

香港創客系列之二

推漫遊上網 App 增值服務擴市佔

賣手機遇到樽頸，Danny 就做埋增值服務擴大市佔。NUU Mobile 明年上半年推出兩項新業務，變身漫遊上網服務供應商。其中，6月推出的漫遊上網應用程式 (App)，將與本地電訊商漫遊通信 (CM Mobile) 合作，目前已有近 40 個國家/地區的電訊商表達合作意向。

40 地區電訊商有意合作

本地電訊商亦有數據漫遊計劃，以數碼通 (0315) 為例，東南亞熱門地區每日收費 68 元，數據用量超過 300MB 後，網速將調低至不低於 128kbps；走遠一點去到歐美，收費則要貴一大截。NUU Mobile 這項新業務類似將「Wi-Fi 蛋」裝入手機，用家毋須轉換 SIM 卡，即可以較市面便宜的價格漫遊上網，惟須使用 NUU Mobile 指定系列手機。Danny 表示，服務針對經常出差人士，已完成手機設計，正與電訊商作最後協調。

至於另一項針對企業客戶的「Wi-Fi 蛋」，明年 3 月將亮相西班牙世界行動通訊大會 (MWC)，內置雲端伺服器，「保安方面會做得好啲，公司重要 Email 或者文件唔會咁易畀人 Hack (入侵) 到」，服務較市面「Wi-Fi 蛋」便宜一半。Danny 透露，匯豐及花旗銀行早前試用產品後，反饋正面。

Danny 表示，目前確定合作的電訊商覆蓋亞洲、歐洲及北美近 40 個國家/地區，意味著即將推出的手機和「Wi-Fi 蛋」，有望成為全球首個支持全球漫遊上網的裝置。對於華為亦有類似產品「天際通」，他強調，天際通除了僅限內地消費者使用，亦非支援全球漫遊上網，「只係 Support 客戶經常去嘅大國」。

主攻歐美市場 未來計劃上市

NUU Mobile 的營運資金來自母公司新基德實業，3 年來無接受外部投資。Danny 表示，未來一年將主力品牌推廣及建立全球銷售網絡，發展順利的話，兩三年後公司將在港交所主板上市。



Danny 指，未來一年將主力品牌推廣。受訪者供圖

進軍內地需有人脈

有母公司源源不斷注資，Danny 坦言未有認真研究過港府針對初創企業的資助計劃。港府 2012 年推出 10 億元「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」(簡稱「BUD 專項基金」)，他認為對初創公司是好事，「若果 NUU Mobile 正式考慮進入內地市場，會去了解多少少」。

香港市場細小，中小企業是否只有北望神州一條路？Danny 有不同看法：「香港人上內地，Even (就算) 願意，亦未必建立到想要的網絡。始終文化不同，上海有上海，北京有北京，(港商) 可以提供專業知識，但要創造小米這樣的市場，不是專業知識就足夠。」他坦言，內地營商環境與港人熟悉的不一樣，暫時會用自己擅長的方式做生意，主攻歐美市場。會否失去內地市場可惜？他搖頭，直言現時最大商機未必在內地；公司近年放了很多心機在美國市場，經過數年努力才獲得 BestBuy、Walmart、Cosco 三大零售商信任，故暫時無打算開拓其他市場。

工業式微 廠商二代舵手

進軍世界

Danny 為公司第二代掌舵人展示港產原創品牌 NUU Mobile 手機。張易攝

1979

年成立的新基德，一開始是為外國牌子做貼牌生產 (OEM) 及設計加工 (ODM)，生產風筒、微波爐等小型電器。2000 年，公司另闢線涉足電子產品，為外國手機品牌做 OEM/ODM。數十年建立的渠道和人脈，幫助新基德迅速在美國電子業殺出血路。與此同時，內地加工環境悄然生變。

內地改革開放後港商紛紛北上設廠，利用低廉的勞動力減省生產成本，間接造就珠三角「世界工廠」的地位。這股北上海潮直至近年突然降溫，內地工資成本在十年間翻足兩倍，加上最低工資、人民幣匯率急升等因素，外資工廠利潤幾近榨乾。

自創港產手機品牌

新基德在深圳的工廠亦不例外，利潤由「薄利」變「微利」。貼牌生產愈來愈難做，在美國史丹福大學留學兼主修工程的 Danny 發現，品牌創造可觀價值，而香港品牌在全球形象頗佳，遂與父親商量成立子公司經營自家手機品牌 NUU Mobile。

成立 3 年多，NUU Mobile 為歐美中低級市場先後推出 6 款手機，售價由 790 元至 1,790 元。Danny 坦言，相比家族做了近 40 年的 OEM/ODM，經營品牌需用到更多技能，由貼牌生產向品牌維護轉型的過程，並非問問家族企業能夠適應。

推動改革須敢作敢為

本地大部分工廠創業一代年事已高，他們或許意識到經營環境的變化，但苦無精力推動改革。後輩視野廣闊兼有心有力，惟擔心改革不成背負罵名，只好中規中矩

上世紀盛極一時的香港工業，隨着社會變遷付笑談中。在工廠林立的長沙灣荔枝角一帶，今時今日卻仍有一批本地企業留駐，其中有

36 年歷史的電子公司新基德實業，就見證了本地工業變遷。做貼牌生產起家的新基德，近年由於內地人力成本大增，生意愈來愈難做，公司第二代掌舵人 Danny Sit 跳出祖業，成立子公司發展原創品牌「NUU Mobile」，由手機硬件做到電訊服務，為新基德這艘大船探索航向。

香港文匯報記者 張易

對創科局看法

香港困局

人才不夠多元，市場推廣、產品設計、軟/硬件人才匱乏
人才外流，青年人北上尋找機會

展望創科局

鼓勵改善學科設置，鼓勵國際視野
資助本港初創公司以發展 IT 市場，吸引年輕人留港發展

行事。

好在新基德創辦人、Danny 的父親十分支持兒子創立新品牌，同時積極由美國、日本、印度、澳洲、加拿大等引入研發及銷售人才，助 NUU Mobile 開拓市場。

Danny 透露明年將與本港電訊商漫遊通信 (CM Mobile) 合作推出兩項新業務，分別為公司客戶定製「Wi-Fi 蛋」，以及平價手機漫遊上網服務，前者正獲匯豐及花旗銀行試用，反饋正面。

新業務問世後，NUU Mobile 的服務版圖將擴至近 40 個國家和地區。正如母公司新基德隨着本港工業變遷積極求變，年輕的 NUU Mobile 亦與時並進開拓新領域。

話你知

香港工業發展史

香港由小漁村變成國際大都會，工業扮演着舉足輕重的角色。縱觀 20 世紀，香港工業經歷了起飛、興盛、衰落，其發展與本地及全球政經事件有密切關聯。

20 世紀初：萌芽

香港的製造業由 20 世紀初開始慢慢發展起來，中小規模的華資企業亦相繼誕生。

1920 至 1930 年代：輕工業湧現

紡織業開始萌芽並出現極大增長，一些低技術和勞工密集、以出口為導向的輕工業湧現，如膠鞋、手電筒、五金用品和搪瓷用品等。

內地參與朝鮮戰爭引致聯合國對中國實施禁運，一向依賴轉口貿易的香港深受影響，於是尋求發展工業。

戰後首次經濟轉型

1949 年前，內地動盪的局勢令不少企業家和工業家從上海湧到香港，除了帶來龐大資金外，還有技術、機器和熟練技工和現代管理手法。

1950 至 1960 年代：山寨廠興起

山寨廠開始興起，這類小型工廠以低技術的製造業為主，如織假髮、車衣、剪線頭、裝嵌、膠花等，多以家庭式經營。隨着本港紡織業的迅速發展，製衣業被帶動起來，塑膠業和電子等亦逐漸發展，推動香港經濟另

一次轉型。

1970 至 1980 年代：由盛轉衰

全盛期，製造業佔到本地生產總值約三成，就業人數佔全港四成半，「香港製造」成為國際認同的「品牌」。不過好景不常，80 年代，內地改革開放提供一系列優惠政策，港商紛紛將廠房移遷至珠江三角洲，留總部於香港，香港工業亦漸趨式微。

今日：香港工業亟需轉型

大量工廠遷出香港，只剩重要決策、產品設計和市場推廣等仍由香港負責；低技術工業式微，香港工業惟有轉型創新高科技工業。

2016 年中國經濟展望

中銀國際首席經濟學家程漫江及宏觀分析師葉丙南

中銀國際

次貸危機之後，全球經濟進入緩慢復甦和再度平衡階段，儘管經濟復甦週期已持續六年，但整體增長動力依然偏弱，企業資本支出和生產率回升比較緩慢，物價低位徘徊和信用擴張緩慢仍制約需求增長，次貸危機餘波效應及深層影響並未完全消失，地區經濟復甦態勢極不平衡。美國經濟或延續回升勢頭，美聯儲開啓升息週期，歐洲、日本已掙扎着走出衰退陰影但復甦基礎仍不牢固，寬鬆貨幣政策或延續一段時期，新興市場面臨流動性環境與經濟週期「錯配」風險，經濟下行週期與本幣貶值壓力顯著上升。

中國經濟進入深度去產能階段

中國經濟經歷大規模投資擴張之後，逐步進入深度

去產能階段。伴隨人口結構變化、土地供給多年快速擴張和房價上漲對居民支付能力抑制，大部分城市住房市場已迎來中長期拐點，中小城市普遍面臨供大於求和去庫存壓力，2015 年以來寬鬆貨幣政策刺激一、二線城市改善型需求有所釋放，帶動銷售面積明顯回升，但大部分城市庫存壓力和需求前景黯淡局面仍將延續，土地購置和新開工面積持續下跌，預示着 2016 年房地產投資或進一步下行。

土地市場冷卻、地方政府債務規範和政府官員考核機制變化，對地方原有依靠土地融資推動基礎設施投資的模式影響較大，公私合營 (PPP) 模式推廣短期內仍受到產權保護薄弱、改革重組不確定性和項目盈利能力低下等因素制約，2016 年基礎設施投資難以進一步大幅回升。工業部門受制於產能過剩通脹緊縮和盈利下滑，資

本支出相對疲弱，製造業投資增速由 2011 年 30% 以上持續下降至 2015 年 1-11 月的 8.4%，預計 2016 年將進一步回落。

今年消費增長可能放緩

受全球需求依然疲弱、新興市場經濟下行、人民幣相對強勢和部分勞動密集型產業外移影響，企業基本面向下和資本支出下滑將逐步影響新增就業和勞動收入增長，加上通貨緊縮預期效應，預計 2016 年消費增長可能略有放緩。需求疲弱、深度去產能和大宗商品價格低位運行將推動 PPI 同比持續下降和 CPI 同比漲幅放緩，強化私人部門通貨緊縮預期，並進一步影響實際物價水準。

考慮到起點因素變化，預計 2015 年和 2016 年 PPI 同比分別下降 5.2% 和 2.7%，CPI 同比分別增長 1.3% 和 1%。深度去產能和通貨緊縮預期將進一步抑制企業資本支出和居民消費，整體投資將持續下滑，居民消費或有所放緩，未來中國經濟可能進一步略有下行，預

計 GDP 同比增速將由 2015 年 6.9% 回落至 6.3% 左右。

中國經過 30 多年經濟高速增長已經跨入中等收入國家行列，隨着人口結構變化、資源保護加強和要素價格市場化，依靠勞動力轉移、技術引進、金融抑制和低要素成本支撐的粗放型增長模式已無法持續，原有增長模式下的內生動力大幅減弱，中國需要持續提升國內產業競爭力以邁向全球產業鏈更高端，同時不斷推動要素收入和國內消費增長以擴大內需增長空間。

2015 年 12 月底召開的中央經濟工作會議將供給側改革作為未來穩增長、調結構和促轉型的重要戰略，未來政府將加大重要領域和關鍵環節改革力度，重點抓好去產能、去庫存、去槓桿、降成本、補短板五大任務。供給側改革將改善經濟體系激勵機制，優化市場資源配置，實現基本公共服務均等化，打破原有制度因素對潛在供求束縛，促進資源要素自由流動和市場化配置，提升全要素生產率水準，促進經濟在調整中逐漸再平衡，重塑經濟內生增長動力。

(以上資料僅供參考，並不構成任何投資建議)