

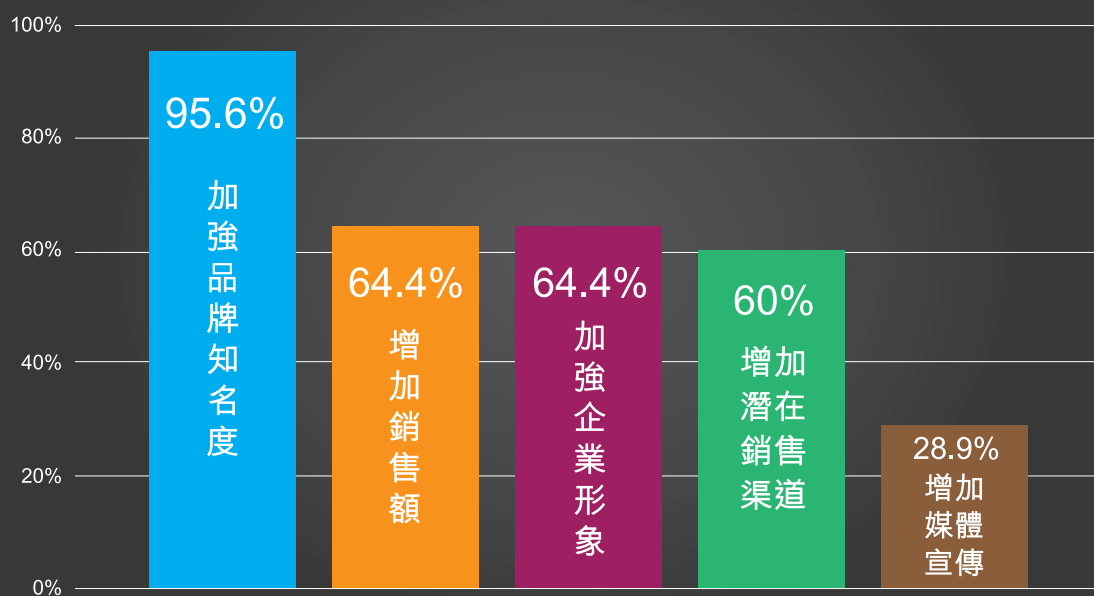
BUD

助企業自建品牌

逾八成半企業提高內銷效益

為協助香港企業發展品牌內銷的機遇，特區政府推出總值十億元的「BUD專項基金」，生產力局擔任「BUD專項基金：企業支援計劃」的秘書處，並於去年8月推出「ESP申請易—簡易申請計劃」（「ESP申請易」），協助合資格企業透過簡化的手續，申請資助推行有效協助企業在內地提升競爭力，或拓展內地市場的特定措施。

建立品牌效益 (完成項目調查)



秘書處收1,423宗申請

截至2015年11月30日秘書處共收到1,423宗申請，其中獲批核的申請共369宗，80個項目已完成。為了深入瞭解資助計劃的成效，秘書處去年向獲資助企業進行調查，調查已完成的80個項目及跟進調查33個項目完成一年後的進展，分別獲70份及11份回覆。

近九成企業發展自家品牌

在建立品牌方面，在完成項目調查的70份問卷調查中，有八成九企業是發展自家品牌，主要是透過參與展覽會(82.2%)、設計商標(75.6%)及網上推廣(60%)等三大推廣措施。超過九成半企業認同資助計劃有助加強品牌的知名度，近六成半企業表示計劃可增加銷售額及加強企業形象。在完成項目調查和跟進項目調查中，分別有98%和71%的企業會繼續推行相關推廣措施，證明有關措施的效益備受企業肯定。

50%企業藉資助引入新技術

在業務升級方面，完成項目的調查發現，企業一般的得益是利用資助引入新生產/系統/儀器/技術(50%)、發展新產品(47%)、開拓新商機(47%)，有三成七的企業聘請顧問協助推行升級措施。在完成項目調查和跟進項目調查中，分別有74%和75%的企業表示會繼續推行相關措施。

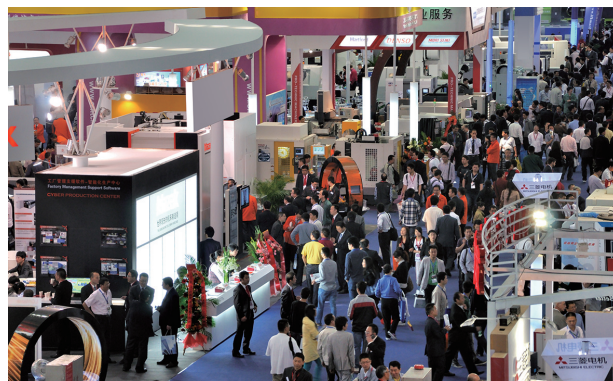
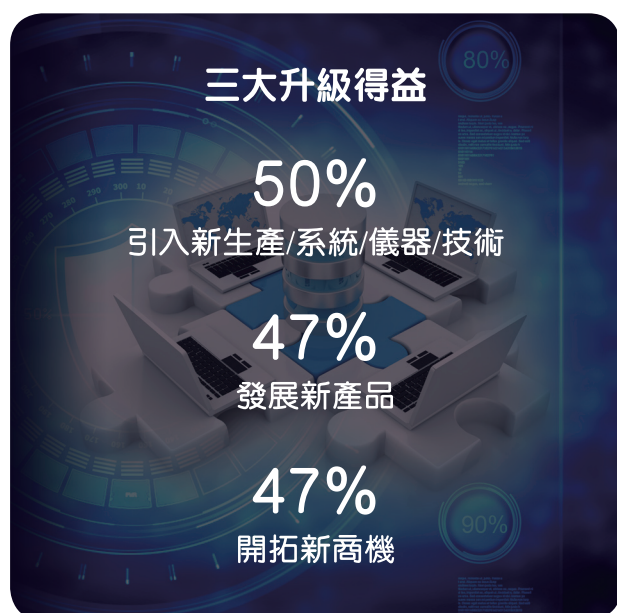
企業可獲取最新的市場資訊

在內銷方面，約一半的完成項目企業因在申請前已開展內銷，所以可獲得第一手內銷資訊，而企業主要透過參與展覽會(72%)、成立內銷團隊(48%)和網上推廣(43%)推廣措施；而87%的企業表示資助項目帶來的主要效益包括：增加銷售額(62%)和獲得新顧客(49%)。而在跟進項目方面，近九成企業表示改善了內銷成效，如增加銷售額(86%)。

受訪企業認同基金有助業務發展

生產力局BUD企業支援計劃的秘書處高級經理李觀裕表示，受訪企業對計劃各個範疇成效的評分大多在7分或以上(10分最有效，1為缺乏效益)，顯示「BUD專項基金」能有效協助業務發展，並認同資助項目有助企業建立品牌、業務升級和拓展內銷。大多數的推行措施也可在項目完成後一年繼續維持，對促進香港的經濟發展有正面影響，同時亦可增加就業機會，推動企業發展。在推行項目期間，其他相關的服務行業，如印刷、法律和會計行業等亦可實質受惠。

BUD專項基金「企業支援計劃」全年均接受申請，並每三個月進行一次申請審批。查詢詳情，請瀏覽計劃網頁：www.bud.hkpc.org；或與秘書處聯絡，電話：(852) 2788 6088，電郵：bud_sec@hkpc.org。



超過70%企業透過展覽會
進行內銷推廣