

高價值商品及高增值物流服務

High Value Goods & High Value-Added Logistics Services

善用物流策略 · 強化商業決策

www.Logistics.org.hk



高價值商品

物流服務提升計劃

An Enhanced Program to Enhance the Capabilities of Hong Kong's SMEs in Handling High Value Logistics Services

蔡經倫 陳鏡治 黃樂恆 林秋儀 編著

主辦機構



THE HONG KONG
POLYTECHNIC UNIVERSITY
香港理工大學

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL AND SYSTEMS ENGINEERING
工業及系統工程學系

協辦機構



HONG KONG PURCHASING & SUPPLY ASSOCIATION
香港物流協會



THE INSTITUTE OF
PURCHASING & SUPPLY
OF HONG KONG
香港物資採購與供應學會
Since 1973



1966-2016
50th Anniversary
五十年周年紀念
香港貨運物託業協會
Hong Kong Association of
Freight Forwarding and Logistics

資助機構



「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



名貴珠寶及鐘錶業篇



名貴珠寶及鐘錶業的行業概況

- 香港珠寶業概況及趨勢
- 香港鐘錶業概況及趨勢
- 適用於珠寶及鐘錶業的CEPA政策



名貴珠寶及鐘錶的簡介

- 珠寶首飾的分類
- 鐘錶的分類及價值分級
- 成為高級腕錶的條件因素



名貴珠寶及鐘錶的統計數據



名貴珠寶及鐘錶業的物流特點

- 重視物流運送的時效性，業界較多採用空運
- 貨品必需有妥善的包裝，減低物流過程中被偷竊或遺失的機會
- 業界需頻繁地進行盤點工作，確保庫存準確無誤
- 業界需實行嚴格的保安措施，避免產品失竊



名貴珠寶及鐘錶的風險管理及保安系統

- 儲存地點方面的風險管理
- 產品包裝方面的風險管理
- 物流運送方面的風險管理
- 保安業的分類及牌照



中小企的啓示

名貴珠寶及鐘錶業

近年香港旅遊業受內地自由行政策帶動下，來自中國內地的訪港人次持續增長。現時，中國內地的旅客已經成為香港旅遊業中最廣大的集群，佔七成半以上。根據香港旅遊發展局公佈的數據顯示，在2014年期間，超過4,724萬的遊客來自中國，佔整體訪港遊客77.7%，較前年增加16%。隨著內地經濟的發展，中國人民收入逐漸上升及購買力增強，以及其生活品味和檔次亦不斷提高，消費者願意花費更多金錢購買各種奢侈品包括名貴珠寶首飾及高級手錶，藉以彰顯個人的社會財富和地位。過去多年以來，大批中國內地訪港旅客，因應香港珠寶及鐘錶零售業品牌的優良信譽及款式設計創新，大多會購買各式各樣的珠寶首飾如黃金、鑽石、寶石等，以及國際知名品牌的高級腕錶，因而促進了本港珠寶及鐘錶零售業務的發展。根據香港旅遊發展局的調查，2014年，來自中國內地的過夜旅客消費達1660億港元，當中珠寶首飾及手錶佔整體購物消費的比重高達20%。

珠寶及鐘錶屬於價值高昂的商品，而一些較為稀有的珠寶、鐘錶款式更是價值連城，因此對物流服務一向有非常嚴格的要求。為了保障珠寶及鐘錶商品於物流過程中的安全性及狀態，物流服務商必需採取相應措施，包括在倉庫裝設實時保安監控系統、紅外



線感應器及超聲波感應器等防盜設備、將商品妥善儲存於合適容器並把儲存區域上鎖及實施員工進出控制等。當運送珠寶及鐘錶等貴重商品時，物流服務商可考慮採用追蹤裝置監察物品實時的位置，亦可採用保安條件較嚴格的押運服務，以減低失竊風險。物流服務商若預先做足各種風險管理方案，便可加強對這些貴重珠寶及鐘錶商品及公司本身的保障。





香港珠寶業概況

香港的珠寶業大致可分為貴金屬珠寶和仿首飾兩大類別，當中高價值的貴金屬珠寶佔香港整體珠寶出口總值達八成半以上（87.6%）（香港貿易發展局經貿研究，2015），可見本港珠寶生產商主要經營貴重珠寶業務，他們擅於製造不同種類的高價珠寶，包括寶石首飾、純金首飾、玉石首飾及珍珠首飾等。根據世界黃金協會最近於2015年11月發佈的《黃金需求趨勢報告》數據顯示，貴重金飾的全球需求持續不衰，2015年第三季度全球金飾需求為632公噸，相比去年594公噸上漲6%。印度和中國是黃金飾品的主要市場，佔全球總需求量接近45%，其金飾需求分別增長15%及4%；其他對金飾需求較大的國家還包括美國及中東地區，分別上漲2%及8%。

珠寶業屬於傳統手工藝的行業，向來以中高檔市場為銷售對象，著重珠寶設計及款式。香港珠寶業界擁有經驗豐富及生產水準高的員工，不但具備出色的鑲嵌寶石技術，而且擁有創新的設計思維和能力，並且較為靈活變通，能夠以合理價格承接小批量訂單及製造設計較為複雜、款式較新穎時尚的珠寶，以滿足個別客戶的需要。因此，香港珠寶業的聲譽一向十分良好，本港珠寶首飾

品牌在中國內地，特別是二、三線城市，整體印象甚佳。根據香港貿發局於2014年針對中國內地10個城市進行的珠寶消費調查結果，大多數受訪者認為香港珠寶首飾品牌風格獨特、款式迎合潮流、有創意及品質優良；接近八成受訪者認為香港的珠寶品牌屬中高檔、另有三成認為屬高檔，反映普遍國內消費者認為香港珠寶首飾屬於較高檔次的級別，品牌形象及品質較佳。

珠寶行業趨勢

近年，香港的珠寶出口商面對不同的挑戰，包括與內地及其他國家例如泰國及印度等供應商進行激烈競爭，以及應付海外零售商及進口商的各種要求，包括縮短交貨期、延長賒賬期、退換未售產品以及提供更佳珠寶設計等。同時，由於全球各國主要央行的貨幣政策不一，導致各種珠寶物料如貴金屬、鑽石及寶石等的價格波動，因而減少珠寶出口商的利潤。

為了保持成本競爭力，香港的珠寶生產商已經逐漸透過在中國內地（主要是深圳及番禺）設廠或外判工序，把製造活動轉移到內地，但仍然保留一些高附加值工序在香港進行。另外，越來越多

名貴珠寶及鐘錶業的行業概況

珠寶生產商採用電腦輔助設計/製造(CAD/CAM)系統、自動化生產設備或先進製作技術如電腦數值控制(CNC)車床、電鑄等，以縮短產品開發周期、增加產品設計的精確度及提升生產效率，從而令生產商有能力製作大量具品質保證及價格合理的珠寶。

傳統上，珠寶向來以高檔市場為主要對象，消費者購買貴重珠寶的目的包括婚慶節日、送禮、祈求好運、出席社交或商業宴會等場合、展示自我風格及保值等。近年，珠寶設計已經越來越受時裝潮流所影響，消費者會購買珠寶首飾例如垂飾項鍊、手鍊、耳環、戒指等來配襯日常服裝打扮，欲透過適當的珠寶配飾以增添個人時尚風格。因此，珠寶商亦陸續開拓針對年輕消費者、中等收入人士的市場，在珠寶設計中加入時尚潮流及創新的元素，亦以品牌首飾方式進行推銷。另外，鑑於越來越多男士傾向留意時裝潮流，男用首飾例如手鐲、戒指、袖口扣及領帶別針等的需求逐漸增加，一些珠寶商亦積極開拓男士珠寶製品市場。



香港鐘錶業概況

香港鐘錶業是本港四個主要出口工業之一，在國際間的地位及聲譽不俗。根據2013年的統計數字，以價值計算，香港是全球第二大的完整鐘錶出口地，總出口達770億元，位於瑞士之後；以數量計算，香港亦是居世界第二，位於中國之後。香港主要的鐘錶出口產品包括各種以電池驅動的腕錶，佔總出口46%(香港貿易發展局經貿研究，2016)。香港出口的鐘錶種類包羅萬有，如：金屬錶、塑料錶、指針錶、電子錶、運動錶等。此外，香港亦出口多種鐘錶零部件，例如已經組裝的鐘錶芯、鐘錶殼、鐘錶面、錶扣帶、錶帶和錶殼零件等。2015年，香港的鐘錶總出口下跌5%。美國及中國內地是最大的鐘錶出口市場，合計佔總出口近三分之一。

鐘錶進口方面，香港是全球最大的完整手錶及組裝錶芯進口地。根據2015年的統計數據，香港鐘錶的主要進口來源地分別為瑞士(佔總進口40%)、中國內地(33%)及日本(9%)。現時，本港的鐘錶芯及其他核心部件包括石英、水晶及集成電路等仍主要依賴進口。

鐘錶行業的產業鏈包括開模、注塑、電鍍、機芯製造、表殼製造、錶帶製造、產品裝配以及質量檢驗(香港工業總會，2010)。香

名貴珠寶及鐘錶業的行業概況

港的完整鐘錶製造工序多數仍然是勞力密集模式，鐘錶公司通常接到客戶對不同鐘錶產品型號的小批量訂單，由於訂貨量不大，難於透過自動化生產而達至規模經濟的效益。為了減低成本，大多數本港鐘錶製造商已把勞力密集的工序及生產設施搬遷往中國內地，但價值及質量較高的鐘錶產品製造及一些增值服務例如：鐘錶設計、質量檢驗、售後服務等仍保留在香港提供服務。

目前，全球鐘錶業主要的製造廠商大多數分佈在瑞士、日本、香港和中國內地。瑞士的製造廠商被公認為高級品牌手錶的領導者，很多國際知名和價格昂貴的手錶品牌都是產自瑞士。中國內地的鐘錶製造商普遍集中於較為低端的市場，主要以低廉價格吸引客戶。香港的鐘錶廠商則在中檔手錶市場方面具有主導的地位，主要競爭優勢在於產品質量較高、款式設計時尚及有能力迅速回應客戶的小批量訂單。

香港的鐘錶公司大部分從事原件製造生產(OEM)，一些鐘錶公司已經開拓原創設計生產(ODM)，甚至發展擁有專利技術和品牌的原品牌生產(OBM)業務。香港以OEM形式生產的鐘錶產品，主要銷售至美國、歐盟和日本的進口商及分銷商，而以ODM形式生產的



鐘錶產品，主要出口到中國內地、東南亞國家以及其他新興經濟體。此外，一些香港的鐘錶公司亦有發展自家品牌的手錶業務，部分本地鐘錶公司更收購了瑞士鐘錶品牌或公司，以取得更佳製錶技術及拓展銷售。一般而言，鐘錶業界拓展銷售的最主要渠道便是透過參加展覽會向外地買家展示鐘錶產品，例如在瑞士舉行的巴塞爾世界鐘錶珠寶展(Baselworld)、香港貿發局的香港國際鐘錶展等都是鐘錶業界盛會，為鐘錶公司提供推廣產品的機會。另外，互聯網亦逐漸成為推廣及銷售鐘錶產品的平台之一，越來越多鐘錶零售商及經銷商設立網站，提供產品目錄及網上銷售服務。

鐘錶行業趨勢

近年來，香港的鐘錶業面對全球經濟放緩、傳統歐美市場出口訂單顯著減少、人民幣升值等多項不利因素，再加上面對來自中國內地廠商的激烈競爭，導致貨品單價不斷向下調整。此外，本港的勞動力緊缺，在香港僱用合適的員工投身鐘錶製造業亦是業界現正面對的一大挑戰。同時，在中國內地設有廠房的香港鐘錶製造商亦普遍因應國內加工貿易、勞動合同法、環境和安全等相關政策及法規改變而受到影響。當中勞動合同法對屬於勞力密集型

名貴珠寶及鐘錶業的行業概況

的鐘錶業的影響十分大，它提高了在國內經營的鐘錶企業的行政成本和工人權益成本，令企業難以利用加班或季節性工作等手段來應付市場需求的季節性波動。另外，由於大部分鐘錶部件製造需要電鍍的過程具有污染性，因此鐘錶企業也受到環保法規的壓力。香港的鐘錶中小企業面對強勢的買家，很難將增加的成本轉嫁，因而面對經營上的困難。

面對以上各種挑戰，香港的鐘錶業應當努力改善產品的質量、形象及服務，提高現有鐘錶產品的附加價值，設計及開發新的高增值產品。在市場營銷方面，鐘錶業界應不時留意市場變化，積極參與不同類型之鐘錶展覽及考察團，以發掘及開拓海外新興市場。現時香港鐘錶企業在設計和ODM業務方面仍比中國內地企業存在競爭優勢，香港的鐘錶業應持續開拓產品設計，保持與客戶建立長期的關係，避免純以成本作為競爭的手段。香港的鐘錶企業亦可考慮朝著品牌方面作出新嘗試，透過創立自家品牌、收購現有品牌或洽商行銷服裝或其他品牌之合約經營權(Licensing)等途徑開拓品牌的銷售業務，實行升級轉型及保持競爭力。

適用於珠寶及鐘錶業的CEPA政策

根據《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)，自



2006年1月1日起，所有原產於香港的產品，包括珠寶及手錶，只要符合CEPA原產地規則，均可按零關稅輸入內地，這有助香港珠寶及鐘錶商開拓中國內地市場。

珠寶產品方面，以珍貴金屬製成的珠寶首飾的主要製造工序是模塑，必須在香港進行，假如珠寶製造工序中涉及裝配，則裝配亦須在香港進行，這才能合資格成為香港原產地產品。

手錶產品方面，CEPA協議下之手錶原產地規則可分為以下兩種：

1. 「製造工序+從價百分比」原則

從手錶零件及配件裝配成手錶。主要工序為將錶芯裝嵌在錶體內，並將零件及配件包括錶扣帶、錶帶、錶面及電池等裝配成手錶，並進行測試、校準及品質檢定，且符合從價百分比標準。

2. 「製造工序+自有品牌」原則

從手錶零件及配件裝配成手錶。主要工序為將錶芯裝嵌在錶體內，並將零件及配件包括錶扣帶、錶帶、錶面及電池等裝配成手錶，並進行測試、校準及品質檢定，且外觀設計在香港完成並屬香港與內地主管部門共同認定的香港自有品牌手錶。該香港自有品牌手錶須在錶殼上刻有明顯的香港原產標記，如「香港製造」、「Made in Hong Kong」或“Hong Kong”等字樣。

名貴珠寶及鐘錶的簡介



珠寶首飾的分類

珠寶是高價值、集合裝飾和保值功能的特殊商品，當中絕大多數是由礦物和岩石中的稀有品種經過琢磨或雕刻而製成精美的首飾或工藝品，等級懸殊。基本上，珠寶首飾主要可分為三大類別：金屬類、珠寶玉石類及其他類首飾(見表一)。

珠寶因應不同因素包括珠寶品種、質量、重量、款式、工藝處理及品種稀有程度等可被分為不同的檔次，當中質量主要取決於顏色、透明度、淨度和耐久性。例如：顏色稍差或較不受歡迎、質量一般、耐久性較低或產量較多的珠寶歸納為低檔珠寶，價值較低，每克拉為數十美元以下；中檔珠寶的寶石顏色較美、透明度較高、耐久及品種較為稀少，價值因而較高，每克拉為數十至數百美元；至於顏色優美、晶瑩通透、質量上乘、耐久性極高或品種較為罕有的寶石則被視為高檔珠寶，價值非常昂貴，每克拉由數百至數萬美元或以上，保值性亦最高。常見的女士首飾包括：項鍊、戒指、耳環、手鍊、手鐲、鏈墜、胸針、髮飾、腳鍊等；而常見的男士首飾則包括：戒指、手鐲、垂飾項鍊、袖口扣、領帶別針等。另外，珠寶的價格亦會隨著顧客需求和產品供應量而調整。隨著人類社會的發展，時代及流行文化的轉變，顧客對珠寶的喜好與需求正不斷變化。假如珠寶供應充足而顧客需求薄

弱，便會令珠寶價格下跌；相反地，顧客需求大，但供應方面減少，必會造成價格漲升。

表一：珠寶首飾的基本分類

珠寶首飾類別	分類	例子
金屬類 - 以各種金屬材料製成的首飾	貴金屬	以黃金、鉑金、白銀或合金(K金)等貴金屬製成的首飾
	普通金屬	以普通金屬材料例如銅、鋁等製成的首飾
	薄層類	將貴金屬材料通過一定的方法，牢固地附在其他材料表面上而製成的一類首飾，包括鍍金、包金、鍛壓金等首飾
	仿貴金屬	利用與貴金屬外觀非常相似的材料製成的首飾，實際上不含貴金屬成分
珠寶玉石類 - 將珠寶玉石通過磨制、雕塑、鑲嵌和粘串等工藝而成的首飾或工藝品	晶體寶石	鑽石、紅寶石、藍寶石、祖母綠、水晶等
	玉石	翡翠、軟玉等
	有機寶石	珍珠、琥珀等
其他首飾	利用金屬和珠寶玉石以外的材料製成的首飾	陶瓷、木料、線類、皮類、象牙等

資料來源：香港貿易發展局經貿研究 (2014a)

名貴珠寶及鐘錶的簡介

鐘錶的分類及價值分級

鐘錶是一種顯示時間、計時的精密裝置，按鐘錶的原動力可被分為機械鐘錶及電子鐘錶兩大類別：

機械鐘錶是指利用重錘或彈簧的釋放能量為原動力，推動一系列齒輪運轉，借擒縱調速器調節輪系轉速，以指針指示時刻和計量時間的計時器。

電子鐘錶則是透過電池能量為原動力，以液晶顯示數字或以石英指針指示時刻的計時器。

一般而言，鐘錶是由多個零部件裝配而成，包括：錶殼、錶面、錶帶、錶扣帶、鐘錶芯、指針、鈕型電池、錶冠、電子零件、以及其他核心部件如石英、水晶及集成電路等。

鐘錶/腕錶因應不同因素包括鐘錶品牌、款式、功能、產量、歷史背景等會有不同的價值。據鐘錶業界專業人士的意見，鐘錶/腕錶一般因應其價值可被分為不同的檔次，最高級別的腕錶價值可超過10萬元，詳見表二。



表二：腕錶的價值分級

腕錶檔次	腕錶價值 (港幣)
高檔	\$100,000 以上
中高檔	\$10,000 - \$100,000
中檔	\$3,001 - \$10,000
中低檔	\$1,001 - \$3,000
低檔	\$1,000 或以下





成為高級腕錶的條件因素

屬於高價值、較高檔次的高級腕錶通常具備以下多項條件：

(1) 品牌知名度

腕錶的品牌知名度高、歷史悠久、廣泛被宣傳及受大眾消費者喜愛和追捧；

(2) 款式設計

腕錶的款式設計廣受歡迎、流程度高、獨特創新、或充滿歷史價值的經典/傳奇設計；

(3) 性能

具卓越的機芯性能，例如：潛水性能、計時功能、日曆/全日曆/年曆/萬年曆的顯示功能、陀飛輪裝置等；

(4) 打磨

具良好的打磨技術，若機芯內的零件打磨得好，能減少齒輪之間的磨擦及因磨擦而產生的金屬屑，讓機芯能夠運作順暢，以及減少動力的損耗；

(5) 產量

腕錶只作限量生產，例如一些特別版或紀念版腕錶只作限量供應，消費者不能輕易購入腕錶，突顯佩戴該腕錶人士尊貴崇高的地位；

(6) 價錢

價錢昂貴，所謂物以罕為貴，由於高級腕錶生產數量少，款式限量發售，其價值亦十分高；

(7) 顧客及售後服務

提供優秀體貼的顧客服務，包括：殷勤和無微不至的銷售服務、舒適華麗的店舖裝潢、精美的產品包裝、售後保養/檢查維修服務等。

名貴珠寶及鐘錶業的統計數據



珠寶

香港貴金屬、珍珠及寶石首飾的出口總值自2013年及2014年分別錄得6.5%及8.4%增長後，於2015年開始下跌。根據香港政府統計處貿易統計數字，2015年的貴金屬、珍珠及寶石首飾總出口價值為約539億港元，較往年減少12.2% (見表三)。

表三：貴金屬、珍珠及寶石首飾 (標準國際貿易分類 897.3) 的出口數據

貴金屬、珍珠及寶石首飾 (標準國際貿易分類 897.3)	價值單位: 港元 (百萬元)					
	2013年		2014年		2015年	
	價值	增減%	價值	增減%	價值	增減%
本產出口	8,373	-4	7,580	-9.5	6,830	-9.9
轉口	48,342	+8.5	53,896	+11.5	47,134	-12.5
總出口	56,715	+6.5	61,476	+8.4	53,964	-12.2

資料來源: 政府統計處

如按類別劃分，貴金屬製首飾及其部件的出口價值仍然佔貴重珠寶出口總值達九成半以上，但在2015年貴金屬製首飾及其部件的出口價值錄得下跌約12% (見表四)。如表五所顯示，美國及歐盟仍

然是香港貴重珠寶的主要出口市場，合計佔2015年珠寶出口49.8%，當中香港對美國的出口增長2.5%，香港對歐盟的出口則下跌了2.3%。其他香港貴金屬、珍珠及寶石首飾的主要出口市場還包括瑞士 (9.4%)、英國 (8.9%)、阿聯酋(7.3%) 及東盟 (6.9%)。

表四：貴重珠寶首飾的整體出口數據 (按類別劃分)

貴重珠寶首飾的整體出口 (按類別劃分)	價值單位: 港元 (百萬元)								
	2013年			2014年			2015年		
	價值	比重%	增減%	價值	比重%	增減%	價值	比重%	增減%
貴金屬製首飾及其部件	54,911	96.8	+6.3	59,487	96.8	+8.3	52,122	96.6	-12.4
珍珠、寶石或半寶石製品 (天然、合成或再造)	1,684	3	+9.3	1,913	3.1	+13.6	1,735	3.2	-9.3
貴金屬製金器或銀器及其部件	120	0.2	+54.7	76	0.1	-36.5	107	0.2	+40.7

資料來源: 政府統計處

名貴珠寶及鐘錶業的統計數據



表五：貴重珠寶首飾的整體出口數據 (按出口市場劃分)

貴重珠寶首飾的整體出口 (按市場劃分)	2013年		2014年		2015年	
	比重%	增減%	比重%	增減%	比重%	增減%
美國	29.7	+7.2	27.2	-0.7	31.7	+2.5
歐盟	17.9	+9.6	16.3	-1.0	18.1	-2.3
意大利	1.7	-10.4	1.8	+15.4	2.1	+3.4
英國	7.7	+8.6	6.9	-3.7	8.9	+13.8
瑞士	10.1	+20.7	12.1	+29.2	9.4	-31.7
阿聯酋	4.6	-7.6	10.9	+154.8	7.3	-41.1
中國	4.1	-4.6	3.9	+3.4	5.5	+22.6
澳門	10.5	+83.3	6.9	-29.1	6.6	-15.3
東盟	5.9	+12	7.2	+32	6.9	-15.8
泰國	0.9	+23.4	0.6	-27.9	1.1	+70.4

資料來源: 政府統計處

鐘錶

根據香港政府統計處貿易統計數字，香港的鐘錶總出口價值於2014年增長4.2%，但2015年的香港鐘錶總出口價值為約767億港元，較去年減少4.5% (見表六)。

表六：鐘錶 (標準國際貿易分類 885) 的出口數據

鐘錶 (標準國際貿易分類 885)	價值單位: 港元 (百萬元)					
	2013年		2014年		2015年	
	價值	增減%	價值	增減%	價值	增減%
本產出口	743	+152.6	909	+22.2	671	-26.1
轉口	76,312	+3.1	79,413	+4.1	76,050	-4.2
總出口	77,056	+3.6	80,321	+4.2	76,721	-4.5

資料來源: 政府統計處

名貴珠寶及鐘錶業的統計數據

如表七所顯示，瑞士、中國及美國是香港鐘錶的最大出口市場，其2015年鐘錶總出口的比重分別是16.7%、16.2%及16.1%，合計接近50%。2015年香港鐘錶對瑞士的出口輕微減少了0.4%，而香港對中國及美國的鐘錶出口則分別下跌了1.7%及5.5%。另外，歐盟亦是香港鐘錶的主要出口市場，佔2015年鐘錶總出口的14.2%。

表七：鐘錶的整體出口數據 (按主要出口市場劃分)

鐘錶的整體出口 (按主要市場劃分)	2013年		2014年		2015年	
	比重%	增減%	比重%	增減%	比重%	增減%
美國	16.5	+4.9	16.3	+2.8	16.1	-5.5
瑞士	15.7	+5.9	16	+6.4	16.7	-0.4
中國	15.3	+6.7	15.8	+7.7	16.2	-1.7
歐盟	15.1	-4.9	14.4	-0.5	14.2	-6.0
日本	7	-15.1	7.3	+8.7	8.8	+14.4
澳門	8.4	+31.3	8.5	+4.7	6.6	-26
東盟	6	+8.3	6.3	+9.7	6.6	+1.2

資料來源: 政府統計處



2015年，香港鐘錶及其零部件的主要進口來源地包括瑞士 (佔總進口39.5%)、中國內地 (32.6%)及日本 (8.5%) (見表八)。

表八：鐘錶的整體入口數據 (按主要進口來源地劃分)

鐘錶的整體入口 (按主要進口來源地劃分)	2013年		2014年		2015年	
	比重%	增減%	比重%	增減%	比重%	增減%
瑞士	47.5	-4.6	45.4	-0.1	39.5	-24.1
中國	27.8	+5.9	28.4	+6.7	32.6	+0.2
日本	8.5	-18.6	8.5	+4	8.5	-12.9
意大利	3.6	+19	4	+16.9	3.8	-17.9
澳門	1.7	+37.5	2.1	+22.5	2.5	+6.7

資料來源: 政府統計處



重視物流運送的時效性，業界較多採用空運

珠寶及鐘錶的款式設計及銷售訂單多會受季節性及流行潮流等因素影響，例如需要趕及應付季節性慶祝及著重送禮文化的節日如聖誕節、感恩節等急增的訂單；亦需要充分掌握當季及下季流行潮流的情報，從而推出相應及新穎的款式設計，並快速地推出市場以回應潮流，進一步刺激珠寶及鐘錶的銷售。

由此可見，珠寶及鐘錶的時效性極為重要，物流配送時間必須快，以免錯過了銷售的黃金時機。因此，珠寶及鐘錶的產品一般較多採用空運配送，以縮短運輸的時間。

縱使空運的物流費用較船運昂貴，但在珠寶及鐘錶的價值相比之下，空運的物流費用佔整體成本的百分比只是很少，但是卻可利用較快的時間將珠寶及鐘錶產品送達目的地國家，應付當地客戶需求，所以現時業界較多採用空運的運送方式。

貨品必需有妥善的包裝，減低物流過程中被偷竊或丟失的機會

珠寶及鐘錶產品屬於高價值貨品，產品體積一般較細小，不但容易成為賊人偷竊的目標，亦容易在運送過程中被遺失。因此，珠寶及鐘錶商及其物流服務商必須在運送貨品前妥善做好包裝工作，盡量減低珠寶及鐘錶被偷竊或遺失的機會。特別當珠寶及鐘錶需要被配送至一些治安較差的國家例如希臘、意大利及墨西哥等的時候，貨品的外圍包裝保護必須加以鞏固，以防賊人割破包裝盒的邊緣位置盜取內裏的產品。

珠寶及鐘錶商及物流服務商一般會利用多重包裝盒子，以增加產品的體積及內在保護，避免引來賊人的目光，減少珠寶及鐘錶被盜的機會，也可減低遺失貨品的風險。

名貴珠寶及鐘錶業的物流特點



業界需頻繁地進行盤點工作，確保庫存準確無誤

由於珠寶及鐘錶產品價值極為昂貴，所以庫存控制和管理是十分重要的。為了掌握準確的庫存資料，業界經常需要花費大量時間進行非常仔細及準確的盤點工作，核對各款產品的數量，看看有沒有任何產品遺失或錯漏。

例如：各珠寶及鐘錶零售店舖員工在每天開店前及營業時間過後均需要盤點該店舖內的所有產品，以確保實際庫存數量與電腦系統顯示的數量相符。儲存珠寶及鐘錶產品的倉庫亦同樣需要定期進行盤點的工作，由獲授權的員工盤點倉庫內的珠寶及鐘錶庫存數量，增加庫存準確度。如有發現產品失竊的情況，亦可盡早報案處理。

業界需實行嚴格的保安措施，避免產品失竊

珠寶及鐘錶產品價值高昂，物流配送、倉庫儲存及零售店舖等各方面均需實行嚴格的保安措施，防止產品被偷竊而招致損失。物流配送方面，如果有大批珠寶及鐘錶產品需要運送，其總貨值相當高昂，業界一般會聘請專業押運公司，由持槍護衛員工負責押運產品，並利用裝有全球衛星定位(GPS)的裝甲車輛運送，以保障產品安全及追蹤產品的實時位置。

至於物流倉庫儲存方面，高價值珠寶及鐘錶產品需被存放於夾萬之中，並把有關倉庫區域上鎖，限制員工的出入。該倉庫亦需要安裝不同的保安設施如二十四小時閉路電視錄影、紅外線探測器、自動警報系統等，以及聘請保安員輪班駐守。

零售店舖方面，普遍店舖會指示員工在營業時間過後，把所有或大部分存放於陳列櫥窗及各展示飾櫃的貴重珠寶及鐘錶產品收起並存放入店舖內的夾萬。而有一些珠寶及鐘錶的零售店舖更會在櫥窗位置拉下簾子，避免招引賊人進內爆竊。



名貴珠寶及鐘錶產品一般體積較為細小，但產品價值卻十分高昂。在風險管理方面，這些珠寶及鐘錶產品除了有被賊人盜竊的風險外，在物流運送過程中產品亦可能會出現遺失或損毀的風險，因而令公司招致金錢上的損失。有見及此，各珠寶及鐘錶商及其物流服務商在策劃物流供應鏈方案時必須仔細評估當中的潛在風險，採取有效的風險管理措施及安裝高規格的保安系統，以盡量減低出現盜竊、產品遺失或損毀等風險。

以下部分會從儲存地點、產品包裝及物流運送三大方面探討珠寶及鐘錶產品所需的風險管理措施及保安系統。

(i) 儲存地點方面的風險管理：

名貴珠寶及鐘錶產品一般被存放在各零售珠寶及鐘錶店舖內售賣，有時一些較為珍貴及稀有的珠寶及鐘錶更會在展覽會或拍賣會上展出。這些存放貴重珠寶及鐘錶產品的地點包括零售店舖、展覽會或拍賣會場所、以及物流中心或儲存倉庫內必須安裝穩固鑲嵌於地上的防火防盜夾萬，以妥善儲存這些名貴珠寶及鐘錶產品。

另外，儲存珠寶及鐘錶產品的地點內亦要安裝一些基本的保安防

盜系統及硬件設備，如閉路電視錄影監察系統 (Closed Circuit Television System, CCTV)，在店舖、倉庫或展覽場所內的不同位置安裝攝像鏡頭進行每天二十四小時的錄影監控，加強保安作用；防盜警鐘系統 (Burglar Alarm System, BAS)，在非工作時間內開啓，並連接二十四小時保安監察中心，當遇到任何異常情況發生，好像有非法進入者或外物進入紅外線對射系統的感應範圍、受監測保護的門或窗被開啓、感應到有煙霧出現的時候，警鐘系統便會被觸動，立即通報相關保安中心跟進並引發刺耳警號及強力閃燈，用以嚇退賊人及引起他人及警察的注意。

除了保安防盜系統等設備外，名貴珠寶及鐘錶的儲存地點內一般需要聘請保安護衛在各主要出入口駐守，從而有效地作人員進出控制，只容許獲授權人士進入。同時，保安護衛主要負責零售店舖、物流倉庫或展覽場所內的保安工作，包括監察更換店舖櫥窗的展示產品、盤點、在夾萬提取或存放產品等過程，定時在倉庫或展覽場所內巡邏，如發現任何不尋常的情況便立即向保安中心匯報事件。保安護衛不但可阻止盜竊罪案的發生，也可以監察貴重物品的情況，避免物品受到自然災害如火警或水浸等影響而出現損失。

此外，店舖或倉庫員工必須經常進行盤點，以核對存貨數量。珠寶及鐘錶商需指導前線銷售員工要時刻提高警覺，觀察店舖內情況，別讓企圖偷竊者有下手的機會。店舖或展覽會關門後，員工必須把名貴珠寶及鐘錶從陳列櫥窗或展覽架上收回並放入夾萬之中，保障產品的安全。

(ii) 產品包裝方面的風險管理：

當珠寶及鐘錶商或物流服務商需要經海、陸、空交通運送名貴珠寶及鐘錶產品至本地或境外地點時，作出適當的產品包裝是極為重要，可發揮保護產品的功能，減低貴重產品被偷竊、遺失或損毀的風險。

採用多重包裝箱

假如需要運送珠寶及鐘錶的數量不多，其產品體積較為細小的話，物流服務商或珠寶鐘錶商應該採用多重箱子及不同的填充物把產品包裝起來，增加已包裝產品的體積，這樣不但可以減低珠寶及鐘錶產品遺失或受損的機會，亦可以避免引起外人的注意，減低產品被盜竊的風險。即使外圍的包裝箱子受到擠壓、碰撞或被割開，內裡的箱子仍能發揮保護作用，有效地防止名貴珠寶及



鐘錶在運送過程中被偷或損毀。

加強包裝箱的穩固度

假若需要運送珠寶及鐘錶的數量較多，每個裝滿產品的包裝箱的總價值將會相當高昂，因此必須加強包裝對產品的保護作用，採取更多風險管理措施，以進一步加強包裝箱的穩固度。例如：在包裝箱的封口處需多加一些封箱膠紙，而且更可採用一些印有圖案標記或文字的膠紙，讓收貨人辨認出包裝箱在運送期間有沒有曾經被拆開。同時，在包裝紙箱上的封口處打釘及在整個包裝箱的四邊打帶，可以更加鞏固包裝的封口，使包裝箱在搬運過程中不容易被撞破，減低遺失或損毀產品的風險。



根據業界專業人士的經驗，竊賊通常會割破包裝箱的邊緣位置以盜取內裏的產品，企圖裝成是因包裝箱在搬運期間遭到破損而不小心遺失產品。因此，當大批珠寶及鐘錶產品需要被運至一些治安條件較差的國家如墨西哥、意大利及希臘等的時候，一些珠寶及鐘錶商或其物流服務商更會在包裝箱內裏的四邊及底面加入薄鋼板，從而增加對內在產品的包裝保護，使高價值產品不容易被偷取或遺失。



另外，爲了確保高價值產品能夠安全地送達收貨人手中，產品完成包裝作業後，珠寶及鐘錶公司可利用密碼鎖或封條將貨箱上鎖，確保只有相關的收貨人員才有密碼開啓該貨箱。

(iii) 物流運送方面的風險管理：

珠寶及鐘錶商或其物流服務商需要運送高價值珠寶及鐘錶由A地點至B地點的物流運送過程，例如：從海外空運到本港、從機場至各零售店舖或倉庫、各零售店舖之間的庫存轉換、由本港經跨境關口或機場運送到國內或海外地點、由零售店舖運至珠寶及鐘錶產品拍攝或展覽/拍賣會場地等等，必須小心考慮運送途中的保安及保險細節，以保障高價值商品的安全。

一般而言，在編排物流運送車輛路線時，應當採用最短或最快捷的行車路線，以盡量縮短高價值商品在途中的時間，這將較爲安全。同時，需要運送產品的細節如日期、時間、出發地點、目的地、車輛類別及車牌號碼、行車路線、所載產品的種類、數量及價值等資料必須盡量保密，只容許個別負責的員工知道，以減低洩漏敏感資料的機會。

如果需要運送的珠寶及鐘錶數量較少，如只是各零售店舖之間的产品運送以應付快速的銷售需要，店舖可考慮委託兩名公司的長期僱員負責運送，當中一名員工負責提取珠寶及鐘錶產品，另一名員工則充當見證者的角色。然而，公司必須安排員工在不規則的日期及時間及採用保安條件較安全的交通工具如私家車及的士等進行運送，避免被不法分子掌握相關資料。但是，珠寶及鐘錶公司亦需要與保險公司保持密切溝通，共同商討保險的細節，確保保險條款能夠涵蓋珠寶及鐘錶產品所採取的運送方式。

如果需要運送的珠寶及鐘錶數量較多或價值十分昂貴，珠寶及鐘錶業界一般會採用專業押運服務，由專業護衛或持槍警衛負責押送產品至目的地點，亦可選擇利用保安條件高的防彈裝甲車運送產品，以確保高價值的產品能夠安全地送抵目的地或收貨人手中。防彈裝甲車上安裝有跟蹤及追蹤系統如全球定位服務，讓保安公司或支援中心可實時追蹤車輛的位置，保證貨物安全。另外，根據保安業的內部指引，隨行的保安護衛一般需定時向所屬的保安支援中心通報所在位置以表示安全，車輛及人員沒有被不法分子騎劫或脅持。



保安業的分類及牌照

香港的保安業受《保安及護衛服務條例》監管，目的在於推動並鼓勵保安業界提高服務水平，以協助打擊罪案。根據《保安及護衛服務條例》，任何公司供應人員在有報酬的情況下為他人擔任保安工作，必須申請由保安及護衛業管理委員會發出的保安公司牌照。保安工作一般指以下任何活動：

- 護衛財產；
- 防止或偵測罪行的發生；
- 安裝、保養或修理保安裝置；
- 為個別處所或地方設計附有保安裝置的系統。

保安及護衛業管理委員會可向保安公司發出下列三種保安公司牌照(或其組合):

第 I 類：提供保安護衛服務

第 II 類：提供武裝運送服務、持槍及押運等

第 III 類：安裝、保養及/或修理保安裝置或設計附有保安裝置系統

提出保安公司牌照申請的公司會被調查公司的背景資料及作出詳細的實質審查。調查一般會按照詳細的準則進行，包括就訓練、受聘人士資料查核、運作程序、解款車和保險庫的建造、控制室的建造和運作等方面進行審查。另外，持牌的保安公司亦需接受定期的審查，以確保有關公司保持應有的服務水準。

因此，各中小企業若果需為高價值商品尋找適合的保安服務公司，以提供保安護衛服務、武裝運送押運服務或設計及安裝保安裝置的系統，應先留意該公司是否持有相關的保安公司牌照以作保障。





- 貴公司通常處理的產品是什麼?其產品價值有如珠寶及鐘錶般高昂嗎?產品有遭遇過失竊或丟失的事件嗎?
- 貴公司的產品著重運送的時效性嗎? 會較多採用空運或海運?
- 現時你會如何為產品進行妥善的包裝?成效如何? 產品包裝能有效地保護產品，以減低物流過程中被偷竊或丟失的機會嗎?
- 若貴公司有提供高價值的產品，你認為現在採用的保安方案及風險管理措施足夠嗎?你會如何選擇合適的保安服務公司?

參考文獻

- 香港貿易發展局經貿研究 (2016)，《香港鐘錶業概況》，2016年2月22日，網頁：<http://hong-kong-economy-research.hktdc.com/business-news/article/香港行業概況/香港鐘錶業概況/hkip/tc/1/1X000000/1X001DHG.htm>。
- 世界黃金協會 (2015)，《全球消費者爭相購金 2015年第三季度黃金需求走高》，2015年11月12日。
- 香港貿易發展局經貿研究 (2015)，《香港珠寶業概況》，2015年2月27日，網頁：<http://hong-kong-economy-research.hktdc.com/business-news/article/香港行業概況/香港珠寶業概況/hkip/tc/1/1X000000/1X001DFI.htm>。

- 香港貿易發展局經貿研究 (2014a)，《中國珠寶首飾市場概況》，2014年10月29日，網頁：<http://china-trade-research.hktdc.com/business-news/article/中國消費市場/中國珠寶首飾市場概況/ccm/tc/1/1X000000/1X002MMK.htm>。
- 香港貿易發展局經貿研究 (2014b)，《中國內地珠寶消費調查:香港珠寶首飾品牌優勢》，2014年10月8日，網頁：<http://economists-pick-research.hktdc.com/business-news/article/研究文章/中國內地珠寶消費調查-香港珠寶首飾品牌優勢/tp/tc/1/1X000000/1X09ZL36.htm>。
- 余宗明 (2014)，《腕錶導賞手冊》，萬里機構·萬里書店，2014年10月，初版。
- 文森·白斯汀，尚·諾埃爾·凱費洛 (2014)，《奢侈品策略：讓你的品牌，成為所有人奢求的夢想》，臺北市：商周出版，2014年10月，二版。
- 香港工業總會 (2010)，《香港製造業中小企：迎戰未來－行業市況分析報告 鐘錶業》，香港工業總會出版。
- 呂麟素 (1994)，《珠寶鑒定與商貿易實務》，北京：中國輕工業出版社，1994年10月，初版。
- https://www.tid.gov.hk/english/cepa/tradegoods/files/mainland_2015_c.pdf。
- <http://baike.baidu.com/view/25121.htm#1>。
- 香港警務處保安公司監察小組，http://www.police.gov.hk/ppp_tc/04_crime_matters/cpa/sciu.html。
- 香港政府統計處，<http://www.censtatd.gov.hk>。

