

青年

工業家創見



香港青年工業家協會季刊
YOUNG INDUSTRIALISTS' VIEWS

焦點探討

環球經濟

工業家專訪

《2009香港青年工業家獎得獎者》

自由談

《張建宗局長：人才培訓加強配對
促進就業不二門法》

《潘潔副局長：綠色香港與綠色產業》



環球經濟與香港工業發展契機 香港青年工業家專訪(二)

財政司司長曾俊華，在剛發表的財政預算案中，透露對2010年的經濟前景審慎樂觀，正處復蘇初期，發展未必一帆風順。歐美經濟結構的根本性的變化，可能長遠影響香港往後的出口表現。但中國強勁的經濟增長，卻可望彌補海外市場復蘇力度的不足。面對這個環球經濟的轉變，今天，繼續請來四位香港青年工業家獎得獎者，談談他們如何迎接這個復蘇契機，引領香港工業繼續發展。

2009香港青年工業家獎得主：

- 陳嘉賢 德國寶(香港)有限公司副總裁及德國寶集團有限公司董事
- 廖錦興 萬通集團國際有限公司行政總裁
- 謝葆德 中編印務有限公司董事兼行政總裁
- 顏志永 比美高國際有限公司行政總裁



▲ 左起 — 廖錦興，陳嘉賢，謝葆德，顏志永

對應2010年的環球經濟的轉變，四位青年工業家會如何分析自己行業的形勢，發掘更大的商機？

陳嘉賢： 我公司主要做自創品牌的電器和廚櫃，集中在本港銷售，未來五至十年，將會全力發展國內市場。我們計劃投資國內佔地17萬平方米的生產基地，把現有的生產線整合，並以加盟店的分銷形式全力開拓國內市場。我們確實看好國內的發展商機，無論一線二線的國內城市，其生活水平都不斷提高，他們消費力強，亦有較大的居住空間，添置我們這些中高檔的電器及廚櫃。我們重點是鞏固香港市場，開拓國內電器及廚櫃一站式加盟店。

廖錦興： 萬通集團主要的業務是銷售工程塑料和特殊聚合物，同時也涉及特殊聚合物和精密模具的生產，所供應的工程塑料主要集中在中國生產的醫療、汽車零部件、電腦、通訊科技及電子電器等高增值產品。2009年因金融海嘯引致出口大幅下滑，萬通在以出口為主的來料加工客戶方面營業額下跌了近三成，但在中國拉動內需的政策下國內本銷的營業額卻上升了超過一倍。今年國內的銷售預計仍繼續倍升，而歐美經濟亦已止跌，客戶亦反映未來半年的需求會回復。相對於投機因素較重的金融和股票業，經濟波動對工業的影響比較低，實際需求依然存在，唯獨因為本年初需求急升的關係，原材料供不應求令價格急升，對很多廠商的利潤帶來沖擊。

謝葆德： 對於印刷和出版行業來說，2010年應該較去年平穩。包裝印刷去年生意下跌三、四成，而圖書印刷則只下跌一至兩成。今年這兩方面應該回穩，市場始終有這些印刷需求。市場方面，歐美的復蘇步伐會比較慢；反而，我看好非英語系的市場，如南美、非洲和中東，近年的印刷需求有大幅增加的趨勢，是一個新的市場契機。

顏志永： 我預計會有雙位數字的增長幅度。這兩三年合金玩具行業，經歷了一些很大的波幅。07-08年我們面對很多產品回收的問題，令歐美的零售商明白到，價錢不是最重要，品質才是關鍵。加上09年很多實力一般的公司倒閉，市場更加集中在餘下可數的幾間大公司。我們有自己的品牌，95%出口歐美各國，大客戶會傾向用較高的價錢向有實力，符合環保生產守則，及有自己品牌的公司採購，因此我對今年的生意很樂觀。



◀ 謝葆德(右)獲得2009香港青年工業家獎

全球趨勢愈來愈重視環保、創新科技及高增值產品，作為行業的領導者，是否早已部署策劃，與這幾方面接軌？

陳嘉賢：我們現時廚櫃的板材原料採用可循環再用的物料，並自行壓製板材，確保環保質量，例如專利環保板材不但利用再生塑膠等環保物料，製造過程中的剩餘材料也可循環再用。另外，近年推出的保健養生鍋及環保無線電熱水壺等產品，都十分省電環保。雖然我們的市場是香港和內地，但有機會亦會銷售至其他國家。歐美國家對環保原料的要求很高，我們必須有先見之明。而生產線方面，國內現在對廠商的環評要求相當高，例如排污及廢料處理方面都抓得很緊，否則根本不能獲批牌照。先人之先執行環保措施，其實對自身建立品牌也有幫助。

廖錦興：現時環保原材料簡單分為可循環再用的 (Recyclable) 及生物降解的 (Biodegradable) 兩種。可循環再用的物料由於歐美方面的要求很嚴格，所以已廣泛應用。但可被完全分解的生物降解物料，則由於面對成本高昂而性能又難以與現有石化原料的材料相媲美等問題，因而產業化進展相當緩慢，然而塑膠業非常重視無鹵素 (halogen-free) 原料的發展，這方面將一方面提高生產成本，但又成為先行者的莫大契機。在創新和高增值方面，我們主要集中在電腦、通訊及消費電子產品上，透過與客人共同開發，提供原料和技術上的可行方案，加快它們產品的面世機會。而產品設計上，由代工生產 (OEM) 走上品牌製造 (OBM) 的路並不簡單，需要投放大量的資源和工業家本身的決心。

謝葆德：環保材料方面，現時比較大規模和有責任感的廠商都普遍採用環保物料，例如選用來自可持續發的樹林 (Sustainable Forrest) 的紙張，或可循環再造的膠片作印刷。反而要留意，現時大客戶更重視環保的生產過程，這點行內要多做點工夫。我們公司在過去的兩三年，不斷參與生產力促進局及環保署有關的環保項目，不斷改善耗電量、減排減污染的生過程。另外，亦會積極發展按需印刷 (Print-on-Demand) 這個高增值的新趨勢。

顏志永：我們早在十年前已對環保項目下工夫，這是基於我們的企業責任。玩具是小孩子的，我們都希望他們的世界可以更美好。6年前也開始了持續發展的改善計劃。2009年終，美國沃爾瑪 (Walmart) 集團，在四個行業範疇，挑選了四間具代表性的企業進行可持續發展的評估，結果我們的評級最高。回想起來，幸好我們及早作環保的準備，今日的大客戶在相同價錢及品質下，都優先給我們訂單，所做的終得到了回報。

中國是全球最具潛力的市場，全球品牌企業都決心「走進去」，中國政府亦全力拉動「內需」經濟。迎向這個佔全球五分之一人口的龐大市場，面對全球企業競爭，香港工業進軍國內，是商機處處還是危機重重？

顏志永：我們公司產品95%是出口的，很少內銷中國。進軍國內市場最大的困難是處理結帳問題。現時我們與國內佔四成市場佔有率的三維動畫公司，於2009年頭簽訂了合作協議，我們負責它旗下所有動畫角色的玩具模型獨家代銷權。第一個作品—藍貓，年底一推出便大受歡迎，產品不斷翻單並要工廠加班生產。我覺得與國內大公司合作，是進國內市場比較穩健的方法。

謝葆德：我相信印刷出版是最遲進入國內的行業。雖然全球的出版印刷商都希望進軍中國，但由於涉及意識形態的問題，在國內比較敏感，如與報章書刊有關的更為困難，一般圖書出版會相對較容易。基於上述原因，公司短期內並未有關拓內銷市場的計劃和打算。

廖錦興：我自1997年開始發展中國市場，先是東莞、上海，然後天津、青島、長春、廣州和成都，可算對外資在中國發展的困難比較了解。有一個經驗可以分享，一間歐洲最大的原料生產商，希望進軍中國市場但又對當地政策欠信心，苦無對策，在經詳細商討後便跟我們合組公司，並在中國取得非常成功。而以它是歐洲最大和全球第二大的實力，為何願意把中國的市場所得的利潤分一半給我們？原因是他們需要一個熟悉中國市場又可信賴的策略性合作夥伴，而香港公司這方面確實有優勢。



▲ 陳嘉賢與工總邱達宏總裁 (右) 及生產力促進局陳鎮仁主席 (左) 合照



▲ 廖錦興表示獲獎令他更具使命感，以自身成就鼓勵新一代年輕人投身製造業，為香港和國家作出貢獻