擺在家裏就完了，這叫「賣貨」，不叫「品牌」。但香港能幫助完成「關鍵的跳躍」：它的國際設計力量、品牌包裝能力、知識產權保護體系、版權交易和融資服務，能把一件「工美精品」轉譯成世界聽得懂、願意買、用得上的「文化品牌」。

同樣的廣繡，做成高端藝術收藏是一種價值，做成國際設計師聯名的家居、潮玩、文創，走進海外年輕人的客廳和書桌，又是另一片更大的天地。這就是「增值」——不是把東西賣出去，而是讓東西在出去的過程中變得更值錢、更有生命力。

至於香港對接海外的分銷網絡、接觸國際採購買家上的獨特價值，戴智指至少有四點：一是「買家在場」，香港常年聚集全球頂級的藝術展、文創展、授權展和採購團，廣輕不用滿世界找買家，買家就在香港等你；二是「規則接軌」，國際通行的交易、結算、知識產權保護，在香港是日常，企業出海的溝通和合規成本最低；三是「專業服務」，設計、品牌、法律、金融，一應俱全，把文化資源系統性地「產業化」；四是「人心相通」，廣東有近三千萬粵籍鄉親分布在160多個國家和地區，香港本身就是中西文化交匯之地，嶺南文化借港出海，天然帶着一份親切感和認同感。

同時，廣輕認真謀劃把香港作為海外市場的展示試點及「第一塊試驗田」。對文化企業來說，出海最難的不是產品，是「第一次亮相」——以什麼樣的形象、站在什麼樣的舞台上、被什麼樣的人看見。香港匯聚國際級的文博、展會資源，全球買家聚焦。把嶺南工美文化的第一次整體海外亮相放在香港，起點高、見效快，向海外完整展示一次「嶺南工美」形象。

廣汽：複製港市場經驗 高效拓展東南亞

【大公報訊】香港作為國際金融、商貿中心，一直是內地企業「走出去」的重要平台和首選。廣汽國際副總經理兼東南亞區域中心總裁王順勝表示，香港是廣汽全球化布局的重要「橋頭堡」與「試金石」，並盛讚香港法規標準與國際接軌、消費者成熟度高，在新能源市場發展領先，尤其在右軚型適配、產品認證、服務體系及品牌建設方面具有重要參考價值，廣汽希望通過香港市場的實踐，積累可複製的經驗，更高效地拓展東南亞及其他右軚市場。



▲王順勝表示，廣汽進入香港市場後取得佳績。 受訪者供圖

升級產品完善服務 增競爭力

被問及廣汽如何利用香港專業服務資源，完善海外服務體系？王順勝向《大公報》表示，香港擁有成熟的金融、法律、保險、會計及知識產權等專業服務體系，廣汽將積極善用香港的平台優勢，在跨境融資、合規管理、風險控制、供應鏈及海外項目運營等方面加強合作。同時，通過香港市場持續完善售後服務、補能網絡及數字化用戶服務體系，為海外業務提供更加成熟的運營經驗。

談及香港汽車市場競爭激烈，但廣汽卻能取得佳績。王順勝表示，廣汽在香港的表現，主要源於產品技術實力、豐富的新能源產品選擇、產品價值優勢及持續提升的本地服務能力。自進入香港以來，廣汽不斷推進渠道、服務、產品及能源生態建設。

今年4月，廣汽登香港私家車銷量榜首，E9 PHEV連續3個月（7月至9月）獲得香港豪華MPV銷量冠軍，1至10月累計銷量位居香港市場全品牌第三。面對市場競爭、消費者對品質和服務要求高，及本地化運營等挑戰，廣汽通過產品升級、渠道拓展、服務完善及補能生態建設持續提升市場競爭力。

同時，廣汽善用香港國際金融中心具備成熟的資本市場、跨境融資及專業金融服務優勢，積極借助香港平台，在跨境融資、資金管理、國際資本合作及風險管理等方面探索更多合作機會，為海外工廠建設、渠道拓展及全球業務布局提供支持。

廣汽持續關注香港在人工智能、智能駕駛、新能源及電子信息等領域的科研優勢，積極探索與香港高校及科研機構開展交流合作的機會。未來希望通過產學研協同，進一步推動技術創新、人才交流及產業合作。

調查：83%企業選擇香港支援出海

【大公報訊】近年內地企業積極「走出去」，拓展環球業務。香港貿發局今年的調查顯示，內地企業首選香港作為出海的服務平台。83%受訪企業選擇香港作為尋求「出海」相關支援服務的地點，較2023年調查的62%大幅上升逾20個百分點，反映香港作為內地企業拓展海外業務關鍵支援平台的地位進一步鞏固。這些內地企業普遍表示，對香港提供的服務支援需求廣泛，主要涵蓋市場行銷或電子商務相關服務、合規和會計等專業服務，及科研、融資或風險管理、供應鏈管理等。

調查報告指出，國家「十五五」規劃明確堅持開放合作、互利共贏的發展方針，推動共建「一帶一路」高質量發展，拓展國際循環，以開放促進內地改革與發展。規劃亦支持香港更好融入和服務國家發展大局，健全香港深度參與高質量共建「一帶一路」。此外，特區政府於去年10月成立「出海專班」，為內地企業「出海」提供更全面及更大力度的支援，並轉化為香港經濟的新動能，進一步鞏固香港作為國際商貿樞紐的地位。

出海內企 94%瞄準「一帶一路」

95%受訪內地企業計劃在未來兩年進一步拓展海外業務，反映內地企業「出海」意願甚為普遍，態度積極。為應對出海過程中所面對的各類挑戰，83%受訪企業表示會選擇利用香港的專業服務，比例較2023年調查的62%顯著上升。

海外市場選擇方面，出海企業主要前往共建「一帶一路」國家和地區發掘商機，比例高達94%，當中91%表示會進一步拓展東盟市場，兩者均較2023年調查的73%及58%顯著上升。而且，儘管近年地緣政治局勢持續緊張，部分國家及地區的保護主義抬頭，但內地企業拓展其他海外市場的意願普遍上升或保持穩定，當中亦包括對歐美等先進經濟體的布局，顯示企業「出海」策略趨向多元與長線發展。

香港貿發局研究總監龐溟表示，內地企業走出去的策略正着眼於市場拓展，逐步延伸至供應鏈整合、跨境投資及高增值業務發展，對專業服務的需求亦隨之提升。企業在布局全球市場時，不僅開拓其他新興市場，亦同時重視先進市場的發展機遇。香港作為最多企業選擇的高效專業服務平台，憑藉內聯外通優勢，以及金融、法律、會計等專業服務優勢，可協助企業更有效連接內地與國際市場，把握全球發展機會。



▲香港成為最多企業選擇的高效專業服務平台，助企業把握全球機會。 資料圖片

責任編輯：龍森娣 美術編輯：劉金明