

目錄

香港大中華中小企業商會 - 理念 / 宗旨	3
項目介紹	5
主席獻辭	9
創意玩具產業的概況	11
中小企專訪	19
拓展國內市場的參考資訊	47
十大創新玩具介紹	78
中國對進口玩具的安全條例	89
大數據概念－玩具業	95
支持機構	102

理念

互助互愛

Mutual care and support

無私奉獻

Sacrificial dedication

不分大小

Equality regardless of status

平等尊重

Mutual respect

理念一致

Same vision and mission

團結合作

Teamwork spirit

克服困難

Overcoming challenges

努力創新

Innovative excellence

共利共贏

Achieve win win situation

再創高峰

A surge of new level of achievement

宗旨

團結中小企業，保障營商環境。

Unify Small and Medium Enterprises(SME), protect business environment.

聯繫各地商界，共同積極參與香港經濟發展。

Connect business entities all over the world, participate in business development in Hong Kong together vigorously.

提供資訊互動平台，透過不同渠道加強各地合作。

Provide informational and interactive platform, enhance collaboration with other business entities through different channels.

透過互動交流學習，以創新思維，增強企業競爭力。

Through learning and exchanging experience from each other, with new creative ideas to strengthen SME's competitiveness.

促進香港中小企業國內外交流及拓展大中華地區發展。

Move forward to exchange business ideas amongst corporations in Mainland China and overseas, extend business development in Greater China area.

提升業界管治經濟能力。

Promote business management and operation ability.

代表中小企業家向各地政府爭取支援。

Strive and seek out assistance from local governments on behalf of SME sector.

促進企業可持續發展，鼓勵承傳新一代，發揮營商優勢。

Move forward of further development of business entities, encourage succession planning for next generation, optimise our business advantages.

工業貿易署資助計劃

於 2018 年，香港大中華中小企業商會得到工業貿易署的「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金（機構支援計劃）」撥款資助推行為期 18 個月的「協助香港的創意玩具和遊戲用品行業內的中小企開拓內地市場」計劃。



工作坊（一）零售市場採用技術的趨勢 如何增加創意玩具和遊戲的銷售



工作坊（二）如何利用最新技術開發創意玩具和遊戲



工作坊（三）
創意玩具和遊戲用品知識產權



工作坊（四）
掌握網上微趨勢，發展國內電商新思維，如何與內地玩具進口商磋商



工作坊（五）
如何將大數據 (Big Data) 概念應用於
創意玩具的發展和市場推廣

2019 廣州國際玩具及教育產品展覽會 (4 月 8-10 日)

2019 廣州國際玩具及教育產品展覽會 (4 月 8-10 日)



業界及各持份者的緊密合作及溝通極為重要，於香港大中華中小企業商會舉辦「廣州國際玩具及教育產品展覽會」的第一天晚上，特別牽頭安排各執行代理人，其合作組織及中、外特別嘉賓出席歡迎晚宴、午餐會；歡迎晚會上各界出席盛會主禮人及賓客衣香鬢影，聚首一堂，場面非常動人。



參展商致送紀念品給香港大中華中小企業商會會長雲貴洪先生

創意玩具行業協會的互動交流午餐會



此外，透過香港主辦單位、與各內地合作組織及著名行業協會的互動交流，並團結香港商務力量，積極推動香港創意動漫玩具和遊戲，加速香港中小企業內銷業務的推廣。



2019 廣州對接會（4月8日）



合作組織及中、外特別嘉賓出席廣州對接會



代表團參觀嘉賓出席小組會，交換創意玩具業業界心得。



與會者對接會上，分享互動交流。



第18屆中國國際玩具展覽會（上海2019年10月16-18日）



香港大中華中小企業商會會長雲貴洪先生到香港館了解展館所創意玩具展覽的主題並和嘉賓合照留念。



參加者參觀創意潮流品牌的攤位，工作人員和參加者交談。



香港館內提供座位，供準買家整理資料及進一步了解參展商所展示的參展貨品特式及其優勢，配合買方的採購要求。



2019 上海對接會 10月16日



香港大中華中小企業廠商及從業員亦可透過展覽會及對接會等推廣活動，加強與內地買家的雙向溝通，更多機會直接了解產品內銷政策及當地產品安全的要求及推廣渠道的篩選方法，及適切地配合公司的內地營商政策。

代表團參觀內地合作組織、行業協會及著名玩具及生產商互動交流，發展粵港澳大灣區智慧玩具產業鏈。



主席獻辭



香港大中華中小企業商會

雲海洪 先生

創會會長

從 1950 年至今，玩具業是香港的翹楚產業之一，並持之以恆支持香港經濟的發展。時至今日，所有產業為了提升業務增長，開放創新思維、創新業務、創新技術和創新團隊。另一方面，更要配備線上和線下業務發展的整合能力，迎接由新經濟模式帶來新的挑戰和機遇。

Since 1950 until now, toy industry is one of the leading industries in Hong Kong and has been supporting persistently the development of the Hong Kong economy. As of today, all industries are open to innovative thinking, business, technology and team up in order to improve the business growth. On the other hand, in order to prepare for the integrated ability in the online and offline business development so as to meet with the new challenges and opportunities brought by the new economic mode.

2019 年，香港大中華中小企業商會成功獲得香港特區政府 BUD 專項基金資助，由本會主辦，PEAK 執行實施相關資助項目，協助香港的創意玩具和遊戲用品行業的中小企開拓內地市場。當中的項目包括如下：

In 2019, Hong Kong Greater China SME Alliance Association succeeded in receiving funding from the Hong Kong SAR Government BUD Special Fund and carried out the related funds project as the host and implemented by PEAK to assist the SMEs in the Hong Kong toys creativity and games industries to develop the market in the Mainland China. The project includes the following:

行業專家分享

我們成功邀請了在玩具行業內有相關經驗的人士，分享他們如何透過不同的新概念、應用和資源，由傳統玩具業務模式引入創新玩具業務模式。

Sharing of the Industry Experts

We are successful in inviting the people with the relevant experience in the toy industry to share how they introduced the innovative toy business mode from the traditional toy business mode through their new concepts, applications and resources.

創新玩具展覽會

我們帶領一群創新玩具中小企參加了在中國一線城市舉辦的兩個著名玩具創新玩具展覽會，從而啟發、計劃及實踐其玩具業務中的創新應用

Innovative Toy Exhibition

We are leading a group of innovative toy SMEs to participate the two well-known innovative toy exhibitions held in the first line city in China, thus inspiring, planning and practising their innovative applications in the toy business.

專家講座

我們成功邀請了業內專家，舉辦講座，透過理論及個人分享協助中小企探討、計劃及實踐玩具行業的創新業務。

Expert's Forum

We are successful in inviting the mainland industry experts and held forums to share and assist the SMEs to explore, plan and practise their innovative business in the toy industry through their theory and personal sharing.

行業指南

我們整合不同專家的專業意見及資助項目的具體經驗，輯錄一本行業指南，以協助中小企業有效培訓員工，連結合作夥伴探討、計劃及實踐玩具行業的創新業務。

Industry Guideline

We have integrated the professional opinions from different experts and the specific experience from the fund project and compiled an industry guideline to assist the SMEs in training their employees effectively, to connect the partners' exploration, plans and practice in the innovative business in the toy industry.

香港大中華中小企業商會，致力於推動香港中小企業未來的經濟發展，配合政府推動大灣區中港融合的發展方向，與香港特區政府攜手協助中小型企業發展，是次的計劃相當成功，不單為創新玩具業務發展上建立一個重要里程碑，協助中小企尋求更多合作營商機會、建立一個密切合作關係，期望這一支強心針進一步支持中小企的創意發展。

Hong Kong Greater China SME Alliance Association has been committed in promoting the future economic development of the SMEs in Hong Kong, in coordination with the Government in promoting the Sino-Hong Kong fusion development direction in the Greater Bay Area, to assist the SMEs development hand in hand with the Hong Kong SAR Government. This project is considerably successful, not only establishing an important milestone in the development of the innovative toy industry and assisting the SMEs in search of more opportunities in business co-operation, establishing a close co-operation relationship. We hope that this booster will further support the SMEs innovative development.

創意玩具的發展概述

玩具泛指可用來玩的物品，玩具也可以是自然物體，即是沙、石、泥、樹枝等等的非人工物品，玩具的廣義理解，它不僅是從市面上購買供人玩樂的物品，而凡是可玩、看、聽和觸摸的物品，都可以稱玩具。玩具適合兒童，更適合青年和中老年人；它亦是打開嬰兒、幼童、兒童及青年人智慧天窗的工具，讓人們更機智、更聰明。香港在職母親的比例遠較其他亞洲地區及內地為高，家長如果能夠抱著一種寓教育於娛樂的心態下，伴子女一同玩玩具，給兒童放電的同時，又達到教育目的，可能真的不錯呢！從以下全球創意玩具市場銷售情況，可以顯示創意玩具的發展潛力；當然投資者在考慮國際市場的亮點及商機的同時，亦應該考慮到國際市場風險及市場發展上可能遇到的障礙，加強控制成本，並對現金和流動資金維持嚴格管控及適當處理。

年份	全球創意玩具市場銷售 (億美元)	市場年增長率 (與去年比較)
2015	150.3	不適用
2016	162.7	8.25%
2017	175.8	7.74%
2018	187.2	6.49%
2019	201.6	7.69%
2020 第一季度	38.9	不適用

圖表 (1) 2020 年第 1 季度全球創意玩具市場銷售額統計資料

世界創意玩具產業發展現狀

2014 年全球創意玩具市場銷售額已達到 150 億美元。截止到 2019 年全球創意玩具市場銷售額突破 200 億美元，達到 201.6 億美，五年間增加了 50 億美元，平均每年為 8.32%，可見全球創意玩具市場發展迅速。(圖表 1)

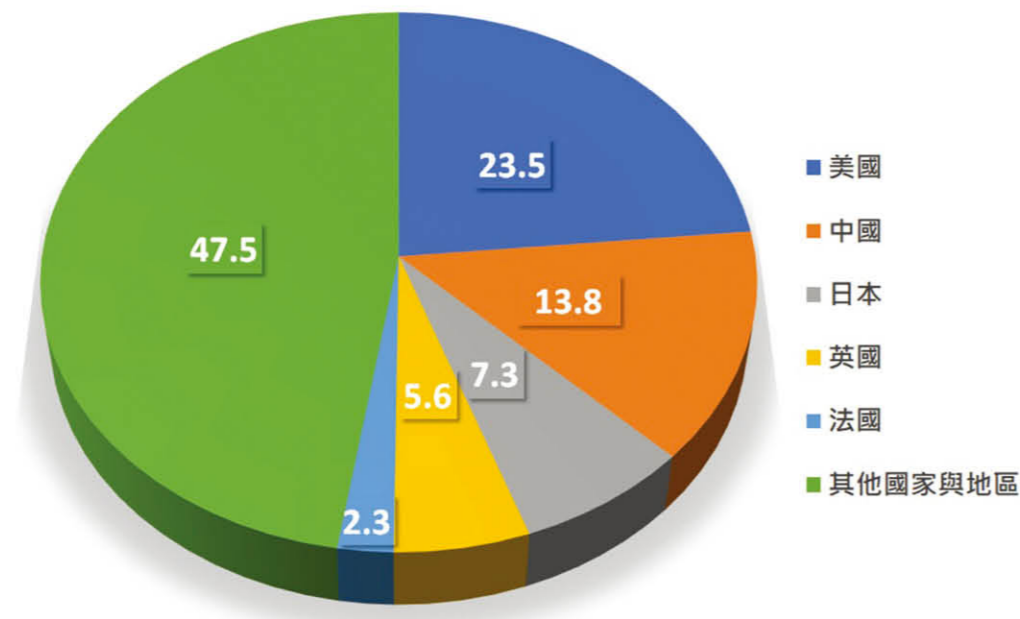
美國和中國是全球創意玩具主要消費市場

國家/區域	2019 年全球主要國家創意玩具 市場份額統計 (%)
美國	23.5
中國	13.8
日本	7.3
英國	5.6
法國	2.3
其他國家與地區	47.5

圖表 (2) 2019 年全球主要國家創意玩具市場份額統計資料

從全球主要國家創意玩具市場份額統計顯示，美、中、日本和英四大國家市場份額的總和，就已經超出全球市場的一半，而其他國家與地區則佔 47.5%，相對而言，中國作為全球第二大國，創意市場目前只有 13.8%，即是美、中、日、英四國的四分之一左右。大中華玩具廠商們可能必須要小心審視接着來分析的趨勢，看看如果能夠把握機遇，發揮他們於成本上的優勢，更靈活地創作玩具產品，拓展國際市場。

2019 年全球主要國家創意玩具市場份額統計 (%)



圖表 (3) 2019 年全球主要國家創意玩具市場份額分佈表

2019 年世界創意玩具市場需求未能延續 2018 年良好的增長態勢，全年產品銷售約為 201.6 億美元，同比增長 5%。

主要的創意玩具消費地區仍然是歐美國家，歐洲約佔全球 25%，美國約佔 23.5%。

2019 年全球前五大創意玩具消費國為美國、中國、日本、英國和法國，其中，美國和中國創意玩具零售額佔全球的 10% 以上，其中美國為 23.5%，中國為 13.8%。

推動創意玩具業發展

創意玩具是指具有創意特點的玩具產品，創意是推動玩具業發展的不二法門。產品的造型、技術需要創意，產品的行銷更需要創意，拓展產品市場。玩具行業資深人士大衛·謝爾 (David Scher) 曾在玩具博覽會上對記者說：「玩具業務的命脈是『新穎創意』的產品。此要求令玩具開發變得更加困難和成本更高，但是如果沒有它，玩具業將消失。」

創意玩具的發展概述

玩具是孩子童年中最好的夥伴，正正是這原因國內外玩具市場快速發展，創意玩具在培養孩子創新意識，及提高其手工藝及水準都有著積極意義，創意玩具製造已逐漸顯示出自己的魅力。

以下是六種不同創意玩具的發展趨勢：(一)收藏趨勢，(二)活躍趨勢，(三)技術趨勢，(四)經典趨勢，(五)電影化趨勢，(六)凝集趨勢；希望有助促進本地玩具行業及創意玩具產品之發展，亦同時促進本地廠商了解國際玩具業發展新趨勢：

(一) 收藏趨勢

創意玩具類的可收藏品包括：基礎版收藏品、負擔得起的收藏品、適用於狂熱者的收藏品、多功能收藏品以及高價位特典收藏品。這類創意玩具能幫助孩子培養個人技能發展，比如鍛煉個人意志、社交和組織技能。成年以後，重遇或再接觸自己曾經玩過的玩具，就好像重遇「舊朋友」般高興。玩具廠商便能藉著舊產品，再次投入市場，和新產品爭一席位。

(二) 活躍趨勢

未來創意玩具將著重於培養孩子的戶外技能，如提醒孩子按時起床，鼓勵孩子轉移到戶外或室外進行活動。這類創意玩具將激發孩子燃燒多餘精力，同時還能與日常生活進行無縫銜接。目前符合該趨勢的創意玩具有科技創意玩具、經典的戶外運動創意玩具、可面對面進行運動的傳統數字遊戲，了解活躍趨勢，有助掌握新需求，除加快創意玩具研發周期，亦加快玩具廠商與代理人及分銷商的合作。

(三) 技術趨勢

近幾年來科技已全面滲透到遊戲領域，增強型擴增實境 (AR – Augmented Reality) 創意玩具、無人機、虛擬寵物和人工智能 (AI – Artificial Intelligence) 陪伴型機械人等都已出現在市場上，藉著人工智能 (AI) 的發展及科技日新月異，創意玩具有更大發揮空間；與此同時，玩具廠商把握技術趨勢，運用擴增實境 (AR) 科技元素加入創意玩具中，配合獨特的二維碼 (QR code)，創造新產品，拓展國際市場。

(詳細介紹 請參閱中小企專訪：金輪機鑄制品廠有限公司)

(四) 經典趨勢

這與現代人的懷舊情結有關，遊戲廠商為滿足消費者懷舊需求，正不斷地將復古創意玩具、經典造型以及過時的遊戲品牌改頭換面，通過數位行銷渠道，重新將其包裝為新一代國際流行創意玩具，和收藏趨勢有共通之處，玩具廠商便能藉著遊戲品牌改頭換面，再次投入市場；玩具廠商可否把握這經典趨勢，更積極地面對各種營商環境所構成的沈重壓力呢？從而降低成本，增強企業競爭力。

(五) 電影化趨勢

這是一種之前尚未被察覺的新趨勢，即電影的上映大大地帶動了創意玩具產業的發展。幾部以家庭成員為目標消費者的電影，在今年都帶動了相應創意玩具的熱賣，比如樂高創意玩具、《蝙蝠俠》、《藍精靈 3 失落的村莊》、《銀河護衛隊》、《美女與野獸》、《星球大戰》的電影手辦。已經授權的創意玩具種類有毛絨創意玩具，人偶和拼圖遊戲等。

(六) 凝集趨勢

於基本 STEAM (S：科學、T：技術、E：工程 A：藝術和 M：數學) 概念底下，凝集概念採用類似拼圖、搭積木等疊加方式開發新創意玩具，為進一步啟發孩子們創意及把未來機器人技術全面融入創意玩具，新遊戲要求孩子們將會把所有遊戲的組件疊合在一起。這意味著，遊戲種類將凝集一起，幫助孩子們學習關鍵的社會技能，寓教育於娛樂的心態；由於家長也非常關注玩具如何能夠啟發兒童潛能，廠商於研發、設計創意玩具時，如能夠更有效地掌握凝集趨勢，並配合兒童成長的需要發展創意玩具。

經濟環境

受長期貿易爭端影響，2019 年全球經濟增長率降至 2.3%，為十年來最低水準。市場預測 2020 年全球經濟增長率可能達到 2.5%，但在貿易局勢緊張、金融動盪或地區政治緊張局勢升級的影響下，全球經濟的復甦進程可能脫軌。在經濟下行的情況及新冠肺炎疫情影響之下，國際環境欠佳，2020 年全球經濟增長降至負數，創意玩具廠商及管理者宜掌握產業轉移及拓展市場的同時，擁抱挑戰，面對不確定性。

聯合國秘書長古特雷斯給投資者的警告：

「這些風險可能對發展前景造成長期嚴重的損害。在全球合作至關重要的情況下，上述風險還可能導致內向型政策進一步抬頭。」

在美國，美聯儲近期的降息可能會為經濟活動提供部分支撐。然而，鑒於政策持續的不確定性、疲弱的商業信心和不斷減弱的財政刺激措施，預計 2020 年美國國內生產總值增速將從 2019 年的 2.2% 放緩至 1.7%。在歐盟，製造業的發展將繼續因全球不確定性而受阻，但私人消費的穩步增長將在一定程度上抵消這一影響，2020 年歐盟的國內生產總值增速預計將從 2019 年的 1.4% 小幅攀升至 1.6%。

給投資者帶來的機遇：

東亞仍是全球增長最快的地區，也是對全球增長貢獻最大的地區。在更加寬鬆的貨幣和財政政策的支持下，預計 2020 年 - 2021 年，中國國內生產總值增速將從 2019 年的 6.1% 分別逐步放緩至 6% 和 5.9%。而巴西、印度、墨西哥、俄羅斯和土耳其等其他新興大國有望在 2020 年呈良好增長勢頭。

許多國家和地區提高生活水準的進程停滯不前

過去十年來，非洲人均 GDP 幾乎停滯不前。與此同時，在撒哈拉以南非洲地區的幾個國家以及拉丁美洲和西亞的部分地區，生活在極端貧困中的人口數量有所增加。這些地區若要在減貧方面取得持續進展，不僅需要大力推動生產率提高，還需堅定地致力於解決嚴重的不平等問題。據聯合國估算，要消除非洲大部分地區的貧困狀況，人均年增長率必須超過 8%，而過去十年該地區的年均增長率僅為 0.5%。

可持續性和福祉也是關鍵方面

除國內生產總值增長外，世界上一些地區衡量福祉的其他指標所反映的情況更加嚴峻。氣候危機、持續的嚴重不平等現象、日益嚴重的糧食不安全狀況和營養不足等問題，繼續影響著許多國家人們的生活質素。

聯合國首席經濟學家伊里亞德·哈裡斯給政府及行業管理者的提醒：

「政策制定者不應只關注促進 GDP 增長，還應致力於增強社會各方面的福祉。因此，必須優先投資可持續發展專案，促進教育、發展可再生能源和建造具有抵禦災害能力的基礎設施（伊里亞德兼任主管經濟發展的助理秘書長）。」

為了應對氣候變化，政府及行業管理者應合適地處理環境污染，決策者於制訂政策時，考慮長期人均碳排放量水平，如考慮把發展中國家的人均碳排放量上調至發達經濟體的水平，全球碳排放量將增加 250% 以上，而全球的目標是在 2050 年之前實現淨零排放。創意玩具產業於尋找商機及生產地點的同時，必需小心地避過各種法規上的陷阱，以免招至損失。假如發展中國家如越南在能源轉型方面採取更果斷行動，例如加強環境污染處理工作，轉用更加清潔的能源，廠商必須於作出產業轉移或投資決策前再三尋求專家及學者意見，避免最終成本劇增，最終損兵折將。

受中美貿易戰爆發、美國創意玩具反斗城破產等不利因素影響，2019 年歐美地區創意玩具銷售不如人意，大多數國家創意玩具銷售幅度率出現比 2018 年下降的趨勢，但是總體上還是呈現增長走勢。美國創意玩具市場銷售更是陷入了近三年來最差的市況。不過新興市場表現較好，非洲大幅增長 42% 以上，拉丁美洲也超過 33%，亞洲基本持平同比增長 10% 以上。中國緊跟美國之後，已成為世界第二大創意玩具消費國。受疫情影響，預計 2020 年全球創意玩具市場行情較為冷淡，2020 年全球創意玩具市場大幅度萎縮已無可避免。

各廠商管理者善用收藏趨勢、並以經典版再推優化包裝後的另類「新產品」，令產品於產品周期的尾聲時候，再度發揮其威力，延長產品周期，節省新產品開發成本。電影化趨勢可以配合造型、潮流偶像的打造，以協同效應 (Synergy Effect) 降低產品宣傳成本。技術趨勢再加凝集的概念，人工智能教育玩具透過配合不同語言版本的玩具，提高成本效益。

各廠商管理者於拓展國際市場時，如能夠掌握上述各種的趨勢，包括（一）收藏趨勢，（二）活躍趨勢，（三）技術趨勢，（四）經典趨勢，（五）電影化趨勢，（六）凝集趨勢，希望憑藉着香港大中華中小企業廠商「神奇魔法師的手」為兒童及為創意玩具業變出魔法！為創新創意教育玩具行業，創高峰，再創傳奇！

中小企專訪

- 1 - 保佳實業有限公司
- 2 - 喜利傑玩具集團有限公司
- 3 - 怡高安迪（香港）有限公司
- 4 - 宏亮國際（香港）有限公司
- 5 - 金輪機鑄制品廠有限公司
- 6 - Lionbird 有限公司
- 7 - 興發玩具製品廠
- 8 - 千立酷有限公司
- 9 - 香港細細個歐洲創意玩具
- 10 - 心理學專家羅志華教授

保佳實業有限公司



鄭永基 先生

總經理

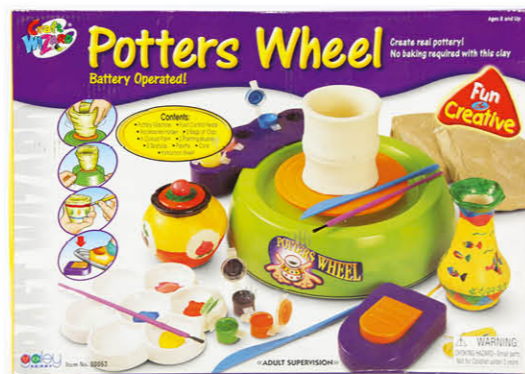
公司簡介

於1979年成立，生產益智玩具-電子類，遊戲及玩具-電子類，電子音樂玩具，電動玩具，電動塑膠玩具機械人，其他玩具，嬰兒玩具，新奇產品，廣告贈品等等，其主要市場包括北美洲，西歐等地域，展開研發生產過程，公司開始擁有自家的品牌：塑膠玩具 Galey Toys 和鄭永基總經理的面談中，他們亦簡要探討「保佳實業」如何制訂策略方向，以及如何更有效地把握於中國現時經濟發展中的新機遇。公司於九零年初把香港廠房搬到深圳福田區。到九零年中，將廠房擴充並搬至東莞。現時每年的營業額已達到1.5億港元，東莞的廠房佔地約2萬平方米，聘用超過500位員工。



新產品研發新方向的制訂： 兒童創意教育和潛能的充分發揮

正如本文開始所描述，公司非常著重產品和品牌的打造，公司大部分產品都由內部研發部門 (R&D Dept.) 負責設計及發展，此外，亦有交由其他公司提供 ODM 服務 (ORIGINAL DESIGN MANUFACTURER) — 「原始設計製造商」，按照原來公司的資源分配計劃，每年大約推出四至五個新的產品，以滿足市場的需求。現時大部分新的產品均有加入創意元素，例如我們最近推出的陶泥機和貼紙機，可以讓小朋友去充分發揮自己的創意，去創造自己喜歡的小玩具，自主發揮爆炸性的威力，令兒童的創意彈上半空。



內地市場方向的制訂及財務目標之推行

公司在 2004 年起開拓內地市場，現時內地的銷售額佔總銷售額大約 10%，估計在未來兩年這比例應該可達到 25%，照目前情況，我們也不會為內地的代理 / 客戶提供寄賣的安排，維持較簡單的營運模式。初期的經營經驗帶來許多令人難忘的體驗，由於內地的銷售模式與境外的不同，於海關記錄和會計帳目都要特別小心謹慎，步步為營，例如種類繁多的稅項：增值稅和營業稅等等。如果給予內地買家帳期較長，例如超出香港客戶常見的 30 天至 60 天，好處是對內地客較有吸引力；可惜礙於內地財務職員工作主動性及月初的銷售亦累積至月底才發出月結單的政策所限，相信當客戶已經超越付款期界，有些甚至已去到 90 天，財務部還未能即時行動，追回拖欠帳款的例子相當普遍。大部分情況下，信用狀 (Letter of Credit) 在內地不普遍，幸好公司目前以客戶的信譽作判斷，直至現在也未有壞帳的情況出現，除此以外，內地營商的財務監控和現金流管理亦是一個大學問，管理層理應擅長於平衡一個新增客戶的利潤和它所帶來的呆壞帳風險，公司才可以於經濟逆行時期中安然渡過。

市場推廣策略方向的制定

就「中小企業市場推廣基金」所提供給廠商的資助而言，資助範圍包括：

1. 出口推廣活動以推廣其產品及 / 或服務，而該些出口推廣活動或活動平台必須由有良好往績的機構主辦或營運
2. 香港境外展銷 / 展覽會
3. 香港境外商貿考察團
4. 以香港境外市場為主要對象的本地展銷 / 展覽會 (該展覽必須符合工貿署特定準則)
5. 建立或優化申請企業所擁有的以香港境外市場為主要對象的公司網站 / 流動應用程式作出口推廣 (工貿署會考慮公司網站 / 流動應用程式主要對象時，參考因素，包括：申請企業如何利用該公司網站 / 流動應用程式作出口推廣、網站的語言文字種類、內容、功能，以及企業的出口業務證明等資助範圍，及其他申請資格詳情，可參閱工業貿易署網站：www.smefund.tid.gov.hk/tc_chi/emf/emf_scope.html)

鄭先生分享了保佳實業有限公司在內地市場推廣策略，公司每年也會參加在廣州和上海舉行的玩具展覽會，以推廣其產品，並維繫各地的經銷商及與他們保持良好的溝通。他們已善用工貿處提供上述「中小企業市場推廣基金」Export Marketing Fund (EMF)。現在亦正積極考慮申請由工業貿易署推出的「發展品牌、升級轉型及拓展行銷市場的專項基金」(簡稱「BUD 專項基金」)。



喜利傑玩具集團有限公司 (Happy Kid Toy Group Ltd.)



**Yanme
Wong**

Chief Operating Officer

公司簡介

喜利傑玩具集團有限公司成立於 1985 年，專注於生產及開發兒童玩具產品。集團的首席執行官黃小姐，在這次面談中不但分享了她對南美市場的銷售經驗及策略制定方向，還分享了如何更有效地開拓中國市場，為公司帶來新的機遇。

策略方向的制定

由「喜利傑」所製造的主要產品包括：嬰兒玩具，早教玩具，電子音樂玩具，電動玩具，益智遊戲，浴室玩具，電動機械人，新奇產品，廣告贈品等等 ...

在眾多品種的玩具之中，「喜利傑」專注於電子及電動機械類。在不斷吸納這方面的專材後，開發了很多極具創意的新穎設計，打造了自家品牌。為了產品能啟發小朋友潛能和學習新事物，公司更不時請教兒童心理學專家給予專業意見，務求令品牌打造得更完善。策略方向是以專業及誠意去生產出高品質，高規格，高重玩性的產品，給想要小朋友能安心玩樂的客戶們一個更好選擇。在過去三十多年的努力中，歐美及南美國家的市場已經站穩陣腳。由數年前開始，「喜利傑」更以自家品牌開始在亞太區及中國大陸慢慢搶佔到部分市場，這都是因為堅持專業態度所至。希望未來能在亞洲更具知名度。



歐美和南美市場的經驗分享

美國是一個非常龐大的市場。只有一件合適爆款的產品，也可能賣到十萬至幾十萬件一年，可說是兵家必爭之地。在這麼大的競爭環境下，「喜利傑」堅持每年開發出很多不同的創意兒童玩具。雖然投資非常龐大，但能為保守的玩具市場帶來新鮮感。面對新產品所帶來的銷售量，客戶大多樂意下單。這些獨一無二的產品，有些賣了二、三十年還在下單呢！

相對於美國，歐洲和南美的兒童玩具市場就細少很多。清關文件和檢測要求非常多，核對文件花費時間也很長。而下單的數量也不算很大，所以一定要有好的團隊共同合作才可以在這些市場競爭。



開拓亞太區和國內市場的困難與商機

由於日本和韓國的玩具市場非常成熟，動漫和電影產品多不勝數，也帶動了整個亞洲。要打進這個市場非常困難。幸好多年來所打造的品牌形象，產品質素也獲得了不錯的口碑，再加上與不同的動畫和電影公司合作研發兒童玩具，現在在亞太地區的貨架上，也能找到「喜利傑」的產品。

至於在中國內地生產和內銷之前，必須仔細看清所有法律條文，找緊知識產權的註冊事宜後才好開始，否則可能得不償失。以內銷新手而言，公司以成包方式提供產品給國內經銷商，從中學習到不少國內行銷的竅門。另一方面，定期在不同的展覽會介紹自家品牌和公司歷史也對內銷幫助不少。能與內地電商平台和上海電視台合作開發卡通人物品牌玩具產品，也是在展覽會中結緣的。由於很多國民都富起來以及一孩政策取消的關係，對於兒童玩具需求大增，而品牌和質量的挑選也嚴謹了很多，多年的堅持在這時就發揮了相當理想的效果。

齊心抗疫，了解時局，迎向新挑戰

在疫情和美國對華政策改變的雙重衝擊下，身為公司的首席執行官黃小姐，在疫情爆發之初，已要求自家廠房以最高規格的衛生標準迎戰。教導工友正確的衛生常識，分享面對當年沙士的經驗給他們，全廠定期消毒，量體溫及規定要帶口罩等等，這確保工廠能繼續正常運作，能繼續在市場上競爭。

至於美國對華的新政策，確實令很多行家難以生存，但同時也提升了知識產權的保護。對於向來大量投資於自家研發的「喜利傑」品牌來說，黃小姐覺得這會是一個非常好的商機，希望同業們能一起堅持到最後，迎向新機遇！



怡高安迪（香港）有限公司



施林夏雁 小姐

董事總經理

公司簡介

怡高安迪（香港）有限公司成立於 1991 年，是擁有自己品牌的製造商及出口商，不同出品包括光學玩具，科教玩具。於過去 20 多年，他們每年均積極參與國際不同的玩具展，其中香港玩具展是最大的參展商之一。他們的產品是以科學教育玩具為主，在香港他們是最大的教育玩具製造商之一，全部產品都是由自己公司負責設計和生產。現已有超過 500 種遠銷全球超過 110 個國家。董事副經理施俊匡，在 2014 年從外國畢業回來，在國際採購公司實習了一年後，於 2015 年回到公司任職，並且在他的努力下，成功與外國著名 Star Walk 2 的手機程式發展商，簽訂了獨家的合作協議，將其程式加入他們的望遠鏡品牌 Galaxy Tracker，大大提高了他們產品的競爭力並榮獲不同的國際設計獎項。

施俊匡 先生

董事副總經理

自動化機器生產策略的制定

2019 年他們在廣東省中山市神灣鎮，原有的廠房附近，興建了全新的廠房。並在香港生產力促進局 (HKPC) 的協助下進行大革新，增添了多部自動化機器，進行標準化生產。新的廠房，面積大約有 30 萬平方英尺，現時僱用大概數百工人，生產能力卻可媲美於舊廠房的 1500 人，因應內地招聘員工的困難，此轉變除了提升生產能力，標準化生產卻同時提升他們產品的品質。

自動化機器生產和口罩生產線資助計劃

公司今年年初積極推出了健康和醫護產品，他們已採用十萬級的淨潔車間。引進了四條全自動化外科口罩生產線及一條 KN95 口罩生產線，每天可生產 40 多萬個口罩。今年其他的玩具產品系列，包括生物、化學、DNA 套裝、細菌培植，全部都是富有趣味性和知識性的玩具。他們早在 2011 年推出的人體系列，邀請了超過十位醫生作顧問。所有產品的結構，如腦袋、眼睛和牙齒等，都是符合相關專業知識水平，公司作為一間科技產品的生產商，對於產品的品質和所帶來的資訊，準確性是非常重要的。所有產品的研究及發展，都是在香港總部進行，以確保他們公司產品質量安全達到專業標準及增加了客戶的信心。



AR 人體腦部模型

自主創新把握教育新機遇

公司很多的客戶都是外國著名的教育機構或團體，例如 University of Oxford, National Geographic 等，秉承他們的座右銘：和諧，誠信，創新，超越由 1991 年起，他們開始採用自家品牌生產，他們一直以來都不斷參加全世界的玩具展，包括紐倫堡、東歐的波蘭、俄羅斯等國家，以了解當地市場的需求和收集用家的意見。最忙的時候，他們試過在一年之內，最多參加了全球 13 個展覽會。他們產品的包裝，都以七個國家的語言編寫，及符合全球玩具安全標準，有些受歡迎產品甚至有超過 20 種語言的說明書。

智能教育玩具滿足大中華市場

內地市場之大，尚未完全發掘，增長潛力遠超出不少外國市場，他們的一款智能望遠鏡，國內客戶的購買力在同一時期可相等於在歐洲的十倍訂單數量。由於內地的教育程度普遍提高了，家長願意花費更多的金錢，買富有教育意義的產品給小孩。內地的二孩政策亦增加了內地的市場潛質，大約在兩年前，公司利用天貓和微信等網上平台銷售，和參加在廣州和上海舉行的玩具展，開始設計迎合大中華市場的需要產品。



Galaxy Tracker 望遠鏡配手機連接器
及星空追蹤應用程式



顯微鏡配手機連器

知識產權構成市場開發障礙

施林夏雁董事總經理表示，他們公司也走了一條不易走的道路，由於他們公司所有產品，都是原創的產品，兼且對品質的要求非常之高。在歐盟的國家，就符合了 EN71 標準，也符合美國的 ASTM 標準，和內地的 3C 認證，因此在內地像他們這樣認真專業的廠家實在不多。在版權方面，亦發生過不少被抄襲情況。雖然他們也會採取適當的法律行動，控告一些抄襲他們產品的廠商，但這樣做法是存在一定困難的。慶幸在近兩年，抄襲的情況似乎有所收斂。

克服產品安全挑戰、從新再出發

自 2007 年起，由於產品的含鉛量問題的出現，歐洲各國買家在品質的要求方面，每年都更新了安全標準，再加上人民幣升值，工人薪金提升等因素，令到近五年的生意面對不少的挑戰。客人又減少存貨量，所以每次落單的數量減少，出貨的次數更加頻密，這樣對於生產成本、物流及廠房管理的壓力，從供應鏈到出貨的安排和到現金流的影響；此外，產品的生命週期也縮短而導致研發成本的上升，從而構成盈利壓力等等。為進一步拓展大中華市場，他們嘗試在內地的商場設置專櫃，以作推廣，但這樣的經營成本高，針對經營上的困難，現在已轉為與內地的分銷商及內地大型連鎖店合作，並且以網上平台直接供應內地的學校或提供小班網上課程如興趣班等機構，直接進行交易，提高效率！他們成功申請由工業貿易署推出的 BUD Fund 資助計劃以推行自動化機器生產，憑藉着怡高安迪（香港）有限公司的誠信和優質產品，在香港政府和香港生產力促進局顧問團隊的全力支持下，他們充滿信心地追隨香港政府再工業化的政策目標，藉著客戶多年來信任及支持，他們一起邁向一個新的里程碑，從新再出發！



宏亮國際（香港）有限公司



歐宏亮 先生

董事

公司簡介

「宏亮國際」現時於香港公司大約有二十名員工，主要負責產品設計及銷售業務，出品以益智魔術玩具遊戲及道具產品為主，零售價每件大約從 2 美元到 300 美元不等。宏亮每年定期推出新產品或系列，每系列大約五至六件產品滿足市場需求。現時產品出口市場以歐洲為主，而內地主要以直接零售專櫃銷售為發展品牌。

自 2013 年起已在廣州及上海各地百貨公司內設宏亮專櫃，亦於廣州設立辦事處作營運。由於年初至今的新型冠狀病毒肺炎（新冠肺炎）的影響下，公司預計今年將會把產品發展到網上，以開拓內地直銷市場及把疫情的殺傷力減至最低。

市場推廣策略方向的制定

「宏亮國際」最近推出了兩個新的品牌系列包括街頭魔術和經典魔術系列，市場仍以歐洲為主。為進一步拓展內地市場，宏亮已成功申請由工業貿易署推出的「發展品牌、升級轉型及拓展行銷市場的專項基金」（簡稱「BUD 專項基金」），去開拓上海和廣州的市場。這項資助對他們開拓內地市場很有幫助。



以新產品開發目標市場

公司生產的魔術產品主要針對 5 至 12 歲的小朋友。宏亮設計的每一件魔術產品，都是具有原創性和獨特性，故此「宏亮國際」作為世界著名魔術玩具生產商，以不斷創作研發新產品為市場策略去發展及拓展市場。



金輪機鑄製品廠有限公司



黃康年先生

董事總經理

公司簡介

公司成立於 1979 年，公司擁有二個不同檔次的自家的品牌，包括稱為「金輪」及高檔次的「車至尊」。早年「車至尊」產品已成功於 amazon 和京東商城售賣。成立轉眼至今已有 40 多年的歷史，為提升成本控制效益及更集中於環球產品採購，內地廠房已轉型為物流中心，香港有 8 位員工及內地 20 位員工，則按照公司方針，變革為採購及品質控制專員，變革前每年營業額近億元，主要的市場是美國。

創意玩具以擴增實境 (AR) 的科技元素，創造出獨特產品

面對國家出生率下降及同行競爭挑戰，廠商必須重新定位，更有效地把握新機遇，將產品擴展至海外高端市場。為拓展高端客戶市場，每年均把他們的產品作一次全面性的檢討，2020 年他們推出了全新系列的迷你車，在這系列的迷你車中，

他們採用二大創新：

- i) 創新的生產方法，他們採用了新方法，將生產成本大大降低。每一件迷你車的出廠價，都少於港幣 1.5 元。
- ii) 加入擴增實境的科技元素。憑藉著車身物質、車呔生產方法的轉變及手機程式擴增實境的效果，令玩具玩家更投入，車身不是用傳統的鋅合金，而是主要採用鐵皮來製造，生產原料成本大大降低。車呔則改以把塑膠車呔和合金輪圈一次過裝嵌的方法生產。既符合產品安全條例要求，又可減低人工成本，雙得益彰。另一項創意是將擴增實境的科技元素加入迷你車賽車遊戲。由於每一部迷你車的車底，都印有一個獨特的二維碼 (QR code)，賽車創造成新的獨有生命。玩家只需要利用手機程式掃描二維碼，就可以立即進行賽車遊戲。駕駛該部迷你車在美國 50 多個州的公路上馳騁，樂而忘返。



如何以專利產品把握高檔次新機遇

公司已耗資了 60 多萬元投資於這新程式，並正式申請專利權註冊。這個創意產品自 2019 年推出以來，已出售七千多萬部。2020 年再接再厲，將以這個擴增實境 (AR) 系列開拓內地市場的兵器。他們的目標是尋找到適合的代理商，為他們直接銷售予內地，而他們公司只會集中精神在產品的研發和生產方面。他們現時正在為迷你車拍攝一段宣傳片，預計會在今年年中推出市場，可以幫他們找到內地的入口商。

目標市場開發上障礙

黃康年董事於尋找新機遇的道路上亦面對障礙及挑戰，首先，面對上述價格的競爭，令中、低檔次廠商生存空間不是十分大，此外，廠商於開發新產品過程中十分小心，並且必須與時並進，多了解知識產權及產品安全知識；於考慮擴展國外市場的同時，除了滿足國家產品安全標準，例如〈兒童玩具新國家標準〉的同時，亦必須顧及歐美國家玩具產品安全要求，方能成功打入海外市場。



Lionbird 有限公司



何梓健 先生

創辦人

公司簡介

Lionbird 有限公司成立於 2012 年，是香港移動遊戲開發商與發行商，開發者們擁有多年的移動遊戲開發經驗，立志打造優秀的移動遊戲，讓全球玩家在細小的移動屏幕享受最大的樂趣。在四位富幹勁及國際視野的青年企業家的悉心經營下，公司手遊作品自 2016 年起，屢獲殊榮，多次獲得本港及世界各國比賽的獎項，包括香港創新科技署大獎 (HKITC Award) 以及國際比賽的 IMGA Award (International Master Games Association) – 國際大師遊戲協會；與此同時，手機程式下載次數突破了 100 萬，成功打入美國市場，Lionbird 的創意產品自 2012 年推出以來，全世界的下載人次已達二千萬，為何梓健 (Jingle Ho) 和他的手機遊戲製作團隊，打下了一支強心針。

創新手機遊戲產品 / 項目： 世界製造者 (World Creator!)

憑藉着過往佳績，製作團隊以 9 個月時間，成功開發創新手機遊戲，名為世界製造者 (World Creator!)，2048 建設及對戰 (2048 Puzzle & Battle) 並引入創新思維意念，遊戲中玩家可以將不同的建築物向同一個方向移動（建築物會移動到可能的盡頭），而兩個同級數的建築物匯合的時候，就會升級。每個地方都設有 16 級的建築物，玩家的目的是在不停移動建築物並將城市升級，在用盡空間之前變到更高及最偉大的境界！遊戲在全球下載超過 300 萬人次，當中在中英美法俄等地區相對較受歡迎。

手機遊戲行業收入模式

作為手機遊戲研發及品牌的管理者專職，負責市場推廣的 Jingle Ho 分享了創辦公司的心路歷程，和此行業中收入模式的設計和推行，讓其他初創企業管理者作參考。公司大約每半年便研發出一款新手機遊戲，以不斷開拓新目標市場，據悉公司投資於每一款程式的約 80 至 100 萬港元，公司主要客戶是全球的智能手機用戶，銷售渠道 – 在蘋果和谷歌平台上線，免費讓玩家下載，盈利模式以廣告為主，遊戲公司八成收入來源是廣告收益，其餘二成是從用戶購買代幣 (Token) 所產生的收益為主。



內地市場方向的制訂

根據近期調查市場顯示，2016 年全球手機遊戲市場規模達 2464 億元，手機遊戲市場已進入高速發展階段，他們將主力開發不同類型的優質休閒遊戲，並會透過橫向及縱向的發展，擴闊市場，在市場中佔重要席位。公司面向歐美及世界市場，藉著多年來於歐美市場的經驗及「香港大中華中小企業商會」的啟蒙導師的指導下，成功於 2017 年開拓內地市場，Jingle 於實踐推廣工作時，亦同時運用及借鏡各商會中的前輩心得，把握機遇以達到各企業目標；據悉他們借鏡 LEGO 組立式玩具的意念，他們精心地把手機遊戲的設計結合於電腦程式當中，反應不俗。內地手機遊戲市場正高速發展，有見及此，公司將致力於 2020 年開拓內地的市場；公司訂下了內地市場佔整體市場 20% 的目標，相信於五年內可以達到。基於精簡架構的理念，公司四位合伙人，只會各司其職，分工集中於產品的研發和程式編寫和較高層次的市場策略制定方面。



目標市場開發上障礙

Jingle Ho 和他的手機遊戲製作團隊於尋找新機遇的道路上，亦曾面對障礙，發新手機遊戲產品過程中，程式研發涉及百萬元投資，廠商必須格外留神，並且必須盡早準備及展開版權的註冊程序，以預防內地商人的侵權行為及對業務構成負面影響，方能成功打入內地市場。

興發玩具製品廠



蔡興 先生

董事總經理

公司簡介

興發玩具製品廠的董事總經理蔡興先生在訪問員一路的提問之後，他侃侃而談道出多年以來鮮為人知的心路歷程；從八零年代初以小巧玲瓏人物造型和動物造型製品打入美國市場，在 87-88 年期間轉戰到歐洲更高品質的產品路向，從 1984 年起由內地加工廠代工，到 1993 年起正式停止香港的生產線，全部由內地自行成立的生產基地，進行生產「興發」所擁有的自家商標及品牌，這些一點一滴的轉變，反映着香港傳統輕工業的更替。與此同時，蔡先生亦不時流露着廠家對新世代的營商轉變的迷惘和應對整體營商環境壓力的進化，不斷面對競爭，不斷要求改善，而產品質量訊息正亦日趨透明化，以及對產品持續要求改善的發展大趨勢，試問大中華廠商怎樣可以更積極地面對各種營商環境所構成的沈重壓力呢？蔡先生希望憑藉着自家製作玩具系列「油彩魔法師」為兒童及為「興發」畫出彩虹吧！

創意玩具套裝自家製作玩具系列： Paint the Magic D.I.Y.

由公司成立至今，公司擅長專注生產塑膠動物造型中的海洋生物製品，包括不同種類造型可愛海洋動物如龍蝦、海星、海馬等。「興發」彷彿把兒童腦海中的海洋世界，活現在他們的眼前；海洋公園常見到的海洋哺乳類動物，亦從遙遠的海洋世界，到了小童的日常生活中，陪伴着他們一起渡過炎炎但不一樣的「興發夏天」。值得一提「興發」非常認同兒童在遊戲中學習，及鼓勵盡情發揮小孩創意的小宇宙，去啟發他們的想像力和藝術才華的重要性；有見及此，公司繼突破了傳統靜態製品，設計了別緻的發光海馬系列後，再配合上述 D.I.Y. 創意玩具的理念，設計了可夜光的多系列動物造型 D.I.Y. 玩具套裝系列：Paint the Magic — 油彩魔法師，當中包括全套共八條海洋動物、畫筆及整套夜光油彩，九種油彩均是水性顏料（獲官方認可的第三方檢測認證），容易清洗，家長不會擔心小朋友於遊戲後，難以清潔。油彩魔法師讓兒童扮演魔法師的小手，親自為海洋動物於小朋友的童話海洋世界中粉墨登場前，給牠們仔細地打扮，就如新世代的主人翁，為他們將來的身份和角色，添上更繽紛色彩，去創作獨一無二的自家製作玩具，與三五知己和同學，在成長的道路上，留下美好回憶。



廠商繼續尋找的新出路

蔡先生亦談及較早時將香港辦公室搬到尖東南洋中心的目的是向外國到港的買手，提供一站式的採購服務，而「興發」更希望令到外國買手有賓至如歸的感覺。只可惜該中心的「玩具世界」構想和安排，亦受到於尖東其他商場的模仿，令到事與願違，未能達到成行成市的景況。面對市場許多不明朗因素，廠商只能盡其最大努力不斷添加新產品去維繫原有歐美客戶，維持每張訂單都可以達到裝滿一個貨櫃箱的目標，並繼續尋找新經營模式和市場路向。



千立酷有限公司

(Chiilaku Limited)



陳奕禮

創辦人

公司簡介

千立酷有限公司 Chiilaku Limited (以下簡稱 Chiilaku) 成立於 2013 年，其卡通人物品牌「Squly & Friends」有琳琅滿目的授權產品，例如手提袋、毛公仔、鎖匙扣、手提電話配件、床上用品、紙品文具、日用品及家庭用品等。自 2014 年起 Chiilaku 及 Squly & Friends 屢獲殊榮，多次獲獎，包括 2014 Comic World Hong Kong 38 原創卡通人物大賽冠軍、香港中小企創新大獎 2017 服務創新傑出獎、2018 鵬程中小企青年創意創業獎、2018 香港文化創意產業大獎及 2019 最佳香港新晉授權品牌獎銀獎。客戶包括「麥當勞」、「屈臣氏」、「卡撒天嬌」、「Yahoo 香港」、「港鐵商場」、「上水匯商場」、「大本型商場」等，多不勝數。

市場策略方向的制定

「Chiilaku」的市場最初以香港為主，接著才開發其他地區的市場。現在除本港市場以外，第二大市場是星加坡，第三是台灣，接著便是中國大陸地區。「Chiilaku」的創辦人陳奕禮透露在國內主要業務是 Squly & Friends 卡通人物授權的業務。中國大陸市場目前只佔全公司的總營業額大約 10%，所以發展空間非常之大。可惜受到疫情的影響，因此卡通產品和其他業務發展計劃全部都暫時停頓了。

把握東莞市松山湖區招商計劃資助新機遇

在 2019 年「Chiilaku」首次參加廣州國際玩具及教育產品展覽會和上海的中國國際玩具及教育設備展覽會。陳奕禮表示這次參展經驗，雖然未有達成即場銷售，但能親身接觸內地潛在的客戶，對開拓內地市場的幫助很大。在 2018 年「Chiilaku」加入東莞市松山湖區招商計劃，獲得基金資助十多萬元人民幣，辦公室和員工宿舍的租金獲得首兩年的 50% 資助，與當地公司合資開設了辦公室，聯合發展當地的文化創意產業，促進兩地交流。在內地推廣業務遇上最大的困難莫過於內地的買家未能看到公司在香港、星加坡和台灣的成功個案。其次是內地許多新創卡通人物的授權都是不收費用的，雖然我們的收費合理，但礙於內地習慣是完全免費，我們的合作夥伴縱使於授權業務上已有許多客戶聯繫，亦仍需繼續努力。再加上內地近年大大轉變消費者推銷模式，許多廠商已改用手機社交平台如微信、抖音和小紅書等宣傳方式去推銷產品，可惜我們公司錯過了使用中國大陸社交平台爆發的推廣先機，現正開始研究如何在合理成本下，將我們的卡通人物推廣給內地的消費者。

創作意念豐富 Squly & Friends 策略多樣

陳奕禮是本地原創卡通人物 Squly & Friends 的創辦人之一。為這系列開發了超過 200 款不同的產品包括文教及家居用品等等，讓一眾卡通人物從漫畫走進人們的生活，當中以鎖匙扣、公仔、咕臣、手機、雨傘等日用品最受客戶青睞。「Chilaku」著重中港兩地不同的商場合作舉辦推廣活動，安排不同 Squly & Friends 大吉祥物出巡與現場客人互動合照，使 Squly & Friends 在各個地區的知名度迅速提升。陳奕禮拆解了他的團隊創作 Squly & Friends 背後的意念，原來不同的卡通人物分別傳達着不同資訊例如保健 keep fit, 良善和細心，透過不同角色去帶出不同價值觀，環境保護和全球暖化等較深奧概念，希望達到寓教育於娛樂的目的，如果能夠用卡通人物精品和授權的方式，讓 Squly & Friends 的創新意念在市場中打出一片創意的天空，亦可能有助大中華廠商打開中港交流，互利共益的新天地呢！



Squly™
Squly & Friends!



香港細細個歐洲創意玩具店



吳偉利先生

創辦人

公司簡介

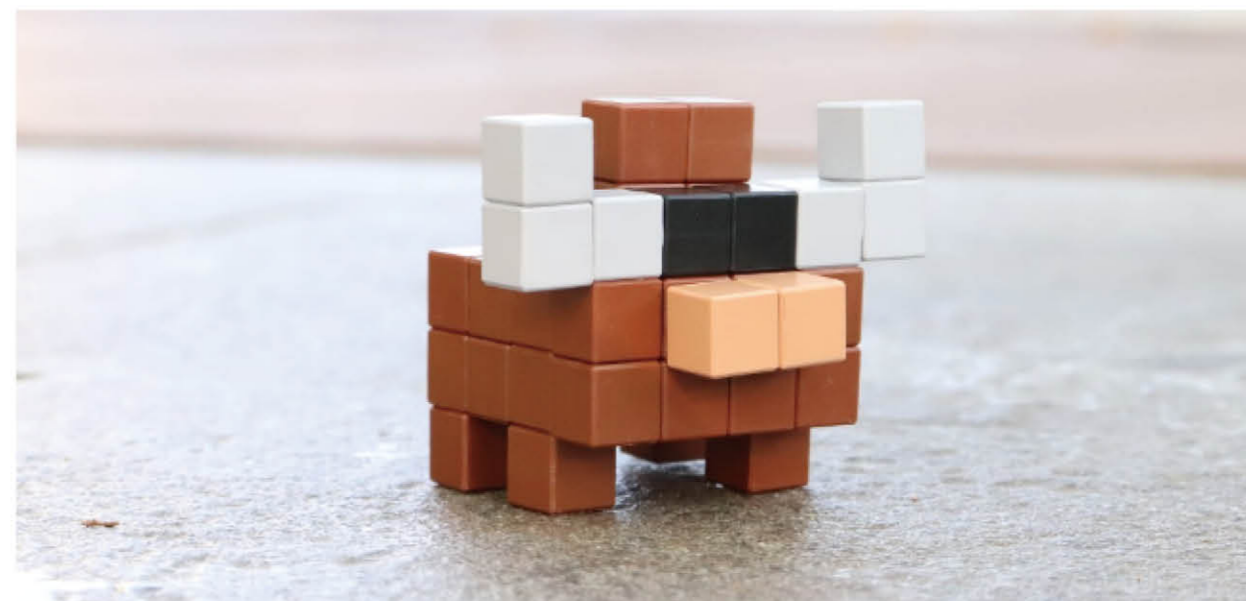
公司成立於 2015 年，代理 / 售賣的品牌，包括「cuboro」木製組合積木，及「superpx」超級像素磁石積木和其他優質歐洲品牌。早年開始於淘寶商城把商品售賣到各地，以 1 歲至 7 歲兒童為對象，提供產品總數目已達到三十多種以上。創辦人吳偉利回顧公司自開業以來，業績都令人滿意，只可惜自從 2018 年起，受到中美貿易戰影響，營商環境及產品銷售承受著沈重壓力，公司營業額大幅倒退，減少達百分之五十！

他們所代理的創意磁石積木，可以讓 6 歲幼童明白到磁石同極相斥，異極相吸的磁場原理，富有教育意義。此外，亦配合磁石相吸的特性於傳統層疊積木上，孩童便能夠發揮自己的創意，砌成各式各樣的擺設或 DIY 玩具。只可惜以上推廣訊息或者意念，較難發送到內地客戶當中，又或者是如香港的家長討論群組般，將創意玩具的優點及特質，發送到家長討論區，有助產品的推廣。

吳先生於尋找新機遇的道路上亦面對多重障礙。香港產品除了面對內地客戶大多時間未能翻牆到訪網站，了解產品推廣資訊外，2016 年兒童玩具新國家標準亦加強產品檢查要求，塑膠玩具製品都必須檢測才能通關，減低了細批單膠產品的靈活性及銷量。

內地市場的開發

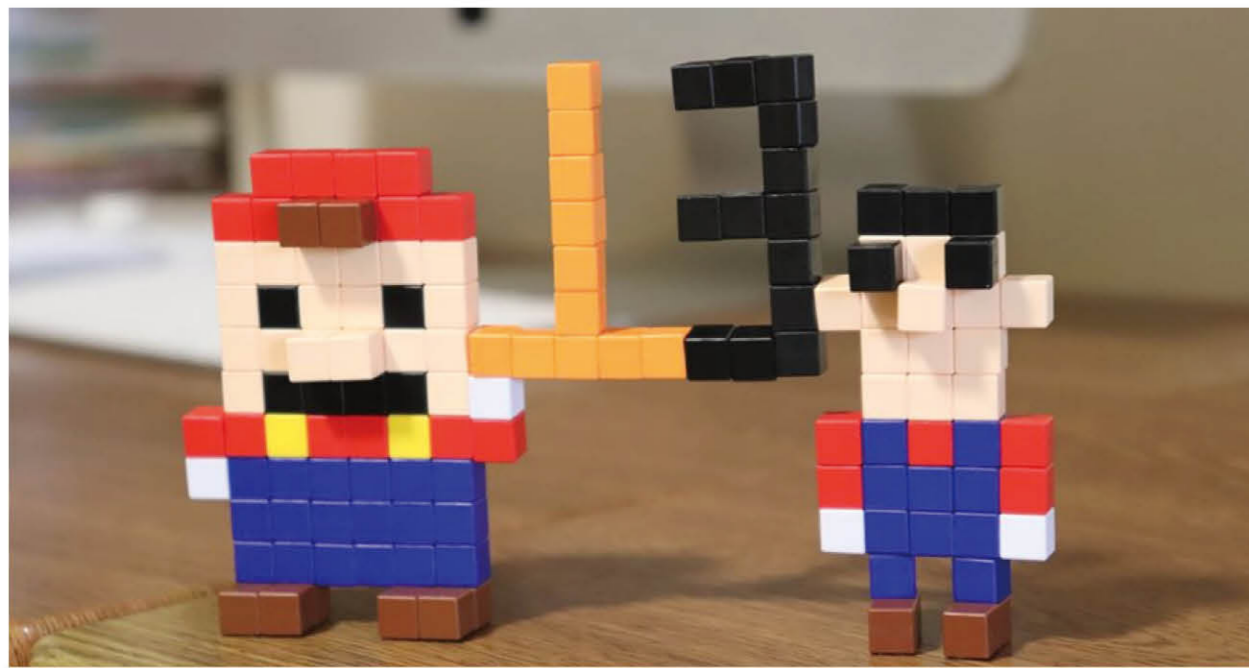
為提升國內產品銷售，參加了深圳的玩具展覽會，但受到疫情影響，吳先生只能委派國內的代表出席廣州展覽會，可惜客戶的反應及推廣效果未如理想，為促進創意玩具業界交流，益智創意玩具訊息的互通，吳先生的團隊於 2020 年初成立了一個非牟利團體，以促進香港，內地及海外益智創意玩具文化的交流。



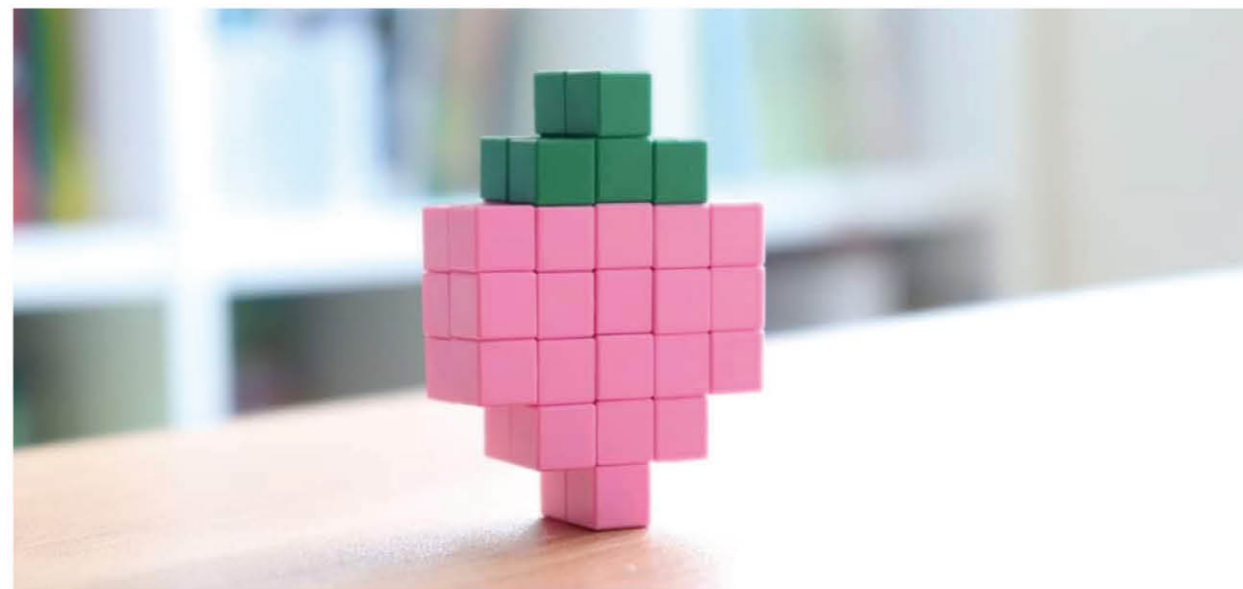
SuperPX 公牛 - 捕捉事物的特徵，少量積木也能拼出自己風格的模型

非牟利團體“香港益智創意玩具協會” 推動研發益智創意玩具

由於智能手機的普及化，愈來愈多父母為了安撫孩子，亦會給年幼的子女使用「電子奶嘴」。若孩子過分投入玩電子遊戲，或受其聲音、畫面刺激，會影響孩童的專注力和學習能力。吳先生成立“香港益智創意玩具協會”，英文名稱為“HONG KONG ASSOCIATION of CREATIVE TOYS”，宗旨是推動益智創意玩具，讓大人及小孩多接觸天然物料，可有效保持心境平和、訓練幼童手指靈活度，透過不同的玩法，刺激大腦、訓練感覺統合（又稱為感統訓練）、培養創意思維及改善社交能力等，接受本刊物訪問的法證心理專家羅志華教授亦認同以上理念的重要性呢！值得一提，羅教授傾向採用遊戲治療進路，透過讓兒童挑選心愛的玩具，並且以自己的創作意念，抒發內心世界；故此創意玩具業界可以善用協會、心理專家學者資源，及其他內地溝通平台，發揮協同效應，開拓新商機，與行業協會一起成長並推動益智創意玩具發展。



SuperPX 瑪莉歐兄弟報告天氣



心理學專家學者 於啟發潛能、個人發展的建議



羅志華 教授

法證臨床心理專家

發揮才華、訓練社交技巧

羅志華教授現職為國際執業的法證腦神經心理及調解專家；美國佛羅里達州律師會認可法證專家。香港中文大學法學博士及美國加州 UC Berkeley (柏克萊大學科技法律碩士)。其畢業於加州州立大學行為醫科碩士及三藩士大學教育博士 (臨床家庭及教育心理科)；華盛頓大學公共衛生及社區醫學學士，臨床實習於史丹福大學 (醫學院及加州大學精神科)。

在與羅志華教授進行約個多小時的面談中，博學多才的羅教授十分隨和及平易近人，他非常仔細地和我們講解多種記憶法，有效地協助有特殊學習需要的學生，包括注專力缺乏症、過度活躍症的人士，解決許多學習上的難題。羅教授和我們分享及探討有特殊學習需要學童的支援過程，透過不同的評估系統、訓練用品和度身訂造的訓練活動，羅教授可以協助不同過度活躍症學生找到適切的幫助，或尋找較佳的發展的路向；就好像家長選擇合適創意玩具或教具，發揮兒童的天賦及潛能。

羅教授表示，日常生活中，光、聲音、顏色、音樂節拍及位置等不同感官刺激，經由不同渠道進入大腦，使腦部活化，該活化過程便產生新的網絡，這些網絡和其連線點便愈來愈多，因為人日常的活動、行為及學習均由大腦神經控制，羅教授強調腦前庭額當中的網絡數目的重要性，孩童的天賦潛能和這個結構有莫大關係，它往往主宰着人的思考能力，前額愈發達，人便愈靈敏，愈聰明！

羅教授特別推崇一種沙盤遊戲治療 sandplay(又稱沙遊)，有趣的是遊戲活動進行過程中，在沙盤遊戲療法主持人的陪伴下，學生從圖書館玩具系列架上自由挑選玩具，放於在盛有細沙的特質箱子裡，並且適當地展示出來。沙遊治療主要採用沙箱 (大約 5x3x1/2feet 英尺)，沙箱底面及四周均漆上顏色，並放上許多玩具及小物件。在沙箱裡，學生可以隨心所欲，自由自在的建造立體的圖樣，發揮創意小宇宙的威力。治療師在旁觀察，擔任觀察、見證及關心的角色。

沙盤遊戲治療功效

治療師的積極精神參與、並深刻瞭解學生在沙盤上所創出圖樣的表徵，會推動學生內心微妙的轉變。這個治療方法的主要假設是：每一個人，在他心靈的深處，並在適當的情況下，都有一個自動痊癒自己心靈創傷的傾向。這治療方式對於受過創傷，包括性侵害，對於憂鬱症、焦慮症、或者心情急躁的案主相當有功效。而且對於過分愛動、愛講話、注意力不集中、或不喜歡上學、沉默不語、過分內向的小孩也很有幫助；透過親自講述故事、推理、解難的過程，去訓練兒童創意思維及情感表達的方法，沙遊更能夠幫助一些有才華，但不善於表達自己內心世界的孩子，把握發揮天賦潛能的契機。

正如本刊於創意玩具產業的概況所探討創作玩具產品的考慮因素及命脈是”新穎創意”，再結合專家學者所提的重要感官刺激如下：

1. 光
2. 聲音
3. 位置的轉變

正如創意能夠以合適的感官刺激以增加腦部因活化過程而產生的新連線及網路的數量，創意玩具或創新科技行業亦可以從這大方向研究發展或改良現有產品。如現有的海洋動物玩具只有光而沒有聲，便可以考慮加入發聲裝置，提升原有產品的吸引力和趣味性。

正因為引入新穎創意的同時必須考慮客戶需要，公司於鎖定產品的目標顧客時，可能要諮詢心理專家，以掌握該年齡組別兒童之發展特質，更有效把玩具從新定義為教具，開發產品培養孩子創新意識，協助孩童完成他們於不同階段的成長任務，自主創新把握教育新機遇。

近年來，針對兒童的機械人教育可謂無孔不入，一時間市場上出現了名目繁多的兒童機械人產品，能培養思維，能發育智力，還能塑造心理和情感，並聲稱能讓孩子的社交能力變得更好；與此同時，平板電腦及手機遊戲亦成為陪伴兒童成長的恩物，智能玩具及遊戲怎樣能夠協助孩童完成以上的成長任務？

機械人滿足上述光、聲音及動感刺激要求，利用趣致的科技機械人來教導兒童，是好的引發動機方法，在動手玩耍的過程中培養各種能力。但是真正要達到於遊戲中學習，還可能要考慮STEAM教育的課程目標，除了教育載體如手機及機械人外，還必須考慮學生有否真正理解，並於課程目標加入編程元素以解決於實際場境的問題（解難能力）。以兒童機器人產品，啟發潛能的理念已經於香港實行多年，創意科技學界可能要小心的地方的是學童社交能力的訓練；羅教授認為”沙遊”正正能夠補充上述的不足之處，於完成遊戲後，輔導員能夠透過親自講述故事、分享他們推理的過程、於該創作體驗上所遇到的困難及所用的解決方式，以訓練兒童創意思維及情感的表達。

研發者於開發智能玩具的啟示

正當老師及家長面對學童沈迷網絡遊戲，以及社交面對困難的問題時，手機遊戲及網絡遊戲設計者可否考慮借鏡羅教授所述”沙遊”講述故事、推理、解難及情感表達，訓練創意的理念，設計者可否考慮加入遊戲得勝者的分享輸入畫面，得勝者可描述如尋找新的得勝心得，又或者當遇到挫折時，和自己的伙伴或者隊友分享心情及互相鼓勵支持下重新再上路！並且於遊戲規則中，把上述的訊息作評分，以吸引參與者的回應。

自我制作玩具 (DIY) 的提示

疫情期間，學校提早放暑假，可惜於疫情期間家長都為學生活動費煞思量，許多暑期活動都停了下來，家長可鼓勵孩童轉移到戶外，例如到海灘享受大自然或到室外進行較靜態的活動。

羅教授稱沙盤遊戲療法為靜態的感統，透過遊戲過程中的條件反射及選取玩具、裝飾物品擺放位置，把客戶的內心世界表達出來；此外，家長亦可以把孩子的舊玩具再檢視，學習沙遊，結合小朋友的創造力，重新再一起以新穎的創意，在耀目沙粒的緩緩轉移位置中綻發光芒，共享歡樂時光。



拓展國內市場的參考資訊

拓展國內市場的參考資訊

廣州一直是很多創業者的首選地，特別是近幾年政府部門推出了一系列的利好政策，吸引了不少外資公司的進駐。港商如要在廣州成為外資企業的話，可參考以下的資訊。

外資企業的類型

外商在中國可設立外商獨資企業、中外合資企業、中外合作企業或外商投資合夥企業。外資企業股東外商獨資公司的股東可以為外國企業，也可以是外國居民。中外合資公司的股東，對於中方股東有特殊要求，即中方股東不能是中國居民，必須是中國公司。

註冊流程

外資企業註冊流程如下（如涉及消防、衛生、環保等前置審批條件，須先辦理此類證件）：

	相關機構	流程
1.	市工商局	名稱預先核准 外資企業需根據國家發展和改革委員會與商務部聯合頒布的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）》確定企業投資領域是否屬於禁止投資清單，或是否有特別管理措施。負面清單之外的領域，香港企業享有和內資企業一致的准入管理原則。如在中國自由貿易試驗區內設立企業，則需參看《自由貿易試驗區外商投資准入特別管理措施（負面清單）》。
2.	外經貿委	外經委審批（5-10 個工作日）獲得《外商投資企業批准證書》
3.	市工商局	工商註冊登記並獲得營業執照（「五證合一」- 即營業執照、組織機構代碼證、稅務登記證、社會保險登記證、統計登記證都精簡成營業執照一張証照）
4.	公安局	刻印章，並取得公、財、合、名四枚公司印章
5.	技術監督局	辦理組織機構代碼取得組織機構電腦代碼
6.	外匯管理局	登記並獲得《外商投資企業外匯登記證》
7.	銀行	開立銀行賬戶（包括人民幣基本賬戶及外幣資本金賬戶）
8.	銀行	開設資本金帳戶
9.	國稅局、地稅局	國稅及地稅登記

註冊所需資料

若外方投資者為企業，需提交經公證過的合法商業登記證、註冊證書等，若外方投資者為個人，需提交經公證過的身份證或護照。經當地公證機構關公證後，須再經中國駐當地領使館認證；屬港澳地區的投資者證明須經中國委託公證人公證，並分別經中國法律服務（香港）有限公司、中國法律服務（澳門）有限公司加蓋轉遞專用章。另外，外資註冊公司需要向工商管理部門提交公司章程。章程中必須包括公司名稱，經營範圍，股東及出資比例、註冊資本，股東、董事、監事的權利與義務等內容。外資企業審批時，需要提交可行性研究報告。進行財務登記時，需提交一名財務人員資訊，包括身份證複印件，會計上崗複印件與照片。

企業命名

外資企業的公司名稱由行政區劃、字號、行業和組織形式 4 部分組成。公司名稱不得與其他已註冊的相同行業或無標明行業的公司名稱相同（有投資關係除外）、不得與其他企業變更名稱未滿 1 年的原名稱相同、不得與已註銷登記或吊銷營業執照未滿 3 年的企業名稱相同及名稱中如需使用「國家」、「中國」、「中華」、「國際」等字樣，需獲相關部門批准。外資註冊時需要對公司名稱進行核准，需要提交多個公司名稱查名。

註冊地址

企業須有實際的辦公場所，註冊地址是商務辦公位址，需要提供租賃合同（租期一年或以上）、發票，房產證複印件等。一個地址可以註冊多家廣州公司，只要這不同的公司之間存在投資關聯關係。

廣州南沙自貿區新政策：可申請免費使用掛靠地址註冊公司（又稱虛擬地址），所謂虛擬地址，不是說這個地址不存在，只不過這個地址只能用來註冊公司，但不能在那裡實際辦公，是創業初期節約成本的一個好選擇。

註冊資本

在中國註冊外資公司，需要實際出資，外資公司可依據《新公司》法規定出資註冊。外國投資者需要將註冊資金打入外資公司外匯賬戶，由專業會計事務所驗資，並出具《驗資報告》。出資方式可用現金，也可用物業、廠房、機器設備或其他物料、工業產權、專用技術、場地使用權等作價出資。在營運中，外資企業可增加投資總額和註冊資本，但需要提供股東會或董事會決議等資料。

經營範圍

經營範圍必須明確，業務範圍不得超過公司經營範圍。經營範圍字數在 200 字以內。

監事會和董事會

如果設立監事會，需要三名監事成員，若不設立監事會，可設立一名監事，此人可以是外國人，也可以是中國大陸居民，辦理外資公司註冊時，須提交身份證明。外資註冊公司可以設立董事會，若不設立，需設一名執行董事。執行董事可以是大陸居民，也可以委派外國人擔任。

外資企業的法人

外資企業的法人代表無國籍限制，通常由董事長或執行董事擔任。

進出口權

外資企業的進出口權需要單獨申請。企業須到相關部門申請登記備案，取得進出口權後方可開展進出口業務。

成立外資企業分公司的條件

- 有符合規定的名稱
- 營業場所在總公司辦公場所以外
- 有固定的營業場所或具備生產經營條件
- 有相應的管理機構及負責人
- 分公司的經營範圍不得超出總公司經營範圍
- 經有關部門批准

保稅區內的外資企業

於保稅區成立的外資企業可申請分銷權，經批准後，該企業可自行辦理報關及外匯核銷等手續，並可將貨物銷售到保稅區內外。經主管部門批准後，還可以在保稅區外成立經營性分公司。如要提出註冊地點變更申請，須對原經營範圍進行相應的調整。經原審批部門徵求區外擬變更註冊地址商務部門的意見，並獲得同意後，企業便可遷出保稅區。

參考資料來源：香港特別行政區政府駐粵辦事處網站－營商指南、香港貿易發展局－中國營商指南 2018（第一章）、廣州市人民政府網

外資企業產品內銷政策

產品內銷政策

- **相關政策**
 - 外商投資生產企業與中國其他各類企業一樣，對企業產品的內銷和外銷，享有銷售自主權。目前所有經中國政府批准成立的外資生產企業（包括獨資、合資及合作企業）均自動取得內銷的權利，無須另行批准，改變了過去外資生產企業產品內銷必須委託國內企業代理的模式，中國對外資開放批發和零售等商業領域後，外商可以自設銷售或門市部，直接向經銷商、零售商或消費者銷售本企業生產的產品。
 - 外資生產企業生產的產品在中國銷售，銷售行為與內資企業一樣必須符合工商、衛生、品質監督、稅務等相關法律法規的規定。產品內銷時受到的管理和限制，主要體現在生產銷售特定產品時須獲得審批和銷售許可。外資生產企業生產及銷售的產品如屬於特定產品，生產時須辦理生產許可，在銷售產品之前獲得銷售許可。根據《國務院關於取消和調整一批行政審批項目等事項的決定》（國發〔2014〕27號），原屬於前置許可審批的公共場所衛生許可、互聯網上網服務等 31 項事項，可改為後置許可審批，即申請人可以直接申請辦理工商登記和相關經營範圍登記，取得營業執照後再到相關審批部門辦理許可手續。

在內地設立分銷企業的政策及申辦手續

• 相關政策

- 中國入世時承諾在 3 年內基本上完全放開分銷業。目前已取消對外資經營批發、零售企業的地域、股權、數量限制、店面要求及市場准入的最低資產及銷售額等要求，允許設立外資獨資商業企業。香港永久性居民中的中國公民可以在中國從事個體戶經營。所有外資包括中、小型外資企業，可以合資或獨資方式在中國任何地方註冊經營批發或零售企業。外資批發和零售企業所經營的商品，除了特定行業例如藥品、食品等需要取得經營許可證外，一般商品都可經營。

• 設立程序

- 擬設立分銷企業，如屬於《外商投資企業設立及變更備案管理暫行辦法》規定的備案範圍，向企業註冊地登記管理部門申請「名稱預先核准登記」，可先完成外商投資企業備案登記後再進行商事登記，也可完成商事登記後 30 天內再辦理外商投資企業備案。辦理外商投資企業設立備案手續可登入「外商投資綜合執行信息系統」網站，填寫相關資料及上傳所需證明文件，備案核准通過後，憑《外商投資企業名稱預先核准通知》（複印本），向當地備案登記部門領取《外商投資企業設立備案回執》。
- 香港特別行政區、澳門特別行政區永久性居民中的中國公民申請從事個體戶經營，無須經過外商投資備案程序。申請人可以直接到企業登記場所提出辦理個體工商戶設立註冊登記申請，程序如下（各地略有不同，建議先諮詢當地工商登記部門）：
 - i. 填寫《名稱（變更）預先核准申請書》，準備相關資料。其中，香港居民應當提交：
 - 香港永久性居民身份證複印本；
 - 港澳居民來往內地通行證（回鄉證）或者中華人民共和國香港特別行政區護照複印本；
 - 由香港律師（中國委託公證人）出具的，並由司法部派駐的「中國法律服務（香港）有限公司」加蓋專用章確認的身份證明書（身份核證文件）。
 - ii. 遞交《名稱（變更）預先核准申請書》，等待名稱核准結果。
 - iii. 領取《企業名稱預先核准通知書》，同時領取《個體工商戶開業登記申請書》；經營範圍涉及前置許可的，辦理相關審批手續。
 - iv. 遞交申請資料，資料齊全，符合法定形式的，等候領取《准予設立登記通知書》。
 - v. 領取《准予設立登記通知書》後，按照《准予設立登記通知書》確定的日期到工商局取營業執照。

參考資料來源：香港特別行政區政府駐粵辦事處網站 - 營商指南、香港貿易發展局 - 中國營商指南 2018（第一章）、廣州市人民政府網

知識產權

何謂知識產權？

- 知識產權泛指一組無形的獨立財產權利，包括商標權、專利權、版權、商業秘密（未披露商業資料）、外觀設計權、植物品種保護權及集成電路的布圖設計權。
- 在日常生活中，不論是服裝品牌、珠寶設計，還是報章上的文章、電視節目、流行歌曲、電影，皆與知識產權息息相關。有見及此，香港政府亦一直不遺餘力地保護港人和本港的海外投資者，使他們得到媲美世界任何其他經濟體系甚或更佳的知識產權保護。

知識產權的重要性

- 知識產權猶如在無形中創造一個安全的領域，讓作家、藝術家、設計師、軟件程式設計員、發明者及其他專才可以盡情發揮創意，並讓辛勤工作的成果得到保護。

知識產權保護甚麼？

- 為了平衡產權人與社會的利益，並非所有的意念、發明或創作都是得到保護的。例如，一種藥物發明可受到專利註冊的保護，但用以治療某一項疾病的療法卻不然。另外，在未經同意的情况下把某一個卡通人物用於商品上是一項非法行為。

知識產權所屬地

- 區域保護
- 區域註冊



保護知識產權的香港法例及機構

- **基本法**
 - 《基本法》特別在第一百三十九及一百四十條訂明特區政府得自行制定政策，以法律保護知識產權。在這前提下，制訂了一套新的知識產權法例，力求達致國際最高標準，使香港在保護知識產權發展方面取得優勢。
- **知識產權署**
 - 香港政府在一九九零年七月二日成立知識產權署。知識產權署負責向商務及經濟發展局局長提供意見，協助制定香港特區的知識產權保護政策及法例。此外，又負責管理香港特區的商標註冊處、專利註冊處、外觀設計註冊處及版權特許機構註冊處，並透過教育及舉辦各種活動，加強公眾人士對保護知識產權的意識。
- **香港海關**
 - 香港海關負責執行一切有關侵犯知識產權的刑事工作。海關負責調查涉嫌侵犯商標、版權以及虛假說明的投訴。該部門具有頗大的搜查權和扣押權，並與海外執法機關及商標和版權擁有人合作，打擊侵犯知識產權權益的行為。按照香港根據世界貿易組織《與貿易有關的知識產權協議》所須履行的義務，香港海關會在邊境採取執法措施，協助保障版權和商標擁有人名下註冊商品的權益。

資料來源：香港特別行政區政府知識產權署



www.basiclaw.gov.hk/tc/basiclawtext/chapter_6.html



香港特別行政區政府知識產權署網站：
www.ipd.gov.hk/chi/home.htm

商標註冊

商標是甚麼？ **R** **TM** **C**

• 商標的作用



- 商標是一個區別於他人商品或服務的標誌。商標可以由文字、徵示、設計式樣、字母、字樣、數字、圖形要素、顏色、聲音、氣味、貨品的形狀或其包裝，以及上述標誌的任何組合所構成。能夠藉書寫或繪圖方式表述的標記，才可以註冊為商標。
- 商標具有獨佔性，商標持有人對其商標具有專用權，受法律保護。
- 商標是一種無形資產，商標的價值可以通過評估確定，並可轉讓或許可他人使用，從而獲取收益。
- 商標與產品
『產品未動、商標先行』

不可作為商標進行註冊的標誌

- 與國家名稱、國旗、國徽、軍旗、勳章相同或近似，以及與國家機關所在地特定地點的名稱或者標誌性建築物的名稱、圖形相同
- 與國際組織的名稱、旗幟、徽記相同或者近似
- 與表明實施控制和保證的官方標誌、檢驗印記相同或者近似（經授權的除外）
- 帶有種族歧視
- 誇大宣傳並帶有欺騙性
- 與商品的通用名稱、圖形、型號一致（例如：電腦、筆、公事包等）
- 直接表示商品的品質、主要原料、功能、用途、重量、數量及其他特點
- 與紅十字會、紅新月會的名稱、標誌相同或者近似

商標註冊前須評估事項

- 註冊資料提交前須評估事項包括：
 - 商標是否足以識別商標擁有人與其他商戶的貨品或服務
 - 商標能否突顯其貨品及服務
 - 商標是否為行業通用語言／用詞
 - 商標是否與其他商標相同或相似

申請商標註冊

- 除了公司，申請人也能以個人名義申請商標註冊。每個國家及地區要求提供的資料不盡相同，一般需要提交申請人身份證明資料、申請書和商標圖樣。申請商標註冊時，必須同時提交一份清單，列明擬申請商標註冊的所有貨品及服務。清單必須按貨品及服務所屬的類別開列，亦應述明貨品及服務所屬類別的編號。

《尼斯國際商品及服務分類》

- 《尼斯國際商品及服務分類》是一種用於商標註冊的商品和服務國際分類體系，主要在申請時用來區分不同的商品或服務。世界知識產權組織按《尼斯國際商品及服務分類》第十一版 2019 文本（於 2019 年 1 月 1 日使用於香港）訂定的一般分類的中文譯本

The screenshot shows the website of the Intellectual Property Department of the Government of the Hong Kong Special Administrative Region. The page is titled '商標' (Trademarks) and '如何把貨品 / 服務分類?' (How to Classify Goods / Services?). It provides information on the International Classification of Goods and Services (Nice Classification) used for trademark registration in Hong Kong. The page includes a search bar, navigation links, and a list of categories (Class 1 and Class 2) with their respective descriptions.

香港特別行政區政府
知識產權署

GovHK 香港政府一站通 簡體版 ENGLISH 請輸入查詢字串 網頁指南

主頁 最新消息 關於我們 開支預算 刊物及新聞公報 收集個人資料聲明 公開資料守則 什麼是知識產權? 申請註冊 表格及費用 網上服務 香港知識產權公報 常見問題 知識產權業界人士 粵港澳知識產權資料庫 香港知識產權合作專欄 推廣及公民教育 招標公告 相關網址 下載區域

商標 專利 外觀設計 版權

什麼是知識產權? > 商標 > 如何把貨品 / 服務分類?

如何把貨品 / 服務分類?

申請註冊時，你必須同時提交一份清單，列明擬申請商標註冊的所有貨品及服務。清單必須按貨品及服務所屬的類別開列，亦應述明貨品及服務所屬類別的編號。下文載述世界知識產權組織按《尼斯國際商品及服務分類》第十一版 2020 文本（於 2020 年 1 月 1 日使用於香港特別行政區）訂定的一般分類的中文譯本，這個分類會給予指引，協助你找出貨品及服務所屬類別。

貨品及服務 一類別標題

貨品

- 類別 1
用於工業、科學、攝影、農業、園藝和林業的化學品；未加工人造合成樹脂，未加工塑料物質；滅火和防火用合成物；淬火和焊接用製劑；鞣製動物皮毛用物質；工業用黏合劑；油灰及其他膏狀填料；堆肥，肥料，化肥；工業和科學用生物製劑。
- 類別 2
顏料，油漆，漆；防銹劑和木材防腐劑；著色劑，染料；印刷、標記和雕刻用油墨；未加工的天然樹脂；繪畫、裝飾、印刷和藝術用金屬箔及金屬粉。

www.ipd.gov.hk/chi/intellectual_property/trademarks/how_to_classify.htm
給予指引

- 不同國家及地區的辦理時限不同
(例如：香港 4-8 個月、中國 12-18 個月)，
一般需要 4-24 個月。

- **商標有效期**
絕大部分國家及地區的商標有效期為 10 年，小部分國家及地區例外，例如：加拿大有效期為 15 年、澳門有效期為 7 年。商標期滿可以續展，續展有效期一般 10 年。
- **優先權**
 - 享有優先權
凡任何人士在巴黎公約國或世貿成員國就某產品或服務註冊商標，都可在提交申請後的六個月內享有優先權。
 - 行使優先權
第一次提交商標申請的六個月內申請其他國家之商標，可行使優先權，把第二次申請的申請日追溯到第一次申請的日期。
- **商標保護依據的原則**
不同的國家及地區採用的商標保護原則不同，目前國際上的商標保護原則分為申請在先、使用在先以及申請在先和使用在先兼具 3 種。
- **商標轉讓**
商標轉讓需要協定，須提交由雙方簽署的申請書及轉讓合同。



如欲詳細了解香港和內地的商標資訊，可參考以下相關政府機構的網站：
香港特別行政區政府知識產權署網站：www.ipd.gov.hk
國家知識產權局商標局中國商標網：<http://sbj.cnipa.gov.cn/>

資料來源：香港特別行政區政府知識產權署、國家知識產權局商標局中國商標網

專利申請



專利是甚麼？

專利是專利權的簡稱。指按照專利法的規定，由專利機關授予發明人、設計人或其所在單位，在一定期限內對某項發明創造享有的專有權。一項新的發明創造只有申請專利，取得專利權才能受到法律保護。

專利分類

不同國家及地區的專利分類不盡相同。香港的專利分為短期專利和標準專利，而中國內地則分為外觀專利、實用新型專利和發明專利 3 種。專利分為發明、實用新型、外觀設計三種類型。

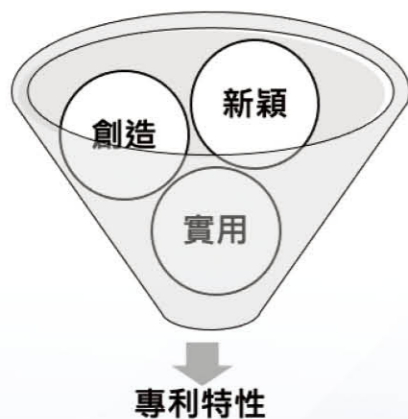
- **香港的短期專利**：香港的短期專利制度的目的是為了保護那些生產短線產品的製造商需要。因這類產品的商業壽命比較短，所以希望盡快獲得保護。短期專利由香港專利局直接授予，但不進行實質審查，因此申請程序比較準專利要簡單得多。
- **香港的標準專利**：在指定外國專利局授予的專利，在香港均可申請獲得標準專利。指定專利局有中國專利局，歐洲專利局及聯合王國專利局。對香港來說，要申請標準專利只能在先獲得指定專利局的專利後才可在香港申請獲得標準專利。
- **國內的發明專利**：是指對產品、方法或者其改進所提出的新的技術方案。能取得專利的發明可以是產品發明，也可以是方法發明。專利申請必須具備新穎性、創造性、實用性。如藥品、化工產品可以申請發明專利。
- **國內的實用新型專利**：是指對產品的形狀、構造或者其結合所提出的適於實用的新的技術方案。實用新型專利申請必須是產品專利申請。一項結構上的小革新、小發明可以申請實用新型專利。
- **國內的外觀設計專利**：對產品的形狀、圖案、色彩或其結合所作出的富有美感並適於工業上應用的新設計。新設計可以是線條、圖案或色彩的平面設計，也可以是產品的立體造型。新穎的產品形狀，包裝箱、包裝袋可以申請外觀設計專利。

專利的特性

- **獨佔性**：專利擁有人享有製造、使用、銷售專利產品的獨佔權利
- **地域性**：專利只在授予專利權的國家及地區有效
- **時間性**：專利只在特定期限內有效

可註冊專利產品須符合的條件

- **新穎性**：必須不構成現有科技的一部份。
- **工業應用**：可以在任何種類的工業中作出或使用。
- **創造性**：對擅長有關科技的人而言並非是明顯的。



專利保護依據的原則

目前國際上存在申請在先和發明在先 2 種保護原則，絕大多數國家及地區採用申請在先原則。

專利有效期

不同國家對專利保護期限有不同的規定，香港的短期專利的保護期為 8 年，屆滿後不可續期。標準專利的專利權有效期 20 年，由相應指定專利申請提交日起計。國內的發明專利一般從申請日算起 20 年，實用新型 10 年，外觀 10 年或 25 年不等。

優先權

申請人就同一專利在外國第一次提出專利申請之日起 12 個月內，又在另一個國家提出申請，根據該外國簽訂的協定或共同參加的國際條約，可享有優先權。例如：申請人 2019 年 1 月 1 日在中國提交申請，其優先權日應至 2019 年 12 月 31 日，即申請人在另外的國家提出同一專利申請，申請日可要求為 2019 年 1 月 1 日。優先權不能延期。

申請專利檢索

為了提高申請成功率，避免侵權，申請人在提出專利申請之前，需要檢索相關專利文獻，並通過分析和比較突出專利的新穎性和創造性。

申請專利需要的資料

專利申請一般需要提供以下資料：

- 申請書
- 發明名稱
- 申請人的姓名、地址
- 發明人或設計人的姓名、地址
- 擬申請專利類別
- 國際申請的申請日、申請號及申請專利類別（如適用）
- 申請委託書
- 權利要求書：用作說明專利技術的保護範圍
- 摘要：專利的主要技術大綱
- 說明書：以文字說明專利技術的詳細內容及特點
- 附圖：以圖片輔助說明專利的結構或細節



www.ipd.gov.hk/chi/intellectual_property/ip_laws/patents.htm

委託專利事務所代理有關專利事宜

- 專利局受理專利申請以後，依照專利法規定的程序進行嚴格審查，對符合專利法規定的，才授予專利權。發明人不熟悉有關專利的法律、法規，沒受過專門訓練，寫好專利申請文件是非常不容易的，尤其是權利要求書和說明書。專利權的保護範圍不是發明創造本身自然確定的，而是通過權利要求書的描述來確定的。權利要求書如果將發明的保護範圍寫的過寬，可能影響到專利的授權，而權利要求書的保護範圍寫的過窄，發明人的合法權利又得不到有效的保護。因此，撰寫這樣的技術 - 法律文件既要對發明創造有深刻的理解，又需要有撰寫申請文件的豐富經驗。專利代理人可以為發明人提供有效的幫助。
- 申請專利往往要花費相當的人力、財力，所以在決定申請專利之前，專利代理機構可以幫助發明人對有關申請的利弊進行詳細的分析，包括對申請內容的專利性進行初步判斷，以判斷申請專利的經濟價值，以及對專利申請內容的實施前景作出預測；對專利的國度進行選擇，以確定保護地域等。

申請國際專利的途徑

- 申請人還可以通過 PCT、巴黎公約、歐洲專利局、歐亞專利組織、非洲知識產權組織等途徑獲得國際專利權。

專利轉讓

- 專利擁有人可以轉讓專利，並可通過授權許可、抵押等方式獲得經濟收益。

有關〈香港專利條例〉詳情，可參閱：
www.ipd.gov.hk/chi/intellectual_property/ip_laws/patents.htm

有關中華人民共和國〈專利法〉，可參閱：
www.gov.cn/flfg/2008-12/28/content_1189755.htm



資料來源：香港貿易發展局 - 香港知識產權簡介、知識產權署、中華人民共和國中央人民政府網



十大創新玩具介紹

簡介在 2019 年間，最受大眾歡迎的
高科技玩具，以供創意玩具開發商參考。



Galaxy Zega



(產品介紹)

Galaxy Zega 中文名為銀河戰甲，由國內維聚科技研發並發售，是一種通過手機 APP 遙控的高科技對戰玩具戰車，擁有超 30 種酷炫遊戲模式可以選擇，並支持多人互動，把網絡遊戲和實體玩具進行了完美的結合。

anki OVERDRIVE™



NUKE

SKULL

GROUND SHOCK

THERMO

Anki OverDrive



(產品介紹)

調整賽車的各项數值和品質 Anki OverDrive 一種搭載了人工智能的酷炫超速玩具賽車，曾經出現在蘋果發布會上！和銀河戰甲強調對戰不同，Anki OverDrive 更還原競速賽車的原汁原味，玩家可以通過選擇不同性格和特技的 AI 駕駛員以及不同虛擬和現實裝備，最終和家人以及朋友對戰贏得勝利。

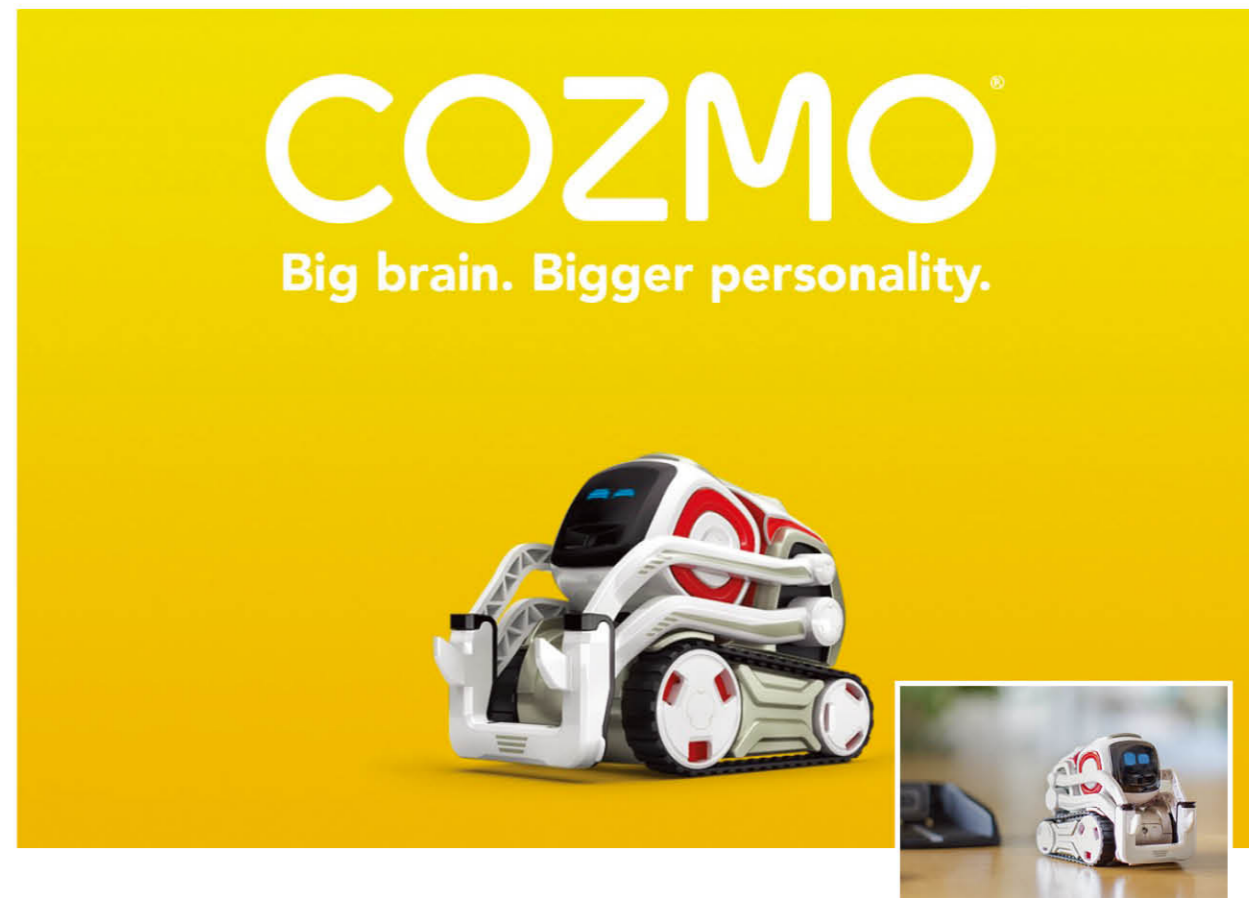


Orbotix

Starwars Sphero : Orbotix 公司聯合大品牌《星球大戰》推出的系列互動球形機器人系列，曾在星戰 7、8 上映期間一度是全球潮流的寵兒。玩家通過 iOS 設備和 Android 設備可以對其進行遙控，小巧靈活，全地形探索以及可愛的發聲回饋是它的賣點，現已有 BB8、R2D2 和 BB9-E 等多款產品出售。



(產品介紹)



Cozmo

Cozmo 現實版的「瓦力」，Cozmo 是一款可以成長的互動 AI 機器玩具車，它可以簡單的穿越地形、搬運和擺放能量立方的玩法，通過互動調整機器人的性格，完成每天的任務，機器人就可以獲得成長，最終你可以把它培養成獨一無二的行為模式。它還會根據操作者的不同反應作出不同的對策，是無人陪伴時孩子最佳的玩伴。



(產品介紹)



Gizmos

Gizmos 和如今絕大多數打包成型的玩具不同，小發明家系列和早年的科教益智玩具一樣，只會給予玩家們一堆零件、發光原件和電板，然後讓孩子（和大人）們自己去發揮想像力拼裝。只不過和以往挫敗感很強的科教玩具不太一樣的是，小發明家系列可以通過手機 APP 測試各線路原件的工作原理是否可行、能否操作、效率如何、並且會給出建議，完成後還可以通過手機控制玩具的啟動和運行，是真正新時代的科教玩具。



（產品介紹）

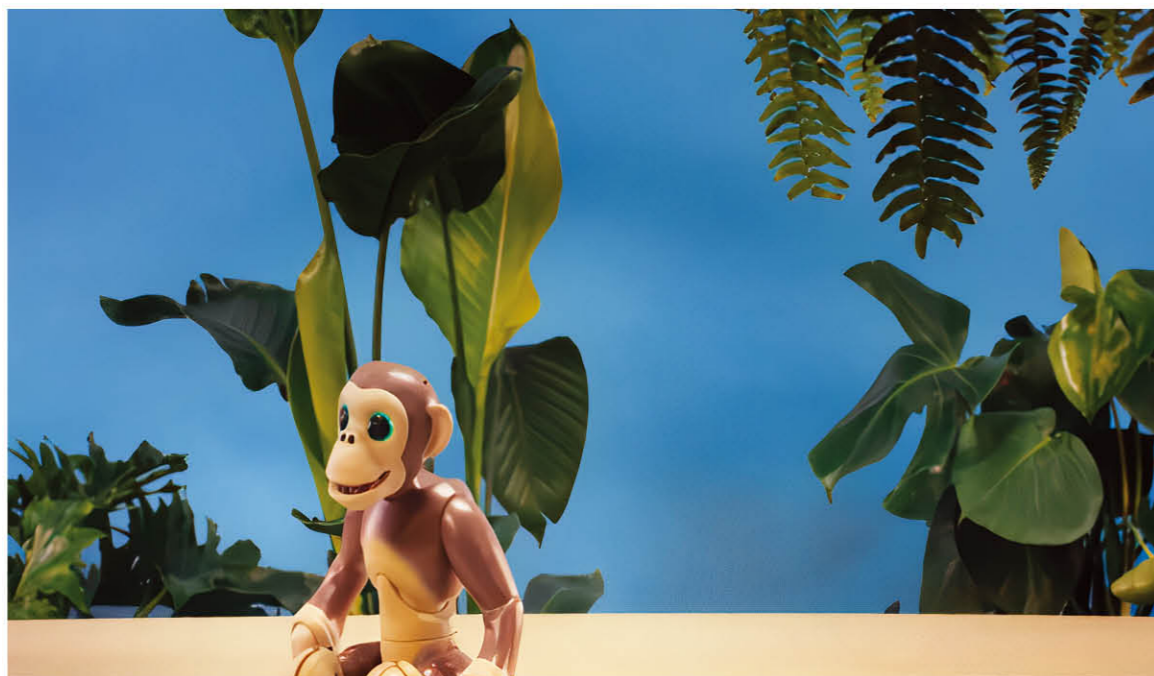


Osmo

Osmo 通過最新科技與移動設備進行綁定互動，Osmo 將傳統的拼圖、魔方、積木甚至是一張紙都變成了符合現代兒童遊玩的高科技數字產品，但比起一般數字產品它更具有傳統玩具帶來的充實手感和現實感。小孩子對 Osmo 的每一步操作都會在手機或者平板上有同步顯示、提示和互動，許多人正在尋找的 AR 遊戲靈感，或許這邊 Osmo 已經給出了答案。



（產品介紹）



Meet Zoomer Chimp™	How to Get Started	Auto Mode	Voice Command Mode	Guard Mode
--------------------	--------------------	-----------	--------------------	------------



Zoomer chimp



(產品介紹)

Zoomer chimp 這只猩猩看似是傳統的電動玩具，但其實是可以根據周圍環境和語言與你互動的智能高科技機器人。它由互動芯片控制，可遵從你的命令進行翻滾和彈跳，超強的平衡技術讓猩猩行動自如，可以在任何地形空間上完成翻滾、跳躍！另外它能通過神情和叫聲讓你知道它的感受，能感受到周圍的環境，甚至模仿你的動作！



Code-a-Pillar™



Code a pillar



(產品介紹)

Code a pillar 這條看似蠢萌的電動毛毛蟲其實是給小孩子學會編程的啟蒙教材，每一節毛毛蟲的身體上都有一個不同的方位方向和代表功能，在運行一段時間後毛毛蟲就會根據編程方向進行移動，因此如果想要毛毛蟲正確的到達終點就需要玩家判斷其方向、通過邏輯來編排毛毛蟲所有部件的先後順序以控制其行為邏輯，學會了這一點，恭喜！您的孩子已經朝著編程天才邁出了一大步。



Bots Alive



(產品介紹)

Bots Alive 這套看起來像小型蜘蛛的小玩具其實是最新科技的一種仿生機器人，通過不斷識別有特殊標誌的障礙物，機器人會根據你的教育如何通過最佳路徑去躲避它，多練習幾次後它的熟練程度就會越來越高，越來越像一個活的生物。同時如果有兩台機器人碰面，還會有機率觸發戰鬥模式—當然你也可以主動讓機器人參戰。



Laser X



(產品介紹)

Laser X 儘管只是玩具級的鐳射槍，但 Laser X 系列的光槍卻足夠讓你在家中、公司或者小區裡就體驗到逼真的未來激光武器對戰效果，而不用去鐳射槍體驗館或者仿真槍靶場。

中國對進口玩具的安全條例

智能玩具受到資本市場追捧

智能玩具在資本市場上同樣受到追捧，圍繞智能玩具相關目標的大額融資活動湧現，其中 STEAM（代表 Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics）教學玩具公司「北京愛其科技有限公司」於 2018 年 12 月獲得超過 1 億元人民幣融資。該公司為初中學生用戶提供兒童教學玩具，包括於 2016 年的米兔積木機械人，在 2018 年 8 月推出的積木機器人產品「OneBot 教育機械人」和「OneBot OS 機械人生態開發系統」，「教育機械人」針對 STEAM 教育機構，而「機械人生態開發系統」則為機械人開發者而設計。玩具行業發展的同時，對國家、香港與國際玩具產品安全的發展及要求的關注均十分重要，本文首先介紹國家近年對玩具安全標準所作修訂，再介紹香港法律的要求。

玩具新標準於 2016 年 1 月 1 日起實施

質檢總局國家標準委批准發佈了玩具安全新標準，在化學要求上做了較大的調整，並於 2016 年 1 月 1 日起實施。

據中國報告大廳獲悉，質檢總局、國家標準委批准發佈了 GB6675-2014《玩具安全第 1 部分：基本規範》、《玩具安全第 2 部分：機械與物理性能》、《玩具安全第 3 部分：易燃性能》、《玩具安全第 4 部分：特定元素的遷移》4 項強制性國家標準。該 4 項標準由 GB6675-2003《國家玩具安全技術規範》修訂而來。

兒童玩具新國家標準

新標準包括玩具安全的基本規範、機械與物理性能、易燃性能、特定元素的遷移等 4 項強制性內容。與現行國家標準相比，新標準的變化主要集中在對玩具聲音的限制，部分帶有磁性的小部件磁力的要求和對於塑化劑的要求等方面。全國標準化技術委員會秘書長張豔芬表示，在新版國標裡，玩具所發出的聲音不允許超過 85 分貝。

香港玩具出口新規正式實施

如玩具能夠完全放進未滿 4 歲兒童口中，該玩具所含的第 2 類塑化劑的總重量，不得超過該玩具所含的塑化物料的總重量的 0.1%。香港特區政府修訂了《玩具及兒童產品安全條例》，擴大了「兒童產品」的範圍，對產品的識別標記、雙語警示或警告、六種塑化劑（鄰苯二甲酸酯）塑化劑的總重量，不得超過該部所含的塑化物料的總重量的 0.1% 的限制，（鄰苯二甲酸酯是使用最廣和產量最大的塑化劑），《玩具及兒童產品安全（附加安全標準或規定）規例》按照該於 2014 年 7 月 1 日起正式生效的規定，香港海關作為執法機關則制定了以下不具法律約束力指引（註 1），供廠商參考。

為方便廠商，特別把指引所列舉的例子作參考如下：

擬便利	兒童產品
餵哺	嬰兒圍兜 奶咀 奶瓶 家用兒童高腳椅及多種用途高腳椅 餐具
衛生	牙刷 舌刷 換尿布墊 嬰兒沐浴輔助用品
鬆弛	嬰兒假奶咀 塑膠玩墊 嬰兒搖籃車 / 搖籃 / 搖椅
睡眠	嬰兒被 家用嬰兒床 手攜嬰兒臥箱及類似的有把手產品及支架 嬰兒床褥、床墊及床套 附有膠套的枕頭
吮吸	吸管杯 吸管
長牙	牙膠 牙齦舒緩器

中國是全球最大的玩具生產國和出口國，全球約 75% 的玩具在中國生產。2018 年，中國玩具行業實現對外出口 250.8 億美元，較 2017 年增長 2.3%，主要出口市場是美國、英國、菲律賓等國。而中國居民玩具消費水準相對較低。根據 Euromonitor 統計，中國家庭平均玩具消費支出為 268.5 元，這一水準不僅與歐美發達國家動輒 1000-2000 元的消費水準對比懸殊，即便與巴西、俄羅斯等國也存在不小差距，中國玩具需求市場仍存在較大發展空間。

中國玩具需求市場仍有較大發展空間

2018 年，中國玩具市場規模達到 704.8 億元，同比增長 9.1%。前瞻研究院預計，2019 年中國玩具市場規模將突破 800 億元，至 2022 年市場規模有望突破 1100 億元。2018 年中國玩具市場規模與玩具行業出口額增速都有較明顯的回落，主要原因是受到中美貿易摩擦以及美國玩具反斗城破產的影響。

新安全政策對玩具企業的生產提出更嚴格的要求，企業的生產面臨挑戰。以歐盟為例，歐盟安全標準自 2003 年起不斷升級，2011 年歐盟發佈業內稱為「史上最嚴苛」的安全條例，據統計當年中國玩具製造企業數量減少了 678 家。在新安全政策的影響下，中國的玩具出口召回事件頻現。2018 年 10 月，歐盟共召回 40 例玩具，其中 30 例產自中國，大部分違反了玩具安全指令、EN71 標準和 REACH 法規。長期來看，中國玩具製造企業應對管控加緊趨勢的核心應該是升級技術、提高品控能力、生產高品質玩具，如此才能避免被動執行日趨嚴苛的安全標準的局面，降低檢測成本和被召回的風險。

全球玩具行業安全政策管控趨嚴格

目前各國都執行不同的安全標準，但均在 2018 年多次修訂安全準則，呈現管控加緊趨勢。以歐盟為例，2018 年歐盟標準化委員會對其採用的安全標準進行了 4 次修訂，相關要求更加嚴格。與此同時，內地對玩具行業的安全管控也在加強。2018 年 8 月《國務院辦公廳關於印發全國深化“放管服”改革轉變政府職能電視電話會議重點任務分工方案的通知》正式印發，將在 2019 年以玩具產品為試點，對強制性產品認證實施法規式目錄管理。預計隨著分工方案在各省落地實施，玩具製造企業於預期中國玩具市場走向品質化、規範化轉型路向的同時，可以怎樣更主動地應對呢？

註 1 《玩具及兒童產品安全（附加安全標準或規定）規例》香港海關的指引二零一四年六月二十七日

（英語：bis(2-ethylhexyl)phthalate 或 di(2-ethylhexyl)phthalate，縮寫分別為 BEHP 與 DEHP）
又稱鄰苯二甲酸二辛酯、酞酸二辛酯

大數據概念－玩具篇

大數據概念－玩具篇

過去創新玩具，企業往往只聯想到功能和外觀上創新；但新經濟模式出現，推動玩具業創新的步伐，透過最新業務模式（如：電子商貿、手機 Apps、KOL、Youtuber），玩具業比較容易推動創新的規劃性及執行性。

玩具行業由加工模式到自家品牌，往往忽略產品及客戶大數據的收集及分析；企業往往先從資訊科技去考慮建立大數據，沒有先從業務角度「業界數據策略」去考慮。

新產品創新是一個持續過程，業務數據策略當中需要 5i 元素支持其創新產品商業化，包括：(1) 信息 (Information)、(2) 影響 (Impact)、(3) 興趣 (Interest)、(4) 收入 (Income) 及 (5) 整合 (Integration)。



圖(一): 業務大數據策略

信息 (Information)

信息（內部和外部）對於培育客戶營銷尤其重要，公司應該擁有一個堅實的框架來逐步構建信息。傳統上，許多公司專注於營銷內容，而沒有考慮它們與客戶的相關性和互動性作用，導致營銷執行效率不高。

在信息發佈前，首先要制定公司產品與客戶的關聯性及可持續發展性，太多信息發佈往往並不是一個好的策略；有效的關聯性 (Associated) 信息發佈，公司可以有效地根據目標市場制定產品創新及預期的市場關注 (Aware) 和接觸未能聯繫的陌生人 (Stranger)。

影響 (Impact)

於互聯網上可帶來影響數據可視為關鍵詞搜索 (Key Word / Meta Data) 及可持續發展，我們正在討論信息數據的「影響力」（質量而不是數量）。

許多公司或在網絡營銷上發佈太多信息並不是一個好的策略；企業先要考量是數據獲取 (Acquisition) 和開發 Development 投資的回報。例如，公司透過信息的關聯性去量度「每次點擊費用」（Click Per Cost）、人才培訓、「轉化率」(Conversion Rate)。

有「影響力」的營銷信息不僅提升產品與客戶的關聯性及可持續發展，企業也能夠透過「前市場策略 (Pre-Marketing Strategy) 去創造市場需要 (Market Need Creation)，從而號召 (Call) 陌生人到公司線上線下商店），成為訪客 (Visitor) 瀏覽其相關創新玩具。

興趣 (Interest)

有了足夠線上線下訪客 (Visitor) 對產品規格、價格、優惠、送貨服務等等產生興趣及進行相關查詢 (Ask)，企業能夠有系統地透過前市場策略讓訪客成為潛在客戶 (Prospect)，去預測銷售及供應鏈安排。

如新經濟業務模式有效協助創新玩具透過網上遊戲、積分發放、Youtuber 累積期相關客戶的購買力及推動採購衝動 (Impulse Purchase)；這個由 B2C 拉動 B2B 的銷售模式，是 OEM 普遍不能接受或不明白的大數據商業模式。

收入 (Income)

於新經濟體系中，透過推動潛在客戶查詢轉化銷售行動 (Act)，建立實際的客戶 (Customer) 所帶來的收入模式，可分為直接收入和非直接收入；直接收入是指產品的銷售業績，但非直接收入是指透過創新玩具擁有大數據所產生的新收入，包括：廣告、電子印花、遊戲工具、贊助等等。

有了直接和非直接收入整體計算，企業便能夠有效計劃大數據整體投資計劃，包括：前市場和市場計劃、創新發展藍圖、人才培訓、科技實施、公司架構重整、回報率等等。

整合 (Integration)

有了全面的大數據分析，企業能夠有效整合客戶和產品生態圈，為自家創新玩具建立粉絲、VIP、代言人、加盟商等等，這也是品牌建立一個重要的大眾接受 (Mass Acceptance) 市場概念，建立自家粉絲 (Fans) 相關大數據推動市場對創新玩具的崇尚 (Advocate)。

最後，感謝玩具業界對玩具創新及大數據應用寶貴經驗的分享，盼望玩具業透過創新及大數據帶領香港經濟在進一步的發展。

填妥問卷後，

請傳真至 [出版機構之傳真號碼 - (852) 3753 2401]

請於方格內填上 ✓ 號並回答以下問題：

- 1) 你認為本刊物 / 指南的內容，對貴公司有沒有幫助？
 - 有，在以下方面（可選擇多於一項）：
 - 藉此吸收新知識
 - 建立生意網絡
 - 解決經營 / 運作問題
 - 開拓本地 / 外地市場
 - 幫助本公司未來發展
 - 其他（請註明：_____）
 - 沒有

- 2) 你認為本刊物 / 指南的內容是否有用？
 - 有
 - 沒有，原因如下（可選擇多於一項）：
 - 內容不夠深入
 - 內容過於複雜
 - 內容與其他刊物重複
 - 其他（請註明：_____）

- 3) 你認為本刊物 / 指南欠缺了哪些內容？

- 4) 長遠而言，你認為本刊物 / 指南，對提升貴公司 / 行業的競爭力有沒有幫助？

非常有幫助			完全沒有幫助
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4



- 5) 你會否將本刊物／指南中所提供之建議應用於公司日常運作？
- 會
- 不會，原因如下（可選擇多於一項）：
- 建議不適合本公司
 - 建議過於複雜，未能應用
 - 涉及的資金／人力成本過高
 - 建議並無新意，類似的方法已在應用中
 - 其他（請註明：_____）

- 6) 你對本刊物／指南的整體滿意程度如何？

非常滿意 非常不滿意

1 2 3 4

- 7) 其他意見：_____

背景資料

- i) 閣下的身份：

僱主 管理層人員 前線員工 其他（請註明：_____）

- ii) 貴公司所屬行業：

製造業：（請選擇以下一項分類）

- | | | | |
|--|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 化學及生物科技 | <input type="checkbox"/> 電子 | <input type="checkbox"/> 飲食製造 | <input type="checkbox"/> 工業機械 |
| <input type="checkbox"/> 珠寶首飾 | <input type="checkbox"/> 金屬製品 | <input type="checkbox"/> 印刷及出版 | <input type="checkbox"/> 紡織及製衣 |
| <input type="checkbox"/> 玩具 | <input type="checkbox"/> 鐘錶 | <input type="checkbox"/> 塑膠 | <input type="checkbox"/> 鞋履 |
| <input type="checkbox"/> 醫療及光學裝置 | <input type="checkbox"/> 電器 | <input type="checkbox"/> 環保產業 | |
| <input type="checkbox"/> 其他（請註明：_____） | | | |

非製造業：（請選擇以下一項分類）

- | | | |
|--|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 銀行、保險及其他金融服務 | <input type="checkbox"/> 食肆及酒店 | <input type="checkbox"/> 電影及娛樂 |
| <input type="checkbox"/> 進出口貿易 | <input type="checkbox"/> 專業服務（包括 法律及會計服務） | <input type="checkbox"/> 資訊科技 |
| <input type="checkbox"/> 地產 | <input type="checkbox"/> 電訊 | <input type="checkbox"/> 旅遊 |
| <input type="checkbox"/> 批發及零售 | <input type="checkbox"/> 建造 | <input type="checkbox"/> 工程 |
| <input type="checkbox"/> 創意行業 | <input type="checkbox"/> 廣告、銷售及市場推廣 | <input type="checkbox"/> 個人護理服務 |
| <input type="checkbox"/> 醫療服務 | <input type="checkbox"/> 檢測及認證服務 | <input type="checkbox"/> 教育服務 |
| <input type="checkbox"/> 其他（請註明：_____） | | |

『發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金（機構支持援計劃）』
撥款資助：



主辦機構： 香港大中華中小企業商會
H K G C S M E A A

執行機構： PEAK
Member of VTC Group
VTC 機構成員

「在此刊物上／活動內（或項目小組成員）表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署或中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金（機構支援計劃）評審委員會的觀點。」

支持機構

排名不分先後：



項目小組成員

項目委員會主席：雲海洪
項目統籌：梅雪茜 曾憲權
項目執行統籌：李偉生
項目指導：朱隆恩 鍾志斌
項目顧問：蔡健偉

編輯委員

李偉生 劉景騰 黃景隆 陳紹章
蔡健偉 陸嘉茵 李曉晴

出版：香港大中華中小企業商會
地址：香港九龍新蒲崗七寶街 7-9 號
利中工業大廈 14 樓 A 座 1-2 室
電話：(852) 3188 1263
傳真：(852) 3186 2800
網址：www.greaterchinasme.com
電郵：greaterchinasme@gmail.com
出版日期：2020 年 8 月

免責聲明：

本刊物提供的資料只供參考之用。雖然本會及協辦機構已盡力確保本刊物資料的準確性及完整性，但本會及協辦機構不會明示或隱含保證或擔保該等資料均準確無誤，亦不會對任何錯誤或遺漏承擔任何責任(包括但不限於讀者使用本刊物資料所引致的任何損失和損害)。本刊物為非賣品，免費派發給香港中小企。歡迎到網站 www.bud.greaterchinasme.com 瀏覽及下載。