

新興市場領航員 陪伴港商走向陌生國度

「我的工作看來有點像旅行社的行程策劃及領隊，引領中小企前往世界各地，但不是參觀旅遊點，而是介紹當地的貿易文化，並安排他們與進口商會面。雖然工作壓力不輕，但每想到可以協助促進香港的外貿，或能夠幫助香港公司找到合適的海外買家，那份感覺真的很好！」在香港貿易發展局（下稱貿發局）工作了4年的Carol一臉正經地說。

Carol於2006年以見習貿易推廣主任的身份入職，2008年調任製造業拓展部，專責開拓新興市場的工作，從此開始她馬不停蹄的日子，如帶領香港公司到不同的城市考察、參加展覽會、洽談生意等。「波蘭、匈牙利、德國、印尼、杜拜、約旦……」聽她細數着兩年來走過的國家和城市，也感到有點吃不消。年紀輕輕的她，到底是如何應付這份工作？

跨部門支援不同範疇

「這些地方，很多我也沒有到過，當知道要帶香港公司的代表前往，只好找專業顧問提供資料，盡量掌握當地情況。畢竟對很多香港公司來說，這些新興市場都是非常陌生的，他們出發前難免會有很多疑問，從當地的營商環境、消費習慣，到氣候、習俗，我都要盡量解答，確保他們出發前有最好的準備。」

「幸好貿發局強調的是團隊合作，在不同的範疇，皆有來自其他部門的同事擔當顧問，向我提供各方面的支援，例如研究部的同事會帶來最新的市場資訊和宏觀分析，海外辦事處的同事會預備更貼近市場的信息，並協助安排行程，這些支援對我的工作是不可或缺的。」

華沙設展拓港商商機

Carol現正着手籌備今年9月在波蘭華沙舉行的「時尚生活匯展」，目的是協助香港公司向當地買家推廣產品。籌辦展覽從來都不是輕鬆的事，從招攬參展商、規劃場地，到安排展品付運、向當地買家宣傳等，Carol都要「落手落腳」參與，一點也不能馬虎。「今年我擔任這項活動的PM（項目經理），責任重了！幸好去年曾參與這項活動，有了一些經驗，再加上其他同事的支援，應該可應付得來。」

她說，去年看到不少中歐和東歐國家的買家，專程到華沙參觀這個展覽，反應相當不錯，香港的參展商也普遍感到滿意，因此，她對今次展覽信心十足。

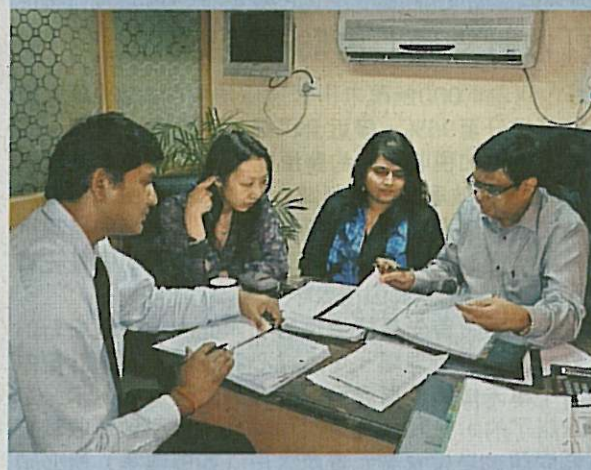
印市場潛力大待開展

Carol的同事Phoebe，則是另一項活動的PM，她剛剛從印度孟買回來。「我負責的是今年10月在孟買舉行的『時尚生活匯展』，印度是一個潛力很大而高度發展，但卻長期被港商所忽略的市場。這次我們到印度的商業中心孟買舉辦『時尚生活匯展』，相信可達到預期的效果。」

在貿發局工作多年，剛從法蘭克福辦事處調回香港的Phoebe，深明貿發局的待客之道，就是在能力範圍之內做到最好，盡量滿足客戶的要求，為香港公司提供最理想的平台，幫助他們拓展海外市場。

工作使命感前所未有

Phoebe在貿發局的日子比Carol長，而她倆皆以身為貿發局一分子感到高興。Phoebe說：「貿發局的宗旨是促進香港外貿，幫助香港公司爭取海外市場，這份使命感是我們在其他機構無法找到的。在這裏工作，我不但擴闊了眼界，同時也為香港出了一分力。」



▲ Carol（左）和 Phoebe（右）作為貿發局一分子，樂於幫助香港公司開拓新市場，對工作投入百分百熱誠。

◀ Phoebe（左二）與貿發局在印度孟買的同事開會，商討今年10月在當地舉行「時尚生活匯展」的安排。



◀ 貿發局去年在華沙舉行「時尚生活匯展」，以主動出擊的方式，幫助港商接觸當地買家。



▶ 華沙「時尚生活匯展」，吸引了大批來自中歐和東歐的買家前來參觀採購。



◀ 富禾企業有限公司董事黃智明（右一）在貿發局安排下，與當地買家洽談定單。

致力助港商開拓新興市場

香港貿易發展局於1966年成立，至今已有44年歷史，是致力協助本港中小企業拓展業務、尋找新市場、開拓新商機的法定機構。時至今日，貿發局仍不斷努力，積極幫助本港中小企尋找具潛力的新興市場。

辦事處遍新興市場

貿發局早在成立之初，已聯同港商一同踏足不同地區，從歐美的大都會到非洲的城市，共同拓展香港的商貿領域。在貿發局的首批海外辦事處中，其中一個更位於非洲奈羅比。現時，貿發局的海外辦事處遍布中東、東歐、印度、東南亞及南美洲等熱門新興市場，為有意到當地拓展業務的香港中小企，以及計劃與香港公司做生意的海外商家提供服務。

近年，貿發局除組織港商參加海外展覽會外，又主動在缺乏合適展覽會的地方舉辦

展覽，幫助港商接觸當地買家。這些名為「時尚生活匯展」（Lifestyle Expo）的展覽會，是為了幫助香港時尚產品拓展新興市場而度身訂造的推廣平台，曾先後在中東、俄羅斯及匈牙利舉行。

可借波蘭進軍東歐

貿發局去年在華沙舉行「時尚生活匯展」，吸引大批來自中歐和東歐不同國家的買家前來參觀。手錶生產商富禾企業有限公司是去年參加華沙「時尚生活匯展」的122家香港參展商之一。該公司董事黃智明表示，他們10年前開始着力開拓歐洲和南美市場，並認定波蘭是進軍東歐市場的踏腳石。

「華沙消費市場頗為蓬勃，除興建愈來愈多商場外，當地市民的消费信心也不斷增加。」黃智明預期，波蘭將逐漸成為該區的進

口中心，吸引如烏克蘭、捷克及匈牙利等鄰近地區的買家。展覽期間，黃智明更隨團到布拉格考察。

宣傳足買家落單快

富禾在展覽期間成功落實了總值5萬美元的定單。黃智明指出，根據過往經驗，定單多會在展覽後落實，而這次能迅速落實定單，全靠大會在展覽前宣傳充足。「很多買家特地從外地遠道而來，就是因為看到報道和廣告。」

貿發局今年9月將再接再厲，在華沙舉行「時尚生活匯展」。此外，該局亦計劃於今年10月，在印度孟買舉行「時尚生活匯展」，幫助有意開拓印度市場的港商接觸當地買家。港商如欲了解更多有關上述兩項展覽的資料，可致電2584 4439與梁先生接洽。

（資料由客戶提供）