

2025 年 3 月 18 日
討論文件

立法會工商及創新科技事務委員會
支援中小型企業的措施

目的

政府一直致力協助中小企業，並因應經濟情況及業界需要，檢討和優化各項支援措施，協助它們應對經濟轉型期間面對的挑戰，推動產業多元化以及新質生產力發展。本文件旨在向委員介紹政府支援中小企業的措施的最新發展，包括在《2025-26 年度財政預算案》公布的措施。

《2025-26 年度財政預算案》建議措施

《2025-26 年度財政預算案》宣布注資

2. 為支持本地企業發展及「走出去」，《2025-26 年度財政預算案》宣布向「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」（「BUD 專項基金」）¹及「市場推廣及工商機構支援基金」²合共注資 15 億元。有關注資將由兩個基金平均攤分，連同 2024 年《施政報告》宣布向「BUD 專項基金」注資的 10 億元，即政府一共會向「BUD 專項基金」注資 17 億 5,000 萬元，及向「市場推廣及工商機構支援基金」注資 7 億 5,000 萬元，表明政府在現時的財政情況下仍持續為中小企業提供支援。向「BUD 專項基金」及「市場推廣及工商機構支援基金」的注資建議將待《2025 年撥款條例草案》獲得通過後落實。

¹ 「BUD 專項基金」為香港非上市企業提供資助，鼓勵它們透過發展品牌、升級轉型及拓展營銷，在內地及其他 39 個已與香港簽署自由貿易協定及／或促進和保護投資協定的經濟體發展業務。

² 「市場推廣及工商機構支援基金」涵蓋「中小企業市場推廣基金」（「市場推廣基金」）及「工商機構支援基金」的開支。「市場推廣基金」提供資助，鼓勵中小企業參與出口推廣活動，而「工商機構支援基金」則資助非分配利潤組織推行項目，以提升香港整體或個別行業的非上市企業的競爭力。

3. 多年以來，「BUD 專項基金」及「市場推廣及工商機構支援基金」一直積極支援中小企業。由 2012 年成立至 2025 年 1 月底，「BUD 專項基金」已批出超過一萬宗申請，涉及總資助額約 62 億元，惠及約 6 700 家企業。自 2018 年，我們推出了多輪措施優化「BUD 專項基金」，包括於 2023 年 6 月及 2024 年 7 月分別推出「BUD 專項基金」一申請易³及「電商易」⁴。此外，2024 年《施政報告》宣布擴大「電商易」的資助地域範圍至涵蓋東南亞國家聯盟（東盟）十個國家，並更針對性資助企業推行綠色轉型項目。

4. 「市場推廣基金」由 2001 年成立至 2025 年 1 月底，已批出超過 32 萬宗申請，涉及總資助額約 60 億元，惠及約 6 萬家企業。多年來，我們推出多輪措施，以提升基金的成效。2022 年，政府延長實施特別措施至 2026 年 6 月底，以繼續擴大「市場推廣基金」的資助範圍，涵蓋以「本地市場」為目標的展覽會和網上展覽會，同時放寬只限中小企業申請的要求。

優化及理順措施

5. 由過去實施的一系列優化措施可見，政府一直堅定地為中小企業提供支援。同時，企業對政府資助支援的需求近年大幅攀升。「BUD 專項基金」2024 年的申請宗數較 2019 年增加超過 320%，「市場推廣基金」的申請宗數亦於同期增加 87%。「BUD 專項基金」自 2012 年推出後共批出約 62 億元資助額，而在過去六年（即 2019 至 2024 年）批出的資助額約為 54 億 3,000 萬元。換言之，「BUD 專項基金」接近九成的資助是於最近六年內批出。

6. 上述資助計劃成功達至鼓勵中小企業升級轉型及拓展多樣化市場以發展業務的政策目標，政府對此深受鼓舞。支援中小企業仍然是政府其中一項重要政策，但我們亦須不時檢視所有支援措施，確保其能在複雜多變的經濟環境下維持有效。一方面，我們應以適時、聚焦和財政可持續的方式，向中小企業提供所需支援。另一方面，我們亦需審慎運用公帑，確保在有限的資源下，能有效地協助中小企業提升競爭力以應對環球經濟眾多不明朗因素，拓展外地市場。

³ 「BUD 專項基金」— 申請易提供一個簡化申請途徑，旨在加快提交及審批項目資助金額為 10 萬元或以下的申請，以便利中小企業迅速地拓展業務。

⁴ 「電商易」提供資助，鼓勵企業推行電子商貿項目。

7. 有見及此，我們會在「BUD 專項基金」下推出優化措施。首先，每間企業由現時每六個月只可遞交一項「BUD 專項基金」—申請易的申請，放寬至每三個月可遞交一項，讓企業在「BUD 專項基金」—申請易的簡化申請和審批安排下，更迅速地得到資助。此外，「BUD 專項基金」—申請易亦增加網上銷售平台為可獲資助的項目措施。為協助企業應對貿易保護主義及緊張的地緣政治局勢，「BUD 專項基金」的申請指引會列明就成立新業務單位有關的專業服務費用為可獲資助項目。

8. 由於現時的營商環境充滿不明朗因素及挑戰，企業更需升級轉型及在傳統市場以外作多元化發展以維持競爭力。傳統的商業模式（如單純刊登產品資料或純宣傳推廣）或已有所不足。為聚焦有限資源以裝備企業升級轉型，「市場推廣基金」會於其特別措施在 **2026 年 6 月 30 日** 結束後，整合至「BUD 專項基金」。此舉可讓企業透過「BUD 專項基金」在升級轉型的前提下進行宣傳推廣，以發揮協同效應。就此，企業可以在一系列選項中整體考慮其升級轉型與宣傳策略，政府亦可集中資源裝備香港企業以面對現今充滿挑戰的營商環境。

9. 同時，為確保基金的財政可持續性，政府會推出措施，以最有效的方式運用「BUD 專項基金」及「市場推廣基金」。相關措施包括調整資助上限、資助比例及理順兩項基金的其他安排，詳請載於附件。有關措施適用於由 **2025 年 3 月 14 日** 起接獲的申請。

10. 確保資助計劃的財政可持續性以令更多企業持續地獲得支援至關重要。政府會繼續與業界密切溝通以及檢視資助計劃的運作情況，以適時調整對中小企業的支援。

其他支援措施

推動跨境電子商貿（電商）業務

11. 有見全球電商發展蓬勃，商務及經濟發展局於 2024 年 1 月成立跨部門「電子商貿發展專責小組」，統籌和制訂政策推動企業把握跨境電商帶來的龐大機遇，開拓更多樣化市場。

12. 除了上文第 3 段提到的「BUD 專項基金」—「電商易」，政府會繼續推出其他措施，支援中小企業發展跨境電商業務。其中，香港貿易發展局（貿發局）已於 2024 年 8 月在內地電商平台舉辦

首屆「香港好物節」，匯聚港商在內地網店提供折扣優惠，以及安排企業在內地電商平台進行直播帶貨。活動讓中小企業把握這些平台「高流量」和「客源多」的特色，提升香港產品的品牌知名度和拓展內銷市場。首屆「香港好物節」吸引了超過 230 個品牌參與，產品類別涵蓋服裝配飾、個人護理化妝、生活家品、食品、數碼潮玩、滋補養生保健產品，以及銀髮產品。活動舉行期間，參與相關電商平台話題頁及官方網頁的總瀏覽人次超過 9 000 萬，反應熱烈。約六成受訪的參與企業表示活動有助提升其品牌在內地的曝光率和知名度，近九成參與直播帶貨的企業則認為活動加深了他們對直播帶貨運作的了解。

13. 另外，貿發局亦會推出「電子商務快綫」⁵，加強協助中小企業開拓內地市場及增加電商銷售。針對港商於內地發展跨境電商業務時的痛點，貿發局會連同大型電商或社交平台，安排一系列專題培訓講座和研究分享會，內容涵蓋內地及海外電商市場概況、法律合規性、傳統及新興網購平台的營運策略及特色、如何建立粉絲群、直播製作的竅門等實務議題，為有意拓展電商市場的中小企業提供更全面的支援。

14. 第二屆「香港好物節」將於 2025 年 8 月舉行，是配合「電子商務快綫」的重點活動之一，旨在為企業提供實戰機會，協助他們利用電商平台開拓內地市場。為加深參與企業對內地電商及網購平台營運技巧的認識，協助其提升品牌知名度，貿發局會透過「電子商務快綫」，為參與「香港好物節」的企業提供一對一顧問諮詢服務，由專家因應個別企業的情況和其產品特色，建議合適的電商營銷策略。第二屆「香港好物節」亦會加入更多推廣渠道，協助港商增加品牌曝光。

15. 為配合「BUD 專項基金」—「電商易」擴大資助地域範圍至東盟十國，我們會適時在東盟市場舉辦「香港好物節」。

16. 要在競爭激烈的電商市場中脫穎而出，政府亦會推出措施加強推廣香港品牌。2024 年《施政報告》宣布貿發局會在更多內地及海外（包括東盟國家）的展覽會設立更多香港館，並舉辦香港品牌時尚快閃推廣活動，展示香港生活及時尚設計品牌產品，加強香港品牌在境外市場的曝光和競爭力，協助品牌連接國際買

⁵ 《2025-26 年度財政預算案》宣布貿發局將推出「電子商務快車」。貿發局已將服務重新命名為「電子商務快綫」。

家，為香港品牌開拓跨境電商業務鋪路。此外，貿發局會將香港設計廊網店的服務範圍擴展至東盟地區，並進行線上線下多元化的宣傳，加強東盟消費者對香港產品及品牌的認識。有關措施將於 2025-26 年度逐步推出。

「中小企融資擔保計劃」

17. 在資金方面，為協助中小企業取得商業貸款，政府自 2012 年起透過「中小企融資擔保計劃」為企業提供信貸擔保，並持續推出優化措施，包括增加最高貸款額、延長最長擔保期、增加政府的信貸保證總承擔額等，以切合它們在經濟下行期間的融資需要。

18. 其中，行政長官在 2024 年《施政報告》中宣布重推「還息不還本」安排，為期一年，讓借款企業可以申請最多十二個月「還息不還本」，並將八成和九成擔保產品的最長貸款擔保期分別延長至十年和八年，同時向兩種擔保產品下新造貸款提供「部分本金還款」選項，讓借款企業有更大空間調整業務。截至 2025 年 2 月底，計劃已批出接近 2 900 億元貸款，惠及接近 65 000 家企業及超過 81 萬名僱員。

中小企服務中心「四合一」綜合服務及「中小企連線」

19. 為提高中小企業對政府各項支援措施的了解，政府於 2019 年 10 月整合四個中小企服務中心⁶的服務，提供「四合一」的綜合服務。截至 2025 年 1 月底，四個中小企服務中心合共處理超過 236 000 宗查詢。工業貿易署（工貿署）的「中小企業支援與諮詢中心」將繼續牽頭與其他三個中小企服務中心，加強向中小企業提供在內地和東盟市場進行電商的資訊。工貿署亦會透過營商導師計劃，加強支援中小企業發展品牌和拓展電商銷售的網絡。

20. 此外，一站式入門網站「中小企連線」自 2022 年 6 月起投入運作，以進一步加強中小企服務中心「四合一」綜合服務，讓中小企業能在單一網上平台獲取全面的資訊。今年，工貿署將在

⁶ 即工業貿易署轄下的「中小企業支援與諮詢中心」、貿發局的「中小企服務中心」、香港生產力促進局的「中小企一站通」，以及香港科技園公司的 TecONE。

「中小企連線」網站下設立一站式專題網頁，展示關於減碳和碳審計等方面的資訊，協助中小企業應對最新發展。

「中小企資援組」

21. 由政府於 2020 年 1 月設立並由香港生產力促進局（生產力局）營運的「中小企資援組」（「資援組」）協助中小企業尋找合適的政府資助計劃和解答有關申請問題。政府已撥款 1 億元，由 2023 年起五年間逐步加強「資援組」的服務。
22. 生產力局已自 2023 年 10 月起加強「資援組」的服務，加強支援中小企業申請政府資助，以及透過一對一諮詢環節、舉辦大型活動及到訪更多商會和工商大廈，為中小企業提供能力提升服務。聚焦領域包括「環境、社會和企業管治」、科技轉型、數碼化及網絡安全。此外，「資援組」亦已推出虛擬平台方便中小企業使用有關服務。
23. 截至 2025 年 1 月底，「資援組」已處理超過 29 100 宗查詢，舉辦或參與 13 場展覽會、超過 60 場實體或網上研討會和超過 280 場推廣活動。此外，「資援組」於 2024 年 10 月 29 至 30 日舉行「中小企資援組：政府資助與科技博覽 2024」，向中小企業提供有關政府資助計劃的資訊，以及協助他們進行數碼轉型。該活動為加強服務下的第二次同類活動。

貿發局的支援措施

24. 貿發局一直致力透過其全球 50 多個辦事處的網路、舉辦多元化外展活動及大型展覽及會議、推出資訊平台及支援計劃，為香港企業尤其中小企業把握內地及環球機遇，鞏固香港作為環球商業樞紐的角色。
25. 貿發局每年舉辦 40 多項國際大型展覽和會議，涵蓋多個範疇，包括電子、珠寶、金融和創新科技等，協助中小企業建立商脈，開拓新興市場，發掘商機。在 2025-26 年度，貿發局會在不同現有展覽加入新元素和新環節，例如在「亞洲醫療健康高峰論壇」推廣中醫藥和介紹樂齡科技，協助推動中醫藥國際化和促進企業將科研成果轉化，以及在「亞洲物流航運及空運會議」及「香港國際創科展」推廣發展低空經濟的趨勢，為創科企業尋找創新機遇。

26. 為協助中小企業實現數碼轉型，提升市場競爭力，貿發局將持續優化旗下服務平台，加強支援初創、中小企業和年輕一代。其中，貿發局將在 2025 年 4 月舉行的「香港國際創科展」推出全新的「人工智能生產力工作坊系列」，協助中小企業善用人工智能工具以提升生產力，以及與領先的人工智能服務供應商合作。

27. 在推廣內地及粵港澳大灣區（大灣區）商機方面，貿發局已於 2021 年 6 月推出「GoGBA 一站式平台」，提供政策資訊、諮詢服務、商貿配對及交流機會，並透過「GoGBA 港商服務站」協助企業掌握大灣區城市的最新發展情況。貿發局正計劃於今年內在澳門開設「GoGBA 港商服務站」，進一步協助更多企業抓緊大灣區發展機遇。另外，在 2025-26 年度，貿發局將會組織到訪東莞的「GoGBA 大灣區考察團」，讓食品加工及醫療器械領域的中小企業，能掌握最新的科技資訊，在複雜多變的全球經濟環境下保持競爭力。

28. 在拓展新興市場方面，貿發局已於 2024-25 年度內在柬埔寨首都金邊開設顧問辦事處，加強貿易推廣。貿發局將進一步加強香港與「區域全面經濟夥伴協定」(RCEP) 成員國的夥伴關係，提升 RCEP 與內地和香港企業間的商業合作，以鞏固香港作為「超級聯繫人」及「超級增值人」的角色。貿發局會繼續率領港商參與東盟和中東地區的重點商貿展覽會。

29. 在環球推廣方面，為宣傳香港作為連通內地和世界的重要橋樑和雙向平台角色，貿發局將繼續推出一連串海外考察活動，包括在意大利米蘭舉辦「成就機遇・首選香港」的旗艦推廣活動，展示香港專業服務的優勢；組織代表團出訪東盟，探索食品及保健產品業的機遇；及出訪沙特阿拉伯和阿拉伯聯合酋長國，了解中東基礎設施發展，同時推廣香港優勢，為港商創造商機。

出口信用保險

30. 香港出口信用保險局（信保局）一直透過提供不同的信用保險服務，支持出口貿易，特別是中小企業的業務。政府及信保局正積極落實 2024 年《施政報告》提出加強出口信用保險的措施，包括將信保局法定最高彌償率由 90% 調高至 95%，以加大對出口商的保障。就此，我們會於稍後向立法會提交相關決議。此外，信

保局亦自 2024 年《施政報告》宣布將免費買家信用調查服務限額由 12 個加至 20 個，並把服務覆蓋地區由東盟擴展至內地和中東地區。為進一步支援電商業務發展，信保局正與不同金融機構合作，擴大對電商的融資支援。

徵詢意見

31. 請委員支持上述《2025-26 年度財政預算案》支援中小企業的建議措施，並備悉其他支援措施的最新發展。

商務及經濟發展局

2025 年 3 月

中小企業資助計劃

理順運作及確保財政可持續性的措施

「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」(「BUD 專項基金」)

- (1) 資助比例由總核准開支的 1 (政府) : 1 (企業) 調整至 1 : 3。 資助比例 1 : 3 亦適用於審計費用。
- (2) 首期撥款由核准政府資助額的 75% 調整至 20%。
- (3) 一般和「電商易」每個核准項目的資助上限由 100 萬元調整至 80 萬元，並限制申請企業在任何時間所獲批的政府核准撥款總數不超過 80 萬元。
- (4) 限制申請企業每 3 個月最多可以提交一宗一般申請和一宗「電商易」的申請，與「BUD 專項基金」一申請易一致。所有新申請將於申請企業就其已完成的項目履行責任後才獲處理。一般申請和「電商易」申請均會按批次處理。
- (5) 調整可獲資助的項目(即增設新業務單位及增聘員工的可獲資助開支範圍，以及投放廣告和建立網上銷售平台的管理費用的資助期限)。

「中小企業市場推廣基金」(「市場推廣基金」)

- (1) 資助比例由核准開支總費用的 1(政府):1(企業)調整至 1: 3。 10 萬元的每宗申請資助上限則維持不變。
- (2) 首期撥款由核准政府資助額的 75% 調整至 20%。
- (3) 就個別開支項目落實資助要求以期進一步調控資助開支，包括資助上限、活動時限、限制短期內就相同的推廣活動多次提交申請等。