

# 擁抱跨境電商機遇 港企須更積極作為

香港生產力促進局昨宣佈於「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」(「BUD專項基金」)下增設「電商易」,讓企業可於基金700萬元的累計資助上限中,運用當中100萬元在內地推行電商項目。發展跨境電商、低空經濟等數字經濟,是大勢所趨,對比內地數字經濟飛躍發展,港企急需追趕。商界要用好政府資助,通過與內地合作,更主動擁抱機遇、積極作為,政府要協助商界溝通內地、破除制度障礙,助港企開拓有香港特色的網上產業;更可發揮香港融資優勢,與銀團合作發展自主品牌跨境電商等,增強本港數字經濟競爭力。

內地數字經濟發展如火如荼、一日千里,以低空經濟為例,廣州華南理工大學昨日已用無人機運送首批高考錄取通知書到考生所在的黃埔區,全程只需40分鐘;內地網上零售額每年高達14萬億元人民幣,近年內地電商巨頭紛紛出海,阿里巴巴旗下天貓、外賣平台美團等已進軍香港。對比內地,香港新經濟如電商、低空經濟等領域發展進展不明顯。根據政府統計處公布數據,2022年電子商務銷售額佔香港零售業的總銷售額接近10%,按年上升21%,但相比其他市場,網上銷售仍處於起步階段。放眼全球電商滲透率,目前內地、美國及韓國已達30%至40%,香港僅約5%至10%,顯示香港電商發展亟需追趕,但亦顯示香港發展有廣闊空間。

本屆政府重視發展數字經濟,今年1月29日成立跨部門的「電子商貿發展專責小組」,推行政策支援中小企業進行電商業務以拓展市場。今次「電商易」啓動,正是政府支持企業發展數字經濟邁出的重要一步,為商界進軍內地電商市場帶來激勵和動力。「電商易」資助讓本港中小企業利用內地電商平台推廣香港產品至內地,資助範疇包括建立網上

銷售平台、廣告投放、流動應用程式、建立/優化公司網頁等。「電商易」的資助以配對形式發給予獲資助企業,每個項目資助上限為100萬元。所有「電商易」的獲批項目須於24個月內完成。

目前香港產品進軍內地,擁有CEPA政策優勢,但傳統進出口及批發零售亦面對很大挑戰,通過跨境電商發展進出口貿易是新趨勢。特區政府為港企提供資助,為他們善用電商平台進軍內地市場帶來誘因,港企要善用政府資助、更加積極主動地擁抱跨境電商機遇,積極主動投身數字經濟大潮發展壯大。

應該看到,當今數字經濟發展,新產業需要新辦法,企業單打獨鬥,難免事倍功半,需要政府更多引導搭台,消除制度障礙,提供更有利鼓勵發展電商環境。一是政府可作為中間人與內地電商巨頭合作,為香港產品進軍內地市場搭建專有平台,開拓香港特色的網上產業。目前香港的保健品、中醫藥產品、化妝品、健康食品、生活家品等在內地較受歡迎,政府可考慮在8月舉行的「香港好物節」的基礎上,在內地多個電商平台常設香港商品平台,為港商善用CEPA優勢分享內地龐大內需市場紅利提供服務。

二是政府和銀團合作,打造香港自主品牌的跨境電商平台。發展跨境電商,需要龐大資金,正可發揮香港融資優勢;同時發展跨境電商涉及眾多政策銜接,需要為政府和高效市場更好結合,如要企業安心與電商買家進行交易,需要香港出口信用保險局為出口商提供保障服務,跨境數據流通、跨境電子支付等亦需政府與中央做好協調對接等。當今發展數字經濟已是勢所趨,只要政府與商界展現雄心、協作拓展,香港數字經濟不僅可追趕,亦有望後來居上。

## 文匯社評

WEN WEI EDITORIAL

# 徹查女童縫針危殆原因 維護公院公信力

在仁濟醫院縫合頸部傷口後心臟驟停的女童心悅仍然留醫深切治療部,情況危殆,醫管局行政總裁高拔陞昨日就事件致歉,指心悅現時需要很多治療支持,又指經檢查未發現她有隱疾,不會排除任何成因。此次事件原因何在,家屬和醫院各執一詞,引起社會廣泛關注。醫管局作為專責管理部門,必須徹查原因並提供具公信力的報告,既還家屬公道,亦有助採取有效措施杜絕此類事件重演,維護公眾對本港公共醫療機構及整體醫療服務的信心。

此次事件中,女童接受縫針治療的手法,女童父親與醫院說法似乎有明顯出入。對於事件是否因人為疏忽引起,昨日醫管局行政總裁高拔陞稱警方已介入調查不便評論,他又說,女童的基因檢查結果陰性,暫時無發現她有任何隱疾導致事件發生。高拔陞聯同仁濟醫院行政總監張志峰等,多度就事件向女童及其家屬致歉,重申醫護人員會盡力醫治,並為家屬提供協助。既然醫管局承認,暫無發現事件與女童自身疾病有關,公眾更想知道事件的真正原因何在、誰人需要負責。

協助女童家屬的立法會議員陳穎欣指,正常情況下如一般人因外力而令其氣道有任何阻塞,都有可能,在很短時間內出現窒息的情況,她促請醫管局、仁濟醫院成立根源分

析委員會,並由專家、其他醫院的相關專科醫生等展開獨立調查,查出心悅心臟驟停、缺氧的原因。立法會衛生事務委員會主席陳凱欣亦認為,事件反映院方未有與病人充分溝通,建議醫管局應與家屬再聯絡以了解其想法;另要重新定性事件,成立委員會獨立調查有否涉及人為疏忽。關注病人權益的社區組織協會幹事彭鴻昌亦指,醫院雖有提到會邀請專家研究,惟未提會否有其他醫院的醫生參加,認為如能就事件設立根源分析委員會調查事件原因會比較穩妥。

今年年初,公立醫院兩個月發生3宗嚴重醫療事故,包括廣華醫院醫護未有及時發現病人呼吸機喉管鬆脫、聯合醫院醫護未按醫生指示為病人檢查維生指數,以及博愛醫院切錯子宮,醫管局成立了根源分析委員會調查事故原因,並承諾調查結果出爐後會公布。

公立醫院肩負為本港市民提供優質醫療服務的重任,是保障市民安康的重要支柱,公立醫院管理透明負責,有利保持市民對公營醫療的信心。醫管局負責管理全港公立醫院及相關醫療服務,公眾希望局方對此次事件獨立深入調查原因,釋除病人家屬及公眾對公立醫院服務的質疑,亦有作出針對性改革,進一步改善服務,避免同類事件發生。

# 電商易 最多資助 100 萬

## 可用於開網店優化 App 等 助港企拓內銷市場

香港生產力促進局昨宣佈於「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」(「BUD專項基金」)下增設「電商易」,讓每間企業可於基金700萬元的累計資助上限中,運用當中100萬元在內地推行電商項目。商經局局長丘應樺昨主持啟動禮時表示,「BUD專項基金」今年上半年已批出接近1,000宗申請,涉及約7.3億元資助額,比去年同期上升逾三成。政府鼓勵企業透過全新的「電商易」及一系列優化措施推行電商項目,積極把握內地電商市場所帶來的機遇,拓展潛力巨大的內銷市場。

◆香港文匯報記者 莊程敏

特區政府不斷優化支援中小企措施,新推出的「電商易」,讓企業可利用相關資助於第三方網上銷售平台設立網店及投放廣告、製作或優化流動應用程式,以及於企業網站增設電子支付功能。每間企業「電商易」的累計資助上限為100萬元,會以配對形式向企業提供資助,企業可選擇申請高達核准政府資助額75%的首期撥款,所有獲批項目須於24個月內完成。而有別於「BUD專項基金」的一般申請,「電商易」項目下各細項均不設個別資助上限,可為企業提供更更具針對性的支援。

### 獲批項目須於24月內完成

除「電商易」外,企業可繼續經一般申請或「申請易」途徑申請「BUD專項基金」的資助,以促進其在內地和其他已與香港簽署自由貿易協定及/或促進和保護投資協定市場的業務發展。每間企業在「BUD專項基金」下的累計資助上限將維持於700萬元。

丘應樺昨日指出,全球電商業務發展迅速,而內地電商市場發展尤其蓬勃,政府推出「電商易」,讓企業靈活運用最多100萬元資助推行電商項目,進一步支援它們拓展潛力巨大的內銷市場。為進一步推廣「電商易」和增加中小企業對電商的了解,中小型企業委員會將舉行座談會,邀請業界代表分享經驗,貿發局、信保局及生產力促進局的代表也會介紹其支援電商的措施,協助中小企業利用電商提升競爭力。

他還提到,貿發局在8月份透過電商平台,推出「香港好物節」,協助中小企業透過「香港好物節」打響「香港品牌」,提升香港產品和品牌在內地的知名度,拓展內銷市場。

### 可緩解中小企資本不足

出席啟動禮的生產力局首席營運總監林芷君表示,傳統產業例如進出口及批發零售業於推動業務升級轉型或會面對較大挑戰,她鼓勵企業,特別是中小企可運用100萬元資助推行電商項目,相信新措施有助緩解中小企業資本不足的問題,有助推動進出口貿易。

根據政府統計處公布的數據,2022年電子商務銷售額佔香港零售業的總銷售額接近10%,按年上升21%。然而,進入2023年之後,隨着疫後線下消費的復甦,零售業網上銷售的佔比逐步回落,2023年電子商務銷售額佔香港零售業的總銷售額約8%,按年下跌5.9%。分析指出,相比其他市場,香港企業使用網上銷售仍處於發展階段。有市場調查指出,全球電商滲透率方面,目前中國內地、美國和韓國等已經達30%至40%,香港僅約5%至10%,預計香港的電商滲透率未來幾年將會穩步增長。

### BUD上半年批出7.3億資助

另外,丘應樺還提到,為加快審批涉及特定措施而資助金額較低的「BUD專項基金」申請流程,去年6月「BUD專項基金」推出了「申請易」,截至上月底,透過「申請易」批出接近300宗申請,涉及超過2,100萬元資助額。「申請易」處理申請的時間亦較「BUD專項基金」其他一般申請大幅減半,只需30個工作天內便可完成。此外,「BUD專項基金」的其他一般申請數字亦持續上升,今年上半年,已批出接近1,000宗申請,涉及約7.3億元資助額,比去年同期上升逾三成,充分反映「BUD專項基金」能有效協助企業拓展香港境外市場。資料顯示,「BUD專項基金」於2021年推出,現時的資助地域範圍已擴大至39個經濟體,批出的總資助額超過51億元,受惠企業超過5,600家。



### 「電商易」申請內容撮要

- ◆ 資助會繼續以配對形式發給予獲資助企業。
- ◆ 獲資助企業可選擇領首期撥款,每個項目資助上限為100萬港元。
- ◆ 所有「電商易」的獲批項目須於24個月內完成。
- ◆ 一站式政府資助資訊網上平台「資助易 BIZ Expands Easy(BEE)」及優化申請資助流程的「資助通 BEE ePass」,為資助申請提供便捷申請途徑加快審批申請。

製表:香港文匯報記者 莊程敏

丘應樺(右二)指,「電商易」可讓企業靈活運用資助推行電商項目,進一步支援其拓展內銷市場。

### 個案1

## 母嬰產品初創:借社交平台推廣

BORRN總經理王碩欣昨指,公司是一家生產母嬰產品的初創企業,作為新品牌進軍內地母嬰市場,需要從新的領域開始。他們了解到內地消費者喜歡通過社交平台(如小紅書和抖音)了解和比較產品,因此,自2022年開始,便選擇以跨境電商模式進入市場。公司利用天貓、小紅書、抖音等平台進行推廣,並取得了一定的成功。他續指,BUD專項基金對他們的發展起到了重要作用。「我們能夠申請資助,聘請天貓店長、設計師及市場營銷人員。此外,BUD專項基金還包含了產品檢測費用,讓我們能夠更好地遵守內地和香港的法規要求。」

王碩欣續指,BUD專項基金亦提供他們在網上平台推廣費用的資助,例如「關鍵字搜尋」、博主宣傳等。另外,香港生產力促進局亦提供了很多幫助,

例如協助申請方面的問題等。對於新推出的「電商易」,比以往更專注幫助電商企業,他相信將會加快公司在天貓、淘寶開店的計劃。

對於中小企想發展內地業務,他建議第一步是要先了解市場情況。在內地做生意和在香港有很大不同,無論是法律、稅務還是消費模式都不一樣,如果貿然進入,很容易遇到很多問題,因此,第一件事是通過各種渠道,例如朋友、商會等,多發問問題,這樣才能有充分的準備;其次,應該先進行小規模嘗試,看看產品是否適合內地市場,方法和人手是否合適,在確認可行後,再加大投入;最後,應多了解情況並積極利用政府的資源和服務,這樣效率會更高,因為政府的支持更像是在後方扶持企業,讓公司有機會去發展這個高風險市場。

### 個案2

## 健力清潔器材:設電商團隊開拓業務

健力清潔器材執行董事吳永新昨介紹,公司成立於上世紀八十年代初,至今已擁有40多年的歷史,專注於引進歐美先進的清潔技術及機械,並在香港市場進行推廣。在中國改革開放後,公司業務在上世紀九十年代迎來了高速發展期。不過,公司也經歷了許多困難,包括進口產品違法競爭的挑戰,隨後,從一間以營銷為主的公司,轉型為自主研發品牌的科技公司。儘管轉型過程艱難,但最終仍站穩了陣腳。

他指出,公司在內地市場的電商發展迅速,作為公司的一個品牌,必須開拓這條路。因此,公司成立了電商團隊,

並考慮到客服、運營、包裝等各個環節的需求。此外,公司獲得了BUD專項基金的資助,這讓他們能夠更自信地進行電商發展,目前已在天貓、京東、抖音等平台上開展業務。總體而言,BUD專項基金不僅提供資助,還給他們提供強大的後盾,幫助克服各種困難。他很感謝這個基金的支持,並希望能夠依靠電商拓展更大的市場。

吳永新建議,如想進軍內地市場,要先清楚自己「想點」,並對內地電商市場提升認知,因內地電商模式變得很快,再找尋政府及生產力局等幫助,相信會事半功倍。

◆文:香港文匯報記者 莊程敏

## 卓悅開 Beauty Outlet 加強線上+線下業務



卓悅奧特萊斯上星期六在荃灣卓悅大廈開幕,是一個「線上+線下」體驗的新嘗試。

香港文匯報訊(記者 蔡競文)卓悅控股(0653)是香港較早開始電商業務的企業,集團旗下卓悅奧特萊斯 Beauty Outlet 上星期六(13日)在荃灣卓悅大廈開幕,進一步實現卓悅香港貓 HKMALL(香港貓)線上線下新零售消費模式。

卓悅主席陳健文表示,卓悅奧特萊斯是一個「線上+線下」體驗的新嘗試,為商家提供場地一同「共建+共享」,與旅遊商會合作讓商家從另一視角去檢視產品銷售反應、會員系統服務等,以及讓商家通過香港貓平台所提供跨境保稅倉服務,成功觸達內地市場,以更好地以線上與線下營運相互融合營運模式,提升消費者的購物體驗。

### 助商家進行跨境銷售

出席開幕儀式的香港化粧品同業協會會長謝景霞提及卓悅的努力,比如現場卓悅為所有商家免租,讓商家的產品以優惠的價格在卓悅奧特萊斯這樣的平台銷售。她說卓悅不僅為業界商家的貨物提供銷售貨窗,還令消費者獲得更便宜的产品,亦在服務市民之餘協助商家解決跨境發展要面對如稅基、關卡及運輸等問題,協助商家將商品銷往內地,獲得更好的發展。