港貨爭取標「中國香港製造」

邱騰華：美推遲45日實施產地新標註

美國早前宣布由香港生產並出口到當地的產品，需由「香港製造」改為標示「中國製造」。商經局局長邱騰華昨日透露最新進展指，美國應一些業界要求，更改港貨產地來源標記的實施日期，由原來的9月25日，延長多45日至11月9日。此外，港府亦正研究其他方式解決產地標籤問題，包括改為「中國香港製造」，正等待美方回應。

■香港文匯報記者 莊程敏

■商經局局長邱騰華稱，「香港生產」並非優於其他地方，而是香港身份地位由基本法所賦予。

■政府已透過駐美國的辦事處向美方作出查詢，看有沒有其他方法是香港可以接受而又符合產地來源要求。 資料圖片

邱騰華昨在「中小企資援組：資助基金推廣全面觀2020」網絡研討會上指出，美國現時政策是「來意不善」及「野蠻行為」，目的是打擊香港獨立關稅區的特殊地位。他稱：「香港生產」並非優於其他地方，而是香港身份地位由基本法所賦予。

必須爭取在WTO應有利益

他續稱，美國做法明顯與一貫以來的產地來源規定倒行逆施，會令世界貿易組織（WTO）其他成員感到混亂；香港必須要爭取其在WTO中應有的利益，亦要爭取大家在世界舞台中守規矩，「不是你大就可以話事，亦要保障每一間企業。」

邱騰華表示，政府已透過駐美國的辦事處向美方作出查詢，如有沒有其他方法是香港可以接受而又符合產地來源要求，以及美方會否有正式公文向港美業界清楚交代等。此外，政府駐日內瓦辦事處亦已做準備，在世界貿易組織層面方面據理力爭。

工總指「脫鈎」非中國最傷

出席同一場合的香港工業總會主席葉中賢表示，美方雖不時說中美「脫鈎」，但其實美國對中國內地及香港在貿易方面的重要性已逐漸減弱。他指，中國最大的貿易夥伴是東盟，然後是歐盟和美國；至於香港最大貿易夥伴是中國內地，然後是東盟、歐盟及美國，「所以美國市場是否大家看得那麼重要呢？其實未必。」

葉中賢指出，過去10年中國的勞工及生產成本相對提高，不少低價值組裝工序已遷至其他周邊成本較低的國家，但廠家的主要技術發展、主要生產能力開發都仍在中國內地，「所以大家不用很恐懼『脫鈎』會令中國很傷。」

經營三千多種零食及食品的僑豐行行政總裁黃偉鴻對於美國將措施延期表示高興，因很多業界通常都預先做好一大批包裝或標籤，如要改為「中國製造」，會造成很多損耗，「例如要請人逐個盒改label（標籤），成本增加很多」，現時多45天可以作緩衝都「好過無」。

大牌子或關香港生產線

黃偉鴻認為，美國這措施的影響暫時主要是在改標籤的成本方面，最重要是關稅仍未有改動。他指出，內地的關稅較香港為高，令香港的產品有價格優勢，而且消費者一般都認為香港製造的質素較內地高，價格亦可定高一點，如果香港出口的產品都要提高關稅，香港製造的優勢便會大大被削弱，不排除有些港商會將生產線移至內地，如維他奶及嘉頓等在內地及香港都有生產點，如關稅相同，可能會關掉香港生產線。不過，一些家族傳承的食品公司如醬園等則較難移走生產線。

黃偉鴻又指，相信措施對於一些老牌子影響不大，因美國客戶都知道是來自香港。如果措施一旦實行後，他建議業界可透過不同方法向美國客戶多宣傳是中國香港出口，「以日本為例，北海道出品一般會較日本出口價格較高。」至於措施對其食品公司的影響，他表示影響極低，在三千多種食品中，只有約二十種為香港製造，而且出口至美國的比例亦很低。

商討旅遊氣泡 泰日較深入

■港府表示，已有8至10個國家有查詢「旅遊氣泡」的安排。 資料圖片

香港文匯報訊 香港的第三波疫情近日出現緩和，特首林鄭月娥上周稱一旦香港走出「疫境」，將馬上開始重建經濟，包括推行健康碼讓市民往返內地和澳門。商經局局長邱騰華昨表示，政府已與一些周邊國家和地區就稍後可能建立「旅遊氣泡」互有查詢，探討當疫情好轉時，能以何種形式恢復通關等，目前與泰國及日本的討論較為深入。他並相信實行健康碼將有助港府與其他國家商討「旅遊氣泡」。

離境前互認健康測試

就商討「旅遊氣泡」的安排，邱騰華表示已和8至10個國家有接觸，透過駐外辦事處、領事及書面查詢處理，目前與泰國及日本的討論較為深入，其他地方則有交換信件。他補充，可行模式包括離境前進行互相認可的健康測試，經運輸單位如航空公司核准才可上機。最終是否可行亦需審視兩地的疫情，並與衞生部門溝通。

至於港版健康碼，邱騰華認為實行港版健康碼可先與內地及澳門恢復通關，同時也有助港府與其他國家商討「旅遊氣泡」，如何逐步放寬出入境的限制，相信此措施對香港企業亦有幫助。工總主席葉中賢則補充說，廠商十分期待港版健康碼出台，因為疫情爆發至今，在內地有生意的港商都無法往返兩地巡視業務。

產力局網上教資助「攻略」

香港文匯報訊（記者 莊程敏）在新冠肺炎疫情下，不少中小企都急切需要資助。有見及此，由香港生產力促進局主辦、工業貿易署協辦的大型網上活動「中小企資援組：資助基金推廣全面觀2020」昨起一連三日免費為中小企及各業界提供50多個網上展覽攤位、近40場直播網上研討會、熱門資助基金的申請表填寫「攻略」，了解香港和大灣區其他地方政府的資助基金與支援計劃資訊。

發展局冀企業積極參與

商經局局長邱騰華指出，面對疫情對民生同經濟帶來的具大挑戰，生產力局這次網上舉行「資助基金推廣全面觀2020」，一站式介紹政府各項資助基金，無論是拓展市場、升級轉型或發展網上生意的都可以幫助到，希望大家積極參與討論，並善用資助基金。

林宣武：「急企業所急」

生產力局主席林宣武亦表示，無論處於經濟順境或逆境，生產力局都會全力支援香港中小企及初創企業。局方「急企業所急」，深明業界面對的難處，配合特區政府措施於年內持續優化資助基金的申請程序，盡快解決中小企燃眉之急，今年再度舉辦「資助基金推廣全面觀2020」，助中小企尋找合適的政府資助基金，適應疫情新常態，靈活開拓新市場，一同跨過逆境。

「資助基金推廣全面觀2020」設有「逆境中自強」、「開拓新市場」和「持續式轉型」三個大主題，獲得20多個香港以及大灣區內其他地方政府的部門及公共機構共同參與，並得到工業貿易署作為協辦機構。

活動另一專題研討會將於8月26日邀請創科局局長薛永恒、香港中華廠商聯合會會長吳宏斌，聯同林宣武，大談香港再工業化和復興傳統工業，分享政府、科研機構及業界對議題的見解，探討香港如何邁向再工業化的大路。

美擬對微信鬆手 騰訊彈5.8%

香港文匯報訊（記者 周紹基）美國總統特朗普月初簽署行政命令，稱將限制美國企業及個人與微信有交易，結果發現受害的竟是美國公司。故外電在周日引述知情人士表示，特朗普對微信的封殺有退縮跡象，暗示蘋果、星巴克等美國公司可繼續在美國以外的地方使用微信。消息令騰訊(0700)昨日急升5.8%，帶動恒指以全日最高位25,551點報收，大漲437點，成交額回升至1,404億元。

全面禁止恐美企受害

有報道稱，美國官員與當地企業接觸，意識到若全面禁止微信，或打擊美國的科技、零售、遊戲及通訊等行業在全球，特別是在中國的發展。據了解，華府仍研究如何封禁微信，惟有關官員料微信不會在美完全消失，而禁令旨在禁止其在美國下載以及更新。該消息或意味蘋果及谷歌仍可在華提供微信下載程式，星巴克等公司亦可通過微信宣傳和與中國消費者交易。

另外，又有報道指WeChat擬改名為WeCom，也是騰訊昨日越升越有的主因。

受上述消息帶動騰訊全日飆升5.8%報548元，獨力推高恒指167點，並推動一眾科技股，恒生科指更大升2.3%，收報7,329點。當中，美團(3690)再升8.4%報265.8元，並獲滙豐、交銀、富瑞等唱好，「最牛」料見300元。京東(9618)也升4%，盤中更首破300元大關。

至於據傳美國將制裁中國公司的名單加入阿里巴巴(9988)，彭博日前報道指，為應對可能在美被迫下市或受制裁的風險，有大型投資者已將手上數以10億美元計的阿里美股轉移至港股。消息也令阿里的港股昨再升4.6%，收報264.4元。

績優股獲追捧，潤泥(1313)業績理想，急升7.6%。但次季純利跌21%的瑞聲(2018)，因中期派息減75%，股價曾挫9%，尾市跌幅收窄至1.8%。

沈振盈：炒股不炒市

國指跟隨大市升1.2%報10,336點，連金融股亦回勇，友邦(1299)急升4.7%，港交所(0388)再揚1.2%。估中昨日大市會裂口高開並向好的訊匯證券行政總裁沈振盈表示，本周五期指將結算，估計未來數日大市走勢會反覆，或出現「一日升、一日跌」的現象，指數將窄幅上落，故目前只能「炒股不炒市」。

他認為，恒指在25,800點左右，將是短期阻力。

恒指科指前五大升幅成份股

股份	收市價	升幅	市值
微盟(2013)	12.18元	10.7%	274億
美團(3690)	265.8元	8.4%	15,625億
騰訊(0700)	548元	5.7%	52,509億
阿里巴巴(9988)	264.4元	4.5%	56,744億
京東(9618)	299元	3.9%	9,240億

人保不降銷售目標

香港文匯報訊（記者 殷考玲）中國人保(1339)壽險總裁傅安平昨日於網上業績會議中表示，雖然新冠肺炎疫情導致集團業務受壓，但無意下調全年銷售目標；下半年將主要聚焦價值較高的業務。

半年少賺18.6% 首派中期息

人保上周公布，上半年純利按年下跌18.6%至126.06億元（人民幣，下同），每股基本收益0.28元，每股派中期息0.036元，為上市以來首次派中期息。副總裁沈東表示，上半年財險的盈利和現金流狀況良好，償付能力充足率大幅提升，為今後維持派息政策穩定打下良好基礎。

上半年該集團保險業務收入3,368.41億元，按年增4.3%，保費增速3月以來逐月上升，扭轉年初疫情造成的負增長局面。期內集團總資產1.27萬億元，較年初增11.7%。人保資產管理資產規模1.1萬億元，較年初增7.4%。

上半年人保財險積極應對疫情衝擊，加快實施數碼化戰略，積極開拓線上零接觸服務模式，保險業務收入2,463.04億元，按年增長4.4%，利潤總額157.54億元，按年增3.6%，剔除去年同期手續費稅務政策變化的影響，淨利潤同比增長4%。此外，「中國人保」APP下載次數累計1,132萬次，平台月活用戶133萬戶，集團在業務協同實現規模保費接近90億元，而一體化銷售平台「人保e通」出單保費有319.4億元。

互聯網保險業務近倍增

各業務方面，上半年人保壽險淨利潤38.3億元，按年增長23.6%，半年新業務價值40.76億元，按年增長19.3%。至於人保健康實現半年新業務價值4.83億元，按年增長41.6%；而互聯網保險業務規模保費60.04億元，按年增長98.5%，上半年新增客戶904萬人，累計客戶超3,500萬人。

展望下半年，該集團稱，汽車消費刺激政策的落地實施，車險綜合改革的漸進推進，將為車險發展營造良好環境。復工後產加快進行，疫情觸發企財險、責任險等需求升溫，政府更加重視將保險機制引入突發公共衞生事件應急管理等社會治理領域，有利於非車險業務發展常態。

客戶被美制裁 瑞聲：未受大影響

香港文匯報訊（記者 殷考玲）瑞聲科技(2018)上半年純利3.2億元（人民幣，下同），按年跌58.4%，每股派中期息0.1元，按年減75%。

第二季收入升12.1%

被問及美國進一步收緊對華為限制對其業務影響，集團財務總監郭丹昨於網上會議表示，對個別客戶事件不會評論，但會支持所有客戶，而集團在越南、馬來西亞等地均設有生產線，將會靈活調整產能，也有手機廠商因制裁而獲額外市佔率，目前未見相關制裁對集團產生重大不利影響。

瑞聲上半年收入為78.37億元，按年升3.6%，毛利率則為23.2%，按年跌4.3%百分點。單看第二季，收入則為42.77億元，按年升12.1%；由於集團保持高研發投入，令到純利按年跌20.8%，至2.68億元，毛利率為23.3%，按年跌1.7個百分點。

瑞聲解釋，上半年儘管新冠肺炎疫情肆虐導致全球智能手機出貨量下跌，集團各業務仍實現進步。集團在光學市場的競爭力逐步提升，塑膠鏡頭的市場份額穩步增長，高規格訂單比例的提升帶動產品平均單價上揚，推動光學毛利率持續改善。