

案 由：支持香港發揮聯通中外和品牌建設優勢 助力中國品牌「走出去」

提 案 人：盧金榮委員

提案形式：委員提案

內 容：

中國是全球貨物貿易第一大國。中國品牌的國際市場認知度、認可度雖然不斷提升，但進一步全面加強中國品牌的全球地位，是高水平對外開放的必然要求。香港具有「內聯外通」的獨特優勢：一方面，香港的檢測和認證制度具有良好的國際信譽，香港的公關、廣告、形象顧問、市場策劃行業發展成熟，經驗豐富，緊貼國際市場最新潮流，有助做好中國品牌建設，提升品牌的國際知名度和影響力；另一方面，香港商界縱橫內地和海外市場多年，熟悉內地和海外營商法規、企業文化、市場趨勢和消費者喜好，同時擁有廣泛人脈網絡，有條件、有能力幫助中國品牌進軍國際市場。建議中央支持內地企業用好香港聯通中外和品牌建設優勢，助力中國品牌「走出去」。對此，有以下建議：

第一，支持內地企業以香港作為進軍國際市場的基地，與本地企業、商會、相關專業機構組建平台，共同拼船出海。

建議中央有關部委支持指導內地企業，以香港作為進軍國際市場的基地，進行針對國際市場的品牌建設、市場策劃、研發設計等工作，並與香港企業、商會、相關專業機構，如香港品牌發展局等組建開拓國際市場的平台，共同拼船出海。平台可為中國品牌提供市場調研、品牌建設、跨文化適應性調整等綜合服務。通過香港平台，中國品牌可以更加便捷地了解國際市場動態，降低進入海外市場的風險和成本。同時，平台可定期舉辦國際推廣論壇、展覽會等活動，為中國品牌搭建展示自身實力、尋求國際合作的舞台。

第二，善用香港檢測認證優勢，推動內地企業在港進行品質認證及產品測試，提升國際市場對中國品牌的信心。

中國品牌產品質量不斷提升，性價比高，做好具有權威性的檢測和認證工作，更有利於在國際市場暢銷風行。香港檢測和認證制度健全，國際聲譽良好，凡經香港認可處認可的合格評定機構可通過《互認協議》獲得國際承認，至今獲得超過 100 個經濟體的認可機構承認，其中包括多個西方和「一帶一路」國家。建議推動內地企業用好香港獨立第三方平台，進行品質認證及產品測試，提升國際市場對中國品牌的信心。

第三，善用香港知識產權保護優勢，保障中國品牌在國際市場的權益。

知識產權保護是中國品牌「走出去」面臨的重要挑戰之一。香港在知識產權保護方面擁有完善的法律體系和豐富的實踐經驗，可以為中國品牌提供有力的支持。建議在香港構建一套完善的服務體系，包括知識產權諮詢、申請、維權等，幫助中國品牌在海外有效保護自身的知識產權，同時加強與海外知識產權機構的合作，為中國品牌提供跨國的知識產權保護服務。

第四，善用香港國際金融中心優勢，助力中國品牌企業融資併購。

中國品牌「走出去」需要大量資金支持。香港作為國際金融中心，擁有成熟的資本市場、豐富的金融產品和服務，以及廣泛的國際投資者網絡。建議善用香港的金融平台，為中國品牌企業提供多元化的融資渠道，包括股權融資、債權融資、併購貸款等。同時，支持內地企業利用香港市場進行海外併購，獲取國際品牌、技術、市場等資源，加速中國品牌國際化進程。

第五，善用香港中西文化薈萃優勢，做好中國品牌文化輸出工作。

品牌不僅是產品和服務的象徵，更是文化的載體。中國品牌「走出去」，不僅要傳遞產品和服務的質量與價值，更要傳遞中國的文化理念和價值觀念。香港作為中西文化薈萃交融之地，具有獨特的文化優勢和傳播能力。建議通過香港的文化平台，如藝術展覽、電影節、音樂節等，展示中國品牌的文化內涵，提升品牌的國際影響力。同時，加強與香港文化機構的合作，共同策劃和組織中國品牌文化推廣活動，如中國品牌故事分享會、中國品牌文化周等，讓國際社會更深入了解和認同中國品牌的文化價值。