

主辦機構



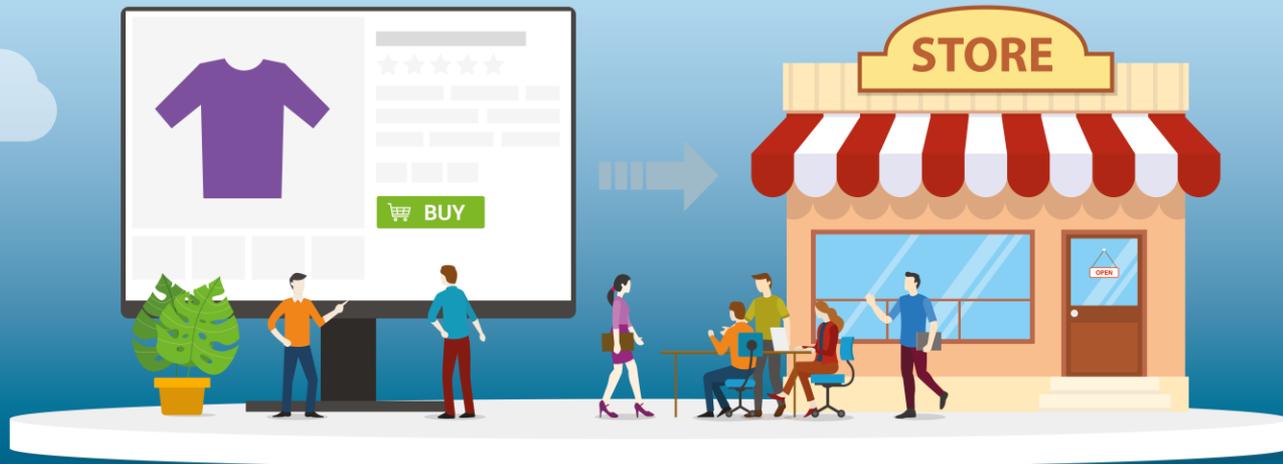
工業貿易署「工商機構支援基金」撥款資助



執行機構



零售新常態中突圍 · 提升無縫購物體驗 項目啟動會議



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或工商機構支援基金評審委員會的觀點。



零售新常態中突圍 提升無縫購物體驗

項目介紹

趙慧賢女士
數碼轉型部 高級經理
香港生產力促進局





項目目的及活動

協助業界採用不同技術，提升無縫購物體驗，在零售新常態下提高競爭力



會議



顧客體驗評核



工作坊及研討會



市場調研報告





工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



O2O顧客體驗評核

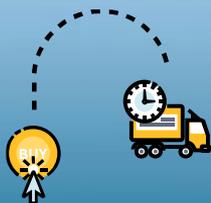
神秘顧客對參與機構的實體店及網店進行一次性的顧客體驗評核，參與機構會獲得一份報告(電子版本)，以掌握要改善的地方，提升無縫購物體驗，在零售新常態下提高競爭力。



評審準則



網店整體設計
及使用體驗



網上購物流程及
送貨/退貨安排



實體店的環境及
前線員工的服務



整體滿意度

網上報名



名額有限，先到先得

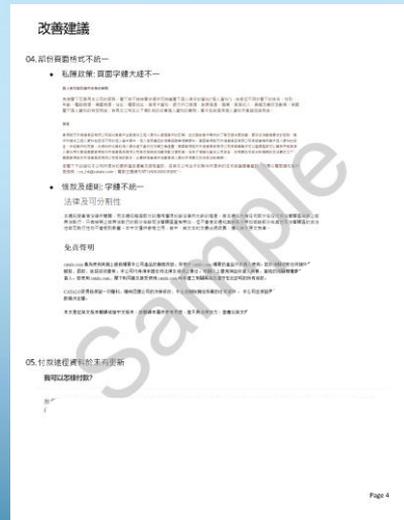




評核報告



整體評分及評語



改善建議



超過50項評核





工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



專題研討會

2022年11月至2023年4月期間



客戶關係管理



數據分析



零售店內最新技術



全渠道零售與營銷



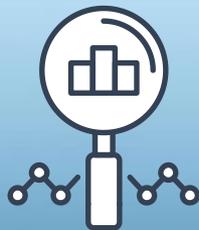


專題工作坊

2023年8月至11月期間



全渠道零售與營銷



數據分析



社交商務 (視頻及直播)



跨境電商



主辦機構

工業貿易署「工商機構支援基金」撥款資助

執行機構

合作機構 (排名不分先後)



O2O 顧客體驗評核 網上報名





工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



零售新常態中突圍 · 提升無縫購物體驗 項目啟動會議





工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



香港零售業 O2O趨勢及機遇

演講環節

楊文銳先生
香港O2O電子商務總會
副會長





TechTure
TECHNOLOGY & CULTURE

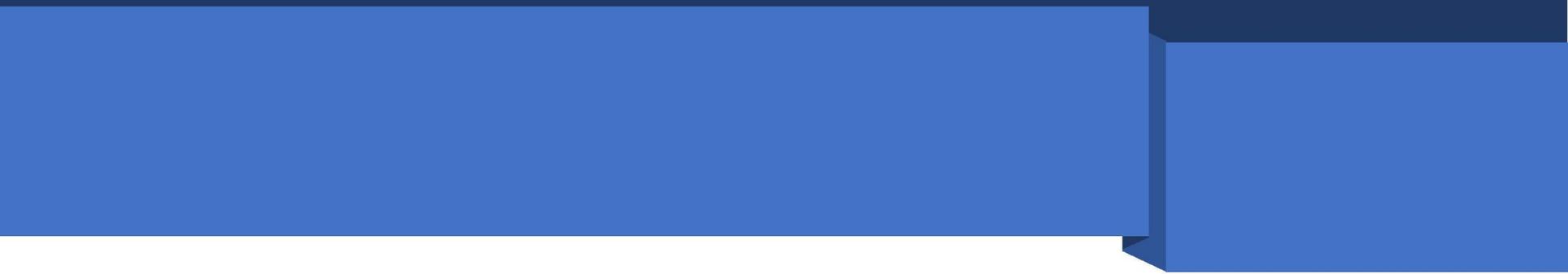
Navigating new retail through enhancing O2O customer experience

Gary Yeung
President, Smart City Consortium
Vice President, Hong Kong O2O e-Commerce Federation
CEO, Techtire Limited

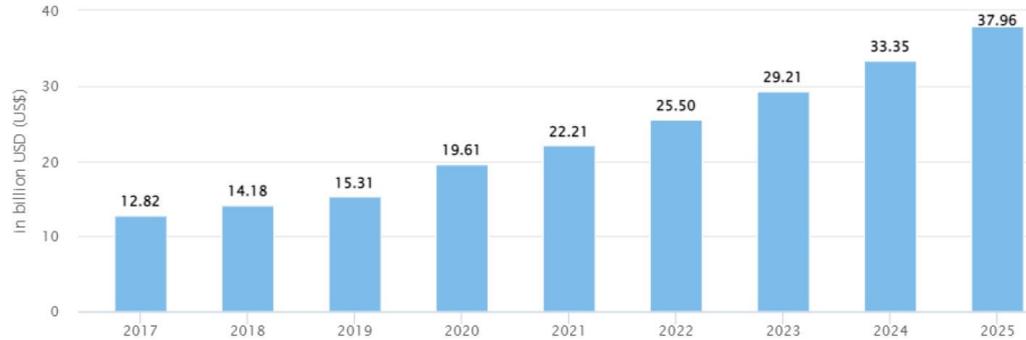
26 Oct 2022



Hong Kong Market Outlook

The slide features a dark blue background. The title 'Hong Kong Market Outlook' is written in a white, sans-serif font. Below the title, there are two horizontal blue bars. The first bar is a solid blue rectangle. The second bar is a blue rectangle that starts to the right of the first bar and has a 3D effect, appearing to be a tab or a continuation of the first bar.

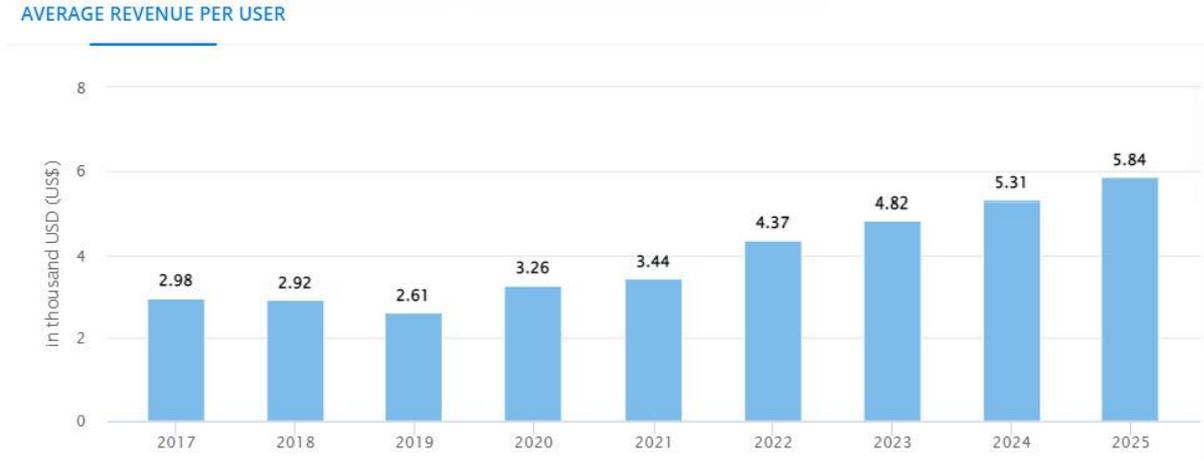
eCommerce Market Size in HK



- Revenue in the eCommerce market is projected to reach US\$25.50bn in 2022.
- Revenue is expected to show an annual growth rate (CAGR 2022-2025) of 14.18%, resulting in a projected market volume of US\$37.96bn by 2025.

<https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/hong-kong>

The Average Revenue per User



- The average revenue per user (ARPU) is expected to amount to US\$4.37k/year in 2022.

<https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/hong-kong>

Performance of Local Players

HKTVMall 2022 Interim Results

Net Profit HK\$127.5M



Hong Kong Technology Venture Company Limited

香港科技探索有限公司

(Incorporated in Hong Kong with limited liability under the Companies Ordinance)

(Stock Code: 1137)

INTERIM RESULTS FOR THE SIX MONTHS ENDED 30 JUNE 2022

GROUP FINANCIAL HIGHLIGHT

1. The Group achieved the third consecutive interim profit in 1H2022:
 - a. Net profit amounted to HK\$127.8 million in 1H2022 (1H2021: HK\$95.8 million);
 - b. Adjusted EBITDA¹ at HK\$195.6 million in 1H2022 (1H2021: HK\$144.4 million);
2. Turnover increased by approximately 26.6% to HK\$1,922.1 million in 1H2022 (1H2021: HK\$1,518.1 million), including multimedia advertising income and licensing of programme rights of HK\$64.8 million (1H2021: HK\$48.1 million); and
3. Strong balance sheet with net cash and liquidity position of HK\$970.2 million (31 December 2021: HK\$1,068.3 million).

ECOMMERCE BUSINESS HIGHLIGHT

1. GMV on order intake² in 1H2022 of HK\$4,186.0 million, representing 37.7% growth (1H2021: HK\$3,040.0 million);
2. Adjusted EBITDA as a % of GMV on completed orders at 5.4% reaching HK\$222.3 million in 1H 2022 (1H2021: 4.6% reaching HK\$138.6 million);
3. Achieved an overall gross profit margin and blended commission rate³ for 1P and 3P Business of 23.5% in 1H2022 (1H2021: 24.5%);
4. Average daily orders increased to 46,400 orders per day in June 2022 (June 2021: 36,500 orders per day), and achieved a record high average daily orders of 59,300 orders per day in February 2022; and
5. During 1H2022, we had 1,107,000 unique customers who made purchases at HKTVMall, a growth of 23.5% (1H2021: 896,000 unique customers).

INTERIM DIVIDEND

The Board has resolved to declare an interim dividend of HK8 cents per ordinary share in cash for the six months ended 30 June 2022 (1H2021: HK8 cents per ordinary share).

<https://ir.hktv.com.hk/uploads/1661849336319-EW01137-ann.pdf>

TVB 2022 Interim Results

eCommerce contributed 25% to the Group Revenue

- Following our acquisition of Ztore Group in 2021, e-Commerce contributed 25% of the Group revenue with income surged over 27 times from HK\$17 million to HK\$461 million during the Period, helped by the Covid wave which drove homebound consumers to shop online. By promoting e-Commerce on our TV programmes and advertising slots, we capitalized on the opportunity to achieve strong sales. Our Neigbuy platform, which runs on a flash sales model, was especially popular with our audience who flocked in to buy everyday necessities such as masks, personal hygiene products and foods that they saw on our TV programmes.

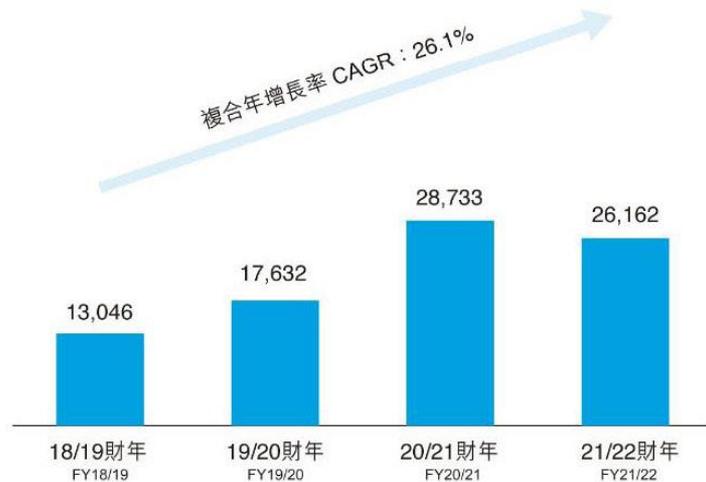
<http://img.tvb.com/corporate/upload/article/en/5c79cd0a9a6fad16d92ed585757540ee.pdf>

Yoho Group Holdings Limited (Stock Code:2347)

22/23 Results: Net Profit HK\$26M

經調整純利 Adjusted net profit¹

千港元 HK\$'000



<https://www.yohohongkong.com/post/>

Performance of Global Players with footprint in Hong Kong

Deliveroo 2022 Interim Results

- 1** | **Continued YoY growth despite increased consumer headwinds:** H1 2022 GTV up 7%, orders up 10%, revenue up 12% and gross profit up 16%
- 2** | **GTV growth slowed in Q2, share gains continue:** GTV growth 12% in Q1 and 2% in Q2, outperforming the market in several key markets
- 3** | **Strong progress on key profitability levers** (consumer fees, ad revenue and marketing spend), while still improving consumer value proposition
- 4** | **Reiterating revised FY 2022 guidance:** GTV growth of 4-12% and adjusted EBITDA margin (as % of GTV) of (1.5)-(1.8)%

https://dpd-12774-s3.s3.eu-west-2.amazonaws.com/assets/4316/6010/7628/Deliveroo_H12022_Interim_Results_Presentation.pdf

Delivery Hero (foodpanda) 2022 Interim Results

Development of GMV

EUR million	H1 2022	H1 2021	Change	
			EUR million	%
Asia	13,438.6	7,875.4	5,563.1	70.6
MENA	3,947.5	3,155.0	792.5	25.1
Europe	1,405.1	1,401.1	4.0	0.3
Americas	1,232.5	884.4	348.0	39.4
Total	20,023.6	13,316.0	6,707.6	50.4

<https://ir.deliveryhero.com/download/companies/delivery/Quarterly%20Reports/DE000A2E4K43-Q2-2022-EQ-E-00.pdf>



Observations

- All local and global players show their GMV increasing significant, and the eCommerce market still has much room to develop.
- User behaviour is well established, it would be continued in the post-pandemic future.
- Logistics solutions are ready in acceptable price.
- Traffic is the paint point for newcomer, only strong player able to enter the market.



Quick Commerce

FOOD



好餸到家

COMPANY INTRODUCTION

[August 2022]

Food@Home: Purposes of Services

- Fresh Food from Wet Markets (新鮮食材)
- Same Day Delivery (即日派餵)
- Saving Time & Cost (省時快捷)



1

Major Services

Order Fulfilment from Wet Market



Website



FoodPanda Platform



STEP 1

Order received Platforms / Website
More than 1,000 items online



STEP 2

Immediate purchase fresh food from the nearest wet market



STEP 3

Same-day delivery (*The earliest: deliver in 15 mins*)
OR Self-pick up

Who needs Food@Home?

People who are seeking for -



- Quality of food & services



- Busy at work, no time to shop around the wet market after work



- Convenience, order by few steps



- Recommendation on Combo Sets for people with busy life



- Same day & Fast Delivery



- Domestic helpers who cannot take care of both baby/elderly and cooking at the same time.



Two Special Outlets of Food@Home

- Source from suppliers directly
- Vendor Delivery

SEAFOODS



Advertisement for the Seafoods outlet. The background features a variety of fresh seafood including salmon, scallops, and fish. A circular graphic with the text "Fresh Seafoods" is positioned in the upper right. A pink banner at the top left reads "滿\$700免運費". A blue banner below it says "獨家餐廳". The Food@Home logo and the text "海鮮專賣店(只限預訂)" are centered in a white box.

Fresh Seafoods

滿\$700免運費

獨家餐廳

FOOD @ HOME 好餸到家

海鮮專賣店(只限預訂)

FRUITS



Advertisement for the Fruits outlet. The background is filled with fresh fruits like oranges, lemons, and grapefruit. A circular graphic with the text "Fresh Fruits" is in the upper right. The Food@Home logo and the text "水果專門店" are prominently displayed in the center. Below it, the text "只限預訂" and "PRE-ORDER ONLY" are written in pink.

Fresh Fruits

FOOD @ HOME 好餸到家

水果專門店

只限預訂

PRE-ORDER ONLY

Where are F@H Customers from?

Sources of F@H Valuable Customers



- From F@H Websites & Social Media



- From Online Food Delivery Platforms



- From Strategic Partnerships (*Developers & Superstores*)



Business Facts of Food@Home Wet Market Services

Figures from
2021 - 2022



Average Number of Order per Month

6,000+



\$\$\$

Average Basket Size per Order

From \$17X To \$300+



Quantity Distribution by Category

**Vegetables (52%), Frozen & Chilled Food (13%),
Fresh Meat (10%)**



Proportion of Customers

30% new, 70% loyalty members

(increasing trend at 20%+)



Content
eCommerce

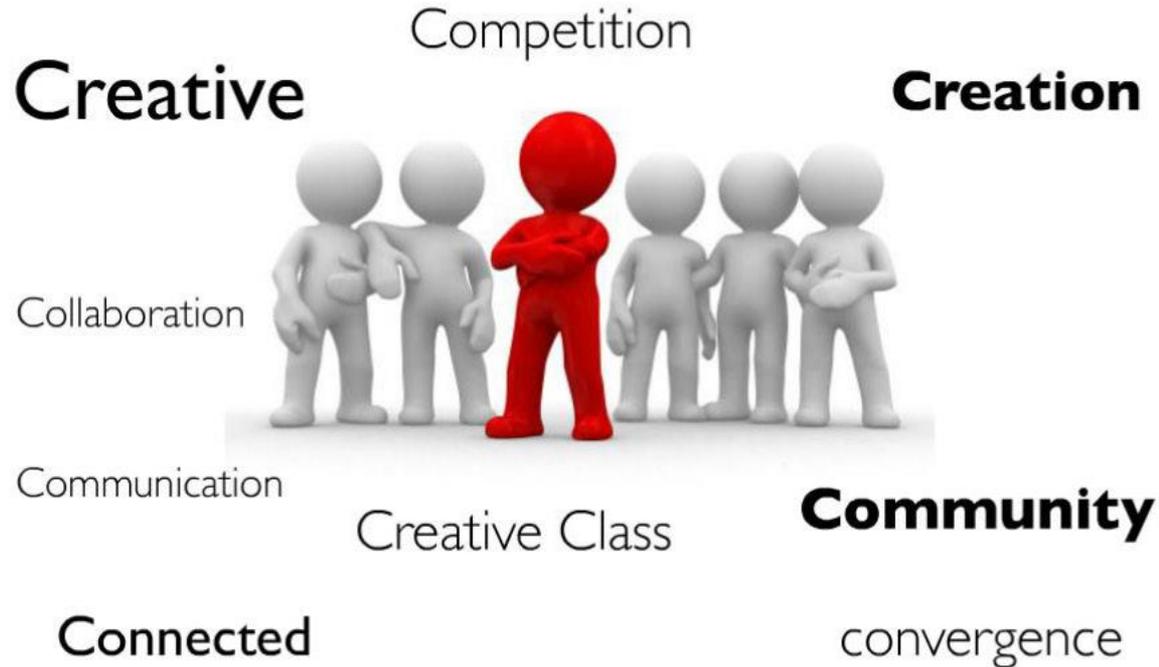
You need

GOALS

STRATEGY

PLAN

Content is all about



The 4Cs

Content

- To grab people's interests, we need best **CONTENT!** We make **concise and compelling content with attractive visuals, hype-free articles, clever info-graphics, and compelling videos.**

Channel

- There are many ways to promote your company, product or service. We **select the most effective channels** to enhance audience awareness and attract customers.

Conversation

- Social media is **interactive and powerful** in business strategies. Unlike traditional corporate communication, which is hierarchical, it brings all levels customers, prospects, industry-watchers, opinion leaders and others into an open conversation.

Community

- **Listen to the voices of your target groups.** Our powerful analytics help you fathom market trend and opinions

Content Marketing

- You need content. Content is **KING** as it's the fuel necessary for generating audiences/customers, improving your rankings, and nurturing new businesses.



Content

The word "Content" is written in a colorful, 3D-style font. The letter 'C' is blue and has a silver crown with three heart-shaped points on top. The letters 'o', 'n', 't', 'e', and 't' are colored red, yellow, blue, green, and red respectively. The text has a slight shadow effect.

Content Marketing

- To create **remarkable content** with our experiences in content promotion, our strategies **make a crucial impact and, deliver tangible and vibrant results.**

Content Format

Video /
Microfilm

Info-
graphic

Copy-
writing

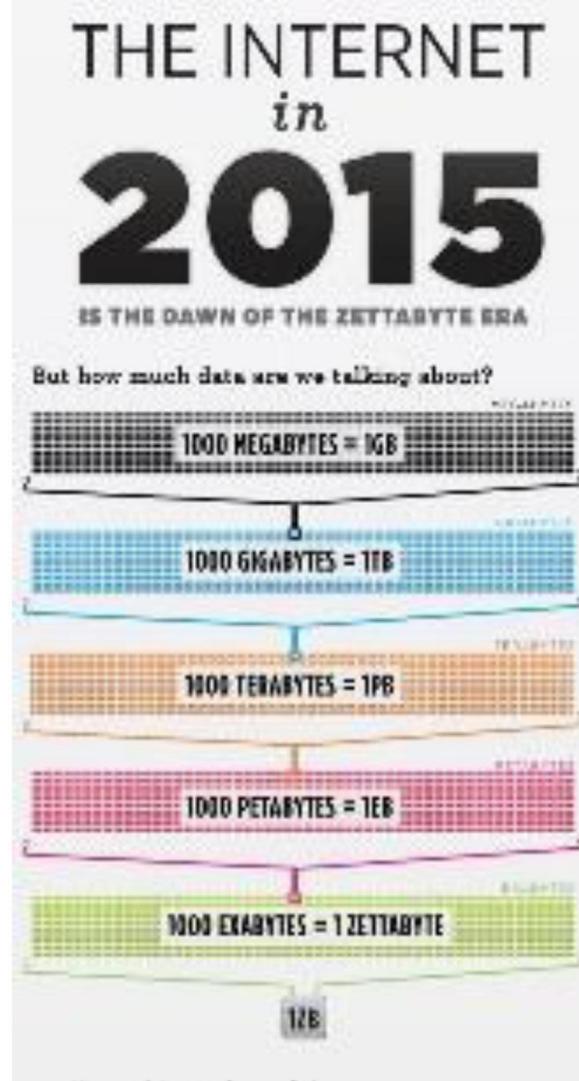
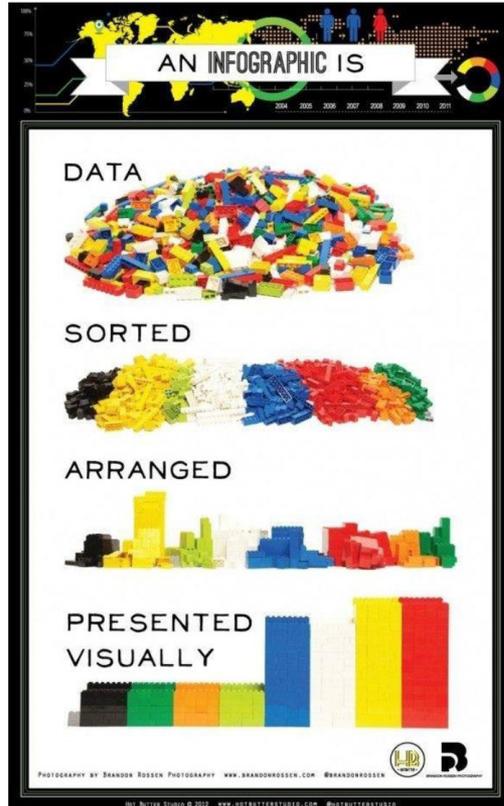
necessary
promotion
materials

Website
& Apps

Why Infographics?



Examples



Microfilm

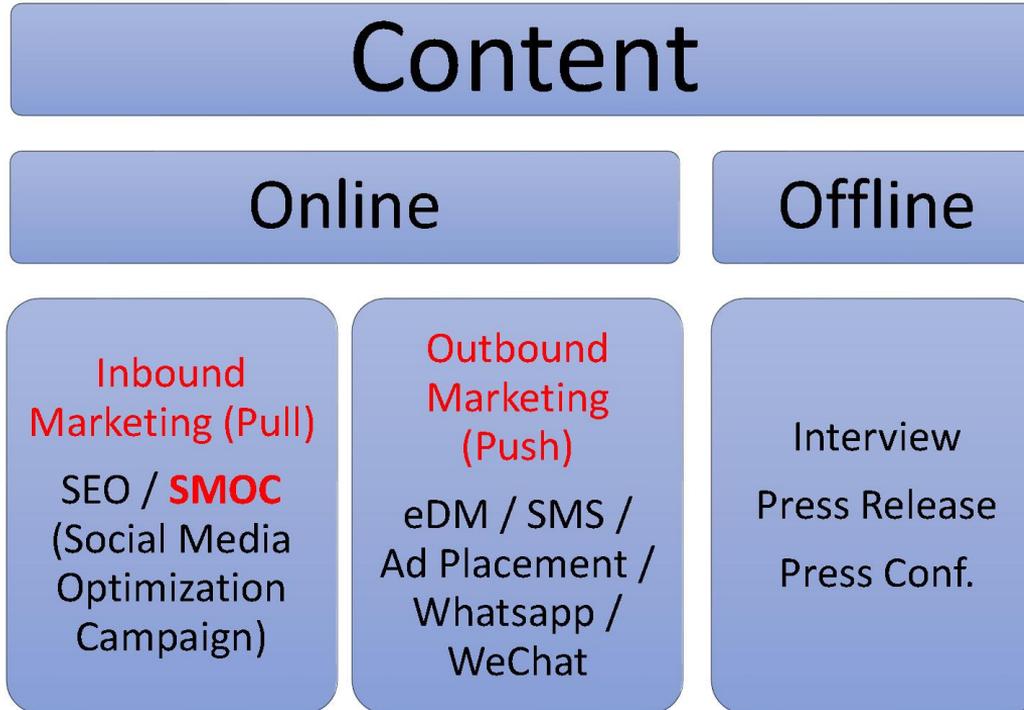


<https://www.youtube.com/watch?v=b2XmRsMgxTw>

Microfilm



Connecting Online and Offline

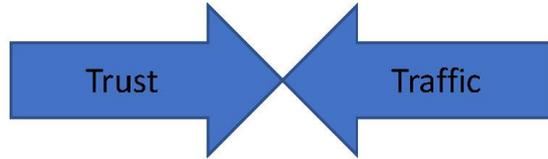




How to measure the SMOC results?

The Key is generated Sales and Lead

- Number of Likes or Followers is meaningless.
- A successful campaign is about more than this!



You are not going to control
You are going to

ENGAGE

&

INFLUENCE

Multichannel selling for Merchants



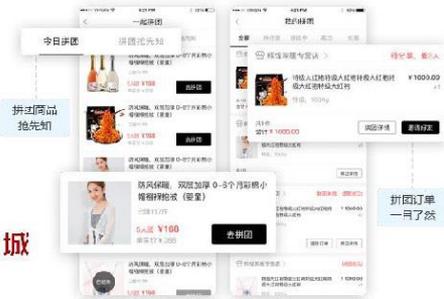
Physical Store



Livestreaming



Web and App



微訊 - 微商城 for GBA Market

Cross Border Branding Production for Mainland Online Channels



Livestreaming from Hong Kong Studio to 新浪网

WiseLife is a program production that brings different brands into GBA market.
WiseLive also broadcast on Baidu and other popular mainland livestreaming channel.

Multi-nodal VR Simultaneous Broadcasting



Metro Radio Inter-School Competition 2021

4 different parties at 4 different locations would broadcast simultaneously on a VR background. The broadcast has zero delay and can interact seamlessly on the same set. This technology could be further extended for cross border use as part of a conference without physical presence.

Link: <https://www.facebook.com/tteventech/videos/479610193297386>

搭建一站式微商城

- 小程序+公眾號一體化商城搭建
- 企業快速進入電商新時代+打入大灣區市場



建立企業
品牌網店



設定促銷工具
輕鬆留住新舊客



專業設計
打造形象



協助解決郵寄報關等
疑難雜症

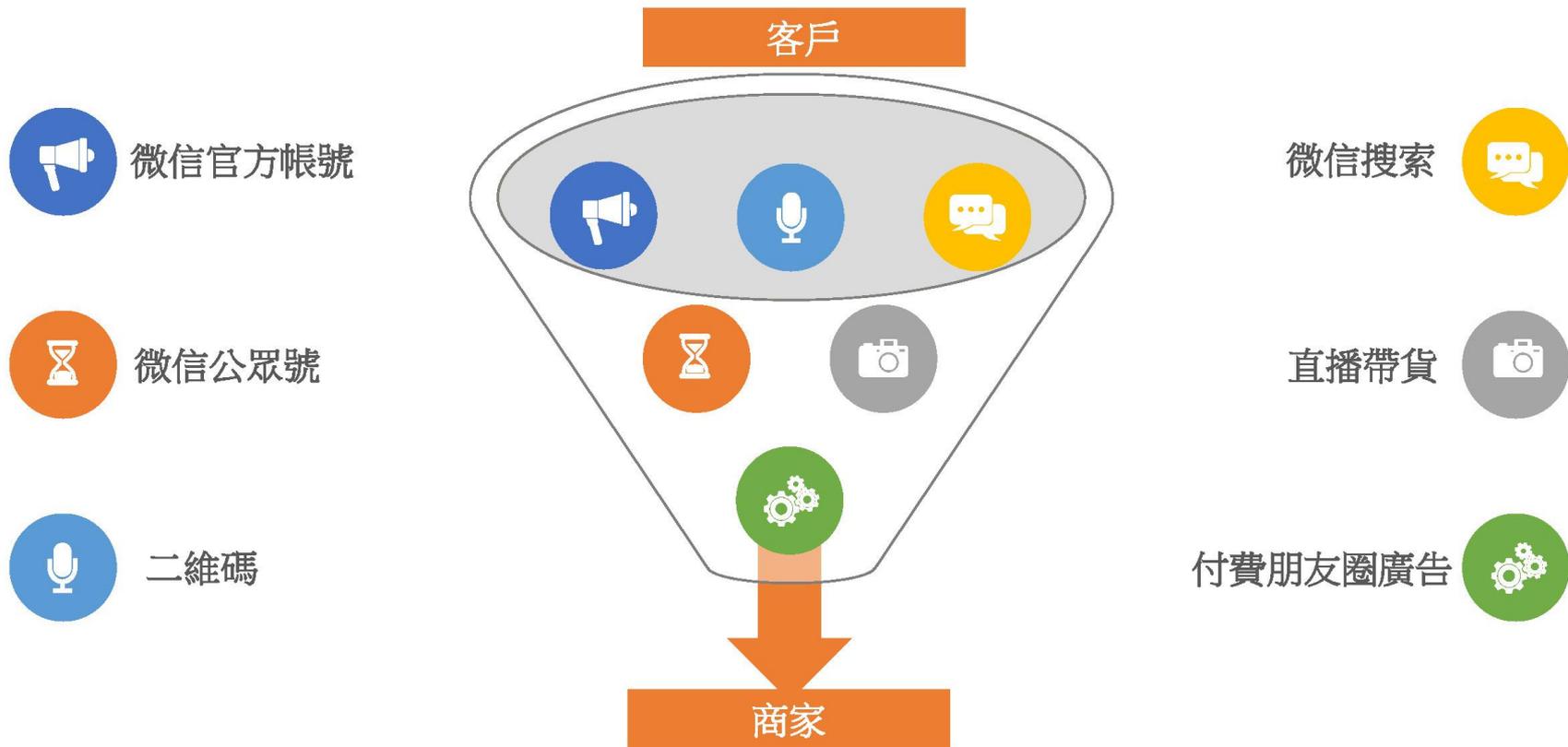


小程序輕量級應用程式 優化用戶體驗

	 APP	 網站	 微信小程序
開發成本	高	高	低
宣傳成本	高	高	低
用戶體驗	高	低	高
用戶意見	麻煩	商家設立國內網站 困難重重 國內用戶或沒法預覽	方便安全 無須下載額外APP

建立微商城成為企業最佳選擇

60多個宣傳入口，為11億微信用戶打開大門





減省設立網站的麻煩 輕鬆打入國內市場

我們將為您的企業申請專屬的微信微商城，取得獨一無二的品牌身份證，完全掌握微信流量。

- ◆ 所有企業皆可獲得一個獨有商城，協助品牌拓展國內網絡知名度。
- ◆ 完整呈現產品資訊且方便瀏覽及搜尋，才能吸引顧客進一步下單。在分類管理中，可調整所有商品的展示順序，並建立分類。



趣味小遊戲

限時折扣

買家秀

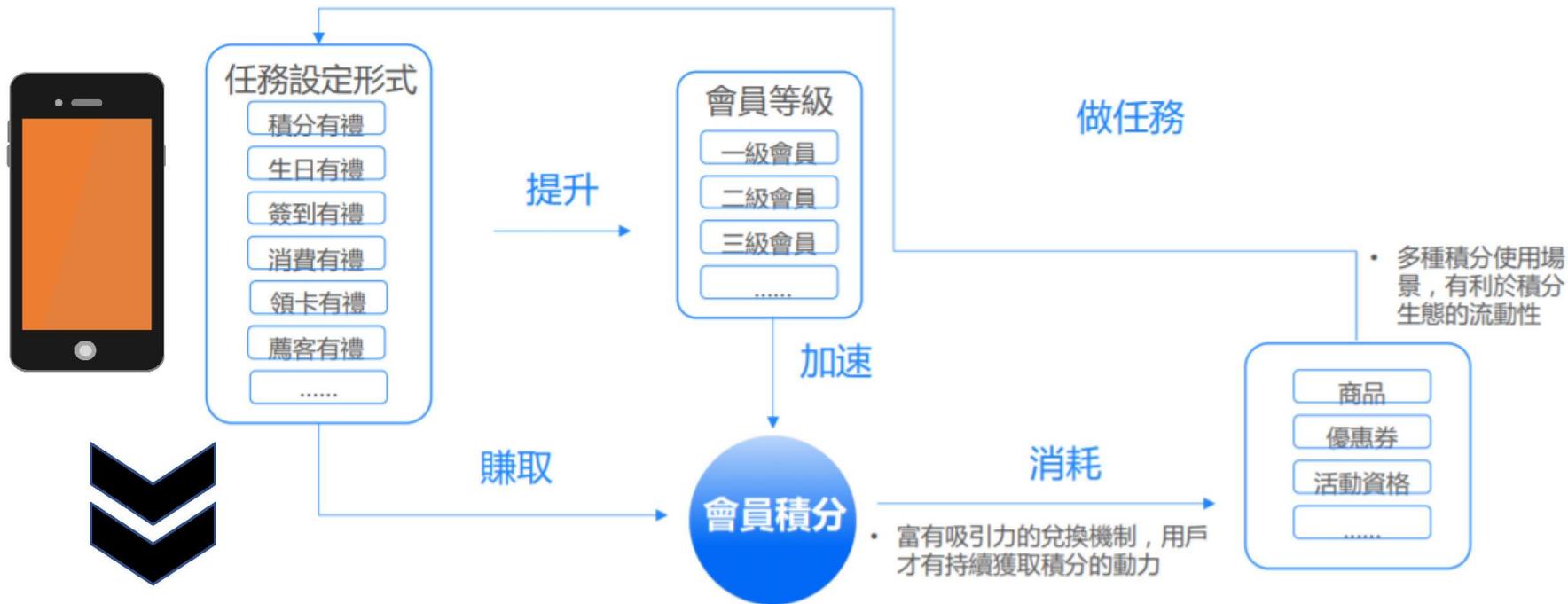
更多

百變促銷玩法 留住新舊客

微商城添加多款獨特功能，包括趣味小遊戲、傳統折扣活動、買家秀等內容營銷經典玩法，滿足您的市場策略需求。

- ◆ 設會員精準營銷經典玩法，商家可將優惠券以彈窗形式發放給進入首頁的目標客戶。
- ◆ 設會員積分系統。

會員積分體系



持續性獲取更多忠實活躍客戶

全員分銷功能

讓每個用戶都成為商家銷售員，銷售渠道遍全網

個性化微客招募方案

招募策略

- 發展所有人為微客
- 發展特定人群為微客

招募工具

- 商戶可按照自身需求，進行分銷海報的風格及內容設計

多等級晉升機制

二級分銷

- 微客1
- ▼
- 邀請人

多類型佣金機制

跟著等級走

- 不同等級的微客，可獲得不同比例的佣金

跟著商品走

- 推銷的商品不同，獲得的佣金也不同

多樣化佣金結算方式

現金

積分

儲值帳戶餘額

微客團隊組建

▶ 微客分層管理，分流商家管理壓力解決分銷員高流動性痛點 ◀

團隊創建

- 微客自行申請
- 商戶手動創建團隊

團隊管理

- 成員資訊查看
- 隊員審批

團隊排名

- 團隊排名刺激，激發戰鬥力

團長獎勵

- 團隊業績高時，團長可獲得額外獎勵，促使團長帶動分銷積極性

支援直郵和保稅倉業務模式

直郵模式

STEP 01



企業備案

商戶對接海關，完成企業備案

STEP 02



開通境外支付

提交境外支付數據給第三方支付代理商，開通境外支付

STEP 03



對接跨境ERP/物流服務商

自行對接或在微盟服務市場選購有跨境能力ERP或者物流服務商

STEP 04



開啟實名認證功能

開啟實名認證功能，補充海淘企業收款資訊

保稅倉模式 (商戶對接)

STEP 01



企業/平台備案

商戶對接海關，完成企業備案或平台備案

STEP 02



設定支付方式

1、可人民幣收款
2、可外幣收款，即提交境外支付數據給第三方支付代理商，開通境外支付

STEP 03



對接跨境ERP/物流服務商

自行對接或在微盟服務市場選購對接了選定保稅倉的ERP或者物流服務商

STEP 04



開啟實名認證功能

開啟實名認證功能，補充海淘企業收款資訊



O2O Experiences



How about Deals?



uBuyiBuy 大使

更多熱賣



CARSLAND
以 \$298 讓愛車享受



1 2 3

今日優惠 最近優惠 如何運作

分享優惠 [f](#) [t](#) [m](#) [讚好](#) 23

以 **\$98** 報讀中國香港美術學院兩節共 **3** 小時陶瓷時鐘製作班，另加送 **\$250** 課程現金券（原價 **\$730**）

HK\$ **98**

[← 立即購買](#)

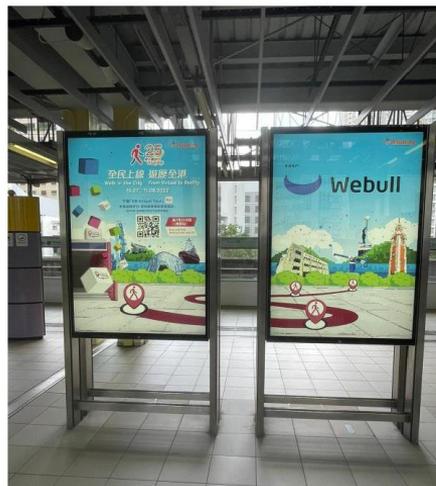
[🎁 送給朋友](#)

原價 HK\$730	折扣 86%	你已節省 HK\$632
---------------	-----------	-----------------

剩餘時間

11 : 23 : 20

小時 分鐘 秒鐘





一共20款

路線實體獎牌

現已開放預購



示範路線獎牌：尖沙咀健步徑(一)



唔同路線獎牌擺埋一齊仲可以連成一線添!





- <https://youtu.be/Bt2JRpocMcc>

MORE VIDEOS



0:20 / 1:00



YouTube





LUSH

LUSH



咖啡茶館集
COFFEE&CAKE BIF

LUSH LABS



- <https://youtu.be/PTiT-Y4y7AI>



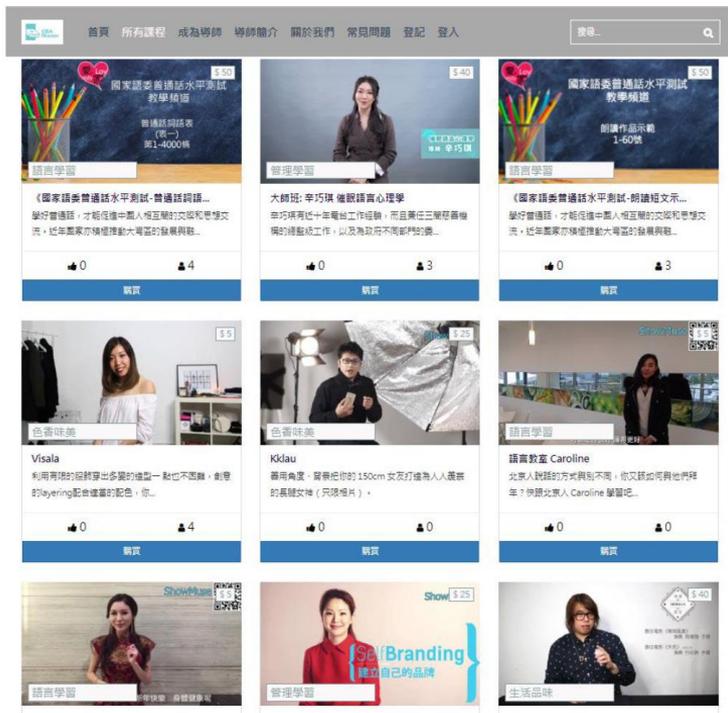


Digital Product



《跨境大師班》

www.gbamaster.com



《跨境大師班》為大灣區提供一個線上教育平台，讓生活在香港、深圳等大灣區城市的市民能夠運用自己的興趣、專業、知識及技能開設各樣的課程並從中獲利。

《跨境大師班》為各位提供多元化的課程，讓你在各方面增值自己，使你「小至日常，大至職場」也能夠擁有一個更加豐盛的人生，成為人生的Master。課程皆在線上進行，以此為你帶來一個不受時間、地區限制的學習體驗，藉由這個嶄新的教育模式，成就你所想，讓你在忙碌的日常中，也能把自己裝備得更好。

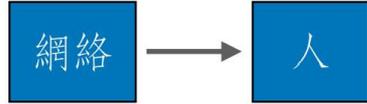
立即透過《跨境大師班》，體驗自主學習吧！

What is NFT?

- 非同質化代幣（英語：**Non-Fungible Token**，簡稱：**NFT**）是一個在區塊鏈中確認所有權的獨特電子認證或證書，可對接其他加密貨幣的代幣標準，以定義**NFT**的使用。
- 簡單來說，就是加密檔案的「電子票據」，大部份時間均用以認證數碼創作產品的擁有權，這些獨一無二的資訊，可包括創作者及創作日期或者其他資訊等而成為該「資產」的「電子票據」。而**NFT**「電子票據」背後所代表的「資產」，可以是歌曲、畫、錄音、玩具、衣服、程式編碼、服務或者商品使用權或者是任何一種有形或無形物品甚至是事件，我們統稱這些東西是「資產」。
- **NFT**使每件「資產」擁有其獨有的標識，為資產賦予獨特意義，從而釐定其市場價值。而「資產」的運用方式或對回方式就是使用「智能合約」來作出規範。

The development trend of Web . Web的發展趨勢

WEB 1.0



- 入門網站
- 推送技術
- 單向信息發佈
- 個人網站
- 資料查閱

缺乏互動 由商家及專家推送資料

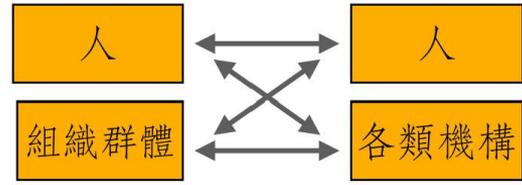
WEB 2.0



- 維基編輯
- 個人興趣博客/網誌
- 社交媒體互動
- 個人評論內容頻道
- 群體參與互動遊戲

由群群眾主導話題及趨勢

WEB 3.0



網絡社區

專業、半專業和消費者的界線越來越模糊

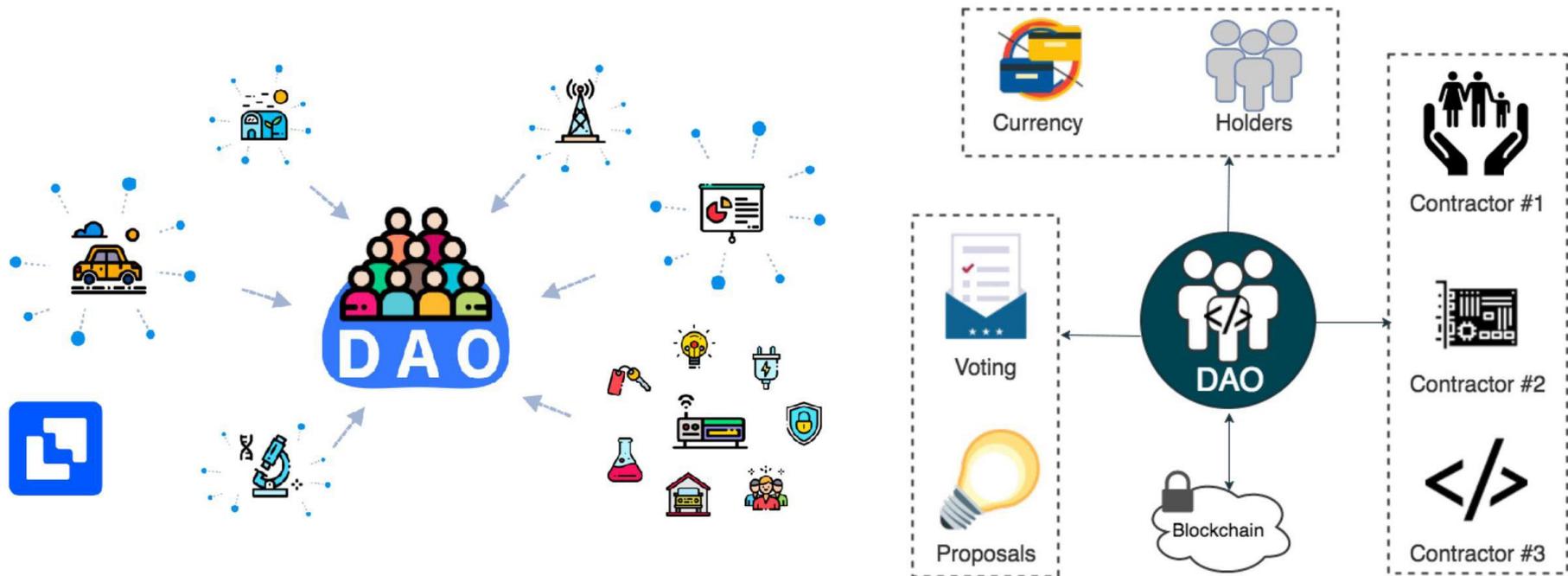
- 高互動性虛擬社區
- 個性化聚合社群
- 創意共享社群
- 人工智慧與自然人互動
- 社群跨地域經濟活動
- 跨地域開放身份
- 網絡公民自治社群

個人和機構之間建立一種互為中心而轉化的機制，個人也可以實現經濟價值

網絡公民

Decentralised Autonomous Organization (DAO) 去中心化自治組織

分散式自治組織 (DAO, decentralized autonomous organization)，有時也被稱為分散式自治公司 (DAC)，是一個以公開透明的電腦代碼來體現的組織，其受控於股東，並不受中央政府影響。一個分散式自治組織的金融交易記錄和程式規則是儲存在區塊鏈中的。目前分散式自治組織確切的法律地位還不清楚。



Smart Contract and Block Chain 智能合約和區塊鏈

區塊鏈是一套開放、分散式的分類賬目，能夠有效記錄雙方之間的交易。區塊鏈技術的主要原理是採用分散式的分類賬目架構，並以工作量證明（proof-of-work）作為共識機制的基礎。這個架構可以創造出一套數碼交易分類賬目，並透過網絡於其他電腦中存檔。這套分類賬目不一定為某一中央機構所擁有，但公共區塊鏈的分類賬目則能夠讓網絡上的所有用戶讀取。用戶想在分類賬目中新增一筆交易時，有關交易資料會由網絡上的其他電腦以加密計算法轉成密碼，再加以驗證。

	公有鏈	聯盟鏈	私有鏈
參與者	不限	聯盟成員	鏈的所有者或被邀請者
驗證者	自願提供算力或質押加密貨幣者 或者公眾	聯盟成員協商確定	鏈的所有者
去中心化程度	較高	偏低	極低
安全性及效率	安全性高、效率高	效率和成本最佳化	安全性低、效率偏低
應用領域	區塊鏈遊戲、非同質化代幣、去中心化金融等	供應鏈管理、金融服務、醫療保健等	任何人甚至不知名人士或組織
公眾信任程度	高	高或中視乎機構信譽度	極低

Smart Contract and Block Chain 智能合約和區塊鏈

智慧型合約（英語：Smart contract）是一種特殊協定，在區塊鏈內製定合約時使用，當中內含了程式碼函式（Function），亦能與其他合約進行互動、做決策、儲存資料及傳送以太幣等功能。智慧型合約主力提供驗證及執行合約內所訂立的條件。智慧型合約允許在沒有第三方的情況下進行可信交易。這些交易可追蹤且不可逆轉。智慧型合約的目的是提供優於傳統合約方法的安全，並減少與合約相關的其他交易成本。

相比傳統紙本合約智能合約可以提供更具彈性的規則和更快速的交易變換而且提供可以被追蹤和高度透明化的特點而且製作方式簡單任何技術人員皆可明白

```
// SPDX-License-Identifier: MIT
pragma solidity ^0.8.0;

import "@openzeppelin/contracts/token/ERC721/ERC721.sol";
import "@openzeppelin/contracts/utils/Counters.sol";

contract EmotionalShapes is ERC721 {
    using Counters for Counters.Counter;
    Counters.Counter private _tokenIdCounter;

    constructor() ERC721("EmotionalShapes", "ESS") {}
    function _baseURI() internal pure override returns (string memory) {
        return "https://YOUR_API/api/erc721/";
    }

    function mint(address to) public returns (uint256) {
        require(_tokenIdCounter.current() < 3);
        _tokenIdCounter.increment();
        _safeMint(to, _tokenIdCounter.current());

        return _tokenIdCounter.current();
    }
}
```

Cross Border Digital Signing Ceremony

智慧城市特刊

香港可信商戶計劃啟動禮 跨境業務新常態 線上業務新機遇

透過線上處理商業交易及簽署合同處理跨境業務，會愈來愈普遍，但當簽署的企業和單位來自不同司法管轄區時，其線上身份真實性尤其重要。智慧城市聯盟 (SCC) 與香港公匙基建論壇 (HKPKIF) 為協助企業處理跨境線上合同，宣布推出「香港可信商戶計劃」，在香港郵政電子核證服務之營運商翹晉電子商務有限公司及一邦國際網上仲調中心的技術支援下，善用香港數碼基建，協助企業把握線上業務新機遇。

署理副政府資訊科技總監潘士強先生在出席「香港可信商戶計劃」啟動禮時指出，香港與廣東省兩地政府早在2008年便成立了「粵港電子簽名證書互認試驗工作組」，探討在法律保障下，通過科技推動跨境業務發展。多年來，推行了不同的試驗計劃，包括成立「跨境電子報關平台」和以遠程非面對面方式簽發互認證書，方便提供如「攝道券戶口關門」等項目。資料辦原形應運兩地以粵港電子簽名證書互認為基礎，培育港粵可信認證服務生態，優化公共服務和營商環境，推動資訊基礎設施的互聯互通。

廣州市政府副秘書長高裕輝先生於活動中見證了兩地之參與單位以電子跨境形式簽署合作協議，當中包括：香港特別行政區政府資訊科技總監辦公室、廣州市政府服務敏捷管理局及香港郵政電子核證服務之營運商翹晉電子商務有限公司，有利促進香港市民及機構在線上使用廣州市政

務服務的發展，這是建立大灣區融合的重要一步，未來亦有望拓闊到其他城市。

以線上可信身份 把握海外業務機遇

智慧城市聯盟會長楊文銳表示，疫情期間聯盟一直推動線上可信身份的應用方案，包括推廣以電子簽署審核商標的憑證，對接各地的出行認證程序，以協助經濟活動保持運作。這次推出「香港可信商戶計劃」希望進一步協助企業機構善用線上可信身份，把握海內外線上業務的機遇。隨著智慧城市發展，各地的數字基建相繼實施，科技將進一步解決人流、物流、資金流及訊息流的融通，推動大灣區內智慧城市群發展，使跨境業務更便捷。而且應用場景廣泛，商戶可線上辦理政府服務、申請資助、簽署合同等。

香港公匙基建論壇主席陳華進進一步解釋，每一家參與「香港可信商戶計劃」的機構必須每年獲授權單位作身份核證，若有關機構發現有違規情

況，在合法程序下，其線上身份及電子簽署將被馬上擱起，以確保線上交易安全。在國際層面方面，亞洲公匙基建聯盟副主席李瑞華先生強調，當線上交易及合同簽署牽涉不同司法管轄區的機構時，其線上身份真實性尤其重要。機構應善用國際認可的法人機構識別編碼憑證 (LEI) 確認機構身份，確保其可信及獲授權單位。LEI編碼是二十國集團 (G20) 支持下成立金融穩定理事會和全球單多監管單位推動，以國際標準組織制定的ISO 17442標準為基礎的一個編碼體系，相當於企業/機構的「國際網路身份憑證」，是國際通用的主體識別號碼。

善用網上爭議解決服務

而在保障跨境線上交易方面，一邦國際網上仲調中心 (IBRAM) 行政總裁謝佩琪女士鼓勵商戶善用網上爭議解決服務。透過網上調解及網上仲裁，務求更快、更具成本效益地解決爭議。她表示IBRAM會融合最新的技術，滿足正在迅速增長的跨境爭議解決服務需求，鞏固香港爭議解決編組和法律科技 (LawTech) 中心的地位。

謝女士指出，香港在網上爭議解決服務有良好及專業優勢，過程中，若有



四位主禮嘉賓主持啟動儀式，嘉賓包括 (由左至右)：(左起)一邦國際網上仲調中心行政總裁謝佩琪女士、香港公匙基建論壇主席陳華進女士、署理副政府資訊科技總監潘士強先生、智慧城市聯盟會長楊文銳先生、MH。

任何爭議，中心將致力為參與機構提供一站式快捷而具成本效益的網上爭議解決服務。

LEI 賦能數字經濟進程

另一方面，由北京市經濟和資訊化局、香港政府資訊科技總監辦公室共同主辦，北京軟體和資訊服務業協會、香港軟體行業協會合辦、互聯導業協會、智慧城市聯盟、香港資訊科技學會以及香港公匙基建論壇支持的第十四屆京港洽談會2021數字經濟賦能產業發展專題論壇順利舉行。近幾年來，在京港有關部門的支持下和各方配合努力下，全球法人識別編碼 (LEI) 推進工作逐步進行，比如人民銀行2020年發佈了《全球法人識別碼應用實施路徑圖2020-2022》，為LEI的發展指

明了方向；在7個省，包括廣東省，也正在研究跨境人民幣服務，使得交易更加完整、快捷和規範；中國金融認證中心 (CFCA) 正在積極拓展LEI應用場景，發揮銀聯國際的作用；香港方面由翹晉電子商務有限公司作為香港郵政核證機關之營運商，正在研究將數字憑證與LEI相結合，為企業和個人在跨境業務中賦能。雙方在本次合作中作為下一階段的LEI推廣工作確定方向，將拓展更多LEI在跨境中的應用及加強LEI在金融監管中應用等。



翹晉電子商務有限公司與中金數融智中心有限公司及中港支付有限公司，分別簽署了《加劇LEI與數字經濟融合 加強跨境支付服務與綜合合作備忘錄》和《構建跨境數字身份統一認證體系合作備忘錄》。

Cross-Border Interactive Webinar / Ceremony made possible via Techtur technology deployment

粵港區快捷可信認證服務合作備忘錄簽署

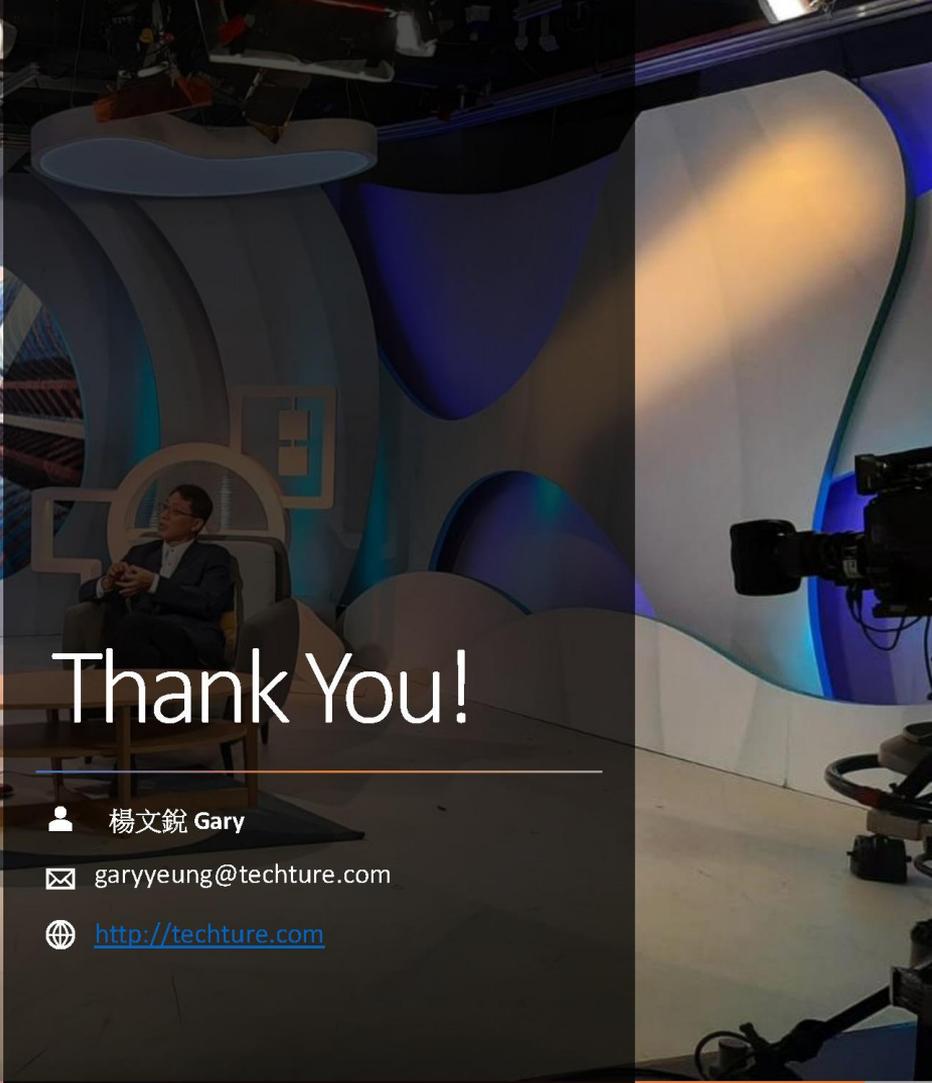


廣州政府副秘書長高裕輝先生、廣州市政府服務敏捷管理局副局長文謙先生與香港特別行政區政府署理副政府資訊科技總監潘士強先生簽署粵港互認可信認證服務合作備忘錄。

Metaverse Shopping Experience



Immersive 3D modelling for Metaverse and eCommerce



Thank You!

👤 楊文銳 Gary

✉️ garyyeung@techure.com

🌐 <http://techure.com>



工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



零售新常態中突圍 · 提升無縫購物體驗 項目啟動會議





零售新常態中突圍 提升無縫購物體驗 項目啟動會議

論壇環節 會在15分鐘後開始





工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



零售新常態中突圍 · 提升無縫購物體驗 項目啟動會議





DrGo Introduction

HKT®

Building for tomorrow, today.

Over 19,000 staff in 1 team to serve for Hong Kong more than 150 years

摯誠為你

Pioneer for bringing innovation and technology to create a better Hong Kong

eye

HKTCare



港上行
MTR Upward



HKT
Education

TOTO

Smart Living™

HKT Premier

CSI

THE CLUB

now TV

viu

MOV

viuTV



An all-in-one platform with two core elements to digitize the
Healthcare journey

HKT®



DrGo is a **personal healthcare assistant** that helps Hong Kongers access quality **7-day health advice**, reducing unnecessary visits to the doctor's clinic.

Customer Value Proposition



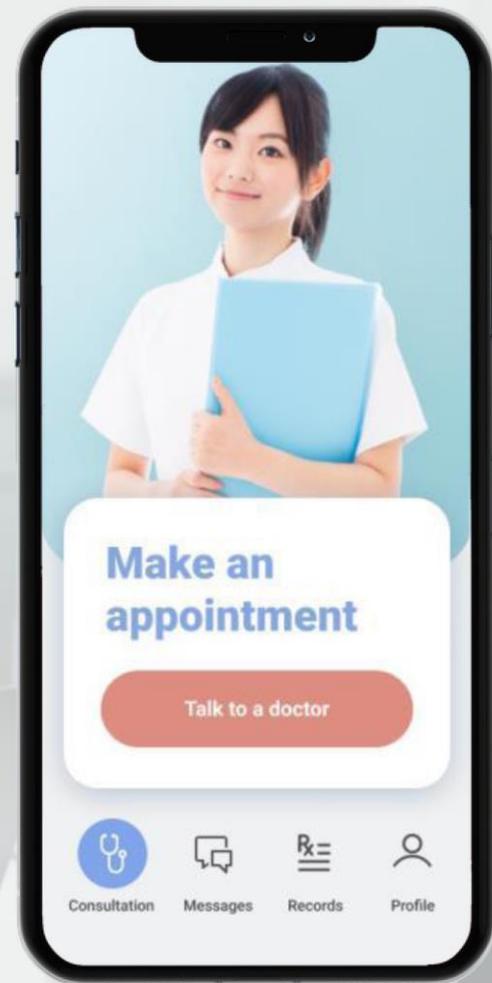
7-day health (0800 – 2000 daily) advice through effortless teleconsultations with doctor from the comfort of your own place



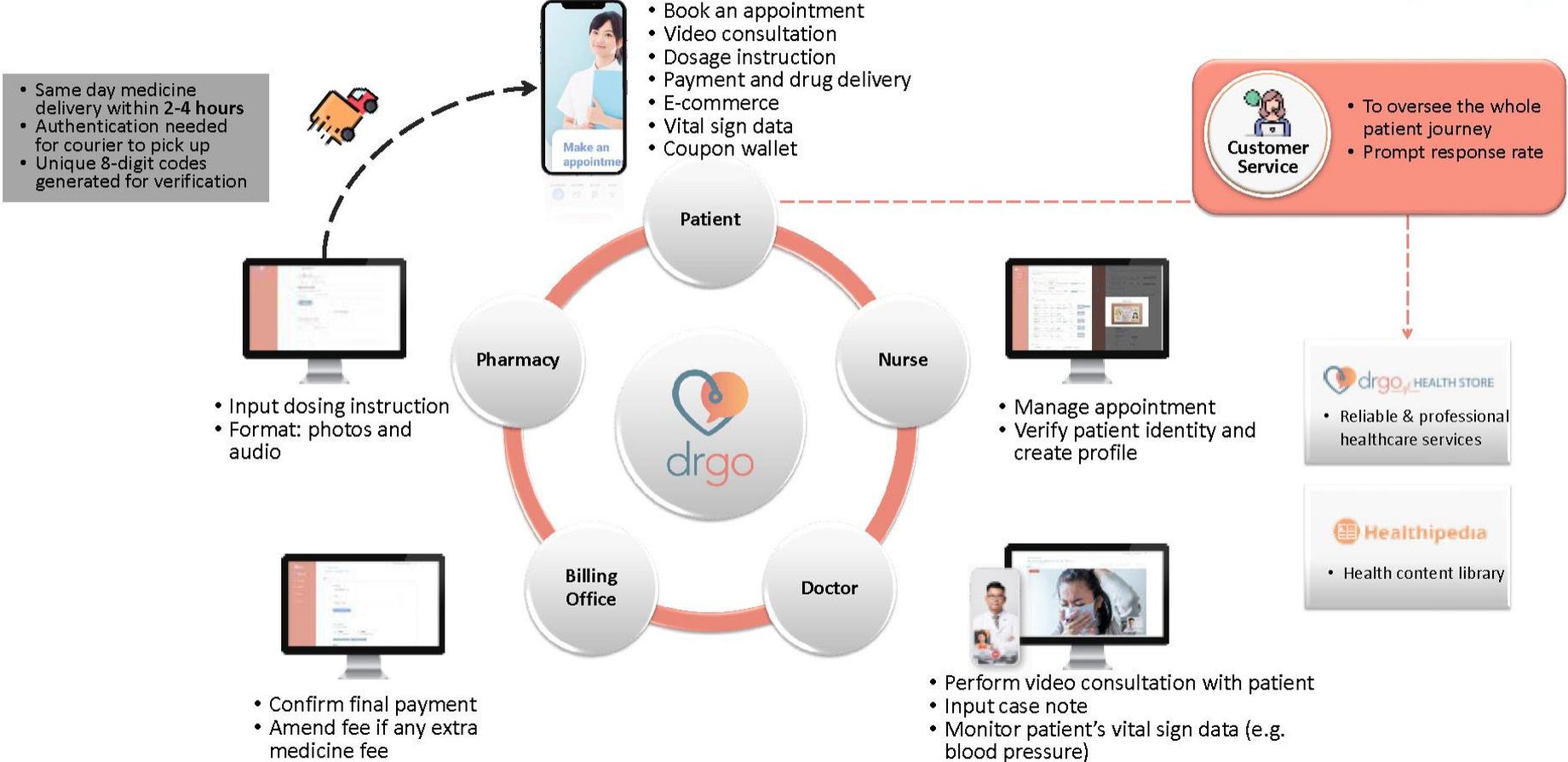
Massive time savings **with convenient medication deliveries** directly to your front door



Peace of mind in **connecting with trusted local specialists (including GPs & SPs)**



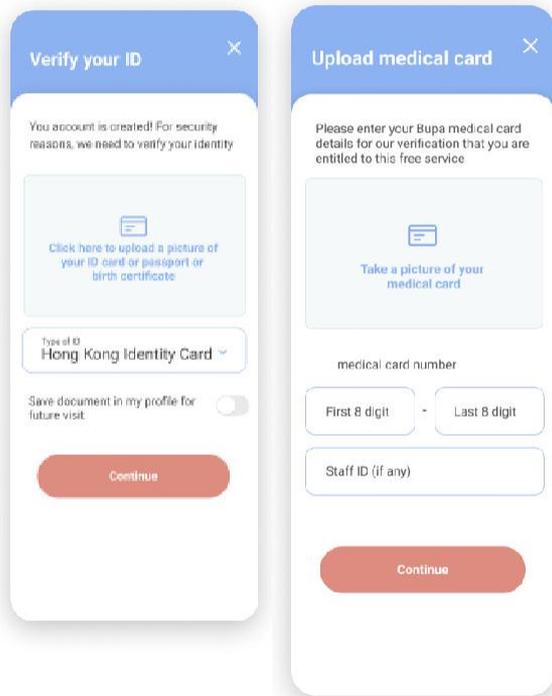
DrGo Eco System



One-stop Pay & Claim Procedure



1. Registration – Identity & Medical Card

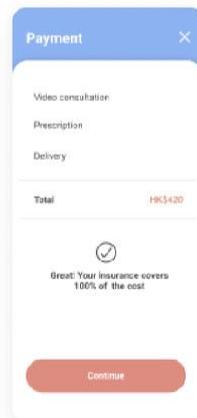


2. Telemedicine – VC & Medication



3. In-app payment & claims

- A. Policy holders proceed in-app payment
- B. Receipt with cost breakdown issued in-app to policy holders
- C. Receipt directly sent to claims system of insurers to proceed reimbursement



Sample Receipt

收據號碼 Receipt Number: DR020001255 病人姓名 Patient Name: Chan Chan
保險號碼 Case Number: IHE010019125

日期 Date	服務項目 Service Description	金額 Amount (HKD)
2021-10-11	綜合醫療服務(藥物) Consultation Fee (Prescribed basic medicine included)	\$108
2021-10-11	診費 Out-visit Fee	Waived
2021-10-11	郵付藥物費 Delivery Fee	30
2021-10-11	電話及短訊 Delivery Shortage	30
2021-10-11	印刷及醫療服務 Cost of Materials/Prescription	(\$148)
總額 Total		\$198

診察 Diagnosis:

醫生姓名 Doctor Name: Dr. Ng Kin-Ping Kenny

醫生簽署 Doctor Signature

Or:

公司蓋章 Company Stamp

Medical and Insurance Partners



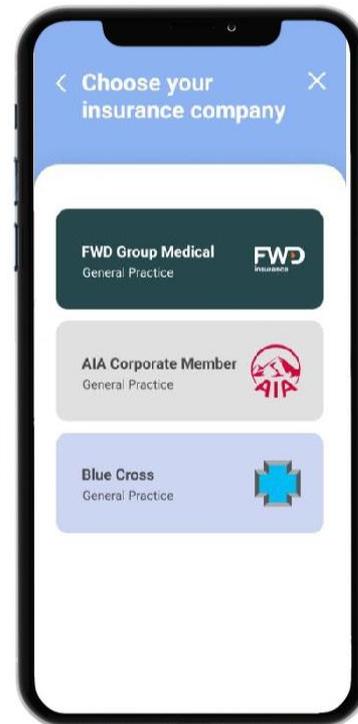
General Practice Service

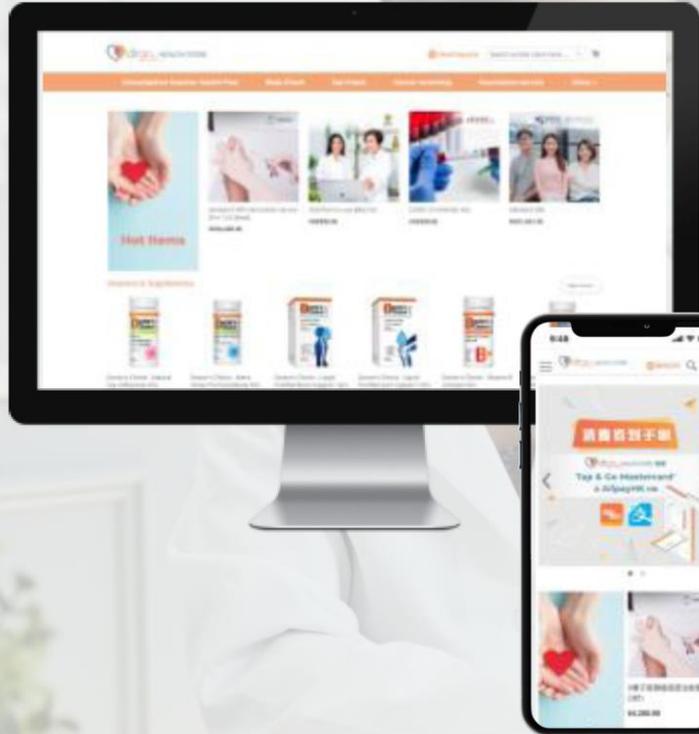


Specialty Service

Medical Partners					
Specialty	Family Medicine Cardiology Dietitian Physiotherapy	Psychology Service	Psychology Service Psychiatry Service	Pediatric Service	Chinese Medicine Service

Insurance Partners





DrGo Health Store provides a comprehensive range of **reliable & professional healthcare services** from telemedicine, body check, eye care, chiropractic care, DNA test to health supplements and health remote monitoring devices, **over 20 health categories from services to physical products.**

Customer Value Proposition



Free delivery upon \$300 purchase

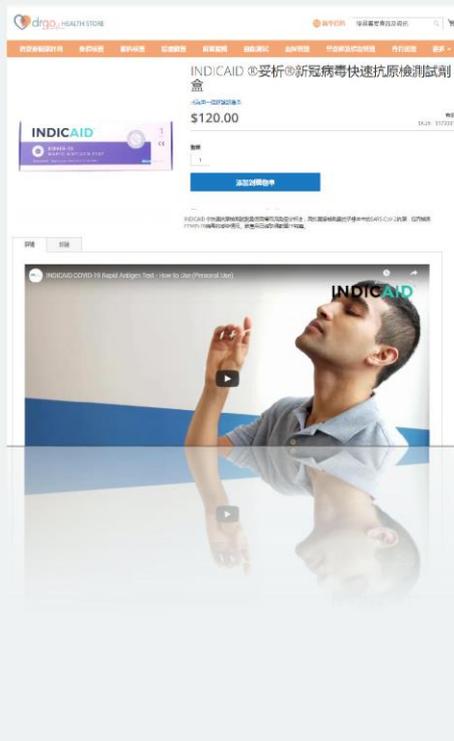
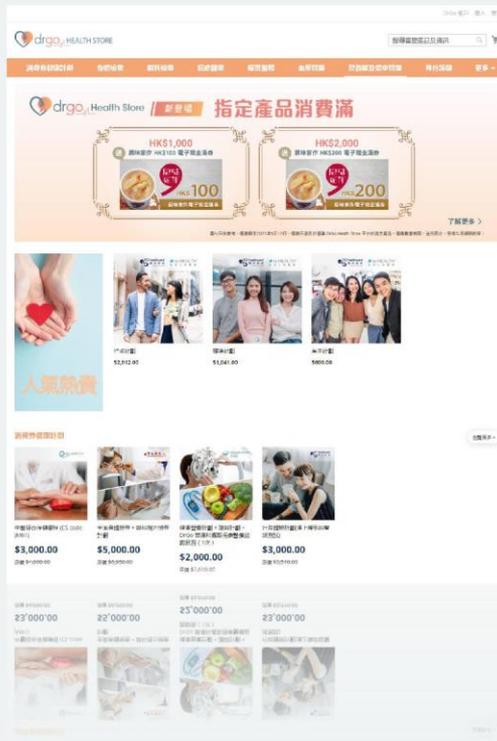


Purchase and redeem service plan **seamlessly within DrGo App**

Monthly Thematic Promotion in DrGo Health Store

- DrGo Health Store/In app heros banner display
- Hot item highlight
- Unique offer for selected customers (hidden category with promotion codes)

With a comprehensive range of reliable & professional healthcare services





Strong Customer Base



- **330,000+** Registered users on DrGo one year post launch
- **3,800** active users per month
- **Over 100** doctors on board

HKT



- **4.4M** customer base in Hong Kong with 1.2 M customer contacts / month
- **Over 19,000** HKT Staffs
- **62** retail and services centers across HK, KN and NT



Together we can put
the best healthcare at everyone's fingertips



Thank You



工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



零售新常態中突圍 · 提升無縫購物體驗 項目啟動會議





餵送上門
Deliverz

YOU CAN TAKE A REST.
Deliverz WILL DO THE REST.

品牌故事

Our Brand Story



餸上門由2016年開業到現在，係一個主打售賣即煮食材包嘅網上購物嘅平台！

現代人生活步伐非常急速，傳統家庭主婦每日買餸煮飯嘅畫面已經越黎越少係年輕一代出現！

為配合新世代嘅發展，我地將買餸呢件事搬上網，將原本可能要一頭半個鐘去做嘅事，係APPS/網頁簡單搵幾個鍵就可以完成！



什麼是即煮食材包？

- 洗好、切好、調味好
- 真空處理，方便衛生
- 新鮮食材，無添加味精及防腐劑



即煮食材包特點？

化繁為簡

- 節省購買食材、處理食材的時間
- 將工序繁複的菜式簡化為數個步驟
- 無須入廚基礎都可輕鬆烹調



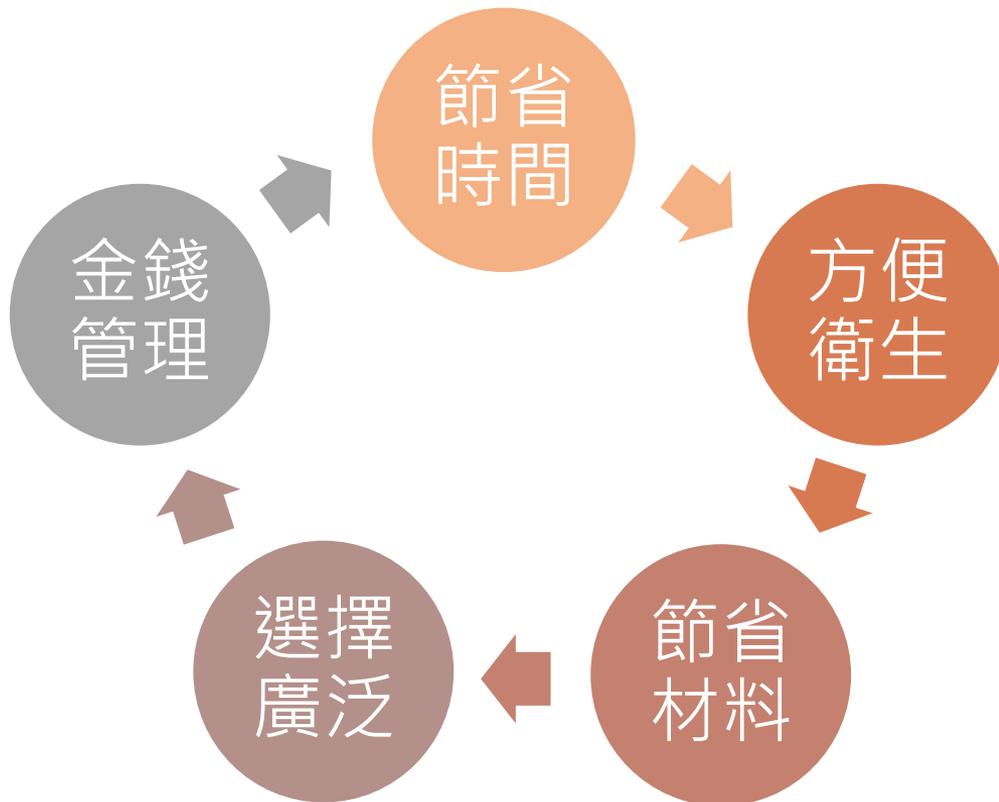
減少食材浪費

- 醬汁及配料份量控制



產品效益

Products Effectiveness





THANK YOU !



工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



零售新常態中突圍 · 提升無縫購物體驗 項目啟動會議



主辦機構

工業貿易署「工商機構支援基金」撥款資助

執行機構

合作機構 (排名不分先後)



工商機構支援基金
Trade and Industrial Organisation Support Fund



HKEBA



香港中小型企業聯合會
HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION



WTIA
香港無線科技協會

O2O 顧客體驗評核網上報名



網上問卷調查



<http://u.hkpc.org/20221027>