

港產品最受泰國印尼消費者追捧

貿發局：35%受訪者指性價比高 電子消費品最受歡迎

在美國最近對中國及中國香港商品加徵 10%關稅大環境下，港企加大力度拓展新市場已是必然之舉。特區政府今年將「電商易」資助地域範圍擴至涵蓋東盟 10 國，貿發局昨公布「東盟電商機遇：消費行為與香港產品定位」研究顯示香港企業在東盟市場具有優勢，可借助新財政預算案中有關推動電子商貿發展的政策，在東盟開拓商機。貿發局研究總監范婉兒指，東盟消費者樂於透過各種網上渠道購買香港品牌及產品。香港中小企可特別留意泰國和印尼市場，這兩個國家的消費者對香港產品有很高的評價。

●香港文匯報記者 莊程敏

貿發局的「東盟電商機遇」面向東盟 6 個主要市場，即印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國及越南，結果顯示，香港品牌及產品深受當地消費者青睞，其正面的觀感將推動今後貿易顯著增長。在這些國家中，約有七成受訪者表示，過去 12 個月至少網購過一件來自香港的產品。年輕消費者尤其喜愛香港產品，當中以 18 至 29 歲年齡群對香港產品的評價最高。香港各類電商產品中，最具吸引力的是電子消費品，獲 70% 的受訪者青睞，其次是時尚產品(38%)，及化妝品 / 個人護理產品(34%)。

范婉兒認為，這對香港電子消費品企業來說無疑是一大喜訊，多年來電子消費品都是香港的強項之一。

東盟消費者認為香港品牌及產品的吸引之處主要有三點。首先，約 35% 受訪者認為，比起來自其他市場的產品，香港產品售價更為相宜，性價比更高。其次，有 33% 受訪者特別欣賞香港產品能巧妙糅合亞洲及西方元素。最後，有 32% 的受訪者表示，網上售賣的香港產品設計時尚。

逾八成泰國受訪者最近曾買港產品

研究亦發現，新加坡、泰國及馬來西亞網購人士在香港產品的平均消費額最高。以香港電子產品為例，新加坡消費者每次購物的平均支出為 371 美元、其次是泰國（276 美元）。6 個東盟市場中，以泰國消費者最為追捧香港電商產品，有 81% 的相關受訪者表示曾於過去 12 個月網購香港產品，其次是印尼（73%），及菲律賓（69%）。

年齡分布方面，以 30 至 49 歲的網購人士平均消費最高。另外，在 18 至 29 歲的網購人士中，平均有 76% 受訪者曾於過去 12 個月網購香港產品。相關比例在 30 至 49 歲的年齡群微跌至 72%，並進一步在 50 歲及以上組別降至 52%，反映即使是較為年長的族群，也有過半受訪者喜歡經網上渠道購買香港產品。

泰國新加坡消費力較強

范婉兒指，港商在了解哪個市場最有潛力時，不能以單一指標決定，而是取決於產品本身的類型、目標客群和特性等。例如，對於電子產品，越南市場的消費力最高，但其消費支出相對較低，這意味着價格較高的電子產品可能較難進入該市場。相較之下，泰國和新加坡的消費力更為突出，因此這些因素值得企業考量。

在協助中小企拓展東南亞市場方面，貿發局會提供一些數據分析和市場洞察，例如專門組織講座或研討會幫助企業打入市場。此外，貿發局的活動也涵蓋海外和內地的平台交流，如在印尼雅加達舉辦的大型品牌推廣活動，旨在提升香港品牌的國際形象和影響力。

貿發局上述調查研究於 2024 年 6 月至 7 月進行，在網上訪問了 1,846 名來自東盟 6 國的網上消費者。每個國家約 300 名受訪者，受訪者年齡一般介乎 18 至 60 歲，居住於選定的主要都會區，每月會至少網購一次，年收入屬於中至高等水平。完整報告將於下周三(19 日)的亞洲品牌及營銷論壇及亞洲電子商貿論壇期間發布。



●香港貿發局研究總監范婉兒。 記者莊程敏 攝

過去 12 個月曾購買香港產品比率(%)

	全部	按地域劃分						按年齡劃分		
		印尼	馬來西亞	菲律賓	新加坡	泰國	越南	18-29	30-49	50+
電子消費品	70	76	68	71	66	65	77	73	70	67
時尚產品	38	35	32	52	34	38	36	40	39	32
化妝個人護理產品	34	29	32	37	30	40	35	37	34	29
生活品味及家庭用品	24	19	23	29	22	27	26	25	23	26
運動用品	22	21	28	16	21	26	19	22	21	22
奢侈品	18	13	12	19	16	31	16	21	18	14
玩具	18	21	17	24	15	16	17	20	19	13
家居雜貨	18	13	14	18	20	24	19	19	18	17
新鮮及包裝食物	16	17	11	15	20	22	11	17	17	13
嬰幼兒產品	15	14	16	22	15	12	12	17	16	8
非處方藥品及保健食品	14	15	13	12	12	15	16	17	13	11
寵物用品	8	7	9	11	7	7	6	10	7	7

資料來源：貿發局

拓東盟遇三大挑戰 合適拍檔最難找

香港文匯報訊（記者 蔡競文）隨着大灣區企業積極向外拓展，尋覓具規模的市場和低成本的生产基地，東盟成為大灣區企業重點發展的海外目的地。然而，在貿發局上月底發表的最新《大灣區供應鏈多元化：聚焦東盟、香港和內地的聯通性》報告顯示，企業認為難以找到合適或具備相關能力的當地服務提供者(32%)為最大挑戰，同時也關注數據安全問題(25%)和難以找到具備所需專業知識的人才(25%)。

港企關注數據安全

報告還顯示，去年調查所反映的主要挑戰，即難以掌握當地的外商投資政策及法規和文化 / 語言障礙，情況則似乎正逐步改善。然而，對消費品行業而言，文化 / 語言障礙仍然是他們面臨的主要問題之一。對工業製品行業而言，當地競爭也是重點關注的因素。商業、專業及金融服務類企業則較關注監管制度。房地產、酒店及建造業企業與科技、媒體及電訊業企業則表示在掌握當地的外商投資政策及法規方面遇到較大挑戰。

就香港企業與大灣區內地 5 個城市（廣州、深圳、佛山、東莞和中山）的企業而言，兩者同樣認為尋找合適的服務提供者是最大挑戰。不過，香港企業較關注數據安全與東盟市場分散等問題，而內地企業則表示在文化 / 語言及尋找合適人才方面遇到較大挑戰。

73%企業續拓東盟市場

綜合而言，最新報告的受訪企業皆對東盟的各項功能抱持充分信心。未來 3 年，近 84% 的受訪大灣區企業計劃維持或擴大在東盟地區的生產或採購業務，以加強供應鏈韌性，較 2023 年的 31% 上升超過 50 個百分點。另外，73% 受訪企業表示將在東盟地區維持現有或開展市場銷售業務，顯示企業仍然對東盟龐大的市場潛力感到樂觀，但較 2023 年的 85% 減少 12 個百分點。同時，有近七成企業表示會在東盟進行業務融資，有過半受訪企業表示將在東盟地區繼續營運或新設地區辦事處，以深化區內業務。另一方面，也有過半企業表示會開展研發業務，以開發適合當地的商品。

電商易資助 100 萬拓東盟

話你知 在支持中小企開拓市場方面，特區政府 2024 年 7 月推出「電商易」計劃，向有意透過各類電商渠道拓展內地市場的本地企業提供資助。2024 年施政報告宣布於今年內將「電商易」的資助地域範圍至涵蓋東盟 10 個成員國，有意透過網上銷售平台進入東盟市場的香港公司最多可獲 100 萬港元的相關資助。

鼓勵中小企發展電商

貿發局過去亦一直積極支持港商開拓電子商貿市場，旗下香港·設計廊

網上海店將於 2025/26 年度開通東盟市場，首階段為新加坡及馬來西亞，並適時拓展至泰國。屆時，參與香港·設計廊的香港品牌將可透過跨境電商形式把貨品銷售至東盟地區。

此外，貿發局亦於今年推出名為「電子商務快線」的全年計劃，加強協助中小企透過電商開拓內地市場。計劃針對港商於內地發展跨境電商業務時的痛點，透過一系列專題培訓講座和提供一對一顧問諮詢服務，促進港商加深認識內地電商及網購平台的運營技巧，為有意拓展內地電商市場的中小企業提供更全面支援。

機管局前主席蘇澤光贊成 發債開發新發展區

香港文匯報訊（記者 岑健樂）國務院總理李強於政府工作報告中提出，香港要深化國際交往合作。對此，機場管理局前主席蘇澤光昨出席新書發布會時表示，展望未來，香港的出路，是善用自身的國際化優勢，繼續積極參與粵港澳大灣區建設，更好地融入國家發展大局，同時做好內地與國際間「超級聯繫人」與「超級增值人」的角色，寄語香港年輕人應該持續努力上進，為國家發展作出貢獻。另外，他又表示，支持政府通過發債為北部都會區等大型基建融資。

2024 年從機場管理局主席一職退休後，蘇澤光仍然關注香港的經濟發展。港鐵公司早前表示，為擴展鐵路網絡，將考慮包括發債在內的不同融資方案。曾擔任地鐵公司主席兼行政總裁的蘇澤光指出，他以往經營地鐵公司與出掌機管局時的滿足感，是將公營及私營企業的經驗融合，包括通過發展鐵路上蓋物業與商場的收入支持鐵路發展與營運，以及因應當年的立法會難以通過撥款，轉為自行發債融資，興建機場三跑道系統。並指，美國於 1929 年 10 月華爾街股市大崩潰後，當時也是通過發債融資支持基建發展，令美國經濟逐步走出大蕭條的陰霾。因此，在現時香港經濟表現因中美貿易戰

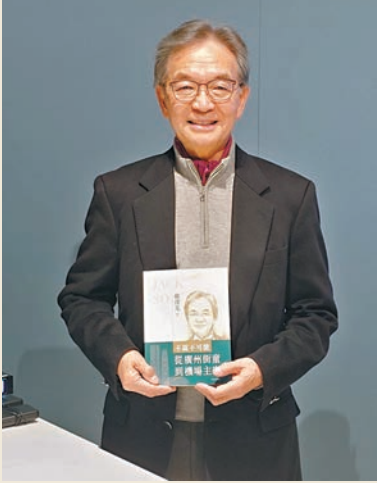
進一步升溫而面臨挑戰的情況下，他認為未來香港在推動大型公共基礎建設與新發展區開發（例如「北部都會區」）時，可透過包括發債在內的不同融資方案，「唔使次次都攤大老板問政府攞錢」。

料機場離境稅加 80 元影響不大

財政司司長陳茂波在《財政預算案》中提出，將飛機乘客離境稅由現時每人 120 元，增加至 200 元。被問到措施會否令旅客轉用深圳機場、削弱香港國際機場的競爭力時，蘇澤光表示，由於兩地成本結構不同，因此香港國際機場與深圳機場不應以「門便宜」作比較，而是要「門好」、「門叻」，務求做到最好。他表示，香港國際機場多年來積聚很多無形資產與優勢，包括航班密度高，以及高達 200 多個國際航點等，加 80 元稅對香港國際機場的競爭力沒有太大負面影響。

建議加強與歐日韓等國家聯繫

他續指，在美國總統特朗普對包括內地與香港在內的全球不同經濟體發動新一輪貿易戰的背景下，美國將會更為孤立，香港可趁勢加強與可能受美國關稅制裁影響的國家及地區之間



的聯繫，包括美國的傳統盟友歐洲、日本與韓國等，為香港未來的發展作出策劃，鞏固香港作為國際貿易與航運中心的地位。

至於在推動香港影視及文化產業發展方面，曾任電訊盈科副主席兼董事總經理、以及香港電影發展委員會主席的蘇澤光笑言目前「無橋可渡」，不過他表示注意到近年韓國政府持續大力推動文化產業發展。因此，他認為香港特區政府可繼續從中參考，包括大力支持電影發展基金，推動香港相關產業持續健康發展。

●蘇澤光表示，香港的出路是善用自身的國際化優勢，繼續積極參與粵港澳大灣區建設，更好地融入國家發展大局。
香港文匯報記者岑健樂攝

由廣州街童到企業高管 見證香港經濟轉型

蘇澤光親撰的新書《不說不可能——從廣州街童到機場主席》昨日舉行發布會。他在書中以自身經歷為主軸，輔以 128 幅珍貴歷史照片，重現香港兩次經濟轉型、內地改革開放浪潮與國際合作的關鍵時刻，見證香港半世紀風雲變幻，從一個工業城市蛻變成國際金融與貿易中心，為讀者打開一扇透視香港發展之窗。

在昨日的新書發布會上，他亦分享了自己的人生經歷。據書中介紹，蘇澤光童年時期是一個街童，曾經有愉快的遊玩時光。他於廣州居住，家中有四兄弟，他是家中長子，爸爸早年經營內河航運生意。五十年代後，12 歲的蘇澤光隨家人移居香港，全家住在九龍一個小房間，期間他苦學英文，最終成功入讀喇沙小學與喇沙書院，其後於 1969 年畢業於香港大學經濟系，為日後數十年的事業奠定下堅實基礎。

曾任職港鐵貿發局機管局

在數十年的職場生涯當中，蘇澤光曾經在政府擔任政務主任(AO)，1978 年起轉到私人機構發展。其後，他曾經於 1985 年至 1992 年擔任香港貿發局總裁，於 1995 年至 2003 年出任地鐵公司（2007 年 12 月地鐵公司更名為港鐵公司）主席兼行政總裁，於 2007 年至 2015 年 5 月擔任香港貿發局主席，以及於 2015 年 6 月至 2024 年 5 月擔任機管局主席，其後退休。

●記者 岑健樂