

疫市下逾八成企業生意受挫

品牌局：業界冀港府牽頭強化「香港品牌」

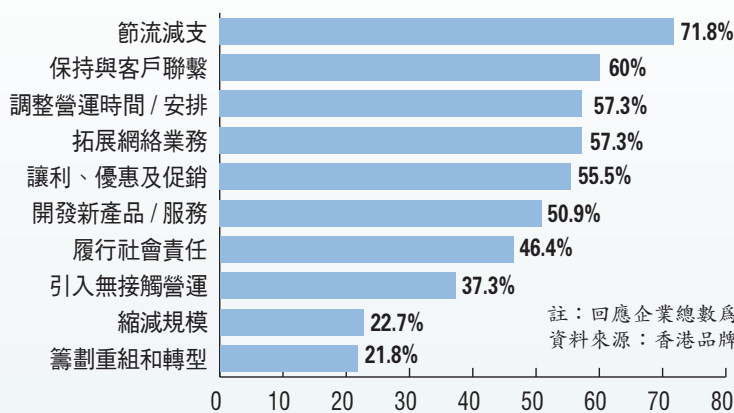
第三波新冠疫情令香港經濟備受衝擊，香港品牌發展局一項調查發現，有近83%受訪企業表示，今年首5個月的生意額均告下跌，最常見跌幅為三成至五成，僅極少數企業錄得業績增長。面對疫情的挑戰，近72%受訪企業採取節省成本措施。香港品牌發展局總裁楊立門昨表示，美國禁用「香港製造」標籤，更突顯品牌的重要性，建議港府和業界可加強向外國推廣「香港品牌」，即使標籤上無列明是香港製造，但亦能反映產品與香港有關，或可減低對企業出口海外的影響。

香港文匯報記者 殷考玲

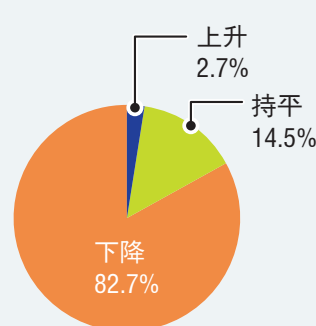


品牌局及廠商會發報「香港品牌企業「再出發」調查」結果。右四為黃家和，右六為楊立門。
香港文匯報記者 攝

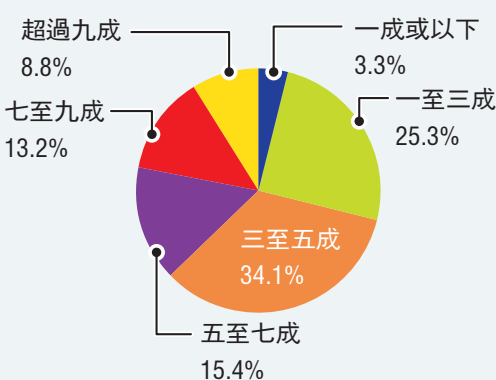
香港企業抗疫營商策略



公司今年1-5月業績的同比變動



業務額下降的幅度



香港品牌發展局於6月以問卷形式訪問了110間擁有原創品牌的企業，了解他們在疫市期間的策略部署和所需支援。此後因應第三波疫情爆發，在8月中旬向同一批受訪企業進行跟進研究，以了解他們對未來營商的信心是否發生轉變。

調查顯示，有近72%受訪企業會採取節省成本措施，例如有60%受訪者企業與消費者或客戶保持聯繫；有57.3%會調整營業，工作時間或者營運安排；而有55.5%會推行優惠或促銷措施，以緩減生意流失的影響。

與此同時，不少企業在逆市中採取進取的策略，有57.3%受訪企業會拓展網絡業務和推行數碼營運；50.9%會開發針對市場需求的新產品或服務。面對逆境，企業明白品牌價值更顯重要。

超九成公司認可「香港品牌」

有超過九成的受訪企業認為未來一年品牌對其公司整體業務的重要性將會上升或持平，並且絕大多數即約91.8%的受訪企業認為「香港品牌」的身份有助提升公司競爭力，另分別有27.3%和62.7%的企業表示未來一年將會增加或維持品牌方面的資源投入。

雖然未來的經營環境仍存在不確定性，但在8月的跟進調查顯示，在第三波疫情爆發後，業界營商信心仍維持「漸行漸強」的趨勢；分別有50.9%和22.7%的受訪企業對今年餘下時間即8月至12月的品牌發展前景感到「中性」和「審慎樂觀」，「樂觀」的則有2.7%。至於明年的業務前景，表示「中性」、「審慎樂觀」和「樂觀」的企業分別佔47.3%、36.4%和6.4%，而持負面態度的企業則進一步下跌至10%。

復晚市堂食 黃家和感鼓舞

同為餐飲業協會會長的香港品牌發展局主席黃家和昨指出，自從上月起禁止晚市堂食後，有2,000多間食肆暫停營業，6,000多間縮短營業時間，業界上月損失約50億元生意額，他留意到本月情況更差。對於政府今個星期五恢復晚市堂食至9時，他稱食肆有望回復六至七成生意，以及回復人手和現金流，對此感到鼓舞。

不過，由於每枱人數限制仍維持兩人，黃家和稱希望政府下一步放寬每枱人數，令大型酒樓和宴會場地可回復正常營業，但為免疫情因措施放寬過快而反彈，他認為當局應加派更多人手巡查食肆，確保業界遵守防疫措施。

支援香港品牌「再出發」政策建議

維繫營商環境

◆ 政府與社會各界攜手恢復和維持法治、安定、平和、便利營商的社會環境。

推廣香港品牌

- ◆ 以推廣「香港品牌」作為重建香港形象的切入點和拓展對外經貿關係的工作方向之一。
- ◆ 以「香港品牌」來延展、昇華香港的「原產地效應」，助力港商應對當前國際環境突變的風險。
- ◆ 透過G2G、G2C渠道宣傳香港的品牌優勢；在國際層面上加強對「香港品牌」權益的宣示和保護。
- ◆ 在內地和海外舉辦宣傳「香港品牌」的標誌性活動。
- ◆ 鼓勵和協助業界「抱團出海」，在境外設立「香港品牌」的專門分銷、推廣設施。

加強資金支持

- ◆ 審視現行的資金補貼、融資支持方案和相關基金，必要時予以加碼和延期。
- ◆ 「中小企業市場推廣基金」資助更多品牌推廣活動，並引入「循環申請機制」。
- ◆ 設立更具針對性的「品牌發展支援計劃」。
- ◆ 研究為企業發展品牌的支出提供額外稅務扣減或優惠稅率。

促進數碼轉型

- ◆ 將「遙距營商計劃」升格為恒常性的「數碼轉型促進計劃」。
- ◆ 資助提升數碼化的「硬技術」和「軟技能」項目。
- ◆ 設立數碼轉型的「示範項目」。

助力市場拓展

- ◆ 重點發布有關內地、東盟等周邊地區經濟復元進度、市場動態、電子商務發展趨勢的資訊。
- ◆ 將主力拓展香港本地市場的项目納入相關基金的資助範圍之內。
- ◆ 在公共採購政策中訂立「香港品牌優先」的原則。
- ◆ 協助商會等機構舉辦全港性、線上線下並舉的促銷活動或展覽展銷會。

倡導品牌大灣區

- ◆ 推廣「品牌大灣區」願景，促進大灣區內的品牌合作。

轉型線上抗疫 互聯網金服需求急增

香港文匯報訊（記者 馬翠嫻）疫情衝擊下，不少企業亦紛紛朝數碼營商發展，帶動對區塊鏈、雲計算等互聯網金融服務需求急增，而第六屆互聯網金融論壇昨在港舉行，多個涉足不同領域的業界人士都一致認為，疫情為企業帶來新常態，除了消費者習慣轉變，不少企業亦「被迫」全網上營運，因而刺激互聯網金融服務需求，他們大多相信部分企業在疫情過後將加大互聯網金融服務投資，以增強競爭力。

阿里雲智能國際資訊顧問總監卓賢昨表示，由於疫情表現仍反覆，最快或要在6至12個月後，才可以判斷到是次疫情對市場帶來的衝擊及永久影響。不過他留意到，疫情下不少企業全網上營運已演變成一種新常態，以銀行為例，他認為是次疫情加速了傳統銀行進入全網上營運。他亦相信在新常態下，一些企業或會將一些原本用作線下發展預算，撥入線上發

展預算之中，而消費者亦開始接受一些以往可以選擇不接受的選項，如遙距開戶等。

金融機構多針對性投資

德勤亞太地區信息技術與營運主管合夥人顧向聖亦認為，早在疫情爆發前，不少企業已逐步向數碼化發展，並已將一些流程電子化，如自動化聊天室等，他相信這些公司在疫情期間可享受到電子化流程的好處，同時可以趁此時間檢討不足之處，找到一些可改善的地方或缺口，並趁機強化這方面的能力，同時增強企業的競爭力。

而在一間虛銀負責金融科技部門的吳漢銘表示，金融機構必須以審慎為先，一些「不夠審慎」的金融機構在疫情下自然較容易遭殃，而疫情亦帶動了企業對雲端服務需求，由於疫情表現反覆，因此一些企業作數碼化投資時，未必會大力投資以全面升級，反而會針對需求而作重點投資，如雲

端上KYC（了解你的客戶）等。

招聘活動紛紛移師網上

至於在人才招聘方面，數碼港公眾使命總監陳思源表示，疫情下企業數碼轉型步伐加速，以往數碼港每年3月至4月都會協助一些初創公司招聘，今年雖然因為疫情延後至4月至6月，並以全網上進行，不過是次參與人數及招聘數量都破紀錄地多。他又指，企業不應該因為疫情而全部暫停所有項目，因為一旦疫情完結或浪費期間可獲得的商機，他以政府早前推出抗疫基金中的金融科技人才計劃為例，鼓勵企業在這段疫情期間繼續發展。

香港應用科技研究院有限公司首席技術總監許志光表示，最近應科院與不同學校合作，希望可以有更多學生有更多實際經驗可以推動到有關市場，他認為是要不同部分一起合作才可以解決有關問題，而公司的決策人應視新科技為公司未來發展機會，會較容易應用一些新科技。

洪為民倡合力打造數字灣區

香港文匯報訊（記者 周曉菁）數字經濟是當今社會發展的關鍵生產要素之一，全國人大兼華人大數據學會執行主席洪為民昨於論壇中指出，數字經濟商機無限。他建議，構建數字灣區，形成大灣區城市群泛在感知網絡，打造統一的數據平台，實現各種諮詢流的一體化融合，這將成為粵港澳大灣區發展的重要組成部分。

洪為民指出，廣東省的數字經濟規模是全國第一，而粵港澳大灣區在數字經濟中表現則更為優秀，GDP佔比全國領先，數字灣區在移動支付、區塊鏈、大數據、人工智能、數字貨幣應用場景有不少機遇，要促進灣區的商流、資金流、信息流等自由流通和逐漸融合。他舉例，若要構建數字灣區創新體

系，灣區內的四大城市可以各司其職。香港充分發揮數字經濟基礎性、原創性作用；澳門依靠旅遊業能打造數據娛樂之都；廣州利用科技資源密集、人才資源豐富等優勢，為大灣區數字經濟創新發展提供智力和平台支撐；深圳則專注數字創新創意領域，打造數字經濟創新發展試驗區等。

香港將推智慧城市藍圖2.0

談及灣區內的互聯網金融發展，洪為民認為大灣區有技術、有人才、有資金、有豐富的金融場景，未來的大灣區互聯網金融，可從跨境金融數據標準、數據協定、跨境合作平台、跨境金融政策、跨境金融整合等方向發展。此外，創新及科技局副局長鍾偉強致辭



全國人大兼華人大數據學會執行主席洪為民。
香港文匯報記者 攝

時表示，政府今年將公布《香港智慧城市藍圖2.0》，進一步推動智慧城市發展，並在未來一年繼續加強現有工作及推出新的金融科技措施，當中包括研究「智方便」平台和「轉數快」等科技基建在金融服務中的應用，例如透過「智方便」平台作為電子化「認識你的客戶」(e-KYC)的平台。是次第六屆互聯網金融論壇，由互聯網專業協會和前海管理局駐香港聯絡處主辦。

帝御·金灣周六賣76伙 個別加價17%

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）帝國集團夥香港小輪合作的屯門青山灣帝御·金灣首三輪銷情熾熱，發展商昨日趁機將其中52伙已出價單位加價2%至17%，並於本周六發售第四輪76伙，當中52伙先到先得發售，另外24伙特色戶於8月29日至10月5日期間以每日招標及截標方式發售(包括地下連花園單位)。

帝御·金灣昨日提價2%至17%的52伙，實用面積由290至474方呎，加價後的售價由492.6萬至892.3萬元，最高折扣維持6%，折實價463萬至838.8萬元。當中加幅最高達17%的單位為第3座7樓08室，實用面積290方呎，7月22日公布1號價單，其定價為

421.7萬元，呎價14,541元，昨日修定後的1B號價單，其定價已提高至493.4萬元，呎價17,014元，加幅達17%。

駿嶺薈4房近3500萬沽

同系於西營盤的藝里坊·2號部署9月推售。恒基物業代理營業(二)部總經理韓家輝表示，藝里坊·2號共提供264個住宅單位，涵蓋開放式至2房，當中主打1房戶，佔全盤逾70%，開放式單位佔近20%，而2房單位則佔約10%，適合年輕家庭及都市精英居住。項目預計關鍵日期為2021年第四季，預計最快9月推售，而示範單位及售樓處設於國際金融中心一期。

新盤成交方面，建滔集團位於沙田九肚山的駿嶺薈昨再以招標形式售出1個分層單位，該單位為第1座5樓B室，實用面積約1,588方呎，屬4房雙車連工作間閣樓，享向南馬場景，成交價3,493.6萬元，呎價約22,000元，買家選用360天成交計劃，享有先住後付優惠。新買家為本地人士，將作自用。該盤亦提供56座洋房，至今已售出近一半，料短期內會再推出更多洋房招標發售。

信置於西貢的逸瓏園亦沽出第1座8樓B單位頂層連平台及天台特色戶，成交價3,000萬元，實用面積1,567平方呎；單位屬四房雙套連儲物房閣樓，天台面積2,095方呎，平台面積176方呎。



韓家輝(右)表示，藝里坊·2號最快9月推售。

SEA TO SKY連沽2伙

消息稱，長實夥港鐵合作的日出康城SEA TO SKY昨日售出2伙，當中包括以1,156萬元售出第3座中層H室，實用面積

753呎，三房戶，呎價15,231元，據悉買家昨日原本送兒子往紅磡置富都會補習，補習期間前往SEA TO SKY售樓處參觀示範單位，他於周日已到達剛開幕的康城商場，隨即於昨日落實選購1伙三房單位。