

「香港好物節」助港貨北上

逾230品牌下月登內地電商平台 網紅直播帶貨

為配合2023年施政報告有關協助香港中小企拓展內地電商業務的措施，香港貿發局8月1日至31日於內地主要電子商貿平台舉辦首屆「香港好物節」。貿發局助理總裁梁國浩昨表示，希望透過「香港好物節」幫助港商把握內地電商平台的豐富客源和流量，提升香港產品及品牌在內地的知名度，以群聚效應擴大宣傳效果，同時為他們提供更多機會開拓內地市場。

◆香港文匯報記者 岑健樂

◆財政司司長陳茂波親自拍攝宣傳片，為「香港好物節」作推廣。



「香港好物節」昨舉行啟動禮，梁國浩在記者會上指出，內地市場發展一日千里，尤其電子商務越趨蓬勃，透過直播帶貨、即時零售、社交電商等多元化網上渠道購物，已成為不少內地消費者的新常態，當中更涉及不少學問。然而，香港不少中小企不熟悉內銷商文化及營銷渠道，特別是電商方面，成為他們的最大痛點。今次舉辦「香港好物節」，就是希望藉着活動為港商累積實戰經驗，為拓展內地電商業務作好準備。

助港商累積北上實戰經驗

他介紹，「香港好物節」以「上新生活，香港甄選」為活動口號。其中，「上新生活」是新上架的意思，也有為生活帶來新物品、增添新意的美好願望；而「香港甄選」則正好表達為消費者提供精挑細選的香港優質商品。

梁國浩表示，「香港好物節」合共有超過230個品牌參與，反應踴躍，涵蓋6個主要類別，包括服裝配飾、個人護理化妝、生活用品、經典食品、數碼潮玩、滋補養生保健產品，同時亦會為消費者推介適合銀髮市場的產品，以及提供特色產品及折扣優惠。

陳茂波盼可擦亮香港品牌

「香港好物節」獲特區政府全力支持，財政司司長陳茂波更親自拍攝宣傳片作出

推廣。他表示，「香港」這個品牌，一向以高質素見稱，港貨在內地和區內享有一定的品牌價值。這次貿發局首次舉辦「香港好物節」，一方面充分發揮香港背靠祖國超規模市場的優勢，助力香港中小企接觸內地新客戶群，開拓內地市場，為業務發展注入新動力；另一方面，內地消費者能直接便捷地購買到優質的香港產品。同時，也協助不同的香港產品更廣泛地打入內地市場，擦亮香港品牌。

好物節活動分兩部分進行

據梁國浩介紹，「香港好物節」活動將分成兩部分：第一部分是橫跨8月1日至31日的「優惠月」，屆時「香港好物節」官方網頁將羅列參與公司的品牌、特色產品、折扣優惠等。另外，香港貿發局亦將於包括小紅書、抖音、淘寶及京東等不同渠道投放廣告，藉以增加官網的瀏覽量，再將流量引至港商網店。

活動第二部分是直播帶貨，香港貿發局於8月下旬將邀請約20名內地知名主播在內地大型電商平台為60家品牌主持直播帶貨，直接將港商產品推廣，讓更多內地客認識，同時為從未嘗試直播帶貨的港商提供實戰機會，了解內地電商平台及數碼營銷的運作，幫助他們進軍內地市場。

藝人馬國明昨日亦有現身啟動禮，推廣香港品牌及「香港好物節」。



◆梁國浩(右二)指，「香港好物節」合共有超過230個品牌參與。左一為蔡志輝，左二為馬國明，右一為姜凱恩。
香港文匯報記者 岑健樂 攝

商戶個案

澳至尊：自己獨力推廣成本效益有限

健康產品品牌澳至尊，已有多年開拓內地市場的經驗，澳至尊國際控股(2031)創辦人、董事局主席及行政總裁蔡志輝昨分享到，內地市場競爭其實相當激烈，單憑公司自己宣傳推廣，成本效益有限，所以他對貿發局舉辦「香港好物節」感興奮，認為在與食品相關產品上，基於對產品質量與信譽上的要求，不少內地消費者對香港品牌情有獨鍾，而透過貿發局幫忙協調與內地知名電商平台及KOL合作，有助香港品牌更有效率地提升知名度，從而更好地開拓內地市場。

蔡志輝表示，公司過往曾經自己投放資源在內地開拓市場，包括與內地的連鎖店合作，甚至自己開店鋪銷售公司旗下產品，不過當中的營運成本相當高，而且難以有效管理。雖然公司其後亦有與內地KOL合作進行直播帶貨，以及在內地主要電商平台開辦旗艦店，令產品銷量有所提升，但內地市場競爭相當激烈，單憑公司自己進行宣傳推廣，難以在內地大幅提升品牌知名度，成本效益有限。

太古糖業：參加好物節提高新產品知名度

太古糖業總經理姜凱恩昨表示，現時公司旗下產品已經為內地的星巴克門店與部分五星級酒店所採用，不過在消費者日益注重健康的大環境下，除了糖相關的產品外，公司亦有與時並進，推出一些具健康理念的產品，包括天然代糖與功能性軟糖等，不過這些新產品在內地的知名度相對較低。因此，她期望公司能夠透過參與「香港好物節」進一步開拓內地市場，令更多內地消費者認識公司旗下不同類別的產品。

文：香港文匯報記者 岑健樂

港企拓電商 最多可獲100萬資助

香港文匯報訊(記者 蔡競文)為支援香港公司透過發展電子商貿業務拓展內地市場，特區政府周一(15日)在「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)下推出「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。

「電商易」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。

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或促進和保護投資協定的市場的業務發展。每家企業在「BUD專項基金」下的累計資助上限將維持於700萬元。

丘應樺籲企業把握電商機遇

商經局局長丘應樺當時表示，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。他鼓勵業界好好利用措施，積極把握內地電商市場帶來的機遇，拓展業務版圖。

生產力局首席營運總監林芷君亦表示，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。

港電商滲透率具增長空間

香港文匯報訊(記者 岑健樂)據國家統計局數據顯示，2023年全國網上零售額達到15.4萬億元(人民幣，下同)，按年增長11%。其中實體商品網上零售額達13萬億元，按年增長8.4%，佔整體社會消費品零售總額27.6%，反映內地電商市場龐大。

相對於內地而言，香港的電子商務滲透率明顯較低，有不少潛在增長空間，根據特區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%。

不過，早前有分析指出，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。

中小企總商會倡港店創新 加強消費體驗

香港文匯報訊(記者 莊程敏)內地最近推出多項惠港政策，包括開放更多「個人遊」城市及提高內地客的免稅額，提振香港的零售及旅遊業。香港中小型企業總商會會長黎卓斌接受香港文匯報訪問時指出，「我最近去了幾個旅遊景點，如尖沙咀和銅鑼灣，在措施公布後零售情況的確較以往改善，特別是價格適中的商品，如化妝品和食品。然而，高端產品銷售仍未見明顯改善。」他建議，商戶也要思考如何增加店舖的特色和新鮮度，以吸引更多消費者。

黎卓斌認為，對於相關免稅額的提升，主要對零售業有提振作用，餐飲業則是間接受惠，因多了旅客來港消費，亦會帶動食肆需求。不過他坦言，措施公布不久，未必有太大的效果。他續指，調升免稅額額無疑會增加內地消費者的消費意慾，但如果是購買奢侈品，額度則需要再提升。他相信，最能受惠的應是一些中價的店舖。

他表示，目前香港的消費市道仍偏疲弱，建議為了吸引更多香港本地和內地的消費者，店舖需要在經營模式和產品上進行創新。例如在餐飲行業，可以在點心的創意和呈現方式上作一些新嘗試。「最

近我訪問了一些餐廳並觀察到，他們在點心的擺盤和製作方式上引入了創新，這不僅吸引了顧客的目光，也提升了消費體驗。這種創新和改變都是非常值得推廣的。」

珠寶業：可效法澳門建度假村

從事珠寶製業的楊先生接受香港文匯報訪問時指出，目前製造業訂單低迷，公司亦正打算以電商拓展零售生意。他指出，新推出的免稅額提高措施在珠寶業界得到不少好評，很多業界都向其反映生意有好轉。不過他認為，對於來港購買貴價手袋的旅客，額度則宜再提高一點。

他續指，香港物價昂貴，很多人會去澳門購物，澳門似乎吸引更多，他認為香港應效法澳門，發展更多大型度假村的觀念，這是香港所欠缺的地方。他又指製造業正經歷低迷，公司主要做歐美市場，訂單較以往少近一半，亦有很多工廠關閉，於是公司希望通過一些平台開發其他市場，主攻東南亞市場等。

楊先生又認為，物價是最影響消費者意慾的因素，很多以前來香港購買電器產品的人現在選擇在

內地購買。「例如iPhone，內地的iPhone減價後，銷售增長幅度接近四成，而香港的iPhone售價卻高過內地。」

飲食業：冀政府提供晚市補貼

從事飲食業的周小姐亦表示，開放更多「個人遊」城市及提高內地客的免稅額等措施會間接促使更多人來香港消費，對飲食業務也會帶來一些實益。不過目前看來，香港的飲食業還未能恢復到疫情前水平，她估計至少仍差二三十個百分點的銷售額。「北上消費是一個因素，自從疫情以來，全球經濟都走下坡路，當收入下降而物價上漲時，消費者自然會選擇更便宜的地方進行消費，這是正常現象，無可厚非。因此，香港人也需要更加努力。」

她指出，為應對市道差，餐廳亦希望減少支出，例如增加數碼化提高運營效率，「如果有客人是素食者，他們可以通過WhatsApp告訴AI，AI會自動安排餐單，這可以減少大量人手。不過，人始終有其不可替代性，尤其是在需要個人服務和情感連接的場景裏。」

周小姐續指，特區政府早前舉辦的夜經濟活動，



◆黎卓斌建議，商戶也要思考如何增加店舖的特色和新鮮度，以吸引更多消費者。
香港文匯報記者莊程敏 攝

譬如夜市，那些店舖需要支付額外的夜班費用，但收支未必能平衡，「做夜市的時候，營業到晚上十點半，但因為香港人已經習慣了早早回家，所以未能顯著增加收入。」歸根究底做生意還是要講究成本效益，她建議政府能為晚上九時後營業的店舖提供補貼，政府最近一些措施，例如在七一提供免費電車和博物館活動，就可以吸引到一些顧客，當然執行上還要改善，如要做到不用排長龍，政府要思考進一步提升這些活動的實施效果。