

請即發佈：

三大網上博覽及論壇圓滿完成 分享疫情下突圍方案 助企業合作拓商機 共逾 26,000 觀眾參與

2021年12月7日 – 香港貿易發展局（香港貿發局）剛於上周透過網上直播形式舉行舉辦三大網上博覽及論壇，包括：**創業日**、**亞洲知識產權營商論壇**及**創智營商博覽**，內容涵蓋理論與實踐，從以知識產權推動創新與可持續發展，而至創業及營商之道，全面協助企業應對環球挑戰。

其中，**創業日**及**創智營商博覽**以「**創新時代·智建未來**」為題，透過網上直播形式舉行了共 25 場研討會，廣邀逾 50 名來自不同行業的專家及講者，與中小企及初創企業分享營商之道及創業心得，以及如何運用創新科技及思維應對市場變化，從中突圍，共吸引來自 37 個國家及地區共超過 12,000 名觀眾參與。

亞洲知識產權營商論壇以「**迸發創新·持續發展與增長動力**」為主題，匯聚逾 70 位來自世界各地的知識產權專家及商界領袖，與來自 49 個國家及地區超過 14,000 名觀眾，分享對最新行業發展及趨勢的見解，實現業界深度交流。論壇提供互動渠道，聯繫來自不同行業的嘉賓講者及商界翹楚。

觀眾可以通過視頻點播 (video-on-demand) 在 12 月底前重溫以上博覽及論壇精彩環節。

疫下創業挑戰增 要成為具規模環球企業先要抱全球擴展心態

將企業拓展至國際市場從來都不是一件容易的事，疫情下企業更需要具備全面的策略及計劃。**創業日**講者之一、10X Innovation Lab 聯合創辦人 Aaron McDaniel 曾於財富 500 強企業之一的 AT&T 擔任多個不同職位，為 AT&T 史上最年輕的區域副總裁。他從 20 多歲起便嘗試創業，橫跨電子商務、手機相關應用商品等不同範疇，經驗極為豐富。他在**創業日**首場環節「**T-Chat: 如何成為具國際規模的環球企業？**」分享他對企業國際拓展的見解。

McDaniel 指出抱有全球擴展心態 (Global Class Mindset) 的公司從初期規劃就已經放眼世界，無論是在建立團隊、設計流程、開發產品、釐定策略和核心概念時，這些公司採用的方式都能輕易進行在地化或普遍化。這類公司能夠從世界各地招攬人才及組建團隊，並利用各地員工的在當地市場知識來了解並進軍新的市場。McDaniel 又指抱有全球擴展心態的公司都有一個特點，就是會進行雙向溝通，特別是當這些公司從某個市場學習到有趣的專業見解或是營商方法時，他們不會只在單一市場運用這些資訊，而是懂得與整個全球業務網絡共享信息，從而真正的改善經營方式並拓展國際業務。

獨角獸認為疫情過後網購及網上支付發展將更蓬勃

「與獨角獸談話—創新時代·智建未來」環節深入探討創業的旅程及成功因素，帶來新常態對不同行業的最新啟示。泰國首間獨角獸企業 Flash Express 創辦人兼行政總裁 Komsan Sae Lee 指出，網購已經不再單純是一個服務，而是已變成一種基礎設施。疫情過後或對網購整體發展有些微影響，但大眾依靠網購處理日常生活所需的趨勢是不可逆轉，即使短期會有波動，長遠而言一定有

增長。他對於公司成為泰國首間獨角獸表示高興：「我認為這是一個好的現象，可以令泰國不同的創業團隊更有希望，反映泰國可以成就更多人的夢想，而他們可以成為更優秀的企業。對於投資者來說也是一個好的信號，能夠加強他們向泰國初創投資的信心。」

在全球有 19 個辦公室、支付網絡能協助企業在 150 多個國家付款的空中雲匯，其香港及新加坡中小企業主管陳君洋認為疫情為公司帶來很多機會，讓客戶發現到更簡便處理金融需要的方法。他指出本身擁有很多實體銀行戶口的客戶，因銀行在疫情下及時處理他們的需求，而逐漸將相應業務轉移到空中雲匯的戶口，相信這個趨勢在疫情過後會繼續加速發展。陳君洋又指：「過去一兩年大家對初創服務需求愈來愈大，疫情令整個產業鏈變得電子化，很多初創公司也藉著這個機會改變傳統消費者或傳統企業的想法。我認為香港對於科技和初創的接納程度會慢慢地提高，令整個初創生態系統變得更好。」

電子商貿發展一日千里，已經遠遠超過單純的買賣服務，然而網上欺詐以及退貨等問題為電商帶來大量額外支出，在「解決網上業務的痛點」的環節，Riskified 亞太區營運主管 Sarah Roden 及 Return Helper Limited 聯合創辦人及行政總裁溫俊偉帶來創新解決方案。

網上欺詐愈趨普遍，Sarah Roden 表示與 Riskified 合作的商家能夠減少遭遇欺詐情況，消除摩擦，因而協助商家提升批核率以及減少客戶退出網站的情況，增加營業收入。「商家在設計最簡便購買流程時，又要避免商家與顧客欺詐對方，同時亦必須遵守不斷變化的法規，鞏固與銀行和支付平台的關係，要從中取得平衡甚為困難。Riskified 為電商提供責任轉移的服務，假設我們指示商家某張訂單是合法而後來發現判斷錯誤，我們將會承擔這張訂單的財務責任。」

另一方面，疫情令電子商貿在 2020 年急速增長，溫俊偉透露從中國到美國的跨境電商金額達 1,720 億美元，按年上升四成。但與此同時退貨金額及網上退貨成本急升一倍，顯示退貨比電商市場增長還要快，電商因此需要負擔更高的物流及營運費用，明顯為他們帶來不少煩惱。由於部分退貨商品可能已失去了商用價值，因此建議有關電商可考慮與本地的回收商合作妥善處理商品，加上消費者近年較喜歡著重 ESG（環境、社會和管治）的品牌，相信電商可以以此作為招徠。

環球科技峰會討論 6G 元宇宙及食品科技未來發展趨勢

擁有創新意念和發明以外，企業亦需要透過知識產權交易及制度保護產權，為創科人員提供持續的創新動力。亞洲知識產權營商論壇上週五舉行的環球科技峰會，討論突破性科技如何為世界帶來變革和轉型，以及影響人類生活的各方各面。諾基亞貝爾實驗室 6G 項目經理 Osman Yilmaz 相信 6G 將會帶來全息立體影像 (holographic videos)，由於 6G 網絡將具有大量的感應及人工智能，屆時 6G 將不只是一個通訊網絡，而是結合通訊及具有第六感的網絡。他又指出 6G 網絡設計同時考慮到可持續發展：「5G 科技已剔除需要長期處於開啟狀態的部分信號，但仍具有改善空間，我們相信 6G 將會進一步推動這種改進，透過使用人工智能及機器學習 (AI/ML)，預期將較 5G 節省高達一半的能源消耗。」

Animoca Brands 聯合創辦人兼執行主席蕭逸指出，現時坊間社交媒體發展元宇宙，其實只是封閉式的，因為有關資產只屬於該社交媒體，真正的元宇宙應是採用開放源碼 (open source)，而非同質化代幣 (NFT) 就是其中一種，它的強大之處是令大家能夠透過 NFT 真正擁有開放式的數碼資產，從而擁有元宇宙的一部份。蕭逸表示：「當你在目前遊戲持有一把數碼劍，並不代表你擁有它，

但在 NFT 及區塊鏈的世界，你是可以擁有它的，甚至有些遊戲公司可以為持有這劍的使用者提供額外的增值服務，而不需要任何人的批准。另外，去中心化的自治公司 (decentralised autonomous organisations, DAO) 將會成為未來趨勢，因為屆時公司權益將會分配予用家，意味用家將會主導公司未來發展，用家會以持有多少代幣代表他在公司的話語權，用家可以在元宇宙透過建設如沙盒的東西，為自己建立進一步的權益。」

食品技術公司 Endless West 使用創新方法在分子水平上創造葡萄酒和烈酒，其聯合創辦人及行政總裁 Alec Lee 表示，與傳統釀酒方法相比，新釀法能夠使產品口味更為一致，因為公司已經有效地建立釀酒的數碼檔案，以及有關味道特徵的數碼地圖，意味可以在今天、明天，甚至一百年之後，繼續生產同一味道的佳釀，再不須受氣候變化的束縛，亦不會受到當中人手生產過程的影響。「因為我們能保持佳釀的一致性，甚至可以作出改變，這就是透過數碼進行味道質量管制的好處，我們相信這種釀酒的新思維，將會是下一代釀製新飲料時不可或缺的技术應用。」

可持續發展勢成必需品 初創將繼續備受青睞

第四屆 IPHatch 香港知識產權創業比賽於論壇揭幕，助創業家贏得由跨國企業提供的科技專利使用權，將現成專利技術轉換為嶄新商機。在分組專題會議中，多位知名創投基金負責人和企業代表以可持續發展和創新為重點，剖析最新投資趨勢和初創企業的相關機遇。信和集團創新聯席董事楊孟璋表示，以往可持續發展只是一個選項，但現在已變成必需品，意味如果科技初創公司成功開發能滿足這需要的產品，他們有機會遇到願意投資並選用這些新產品及方案的公司。Click Ventures Impact Partner Jenni Risku 指出初創公司不會因為規模太小而發揮不到影響力，她表示：「你只要看看現在的大企業，像 Facebook 也是在一間宿舍房間裡創立的。誰也能帶來巨大的轉變，所以只要有促成者，包括我們這些創業投資者，大家都會願意作出改變，對具有遠大視野的初創公司作出投資。」

創智營商博覽解構快電商

自疫情以來，人們越漸依賴電子商務平台來購買各種生活用品，有了合適的物流和按需配送服務供應商，企業和中小企就可以毫不拖延地以更低的成本將貨物交到消費者手上。創智營商博覽的「電子商務的新變奏－快電商物流」環節邀請到全方位電子商務方案合作夥伴解構快電商。

Zeek 聯合創辦人及行政總裁趙家祺指出當客戶從電子商務轉型到快電商的時候，他們面對的不單單是運輸資源問題，還需要建立一套完整的服務系統。他說：「Zeek 正為香港數個大型品牌，包括實惠和 HKTVMall，處理物流服務，亦有為越南、泰國、新加坡的品牌進行快速配送。對物流服務的龐大需求正正反映了整個市場逐漸步向快電商的營運模式。」

實惠集團有限公司執行董事及行政總裁梁兆邦希望利用快電商來針對客群特定需要，為顧客創造更多價值。他表示：「有逼切需求的季節性產品、急需使用的家具衛生用品、有即興需求的節日用品等都是需要高時效配送的產品，而實惠可以在數小時內將貨物送達客人手上。我們的店鋪都符合小型配送中心的條件，包括系統、流程、人手安排等，希望可以做到點對點的短程配送安排，縮短顧客的等候時間。」

好洗得聯合創辦人黎槿嫻指過去幾年公司服務愈來愈多元化，能夠迎合新世代的需求，顧客只須下載簡單應用程式即可使用洗衣服務。她表示：「我們的願景是改革傳統洗衣業，除了收送洗衣，

我們亦正試行儲存服務，又夥拍 Zeek 以提供定期上門收送，達至 24 小時甚至更快的洗衣服務，未來會繼續推出更多服務，滿足不同客戶的需要。」

香港電訊去年推出遙距視像醫療平台 DrGo，香港電訊個人客戶服務市務主管吳詠欣表示，香港人因為騙案及網絡安全問題而對進行網上交易有疑慮。因此 DrGo 的整個系統設計、雲端以及數據儲存都是在香港進行，並由本地團隊照顧，以確保網絡安全，同時參照香港醫務委員會指引，保障病人、醫生和醫療機構利益。

一眾公司分享造好「疫」後品牌小貼士

疫情改變了消費者的購買偏好和消費行為，企業需要調整品牌形象，重新獲得消費者的信任，並促進業務發展。在「『疫』後品牌發展新路向」環節，三大本地品牌代表分享如何突破固有品牌形象，針對市場需要確立新定位，迎合消費新常態。

國泰航空有限公司零售電子商務及旅遊產品夥伴總監鄒銘諾指出，很多時候電商都會選擇將大量產品上架，採取大包圍策略，反而會讓客戶覺得難以挑選真正所需的商品。有見及此，國泰進行了很多市場調查，與客戶緊密溝通以了解他們的需要，進而挑選出一萬多件合適的產品和合作夥伴。他表示：「訂單在結帳後的過程最為關鍵，因為這是與顧客直接溝通的黃金時間。在過去一年，我們花了很多努力去改善售後和付運服務，致力縮短付運的時間及提升服務質素。直到今年 11 月，我們的貨物已可於一天內送達，而當月客人滿意程度直線上升，高達八成。」

昂坪 360 董事總經理劉偉明表示，國際旅遊的停頓對公司營運存在壓力，因此與同事及鄰近潛在合作夥伴攜手合作渡過這段艱難時間，推動轉變。他表示：「外地遊客會因應整體旅程安排而選擇到訪一個景區，而本地遊客的目的性較強，希望旅遊體驗可以傳頌快樂及與他人分享，要求也普遍較高，比較留意不同細節，與外地遊客的性質極為不同，因此公司在訂立推廣計劃時需要針對不同客群去推出相應優惠。」

Klook 香港區行銷總監關霈詩指為了配合本地旅遊，公司推出比以往同期更多的本地旅遊產品。她表示：「我們不是旅遊科技公司（Travel Tech Company），而是一家科技旅遊公司（Tech Travel Company）。一般傳統公司會將整體業務數碼化，而 Klook 則是以技術為導向，將業務重心放在旅遊上面。在面對突如其來的轉變時，公司背後強大技術能夠提供強大支援，讓我們有能力在其他領域發展。」

博覽及論壇網頁

創業日：<https://portal.hktdc.com/eday/tc>

亞洲知識產權營商論壇：<https://bipasia.hktdc.com/tc/>

創智營商博覽：<https://portal.hktdc.com/smartbizexpo/tc>

圖片下載：<https://bit.ly/3ImUmlQ>



以「創新時代·智建未來」為題的創業日及創智營商博覽共吸引來自 37 個國家及地區共超過 12,000 名觀眾參與。



恒生銀行與香港貿發局在創業日達成策略合作，在創新範疇上成為策略夥伴，攜手為香港及大灣區的中小企構建一站式平台，讓他們能夠融入創新科技新時代，利用科技轉型發展，把握商機。



10X Innovation Lab 聯合創辦人 Aaron McDaniel 在創業日首場環節「T-Chat: 如何成為具國際規模的環球企業?」分享對企業國際拓展的見解。



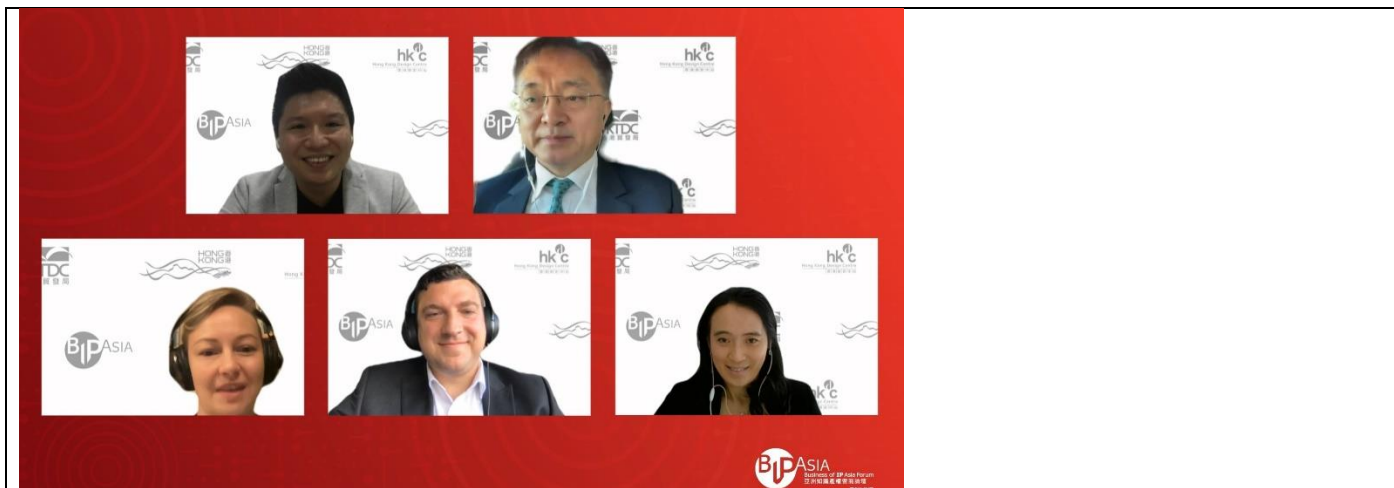
諾基亞貝爾實驗室 6G 項目經理 Osman Yilmaz 相信 6G 將不只是一個通訊網絡，而是結合通訊及具有第六感的網絡，又指 6G 網絡設計同時考慮可持續發展，預期將較 5G 節省高達一半的能源消耗。



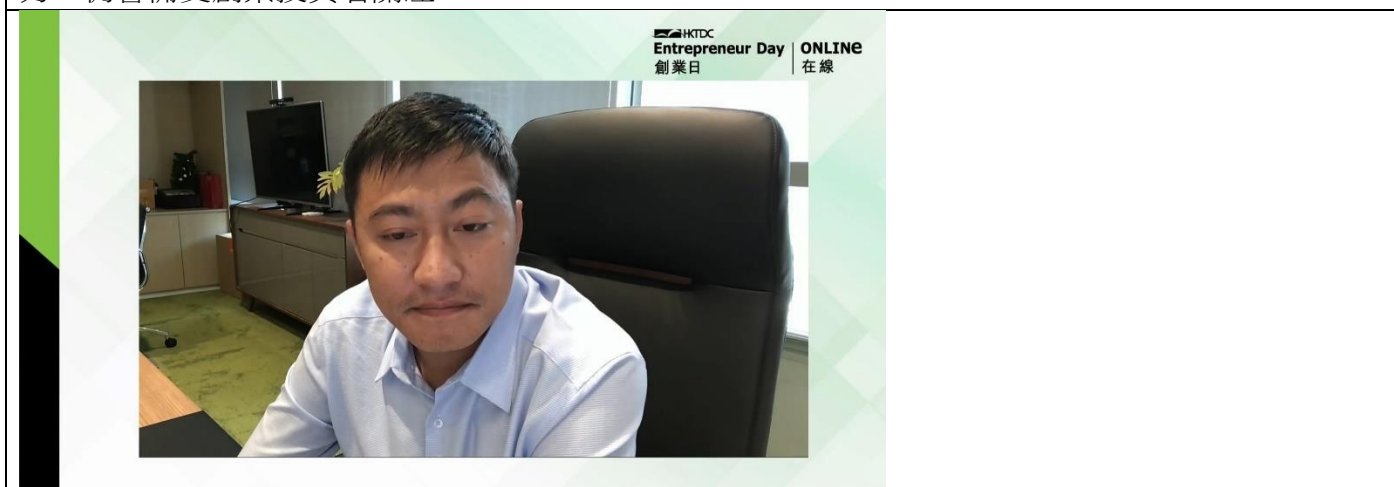
Animoca Brands 聯合創辦人兼執行主席蕭逸指出，真正的元宇宙應是採用開放源碼，而 NFT 就是其中一種，令大家真正擁有開放式的數碼資產，從而擁有元宇宙的一部份。



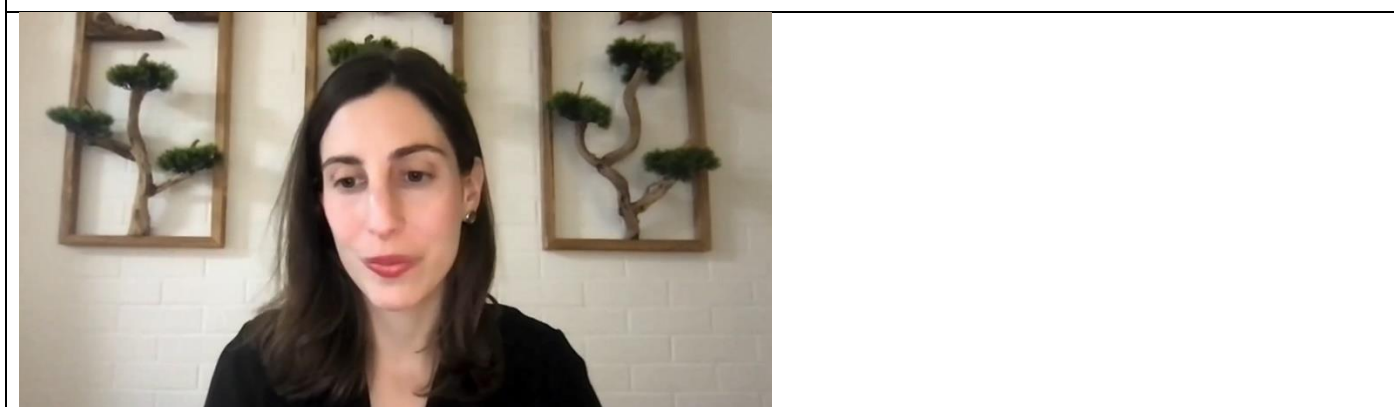
食品技術公司 Endless West 聯合創辦人及行政總裁 Alec Lee 表示，與傳統釀酒方法相比，新釀法能夠使產品口味更為一致，一百年後也能繼續生產同一味道的佳釀。



信和集團創新聯席董事楊孟璋（右上）表示以往可持續發展只是一個選項，但現在已變成必需品。Click Ventures Impact Partner Jenni Risku（左下）相信初創公司不會因為規模太小而發揮不到影響力，仍會備受創業投資者關注。



泰國首間獨角獸企業 Flash Express 創辦人兼行政總裁 Komsan Sae Lee 表示網購勢頭在疫情過後不逆轉，網購已不再是單純服務，並已變成一種基礎設施。



Riskified 亞太區營運主管 Sarah Roden 在「解決網上業務的痛點」的環節，指出與 Riskified 合作的商家能夠減少遭遇欺詐情況，從而增加營業收入。



在創智營商博覽的「電子商務的新變奏 — 快電商物流」環節，Zeek 聯合創辦人及行政總裁趙家祺（左）指出客戶需要有完整服務系統，才可從電子商務轉型到快電商，而實惠集團執行董事及行政總裁梁兆邦（右）希望透過快電商，針對客戶的特定需要創造價值。



國泰航空有限公司零售電子商務及旅遊產品夥伴總監鄒銘諾（左上）指出，很多電商都會選擇上架大量產品，但這反而令客戶難以選擇心頭好。昂坪 360 董事總經理劉偉明（右上）表示本地遊客與外地遊客的要求完全不同，因此在推廣時要推出針對性的優惠。




傳媒查詢

請聯絡香港貿易發展局傳訊及公共事務部：

劉茸 電話：(852) 2584 4472 電郵：clayton.y.lauw@hktdc.org
鄧曉聰 電話：(852) 2584 4544 電郵：angel.hc.tang@hktdc.org

香港貿易發展局簡介

[香港貿易發展局\(香港貿發局\)](#)是於 1966 年成立的法定機構，負責促進、協助和發展香港貿易。香港貿發局在世界各地設有 50 個辦事處，其中 13 個設於中國內地，致力推廣本港作為雙向環球投資及商業樞紐。香港貿發局通過舉辦國際展覽會、會議及商貿考察團，為企業(尤其是中小企)開拓內地和環球市場的機遇。香港貿發局亦通過[產品雜誌](#)、[研究報告](#)和[數碼資訊平台](#)，提供最新的市場分析和產品資訊。有關香港貿發局的其他資訊，請瀏覽 www.hktdc.com/aboutus/tc。請關注我們的  @香港貿發局 

@香港貿發局時尚生活  @香港商貿通  香港貿發局  請訂閱香港貿發局 