

香港貿發局中小企月刊

SME MONTHLY

Feb 2015 / 2015年2月



國際財金界盛事

Gathering Global Finance Leaders

01

- 全球超過2,600位財金官員、學者、金融業翹楚及商界領袖參與
- 過百位財金猛人擔任演講嘉賓
- AFF Deal Flow項目配對環節共310家中外企業參與，進行超過500場配對

年度國際財金界盛事—亞洲金融論壇於1月19至20日舉行。今屆以「亞洲：轉變中持續翱翔」為主題。香港貿發局主席蘇澤光表示：「香港去年新股上市集資金額達到271億美元，位列全球第二。這不但鞏固香港作為全球金融樞紐的地位，同時向世界展示我們擁有穩健的銀行體系、高質素的金融和法律服務人才，再配合一流的金融基建，可以服務內地以至全球的企業。」

首場主題演講由香港特別行政區財經事務及庫務局局長陳

家強主持，與一眾講者包括中國證監會主席肖鋼、歐洲證券及市場管理局主席史蒂芬·邁耶爾(Steven Maijoor)及美國商品期貨交易委員會主席蒂莫西·馬薩德(Timothy G. Massad)，分別以中國及發達經濟體的觀點，多角度剖析在複雜的經濟格局下，亞洲如何轉型發展，達致可持續的增長，同時推動全球經濟復蘇。

汲取了金融海嘯的教訓，發達國家在推出政策促進經濟復蘇的同時，監管機構亦不忘妥善管理風險，增強金融系統的防禦力。「政策對話」環節由盧森堡財政部長皮埃爾·格拉美亞(Pierre Gramegna)、瑞典中央銀行行長斯特凡·英韋斯(Stefan Ingves)、歐洲銀行管理局主席安德列·恩瑞亞(Andrea Enria)、澳洲助理財長費登堡(Josh Frydenberg)、愛爾蘭財政部國務大臣(主管國際銀行事務)西蒙·哈里斯

- 3 星級授權專家開講
Intelligence Sharing Among Top Licensing Experts
- 4 四合一展覽添商機
Four Concurrent Shows Create Cross-over Business Opportunities

- 6 亞洲最大時裝展覽
Asia's Largest Fashion Show
- 8 新型電子商務模式O2O2F
O2O2F: A New E-Commerce Model

(Simon Harris TD)及俄羅斯中央銀行第一副行長柯西尼婭·尤達耶娃(Ksenia Yudaeva)，一同拆解未來的政策，如何在增長與穩定之間取得平衡。

論壇另有多場討論環節及專題工作坊探討熱門金融課題。兩天的專題午餐會分別請來極具份量的嘉賓，包括國際貨幣基金組織經濟顧問兼研究部主任奧利維爾·布蘭查德(Olivier Blanchard)以貿易和投資自由化為切入點，分享在發達經濟體系和發展中國家表現參差不齊的情況下，兩者的經濟如何互相影響。全球投資者正注視美國聯儲局何時啟動加息，諾貝爾經濟學獎得主、普林斯頓大學的保羅·克魯明(Paul Krugman)教授則解構美國收緊貨幣政策，對全球經濟復蘇帶來的影響。

香港貿發局與香港創業及私募投資協會再度合辦「AFF Deal Flow項目配對環節」，為尋找資金的企業及投資項目策劃人、私募投資公司、投資者、中介及專業服務機構等人士，安排一對一面談，共商合作機會。今屆共有超過310家中外企業參與，進行500多場配對。大會今年更增設特定行業項目的簡報時段及圓桌交流區，聚焦科技、醫療、消費

品牌、農業及食品、基建發展及房地產行業，務求締造更多的合作機會。

- Asian Financial Forum (AFF) examined the theme of “Asia: Sustainable Development in a World of Change” with over 100 distinguished speakers from around the world.
- Over 2,600 participants, including global leaders in government, finance and business took part in AFF to exchange insights, to network and to explore business opportunities.
- AFF Deal Flow Matchmaking Session was an effective platform for matching sources of funds with deals. Over 500 matching meetings were arranged for 310 companies.
- This year’s AFF Deal Flow also arranged project presentation showcases and roundtable discussions on technology, healthcare, infrastructure and real estate, food and agriculture as well as consumer goods, to facilitate more business connections.



02



03



04

01-02. 過百位財金猛人演講，包括諾貝爾經濟學獎得主保羅·克魯明教授(前頁)。
More than 100 heavyweight speakers, including Nobel prize-winning economist Paul Krugman (front page), shared their insights at AFF.

03. 今年項目配對環節擴展至一整天舉行，並增設行業項目介紹會及專題圓桌會議。
This year the Deal Flow session was extended to cover the entire second day of the Forum, with sector-specific project presentations and roundtable networking.

04. 香港特別行政區行政長官梁振英為論壇致開幕辭。
HKSAR Chief Executive, CY Leung, delivered the opening remarks at the Forum.



星級授權專家開講

Intelligence Sharing Among Top Licensing Experts

- 30多位國際頂尖授權業專家擔任講者
- 專家指，2014年全球授權產品零售額達2,000億美元。中國授權業增長速度最快，2005年至2012年間，授權產品零售額增幅達372%，發展潛力巨大

亞洲授權業會議於1月12至13日舉行，國際頂尖授權業專家在會上剖析中國和亞洲授權商機。今年大會特別與香港製衣同業協進會、香港玩具協會、香港鐘錶業總會及香港零售管理協會合作，新增四場分組會議，聚焦時裝服飾、娛樂教育、生活時尚及零售推廣的授權商機，鼓勵製造業及零售業透過授權「轉型升級」。

全球30大授權商包括20世紀福斯、菲力士、寶潔的高層，在主論壇分析亞洲授權業發展及推廣策略。次日舉行的中國主題會議，請來華強文化、東方夢工廠、北京華江文化、美特斯邦威、優揚文化的高層，剖析中國內銷市場的授權商機和挑戰，並探討內地企業如何透過發展授權增值轉型。大會特設兩場實務工作坊，專為授權業「初哥」而設，提供授權業「入門」指南，教導企業如何開展授權業務和取得國際品牌授權。

國際授權業協會(LIMA)主席Charles Riotto於會上提到，2014年全球授權產品零售額料達2,000億美元，當中美國佔約59%，達1,191億美元，其次是日本、英國及德國；而中國授權

業增長速度最快，2005年至2012年間，授權產品零售額增幅達372%，2013年錄得71億美元：「金額佔全球總額不足4%，相信發展潛力十分驚人。」

20世紀福斯(20th Century Fox)消費產品公司全球零售及銷售部執行副總裁Rosalind Nowicki表示，授權業務成功的關鍵，除了品牌受歡迎之外，還有賴開拓創新產品，抓緊市場機遇。她提到，公司正積極尋找亞太區合作夥伴，最近便與賭場合作引入阿凡達、鐵達尼號的互動遊戲或老虎機等，希望以更多創新、具玩味的授權產品，進一步搶佔市場。

- More than 30 leading international licensing experts shared their insights on licensing opportunities in the Chinese mainland and other Asian countries.
- Charles Riotto, president of International Licensing Industry Merchandisers' Association, pointed out that global retail sales of licensed products for 2014 would reach US\$200 billion. The Chinese licensing industry is growing at the fastest rate.
- Rosalind Nowicki, Executive Vice President, Global Sales and Retail for 20th Century Fox Consumer Products, said that the success of a licensing business depends not only on brand popularity, but also on the development of innovative products.

01. 20世紀福斯消費產品公司全球零售及銷售部執行副總裁Rosalind Nowicki在主論壇上演說。

Rosalind Nowicki, Executive Vice President, Global Sales and Retail for 20th Century Fox Consumer Products speaking at the plenary session of the Asian Licensing Conference.



四合一展覽添商機

Four Concurrent Shows Create Cross-over Business Opportunities

01

- 匯聚超過3,000家企業參展，破歷年紀錄
- 吸引全球超過11萬買家進場參觀採購，較去年上升4%
- 採購氣氛良好，為參展商和買家提供優質的洽商平台

香港玩具展、香港嬰兒用品展、香港國際文具展及香港國際授權展於1月份同期舉行，四項展覽帶來協同效應，吸引更多同業和買家入場。

香港玩具展繼續成為亞洲最大、全球排名第二的業內展覽會。高科技產品為消費者帶來嶄新體驗，去年於玩具展增設的「新世代智能玩具」展區深受買家歡迎，該展區的參展商之一唯達模型有限公司帶來新推出的代理產品 - 配 to 備4K相機的高質航拍系統，吸引現場買家注目。公司董事盧子明表示，買家對此新產品反應熱烈，遙控高質航拍系統同時適用於工業、商業及一般業餘拍攝用途，市場潛力龐大。在展會上，他們與各地買家建立聯繫，包括東南

亞、拉丁美洲、中東的潛在合作夥伴，買家採購態度非常積極。

全球嬰兒食品市場持續擴大，嬰兒用品展亦設有「嬰兒食品 and 保健產品」展區，迎合市場需要。家得路美國天然健康食品有限公司(CATALO)今年首次參展，其助理業務發展經理梁家瑋提到：「市場預測嬰幼兒營養補充品會成為未來五年增長最快的產品類別。公司已在香港建立領導地位，期望透過展會向國際買家展示我們的兒童保健營養產品，繼而開拓亞洲市場。」

文具展劃分為五個專題展區，方便買家採購。泰國買家B2S Company Limited 採購部副總裁 Sudrak Chambundabongse 稱，時尚的文具產品在泰國市場需求甚大，又指展覽相當國際化，參展商質素非常高，她與10多家參展商會面，當中包括來自香港、中國內地、韓國及希臘的企業，並期待與他們合作。

01. 四項展覽帶來協同效應，吸引更多同業和買家入場。

The four concurrent events created synergistic effects and succeeded in drawing more industry players and buyers to attend.

02. 商務及經濟發展局局長蘇錦樑(中)參觀授權展。

Secretary for Commerce and Economic Development Gregory So (middle) visited the Licensing Show.

亞洲最大的香港國際授權展，展出310家企業合共800多項授權項目，吸引全球頂尖授權商及代理商參展，包括Sanrio、華納兄弟、孩之寶、IBML、20世紀福斯、Discovery、Smiley及林寶堅尼。國家文化部今年首度組織40多家文創企業參展，連同20多家廣東、福建、浙江、四川等企業，組成有史以來最大型的「中國內地館」，推動內地企業通過授權開發及衍生藝術文創商品。北京故宮博物院帶來300多件文化產品，經營管理處處長楊曉波表示，來香港參與授權展是擴張海外業務的第一步，希望和更多企業合作。在展覽上，故宮收到眾多企業查詢，例如騰訊QQ便希望把故宮的吉祥物做成聊天表情，若成功的話，將可擴大宣傳效果。

香港玩具展、香港嬰兒用品展、香港國際授權展由香港貿發局主辦，香港國際文具展則由該局與法蘭克福展覽(香港)有限公司合辦。授權展於1月12至14日舉行，其他三項展覽的展期為1月12至15日。

- The Hong Kong Toys & Games Fair, Hong Kong Baby Products Fair, Hong Kong International Stationery Fair and the Hong Kong International Licensing Show together drew a record of more than 3,000 exhibitors.
- The four concurrent fairs created synergistic effects and attracted a buyer attendance of more than 110,000 from around the world, up four per cent from the previous year.
- At the Hong Kong Toys & Games Fair, which is the largest event of its kind in Asia and the second largest in the world, smart toys captured the attention of buyers.
- The Hong Kong International Licensing Show attracted the participation of the world's top licensors and licensing agents, including Sanrio, Warner Bros, Hasbro, IBML, 20th Century Fox, Discovery, Smiley and Lamborghini.



03. 國家文化部今年首度組織企業參加授權展，組成有史以來最大型的「中國內地館」。
China's Ministry of Culture led, for the first time, a delegation of mainland companies to the event and formed the largest-ever Chinese Mainland Pavilion.

04-05. 香港玩具展繼續成為亞洲最大、全球排名第二的業內展覽會。The Hong Kong Toys & Games Fair maintained its position as Asia's largest and the world's second largest event for the industry.



亞洲最大時裝展覽 Asia's Largest Fashion Show

01

- 香港時裝節秋冬系列是亞洲最大型時裝展覽，今年吸引約1,500家參展
- 香港國際時尚薈萃則有超過660個國際時裝品牌參展，歷屆最高
- “Hong Kong in Fashion” 由1月8日至22日舉行共68項公眾活動，吸引近7,500名市民參加

一連四天(1月19至22日)的第46屆香港時裝節秋冬系列及第13屆香港國際時尚薈萃，合共吸引來自87個國家及地區、逾38,000名買家參觀採購。

香港貿發局副總裁周啟良表示，多個亞洲市場的買家人數錄得顯著增長，當中中國內地、印尼、韓國、馬來西亞、台灣、越南均有雙位數百分比的升幅，反映亞洲市場的時裝買家採購態度積極。歐洲市場方面雖然面對較多挑戰，但個別國家如德國及法國的買家人數仍然錄得理想增長。

印尼公司Peachespinkish是「香港時裝節秋冬系列」的展商，專門設計和生產婚紗及晚裝，產品主要銷售到當地

的百貨公司。該公司的設計師Shanty Mulyadi表示，今次是他們首次參加時裝展覽，期望透過香港時裝節拓展業務。他指出：「我們嶄新和獨特的設計吸引不少來自歐美等國際買家的注視，部分加拿大、意大利和法國買家更深入查詢，預期很快會收到訂單。今次參展擴闊了我們的視野，欣賞到國際設計大師的作品，又認識到潮流趨勢的最新資訊。」

來自捷克，銷售多個品牌服飾的ZOOT是歐洲中部最大的網上時裝店，目前業務主要覆蓋捷克和斯洛伐克，並有意擴展至匈牙利和波蘭。該公司的出口經理Michaela Sekyrková表示，這是他們首次參與香港時裝節，覺得商貿配對環節非常有用：「我們已成功與兩個主打潮流手袋、鞋履和配飾的香港設計品牌接洽，並將下單購入樣品。這個展覽非常好，正好讓我們為新一年的秋冬系列進行採購。」

展覽期間，大會舉行近60項精彩活動，包括有由奧迪香港

01-03. 時裝表演吸引城中潮人入場欣賞。
The shows attracted local and international fashion aficionados.

(Audi Hong Kong)呈獻的「香港華麗秀2015」，以及其他超過30場的時裝表演；還有設計師分享會、不同主題的時裝業研討會及交流活動等。而「香港青年時裝設計家創作表演賽」(簡稱YDC)今年已踏入第39屆，多年來為本地時裝界發掘了不少優秀的時裝設計師。今屆YDC特別邀請了來自全球最大時裝連鎖店之一的瑞典H&M創作顧問Margareta van den Bosch擔任嘉賓評判，即場與入圍設計師交流寶貴意見及創作心得。

香港貿發局繼續舉辦“Hong Kong in Fashion”，讓香港時裝節秋冬系列及香港國際時尚薈萃跳出會展、聯動全城，歡迎全港潮人一同參與這項時尚盛會。大會今年以“Light Me Up”為主題，與50多個合作夥伴包括知名時裝品牌、購物商場、咖啡室和餐廳合作，由1月8至22日舉行68項公眾活動，吸引近7,500名市民參加，讓全城瀰漫時尚氣息。

- Hong Kong Fashion Week for Fall/Winter and World Boutique, Hong Kong brought together some 1,800 exhibitors and attracted over 38,000 buyers.
- Close to 60 exciting activities were held, including more than 30 fashion shows.
- Hong Kong Fashion Extravaganza 2015 featured the work of Hong Kong designer duo Eri Chu and Philip Chu, renowned New York designer Loris Diran, top mainland designer Wang Yutao and Swedish classic haute couture master Lars Wallin.
- Under the theme of “Light Me Up”, the citywide promotion “Hong Kong in Fashion” presented more than 60 activities from 8-22 January.



02



03



04



05

04. YDC為本地時裝界發掘優秀的時裝設計人才。
The Hong Kong Young Fashion Designers' Contest uncovered fashion design talents for the local garment and fashion industry.

05. 兩項展覽合共吸引逾38,000名買家參觀採購。
The two fairs together attracted over 38,000 buyers.



新型電子商務模式 O2O2F

O2O2F: A New E-Commerce Model

01

- 商務部於2013年底公布的《促進電子商務應用的實施意見》指出，到2015年，電子商務交易額超過18萬億元，網絡零售額應相當於社會消費品零售總額的10%以上
- O2O2F，即Online to Offline to Family，將O2O延伸至家庭層面

在一個已推動O2O2F的社區，居民可以線上註冊個人帳戶，推送的商品能顯示在個人網站的貨架上，而不太熟悉網購的中、老年人，可到社區資訊消費服務中心內找工作人員幫忙。一個社區在短時間內，聚集一定訂單後，會集中線上採購，無論是東北的大米還是上海市郊的新鮮蔬果，送達後居民可在服務中心自行提取，也可暫時冷藏在中心的冰櫃裡，不但物流成本降至最低，更是解決生鮮網購的「配送難」問題。

以往O2O像點對點，通過互聯網將商家和個人連結，參與的消費者以年輕人居多，涵蓋的地區以大城市為主。加入家庭元素後，即形成線上、線下及家庭三位一體的格局，將社區、中老年人及農產品等結合，由二維變三維，更大空間大展拳腳。

O2O2F佔盡了「天時地利人和」。商務部大力扶持社區電子商務和農產品電子商務等即為「天時」；內地地大物博，線上線

下實體購物大串聯，可照顧偏遠社區的需要，此為「地利」；而手機普及、人口老化加劇及越來越多人上網等改變，令這種新購物模式普及，此為「人和」。O2O2F最先在華中的義烏國際商貿城起步，這一模式在上海亦開始試水，港商也可留意這方面的商機。

- The O2O2F model that has emerged in the Chinese mainland in recent years is extending O2O to families and communities.
- Residents can register personal accounts online and make their shopping selections. Once a community has gathered a certain number of orders, online purchases will be made. When the delivery arrives at the community-based information and consumer services centre concerned, residents can pick up their ordered items and take them home.
- Amid an aging population, the senior market cannot be ignored. The O2O2F model allows elderly people who are unfamiliar with online shopping, to go to community information and consumer services centres and ask the staff there to directly place orders for them. Thus, potential consumption can be tapped.

01. 電子商務快速轉型。
E-commerce is evolving rapidly.

免費訂閱《香港貿發局中小企月刊》 Free subscription to HKTDC SME Monthly :
www.hktdc.com/smmonthly

香港貿易發展局總辦事處 香港灣仔港灣道1號會展廣場辦公大樓38樓
電話：(852) 1830 668 傳真：(852) 2824 0249 電郵：hktdc@hktdc.org

Hong Kong Trade Development Council Head Office
38/F, Office Tower, Convention Plaza, 1 Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong
Tel: (852) 1830 668 Fax: (852) 2824 0249 Email: hktdc@hktdc.org

貿發局活動詳情
HKTDC Event Details

