

回歸20年本港GDP季度走勢



回歸20年香港經濟大事記

- 1997年7月，亞洲金融危機爆發，香港股市樓市雙雙狂跌，1998年首季失業人口突破十萬人，創下歷史新高，當年經濟倒退4.7%。
 - 1998年8月，索羅斯狙擊港元，股市狂瀉，政府入場打大鱷，總共動用1,200億元儲備力撐住，守住聯繫制度。
 - 由於經濟倒退加上港匯追隨美元高企，觸發「全城大減價」，樓價、工資、租金、貨品價格通通下跌。從1998年11月起，香港進入「通縮時代」，長達五年半。
 - 2003年3月「沙士」殺到，重創香港經濟，恒指狂跌，樓價暴瀉，5月至7月失業率創下8.8%的歷史高位，總共有30萬人失業。當年經濟倒退3.1%。
 - 2003年6月，中央政府推CEPA挺港，此後逐年推出CEPA補充協議，逐步實現服務貿易自由化。
 - 「沙士」重創香港旅遊業，2003年7月中央推出「個人遊」政策，截至目前覆蓋49個城市、2.5億內地居民。
 - 2010年8月國務院批覆「前海」規劃，截至2016年底，當地共吸引了10萬家企業進駐，其中港企近4,000家，大部分是金融類企業。
 - 金融海嘯後美國推出QE政策，香港樓價大升，港府由2010年11月起推出多輪樓市「辣招」，金管局亦先後推出八輪逆周期措施。
 - 香港與內地展開互聯互通模式，2014年11月開通滬港通，2016年12月開通深港通，2017年5月宣佈即將啟動債券通。
- 製表：記者 涂若奔

20年來本港失業率



20年來香港出口情況



研發謀轉型 港企創新天

鄭文聰：做生意如做人 須夠膽識不怕累

回歸20年，香港經濟先後受到1997年亞洲金融風暴、2003年「沙士」和2008年金融海嘯三次重大打擊，許多中小企一度損失慘重。香港工業總會主席鄭文聰自身也是中小企的代表人物，從事環保生意的他，回歸當年就開始研究生活污水處理系統，歷經11年的辛勞，在2008年投入使用後，該業務截至目前取得逾10倍的增長。在他看來，做生意就像做人，必須鍛煉好身體，尤其是要練出「膽識、膽量和忍耐力」，再加上不怕髒不怕累的精神，就算面對「困難多到數不清」的逆境，最終也能開創出一片新天地。

香港文匯報記者 吳婉玲、涂若奔

鄭文聰近日接受香港文匯報專訪，暢談從商30多年來點點滴滴。早在1983年，當部分港人對香港回歸信心不足，掀起一輪移民潮之際，鄭文聰卻反其道而行之，於當年回流香港，接手家族的五金廠和錄影帶零件廠生意；其後於1993年購入一家位於元朗工業邨的廢油再生廠，廠房面積達10萬方呎，員工約30人，開始進行廢油回收業務。

回流香港 轉戰環保工業

由五金行業轉為環保工業，鄭文聰笑言在某種程度上也是賭博，因為當時他完全不懂這類工廠如何運作，遇到許多複雜的技術問題，「我鋪晒(圖紙)嘍地下，估吓究竟呢嘢係咩嘢，幅圖到底講緊間廠嘅邊度」。憑借「賭一把」的膽識，加上超乎常人的耐性，「(好似)砌積木咁用咗18個月砌返間廠出嚟。」此後他又研發出震動膜廢油再生技術，在這個行業站穩了腳跟。

1997年香港回歸祖國後，適逢亞洲金

融風暴，鄭文聰的生意卻不跌反升，在此期間仍錄得盈利。

他沒有因此而滿足，由於留意到本港部分郊野公園的廁所水無人處理，當年又帶領一班同事，開始着手研究生活污水回用系統。據他回憶，首批研究的同事要親身行山上郊野公園，甚至整個月住在村屋，每日計算有多少男女使用公廁，甚至要聽聲辨認遊人「開大定開細」，以便令統計數據更準確。雖然沒有直接「搞屎坑嘢」，但工作環境「一定冇味道」，需要的忍耐力亦非常人能及。

沙士難頂 堅持終變商機

其後香港在2003年遇到沙士危機，眾多中小企損失慘重，鄭文聰亦稱「沙士難頂，03年真係好辛苦」。對疫情的擔憂，以及公司當時仍在研發生活污水回用系統，都為他帶來壓力，幸好沙士爆發前他已將五金零件生意賣出，而廢油業務又繼續有盈利，加上一份執着的耐



工總主席鄭文聰指，做生意和做人一樣都必須鍛煉好身體。

香港文匯報記者彭子文 攝

性，令他能堅持自己的事業。最後，這個生活污水回用系統足足用了10年時間，前後投資逾千萬元，到2008年終於研發成功，正式投入應用。

研發十年 業務直線上升

時至今日，這項技術仍在不斷發展，為鄭文聰帶來大量商機，由2008年只處理數

個廁所，一日處理量僅5噸，到現時業務規模增長已經不止10倍，「單是沙田污水處理廠一日已經處理40萬噸污水。」

就生意層面而言，這或許仍只是開始，他認為真正的增長是未來3年，由此帶來的商機將以直線形式上升，他本人亦有信心，3年後可以將與此相關的部分業務上市。

經濟需經營 用心才會贏

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)香港作為細小開放型的經濟體，經濟容易受到外圍環境的影響，近年來內地經濟明顯放緩，令港企面對愈來愈大的競爭壓力。鄭文聰認為，「其實經濟市場有啲似全世界天氣，有地方水浸，亦有地方風和日麗。」

雖然人沒有辦法左右天氣，但卻可以鍛煉好自己。無論是做生意，還是做研究，都要「用心做好所有事」。這個世界是公道的，「你做得啲嘢好，就有人欣賞。」

回歸20年來，不少港企未能承受金融風暴的衝擊，但也有不少成功者熬過風雨，守得雲開見月明。鄭文聰總結自身的成功經驗時，除了耐性之外，提到最多的就是「用心」二字。他強調，「做任何事都一定要投入」，回歸之前的開廠階段，他曾經「攞住1,100張圖紙，好俾心機去做」；回歸之後的研發時期，他亦是親力親為，「用心去做好，設計好一切。」

只有用心，才能想出全新的創意。身為工總主席的鄭文聰以Google及蘋果公司為例，稱這些大公司多年前亦是初創企業，今時今日香港要發展工業，創意最為重要。工業已不僅僅是「做靚、做平、做多、做大」，而是要靠「認新橋」，才能適應時代的變化。

政治因素影響投資意慾

對於香港未來的前景，鄭文聰持正面看法，但認為香港的政治環境必須穩定下來，才會令前景向好。「五年前你問我，我覺得(香港前景)一定好好，你今日問我，我都覺得係好，但就要睇政治變數。」他認為，現時香港的前景已經不再是靠經濟主導，而是政治主導。如果政治不穩，或會影響港人的投資意慾。

捱過沙士「911」 外銷再攀峰

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)自1997年香港回歸20年以來，港商面對着環球及內地經濟急劇變化，經營業務面對的挑戰驚心動魄。童鞋製造商安朗童話世界業務推廣總監林彩朗表示，這20年來發生的事情不少，回想起來可直接用「一般眼淚」來形容。最難忘的兩次危機分別是「911」恐怖襲擊和沙士，皆因令公司銷情大受影響，導致公司外銷跌了四分之一及內銷完全停止。

「911」最艱辛 銷量跌逾25%

林彩朗近日接受香港文匯報專訪時表示，加入安朗童話至今已17年。在2001年9月11日美國爆發「911」恐襲事件，那時她剛進公司不久，就要面對此大難關。

當時，「911」事件對美國人造成嚴重心理創傷，消費意慾下跌，令安朗童話外銷到美國的生意大受影響。安朗童話出口到歐美市場一直維持高比例，佔總額約80%，事件令銷量跌了至少四分之一，她形容當時的情況「好得人驚」。

除了「911」事件令安朗童話的出口銷量陷入危機，當時安朗童話更收到迪

士尼通知，獲悉授權費用要加價3倍，無疑是對公司雪上加霜。「[911]之後，我哋外銷已經完全睇唔通，睇唔透，你仲起我3倍價錢，我哋死硬硬啲，我哋無得做嘍。」

在艱難時期下，公司決定咬緊牙關熬過去，推出印有國旗的新產品。幸好市場對新產品反應熱烈，甚至能夠補償「911」事件後的四分之一銷量損失。林彩朗笑指，這些年來經常與老闆開玩笑說：「當年迪士尼咁對我哋，我哋未死其實真係佢笑嘍。」

沙士危轉機 訂單增3倍

2003年沙士席捲全球，世人陷入恐慌，人心惶惶。當時北京、上海、廣州均受沙士影響，安朗童話的內銷表現也隨着當時的疫情陷入低迷，銷往內地的訂單基本上完全停了下來。林彩朗回想，當時一心以為公司將會因為沙士而面臨重大損失。誰知在5月的訂貨會上，代理商的訂貨情況卻令她喜出望外，20多個來自各地的代理商下單



林彩朗表示，20年來最難忘是「911」恐怖襲擊和沙士。香港文匯報記者潘達文 攝

數量竟然比平時多出3倍。她認為，代理商的行動是出於自補償心態，估計代理商希望走出沙士陰霾，補償多個月來的生意損失。

第二代接棒 重視創新研發

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)回歸廿年，工業界第二代已陸續接棒，但與父輩搶單平價的策略不同，第二代普遍更重視創新及研發，以此增加競爭力。

在回歸前仍未正式加入家族企業，卻已從父輩身上了解到業界的轉變。連年集團執行董事劉榮濤表示，1997年他尚未加入公司，但每年學校放假皆會跟父親劉展瀾回公司工作。廿年過去，他最記得2003年沙士對業界的衝擊，在瑞士鐘錶展被隔離，令當年生意大跌。

每年一次的瑞士巴塞爾國際鐘錶珠寶展，是業界的盛事，亦是非常重要的貿易交易平台。劉榮濤指，當時沙士肆虐，瑞士政府突然頒佈法令，指因擔心非典型肺炎傳播，宣佈禁止香港等地展商前往參展，「好荒謬，佢淨係俾佢(香港)參展商(參展)，但客人係可以去買嘢」。

該事件令連年鐘錶損失2,000餘萬元訂單，佔全年訂單一成。劉榮濤回憶，連年創辦劉展瀾，即其父親在當時不願意就此放棄，唯有想辦法補救，逐一拜訪不同買家，希望藉此能獲多點訂單。那一年是父親出差次數較多的一年。

零售放緩 開舖回歸正常

除了沙士，劉榮濤認為廿年來的鐘錶零售業有莫大變化。「零售業起飛得太快，真係瘋癲。」



劉榮濤指，2003年沙士公司在瑞士鐘錶展被隔離，令當年生意大跌。香港文匯報記者劉國權 攝

劉榮濤表示，六至七年前是內地旅客訪港高峰期，當時零售業暢旺，鐘錶需求大增。他不諱言，近年香港地舖租金昂貴且因確實來自鐘錶界為了爭市佔率而不斷開店所致，「開舖速度太過瘋狂，到你生意一唔好就似一窩蜂咁無咗」。

市場常形容香港零售業最近處於寒冬，劉榮濤相信現時只是回歸正常，反而是過去數年零售業膨脹得太快。

在激烈競爭及市場需求減少下，他認為業界應該作好準備，進行更多研發及創新，做到更好的營運效益，期待下一輪零售高峰期。