

# 「十五五」擴內需促進消費 內地市場商機大 貿發局「電商三招」為港企北上鋪路



國家「十五五」規劃將「擴大內需」列為戰略基點，提出要大力提振消費。香港第一個五年規劃亦提出，要在融入和服務國家發展大局取得重大進展，為國家構建「雙循環」新發展格局和進一步深化改革開放貢獻香港力量。香港貿發局總裁張淑芬在接受香港大公文匯傳媒集團與香港電台聯合製作專題節目《港好十五五》專訪時表示，內地龐大消費市場為港企帶來新機遇，而電商平台是港商進軍內地的途徑之一。貿發局特別推出「電子商務快線」，通過「三步走」策略協助港企在進入內地市場前深入了解當地電商運作模式。

● 大公文匯全媒體/香港電台聯合報道組

內地正迎來擴大消費市場的歷史性窗口期。國家「十五五」規劃綱要提出，深入實施提振消費專項行動，增強居民消費能力，改善消費意願，適應不同群體消費需求，擴大優質供給，促進全社會商品和服務消費較快增長。其中包括要增強居民消費能力和消費意願，強化品牌引領，培育國際消費中心城市，推進消費升級，推進「購在中國」。

此外，還要縱深推進全國統一大市場建設，堅決破除阻礙全國統一大市場建設的卡點堵點，破除地方保護和市場分割，促進商品要素資源在更大範圍內順暢流動。

## 「香港好物節」打通跨境電商渠道

過去五年間，中國數字消費整體規模超過23.8萬億元人民幣，連續13年成為全球最大的網絡零售市場。一直支持香港企業拓展內地市場的張淑芬認為，內地擴大內需、提振消費，不僅為內地企業帶來商機，港商同樣大有可為。

不過，張淑芬亦提醒，目前內地電商市場競爭異常激烈。港商在開展電商業務之前，首先要了解自己的產品和服務是否適合通過電商形式進入內地市場。

她指出：「因為單純把產品放上電商平台，如果沒有進一步推廣，一般消費者未必能夠看到相關產品和服務。即使找到合適的KOL（網絡紅人）進行直播帶貨，當訂單量突然大幅增加時，港商能否在短時間內提升銷售額、及時供貨，也是必須要考慮的問題。」

為此，香港貿發局推出了「電子商務快線」整體計劃，通過「三步走」策略，全方位協助港企評測自身是否具備進入內地電商市場的條件。第一步，安排企業參加免費的專題講座；第二步，支持企業參與貿發局在港舉辦的國際展覽會；第三步，則是深度參與貿發局每年的專項扶持計劃。當中，獲特區政府全力支持的「香港好物節」，能精準賦能港商借助電商渠道，將本土品牌直接打入內地市場。

## 港貨優勢大 內地消費者放心

國家「十五五」規劃綱要明確提出，要推動商品消費擴容升級，強化品牌引領、標準升級、新技術應用，穩定大宗消費，促進消費品更新換代，滿足多層次消費品需求。隨着生活水平提高，近年來內地消費者的消費行為也在發生變化。從過去更加重視產品的實用功能，到愈來愈重視消費過程中的感受和體驗，再進一步追求情感共鳴以及品牌背後的故事，消費需求正在不斷升級。

談及這一消費趨勢的變化，張淑芬指出，內地消費者對產品品質的要求愈來愈高，而且不再盲目追求國際大品牌，而是希望進一步了解一個品牌背後的故事，這為不少獨立品牌和新興品牌帶來了廣闊的發展空間。

她認為，香港產品在安全性以及符合國際標準方面具有優勢。香港企業在這方面有商機，可以進一步發揮自身產品品質、安全保障以及國際標準等方面的特點，讓內地消費者對產品更加放心。

## 港茶企藉電商拓內地健康市場

在觀塘一家擁有逾70年歷史的茶企廠房內，一包包養生茶正緊鑼密鼓地進行生產與包裝。這家「老字號」的負責人、中國本草世界茶葉公司總經理高仲宏表示，公司除了注重產品的健康屬性，也非常強調口感。茶葉主要採用內地原料，同時從中國台灣、斯里蘭卡等地引進草本原料；部分配方所需的優質草本，則從德國、南非和阿根廷等地採購，再運到香港進行加工生產。

中國是世界最大的茶葉生產國和消費國，14億人口意味着擁有龐大的內需市場。幾年前，這家茶企通過電商平台逐步進軍內地市場，去年更在深圳設立辦公室，以大灣區作為據點，拓展北京、上海等一線城市的健康消費品市場。高仲宏表示，決定進一步加大內地市場布局，主要考慮到國家經濟發展水平和人均收入持續提升，同時國家對大健康產業愈來愈重視。今年「十五五」規劃又將大健康列入重點發展方向之一，加上內地消費者對「香港製造」具有較高信任度，讓他堅信內地市場的商機正迎來爆發期，港企大有廣闊天地。



● 香港貿發局總裁張淑芬接受專訪，建議企業在「出海」之前應該做好充分規劃。  
港台供圖

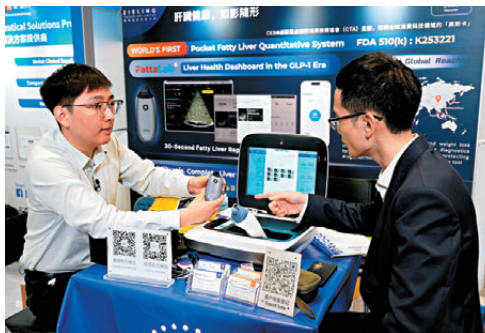


● 香港貿發局推出「電子商務快線」整體計劃，幫助港企透過電商平台拓展內銷市場。  
港台供圖



● 中國本草世界茶葉公司總經理高仲宏（右）藉電商拓內地健康市場。  
港台供圖

## 內聯外通優勢顯 港企「佔盡先機」



● 意領科技研發便攜式脂肪肝檢測儀器，希望以香港作為窗口開拓海外市場。港台供圖

隨着生活水平提高，人們對醫療健康愈來愈重視。由香港理工大學培育及支持的醫療科技公司意領科技的港澳地區銷售經理丘宇鵬看好內地健康消費市場，希望在拓展內地市場的同時，以香港作為窗口進一步開拓海外市場。

丘宇鵬介紹，該公司成功研發了便攜式脂肪肝檢測儀器，目前可以檢測肝纖維化和脂肪肝等指標。過去，這類專業檢測主要在大型公立醫院或連鎖醫療機構進行，而企業希望通過技術創新，讓相關檢測進入基層醫療和小型診所。丘宇鵬表示，香港產品在國際市場具有較高的可信度。以東南亞市場為例，當地不少醫院希望參考香港的醫療標準，因此對來自香港的產品也會更加信任。除了醫療科技，香港消費品牌亦會通過



● BASAO Tea營運總監余文心表示，近年內地年輕人茶飲市場增長較好。港台供圖

香港自身的「超級聯繫人」角色連接內地消費市場及國際市場，可謂「佔盡先機」。主打中高端市場的精品茶品牌BASAO Tea營運總監余文心表示，受惠於擴大內需政策推動，近年來內地年輕人茶飲市場增長較好，新一代消費者亦愈來愈重視消費體驗。為此公司從供應鏈和茶葉加工等環節入手，讓消費者沖泡一杯茶時更容易獲得滿意的體驗。

余文心認為，香港作為企業拓展市場的重要據點，具有獨特優勢。「香港是中西文化交匯之地，消費者對東方和西方文化都有較高接受度。」她說，不少國際品牌和買家長期在港開展業務，使香港具備國際化的商業網絡和市場聯繫，也能進一步發揮連接內地與國際市場的作用。

## 原創設計受青睞 絲巾講述「香港故事」

內地近日正式出台《擴大消費「十五五」規劃》，這是消費領域首份國家級專項規劃，提出到2030年社會消費品零售總額達到60萬億元人民幣左右。規劃提出發展新型文化業態、支持文創品牌發展等。對於香港原創品牌而言，這也意味着具有本地文化特色的產品將有更多機會進入內地消費市場。

成立於2020年的香港原創絲巾品牌「嘉甸絲巾」，由兩位本地設計師共同創立。看好內地龐大的消費潛能，品牌成立僅三年便順勢北上拓展市場，期望以獨特的設計語言，向內地消費者講述背後的「香港故事」。

## 獨特產品表達個性和消費理念

該絲巾品牌創始人游文香表示，品牌旗下產品巧妙融匯了港珠澳大橋、西九文化區、中環商業建築群、香港大熊貓以及重建後的皇崗口岸等元素，將城市景觀與本土文化符號重新排列組合。她說，設計時重點考慮香港地標、銀行建築、會展設施以及「獅子山精神」，同時加入香港特色交通工具，例如電車和天星小輪，希望通



● 「嘉甸絲巾」以獨特設計語言，向內地消費者講述背後的「香港故事」。  
港台供圖

游文香認為，無論是香港市場還是內地市場，消費者對香港原創設計的接受度都愈來愈高。現在大家不再只是追求名牌，也可能會被一些具有獨特特色和故事的產品吸引，並通過這些產品表達自己的個性。

《擴大消費「十五五」規劃》還提出加強綠色低碳產品生產和推廣。嘉甸絲巾的產品採用回收塑料製成的紗線，再織成絲巾，在滿足設計感的同時，融入綠色消費理念。游文香笑言，這種材料製成的絲巾手感柔滑、透氣，而且不容易勾絲，也沒有那麼容易起皺，「洗完之後，第二天就可以拿出來繼續使用。」

## 內地「十五五」擴大消費目標

總體目標：2030年，社會消費品零售總額達到約60萬億元人民幣

- 1. 擴大養老消費：優化居家為基礎、社區為依託、機構為專業支撐、醫養相結合的養老服務供給格局
- 2. 促進健康消費：持續強化零售藥店專業服務、健康促進等功能；優化保健食品、特殊醫學用途配方食品供給
- 3. 發展數字消費：擴大數字產品消費，增加人工智能手機和電腦、智能穿戴等新一代智能終端產品有效供給
- 4. 推廣綠色消費：豐富綠色農產品、綠色家電、綠色建材、新能源汽車等產品供給，發展綠色餐飲、綠色住宿、綠色家政
- 5. 培育體驗式消費：以消費體驗為重點，培育消費新業態新模式新場景
- 6. 擴大入境消費：優化入境消費環境，打造「購在中國」品牌

## 電商快線「三步走」助力港企

- 第一步：安排企業參加免費的專題講座
- 第二步：支持企業參與貿發局在港舉辦的國際展覽會
- 第三步：深度參與貿發局每年的專項扶持計劃

## 「出海全球通」為內企提供四方面支援

- 1. 建立「出海專班跨界別專業服務平台」，匯聚八大領域的香港專業服務提供者，方便內地企業對接
- 2. 在旗艦活動設立「出海全球通」專區，讓服務業機構提供諮詢服務
- 3. 在內地舉行的商貿推廣活動加入「出海全球通」元素，推廣以香港作為「出海」平台
- 4. 善用貿發局環球網絡，加強市場對接；「出海全球通」服務亦落戶香港貿發局中小企服務中心

國家「十五五」規劃綱要專章部署擴大高水平對外開放，明確提出「建設更高水平開放型經濟新體制，推動共建『一帶一路』高質量發展，拓展國際循環」。香港作為國際城市，擁有內聯外通的獨特優勢，是內地企業揚帆「出海」的重要平台。香港第一個五年規劃亦提及，要擔當橋樑紐帶，推廣中國標準。透過技術賦能、跨境協作與制度創新，在研發、標準制定、產品認證、企業出海，以及出口便利方面作出貢獻。

對於企業「出海」而言，海外網絡十分重要。香港貿發局總裁張淑芬表示，一家公司出海，除了自身的產品和服務之外，還需要融資、金融、會計、法律等專業服務。如果企業計劃在海外設廠等業務，也可能涉及房地產規劃、基礎設施建設等，同樣需要專業的中介服務。

香港貿發局目前已經建立專業服務跨平台資料庫，匯集了接近200家公司，可以為內地企業出海提供專業服務支持。

## 香港專業服務海外資源豐富

香港是內地企業出海的重要平台。香港特區政府去年10月成立「內地企業出海專班」，貿發局是專班核心成員之一。張淑芬認為，貿發局推出的「出海全球通」平台，可以協助內地企業對接香港專業服務提供者，為企業出海提供支持。

但企業要真正立足國際市場，往往仍然需要克服各種困難。張淑芬表示，一些內地企業在海外落地後，可能會面對當地法規、市場准入、產品標準等方面的問題，未必能夠在短時間內與國際市場接軌，因此需要面對各種不同的實際困難。「香港服務業在企業出海的目標市場中，往往已經擁有合作夥伴，甚至設有自己的公司。因此，如果內地企業能夠在出海之前，先與香港專業服務業進行對接，對於企業日後管理海外業務、降低落地風險會有積極作用。」

張淑芬建議，企業在出海之前就應該做好充分規劃。不過，即使企業已經出海並在當地遇到困難，仍然可以利用香港貿發局海外的資源和網絡，對接當地香港企業以及熟悉當地環境的服務業機構，共同解決企業在當地遇到的問題。

內企「出海」先對接香港專業服務可減風險