

香港糧油雜貨店 營商攻略



香港糧食雜貨總商會 編印

編輯小組：

總編輯 - 陳廣南先生

編輯委員 - 袁廷輝先生 李日全先生

蔡健偉先生 蔡志成先生

出版：

香港糧食雜貨總商會

電話：2385 1685

電郵：info@hkpggcc.org

網址：www.hkpggcc.org

出版日期：

2016年5月

免責聲明：

本會盡一切努力確保，但不保證，並且不作任何保證，對本刊所含訊息的準確性，完整性和及時性。本會不承擔任何由本刊內容的錯誤或遺漏而造成的任何損失。

目錄

前言	3
序	4
會長獻辭	5
糧油雜貨店簡介	8
創辦雜貨店所需注意的事項	11
零售業人力需求管理科技應用支援計劃	32
初創雜貨店融資出路 - 天使投資基金	34
專訪	
- 香港糧油業商會有限公司	38
- 林錦盛雜貨	40
初創雜貨店錦囊	43
工作坊講題分享	
- 如何將現在的雜貨店系統化？	47
- 香港食品規例及指引	55
- 香港預包裝食品標籤要求	66
- 香港預包裝食品營養標籤要求	73
- 如何在網上推廣？	81
參考資料	114

前 言

現時本港有大約一千多間乾貨食品批發和五千多間零售商（糧油雜貨店、士多和辦館），僱用超過十萬從業員。他們大部份是傳統的家庭式公司，許多商號更全是沿用舊式運作，以人手開單和靠倉務員的記憶做庫存記錄等。面對市場急促的變化，行業需要改善運作模式、提升行業形象，吸引新的投資者和從業員，注入新的動力，以保持競爭力。本刊的目的是為業界提供一些最新的資訊，例如『如何將現在的雜貨店系統化？』和『如何在網上推廣？』來減低運作成本和增加客源。此外，亦希望可以吸引新人入行，開設自己的雜貨店。所以本刊內容包括創辦雜貨店所需注意的基本事項、訪問具四十多年雜貨店經驗的香港糧食雜貨總商會副會長，透露其經營之道、介紹天使投資基金和零售業人力需求管理科技應用支援計劃如何協助新店在資金面的籌劃、詳列香港食品規例及指引以防誤觸香港法例等。

本刊希望能令業界提升競爭力外，更能吸引新的投資者加入，令香港的糧油雜貨店業持續發展，為全港消費者提供一個採購糧油雜貨的上佳選擇。

序



香港糧油業商會有限公司會長關思聰先生

集思廣益
共展宏圖

會長獻辭

我們商會自一九四八年創立以來，在千多位會員以及歷任會長、會董的努力下，會務得以不斷改善、拓展，於近幾年來經營環境惡劣之下，亦能屹立不倒，藉本刊發行之機，我代表商會全



仁向關愛與支持本會的社會團體、各界友好致以衷心的感謝。

本會的商號會員及個人會員長期以來都肩負起供應本港市民必需的中國南北土特產、糧油雜貨等貨品，對香港社會起了不可或缺的責任及貢獻，亦對國家的對外貿易發揮了很大的促進作用。

在上世紀五十至八十年代是本會蓬勃發展的輝煌日子，本人於上世紀七十年代繼承祖父輩創立的經營糧食雜貨業務，從事這一行業四十多年，歷盡行業的燦爛、滄桑，飽嘗苦樂滋味。

社會不斷進步，科技發展日新月異，新興行業如雨後春筍，我們糧食雜貨這一古老行業相形見绌，再加上受到大型超級市場的衝擊，行業的經營日漸艱辛、吃力。導致部分會員感到前景暗淡，會員呈萎縮趨勢。

本人以為，毋須悲觀，李嘉誠先生辦公室有一首禪詩：春有百花秋有月，夏有涼風冬有雪；若無閑事掛心頭，便是人間好時節。禪師向世人點明：凡事向好處看、好處想，則心境就會開朗，正如身處任何季節均可找到值得欣賞之美景。相反，若凡事向壞處看、往沒辦法的方向想，則屬自尋煩惱、自討沒趣，甚至自掘墳墓。

我們宜持一種樂觀的心態面對逆境，認識到我們這一行業乃是向社會提供民生所必需的糧油雜貨食品，無論社會如何發展、變遷都離不開其所需。常言道：隨機應變，適者生存。我們不要墨守成規，變則通，因應市場變化調整經營策略，向多元化發展，貼近市場需要，優化我們的經營方式，定有其生存空間。有見及此，本會透過申請「中小企業發展支援基金」撥款資助推廣及支援服務項目，促成了這本「香港糧油雜貨店營商攻略」的誕生。希望本刊能令業界提升其競爭力，同時成為新入行雜貨店的指路明燈。

今年五月份，人大委員長張德江視察香港三天，出席國家主席習近平提出的《一帶一路》論壇，表示：中央政府重視香港的繁榮穩定和在國家戰略大局中的作用，希望香港更加積極主動參與國家發展戰略，以更加寬廣的視野和胸懷，充分把握《一帶

一路》的重大機遇。 結合到我們的會務，要使會員感到商會對他們是有幫助的、能夠解決到他們要求。因此，商會的工作除了承傳過往對會員的服務，諸如每周發行行情周報、推行各類福利活動、國慶聯歡、春節酒會等之外，宜設法向會員提供如何具體切入《一帶一路》的事宜，幫助會員解決經營上遇到的困難，以商會的名義向特區政府或中央人民政府駐香港聯絡辦公室提出我們的訴求等等，做有利於會員經營活動的工作，令會員不會流失，亦利於吸納新血。

《團結互利、集思廣益》，祈望各位會員、會董，大家團結合力、共策籌謀，踴躍向商會提出具建設性的建議，革新會務，使商會更好地服務會員，以利商會世代承傳下去，繼續對香港社會盡責努力與發揮更大的貢獻。

最後，本會感謝香港特別行政區政府工業貿易署撥款資助，令整個計劃能得以圓滿成功完成。

香港糧食雜貨總商會會長
陳焜堂

二零一六年五月

繼承和發揮香港糧食雜貨商會
對社會盡責貢獻

糧油雜貨店簡介

什麼是糧油雜貨店？

糧油雜貨店又叫辦館，販賣糧油食品以至各式各樣家用品的零售商店；在 20 世紀的港澳小社會中較為風行這類經營商店，此經營方式亦流行於華南一帶及台灣。糧油雜貨店一般也稱為雜貨店。



The screenshot shows the Wikipedia page for '雜貨鋪' (General Store) in Chinese. The page title is '雜貨鋪 [編輯]'. The main content area contains a notice about the article's focus on Hong Kong and Macau, a table of contents, and a section titled '雜貨鋪與士多之分別' (Difference between General Store and Supermarket) which lists items like dried goods, beans, rice, and canned goods. There are two photographs: one of a general store in the US in 1909 and one of a general store in Hong Kong.

維基百科 自由的百科全書

雜貨鋪 [編輯]

維基百科，自由的百科全書

本條目以**香港及澳門**為主的論述，未必具有普世通用的觀點。
請協助補充內容以**避免偏頗**，或討論本文的問題。

注意：本頁面含有Unihan擴展印區用字：「齣」。有關字符可能會錯誤顯示，詳見Unicode擴展漢字。

雜貨鋪，中國大陸叫稱雜貨店，福建、台灣亦稱籤仔店（白話字：Kám-á-tiám，俗作柑仔店），販賣糧油食品以至各式各樣家用品的零售商店；在20世紀的港澳小社會中較為風行這類經營商店，此經營方式亦流行於華南一帶及台灣。

目錄 [隱藏]

- 雜貨鋪與士多之分別
 - 巧妙減價
 - 合理擺貨
 - 百貨迎百客
- 分佈與演變
- 大眾文化
- 參見

雜貨鋪與士多之分別 [編輯]

只售乾貨（如五穀類、豆類，米店、米行、雜糧行等）、**開門七件事**所羅列之物、**罐頭**或已包裝好、只備種幾種顏色等。

1909年的美國華盛頓雜貨鋪

香港長康邨的一間雜貨鋪

雜貨店與士多之分別

只售乾貨（如五穀類、豆類，米店、米行、雜糧行等）、開門七件事所羅列之物、罐頭或已包裝好之日用類貨品稱之為雜貨店，過去預先包裝的油和米未盛行前通常亦有買油（顧客自備器皿，「打油／打醬油」）、買米（「糴米」），只售食用油（油店、油行等）；只賣零食、飲品、醃製類零食或小量文具的小商店統稱士多（台灣多稱為「柑仔店」）；當然也有兩種聯營的，稱雜貨士多，不過以稱為雜貨店居多。

雜貨店之特色多為「麻雀雖小、五臟俱全」，凡家居用品大多皆可購得，店內布置或有點凌亂，但全部貨品皆會在店內或門口展示，一目了然；而士多亦一樣，士多之特色為可隨意酌量購置，再以秤或天秤衡量價錢。

雜貨店與士多的最在最大分別為，雜貨店會設在城中旺地，成行成市地開張；士多只屬於個體經營，一個小區只會有一到兩間士多，分布疏落，士多通常面積較雜貨店小得多。

分布與演變

通常在住家附近，經營者多為該社區之居民，由於為服務該區家庭主婦與小孩的「街坊生意」關係，與常光顧之

顧客有說有笑，有較深厚的感情，往往還可以有賒帳等情況；但隨著舊社區的發展，雜貨店漸漸被較大、低價且讓消費者擁有更多選擇的24小時營業便利商店或超級市場所取代，也大大改變居民購物習慣，目前已不易見到雜貨店。

儘管超級市場佔有絕對的優勢，但雜貨店仍然有其利基，因而未被淘汰，那就是販賣不容易在超級市場中找到的傳統食品（例如懷舊糖果等），本地農戶提供的生鮮食品，或者當地生產的特有品牌等連鎖超市不一定上架的貨品。而店面小也使經營成本較低，不易結束營業。

現時行業狀況：

現時本港有大約一千多間乾貨食品批發和五千多間零售商（士多、辦館、雜貨店），僱用超過十萬從業員。他們大部份是傳統的家庭式小公司，許多商號更全是沿用舊式運作，以人手開單和靠倉務員的記憶做庫存紀錄等。

創辦雜貨店所需注意的 基本事項

商業牌照

開業後一個月內，要為你的公司進行商業登記。如想成立有限公司，應先去公司註冊處。經營某些行業可能要申請商業牌照，否則便是無牌經營。

籌組公司

籌組一間公司主要從以下三方面著手：

1. 營運地點

公司的營運地點可以是工廠、寫字樓、店舖，甚至可以在家中。即使是電子商貿，也需要一個實質的運作地點去處理網上的交易和資訊。

2. 公司架構

在香港成立公司可選擇的公司架構包括獨資、合夥及法團公司。不同的架構由不同的公司成員組合而成，所成立的公司亦有不同法律地位，公司成員的責任及開業註冊手續也有分別。

3. 營運管理

公司的經營原則、工作權責分配等，也將會直接影響公司的運作。

營運地點

為公司選址時，先要考慮地方是否適合擬經營的生意，一方面要顧及公司和員工工作的需要，另一方面也要顧及方便客人、市場潛力以及公司或產品形象等問題。公司選址對零售業來說尤其重要。

創業人士為公司選址時需留意以下幾點：

➤ 生意運作對地方大小的要求：

店鋪或辦公地方的面積大小會直接影響租金及其他雜費支出。地方太大會令支出增加，地方太小卻可能妨礙日常工序運作。創業人士宜先評估需要，在成本和需要之間取得平衡。

➤ 客戶的要求：

選擇辦公地點時亦要照顧客戶的需求，特別零售業是需要顧客「上門」光顧的行業，就更不可「離客萬丈」。一方面要顧及區內的目標客戶，另外為顧及公司形象，附近店鋪或設施的檔次亦須與目標客戶相配合。

如果生意具備獨特的賣點，如價廉、質優或提供增值服務，便不妨在同類公司林立的地方開業。雖然生意會面對較大的競爭，但在同區開業有助吸引有相同需要的客人人流。香港有好幾處著名的電腦商場、九龍城一帶的食肆、荷李活道一帶的古董店、以及港島西區的海味市場，都是當中的成功例子。

租務須知

租金：

租金一般按月計算，創業人士要留意租金是淨租金還是已包括部分或全部的雜項支出如管理費、差餉等。創業



人士亦需注意有關租金在租約期間重訂的條款，有部分租約會規定每年租金的升幅比率或重訂租金的依據。在簽約前，租戶宜先計算在整段租約期(不單是目前)的總成本。

租用期：

創業人士應留意租用期限及續租的權利。部分租約會列明在租用期滿後，租戶有權以先前訂立的某數額的租金續約一段時間。創業人士需考慮生意的回本期，如租約太短，生意還未能回本，則等於做賠本生意。另外，創業人士或會忽略有關私人擔保的問題。有部分租約要求租戶(若是有限公司)其中一名董事作私人擔保，即如果在租約期滿前公司欠租或毀約，公司董事需要私人負責賠償業主的損失，創業人士亦需考慮上述風險。

免租期：

不少業主都會提供所謂「免租期」吸引租客，即在一個指定的時間內無需繳租，但大部分業主仍會要求租客在免租期內繳交管理費及其他雜費。免租期的長短通常視乎該物業的租約期長短及供求情況而定。創業人士宜盡量利用免租期完成寫字樓或店舖的裝修工程，務求在需要繳租時已開始營業。此外，亦有業主會把免租期分為兩部分，第一部分在租約第一年生效，餘下的部分則會在租約的第二年或較後時間提供。創業人士在洽談租約時需向業主詳細查詢。

租約內容：

租約除了需要列明租金、租用期以及繳租時限的詳情，還要清楚列出有關稅項、雜費、保險、保養維修、單位用途、分租權如何處理等條款，以免業主和租戶將來引起爭議。

租賃清單

- ◇ 是否有足夠的電力？
- ◇ 有沒有為顧客和員工提供足夠的停車位？
- ◇ 是否有足夠的照明和空調？
- ◇ 如何樹立標誌，什麼類型的？業主准許間隔改動嗎？
- ◇ 如果店裡有玻璃窗戶，誰支付保險？（這可能是昂貴的。）
- ◇ 材料和產品是否方便運送？

- ◇ 是否存在屋頂漏水的現象？（大雨可能會損壞產品。）
- ◇ 是否位於高盜竊風險區域？

登記地址

根據《商業登記條例》的規定，除了小部分可豁免登記的行業外，凡經營任何業務圖利的人士和商號均須在開業第一個月內申辦商業登記，在登記的文件中必須填上一個營業地址。

在一般情況下，商號都會以商業或工業樓宇作為營業地址。若商號設有分行或其他辦事處，亦須向商業登記署登記所有有關的營業地址。

公司架構

公司架構主要可分為三種：獨資、合夥經營及法團公司。

獨資經營 (Sole Proprietorship)

所謂「獨資經營」，就是以個人名義獨自出資經營業務。創業人士可聘用員工協助經營其業務，但公司的利潤、虧損及債項等將由創業人士負責。

成立獨資公司手續十分簡單，只需在開業一個月內向稅務局商業登記署辦理商業登記。商業登記須每年續期，有關商業登記費及徵費詳情，請參閱稅務局網頁

<http://www.ird.gov.hk/chi/tax/bre.htm>

請沿虛線剪下並將有效的商業/分行登記證顯示在營業地點。
Please cut along the dotted line and display the valid business/branch registration certificate at business address.

表格式樣 2 FORM 2
(商業登記條例) (第310章) [第5條]
BUSINESS REGISTRATION ORDINANCE (Chapter 310) [regulation 5]
(商業登記規例)
BUSINESS REGISTRATION REGULATIONS
商業/分行登記證 Business/ Branch Registration Certificate

原稿 / ORIGINAL
XXXXXXX
XXXXXXXXXX

商號 / 註冊所用名稱 Name of Business/ Corporation: X X X 貨運運輸公司 KXX DXX TRANSPORTATION COMPANY

商號 / 分行名稱 Business/ Branch Name:

地址 Address: X/F XXXX GLOUCESTER ROAD WANCHAI HK

業務性質 Nature of Business: TRANSPORTATION

法律地位 Status: INDIVIDUAL

生效日期 Date of Commencement: 01/04/2011

屆滿日期 Date of Expiry: 31/03/2012

登記證號碼 Certificate No: SX XXXXXX

登記費及雜費 Fee and Levy: \$450
(登記費 FEE = \$0)
(雜費 LEVY = \$450)

商號登記號碼 BUSINESS REGISTRATION NO.

有效期 VALID PERIOD

請注意下列《商業登記條例》的規定: Please note the following requirements of the Business Registration Ordinance:

- 第 6(6)條規定任何業務獲發商業登記證或分行登記證，並不表示該業務或經營該業務的人或受僱於該業務的僱員已遵從有關的任何法律規定。
- 第 12 條規定各業務須將其有效的商業登記證或有效的分行登記證於每一營業地點展示。

Section 6(6) provides that the issue of a business registration certificate or a branch registration certificate shall not be deemed to imply that the requirements of any law in relation to such business or to the persons carrying on the same or employed therein have been complied with.

Section 12 provides that valid business registration certificate or valid branch registration certificate shall be displayed at every address where business is carried on.

繳印所示登記費及雜費收訖 RECEIVED FEE AND LEVY HERE STATED IN PRINTED FIGURES.

20201 02/04/2011 12345678 888888 CHQ \$450.00 S

繳款日期 PAYMENT DATE

收據編號 RECEIPT NO.

已繳金額 AMOUNT PAID

圖片來源：
http://www.ird.gov.hk/chi/pdf/new_main_brc.pdf

其實，無論是獨資、合夥或法團公司，均須向商業登記署註冊，亦必須將有效的商業登記證在營業位址的當眼處展示。

由於獨資公司的開業手續簡便，加上獨資經營只需向自己負責，不受任何投資者掣肘，可說是最具彈性的公司架構。如果業務單憑資金或個人專才就能運作，或創業人士不想把產品的秘密公開讓其他投資者或員工知道，便可考慮採用獨資形式經營。

一般獨資經營者須獨力承擔公司的全部風險及債務責任。假若負債超過生意的資本，經營者仍須以個人財產償還，所負上的債務責任是無限制的。

一般獨資公司需要面對的最大難題，就是需要籌集所有營運資金。所謂「一人計短，二人計長」，很多業務上的問題未必可以單靠個人力量解決，獨資經營者可考慮聘請員工、徵詢顧問意見，或尋找生意夥伴幫忙。

合夥經營 (Partnership)

根據香港法例第 38 章《合夥條例》，合夥是指為牟利而共同經營業務的人之間所存在的關係。合夥商號是指由兩個或以上的合夥人所組成的業務。

如果公司有超過 20 位合股拍檔，便需要成立法團公司，因為香港法例第 32 章《公司條例》第 345 條指出，除了一些指定的專業行業(例如會計師及律師)，合夥公司不能同時由超過 20 位合夥人組成。

合夥商號的特點是每一位合夥人都是合夥商號及其他合夥人的代理人。任何一位合夥人在經營合夥業務時所作出的行為，都對合夥商號及所有其他合夥人具有約束力。需以合共和各別 (Joint and Several) 的形式來負責合夥商號的所有債務。

創業人士可組成：

有限責任合夥人公司(Limited Liabilities Partnership) - 根據香港法例第 37 章《有限責任合夥條例》，任何有限責任合夥不得由多於 20 人組成，並且必須有 1 名或多於 1 名稱為普通合夥人的人，他們須對商號的一切債項及義務負上法律責任，以及有 1 名或多於 1 名稱為有限責任合夥人的人，在加入該合夥時，須分擔某一個款額的資產，而他們對有關商號的債項或義務所負的法律責任，不得超過所如此分擔的款額。條例亦規定有限責任合夥人不得參與管理公司業務，也沒有約束公司的權力。

普通的無限合夥人公司 - 每一有限責任合夥均必須按照上述條例註冊，如沒有註冊，則須當作為普通合夥，而每一名有限責任合夥人則須當作為普通合夥人。

此外，有限責任合夥人公司亦須要在公司註冊處註冊。由於有限責任合夥人公司比普通合夥人公司限制較多，創業人士一般傾向採用普通合夥人公司或有限公司形式經營。

成立合夥商號的手續也頗為簡單，但由於合夥商號涉及合夥人之間的合作和權益，所以合夥人之間應先訂立合約。合約可由合夥人自行制訂，亦可在合夥人自行協商後交由律師準備。雖然口頭協議也是合約的一種，但為避免將來在合夥人權責上有所爭拗，創業人士宜制訂書面合約。

由於合夥人之間及對合夥商號業務的責任重大，合約最好在合夥關係成立及公司運作之前制訂。合夥合約內容應該包括：

- ◇ 合夥商號的成立日期及名稱
- ◇ 各合夥人的姓名及資料、投資比例和投資金額
- ◇ 各合夥人的角色、工作、權利及責任
- ◇ 利潤和虧蝕的分配方法及比例、合夥商號的資產處理方法
- ◇ 合夥人之間出現爭議時的處理方法
- ◇ 現有合夥人退出及新合夥人加盟的機制
- ◇ 解散合夥商號的條款及方法

合夥是一種結合資本和人才的經營模式，在資源上當然較獨資經營優勝。合夥經營亦有它的缺點，由於合夥商號涉及多位合夥人，合夥人之間若缺乏溝通，意見分歧，甚至互不信任，將大大影響整間公司的運作，甚至可能導致合夥人「拆夥」。合夥經營的風險主要源自於合夥人之間和合夥商號的信託關係，以及合夥人的無限責任的特性。一位合夥人錯誤的商業決定所導致的法律責任須由所有合夥

人共同承擔，而該等責任是沒有上限的，創業人士在參與合夥經營前宜詳加考慮。

法團 (Incorporation)

香港公司法主要收錄於香港法例第 32 章《公司條例》。任何 2 名或多於 2 名為合法目的而組織起來的人士，可在一份組織章程大綱(須以中文或英文印製)內簽署其名字，並遵從《公司條例》中關於註冊的其他規定，成立一間具法團地位的有限法律責任公司或無限法律責任公司。

從法律角度來說，法團公司享有獨立的法人地位，即投資者及其經營的業務是獨立的兩個法律個體。獨資經營者或合夥商號的合夥人可以因為其公司業務控告他人或被他人檢控，法團公司則可以用一間公司的身分立約、控告他人或被他人檢控。

股東是組成公司的成員。以公司成員(股東)的責任劃分，法團公司主要分為以下三類：

1. 股份有限公司 (Company limited by shares) - 股份有限公司成員的責任只限於各成員所分別持有的股份(包括尚未清付的部分)。股份有限公司將其註冊資本分成面額相等的股份，認購或持有公司股份者，無論是個人身份或是其他法團公司，都成為公司的成員，因為成員是

公司股份的持有人，所以又稱為股東(Shareholder)。香港大部分的法團公司都以股份有限公司形式註冊。

2. 擔保有限公司 (Company limited by guarantee) - 擔保有限公司並沒有註冊資本。成員的責任只限於各成員藉章程大綱承諾在公司一旦清盤時，所分別分擔提供的公司資產的款額。

3. 無限公司 (Unlimited company) - 無限公司成員的責任和合夥商號相似，其成員的法律責任是無限的。跟合夥商號不同的是，無限公司享有獨立法人地位。由於無限公司與合夥商號相似，大部分人會傾向以合夥商號形式成立公司，以免除法團公司的註冊手續和規定。

法團公司的架構基本可分為兩部分：(i) 股東是組成公司的成員，也是公司的投資者，公司的利益亦是全體股東的利益。雖然股東是公司股份的持有人，卻不等於是公司業務的負責人，因為法團公司的業務管理和股權控制是分開的。(ii) 管理層，即公司董事，他們負責管理和營運，以及保障股東權益。除非董事同時是公司的股東，否則董事不一定擁有公司的股份。

相對於獨資公司和合夥商號，成立法團公司的手續較為複雜。以股份有限公司為例，有關公司註冊程式如下：

- ◇ 選擇擬註冊的公司名稱。由於公司註冊處不接受同名的申請，創業人士宜先到公司註冊處的公眾電腦終端機查閱擬登記的公司名稱是否已被登記使用。

- ◇ 準備公司的章程大綱及章程細則(Memorandum and Articles of Association)。章程大綱主要內容包括公司的名稱、公司宗旨、註冊辦事處地址、公司成員的責任和公司註冊資本等。公司的董事或秘書亦須作出法定聲明，申明已遵守各註冊事項，同時需以書面告知公司註冊處有關公司的名稱，以及遞交檔者的資料等。公司註冊處會徵收註冊費及資本額登記費(以每 HK\$1,000 註冊股本計算)。有關公司組織章程大綱及章程細則可參閱香港法例第 32 章《公司條例》所載列的規例，詳情請瀏覽香港法例資料庫網頁
<http://www.justice.gov.hk/chi/index.htm>。

- ◇ 公司會於成功申請公司註冊後 6 個工作天內獲發註冊公司證書(Certificate of Incorporation, 簡稱 C.I.)。公司須在委任董事秘書後 14 日內填寫及提交一系列表格，有關表格可於公司註冊處網頁 www.info.gov.hk/cr 下載。

- ◇ 公司須在註冊後一個月內申請商業登記。

創業人士亦可委託會計師、律師或商業秘書公司代辦成立有限公的手續。

開設法團公司有很多優點。首先，它具有獨立法人身份，可以公司名義擁有財產、經營和立約。此外，管理權和股權分家，即使公司的董事和股東有變動亦不會影響公司的延續性，股東亦可隨時轉讓股份予別人而不影響公司的運作。更重要的是，若以有限公司形式註冊，股東的責任僅限於他們的投資額，屬「有限責任」，如公司因債務問題而清盤，股東亦毋須以個人財產作償還，令創業人士的經營風險減至可預知的程度。

然而，成立法團公司的手續與及每年的申報和核數手續繁複，除了成立費用外，公司每年亦需負擔核數及公司秘書費用等開支。私人公司必須向公司註冊處提交周年申報表，申報公司的資本結構、股東及管理層等資料，供外界人士查閱。公眾公司所須披露的資料就更多。此外，法團公司的股本沒有最低的限制，只需兩名股東各購入每人一股面值 HK\$1 的股份便可成立一間股份有限公司，即所謂「兩元公司」。很多銀行或財務機構在貸款給這些股本不多的有限公司時，會要求公司的股東或董事作私人擔保，不少商廈或店舖的業主亦會對這些公司租戶作出類似要求。

獨資公司、合夥商號與法團公司的比較

	獨資公司	合夥商號	法團公司
開業手續	開業一個月內辦理商業登記。	合夥人之間訂立合約，並在開業一個月內辦理商業登記。	擬定股東及董事架構後，根據公司註冊處規定辦理註冊，成功註冊後再辦理商業登記。上述手續亦可考慮委託會計師或律師代辦。
費用及往後的支出	商業登記註冊費及徵費詳情，請瀏覽稅務局網頁 (http://www.ird.gov.hk/chi/tax/bre.htm)	與獨資公司一樣	需繳交公司註冊費用、資本額登記費 (以每HK\$1,000 註冊股本計算)，以及商業登記費 (*有關公司註冊的手續及費用等詳情，請瀏覽網頁 http://www.info.gov.hk/cr)。如果由會計師

			<p>或律師代辦需另外收費。</p> <p>往後每年要繳交週年申報費用及會計師核數費，費用視乎帳目複雜程度而定。</p>
債務/法律責任	經營者需對商號負有無限的債務和法律責任。	合夥人需共同承擔所有經營上的債務責任，債務和法律責任並且沒有上限（有限責任合夥公司除外）。	有限公司的責任僅限於在公司所持有的資產。股東的責任則只限於投資股份的金額，並不涉及個人財產。無限公司則除外。
經營者人數	一位經營者	2 人或以上，不超過 20 位合夥人。 （某些指定的專業行業如會計師、律師除外）。	2 人或以上。50 位以上股東的公司須登記為公眾公司。
管理權和公司	經營者同時擁有公司管理權及所	合夥商號的管理權及業權等詳情	公司的董事擁有公司的管理

擁有權	有業權。	會於合夥人合約中訂明。如沒有訂明者，則所有合夥人可享有同等的管理權及業權。	權。公司股東則按股份比例享有公司的業權，但沒有管理權。
稅務	經營者需按利潤納個人利得稅。東主亦可選擇以個人入息稅形式課稅，以獲得免稅額的優惠。	合夥商號可選擇以利得稅形式評稅，亦可由個別合夥人以個人入息稅形式就有權分享的利潤課稅，以獲得免稅額的優惠。	法團公司以公司利得稅形式課稅。課稅以後的利潤可當作股息向股東派發，股東毋須再次為股息課稅。
公司延續性	隨經營者轉讓、破產、結業而結束。	根據《合夥條例》，如任何合夥人死亡、破產或精神不健全，或在其他法例註明的情況下，除非合夥人之間另有協議，否則該合夥商號即告解散。	法團公司是獨立法人身份，不會因個別股東轉讓股份、破產或死亡而結束。

經由核數師審核帳目	毋須	毋須	根據《公司條例》第 131 條，公司每年須委任核數師審核帳目。
資本及資產	所有資本由獨資經營者籌集。所有資產亦由其個人擁有。	資本由各合夥人籌集。資產由合夥人全體或部分擁有（視乎所訂定的合夥合約內容）。	資本由公司成員籌集。資產以公司名稱持有。

註：由公司註冊至完成銀行開戶辦理，約需 4 星期。合夥商號的註冊及銀行開戶辦理，由於省卻公司註冊處的查冊及註冊手續，約可在 3 星期內完成。

專業人士協助

一般會計師及律師事務所都會替客戶辦理有限公司的註冊成立手續，由公司組織章程大綱及章程細則、註冊文件、以至公司圖章、鋼印等，他們都可代為準備妥當。創業人士亦可向他們購入已註冊但尚未營業的現成公司，再進行改名及轉換股東及董事等手續。除了會計師及律師事務所外，很多商業秘書公司亦有提供類似服務。值得注意的是這些現成公司的組織章程經已註冊，成為營業方針和組織運作的指標和藍圖，所以創業人士在購入這類公司前，應

先瞭解有關的章程內容，如發現有不適用者，必須修改或刪除，以符合創業人士的要求和公司發展方向。

另外，在註冊合夥商號前，由於合夥人之間需要制定合約，部分合夥商號也會聘用律師協助編寫該合約，以免內容有遺漏及法律保障不足，費用則視乎合約的複雜程度而定。

公司行政

凡根據《公司條例》在香港成立為法團的公司，每年均須將其帳目交由執業會計師審核，並需向公司註冊處提交周年申報表（Annual Return）。此外，假若公司董事、股東、股份、註冊地址、名稱等出現變動，亦須以填報表格方式通知公司註冊處。

很多有限公司除了將帳目交予會計師核對外，亦會把報稅、籌備公司年報及其他商業秘書工作交由會計師、律師或秘書服務公司一併處理。相對有限公司，獨資公司和合夥商號每年只需向商業登記署辦理續期手續及向稅務局報稅便可。

管理模式

有關管理的理論和著作很多，但是沒有一套管理方式能適用於所有公司。最重要的是公司的管理模式與公司的生意營運和架構能夠配合和充分發揮作用。事實上，不少創業人士甚至以自創的管理風格也能成功建立自己的公司。

創業人士較常採納的管理方式，就是對公司的運作都盡量親力親為，尤其是創業初期。到了業務逐步擴展起來時，創業人士便需要發展另一套更有效的管理模式，以配合公司發展。

權力及責任

創業人士必須為公司的管理層及各職級員工清晰界定各人的職責和權力，這樣可避免因權責不清而產生誤會，或出現濫權及推卸責任等不公平的現象。

勞工法例

做個好僱主，必須根據香港的勞工法例及指引，為員工訂明休息日、年假、遣散費等規章，否則便很容易發生勞資糾紛，建立良好的勞資關係。

僱員的基本福利（以長期僱員為主）包括：

- 假期：例如法定有薪休息日、病假、產假和有薪年假等。
- 工資：例如僱主有責任在工資期滿七天內支付工資。
- 津貼：例如疾病津貼。

僱主終止僱傭合約須給予僱員遣散費和長期服務金。

有關投購保險和職業安全的責任，僱主必須選擇合法的保險公司為僱員投保，並且不能在僱員的薪資上扣除。保險金額視乎不同行業、工作性質及僱員本人收入而定，確保僱員可以在因工傷亡或患上職業病時獲得補償。此外，僱主也有責任提供安全及健康的工作環境。

僱傭與外判關係的差別：

公司以合約形式把工作外判，雙方並非僱傭關係，所以公司無須負擔外判公司員工的僱傭保障及福利，包括僱員的受僱權益、保險和強積金等。

有關勞工事宜，創業人士可參考勞工處印製的《勞工法例實務指引：僱主的責任》，瀏覽其網頁 (<http://www.labour.gov.hk/public/pdf/wcp/dutyc.PDF>) 或直接向勞工處查詢(電話：2717 1771)。

強積金

《強積金條例》又規定，月入 7,100 元以上的在職人士的強積金供款為收入之 5%，而僱主及僱員的強制性供款額上限，各為每月港幣 1,500 元，或每年 15,000 元；有關供款可用作扣除利得稅（上限不超過僱員總薪酬的 15%）。若月入低於 7,100 元，僱主須按僱員入息 5%向註冊強積金計劃作強制性供款，而僱員則毋需承擔任何供款。

創業人士（即僱主）即使自己月薪不足 7,100 元，仍要向註冊的強積金代理商辦理登記手續，並且每年向其申報入息。

詳情可瀏覽強積金管理局網頁 (<http://www.mpfahk.org> , <http://www.mpfa.org.hk/tchm/orso/overview/index.jsp>) , 或致電 2918 0102 查詢。

保護私隱

保護私隱是很重要的，求職者及員工的資料不可外洩，或者轉作其他用途。

稅務責任

從你聘用首名員工開始，就要履行僱主的稅務責任，除了向稅務局申報支付給僱員的薪酬，還要為僱員備存薪酬紀錄及保留該等紀錄最少 7 年。

在僱傭方面，僱主須每年向稅務局申報僱員的實際薪酬，並填寫「僱主填報的薪酬及長俸報稅表」，但毋須為外判公司的員工報稅。

資料來源：香港特別行政區政府工業貿易署

https://www.success.tid.gov.hk/tc_chi/sgbook/chapter_07.html

零售業人力需求管理科技

應用支援計劃

目標

協助合資格的零售企業應用相關的資訊和通訊科技及其他科技，以管理人力需求，有助提升員工的生產力及改善其工作環境。計劃亦能對在營運上與受惠企業相類似的其他零售企業，作出科技應用的示範，從而鼓勵行業投資及廣泛地應用不同的科技。

支援金額

支援金額按對等原則提供，即政府最多支援個別項目總核准開支的 50%，而企業須以現金形式承擔不少於該項目總核准開支的 50%。在基金的申請期內，每間企業最多可獲支援兩個核准項目，而最高累積支援金額為港幣五萬元。

申請資格

所有按照《商業登記條例》(第 310 章)在香港登記，並在香港有實質零售業務運作的非上市企業，不論其店舖數量，均符合資格提出申請。

項目時間

每個獲批項目須於不多於六個月內完成。

支援範圍

核准項目必須與管理零售人力需求有關。其他項目，例如純粹為企業的業務作宣傳的項目，並不符合申請資格。合資格的科技必須能夠協助申請企業管理人力需求。有關科技的常見例子包括：

- ◇ 電腦銷售點管理 (POS) 系統
- ◇ 庫存管理系統
- ◇ 電子付款系統
- ◇ 射頻識別系統(RFID)

與項目直接有關的支出均可獲支援。不會支援的項目包括企業日常營運的費用（如已聘僱員的薪金、辦公室租金及一般行政及辦公室開支等）。

<http://www.retaas.hkpc.org/tc/index.aspx>



初創雜貨店融資出路

- 天使投資基金

初創雜貨店在起步期要尋找投資者，一般都較傳統企業困難，天使投資（Angel Investment）正好為這類企業提供一條融資新出路。

本港的天使投資出現於上世紀九十年代。在此之前，初創企業尋找資金，主要是從相關的投資者或團體入手，融資途徑比較狹窄，成功獲得資金的情況少之又少。

天使投資機構作為初創企業的早期投資者，投資風險亦相對較高，但得的利潤亦同樣高。而一般天使投資機構都只會在資金上作出協助，不會插手企業的日常運作

隨著矽谷科技浪潮興起，天使投資的概念亦漸漸在香港普及，現在更已經成為新成立企業，尤其是創新科技行業的主要融資方式之一。

近年，隨著本港的天使投資逐步發展，負責促進創業者及投資者關係的天使投資網絡亦相繼成立。當中比較知名的有香港英國商會天使資金計劃、香港天使投資網絡、Angels Den 及中國天使投資聯盟等，各個網絡均有不同的特色。

本刊為此訪問了「天使投資基金會」，探討天使投資服務可如何協助創業人士融資開辦糧油雜貨店。

1. 糧油雜貨店遇上天使投資

問：天使投資者怎樣看待糧油雜貨店這門生意，新經營者如希望獲得天使投資，應做什麼準備？

答：傳統的糧油雜貨店屬線下零售行業，客戶群通常局限於實體店附近的街坊客戶，市場空間有限，而實體店租金成本不斷上升，亦增加經營風險，限制了利潤空間。為吸引投資者，需解決有關問題，定出有效發展策略，擴大服務客戶群，創造自己的競爭優勢，可考慮由線下轉型到線上，線上線下 O2O 同步型式進行，市場由地區性轉移型跨境跨國，增強產品競爭優勢。

當然，在接觸投資者前需要充足準備，定出發展方案及資金需求，預期投資回報評估等，有需要可尋求專業顧問提供協助。

2. 創新天使投資合作模式

問：天使投資基金，是否如其他早期投資者一樣，需要詳細的發展計劃，才會考慮是否投資？

答：天使投資基金跟傳統以股權投資方式的投資者不同，我們與初創企業有多種創新合作模式，分別有企業發展支援計劃、收益約定分成計劃、全資控股培育計劃、戰略發展支援計劃，因此不一定需要有全面的商業計劃，我們亦會協助初創企業共同商討合作方案。

問：能否介紹天使投資基金有那一種可以與初創企業或糧油雜貨商的合作方式。

答：天使投資基金可透過多種創新合作模式和傳統參股或併購模式，參與不同發展階段的香港企業或透過香港拓展國際市場的國內企業合作。

基金主要透過多種方式，與初創企業及中小企合作，當中包括：資助計劃，支援由萌生初創概念，到成立公司開展市場推廣，開發互聯網及流動應用系統，到引入境外人才等開支，初創企業以早期認股權，換取 10 萬至 100 萬港元不等資助。

收益約定分成合作計劃 以非股權型式投資企業部分開支，透過該項開支所產生的收益，作利潤分成安排。

另外，針對部分初創項目未有全盤業務計劃及融資顧問協助，但具備相當發展潛力，並已成功掌握關鍵資源或技術

的初創項目，進行投資參股，引入全盤業務發展顧問及融資顧問作全程協助。

最後，全資控股孵化計劃，針對部分初創項目擁有行業的領軍人才，特定領域的專利技術，我們將先全資控股，全數支付所有必要的營運及發展開支，後續創業團隊按執行目標成果分派股份，最終獲控制性股份。

問：除了資助外，會否有一些創業貸款支持？

答：為協助初創企業及中小企解決創業時資金短缺的困難，天使投資基金亦會撥款透過香港持牌財務機構，協助企業進行股權抵押融資，完全免息及免審查，貸款額可高達 60 萬，最長還款期 24 個月。



天使投資基金會
謝慶豪先生

專訪 - 香港糧油業商會有限公司

香港糧油業商會成立於 1968 年。現自置會址於上環南北行大廈，現約有 40 多名會員，大部分是經營生產食用油的原料如花生、大豆和芝麻等沒有加工的原材料。

相比於 70 至 80 年代的高峰期有超過一百名會員，香港糧油業商會會長關思聰說出會員數目不斷下降的原因是 70 年代時差不多香港所有的糧油全是由大陸進口；而當時大陸仍未開放，因此所有進口貨品均是經由國內指定單位安排給本港的進口商或代理商小組經營。行家之間的互相競爭不大，當然大家亦可賺到合理的利潤。

但自 80 年代國家經貿開放後，一直沿用的制度已不再適用。國內的批發商或農戶等個體戶可以不經指定單位直接供貨給香港任何一間公司。以往香港雜貨店進貨要先經過二盤商和入口商的程序已不再存在，同時亦產生許多進口商直接從國



香港糧油業商會會長關思聰（右）
香港糧食雜貨總商會會長陳煜堂（左）

內的批發商進口轉售給雜貨店。因此，許多會員的專利性生意大受打擊，利潤大降。許多進口商亦已開始在店舖兼做二盤和零售的生意來幫補收入。同時間，由於生意減少，許多進口商亦不像以往一樣大量存貨，因而導致時有個別貨品會在市場缺貨一段時期的現象。關會長表示由於這行業的工作較粗重，年輕一族並不願意投身其中，所以對行業的前景並不樂觀。

商會希望香港政府加強監管非經正式渠道進口糧油食品的經營。這不但可保障此行業的運作，更重要是可防止市民因食用不當食品而產生不適甚至中毒的機會。

專訪 - 林錦盛雜貨

林錦盛雜貨是由林桂盛於 1973 年創辦的。林先生說由於其父親是做種籽和瓷器零售的生意，當時他已深信雜貨店貨品正是每個家庭的必需品。而在 70 年代的香港仍未出現大型的超級市場和便利店，所以便與太太合作在西貢市場街租



了一個一千呎的店舖開始了他的林錦盛雜貨舖。經過 20 多年的努力，至 1995 年便以 350 萬元購入現於西貢德隆前街的 700 呎舖。現在的生意已非常穩定，可僱用 3 位員工幫手和租用一個 700 呎的貨倉。每年的營業額達 650 至 700 萬元。

林先生指出近年許多雜貨店結束營業的主要原因是因為原有負責人年紀老邁而下一代又不願接手，並非是因受到超級市場的競爭。因為雜貨店的貨品售價比超市的售價較為便宜，所以客路不同。雜貨店的主要客人是 50 歲以上及對價錢較為敏感的街坊。事實上，由於超市近年不斷加價，所以雜貨

店的售價亦可隨著提升，只須保持約有一定的距離便可留住熟客。因此現在貨品的利潤也較往日好。反而真正的競爭是來自同業。

林先生表示雖然整個西貢墟的人口只有一般屋邨的 10%，但西貢墟現只有 3 間雜貨店，加上他的店舖在西貢已有 40 多年的商譽，八成以上的生意都是來自 50 至 80 歲的街坊熟客。當然，他的店舖也有他的經營特點。在夏天時會主打冷凍飲品，在冬天時則主打如冬菇和乾瑤柱等海味。此外，他亦有利用網絡的社交媒體來吸引一些年輕的消費者。例如每月平均也有十多位新客是看到 Facebook 上『HK 香港[真]西貢日報 - 西貢街坊交流區』的介紹而來的。

在資訊科技應用方面，林先生亦不甘後人。店舖早於幾年前已嘗試將銷售過程電腦化，現正編寫一套更加方便易用的系統。希望除了可幫到自己外，亦可讓其他行家一同享用資訊科技的好處。



林先生對此行業的前景充滿信心。所以在數年前已成功將業務傳承了給兒子林崇光先生來繼續發揚光大。



林錦盛雜貨東主林桂盛先生(右)
及林崇光先生(左)

店內貨品放置得井井有條，如洋酒區，飲料區和罐頭區等。



初創雜貨店錦囊

香港糧食雜貨總商會副會長林桂盛先生對初創雜貨店提出了以下的建議，希望能幫助更多創業人士成功地加入這行業。

➤ 地點的選擇

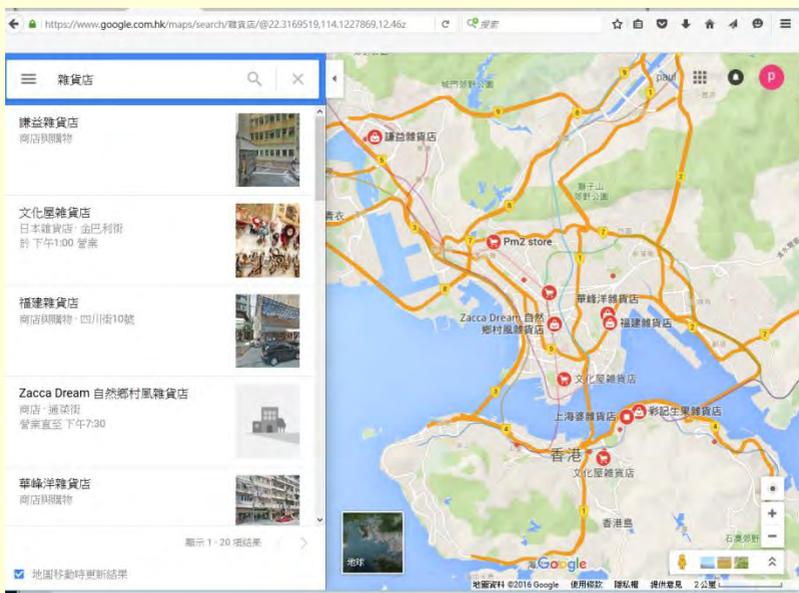
- 地點的選擇至為重要。選址附近有否超市和便利店並不太重要，因為彼此客路不同。反而要注意在同一區內不要有太多雜貨店，除非你自己擁有特別的貨品。
- 現時每個屋邨平均已有兩間雜貨店。較大型的屋邨也可容納到 4 間雜貨店的。
- 近年在食環署街市內的店舖租金已上升了不少。例如一個位於將軍澳街市的 30 呎乘 4 呎店舖的月租已由最初的萬多元增加至數萬元。
- 在街市內的雜貨店由於地方小(許多只有 20 多平方呎)，所以只可負擔得起一個人的工資，並多數會專售一兩款貨品，全店只存約 2 千元貨品。但一間在街市內的小型雜貨店每日平均售出 10 箱 (300 打)雞蛋也不足為奇。以每只\$1.20 計算 (超市一般售每只\$2.50)，每日售蛋收入達 4 千元，毛利 20%就有\$800。由此可以見到每座街市內也有多間雜貨店。

➤ 貨品的安排

- 一間 100 呎以下的店舖只需要保持約數萬元的貨，約 500 呎的店舖就需要約十餘萬元(達 2 千多種貨品)。雖然地方有限，但貨品種類是越多越好。所以必須安排妥善，每種貨品不用存貨太多，寧願安排更頻密的進貨次數。
- 初入行者可聯絡香港糧食雜貨總商會（電話：23851685），查找各樣貨品供應商的資料。注意現時所有供應商都不會為客戶提供數期服務，全部貨到收錢。只有信譽良好的熟客才会有 1 個月的數期。現時貨品的毛利平均也有 20%。
- 提供散裝的貨品(如數元 1 包的豆豉)，給客人方便時利潤又高。但要注意許多散裝貨品的貯存週期很短，容易變壞，所以必須勤於包裝。

➤ 充分利用社交媒體

要充分利用社交媒體 (Facebook, Blog)去吸引較年輕的消費者。事實證明自去年起每個月有不少光顧林先生雜貨店的客戶是從網上的討論區招來的。同時也要在 <https://business.google.com/> 上免費登記成為商家，輸入地址，令你的客戶只需在 [google.com](https://www.google.com) 輸入雜貨店就可以在 [google map](https://www.google.com/maps) 上找到你的位置。



➤ 價格的運用

雜貨店內貨品的售價較為公道以及平穩，不如超市般價格浮動，競爭對手主要是附近其它雜貨店。所以在開店前必須了解附近其它雜貨店的售價，跟自己的進貨價比較是否有合理的利潤。建議在開店的初期推出減價優惠來吸引新客戶。因為一般街坊客對價錢是較敏感的。一般來說，應該在 6 個月內就可累積到一批固定的熟客，屆時便可回復至正常的價格。

➤ 僱員的要求

一間 100 呎以下的店舖需要兩位全職人士，約 500 呎的店舖就需要 3 至 4 位。僱用的員工除必須誠實可靠和不怕

辛苦外，還必須體格強健。因為差不多每天也會有不同的供應商的貨送來，所以大量貨品搬運和上架工作是無可避免的。員工上班時間一般是每星期6天，朝9晚6(9小時)，不用設佣金制，但需設年尾花紅獎金。每人月薪金約由\$12,000至\$17,000。

總結：

林先生認為任何人士，不論年紀和學歷，只要有氣有力，願意勤力工作及努力營運，都必能成功。林先生在40年前創辦自己的雜貨店，由租用一個數百呎的舖面和跟太太兩個人做，至現在自置700呎物業和僱用3名員工，每年營業額650至700萬元。其兒子亦對此業前景充滿信心，在數年前已開始全身投入，擴展業務。

工作坊講題分享

-如何將現在的雜貨店系統化？

(講者：Ryan Yuen - 陳賢記有限公司-業務發展及資訊科技部顧問)

什麼是 POS 系統？

POS 系統即銷售時點資訊系統，是指通過自動讀取設備（如收銀機）在銷售商品時直接讀取商品銷售資訊（如商品名稱、單價、銷售數量、銷售時間、銷售店鋪、顧客等），並通過通訊網路和電腦系統傳送至有關部門進行加工分析以提高經營效率的系統。

POS 系統架構硬體設備

前台

前台包括條碼閱讀設備及收銀設備，是用來統籌一切商品交易處理及交易資訊的收集。

其中條碼閱讀設備有掌上型掃描機、多向式掃描機、NFC 卡閱讀機

後台

後台包括電腦系統、條碼列印系統、盤點系統及資訊傳輸設備等，是負責商品資訊的紀錄及儲存，紀錄並分析前台收集的資訊，提供採購及盤點的資訊、列印條碼等



POS 系統的軟體系統

- 前台資訊系統
 - 收銀管理
 - 安全管制管理
- 後台資訊系統
 - 庫存管理—進銷存退分析、庫存分析
 - 採購分析—缺貨分析、採購建議
 - 銷售分析—交易型態分析、暢滯銷分析、價格帶分析、時段分析
- 顧客管理—客層分析



POS 導入前後之效益比較

	導入 POS 系統之前	導入 POS 系統之後
庫存管理	無法憑銷售記錄掌握庫存情況 憑採購員直覺進貨 或由廠商依據架上數量自行抄貨、損失管理難以數字化 忽略存貨的屯積、商品缺貨情形難以察覺	進銷存數量在電腦查詢、在電腦上設定安全庫存量、完全自動整合連結、商品盤點差異分析及異動追蹤, 即時察覺商品進出情況
客戶商品情報	客群管理不易, 消費記錄無法掌握 商品之訂價無從依據、不同供應商或不同批次之商品價格無法確實掌握 新商品之銷售情形無法獨立評估	客戶消費明細記錄, 以供隨時查詢、各供應商、各批次之進價追蹤查詢、新商品及促銷商品之銷售情報分析、商品價格與銷售情形分析
前台收銀	商品種類數量龐雜無法掌握、無法立即掌握營收 人工入帳耗時且錯誤率高、新人訓練慢、傳統商店形象	採用條碼貨號單品管理、條碼搭配掃描器使用, 結帳快速正確、節省人力、新人容易上手、可掌握即時營收情形
銷售管理	只能針對每日營業額做統計 直覺判斷商品流動率、行銷活動無法確實的區隔客層、顧客購買動向難掌握、無法掌握客群與商品之關係	電腦自動分析每日營收、發票開立金額、單品銷售、毛利、來客數、來客數及消費額之分佈情形、促銷特賣活動的效果、商品擺放位置之效益分析

使用零售系統的優點

- 確保貨源充足
 - 零售商可透過付櫃面，知道那一種貨品暢銷或滯銷，即時補充存貨，確保貨源不斷
 - 減輕成本
- 能分析到銷售情況 便可將缺貨之貨品從速訂貨。訂貨量準確 可減低存貨量 省卻存貨地方的租金支出、使成本減輕

行業上需要注意的事項：

定立公司或店鋪的『標準作業程式』(Standard Operation Procedure, SOP)

什麼是“標準作業程式”？

是指在有限時間與資源內，為了執行複雜的事務而設計的內部程式。從管理學的角度來看，標準作業程式能夠縮短新進人員面對不熟練且複雜的學習時間，只要按照步驟指示就能避免失誤與疏忽。此方法也適用於糧油雜貨店的營運。

SOP 的主要作用

將企業積累下來的技術、經驗，記錄在標準文件中，以免因技術人員的流動而使技術流失；

使操作人員經過短期培訓，快速掌握較為先進合理的操作技術；

根據作業標準，易於追查不良品產生之原因；
樹立良好的服務形象，取得客戶信賴與滿意。

行業使用應用系統中注意事項

行業著重的輸入欄位(Field)

- 產品批號
- 產品條碼
- 產品圖片
- 體積
- 淨重
- 毛重
- 容量單位元
- 產地
- 儲存方式
- 種類
- 食用有效日期
- 食用製造日期
- HTS code (6 digits)

所需注意數據處理事項：

單位轉換 - 公斤變斤兩，拆散銷售

例如: 1 箱 10 樽

拆散銷售 1 支 計算

SKU = 產品名稱 及 單位

食品有效日期控制 - 需配合倉庫(FIFO - 先入先出原理)
中央倉或多點倉庫濕貨環境，令電腦容易短路。

POS 需整合收銀機及列印機

在線 (Online) 或批量 (Batch) 模式 需注意的事項:

- 維修保養問題
- 系統備份及還原計劃
- 遠端支援

零售系統常用功能:

日常店面管理

- 支援多種貨幣及多重付款方式交易 (包括八達通)
- 不同分店不同產品目錄
- 支援觸控式螢幕 (方便員工快速輸入)
- 訂單送貨處理
- 客戶關係管理
- 員工出勤記錄
- 店員多重權限設定
- 售價更改管理
- 店面現金流管理
- 取消單及退貨處理

庫存管理

- 購貨訂單處理
- 裝貨不足處理
- 成本調整
- 自動成本重計
- 允許後補輸入單據
- 負存倉限制設定
- 倉庫安全量設定
- 貨品盤點誤差調整
- 門市主導要求補貨
- 貨存結餘及貨物流動報表
- 貨物帳齡報表
- 死貨及慢流貨分析

客戶關係管理

- 會員資料
- 會員等級
- 會員優惠
- 交叉銷售
- 進階銷售
- 積分控制
- 積分兌換管理
- 會員生日提示
- 禮品換領管理
- 會員消費歷史
- 會員消費行為分析
- 針對目標客戶以電郵 短訊或郵件發送宣傳訊息

推廣及促銷管理

- 優惠券管理
- 大量購買優惠
- 優惠配對規則設定(如買一送一)
- 價錢轉變回顧
- 不同時段設定不同促銷項目
- 個別分店優惠設定
- 套裝貨品優惠
- 售價貨幣設定
- 貨品售價級別設定
- 批次匯入價錢
- 促銷表現分析

銷售分析報表

- 銷售排行榜報表
- 慢流貨品報表
- 死貨報表

庫存報表

- 貨倉庫存量報表
- 庫存進出記錄帳報表

會員分析報表

- 會員積分報表
- 銷售記錄報表

使用零售系統的困難

- 要重新輸入所有產品資料
 - 包括 產品資料, 數量, 貨品編號, 貨品條碼, 有效日期及相片
- 重新定義及標準化沒預先包裝的產品規格
 - 例如: 花生 25KG 改為每包 1KG
- 員工需要學習使用系統
- 重新定立標準化流程, 銷售貨, 退貨, 換貨等程式

工作坊講題分享

- 香港食品規例及指引

(講者：Andy Ko -中龍檢驗認證-技術總監)

- ▶ 重金屬---規例(第 132V 章) — 總金屬含量超標
- ▶ 甜味劑---規例(第 132U 章) — 使用不准許的甜味劑標
- ▶ 色素---規例(第 132H 章) — 使用不準許的色素
- ▶ 食物內有害物質---規例(第 132AF 章) — 含有過量有害物質
- ▶ 防腐劑---規例(第 132BD 章) — 含過量或不准許防腐劑
- ▶ 除害劑殘餘---規例 (第 132CM 章) — 含過量或不准許農殘
- ▶ 微生物---指引 — 微生物不滿意
- ▶ 食品標籤、營養標籤 (第 132W 章) — 標籤不符合要求

如添加過量或含有不准許的物質，該產品就不能在市場銷售了，這些需要在進貨時注意。

雖然微生物是指引，但被抽查後結果不滿意，食安中心可用第 132 章第 54 條不適合人類食用的規例來作出起訴。

重金屬---規例 (第 132V 章)

指明食物所天然蘊藏的某些金屬的最高准許濃度

A 金屬	B 食物類別	C 最高准許濃度 (百萬分率)
砷 (AS ₂ O ₃)	固體食物(魚及魚產品)	6
	固體食物(介貝類水產動物 及介貝類水產動物 產品)	10

A 金屬	B 金食物類別	C 最高准許濃度 (百萬分率)
銻 (Sb)	穀類及蔬菜	1
	魚、蟹肉、蠔、明蝦及小蝦	1
	動物肉類及家禽肉類	1
砷 (AS ₂ O ₃)	不屬於以下類別的固體食物—屬於以下魚及魚產品；及屬於以下介貝類水產動物及介貝類水產動物產品	1.4
	所有液體食物	0.14
鎘 (Cd)	穀類及蔬菜	0.1
	魚、蟹肉、蠔、明蝦及小蝦	2
	動物肉類及家禽肉類	0.2
鉻 (Cr)	穀類及蔬菜	1
	魚、蟹肉、蠔、明蝦及小蝦	1
	動物肉類及家禽肉類	1
鉛 (Pb)	所有固體食物	6
	所有液體食物	1

汞 (Hg)	所有固體食物	0.5
	所有液體食物	0.5
錫 (Sn)	所有固體食物	230
	所有液體食物	230

甜味劑---規例(第 132U 章)32

- ▶ 在香港，甜味劑受《公眾衛生及市政條例》(第 132 章)屬下的《食物內甜味劑規例》規管。這些甜味劑應在符合優良製造規範的情況下使用。
- ▶ 《食物及藥物(成分組合及標籤)規例》(第 132 章)規定，預先包裝食物如含有甜味劑，須在標籤上標明作用類別(即甜味劑)，以及其身所用名稱或識別編號

甜味劑---規例

- ▶ 准許甜味劑
 - 醋磺內酯鉀
 - 縮二氨基酸酰胺
 - 天冬酰胺
 - 天冬酰胺 - 醋磺內酯鹽
 - 環己基氨基磺酸(和鈉、鉀、鈣鹽)
 - 糖精(和鈉、鉀、鈣鹽)
 - 三氯半乳蔗糖
 - 索馬甜
 - 紐甜
 - 甜菊醇糖苷

色素---規例(第 132H 章)

- ▶ 禁止在某些商品中使用染色料
 - 未經烹煮及加工處理的肉類、野味、家禽、魚、水果或蔬菜

香港准許染色料例子

- ▶ 天然
 - 胡蘿卜素 (E160a)
 - 藏花素 (E100)
- ▶ 人工
 - 日落黃 FCF (E110)
 - 立索玉紅 BK (E122)

非准許天然染色料例子

- ▶ 紅曲米
- ▶ 紅曲紅
- ▶ 紫膠紅(蟲膠紅)
- ▶ 只可於食物中使用准許的染色料，而添加的分量以發揮該染色料的預期作用所需的最低分量為限。確保預先包裝食物的標籤上提供的資料準確無誤，包括所使用的天然染色料。

食物內有害物質---規例 (第 132AF 章)

- ▶ 黃曲霉毒素
 - 每公斤食物含 15 微克 (任何食物)
 - 每公斤食物含 20 微克 (花生或花生產品)
- ▶ 三聚氰胺
 - 每公斤食物含 1 毫克
- ▶ 孔雀石綠
 - 每公斤食物含 0 微克

防腐劑---規例 例第 132BD 章)32 防腐劑

- 指任何能抑制、減慢、或防止食物的發酵、發酸或其他變壞過程或能掩蓋食物腐爛徵狀的物質
- 抗氧化劑
- 指保護食物以避免因氧化作用而致變壞、變色的物質

查找防腐劑時食物分類說明

1. 乳製品及類似品，不包括嬰兒配方粉及幼兒配方粉及屬食物分類 2 及其細分類的製品
2. 脂肪及油，以及脂肪乳狀液
3. 可供食用的冰品，包括以水為主的冷凍甜品、甜點及巧點(例如雪糕及雪葩)
4. 水果及蔬菜(包括菇和真菌、根和塊根或莖、豆和豆莢，及蘆薈)、海藻，及果仁和種子
5. 甜點
6. 穀類和以穀粒、根及塊根或塊莖、豆和豆莢製成的穀類製品，不包括屬食物分類 7 及其細分類的烘焙食品
7. 烘焙食品
8. 肉及肉製品，包括家禽及野味
9. 魚及魚製品，包括水棲脊椎動物(魚及水棲哺乳類動物(例如鯨魚))、水棲無脊椎動物(例如水母)、軟體類動物(例如蜆及螺)、甲殼類動物(例如蝦、蟹及龍蝦)及棘皮類動物(例如海膽及海參)
10. 蛋製品
11. 糖及餐桌甜味劑，不包括乳糖及蜂蜜
12. 香料、佐料、湯、醬料、沙律、酵母及類似製品、豉油、發酵大豆，以及大豆蛋白粉及其混合物
13. 飲料，不包括乳製品
14. 即食小食

15. 雜項 (包括食物添加劑、調味劑料及調味糖漿、酶、香精油及香精油濃縮物的分離物、食物面層流質泡沫物、明膠、明膠製藥囊、矽酮抗泡沫乳狀液、液體果膠及部分丙三醇酯)

編號	食物分類或細分類	准許食物添加劑		最高准許含量 (百萬分率, 除非另有指明)	附註
		國際編碼系統編號	名稱說明		
1	乳製品及類似品 (不包括嬰兒配方粉及幼兒配方粉)及屬食物分類 2 及其細分類的製品				
1.1	加入飲料的奶精	319	特丁基對苯二酚	100	註 1 及 2
		320	經丁化作用的羥基茴香醚	100	註 1 及 2
		321	經丁化作用的羥基甲苯	100	註 1 及 2

食物內除害劑殘餘規例- (第 132CM 章)

- ▶ 《規例》於 2014 年 8 月 1 日起實施。
- ▶ 適用範圍：《規例》不適用於純粹為出口而進口並符合以下說明的食物 —
 - (a) 屬航空轉運貨物；或
 - (b) 在進口至出口期間，一直留在將該食物運載進口的船隻、車輛或飛機上。
- ▶ 不得進口或售賣含有除害劑殘餘的食物，除非 —
 - 有關食物及除害劑殘餘符合附表 1 指明的描述，而殘餘含量不超過該附表指明的限量；
- ▶ 有關除害劑殘餘屬附表 2 列出獲豁免除害劑的殘餘；
- ▶ 或食用有關食物並不危害或損害健康
 - ◆ 附表 1 並沒有訂明最高殘餘限量／最高再殘餘限量；
 - ◆ 及不屬於獲豁免除害劑

微生物指引

- ▶ 微生物指引一共分 3 章：
- ▶ 第 1 章和第 2 章所載的準則適用於一般即食食品。“即食食品”是指生產商或製造商提供的供人直接食用的食品，這些食品無須以烹煮或其他處理方法消除有關微生物或把有關微生物含量減少至可接受水平。

第一章：一般即食食品的・微生物含量準則-需氧菌落計數 和衛生指示微生物

表 1.1 因應一般即食食品的需氧菌落計數、衛生指示微生物和指定食源性致病菌的檢測結果就各微生物質素分類建議當局人員採取的行動(並非盡錄)概覽

	需氧菌落計數	衛生指示微生物	指定食源性致病菌 (注意：採取行動前先進行風險評估)
滿意	無須採取行動。		
尚可	先考慮食物的來源（生產商/零售商等）和保質期所處階段，才決定須採取的行動。如同一來源的其他樣本質素也屬尚可，應作進一步調查。	應建議售賣者等相關人士覆檢烹煮及清潔等所有衛生程序。考慮抽取食物樣本作調查之用。所採取的行動應與檢出的微生物含量相稱。	風險會隨檢出的致病菌含量而相應增加。應建議售賣者等相關人士查究原因，並採取措施以改善情況。考慮抽取食物樣本作調查之用。
不滿意	考慮調查數值偏高的原因。	應建議售賣者等相關人士覆檢烹煮及清潔等所有衛生程序。抽取食物樣本作調查之用。	立即調查；應指示售賣者等相關人士停止售賣有問題的食品，立即查究原因，並採取措施以改善情況。抽取食物樣本作調查之用。另外，應考慮發出警告信、追查來源和採取其他執法行動。

表 1.2 各類即食食品所含需氧菌落計數檢測結果[攝氏 30 度 / 48 小時]的詮釋指引

食物類別 ^a	例子	檢測結果 (每克樣本的菌落形成單位)		
		滿意	尚可	不滿意
1. 緊接從容器取出，在室溫下可保質的罐裝、瓶裝、盒裝和袋裝食物 ^b	罐裝食品，例如吞拿魚、三文魚、鹹牛肉、湯、燉煮的菜式、甜品和水果；經超高温處理的食品	<10	不適用	註 ^c
2. 在緊接出售或進食前烹煮的食物	外賣食物、漢堡包、烤肉串、香腸、薄餅、經烹煮 / 冷凍及經烹煮 / 冷凝並再處理的即食膳食、點心、米飯、麵條	<10 ³	10 ³ - <10 ⁵	≥10 ⁵
3. 經烹煮並冷凍，在出售或進食前經最少處理程序的食物；經巴士德消毒須冷藏的罐裝食物	整個批餅、香腸卷、咖喱角、餡餅、蛋批、雞件；須冷藏的罐裝火腿、經巴士德消毒的食物(包括果汁和湯)；甜品	<10 ⁴	10 ⁴ - <10 ⁷	≥10 ⁷
4. 不含乳製忌廉的烘培食品和甜點、粉狀食物	不含乳製忌廉的蛋糕、湯沖劑、奶粉、乳製品沖劑、其他經沖調或變暖後即食的再造粉狀食物	<10 ⁴	10 ⁴ - <10 ⁶	≥10 ⁶
5. 經烹煮並冷凍，在出售或進食前經若干處理程序的食物	切片凍肉、切件批餅、塗醬、不含沙律的三文治、熟煙燻魚類(鯖魚等)、軟體類動物、甲殼類動物及其他已去殼的介貝類水產動物、含固體配料但不含奶成分的非預先包裝凍飲(凍紅豆綠茶等)	<10 ⁵	10 ⁵ - <10 ⁷	≥10 ⁷
6. 非發酵乳製品及乳製甜品、蛋黃醬及以蛋黃醬為主的調料醬，經烹煮的醬汁	大部分牛油、新鮮芝士(意大利馬斯卡朋芝士、印度披尼芝士)、含乳製忌廉的多層凍餅、沙爹、含乳製忌廉的蛋糕、含固體配料和奶成分的非預先包裝凍飲(凍珍珠奶茶等)	<10 ⁵	10 ⁵ - <10 ⁷	≥10 ⁷

食物類別 ^a	例子	檢測結果 (每克樣本的菌落形成單位)		
		滿意	尚可	不滿意
7. 加入調料醬的食物、蘸料、抹醬	酸卷心菜絲、蘸料、希臘紅魚子泥沙拉醬、鷹嘴豆醬	<10 ⁶	10 ⁶ - <10 ⁷	≥10 ⁷
8. 須冷藏且保質期長期的食品	氣調包裝或真空包裝的肉類、魚類、水果及蔬菜等食品	<10 ⁶	10 ⁶ - <10 ⁸	≥10 ⁸ ^d
9. 生的即食肉類和魚類、凍煙燻魚類	壽司、刺身、煙三文魚、醃漬三文魚片	<10 ⁶	10 ⁶ - <10 ⁷	≥10 ⁷
10. 醋漬、醃漬或鹽漬的醃製食品	醋漬或鹽漬的魚、醋漬的經烹煮介貝類水產動物、醋漬或油浸、以香草、香料醃製的蔬菜	不適用	不適用	不適用
11. 乾製食物	水果、漿果、藤本植物果子、堅果、葵花籽、香草、香料、魚乾	不適用	不適用	不適用
12. 新鮮水果和蔬菜、含有生的蔬菜的食品	整個水果、預先配製的雜果沙律、新鮮蔬菜盤、沙律、含沙律的三文治、含有生的蔬菜的雜錦沙律、含固體及新鮮水果配料的非預先包裝凍飲(凍楊枝甘露等)	不適用	不適用	不適用
13. 發酵、醃製和乾製的肉類、發酵蔬菜、成熟芝士	歐陸式香腸 / 薩拉米香腸、肉乾、酸菜、橄欖、腐乳、切達芝士、英國斯帝爾頓芝士、布里芝士、發酵奶類飲品及牛油、乳酪等	不適用	不適用	不適用
14. 可在一段有限時間內在室溫陳列以供出售的經烹煮肉類食品，例如燒味和滷味	中式水煮雞、燒鴨、燒肉	<10 ⁵	10 ⁵ - <10 ⁶	≥10 ⁶

表 1.3 一般即食食品所含衛生指示微生物檢測結果的詮釋指引

衛生指示微生物	檢測結果(每克樣本的菌落形成單位)		
	滿意	尚可	不滿意
腸桿菌科細菌 ^a	<10 ²	10 ² - ≤10 ⁴	>10 ⁴
大腸桿菌 ^b	<20	20 - ≤10 ²	>10 ²

^a當局在具備測試這個項目的能力後，採用作為準則。

註：

^a 腸桿菌科細菌的準則適用於經加熱處理的食物、魚類和芝士(以蜂窩哈夫尼亞菌或普通變桿形菌這兩種培養菌使其成熟的芝士除外)。這個準則不適用於新鮮水果和蔬菜或含有新鮮水果和蔬菜為配料的食物(如含沙律的三文治)，因為腸桿菌科細菌是這類食物常見的菌羣，其含量可以很高。

^b 這個準則不適用於以生乳製成的芝士。

第二章：一般即食食品的微生物含量準則-指定食源性致病菌

表 2.1 一般即食食品所含指定食源性致病菌檢測結果的詮釋指引

準則	檢測結果(每克樣本的菌落形成單位)(除非另有註明)		
	滿意	尚可	不滿意 (可能危害健康及/ 或不宜供人食用)
彎曲菌屬(耐熱)	在 25 克樣本中 沒有檢出	不適用	在 25 克樣本中檢出
O157 型大腸桿菌(以及*其他產志賀毒素大腸桿菌)	在 25 克樣本中 沒有檢出	不適用	在 25 克樣本中檢出
沙門氏菌屬	在 25 克樣本中 沒有檢出	不適用	在 25 克樣本中檢出
霍亂弧菌(O1 羣和 O139 羣霍亂弧菌)	在 25 克樣本中 沒有檢出	不適用	在 25 克樣本中檢出
志賀氏菌屬 ^a	在 25 克樣本中 沒有檢出	不適用	在 25 克樣本中檢出
李斯特菌			
● 冷藏食品 ^b (冷凝食品除外)或嬰兒食品	在 25 克樣本中 沒有檢出 ^c	不適用	在 25 克樣本中檢出 ^c
● 其他即食食品	< 10 ^d	10 - < 100 ^d	> 100 ^d
副溶血性弧菌	< 20	20 - < 10 ³	> 10 ³
金黃葡萄球菌及其他凝固酶陽性葡萄球菌	< 20	20 - < 10 ⁴	> 10 ⁴
產氣英膜梭狀芽孢桿菌	< 10	10 - < 10 ⁴	> 10 ⁴
蠟樣芽孢桿菌	< 10 ³	10 ³ - < 10 ⁵	> 10 ⁵

^a當局在具備測試這個項目的能力後，採用作為準則。

第三章：指定食品的微生物含量準則

微生物準則包括：

- ▶ 瓶裝水
- ▶ 食用冰
- ▶ 非瓶裝飲品
- ▶ 嬰幼兒配方奶粉
- ▶ 經處理的即食香料
- ▶ 擬供直接食用的活或生的雙殼貝類軟體動物第 3 章列出的一些微生物含量準則適用於某些未必是即食的食品。在理解指定食品的微生物含量準則時，應一併閱讀第 1 章、第 2 章和第 3 章。舉例來說，擬供直接食用的活或生的雙殼貝類軟體動物有關埃希氏大腸桿菌(大腸桿菌)和沙門氏菌屬的含量準則在第 3 章訂明。至於其他微生物含量準則應參考第 1 章和第 2 章。

工作坊講題分享

- 香港預包裝食品標籤要求

(講者：Andy Ko -中龍檢驗認證-技術總監)

1. 名稱、稱號
2. 配料表
3. “此日期前最佳”或“此日期或之前食用”日期
4. 特別儲存方法或使用指示
5. 製造商或包裝商的名稱或地址
6. 數量、重量或體積
7. 適當的語文
8. 獲豁免的項目

1. 名稱、稱號

- ▶ 不可有虛假、誤導。欺騙成分
- ▶ 如任何牌子名稱(包括任何花巧名稱)或任何商標，相當可能在食物性質的任何方面誤導買方，則須緊接在該名稱或商標之後印上“牌子”(Brand)或“商標”(TM)一詞(視屬何情況而定)，字體必須可閱及高度不少於3毫米
- ▶ 凡遺漏以下說明便會誤導買方，食物的名稱須包括或附有以下說明—
 - (a) 食物是粉狀的或在其他狀態；或
 - (b) 食物經弄乾、凍乾、冷凝、濃縮或煙燻，或經其他方法處理。

2. 配料表

- ▶ 標題中須載有或包括任何“配料” (ingredients)、 “成分組合” (composition)、 “內含物質” (contents) 的字樣或具類似意思的文字
- ▶ 重量或體積，由大至小依次表列
- ▶ 如某種配料是以濃縮或脫水的形式用於食物，並會於食物配製供人食用時恢復水分，則決定該種配料在配料表上排列次序的重量或體積，可按其濃縮或脫水前的重量或體積計算
- ▶ 如擬以加水方法將濃縮或脫水的食物恢復水分，而該食物配料表的標題包括或附有“恢復水分產品的配料” (ingredients of the reconstituted product) 或“即食產品的配料” (ingredients of the ready to use product) 字樣，或其他意思相同的說明，則該食物的各種配料可按其於該食物按指示恢復水分後所佔的重量或體積，由大至小依次列。
- ▶ 如食物由雜果、果仁、蔬菜、香料或草藥組成，或含有雜果、果仁、蔬菜、香料或草藥，而沒有一種雜果、果仁、蔬菜、香料或草藥的重量佔顯著多數，則在下述情況中，該等配料可無須按重量由大到小依次表列
- ▶ 如某食物以存在某種配料為特性，該食物的標籤不得特別強調該種配料存在於該食物中
- ▶ 如某食物以某種配料含量低為特性，該食物的標籤不得特別強調該種配料含量低

- ▶ 除非標籤包括一項該種配料在重量方面佔該食物的最高百分率的聲明, 或一項該種配料在該食物中的實際分量的聲明
- ▶ 如食物由下列任何物質組成, 或含有下列任何物質 —
 - (i) 含有麩質的穀類(即小麥、黑麥、大麥、燕麥、裂穀小麥、它們的混合變種及它們的製品);
 - (ii) 甲殼類動物及甲殼類動物製品;
 - (iii) 蛋類及蛋類製品;
 - (iv) 魚類及魚類製品;
 - (v) 花生、大豆及它們的製品;
 - (vi) 奶類及奶類製品(包括乳糖);
 - (vii) 木本堅果及堅果製品,
該等物質的名稱須在配料表中指明
- ▶ 如食物由濃度達到或超過百萬分之十的亞硫酸鹽組成或含有上述濃度的亞硫酸鹽, 有關的亞硫酸鹽的作用類別及其名稱須在配料表中指明

添加劑的作用类别

- ▶ 上光劑(Glazing agent)
- ▶ 水分保持劑(Humectant)
- ▶ 色素(Colour)
- ▶ 抗氧化劑(Antioxidant)
- ▶ 抗結劑(Anti-caking agent)
- ▶ 防腐劑(Preservative)
- ▶ 固化劑(Firming agent)
- ▶ 乳化劑(Emulsifier)
- ▶ 乳化鹽(Emulsifying salt)
- ▶ 消泡劑(Anti-foaming agent)
- ▶ 甜味劑(Sweetener)
- ▶ 推進劑(Propellant)
- ▶ 發泡劑(Foaming agent)
- ▶ 酸味劑(Acid)
- ▶ 酸度調節劑(Acidity regulator)
- ▶ 增味劑(Flavour enhancer)
- ▶ 增稠劑(Thickener)
- ▶ 增體劑(Bulking agent)
- ▶ 膠凝劑(Gelling agent)
- ▶ 膨脹劑(Raising agent)
- ▶ 穩定劑(Stabilizer)
- ▶ 麵粉處理劑(Flour treatment agent)
- ▶ 護色劑(Colour retention agent)

例子：

▶ Emulsifier (E332), salt, natural vanilla flavor, sugar, corn syrup, thickener(E440, E1401), acid regulator (E296,E300,E330), stabilizer (E331)

OR

▶ Emulsifier (Soya lecithin), salt, natural vanilla flavor, sugar, corn syrup, thickener(modified tapioca starch, acid – treated starch), acid regulator(malic acid, ascorbic acid, citric acid), stabilizer(sodium citrate)

3. “此日期前最佳” 或 “此日期或之前食用” 日期

- ▶ 此日期前最佳→ Best Before
- ▶ 此日期或之前食用→ Use By
- ▶ 日→ “DD” 、 “dd” 、 “D” 或 “d”
- ▶ 月→ “MM” 、 “mm” 、 “M” 或 “m”
- ▶ 年→ “YY” 、 “yy” 、 “Y” 或 “y”

4. 特別儲存方法或使用指示

- ▶ 貯存需使用特別方法
- ▶ 適當使用需遵從特別指示

5. 製造商或包裝商的名稱或地址

- ▶ 選擇 1:
 - 列明製造商或包裝商的全名或商業名稱及其註冊或主要辦事處的地址或詳情
- ▶ 選擇 2
 - 食物原產國家的說明
 - 香港的經銷商或牌子擁有人的姓名或名稱
 - 香港的經銷商或牌子擁有人的註冊辦事處或主要辦事處的地址
 - 香港的經銷商或牌子擁有人已以書面將食物原產國家製造商或包裝商的全址通知主管當局

▶ 選擇 3

- 所加上的標記或標籤列有原產國家說明，並有代碼標記以識別該國的製造商或包裝商
- 製造商或包裝商或香港的經銷商或牌子擁有人已以書面將該代碼標記以及其所關乎的製造商或包裝商的詳情通知主管當局
- 製造或包裝該食物的工廠或其他地方為原產國家的政府所擁有、經營或管理，而食物所加上的標記或標籤亦說明其為該政府的產品

6. 數量、重量或體積

- ▶ 清楚列明內含物質的數量或食物的淨重量或淨體積



7. 適當的語文

- ▶ 中文
- ▶ 英文
- ▶ 中文+英文

8. 獲豁免的項目

- ▶ 酒精濃度超過 1.2%但少於 10%的飲品 (附表全部, 第 3 及 4 條除外)
- ▶ 在飲食供應機構售出以供即時食用的預先包裝食物 (附表全部, 第 3 條除外)
- ▶ 獨立花巧包裝並擬作單份出售的甜點(附表全部)
- ▶ 新鮮水果及新鮮蔬菜(第 2, 5, 6 條)
- ▶ 除二氧化碳外並無添加任何其他配料的汽水, 而有關說明亦表示其已加入碳酸氣(第 2 條)
- ▶ 從單一基本產品經發酵作用而衍生的醋, 不加任何其他配料(第 2,4 條)
- ▶ 含有單一配料的食品(第 2 條)
- ▶ 調味料(第 2 條)
- ▶ 烹飪用的鹽
- ▶ 除防腐劑外不加任何配料的糖(第 4 條)
- ▶ 香口膠及其他類似產品(第 4 條)
- ▶ 葡萄酒、甜酒、有氣葡萄酒、加香葡萄酒、果酒、有氣果酒
- ▶ 等等...

*請參照 132W 附表 4

工作坊講題分享

- 香港預包裝食品營養標籤要求

(講者：Andy Ko -中龍檢驗認證-技術總監)

1. 標籤中的營養素
2. 標示能量、營養素含量
3. 單位和資料修正方法
4. 營養素含量聲稱
5. 營養素比較聲稱
6. 營養素功能聲稱
7. 間接營養素分析
8. 營養標籤建議格式/1+7 營養成分表
9. 營養標籤的可閱性
10. 少量豁免制度

1. 標籤中的營養素

- ▶ 能量
- ▶ 蛋白質
- ▶ 可獲得的碳水化合物

2. 標示能量、營養素含量

- ▶ 以每 100 克或毫克所含的能量/營養素（千卡、千焦/克、毫克、微克）來標示
- ▶ 食用分量
 - 包裝裡只有一個食用分量
 - 包裝注明食用分量的數目及大小

3. 單位和資料修正方法

	單位	數據 修整至	零的定義 (每克/毫升)
能量	千卡 /千焦	1	≤4 千卡或 17 千焦
蛋白質	克	0.1	≤0.5 克
碳水化合物	克	0.1	≤0.5 克
總脂肪	可	0.1	≤0.5 克
飽和脂肪酸	克	0.1	≤0.5 克
反式脂肪酸	克	0.1	≤0.3 克
鈉	毫克	1	≤0.5 毫克
糖	克	0.1	≤0.5 克
膳食纖維	克	0.1	≤0.1 克
膽固醇	毫克	1	≤5 毫克

4. 營養素含量聲稱

聲稱用語	同義詞
低	少， 提供少量， 含低量， 略含， 薄
很低（只適用於鈉）	極低， 超低， 非常低， “勁低”， “激
不含	零， 無， 沒有
來源	含， 提供， 有， 含有
高	含豐富， 含大量， 富含， 豐富， 多， 提供多， 含量多

營養素含量聲稱條件

營養素	條件
低脂	每 100 克固體食物含不超過 3 克總脂肪； 或 每 100 毫升液體食物含不超過 1.5 克總脂肪
不含脂肪	每 100 克/毫升食物含不超過 0.5 克總脂肪
低鈉	每 100 克/毫升食物含不超過 120 毫克鈉
很低鈉	每 100 克/毫升食物含不超過 40 毫克鈉
不含鈉	每 100 克/毫升食物含不超過 5 毫克鈉
低糖	每 100 克/毫升食物含不超過 5 克糖
不含糖	每 100 克/毫升食物含不超過 0.5 克糖

5. 營養比較聲稱

- ▶ 必須以相同分量的食物，比較相同食物的不同版本或類似食物的不同版本
 - 能量、總脂肪、飽和脂肪酸、膽固醇、反式脂肪酸、糖、鈉、蛋白質、膳食纖維、有營養素參考值的維他命及礦物質
- ▶ 必須在貼近營養素比較聲稱的位置說明用作比較的食品及含量的差異（以百分比表達）

營養聲稱比較條件

能量/ 營養素	最少相對差額	最少絕對差額	
能量	25%	固體食物	≧體食物差額條件比較聲稱
		液體食物	≧體食物差額條件比較聲稱的
總脂肪	25%	固體食物	≧體食物差額條件
		液體食物	≧體食物差額條件比較
膽固醇	25%	固體食物	≧0.02g/100g
		液體食物	≧0.01g/100g
鈉	25%	固體食物	≧0.12g/100g 或 100ml
		液體食物	
糖	25%	固體食物	≧體 g/100g 或 100ml
		液體食物	

6. 營養素功能聲稱

- ▶ 具有營養素參考值的營養素
- ▶ 需以科學證據和科學共識為基礎
- ▶ 營養素功能聲稱必須載有關於有關營養素所擔當的生理角色的資料
- ▶ 涉及聲稱的營養素的含量必須符合來源的營養素量聲稱的相關規定

7. 間接營養素分析



間接營養素局限

- ▶ 食物成分資料庫的資料與個別食物樣本的化驗分析結果可能會有差異

規管容忍限度

能量/營養素	規管容忍限度
能量、總脂肪、飽和脂肪酸、反式脂肪酸、膽固醇、鈉、糖	≦ 標示值的 120%
蛋白質、多元不飽和脂肪酸、單元不飽和脂肪酸、碳水化合物、澱粉質、膳食纖維、可溶性纖維、不可溶性纖維、纖維的個別組成部分	≧ 標示值的 80%
維他命及礦物質 (維他命 A、維他命 D、及添加的維他命及礦物質除外)	≧ 標示值的 80%
維他命 A 及維他命 D (包括添加的)	標示值的 80%至 180%
添加的維他命及礦物質 (維他命 A 及維他命 D 除外)	≧ 標示值

8. 營養標籤建議格式

Nutrition Information 營養資料	
	Per 100 g / 每100克
Energy / 能量	250 kJ/千焦 59 kcal/千卡
Protein / 蛋白質	0 g/克
Total Fat / 總脂肪	0 g/克
- Saturated Fat / 飽和脂肪	0 g/克
- Trans Fat / 反式脂肪	0 g/克
Carbohydrates / 碳水化合物	14.7 g/克
- Sugars / 糖	0 g/克
Sodium / 鈉	244 mg/毫克

Nutrition Information 營養資料	營養資料	
Per 100g or Per 100ml 每 100 克或每 100 毫升	每包類所含食用分量數目：(填入食用分量數目) 食用分量： 克、毫升或其他適當的單位	
Energy / 能量 kcal or kJ / 千卡或千焦	每 100 克 或每 100 毫升	每食用分量
Protein / 蛋白質	g / 克	
Total fat / 總脂肪	g / 克	
- Saturated fat / 飽和脂肪	g / 克	克
- Trans fat / 反式脂肪	g / 克	克
Carbohydrates / 碳水化合物	g / 克	克
- Sugars / 糖	g / 克	克
Sodium / 鈉	mg / 毫克	克
Insert nutrient(s) involved in claim(s) / 填入涉及聲稱的營養素	g, mg or µg 克、毫克或微克	克
Insert other nutrient(s) to be declared / 填入其他標示的營養素	g, mg or µg 克、毫克或微克	克、毫克或微克

直線格式

營養資料 每 100 克或每 100 毫升

能量 xx 千卡千焦，蛋白質 xx 克，總脂肪 xx 克，飽和脂肪 xx 克，

反式脂肪 xx 克，碳水化合物 xx 克，糖 xx 克，鈉 xx 毫克，

填入涉及聲稱的營養素 xx 克、毫克或微克，填入其他標示的營養素 xx 克、毫克或微克

9. 營養標籤的可閱性

▶ 字體大小適中

- 英文字母:建議 “x-高度” 最小達 1.2 毫米
- 中文字:與英文字母 “x-高度” 1.2 毫米對等的高度



▶ 顏色對比鮮明

- 如以透明容器包裝的食物，建議於標籤範圍加上不透明、具適當對比的背景，以免標籤的清晰度受食物的顏色或外形影響

▶ 間距充足

- 字句需清楚展示，字與字，以及字與分隔或包圍資料的間隔線或框線，不得緊貼或重疊。

▶ 使用不反光印刷表面

▶ 適當的字款

▶ 合適的印刷技術

工作坊講題分享

- 如何在網上推廣？

(講者：K.T.Chan -得意發展-推廣顧問)



關鍵字廣告重大更新！ GOOGLE 搜尋結果頁面廢除右手邊付費廣告更新的好處

- 根據調查，位於自然搜尋結果上面的付費廣告比起右手邊的付費廣告能夠獲得14X更高的點擊率，而且右手邊的付費廣告和自然搜尋結果下面的廣告只佔總點擊的14.6%。
- 這就意味著如果廢除右手邊的付費廣告，就能夠提升 Adwords 行銷的廣告活動效率。



以下是一個展示出四個上方廣告的例子（從前最多只有3個）

Google 自由行套餐

1. Ctrip-隨程隨機自由行套餐 - ctrip.com.hk
[www.ctrip.com.hk/自由行](http://www.ctrip.com.hk/)
 Ctrip機票+酒店套餐搭配，行程靈活，價格透明，優惠可達80%！

2. 永安旅遊隨機自由行套餐 - wingontravel.com
package.wingontravel.com/
 網上預訂各類旅遊隨機自由行套餐，各款旅遊團，一團遊天下，訂行團，自由行，機票優惠，機票

3. 專業旅遊-精選新加坡自由行套餐 - travelexpert.com.hk
www.travelexpert.com.hk/
 精心精選新加坡、曼谷、檳城、一週新加坡旅遊、酒店、新加坡簽證、特價機票、新加坡旅遊、酒店預訂服務

4. Jetour 捷途 - 台灣自由行 - jetour.com.hk
www.jetour.com.hk/
 台北、台中、花蓮、宜蘭、高雄等地區高品質旅遊，酒店住宿、租車、機票、多項旅遊服務及旅遊保險，即時網上查詢，專業專業旅遊產品，口碑保證服務，提供 ALL-IN-ONE 全套旅行團，Jetour 捷途台灣自由行，Jetour 捷途-旅遊新選擇

自由行與旅遊套餐優惠 | 聖誕節 Expedia.com.hk

SEO & SEM 在搜尋器上的位置了顯示



SEO (Organic) 自然搜尋

在 24 小時不受限制曝光及即時更新

SEM (Paid Search) 付費搜尋

在付費廣告位增加日曝光率
當預算費用消耗後廣告即時消失

SEM 為甚麼重要?



- Google, Yahoo, Bing
香港最大的搜尋器, 每天有
95% 互聯網用戶使用



- 精準地運用關鍵詞找尋
目標客人



- 點擊才付費
- 公司產品可以免費曝光



- 按地區, 按周期下廣告
- 容易控制支出

規劃關鍵字組合

- 要將廣告顯示給相關的人，而他們同時乎合搜索有關產品/ 服務
- 關鍵字按類別分組處理，易於管理



關鍵字分類例子

Ad Group	Keyword	Avg. Monthly Sel	Ad Group	Keyword	Avg. Monthly Sel
Generic & Related Terms	護膚品	700	Product Related	ant skin	1700
Generic & Related Terms	面部皮膚	1900	Product Related	cleansing oil	900
Generic & Related Terms	skincare	3900	Product Related	皮膚護理	700
Generic & Related Terms	面部護膚品	1900	Product Related	皮膚護理	700
Generic & Related Terms	皮膚護理	1400	Product Related	皮膚皮膚	700
Generic & Related Terms	護膚用品	900	Product Related	skin sensitive	300
Generic & Related Terms	skin care product	700	Product Related	eye cream	300
Generic & Related Terms	美容護膚用品	700	Product Related	Facial Massage	300
Generic & Related Terms	beauty products	300	Product Related	面部皮膚 (品牌)	300
Generic & Related Terms	skin care products	300	Product Related	cleansing cream	400
Generic & Related Terms	皮膚護理	300	Product Related	skin rejuvenation	400
Generic & Related Terms	常用護膚品	300	Product Related	皮膚皮膚	400
Generic & Related Terms	護膚用品	300	Product Related	face cleanser	300
Generic & Related Terms	常用護膚品	300	Product Related	皮膚用品	300
Generic & Related Terms	skin care brand	400	Product Related	皮膚藥膏	300
Generic & Related Terms	護膚品	400			
Generic & Related Terms	beauty products	300			
Generic & Related Terms	美容用品	300			
Generic & Related Terms	護膚用品	300			

關鍵字插入代碼策略

Website: <http://www.laneige.com.hk/>

內容及描述:

LANEIGE三肽膠原蛋白美肌款 - laneige.com.hk

 www.laneige.com.hk/

緊緻淨透肌底，為運新煥高效美肌，1瓶5效，成就最美證據，了解更多！

{Keyword:美容產品}

- 關鍵字插入代碼可幫助提高“點擊通過率”（CTR）
它直接影響關鍵字的質量得分的點擊

關鍵字插入代碼策略

1. Choose your Keywords 選擇關鍵字

australian real estate

2. Write your title 建立標題

australian real estate - Verve Real Estate Agent

3. Insert your Website link 網址連結

www.ververealestate.com

4. Design your descriptions 描述字
字簡介

描述 1:

Immigration to Australian with Verve

描述 2:

{keyword: **australian real estate**} fast and free
consultation

Immigration Australia - migrationspert.com.au
 Immigration Service Australia migrationspert.com.au
Office for Hong Kong Nationals - Apply Online Now - Issues & Enquiries
Australian Business Visa - Australian Family Visa
Training to Australia? - 2016 Visa to Australia

- ✓ The {keyword: **australian real estate**} will be replaced by the keyword that triggered the ad automatically, or shows "australian real estate" if the length is over the limited.
- ✓ Keyword insertion can help to improve the clickthrough rate (CTR) of your text ads, which influence the keywords quality score directly.

關鍵字插入代碼- 其它例子

Location extensions 地點



Ad related to traveling dog (1)

Traveling Dog - Official Site

www.travelingdog.net

Looking for quality dog accessories? Shop one of our ready-to-ship locations:
 • Map of 650 Colfax, Denver, CO and nearby travelingdog.net locations

Traveling Dog - Official Site

www.travelingdog.net

Locations



Review extensions 評論



Healthy Body Gym - For real results that count!

www.healthbodyweb.com

Make an appointment now.
 Rated #1 for Personal Training Programs - Gym Body Weekly

Google+ Social annotations 社交網注解



Hotels in Vienna Austria - Hotels up to 50% off!

www.example.com/Vienna_Hotels

Save on **Hotels in Vienna, Austria**
 Example.com has 432,880 followers on Google+

Sitelinks 網站連結



Example Pizza Store

www.example.com

Get Your Favorite Pizzas! (8)

Order Online Now

Store Locator

Deals in Your Area

Returning Customer? Order Here

Seller ratings 賣家級別



Tia's Ice Cream Store

www.example.com - ★★★★★ 10,159 seller reviews

Delicious ice cream made with the best local ingredients

Call extensions 電話聯繫



Compare Insurance Quotes

www.example.com/compare

Save time & money. **Compare car insurance**. Top companies.



SEM (Adwords) 案例

Google 恆裝

網頁 圖片 影片 地圖 影片 更多 搜尋工具

共 1,899,050 個搜尋結果 (在 4.4 秒)

香港髮型專家 - NUHART.com.hk

www.nuhart.com.hk • 2201 0656

尋找髮型服務? 專業髮型中心, 就您解決煩惱!

Unit 201-203, Medlink Square 525 Nathan Road

About Hair Loss Clients Notes
 Clients Results Contact Us

設有公立噴花髮型中心 - shenzhenhair.com

www.shenzhenhair.com • +86 755 8235 3500

精製毛髮噴花率超過90% 無痛無痛噴 不脫刀 維持持久生長

9 广东省深圳市罗湖区春风路 2069号

韓式3D無痛噴髮 三萬有找 - newhair.com.tw

www.newhair.com.tw •

連續ISO9001認證, 經嚴格一次鑑定, 超自然設計美髮, 午即可回家上鏡!

皇家醫髮中心

www.royalmedical.com.hk •

2022 3228

最新精噴不再影響了您的心誌, 有沒料變

皇家醫髮中心, 您亦可貴的忠告!

史尊髮型中心-專業活髮

www.stevenson.com.hk •

美國史尊活髮噴髮, 為合前髮

脫髮噴髮, 立即預約諮詢!

網上推廣服務 - 第2部份 搜尋引擎優化 - Search Engine Optimization (SEO)



75% 網站流量經“自然搜尋”而來

5.9億人每天在Google 搜尋

(Source: Google Annual Search Statistics 2013)

Google
Hong Kong

Google Search

Try Feeling Lucky

Calling all young artists: submit your design for this year's Doodle 4 Google

Google search is offered in: [中文 \(繁體\)](#) [中文 \(簡體\)](#)

94% 人使用搜尋器因而消費購物

95% 報章、雜誌記者使用搜尋器

(Source: PRWeek Media Survey)

SEO & SEM 的分別



為甚麼要SEO?



為甚麼要SEO?



SEO 流程



關鍵字選擇

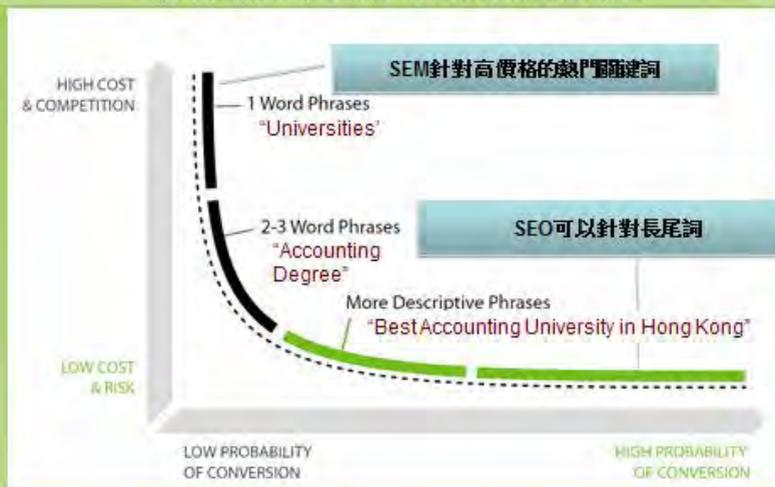
長尾詞例子

SEO：搜尋引擎上的熱門關鍵字、長尾關鍵字（Long-tail Keyword, 意即由較多字詞組成的關鍵字，其中包括較明確的搜尋範圍，例如：低腰牛仔褲）、短尾關鍵字（Short-tail Keyword, 意即由較少字詞組成的關鍵字，搜尋範圍較大，例如：牛仔褲）、搜索次數。

1. "Universities"
2. "Accounting Degree"
3. "University for Accounting"
4. "Best University for Accounting Degree"
5. "Best Accounting University In Hong Kong"
6. "PolyU Accounting and Finance Master Degree"

關鍵字選擇

競爭, 轉換率, 成本進取及防守策略之關係



網站研究分析- Alexa & ahrefs



Web Page URL: <http://www.skinrenew.com.hk/>
The Page Rank: 0/10
(the page rank value is 0 from 10 possible points)

> <http://www.skinrenew.com.hk/>
ranked **40,465,454** in the world (among the 30 million domains)

> it has **2,511** backlinks

Global Rank	Trust Rating	Domain Rating	Backlinks	Referring Domains
40,466,454	7	35	2.5K	374

<https://ahrefs.com/site-explorer/overview/subdomains?target=http%3A%2F%2Fwww.skinrenew.com.hk%2F>

這些工具幫助我們獲得：不同國家的網站加載速度，競爭對手，網頁排名，反向鏈接數，流量分析，網站的價值評估等之間的排名。

網上推廣服務 - 第3部份

使用論壇作推廣

Forum Marketing



論壇網絡 Forum Network



論壇重要性



你的目標客人如何接觸Forum文章?



1 在搜尋器打關鍵字搜尋



2 顯示搜尋結果, 包括 Forum文章



3 Forum內的文章內容質數影響品牌像



1 网民在网時上論壇



2 看見一些對他們有線的文章及他人意見



3 這篇文章內容好壞影響品牌像

Post & Reply Component

Forum	Section
Baby-Kingdom	自由講場
Discuss HK	家居設計佈置
Discuss HK	健康資訊
Uwants	健康資訊



文章發佈例子

Seeding Angle (Objective)	Create discussion topic
Topic	驗到我住果條村有鉛水!!!
Content	我住紅磡二期, 政府早幾日驗到我條村都有鉛水!!! 仲要含鉛超標比例最高!!! 我對鉛水真係零容忍, 因為關乎到我地成家嘅健康, 政府有做嘢同時我地自己都憂自欬! 大家有咩方法??
Reply 1	我住果度暫時冇事, 希望政府盡快調查成件事, 同埋作出補救措施!
Reply 2	我住啟晴邨, 去左驗血, 好彩冇超標, 雖然房署話會同我地換水喉, 不過都唔知幾時先搞掂, 我地一家三口準備左好多樽裝水嘞, 有時會去樓下裝水用, 不過最重要都係裝濾水器過濾雜質!
Reply 3	[r2] 睇黎我都要買定一堆樽裝水, 同埋裝番部濾水器先得, 你用緊果個濾水器ok嗎??
Reply 4	[r3] 我用緊韓國 WELLOS 濾水器, 響健康水家族度買, 都唔錯, 買個陣, 個職員同我講解過, 佢個濾芯可以過濾雜質、泥沙同鐵銹, 我買佢都係為佢呢樣, 又唔算貴200幾蚊安裝方便, 咁樣D水可以有礦物質同去除自來水中的有害物質, 的水攞嚟煮飯, 飲用都安心啲.

網上推廣服務 - 第4部份

Google 網上廣告網絡 - Google Display Network (GDN)

Google
Display Network

香港最大的廣告網絡

Openrice
 香港討論區 discuss
 Uwants
 新浪香港 sina.com.hk
 am730
 頭條日報 全球No.1
 Google Ads
 Display Network
 ePrice
 Ring HK
 Price
 OCFever
 etnet
 Qooza
 香港新浪 eLadies

15,000,000 獨特用戶/每月
 96% 為互聯網用家
 4-6億 廣告顯示印象/ 每月
 超過 1,000 網站網絡
 準確地 接觸相關客戶

顯示廣告營銷 GDN

跨設施	多元化模式	精準定位	價格模式	追蹤及優化
1) 電腦 2) 手機 3) 平板	1) 文字廣告 2) 圖片廣告 3) 短片廣告	1) 內容 2) Retargeting 3) website, app 4) 興趣Interest 5) 標題Topic 6 地區及語言 7) 人口	1) 點擊付費 (CPC) 2) 顯示逾千次付費 (CPM)	1) 底線報告 2) 轉換率追蹤 3) Google Analytics

Keywords Targeting (Ref.)



Noted the above are some allowances of where GDN banners would be shown, and the actual ad position is subjected to the targeting and to change based on performance

GDN banners appear alongside content with selected keywords

Showcase - GDN在網站的位置



Showcase - GDN在網站的位置



再營銷 Remarketing – 公眾與個人的數據

尋找目標客人
誰是你的客人？



Google再營銷數據

自定再營銷數據

再營銷 Remarketing – 公眾與個人的數據

(Google再營銷數據)

Interest Category List	Audience (M)
Apparel & Accessories	4.5M - 5M
Autos & Vehicles	3 - 3.5M
Baby & Children's Products	700K - 750K
Beauty Products & Services	3.5M - 4M
Business Services	3 - 3.5M
Computers & Peripherals	2.5M - 3M
Consumer Electronics	5M - 5.5M
Dating Services	1M - 1.5M
Education	3.5M - 4M
Employment	2M - 2.5M
Financial Services	5.5M - 6M
Gifts & Occasions	3M - 3.5M
Home & Garden	3.5M - 4M
Real Estate	3.5M - 4M
Software	2M - 2.5M
Sports & Fitness	1.5M - 2M
Telecom	3M - 3.5M
Travel	6.5M - 7M
Total	57.2M - 65.75M

(自定再營銷數據)

Category List	Audience (M)
All Visitors	
Visitors of a page	
Visitors of a page who did not visit another page	
Visitors of a page who also visited another page	Need to accumulate
Visitors of a page during specific dates	
Visitors of a page with a specific tag	
Custom combination	

再營銷之過程

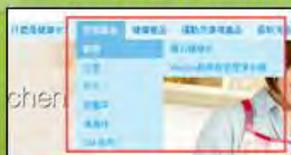


Remarketing - Identify Action to Track and Follow

1. Product enquiry



2. Product Menu



3. Contact us



4. About us



Prospects are tracked in remarketing list when they are browsing official website

“再營銷” - 跨平台及多元設備

搜尋類廣告 (SEM)



GDN 廣告



YouTube廣告



Facebook廣告



貴司網站



App Mobile廣告



Successful showcase – Harmonic Screen Capture

Mobile Apps Screen Capture



網上推廣服務 - 第5部份

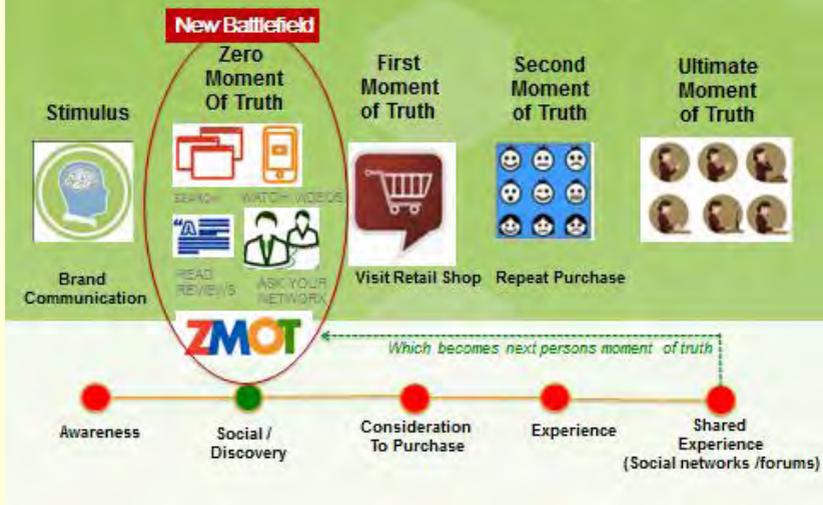
零類接觸行銷 Zero Moment of Truth (ZMOT)

Blogger x SEO

“...understanding how the offline and online world affect each other...”



ZMOT – The New Marketing Battlefield in Purchase Cycle



Case Study - Overview

Location:

- 本地農場

Target Audience:

- 年青家庭主婦
- OL
- 注意飲食健康人士
- 有機食物愛好者

Objective:

1. Brand Awareness-透過搜尋結果(較前排位), 要讓更多人認識這個品牌
2. Word of Mouth-透過口碑, 去建立品牌良好形象



Solutions Overview

Suggested Service	Objective
Blogger/KOL SEO	<ul style="list-style-type: none">• 把正面信息在搜尋器上推高• 增加品牌公信力及認受性• 透過相同興趣及品味的博客把產品推廣給目標客人• 讓博客使用產品後, 把良好口碑傳達到她們的忠實 Fans

Campaign overview

Create Positive Blog and Boost by SEO



Blogger posts can be shown on the high rank of searching results

Online Marketing Situation

94%

conduct online product research before purchase



75%

of Shopping Time spend for online product research

visit Blog & Forum during searching process



70%

start research with a Search Engine



44%

Current Situation



Official site ✓

News article ✓

Facebook ✓

YouTube ✓

unrelated ✗

- No 3rd party reviews are found when searching with high related brand keyword e.g. 富貴有機菜

- Room to include bloggers product review for 富貴有機菜



IG photos ✓

unrelated ✗

unrelated ✗

Proposed Blogger

Cynbunny
Lifestyle Blogger

<http://cynbunnys.blogspot.hk/>



Proposed Blogger

何師奶
全職家庭煮婦

<http://sellvanhah.blogspot.hk/>



小齊與三個弟弟及兩個妹妹，在多事之秋與全職家庭煮婦何師奶，一齊
慶祝「何師奶全職家庭煮婦」十周年紀念，「何師奶全職家庭煮婦」

十周年紀念特輯，「何師奶全職家庭煮婦」十周年紀念，「何師奶全職家庭煮婦」
十周年紀念特輯，「何師奶全職家庭煮婦」十周年紀念，「何師奶全職家庭煮婦」



何師奶 - 何師奶全職家庭煮婦

免臨堂做「《紅莓汁芝士冰餅》(附食譜)



Proposed Blogger

AliceHaha
Blogger & Vlogger & Hong Kong

<http://alicehaha.blogspot.hk/>



一起做瑪德蓮蛋糕!

瑪德蓮 - 瑪德蓮蛋糕
瑪德蓮蛋糕 - 瑪德蓮蛋糕
瑪德蓮蛋糕 - 瑪德蓮蛋糕

Proposed Blogger List

Blogger Name	Blog Uri	No. of Facebook Fans as of 2015.09.23
Cynbunny	http://cynbunny.blogspot.hk	91,711
Katy Beauty	http://katybeauty.com.hk/blog	81,219
AliceHaha	http://alicehaha.blogspot.hk/	79,201
何師奶 ~《全職》煮婦生活逸事 + 烹飪分享》	http://hollymamakymami.blogspot.hk/	71,816
玻璃朱城 - 朱庭萱 Bonnie's Blog	http://bonniebowlay.com/	17,523
絲·房菜	http://silkoficial.blogspot.hk/	9,841

NEW Situation – after blogger SEO service

The image shows a search engine results page for the keyword 'SCATI'. The results include:

- Official site:** SCATI 當家農場 - Fresh, Local, Delivered. www.scati.com.hk
- News article:** 水耕農場4週年慶點自給自足OL及主婦淘寶新地... www.orient.com.hk
- Facebook:** SCATI 當家農場 - Facebook. www.facebook.com/SCATI
- YouTube:** SCATI Controlled Environment Hydroponics Farm 當家農場. www.youtube.com/watch?v=5p2t2aC38

Annotations on the right side of the page include:

- Green checkmarks next to 'Official site', 'News article', 'Facebook', and 'YouTube'.
- Red boxes around 'Good Review' labels next to the Facebook, YouTube, and the bottom news article.

Blogger SEO keywords suggestions:

- 當家農場
- 當家有機菜
- 當家水耕菜
- super clean 蔬菜
- 水耕菜 香港
- 天然水耕菜
- 天然水耕菜
- 水耕菜價錢
- 水耕菜價錢
- 健康食品
- 健康飲食

網上推廣服務 - 第5部份

- 雅虎 Yahoo



- YouTube



- 臉書 Facebook



雅虎原生廣告 (Native Ad)

The screenshot shows the Yahoo! homepage with various content blocks. Two CLARINS advertisements are highlighted with blue boxes. The first is a 'ROURALE CELL LIFE' serum advertisement, and the second is a '雙效修護' (Double Effect Repair) cream advertisement. Both are integrated into the main content area of the page.

YouTube 視頻覆蓋廣告



YouTube 三十秒插播廣告及顯示廣告



Facebook 小統計



Facebook香港**第一位**社交網站

香港用戶總數:

4,400,000

滲透率:

60.9%

智能電話及平板用戶:

3,784,000

每天活躍用家:

3,800,000

55% 用戶為女性



性別

Female
Male

84% users are aged 18 - 54



Age

13-15Y
16-17Y
18-24Y
25-34Y
35-44Y
45-54Y
55-64Y
65-100Y

內容創作及設計 - 文章角度

品牌 Branding

參與 Engagement



產品

- ✓ Product launch
- ✓ Sales promotion
- ✓ Branding
- ✓ Product info
- ✓ Service intro
- ✓ -



互動

- ✓ Questions
- ✓ Mini Contest
- ✓ Ask users to like post, share, and reply



抽水內容

- ✓ Current affairs
- ✓ Hot discussion topics
- ✓ -



動畫/短片

- ✓ Animation ~30s
- ✓ Real-time event reporting
- ✓ Related tips for the product
- ✓ Video game
- ✓ -



迷你遊戲

- ✓ Similar to interactive feeds, but more engaging & fun elements
- ✓ With incentive

Facebook 廣告 Page Like Ad (Video)



參考資料

<https://zh.wikipedia.org/zh-hk/雜貨店>

https://www.success.tid.gov.hk/tc_chi/sgbook/chapter_07.html

<http://www.ird.gov.hk/chi/tax/bre.htm>

<http://www.info.gov.hk/cr>

<http://www.labour.gov.hk/public/pdf/wcp/dutyc.PDF>

<http://www.mpfahk.org>

<http://www.retaas.hkpc.org/tc/index.aspx>

本刊為 『系統化提升香港乾貨 食品批發和零售商運作， 增強競爭力』 項目成果之一

有關項目由

香港糧食雜貨總商會主辦

職業訓練局高峰進修學院作為執行機構

工業貿易署『中小企業發展支援基金』撥款資助

『中小企業發展支援基金』撥款資助
Funded by SME Development Fund



工業貿易署
Trade and Industry Department

主辦機構
香港糧食雜貨總商會



執行機構



在此刊物上／活動內（或項目小組成員）表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署或中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金（機構支援計劃）評審委員會的觀點。