

中小企業發展支援基金／
發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金（BUD 專項基金）
（機構支援計劃）

核准項目總結報告

項目參考編號 : BUD 16 4 007
項目名稱 : 為本地孕婦、嬰兒及兒童用品業界建立可靠及高質素形
象及提供發展機會以邁向內地市場
報告涵蓋期 : 由 12/9/2017 至 12/11/2018
(日/月/年) (日/月/年)

1. 項目詳情

(如下述項目詳情與附於項目協議內的項目建議書有任何不同，請加上“**”)

項目內容摘要 (約 150 字)

內地於 2016 年開始實施「二孩政策」令出生人口大增，連帶刺激孕嬰童產品市場的需求。同時，國內品牌的出品由於接連出現問題，故已經不能滿足內地家長的需求。相對於國內品牌，香港的孕嬰童產品於安全和品質方面均較為優勝，亦能符合國內消費者的需要，但香港產品於內地市場的知名度不足，為了讓香港的產品能夠打入內地市場，此計劃將透過於展覽設立香港館，及設立孕嬰童資訊網站，為本地孕嬰童業界建立可靠及高質素形象，並提供更多機會讓香港業界接觸內地的資訊渠道。

項目目標 (約 80 字)

本項目將協助與孕婦、嬰兒及兒童(孕嬰童) 產品相關的香港企業拓展內地市場，透過 1) 加強內地企業對香港提供可靠、高品質及安全產品的形象及 2) 提供有效渠道予本地企業直接接觸相關內地企業。

獲資助機構／合作機構／執行機構

獲資助機構 : 香港孕嬰童業協會有限公司

香港醫療及保健器材行業協會有限公司
香港中華廠商聯合會
香港工業總會
香港總商會

合作機構 : 香港貿易發展局

執行機構 : 香港生產力促進局

執行項目的主要人員

	姓名	公司／機構	電話號碼及 傳真號碼
項目統籌人 :	李國明	加美敦有限公司	3457 0621 / 2914 4298
項目副統籌人 :	林廣德	安朗童話世界(香港)有限公司	3457 0621 / 2914 4298

項目推行期

	開始日期 (日/月/年)	完成日期 (日/月/年)	項目期限 (月數)
項目協議所訂日期	2017/09/12	2018/09/11	12
修訂 (如適用)	2017/09/12	2018/12/11	15

2. 項目成效總結

項目成果

(請列出夾附於項目協議內的項目建議書上所述的項目成果，並提供有關每個項目成果的實際成效的資料。)

	項目成果 (e.g. 第一場講座)	可量化的目標 (e.g. 100 人)	實際成效 (e.g. 90 人)	未能達成目標的原因 (如適用) (e.g. 報名人數超過 120 人，但個別人士未能預期出席。會加強餘下兩場講座的宣傳，以彌補不足人數。)
a)	在內地展覽會設立香港館及舉辦商貿配對 (廣州孕嬰童產品博覽會, 16-18/11/2017)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 香港館大約為 300 平方米 ➢ 預計展出來自 100 間公司的 300 件產品 ➢ 每次展覽會目標促進約 50 間內地企業與約 15 間香港企業直接交流 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 香港館為 300 平方米 ➢ 展出來自 93 間公司展出多於 300 件產品 ➢ 於展會期間，有 91 間內地與 19 間香港公司作直接交流。 	部分公司展出多於一種產品類別，因此即使少於 100 間公司參與是次活動，但展出多於 300 件產品。項目人員將會加強下次北京展覽會的宣傳。
b)	在內地展覽會設立香港館及舉辦商貿配對 (北京孕嬰童產品博覽會, 14-16/4/2018)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 香港館大約為 300 平方米 ➢ 預計展出來自 100 間公司的 300 件產品 ➢ 每次展覽會目標促進約 50 間內地企業與約 15 間香港企業直接交流 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 香港館面積為 300 平方米 ➢ 展出來至 100 間公司，多於 350 項展品 ➢ 於展會期間，有 80 間內地公司，與約 18 間香港企業直接交流 	
c)	於香港舉辦 6 場孕嬰童產品內銷專題研討會	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 此專題討論會目標總人數約為 350 人 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 六場專題研討會已順利舉行，共吸引約 270 人參與 	
b)	在香港館派發宣傳單張及香港館小冊子	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 每個展會派發 2,000 份宣傳單張及 500 本香港館小冊子 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 每個展會派發 2,000 份宣傳單張及 500 本香港館小冊子 	不適用
c)	本地及內地廣告宣傳	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 在兩個香港工商業協會之刊物刊登廣告(每個展會刊登一次) ➢ 內地孕嬰童刊物刊登廣告 (每個展會刊登一次) ➢ 內地孕嬰童招商網站刊登廣告 (每個展會刊登一次) 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 在香港總商會《Bulletin》月刊及香港工業總會《Industrialist》月刊，合共刊登四次廣告 ➢ 在“中國嬰童招商網”刊登廣告一次 	在“中國嬰童招商網”刊登廣告之後，在博覽會中能與 91 間內地公司作直接交流，我們在現場訪問了參加者，發現他們主要由主辦單位發放資訊、電郵信息、即時通訊軟件、朋友介紹等方法下得知此博覽會，項目督導委員會認為以上方法比在內地孕嬰童刊物刊登廣告更為有效，所以決定不在內地孕嬰童刊物刊登廣告。
d)	建立香港網上孕嬰童產業資訊網站	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 建立一個香港網上孕嬰童產業資訊網站 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 一個香港網上孕嬰童產業資訊網站已經建立，(網址為：http://www.hkcbm-directory.com/) ➢ 網站上已上載香 	不適用

			<p>港孕嬰童企業的相關資訊，並可透過不同的分類及選項，讓內地買家可以更便捷地查找相關資訊。</p> <p>➤ 此網站亦為本項目之項目網站，項目小組已將項目之相關資訊及宣傳物料上載至網站，以供本港孕嬰童中小企及公眾查閱相關項目成果。</p>	
e)	建立項目查詢專線	<p>➤ 將由生產力促進局提供專用電子郵箱及電話查詢服務</p>	<p>➤ 由生產力促進局提供專用電子郵箱 (brianmak@hkpc.org)及電話查詢服務(+852-2788 5799)</p>	不適用

項目成果的細節（例如日期、時間、地點、講者、討論主題等。）

（如有需要，請以表列形式填寫。）

1.) 於內地展覽會設立香港館及舉辦商貿配對			
項目成果	日期	展覽	地點
在內地展覽會設立香港館及舉辦商貿配對（廣州孕嬰童產品博覽會）	16-18/11/2017	第 26 屆京正·廣州孕嬰童產品博覽會	廣州
在內地展覽會設立香港館及舉辦商貿配對（北京孕嬰童產品博覽會）	12-14/4/2018	第 27 屆京正·北京孕嬰童產品博覽會	北京

2.) 於香港舉辦 6 場孕嬰童產品內銷專題研討會		
主題	日期	參加人數
孕嬰童食品內銷經驗分享	12/6/2018	43
玩具企業內銷經驗分享	17/7/2018	33
服裝內銷經驗分享	16/8/2018	30
孕嬰童產業概況	13/9/2018	112
教育用品內銷經驗分享	6/12/2018 (上午)	25
嬰童日常用品內銷經驗分享	6/12/2018 (下午)	25

階段成果（請按日期順序列出）

（# 請說明有關的階段成果是否已完成（C）、延期（D）或未能完成（N）。如階段成果延期，亦請說明修訂的完成日期。請在報告的第 2.4 項為延期或未能完成的階段成果提供原因。）

階段成果 (一如附於項目協議的 核准項目建議書所開列)	原定的 目標完成 日期	修訂的 完成日期 (如適用)	情況 (已完成(C)/延期(D)/未 能完成(N) #)
(a) 籌備及項目宣傳	31/10/2017		C
(b) 建立及營運項目查詢專線	12/09/2018	11/12/2018	C
建立及更新香港網上孕嬰童產業資	12/09/2018	11/12/2018	C
(c) 訊網站			
於香港工商業協會刊物刊登廣告	12/06/2018		C
(d) (共四期)			
(e) 設計及製作宣傳單張及海報	12/06/2018		C
(f) 於內地孕嬰童刊物登廣告 (共兩期)	12/04/2018		N
於內地孕嬰童招商網站刊登廣告	12/04/2018		N
(g) (共兩次)			
設計及印刷項目資訊小冊子(共兩	12/05/2018		C
(h) 本)			
於廣州孕嬰童產品博覽會設立香港	31/12/2017		C
(i) 館及舉辦商貿配對			
於北京孕嬰童產品博覽會設立香港	31/05/2018		C
(j) 館及舉辦商貿配對			
於香港舉辦 6 場孕嬰童產品內銷專	30/06/2018	11/12/2018	C
(k) 題研討會			

未來宣傳項目成果的計劃（如不適用者，請填上「無」）
