

蘇澤光太平紳士
主席

主席

的話

雖然這是在我在貿發局年報中的首份主席獻辭，但我在這個機構並非首次任職。

我在1985至1992年間，一直擔任本局總裁。現在重返這個大家庭，一切與我離開時都有很大分別。

自我離開至今的15年間，香港的製造業已經完全轉移至華南地區；服務業成為了今天香港經濟的主流。



新任主席蘇澤光於2007年10月1日履新。他在10月4日送別離任主席吳光正的晚宴上，與吳光正一起揭開一尊致送吳光正的紀念雕塑。該尊雕塑是用香港會議展覽中心中庭擴建項目中保留下來的玻璃製成。

我們的貿易展覽會，很多都是我上次在任時開始的，現在都已茁壯成長，部份甚至已成為亞洲同類展覽之冠。

我們的大型展覽會，不單完全佔用1997年才啟用的香港會議展覽中心第二期，就算即將落成的中庭擴建部分啟用後，預計亦不敷應用。貿發局為了鞏固香港作為亞洲採購中心的地位，在市區需要更多可作展覽用途的空間，以應付不斷增長的龐大需求。

與20年前的工作一樣，貿發局不斷推動香港與世界各地之間的商貿活動，我們在中國內地開設更多辦事處；大幅度擴展我們的推廣活動；推出愈來愈細緻的網上採購服務；在開拓海外商機的同时，為促進香港服務業取得重大進展。

我們所做的每一件事，都是源於貿發局的使命：為香港公司締造商機；在推動全球中小企業在香港經商的同時，盡力促進產品和服務貿易。

一如既往，我們的挑戰是為服務中小企業尋找新路向。這是我的前任吳光正先生的其中一個目標。他在2000至2007年任職主席期間，在這方面取得顯著的成果，現時中小企業可以從貿發局獲得全方位的服務。

聚焦貿易展覽會

貿易展覽會對我們的經濟尤關重要。香港展覽會議業協會於2006年進行的一項研究顯示，這些展覽活動每年除了為香港的企業帶來數以億元計的訂單外，亦同時為香港帶來總值264億港元的經濟效益。

全球的廠家和貿易商都樂於參加貿發局的貿易展覽會，是基於兩大理由：首先，是我們對品質絕不妥協的態度；其次，是會展中心所在的灣仔，位處市區心臟，就近銀行、法律、物流、酒樓食肆、工餘消遣等支援服務。



主席於2008年3月底，率領超過70人組成的考察團，到廣西了解當地是否可以成為珠三角港資工廠的轉移基地，考察期間獲廣西壯族自治區主席馬飭(右)接見。

我們的研究發現，即將落成的中庭擴建部分啟用後，會展中心的展覽面積雖然可以由現時的46,000平方米增至66,000平方米，我們仍需在灣仔增闢34,000平方米的展覽場地，才可確保香港作為亞洲貿易展覽之都的地位不被動搖。貿發局為此已向香港特區政府提出擴建申請，並與有關當局商討如何進行。

走近中國內地

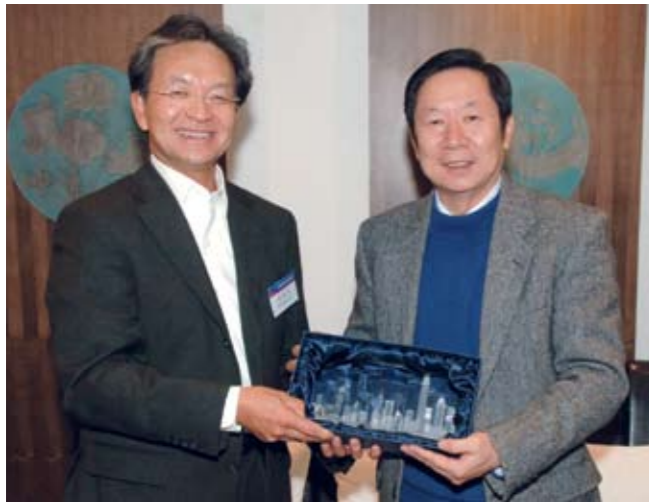
深化與中國內地的聯繫，也是我們的主要目標之一。我們已開始與內地省市一起到海外進行路演，訴說以香港作為與中國做生意的平台的好處。

另一方面，隨著內地中產消費者對生活品味的要求提升，我們正加緊努力，利用我們的品牌優勢，為香港產品打開內地的消費市場。此外，貿發局亦積極協助香港廠商提升他們的產品設計和建立品

牌的能力。香港特區政府已將這部分工作列入《「十一五」規劃與香港發展》行動綱領內，顯示我們在這方面的工作得到肯定。

我們另一項迫切的工作是幫助在珠三角營運的香港企業，應付新頒佈的環境和勞工法例，以及成本上漲的影響。現時在珠三角一帶，由香港擁有或營運的製造企業多達60,000家，我們正盡力協助他們將營運升級。

至於那些未能符合新規定的公司，可能要將廠房轉移至其他成本較低的地區，我們正著手協助計劃遷移的企業，了解轉移至內陸地區的可行性。我自己亦曾跟隨貿發局考察團實地了解情況，發覺廣西、湖南和江西等地對香港企業都伸出歡迎之手。



主席於2007年11月初拜會時任國務院港澳辦常務副主任陳佐洱(右)。



主席於2007年11月初出席在北京舉行的第11屆北京·香港經濟合作研討洽談會，期間與北京市委書記劉淇(左)聚舊。

右頁：主席於2007年10月訪問俄羅斯主要城市聖彼得堡，拜會該市政府對外關係委員會主席Alexander Prokhorenko(左)。



貿發局協助香港企業「走進去」的同時，也帶動很多內地企業「走出去」，利用香港作為走向國際市場的平台，參加我們為內地企業行政人員而設的營商培訓班、研討會和其他外訪活動。最近，我們更開放產品雜誌和網上商貿配對服務，讓內地的客戶可以藉此推廣他們的業務。

開發新興市場

除中國內地外，同樣重要的是幫助香港中小企業開拓新興市場，減低他們對美國經濟的依賴。

越南、泰國、馬來西亞等東協國家，均已被確認為重點市場。中歐和東歐國家，特別是波蘭、匈牙利、捷克等，前景亦相當不錯。

此外，俄羅斯持續壯大的消費階層，亦是香港產品和服務業不容錯過的目標。我們會把握2007年「香港時尚匯展·莫斯科」的成果，在當地市場再接再厲。

中東是我們過去三年銳意開拓的市場。每一年，香港公司都可以在中東的商貿中心——迪拜，找到新的商貿夥伴。同樣地，印度的經濟力量亦正不斷增強。與中國內地相同，當地消費階層的消費力正在崛起，我們正積極研究，如何利用現時以行業劃分的推廣活動，提升香港產品和服務的形象。

推廣服務業

今天，香港的本地生產總值超過九成來自服務業，因此貿發局亦將推廣的範圍，擴展至不同服務行業。

我們在2007年首次牽頭舉辦亞洲金融論壇後，正計劃在2009年1月舉行第二屆。

貿發局亦在推廣香港創意工業，包括電影製作、設計、科技創新等多方面取得好成績。香港國際影視展(FILMART)已被視為全球同類影視展三大之一。此外，貿發局亦先後協辦如設計營商周，以及主辦香港國際專利授權展等推廣項目。

展望未來

在過去數十年，香港由一個以製造業為主的出口型經濟體，演進為商貿中心，並發展成今天以服務業為主的經濟體，貿發局在這個過程充份發揮其影響力。

貿發局的價值不單在於它應付轉變的能力，更重要的是它對新趨勢的觸覺，在很多事情上帶出有利於香港的變化，因此我們不可能每一年都做同樣的事。直至2010/11年度的新一份三年計劃已經定稿，新計劃將會帶給我們新的動力，推動我們的產業進入新的發展台階。

我們要達到這些目標，必須得到香港特區政府，以及所有工商業和服務業界的支持；最後，絕不能缺少的，是理事會成員的指引和貿發局員工的專心致志。