



去年平均「一天兩展」 辦展面積逾千萬平米

2023年內地與香港全面復常通關以來，兩地人員雙向交流大幅增長，截至2023年9月，出入境人次累計突破1億，已接近疫情前水平。2023年深圳會展業出現蓬勃發展，平均一天就有兩個展會，全年辦展面積將有望突破1,000萬平米，規模創歷史新高。許多港企藉機力拓大灣區其他城市市場，香港文匯報記者在2023年5月至12月的多場展會上，均看到不少港商的身影，他們通過深圳展會挖掘到不少商機。有港商保健食品在展會上即銷售一空，有港企則通過展會獲得不少訂單和合作機會。

◆香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

香港緊鄰深圳，而深圳又是全國一線城市，還是港企北拓內地市場的橋頭堡，兩地2023年2月初全面復常通關後，北上深圳參展成為許多港企的共同行動。

港保健食品企業參展貨品「即日清」

2023年5月底參加在深圳舉行的「港·潮流」購物節的港青歐曉峰，因看好綠色保健食品前景，便與朋友合夥創辦從事食品科技的公司，以生物技術在香港工廠將蔬菜和水果營養成分提取製成粉末，可以達到輕餐飽腹、補充蔬果營養的效果。2022年，公司保健產品在香港和台灣地區的銷售金額達4,000多萬港元，內地人口規模達14億，因而市場潛力更巨大。歐曉峰表示：「當獲悉2023年5月底在深圳舉行的『港·潮流』購物節時，我們便第一時間報名參展，這次展覽，公司的產品受深圳年輕人青睞，帶了200盒全部銷售一空，其間因帶去現場的貨不多，只得不斷地補貨。通過深圳的參展，令到內地許多年輕人認識了公司品牌和產品，我對拓展內銷也增強了信心。」

歐曉峰坦言，深圳參展成為公司拓內銷的試金石，此後更加積極參加內地展會開拓市場，現在內地電商紅火，近半年來一直在尋找內銷直播帶貨，以促進電商銷售。因內地市場帶來的貢獻，預計2023年

銷售額將達到5,000多萬港元。公司兩年來已在深圳設有辦公室，並參加了2023年11月在上海舉行的進博會，2024年將進一步加大開拓內地市場，如果2024年深圳仍舉辦「港·潮流」購物節的話，公司仍會積極參加，並且會擴大參展規模。

汽車零件企工博會反應不錯

同樣，通過展覽把握內地機遇的還有香港鑄造業。近五六年來，內地新能源汽車快速發展，並成為全球最大的新能源汽車生產國、出口國和消費國。從事新能源汽車部件等產品研發和生產的港企嘉瑞國際控股，近幾年來發展不錯。2023年11月中旬起，嘉瑞國際拓展中心總監陳善榮就一直忙碌地帶領團隊，為參加同月月底在深圳舉行的「2023 DMP大灣區工業博覽會」作準備，這也是三年疫情後重新舉行的大型展會。此次參展期間他們收到三四百家新老客戶的諮詢，與公司達成意向合作的客戶有二三十家，客戶以內地為主，也有一部分國外客戶，感覺效果還不錯。

陳善榮稱新能源車行業目前在內地是亮點，展會人流量比預期要多，展現了公司在新能源汽車壓鑄零件的研發、設計、製造等優勢，現正加強內部人員培訓和擴大汽車零件開發團隊，準備發展更多業務。

港企瞄準深圳會展機遇 力拓大灣區版圖



◆2023年5月底的「港·潮流」購物節，香港一服裝企業商品獲得許多深圳市民青睞。

港企2023年參與深圳展覽情況

展覽名稱	舉辦時間	參展港企數量	業務特色
2023深圳國際漁業博覽會	5月11至13日	20多家	飼料、養殖和捕撈
「港·潮流」購物節	5月26至28日	近80家 130多品牌	保健食品、服裝和智慧家居
DMP大灣區工業博覽會	11月7至30日	逾百家	鑄造、模具、三維打印
深圳金融博覽會	12月16至18日	10家	融資財富管理和家族辦公室
大灣區老字號(文化)博覽會	12月16至18日	19家	食品、保健和金融等

整理：香港文匯報記者 李昌鴻

港企辦大灣區工博會 助力國產機械「走出去」

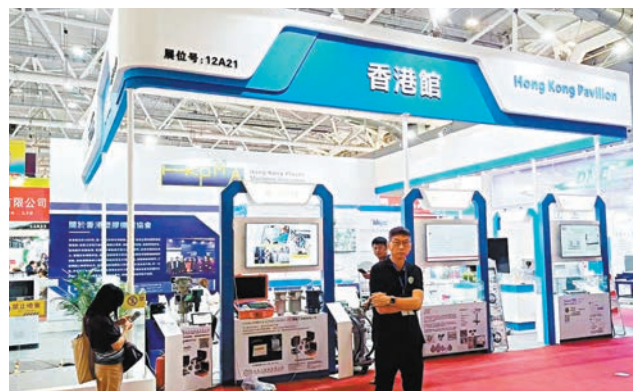
舉辦多年「DMP大灣區工博會」的港企訊通展覽董事長梁天富，早在1989年開始在香港舉辦工業展，以滿足製造業從原料到設備的需求。1993年，他看到當時珠三角製造業快速發展，蘊藏大量的展覽業務機遇，便將展覽轉到廣州，後來落戶東莞厚街，20多年來促進了珠三角模具、塑膠、工業科技和生產工藝的合作與發展。2019年深圳國際會展中心投入使用，因臨近東莞，加上深圳先進製造業的優勢，他便將展覽遷移到深圳。經過38年的發展，訊通展覽團隊也從剛開始的五六個人發展到現在的100多人。公司還在福建福州和越南也有工業展，現在一年舉辦10個展覽，大部分在內地舉行。

參展商讚規模大人氣旺

談起2023年11月底舉行的工博會，梁天富表示，此次展會聚焦「智能化、綠色化主題」，着重展示5G、人工智能、大數據、雲計算、物聯網等新一代信息技術和設備。許多香港參展商都稱讚展會規模大人氣旺，效果較想像中要好，此次香港鑄造業總會、香港模具協會等超過30多個香港商會帶領上百家會員企業前來參展。不少港企表示，通過展會尋找到了一些合作機會。

「一帶一路」客戶紛至沓來

讓梁天富記憶最深的是，剛開始舉辦展覽時，當時中國機械工業並不發達，許多設備需要從歐美進口，港商紛紛代理銷售國外先進設備，助力中國製造發展。然而，近十多年來，隨着科技創新和高科技產業迅速發展，內地先進機械設備可媲美歐美同類設備，因性價比較高，加上香港也沒有工業展，許多「一帶一路」沿線國家客戶紛紛前來工博會訂購中國生產的機械設備，親身見證中國先進設備從進口轉向出口的蛻變。



▲工博會上，香港模具協會6家會員企業組成香港館，吸引客戶關注。

▲香港三維打印協會帶領會員北上深圳赴工博會參展，挖掘業務機遇。



◆歐曉峰表示，2023年5月底的「港·潮流」購物節試水內地市場，增強了他拓展內銷的信心。
香港文匯報記者李昌鴻攝



◆嘉瑞國際拓展中心總監陳善榮稱公司通過展覽獲得了不少客戶。
香港文匯報記者李昌鴻攝

港眼鏡商轉戰內地市場 內銷比例倍增

上月(2023年12月)舉行的「2023FAST深圳眼鏡時尚周」吸引了不少港資眼鏡企業積極參展，在展會上展示了個性化的設計和鈦金屬等優質時尚產品。一些參展港企表示，以前主要是出口海外，現在也着力加大內地市場開發。有參展港企表示，2023年內地市場增長達一倍。

一家參展港企負責人李先生說，工廠設在龍崗區橫崗，有70多人，一直從事外貿，對接歐美客戶，給法國一些品牌代工，主打鈦金屬架，具有高彈性耐腐蝕優點。2022年公司銷售收入3,000多萬元人民幣，目前外貿業務較以往差，故現在轉型拓展內銷多一些，主要是線下找代理銷售，2023年內銷比例達到40%，較2022年增長一倍，因此深圳眼鏡展是他們不容錯過的機會。

內地市場消費力強

港企Donnicye有關負責人表示，香港知名藝人甄子丹是公司品牌投資人之一，公司只負責設計和品牌推廣，生產由多家工廠代工，眼鏡具有個性化設計和定製等優勢。以前公司主要出口東南亞，因內地市場大消費力強，整個市場在增長，因此公司加大內銷力度，2023年增長幅度達50%。

眼鏡企推聯名款產品拓內銷

香港眼鏡品牌A Society有關負責人周小姐表示，



◆2023年12月中旬在深圳舉行的眼鏡展吸引多家港企，他們紛紛加大拓展內地市場，有的內地港企市場份額增長一倍。
香港文匯報記者李昌鴻攝

公司在深圳工廠有500人，產品品質較好，採用鈦金屬和板材等，太陽鏡、平光鏡和近視鏡架出口歐美。為了提升品牌影響力，公司與不同藝術家、音樂家合作，推出藝人聯名款產品。2023年公司加大了內銷拓展力度，參加了上海和深圳等地眼鏡展，以期擴大內地市場份額。

模具協會抱團參展 發揮產業鏈優勢

香港文匯報記者參加多個展會時看到，港企過去多數是單獨各自參展；而在2023年11月底舉行的工博會上看到，香港模具協會旗下多家會員企業組成香港館聯合展示。該協會會長、鴻利達創始人蔡俊傑表示，香港模具協會會員企業有150家，因內地消費升級、新能源汽車、醫療健康、精密製品和電子等產品需求強勁，工博會提供了一個很好的交流與展示平台。會員企業很多都已經進行了技術升級，不少企業具有工業4.0生產優勢，可以快速地響應市場需求。

蔡俊傑強調，香港模具協會在展會上抱團參展，為客戶提供上下游產業鏈協作服務，可以為客戶降低成本和提高效率，這樣便增添了對港企的吸引力。此次展會，協會會員提供從材料、工藝、模具、注塑生產到產業鏈協作服務，他給記者展示由彩色硅膠製成的小杯，就是由百科機械、鴻利達等多家企業聯合生產的，生產工藝涉及到注塑、模具、精密製造，材料和產品表面處理等，「只有抱團發展，才能更好地促進港企上下游合作。」

參展助展示品牌吸訂單

談到自己公司參展效果時，蔡俊傑表示，公司



◆香港模具協會蔡俊傑表示，工博會上香港模具協會會員企業抱團形成上下游產業鏈協作。
香港文匯報記者 李昌鴻攝

在此次展會公司收穫大量客戶查詢，達到意向合作的有兩三個，主要是模具和精密製造等。

另一邊廂，百科機械總經理李鋒表示，公司的優勢是材料和控制系統，研發的型注塑機採用油電混合，可以節省能源和提高效率。目前公司業務表現不錯，此次工博會吸引了不少訂單，參加展會可以展示品牌和帶來合作機遇，以後重要的相關展會公司都會積極參加。