

工商機構支援基金

核准項目總結報告

獲資助機構 : 香港電商協會有限公司

執行機構 (如適用) : _____

項目編號 : T19 003 018

項目名稱 : 中小企營商致勝之道：如何開拓東南亞電商市場

本報告匯報期 : 由 2020/04/01 至 2021/06/30
(整個項目推行期) (年/月/日) (年/月/日)

1. 項目詳情

項目摘要（約150字）

自從國家一帶一路政策推出以來，特區政府積極響應，並以東南亞市場為重點發展區域，東南亞國家電子商務市場近年來發展迅速，但相比起香港企業及廠商，尤其是中小企業較為熟悉的歐美電商市場，透過講座及與在地經營電商市場的同業分享，達到協助參加企業掌握當地市場最新資訊，將自身的產品服務/方案不時優化達至市場所需。

項目目的（約50字）

本項目透過邀請本地電商行業專家以及對東南亞電商行業發展的專家學者與參與者進行分享，協助本地企業，尤其是中小企及青年初創企業了解如何把握東南亞國家近年來積極發展的電商市場，為產品銷售打開出路。

合作機構（如適用）

香港創新媒體協會有限公司，香港中小型企業總商會有限公司，互聯網專業協會有限公司，香港軟件行業協會有限公司，香港創科發展協會有限公司，中小企國際聯盟有限公司，智慧城市聯盟有限公司，香港青年聯會有限公司

執行項目的主要人員

	姓名	機構名稱及職位
項目統籌人	楊文銳	香港電商協會副會長
副項目統籌人	李基銓	香港電商協會會長

項目推行期

	開展日期 (年/月/日)	完成日期 (年/月/日)	推行項目所需時間 (共多少個月)
項目協議所訂日期	01/04/2020	31/05/2021	14
修訂（如適用）	01/04/2020	30/06/2021	15

2. 項目成效總結

監督

請說明項目下設立的督導委員會（或其他委員會）的成員組成。

香港中小型企業總商會總經理林迅玲、香港軟件行業協會會長錢國強、互聯網專業協會行政總裁林漢威及香港電商協會會長李基銓

項目成果

請按照核准項目建議書列出在項目推行期內完成的項目成果，並提供每個項目成果的實際成效詳情。

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書 所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
1. 專題講座			
第一次專題講座 日期：2020年6月26日 時間：15:30-17:30 (共_2_小時) 地點：香港灣仔駱克道150-158號祥友大廈1樓 涵蓋的題目：東南亞電商發展趨勢 講者：香港電商協會會長李基銓先生 講座簡介： 東南亞跨境論壇是近期最火熱討論的一大板塊，從自建平台到上架到東南亞跨境平台都有不少學問可以去研究。在東南亞不同國家都會有不同的限制與消費習慣的不同，建議要有相對應的修正，才會確切打到消費者的心裡。講者將分享他於開拓東南亞電商市場的過程中對這個市場的理解，分析香港中小企業產品在東南亞電商市場上的優勢。	目標參加者數目：50	實際參加者數目：78	
第二次專題講座 日期：2020年8月28日 時間：15:30-17:30 (共_2_小時) 地點：網上 https://zoom.us/j/96098323517?pwd=cVFLSWI2S1l1alFWR3NrMVNETmp0UT09 涵蓋的題目：如何在東南亞電商平台設定行銷目標與客戶群 講者：馬來西亞，柔佛州，柔南中小企業公會創會會長鄭已勝先生 講座簡介： 講座嘉賓將結合東南亞電商平台的實際情況，為參加者提供指引，協助他們的產品設定行銷目標及尋找客戶群，避免因「漁翁撒網」式的做法而浪費有限資源。	目標參加者數目：50	實際參加者數目：198	

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
<p>第三次專題講座 日期：2020年9月18日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_prUwfvvQSHel-vl0bOOoLA 涵蓋的題目：東南亞電商銷售案例分析 講者：馬來西亞商會副主席拿督劉敏華先生 講座簡介： 講座將透過實際案例分析，讓與會者理解東南亞當地電商渠道銷售的技巧，有別於一般講座只著重利用正面案例分析，嘉賓亦同時會利用反面例子，剖析失敗的原因，讓企業避免重蹈覆轍。</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：166	
<p>第四次專題講座 日期：2020年11月10日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/j/95947148998?pwd=Wkg5d2R3a0QxUDh3YUg1aHo5RGliZz09 涵蓋的題目：東南亞電商退貨處理 講者：Return Helper 聯合創辦人溫俊偉先生 講座簡介： 電商與傳統零售其實都要面對一連串售後服務，退貨處理便是其中重要的一環，由於客戶並不是於實體店購買產品，故此退貨處理便涉及一連串物流服務，如何在有限成本內將退貨要求處理，提升客戶的滿意度、賬戶評分以及顧客粘度，提升銷售額。</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：141	
<p>第五次專題講座 日期：2020年11月25日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_hzYDeIJBT8SmrBSz4liP2Q 涵蓋的題目：剖析在東南亞電商平台上如何進行品牌銷售 講者：Fung Omni Services (HK) Ltd 高級副總裁梁鎧貝女士 講座簡介： 講座將為與會者講解中小企業如何透過各種渠道在消費者心目中建立品牌形象，如何透過在他們的網上推廣和形象建立中獲取從流量到銷量的轉化，並瞭解消費者的偏好，從而快速調整策略，迎合消費者的要求，進一步建立及鞏固產品品牌。</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：183	

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
<p>第六次專題講座 日期：2020年12月18日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_JJ0V07R-SImLFQ3nPXvJ7Q 涵蓋的題目：如何利用社交媒體提升電商銷售額 講者：AnyMind Group 營運總監 Mr. Ben Chien 講座簡介： 電商進軍東南亞，不管哪個國家，消費者都重視「人」的互動交流，勝於品牌或商品本身，但東南亞的社交媒體與內地及香港的社交媒體在經營上有一定的文化差異，講者將會介紹當地網紅生態圈，以及香港企業該如何善用社交媒體的優勢來促進銷售。</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：113	
<p>第七次專題講座 日期：2020年12月29日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_rdfwlvFIT4SYAUF63jP0-Q 涵蓋的題目：關鍵詞廣告投放的思路 講者：香港互聯網及電子商務發展協會會長, Vizz Group (Holdings) Limited 聯合創始人兼執行董事 Mr. Luke Chu 講座簡介： 不少企業都知道在網絡世界宣傳，關鍵字搜尋 (Keyword Search) 是其中一個有效元素，關鍵字廣告是在使用者搜尋關鍵字時，以被動、輔助的方式將相關的產品資訊展示在使用者面前。使用者會搜尋關鍵字，代表他已經展露出強烈的購買意圖。根據一項調查的數據顯示，不管是哪一類型的電商平台，搜尋廣告活動的占比都大約落在45%左右，可見搜尋廣告活動的重要。但若投放資源時沒有精準度，廣告的回報率將大打折扣，令企業白白浪費資源，講座的主要目的旨在協助參加者了解當中關鍵。</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：127	
<p>第八次專題講座 日期：2021年1月22日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_EOdv73RyQ0m725XrJbcteA</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：117	

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書 所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
<p>涵蓋的題目：東南亞電商物流需注意事項 講者： Continental Global Service Limited 總經理王世傑先生 講座簡介： 正如其他跨境電商市場一樣，物流成本是整個電商營運成本一個重要組成部分，東南亞市場的電商物流在通關，當地派送，當地倉存等有別於香港中小企業熟悉的歐美市場，講座將會邀請對在東南亞市場有電商物流經驗的專家講者分析有關情況。</p>			
<p>第九次專題講座 日期：2021年3月25日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_XciBm68tQQKiwcU_api45Q</p> <p>涵蓋的題目：如何提升轉化率及選擇合適關鍵詞 講者： GoGoChart Client Relationship Manager Ms. Carbee Kwok 講座簡介： 電子商務的世界裡，顧客在瀏覽的過程中，一定會先受標題吸引，才願意閱讀內文的介紹，最後心甘情願地掏出錢來購買，每一個體驗都是環環相扣的。言下之意就是，如果顧客不滿意其中一個環節，購買商品的意願就會大大降低。所以讓顧客對瀏覽的體驗過程更加滿意，優化轉換率，亦即將瀏覽行為轉變成為實際購買的行動，便成為關鍵，轉換率越高，代表網路商店/電商平台的成效越好。增加訪客信心，減少疑慮、提升購物體驗、刺激消費者行動等都是提高網路商店轉換率的主要因素。</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：128	
<p>第十次專題講座 日期：2021年4月30日 時間：15:30-17:30 (共 2 小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_XciBm68tQQKiwcU_api45Q</p> <p>涵蓋的題目：剖析東南亞電商收款程序及注意事項 講者：Payoneer 資深客戶成功經 Mr.</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：120	

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書 所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
<p>Tony Lai 講座簡介： 收款問題一直是電商賣家必須要面對的問題，收款程序的繁簡與時間的長短，直接影響賣家資金流及是否能健康營運，講者將會仔細分析東南亞消費者的消費模式，讓出席者更能了解當中的注意事項。</p>			
<p>第十一次專題講座 日期：2021年5月5日 時間：15:30-17:30 (共_2_小時) 地點：網上 https://zoom.us/j/9298919792</p> <p>涵蓋的題目：東南亞國家清關程序及稅務介紹</p> <p>講者：名策會計師事務所及名策專業集團的創辦人及集團董事總經理 Mr. Benson Chang PT Environmental Indonesia 總經理及香港印尼商會副會長 Mr. Brian Chan Egogo Group 行政總裁 AV Concept Holdings Limited 執行董事 Mr. Kevin So</p> <p>講座簡介： 電商貨品進入東南亞，面對清關是一個重要課題，關稅額的高低，清關時間的快慢，都影響賣家的利潤及消費者購物的滿意度，講者將會介紹東南亞相關國家在清關及稅務事宜的資訊，協助中小企在貨品定價前作為參考</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：140	
<p>第十二次專題講座 日期：2021年6月11日 時間：15:30-17:30 (共_2_小時) 地點：網上 https://zoom.us/webinar/register/WN_QUKbLM-MRdiCelpFlAVgug</p> <p>涵蓋的題目：東南亞重點電商平台的入駐條件及流程</p> <p>講者：Shopee Senior Account Executive Ms Esther Yan Shopee Senior Account Executive Mr Damon Chung</p> <p>講座簡介： 本次講座將以對談方式介紹東南亞兩大電商平台(C2C購物平台) Shopee、Lazada及網店平台(官網開店平台) Shoptline，並闡述香港企業進軍東南亞市場的入駐條件及流程，以及經驗分享環節，配合前十</p>	目標參加者數目：50	實際參加者數目：153	

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書 所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
一場專題講座的内容，將為香港企業、廠商、尤其是中小企業及初創企業進軍東南亞電商市場提供全方位的信息。			
2. 中小企營商致勝之道：如何開拓東南亞電商市場小冊子(電子版)			
完成日期：2021年6月30日 上載日期：2021年7月31日 網址： http://seabiz.org/zh-tw/publisher 其他詳情：整合每場講座的内容重點，擴大受惠群體	目標數量：1	實際數量：1	
3. 網站			
推出日期：2020/06/19 網址： http://www.seabiz.org 其他詳情：持續製作及作内容更新中	目標數量：1	實際數量：1	
4. 推廣活動			
Facebook網上廣告，宣傳第一次專題講座 網上廣告推出日期：17/6/2020 其他詳情： https://www.facebook.com/ECAHKINFO/posts/2531878036914414	目標為期__1__個月	實際為期__1__星期	邀請嘉賓、製作宣傳物等籌備工作需時比預期長，因此令實際推出廣告時間有所延誤，但我們已經盡量增強廣告曝光效果，而實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第二次專題講座 網上廣告推出日期：21/8/2020 其他詳情： https://www.facebook.com/ECAHKINFO/posts/2699465296822353	目標為期__2__個月	實際為期__1__星期	參考第一次專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們認為在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果，比長時間安排廣告的效果為佳。而第二次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第三次專題講座 網上廣告推出日期：11/9/2020 其他詳情： https://www.facebook.com/ECAHKINFO/posts/2758454914256724	目標為期__2__個月	實際為期__1__星期	參照第二次專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而第三次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第四次專題講座 網上廣告推出日期：2/11/2020 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpage/posts/1321364018202653	目標為期__2__個月	實際為期__1__星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第五次專題講座 網上廣告推出日期：22/11/2020 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpage	目標為期__2__個月	實際為期__少於1__星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書 所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
e/posts/1334719410200447			曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第六次專題講座 網上廣告推出日期：10/12/2020 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpag/posts/1340454176293637	目標為期 <u>2</u> 個月	實際為期 <u>1</u> 星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第七次專題講座 網上廣告推出日期：21/12/2020 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpag/posts/1356557404683314	目標為期 <u>2</u> 個月	實際為期 <u>1</u> 星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第八次專題講座 網上廣告推出日期：6/1/2021 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpag/posts/1369943020011419	目標為期 <u>2</u> 個月	實際為期 <u>2</u> 星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第九次專題講座 網上廣告推出日期：12/3/2021 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpag/posts/1416350702037317	目標為期 <u>2</u> 個月	實際為期 <u>2</u> 星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第十次專題講座 網上廣告推出日期：24/4/2021 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpag/posts/1447347538937633	目標為期 <u>2</u> 個月	實際為期 <u>1</u> 星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第十一次專題講座 網上廣告推出日期：1/5/2021 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpag/posts/1452005405138513	目標為期 <u>2</u> 個月	實際為期 <u>少於1</u> 星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
Facebook網上廣告，宣傳第十二次專題講座 網上廣告推出日期：30/5/2021 其他詳情： https://www.facebook.com/ecahkpag/posts/1473050473034006	目標為期 <u>2</u> 個月	實際為期 <u>2</u> 星期	參照之前專題講座的Facebook網上廣告的經驗，我們同樣在講座前約一星期推出廣告並增強廣告曝光效果。而這次講座的實際參加者數目比目標數目高，反映宣傳效果不俗。
營運面書專頁	目標為期 <u>15</u> 個月	實際為期 <u>15</u> 個月	

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書 所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
網址： https://www.facebook.com/ECAHKINFO/ 其他詳情：面書是舊有的，我們利用原有的資源轉化成項目主題，以便更有效達到目標人群 面書內發布有關項目研討會和網絡研討會的所有信息。此外，我們還發布與電子商務有關的資訊。希望不僅給予有意發展東南亞市場的現有電商相關資料，還可以提供行業訊息給希望轉型的傳統商人或有意投入電商行列的人群，把項目的成效極致發揮，盡量增加成本效益。	月		
在申請機構的網站上刊登橫幅廣告(1年)	目標為期 <u>12</u> 個月	實際為期 <u>13</u> 個月	
在合作機構的網站上刊登橫幅廣告(1年)	目標為期 <u>12</u> 個月	實際為期 <u>13</u> 個月	

重點工作進度表

請於「情況」一欄說明項目成果是否已按目標完成 (C)、遲於目標完成 (D) 或未完成 (N)。如有關項目成果遲於目標完成或未完成，請說明實際完成日期 (如適用) 及原因。

項目成果 (核准項目建議書 所開列的所有成果)	原定的 目標完成 日期 ¹	實際 完成日期 (如適用)	情況 (C/D/N)	未能按原定 目標完成 項目成果的原因
(a) 籌備工作，進行招聘及項目準備工作。 設立一個評審委員會及一個督導委員會，邀請各合作機構協助宣傳。	2020/4/30	2020/5/31	D	註 (i)
(b) 設立項目網站及面書專頁。營運項目網站及面書，並將會由 2020 年 4 月後開始作不定期發佈，直至項目完結。	2020/4/30	2020/6/30	D	註 (ii)
(c) 舉辦第一次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。 於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。	2020/5/31	2020/6/26	D	註 (iii)
(d) 舉辦第二次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。 於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。	2020/6/30	2020/8/28	D	註 (iv)
(e) 舉辦第三次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。 於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。	2020/7/31	2020/9/18	D	註 (v)
(f) 舉辦第四次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。 於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。	2020/8/31	2020/11/10	D	註 (vi)

¹ 按核准項目建議書所述。

	舉辦第五次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2020/11/30		C	
(g)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	舉辦第六次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2020/12/31		C	
(h)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	舉辦第七次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2020/12/31		C	
(i)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	舉辦第八次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2021/1/31		C	
(j)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	舉辦第九次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2021/2/28	2021/3/25	D	註 (vii)
(k)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	舉辦第十次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2021/3/31	2021/4/30	D	註 (vii)
(l)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	舉辦第十一次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2021/4/30	2021/5/5	D	註 (vii)
(m)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	舉辦第十二次專題講座 於項目網站及面書宣傳有關展覽。	2021/6/30		C	
(n)	於網站及社交媒體擺放橫幅廣告。				
	開始整理及綜合12次專題講座內容，輯錄成小冊子，以電子方式上載網站及面書。	2021/6/30		C	
(o)	於項目網站及面書宣傳。				

註：

- (i) 新型冠狀病毒由 2020 年 3 月開始影響香港，一直於社區擴散，3 月 27 日香港政府宣布了社交限制措施，禁止任何室內或室外的四人以上聚會，因此我們延遲項目的啟動至 2020 年 6 月。
- (ii) 由於資料準備工作需時比預期長，因此令實際推出項目網站及更新面書專頁時間延誤至 2020 年 6 月。
- (iii) 配合政府的防疫措施，至 6 月份疫情穩定，香港政府開始放寬限制，我們在 2020 年 6 月 26 日舉行了第一次講座，把握時間啟動我們的活動項目。
- (iv) 及後由於本港疫情一度嚴峻，政府不斷加緊防疫措施，我們亦進入膠著狀態並把項目一度推遲。延到 8 月初沒辦法下於是臨時把第二次講座定在 2020 年 8 月 28 日舉行，並改成網上形式，以便能維持原有效益。
- (v) 第二次講座雖然臨時變更尚算順利，更有不錯效果，吸引了更多人參加。由於疫情一直未有好轉，我們決定把第三次講座也改為網上形式進行，在 2020 年 9 月 18 日舉行。
- (vi) 原定在項目第一期舉行的第四次講座，在籌備期間因原定嘉賓已離職，已離港或無法出席等難題，使我們大失預算，使項目一再延誤，最後在 2020 年 11 月 10 日舉行了第四場講座，也是因為限聚令改為網上形式進行。
- (vii) 第九至第十一次講座延期原因是考慮到 2021 年 2 月為農曆新年，嘉賓及參加者因新年放長假而不能參加，影響活動成效，因此商議後決定順延。