

The Chinese University of Hong Kong



全球創業觀察

GEM

2007香港研究



The Asia-Pacific Institute of Business

HKBI



香港商機

全球創業觀察

2007香港研究

Global Entrepreneurship Monitor

香港研究組成員

譚安厚
區玉輝
梁永熾
孫耀先
葉鳳英
羅詠珊



激發創業動力

香港中文大學
創業研究中心

電話：(852) 2609-7542

傳真：(852) 2609-7180

電郵：entrepreneurship@cuhk.edu.hk

網址：www.cuhk.edu.hk/centre/entrepreneurship

香港中文大學
THE CHINESE UNIVERSITY OF HONG KONG

- 「全球創業觀察」(英文簡稱GEM)集合了來自42個經濟體系超過200名學者,共同觀察逾150,000個樣本,並向世界各地數百名專家進行問卷調查。
- 由於香港的孕育期及新創業務率都較高,故早期階段創業活動率相對其他地方是較高的,可媲美美國。香港早期階段創業活動比率達10%,而在2002、2003及2004年之研究報告中,這個當時稱為「整體創業活動率」(TEA)的早期階段創業活動比率只有約3%。
- 把參與早期階段創業活動人士與已成形業務擁有人/管理人(5.4%)加起來,香港的全面創業活動率達15%,即每100位18-64歲人士之中有15人正在建立或營運自己擁有的業務。
- 過去的研究結果顯示創業活動數字一直偏低,反映出在前景不明朗的1999至2004年間,人們對市況信心不足,被視為有潛力的商機亦不多。
- 創業動機方面,機會主導乃需要主導的2.6倍。香港的比例相對其他富裕國家或地方乃屬偏低。其他富裕國家的需要主導創業者比率低於香港,美國則與香港相若。
- 在香港,只有58%的創業者會全職投入創業,低於研究範圍內其餘大部份國家。不過,當業務建立之後,香港創業者比GEM其他國家創業者平均而言更願意全職投入業務。
- 在香港,處於早期階段的創業者以男性為主(男性乃女性2.5倍),他們年紀輕(25-34歲人士乃其他年齡組別的1.4倍)、教育程度高(學士學位以上人士是一般人士的1.4倍,至於未完成高中者乃一般人士的0.6倍)、經驗豐富(55%有經驗)及富裕(全港人士劃分為高、中、低收入之組,高收入組比低收入組別人士多5倍)。
- 香港的新企業以服務業為主,其中消費者服務(佔59%)遠多於商業服務(18%)。
- 在香港,新企業對市場的衝擊不大,大部份創業者都已有競爭者,並使用已成熟發展之技術。三份之二的早期階段創業者無開拓全新市場,只有其中3%對市場的競爭狀況有顯著的衝擊。
- 香港有較多新產品及服務業務會參與國際市場的競爭,20%的早期階段企業及15%的已成形企業都會出口其多於75%的產品及服務。
- 在香港的剛起步創業者之中,預期業務有快速增長的人數比例相對較高:約2.3%成人勞動人口預算創業並在未來5年聘用超過20人。
- 去年全港18-64歲人口有約有4.4%退出業務,其中55%是由於財政理由,其餘為非創業失敗理由,如有機會出售業務及退休等。坊間以為「九成新公司都會在首年倒閉」,乃明顯的謬誤。

- 大部份剛退出業務人士在受訪期間都已是另一業務的擁有人／管理人(39%)，或正積極地發展另一業務(37%)。
- 在2007年5月以前的三年內，香港約有8%成人參與非正式投資。此數字高於GEM的平均數。另外，與過去的研究結果比較，非正式投資者對回報亦顯得較為樂觀，當中26.2%預期會在十年後獲得投資額10至20倍的回報。
- 多數的非正式投資者都是接收者的朋友(54.4%)，其次是家庭成員(41.4%)。
- 在香港建立業務之初始投資額中位數是港幣300,000。約43%的創業者計劃自行出資建立業務，自行出資金額小於平均，中位數是港幣150,000。另外57%的創業者計劃另覓投資者，需要資金較多，他們自己的投資額中位數是港幣250,000。香港的非正式投資者的投資額中位數是港幣100,000。數字顯示香港創業者在早期階段需求的資金與市場能提供的數目存在差距。
- 我們訪問了19位專家，評估能影響、激發及／或阻礙創業發展的創業基礎條件(EFCs)。有關評估在香港的優勢(如基建及創業文化)及劣勢(如教育及研發)方面，都與過去幾年相若(2002、2003和2004)。三項較為明顯的轉變乃對保障知識產權更有信心、更願意接納創業作為事業選擇和更相信政府應介入經濟以激勵創業。



根據調查結果以及訪問專家所得，我們現提出以下建議以推動香港的創業發展：

- 教育機構應參考香港商業實況提供實用的商業訓練課程，以應付企業所需。
- 香港應主動地融入珠江三角洲。
- 政府應提高申請研發資助的金額，大學亦應著重將研發轉移至業界。
- 教育制度從小學至預科都應多激發創意，提倡新思維及終身學習，停止考試主導及死記硬背的學習模式。
- 香港人應重塑價值觀，消除過度的物質主義，多發揮創意，多尊重知識產權。
- 政府應放出土地，放寬土地使用限制，減少人為地提升地價。
- 政府應減少對經濟的干預，不應增加開設公司的費用，並消除窒礙商業的官僚政策。
- 經驗豐富的企業家應指導年青人。
- 社會應共同褒揚創業者的成就。
- 政府應把香港打造成亞太區內的創業中心。
- 香港應從世界各地及內地引入有才能的移民。

香港中文大學創業研究中心主任 譚安厚教授

本人謹代表香港中文大學創業研究中心 (CfE) 向曾為本研究出力之人士及團體致謝。

首先，本人多謝本港超過8,000名曾於2002、2003、2004及2007年接受電話訪問的人士。憑藉他們耐心和誠實的回應（連同全球創業觀察研究進行至今全球超過700,000受訪者的回應），我們才得以統計香港之創業情況，並與全球數據作一比較。

本人謹向附錄四所載19位接受訪問的專家及34位參與問卷調查的專家致以萬分謝意。您們的真知灼見，讓我們具體了解香港創業方面的優勢、弱點、發展、前景與需要。

要是我們沒有參與2002、2003及2004三屆的研究，亦不能進行2007全球創業觀察香港研究。前三屆研究實在有賴香港特區政府工業貿易署的贊助。那時候，我們發現香港的創業率偏低，其實也跟他們同樣失望。然而，我們非常欣賞工業貿易署客觀持平、處變不驚的態度，縱然面對研究結果帶來的壞消息，仍然樂意資助我們的研究。現時資助雖已終結，我們依然對工業貿易署當時資助我們加入全球創業觀察研究心存感激，並希望與他們分享2007年研究結果的好消息。

香港商機有限公司及其創辦人暨行政總裁李根興先生慷慨地資助了這報告的出版。李根興先生又為此書撰寫了四篇精闢的文章，給創業者於理財、估值、談判及策略上提供了實用的見解，我們深表感謝。

至於香港中文大學方面，楊瑞輝教授領導的亞太工商研究所資助了創業研究中心多個活動，其中以全球創業觀察香港研究最具規模。由鄭振耀教授領導之學生創新與創業委員會對創業研究中心活動的支援，亦幫助了全球創業觀察的進行。本人在此還要多謝創業研究中心現時的顧問成員謝國安先生、程伯中教授、金樂琦博士及顏文慧女士，還有前任顧問成員楊綱凱教授的鼎力支援和寶貴意見。

研究隊伍合力進行此大型研究，更加功不可沒。全憑區玉輝教授付出的精神和努力，本研究才得以完成。梁永熾教授的傳播研究中心亦有效率地做好了電話調查。孫耀先先生和葉鳳英博士在調查過程中提供了關鍵的熱心支援，還要多謝負責後勤工作的執行經理羅詠珊女士，以及負責後勤工作的曾玉君小姐和李健斌先生。我們還要多謝歐陽潔美小姐快速優質的中文翻譯服務。

這一版本用於替代2008年1月完成的草稿。本報告總體上與1月份的草稿相近，並基於讀者的建議作了少量修改。對於文中仍然可能存在的錯誤，我負有責任並表示歉意。

最後，讓我們向創業研究中心創辦人兼首位主任蔡美玲博士致謝。今天，創業研究中心及2007全球創業觀察香港研究報告得以存在，實在全賴蔡博士。

2008年3月

鄭振耀教授

香港中文大學副校長

創業乃中文大學長久以來的傳統，香港不少著名創業者都來自中文大學。中文大學的學院及校友創立了多所企業，如：精電國際有限公司(Varitronix)、權智(國際)有限公司(Group Sense)、冠軍科技集團有限公司(Champion Technology)、城市電訊(CitiTelecom)、Mobile Player及慧科訊業有限公司(Wisers)等等，推動香港的經濟。

隨著全球創新及創業競爭愈趨激烈，過去數年中文大學一直致力鼓勵本科及研究生發揮創新及創業精神，並透過課程習作、商界交流、課外活動，啟發學生孜孜不倦地追尋創業精神的核心價值。每年我們更會支援學生隊伍代表大學參加本地、國家、地區及國際賽事，讓他們汲取經驗，並藉著向各地優秀參加者學習，提高香港的競爭力。

香港中文大學乃亞洲其中一家剛剛開始並積極投入創業學術研究之頂尖院校，亦是全球最具領導地位的國際創業學術組織「全球創業觀察」的成員，顯示中文大學在此研究領域上積極投入、力臻完善。「2007全創業觀察報告」紀錄、分析及解說了香港自2004年來再度活躍的創業潮，並向政府、業界、教育機構及相關人士提供了一系列的政策建議。

本人感到十分榮幸，擔任香港中文大學學生創新創業促進委員會主席，與大學各學院的學生、研究員、導師及職員共同努力，協助推行全新商業模式，並將大學的創新成果商業化，為社會經濟發展作出貢獻。「2007全創業觀察報告」補足了委員會的工作，我衷心讚許創業研究中心的成果。

楊瑞輝教授

香港中文大學亞太工商研究所常務所長

香港的創業精神一直為人津津樂道，但會否只是都市神話？

2007全球創業觀察香港研究報告由中大創業研究中心撰寫。該中心乃香港中文大學亞太工商研究所之跨學院研究中心之一。本研究提供關於創業的具體資料，如創業人口特徵及新業務的性質等。報告顯示香港的創業活動既有活力，又有成績，但容易受經濟周期，或應該說是市民對經濟周期的信心所影響，這方面有待經濟學家及社會心理學家探討。報告又提供香港與其他經濟體系的資料作比較，以及推動香港創業的建議。

對於未來發展香港成為創業的中心，本研究報告實在是極具啟發性之參考資料。



目錄

摘要	IV-V
建議	VI
致謝	VII
前言	VIII-IX
目錄	X
圖表	XI
簡介	1
概念模型	2-4
香港創業率與全球其他地區的比較	5-10
香港創業率的今昔比較：信心恢復	11-13
為何創業：需要主導抑或機會主導？	14-15
全職和兼職創業者	16
創業者的特徵：年齡、性別、教育程度及收入	17-22
企業特徵：商業活動、競爭力、技術及預期增長	23-27
退出業務	28-32
非正式投資	33-37
創業基礎條件	38-40
建議	41-50
專家觀點及提示	51-61
附錄一：GEM成員	62-66
附錄二：詞彙釋義	67-68
附錄三：識別受訪者創業狀況之問卷題目	69-70
附錄四：企業專家	71-72
附錄五：專家訪談調查之意見反映－2007年與2002-4年比較	73-74
附錄六：香港研究小組	75-76

圖1	概念模型	2
圖2	創業的過程及GEM研究的操作定義	3
圖3	GEM國家的創業活動	6
圖4	創業活動與國家人均生產總值（以購買力平價指數計算）之關係	7
圖5	香港的創業率：2007與2002-2004數據比較	11
圖6	香港人對創業之信心的轉變2002-2007	12
圖7	1997至2007年香港成立之公司	13
圖8a	創業原因：機會主導抑或需要主導	14
圖8b	創業原因：機會主導抑或需要主導	15
圖9	全職與兼職創業	16
圖10	創業者年齡分佈	18
圖11	具經驗創業者之百分率	19
圖12	創業者的教育程度	20
圖13	收入水平與創業	21
圖14	企業家的業務分佈	23
圖15	早期階段創業者與已成形業務的市場影響力	24-25
圖16	產品及服務出口市場	26
圖17	早期階段創業的高增長新創業業務比率	27
圖18	退出業務率	29
圖19	退出佔全面創業活動的比例	30
圖20	退出業務的報稱原因	31
圖21	開展率與退出率之比較（以百分率計）：香港2002-2007年	32
圖22	解散及清盤	32
圖23	非正式投資者的比例	34
圖24	香港非正式投資者過去十年的預期回報	36
圖25	香港非正式投資者與接受注資者的關係（比較GEM 2004與2007結果）	37
圖26	2003、2004和2007年香港創業環境的相對優勢	40
圖27	專家建議摘要	41



1. 簡介

本報告分析香港現時的創業情況，並將結果與過往的研究及其他參與「全球創業觀察」¹ (Global Entrepreneurship Monitor 或簡稱GEM) 的國家互相比照。GEM乃於1999年成立之非牟利研究組織，由美國伯森學院 (Babson College) 及英國倫敦商學院 (London Business School) 發起，一直致力就各地創業活動進行高水準的研究，並把成果與公眾分享。現時GEM已集合了42個經濟體系超過200名學者 (附件一：GEM成員)，是全球最大型的創業活動研究計劃。

學者按所在地分組，各組根據統一的研究框架探討當地的創業情況，形成獨一無二的資料庫。每屆GEM研究中，學者都可根據資料比較各地的創業情況。鑑於多年來GEM都採用同一研究方法，GEM研究已建構起一套跨年的縱向數據系統。

GEM2007總報告摘要於2008年1月19日由倫敦商學院及伯森學院發表，摘錄全球收集所得數據及研究成果。透過分析GEM全球調查結果，42個經濟體系中各組都會為研究計劃撰寫一份有關當地的研究摘要，以及針對當地經濟及政治特質所作出分析的詳盡報告。至於總報告摘要、各地研究摘要及各地詳盡分析均見於網站www.gemconsortium.org。

香港中文大學創業研究中心於2002加入GEM，並負責撰寫多份香港GEM研究報告：2002香港GEM研究、2003香港及深圳GEM研究及2004香港及深圳GEM研究，另於2006年透過使用及分析其他46個國家的數據，撰寫有關創新政策及高增長長期望創業活動的報告。本報告是第五份香港GEM研究報告，亦是GEM2007研究計劃的一部份。

1 四項研究為：

全球創業觀察香港研究報告2002 (GEM HK 2002)，研究者包括David Ahlstrom, Kevin Au, Bee-Leng Chua, Hugh Thomas, Cheung-Kwok Law, and Chee-Keong Low, Shige Makino及Hugh Thomas。

全球創業觀察香港及深圳研究報告2003 (GEM HK&SZ 2003)，研究者包括David Ahlstrom, Kevin Au, Bee-Leng Chua, Siu-Tong Kwok, Cheung-Kwok Law, Chee-Keong Low, Shige Makino Hugh Thomas, Dong Xiaoyuan, Le Zheng, Pan Xiaofei, Wang Weli, Yang Lixun及Yin Qingxun。

全球創業觀察香港及深圳研究報告2004 (GEM HK&SZ 2004)，研究者包括David Ahlstrom, Kevin Au, Bee-Leng Chua, Siu-Tong Kwok, Chee-Keong Low, Shige Makino及Hugh Thomas。

Innovation Policy and High Growth Startup (2006) 研究報告，研究者包括香港中文大學創業研究中心的Kevin Au, and Erik Baark, Bee-Leng Chua及Hugh Thomas。

GEM香港研究報告見於香港中文大學創業研究中心網站<http://www.baf.cuhk.edu.hk/research/gem/new/EN/research/gem.asp>



2. 概念模型

創業精神乃一種能引發行動的態度。有創業精神的人會不斷尋找有潛力及價值的創業機會，以建立業務、創造價值。創業精神對於全新及成熟企業都非常重要，也能為商業盈利及社會福利創造價值。基於創業精神對經濟增長及社會發展的重要性，我們深信創業精神是值得研究和提倡的。

圖1: 概念模型

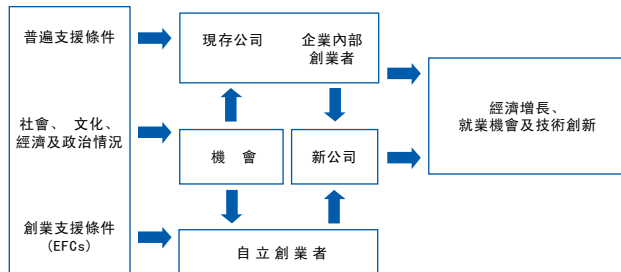


圖1顯示創業精神在經濟方面的重要性。現存公司是經濟產出之主要來源，但其成熟的產品、流程及服務會隨著時間漸漸失去價值。儘管現存公司也會提供新產品及服務，提高現有服務的效率，以及物色新業務，然而我們相信新創立的公司才是推動增長的主要力量。²鑑於這些新公司零散而且無業績，故此甚難統計量度。GEM研究各地的早期階段的創業活動（即圖1下半部份），有助我們就概念模型的自立創業者部份進行詳盡研究。

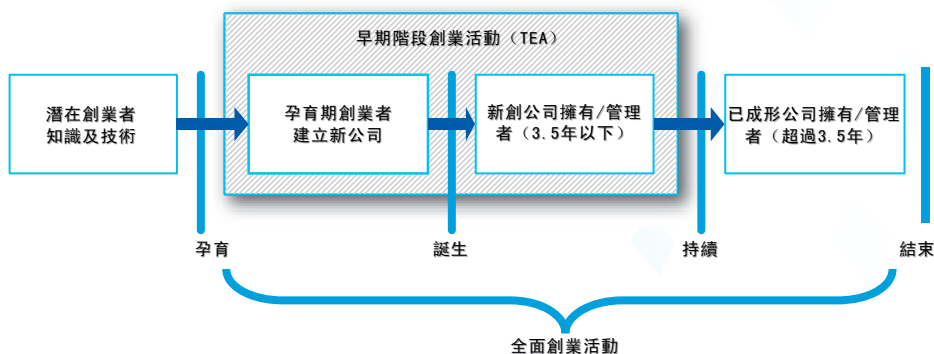
GEM不依靠政府機構收集的公司數據，只集中研究創業者，並將創業活動分為不同階段，由創業者萌生創業的念頭，到著手建立新公司，以至進一步發展公司業務。雖然研究的焦點是開展業務，我們亦會探討退出業務的比率及原因，退出是指創業者以出售、清盤或其他形式退出業務。雖然經費對於創業而言十分重要，但是往往難以求諸正式投資機構，故此我們亦訪問了非正式投資者以了解他們提供的經費。

2 Innovation Policy and High Growth Startup。研究報告，2006年，香港中文大學創業研究中心（見於網站www.cuhk.edu.hk/centre/entrepreneurship）。



圖2顯示GEM如何將創業分為不同階段。雖然現存公司發展新業務（圖1上半部份）³亦非常重要，但按GEM對創業的定義，新創業業務的擁有人方在研究範圍之內。我們將會集中探討早期階段的創業活動，單單萌生創業念頭但未投入資源，不屬本研究所定義的創業。當創業者嘗試開展業務，如撰寫計劃書、物色器材、籌組工作小組、登記公司、支付薪金，即代表公司開始孕育了。孕育完成之後，公司就會誕生。GEM將誕生定義為新公司已發放薪金與創業者或員工超過三個月。根據我們的定義，孕育期創業者擁有／管理新業務，已投入資源，但發放薪金、盈利或任何形式酬勞不足三個月。新創業業務擁有者是指擁有／管理新業務，已發放薪金、盈利或任何形式酬勞三至四十二個月。兩者統稱為早期階段創業者。


圖2：創業的過程及GEM研究的操作定義



GEM選擇以3.5年（即42個月）作為早期階段創業及已成形業務的分界線，乃為了區分出創業之初一段較短而充滿動力的時期，以對比已成形業務擁有／管理者事事有例可循的管理方式。另外，早期階段必須有一定長度，使我們能找到2000個足夠的被研究對象，以便進行有意義的研究。⁴

3 見於〈全球創業觀察香港及深圳區研究報告〉第五部份及附錄四、五，2004年，香港中文大學創業研究中心。

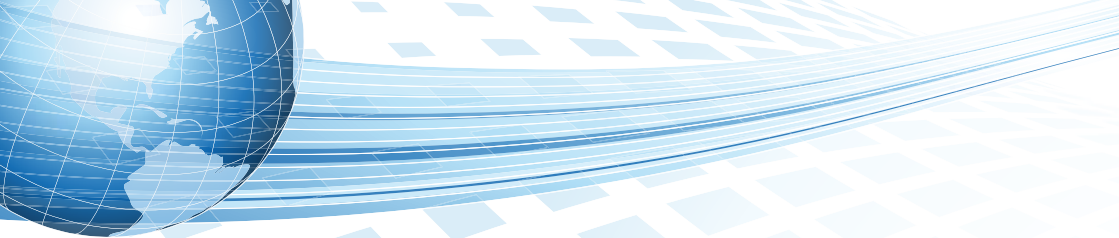
4 GEM總報告摘要曾作以下解釋：「大部份新企業都無法存活超過三至四年。此乃選擇42個月為分界線的主要原因。另外，選擇42個月亦為操作上的選擇。根據Reynolds, Bosma, Autio, et al.(2005)，『就訪問題目只詢問開始支付薪金的年份，而多數訪問都是於夏季進行，『新公司的歲數』可以定為1.5年、2.5年、3.5年等。要在2,000受訪者中得到足夠的研究個案及穩定比率之最短年期大致是3.5年。概念上，任何少於5年的年期都以可接受，故在本研究初期，3.5年被視為最能平衡概念與運作考慮的選擇。一直以來，亦沒有什麼必須修改此準則的理由，而為保持數據的穩定性，本研究一直採用3.5年作為界線。把三至四年期的公司界定為已成形業務公司已成為研究程序的一部份。』」



過去的研究中，我們強調整體創業活動（Total Entrepreneurship Activity，簡稱 TEA）指數與早期階段創業活動為同一意思。TEA指數是一個經濟體系中，早期階段創業者佔整體18至64歲人口之比率。今次研究中，雖然我們仍會繼續量度此數字，但不會再稱之為TEA。名稱變動表示TEA並未能反映全面創業情況。如前所述，公益創業及企業內部創業同樣重要。再者，在圖2的狹窄情境中，許多3.5年的已成形業務擁有／管理人，即使其公司的動力不及剛開展之業務，但很明顯他們仍是創業者。

GEM研究的創業範圍包括擁有者同時是管理人的已成形業務。18-64歲人口中有一定比例的人目前既是已成形業務擁有者，又是管理人（圖2陰影部份之右方）。將已成形業務之擁有／管理人與早期階段創業者相加，就是全面創業活動了。本研究亦會探討退出業務。儘管此乃創業過程的最後一步，但並不就代表失敗，畢竟離場者中有成功的亦有失敗的。我們報告的退出率乃勞動人口中在過去12個月內曾退出業務的比率，退出業務包括出售業務、停業及其他停止擔當擁有人及管理人的角色。附錄2列出了本研究所用詞彙的定義，附錄3則列出在電話訪問中，用以確認受訪者是否創業者及屬於哪個創業者組別的題目。





3. 香港創業率與全球其他地區之比較

圖3摘錄2007年10月電話訪問全球146,533成人的結果。由於香港的孕育期及新創業務創業率都較高，故早期階段創業活動率相對其他地方是較高的。18至64歲成人人口中，有10.0%人口正參與早期階段創業活動。這群勞動人口中，5.7%正孕育新業務但發薪不足三個月，4.3%是新創業務的擁有／管理人。在美國，孕育期創業率乃6.5%，新創業務創業率為3.5%，故處於早期階段創業的人口是9.6%⁵。

與中國大陸相比，香港的創業率較低。中國大陸受訪人口中有16.4%正參與創業活動，其中6.9%正參與孕育期業務，10%為新創業務之擁有／管理人。值得注意的是香港乃已發展經濟，而大陸是發展中經濟。圖4中，首三個圖表顯示國家人均生產值（按購買力平價指數計算）與早期階段創業活動呈拋物綫關係。⁶低收入國家就業機會低，中等收入經濟體可輕鬆運用已有技術，高收入經濟體要以創新帶動發展，這些因素令兩者總是呈拋物綫關係。高收入國家中，只有冰島的創業率高於香港。要注意的是，本研究是以少量樣本推算整體人口的情況，置信水平95%的統計誤差為 $\pm 1\%$ 。換言之，我們對香港早期階段創業率是9.0-11.0%的說法，有95%的置信度。其他國家的數據亦有置信區間，故此在統計置信度的層面上，我們不能斷言香港的創業率高於美國，但相信香港的創業率高於英國(5.5%)。

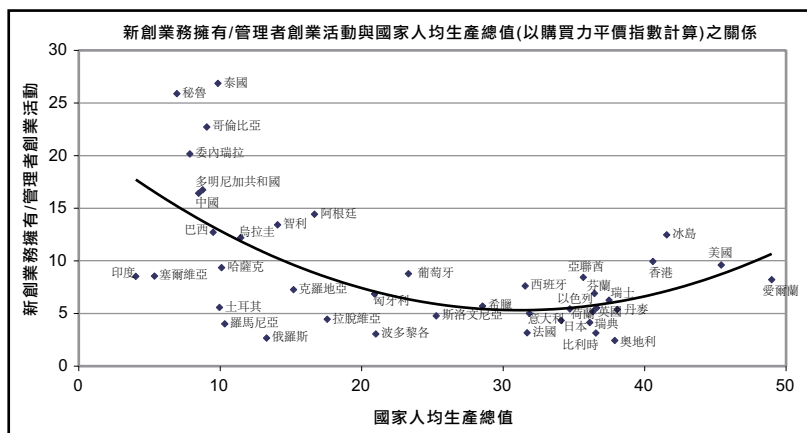
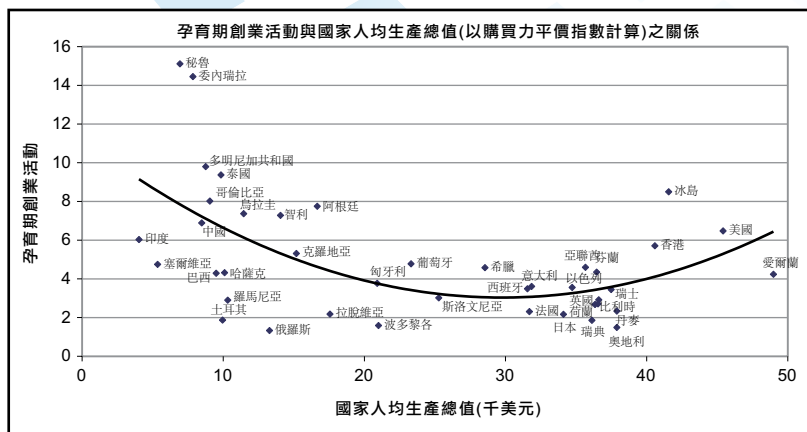
5 早期階段創業活動並非孕育期及新業務創業率之和，皆因部份受訪者不只擁有一項業務。如受訪者同時擁有孕育期業務及新業務，計算早期階段創業活動時只會被算作一人。

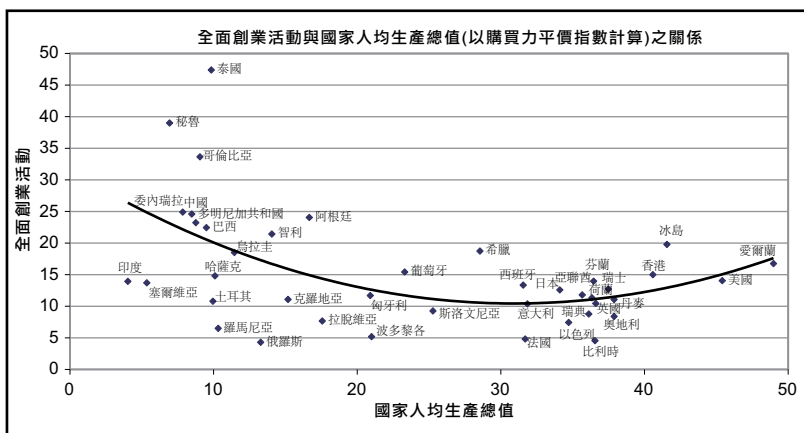
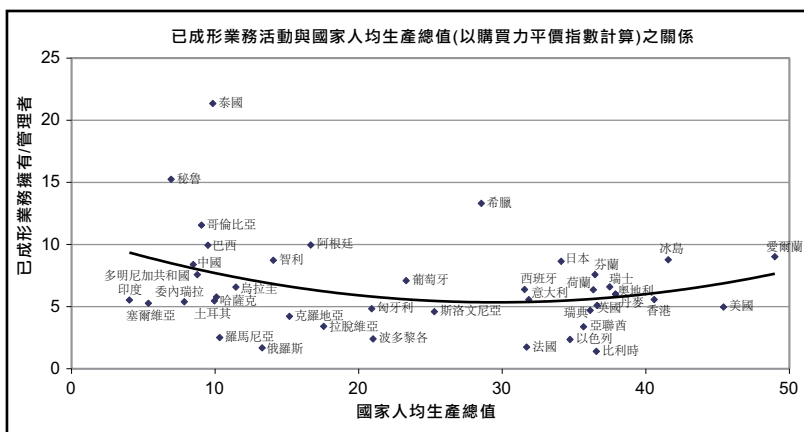
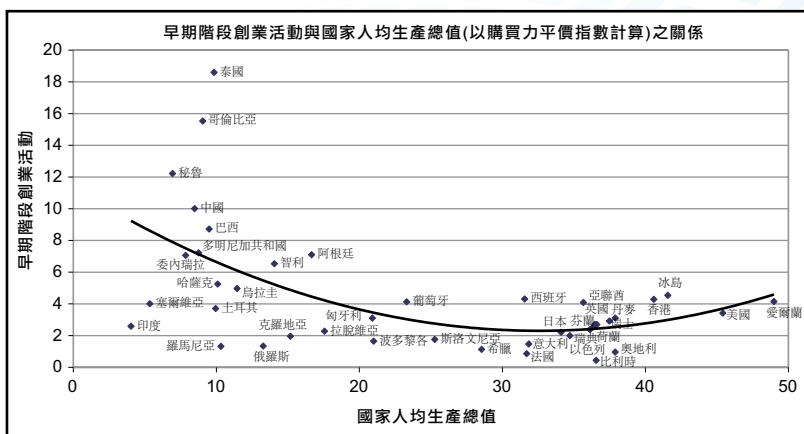
6 本研究採用之國家生產總值乃根據世界銀行計算的購買力平價指數所得的。此數值異於普遍採用的國家生產總值毛額。根據按購買力平價指數調整過的國家生產總值，香港看來反而較日本富裕，因為香港的商品及服務價格遠低於日本。

圖3：GEM國家的創業活動

	孕育期創業活動	新創業務擁有人及管理者	早期階段創業活動（TEA）	已成形業務擁有人及管理者	全面創業活動	受訪人數	按購買力平價計算之國家人均生產值（千美元）
高收入國家							
奧地利	1.50%	1.00%	2.40%	6.00%	8.40%	1,996	39.7
比利時	2.70%	0.40%	3.20%	1.40%	4.60%	2,028	36.6
丹麥	2.30%	3.10%	5.40%	6.00%	11.10%	2,001	39.7
芬蘭	4.40%	2.70%	6.90%	7.60%	14.00%	2,005	36.5
法國	2.30%	0.90%	3.20%	1.70%	4.80%	1,567	31.7
希臘	4.60%	1.10%	5.70%	13.30%	18.70%	2,000	28.5
香港	5.70%	4.30%	10.00%	5.60%	15.00%	1,701	40.6
冰島	8.50%	4.50%	12.50%	8.80%	19.80%	2,001	41.6
愛爾蘭	4.20%	4.20%	8.20%	9.00%	16.8%	1,897	49.0
以色列	3.60%	2.00%	5.40%	2.40%	7.40%	1,885	34.7
意大利	3.60%	1.50%	5.00%	5.60%	10.40%	2,000	31.8
日本	2.20%	2.20%	4.30%	8.70%	12.60%	1,569	34.1
荷蘭	2.70%	2.60%	5.20%	6.40%	11.30%	2,597	36.3
挪威	3.80%	2.60%	6.20%	4.80%	10.60%	1,503	45.8
葡萄牙	4.80%	4.10%	8.80%	7.10%	15.40%	2,023	23.3
波多黎各	1.60%	1.70%	3.10%	2.40%	5.20%	1,830	21.0
斯洛文尼亞	3.00%	1.80%	4.80%	4.60%	9.30%	3,020	25.3
西班牙	3.50%	4.30%	7.60%	6.40%	13.40%	27,880	31.6
瑞典	1.90%	2.40%	4.20%	4.70%	8.80%	1,712	36.1
瑞士	3.50%	2.90%	6.30%	6.60%	12.70%	2,148	37.5
亞聯酋	4.60%	4.10%	8.40%	3.40%	11.80%	2,097	35.7
英國	2.90%	2.70%	5.50%	5.10%	10.50%	39,582	36.6
美國	6.50%	3.40%	9.60%	5.00%	14.10%	1,583	45.41
平均／總數	3.67%	3.15%	4.40%	5.97%	8.68%	108,634	35.5
低至中收入國家－歐洲及亞洲							
中國	6.90%	10.00%	16.40%	8.40%	24.60%	2,666	8.5
克羅地亞	5.30%	2.00%	7.30%	4.20%	11.10%	1,541	15.2
匈牙利	3.80%	3.10%	6.90%	4.80%	11.70%	1,500	20.9
印度	6.00%	2.60%	8.50%	5.50%	13.90%	1,601	4.0
哈薩克	4.30%	5.30%	9.40%	5.80%	14.80%	2,000	10.1
拉脫維亞	2.20%	2.30%	4.50%	3.40%	7.70%	2,000	17.6
羅馬尼亞	2.90%	1.30%	4.00%	2.50%	6.50%	1,739	10.3
俄羅斯	1.30%	1.30%	2.70%	1.70%	4.30%	1,939	13.3
塞爾維亞	4.80%	4.00%	8.60%	5.30%	13.7%	1,766	5.4
泰國	9.40%	18.60%	26.90%	21.40%	47.40%	1,999	9.8
土耳其	1.90%	3.70%	5.60%	5.50%	10.80%	2,400	10.0
平均／總數	4.44%	4.68%	7.05%	7.70%	10.68%	21,151	11.4
低至中收入國家－拉丁美洲及加勒比地區							
阿根廷	7.80%	7.10%	14.40%	10.00%	24.10%	1,719	16.7
巴西	4.30%	8.70%	12.70%	9.90%	22.40%	2,000	9.5
智利	7.30%	6.50%	13.40%	8.70%	21.40%	3,662	14.1
哥倫比亞	8.00%	15.50%	22.70%	11.60%	33.60%	2,082	9.0
多明尼加共和國	9.80%	7.20%	16.80%	7.60%	23.20%	2,081	8.8
秘魯	15.10%	12.20%	25.90%	15.30%	39.00%	1,861	6.9
烏拉圭	7.40%	5.00%	12.20%	6.60%	18.50%	1,634	11.4
委內瑞拉	14.10%	7.10%	20.20%	5.40%	24.90%	1,709	7.9
平均／總數	9.28%	8.97%	12.98%	13.34%	17.64%	16,748	10.5
GEM平均／總數	4.94%	4.38%	9.07%	6.58%	15.25%	146,533	24.4

圖4：創業活動與國家人均生產總值(以購買力平價指數計算)的關係





早期階段創業活動與已成形業務創業活動有明顯差異，已成形業務創業者是指已發薪超過42個月的業務擁有／管理人。如圖4的第四幅圖表所示，希臘及日本的早期階段創業率偏低（分別是5.7%及4.3%），但已成形業務的業務擁有人及管理者比例則偏高（分別是13.3%及8.7%），香港及美國的情況剛好相反，早期階段創業活動數字遠超已成形業務的業務擁有人及管理者比例。倘若受訪者正參與早期階段創業活動或是已成形業務的業務擁有人及管理者，便會被算入全面創業活動中。





4. 香港創業率的今昔比較：信心恢復

香港人口之中，在2003年12月至2007年5月期間曾開展新業務者的百分率（如前所述早期創業活動率為10%），較香港中文大學創業研究中心上次調查所得大幅上升。在2002、2003及2004年的調查中，香港的TEA（現稱早期階段創業率的相同數據）都低企於3%，令香港成為眾多國家之中創業率最低地區之一。我們當時非常關注有關情況。圖5提供了過往研究的數字。

為什麼今天這個數字達有三倍之多？此絕非 $\pm 1\%$ 置信區間的統計誤差之內。

圖5：香港的創業率：2007與2002-2004數據比較

年	孕育期活動	新創業務	早期階段業務之擁有/管理者	已成形業務
2002	1.7	1.7	3.4	--
2003	1.7	1.6	3.2	3.5
2004	1.5	1.6	3.0	2.7
2007	5.7	4.3	10.0	5.6

首先，開展新業務是有風險的。創業失敗會導致損失金錢、時間及其他機會。正如本研究其中一位受訪創業者所言：「人們不會選擇在不景氣時創業…」對未來經濟及政治氣候欠缺信心、經濟衰退及通縮，都會阻礙創業。

早期階段創業率是指發薪少於42個月之業務比率⁷。從我們首次進行電話訪問的2002年5月起倒數42個月，是1998年12月。換言之，當時的研究對象乃從1999年1月至2002年6月期間開展的新業務。這幾年剛值1997年回歸之後，當時的政治及經濟前景不明——1997-2000年間發生過亞洲金融風暴、1999-2001年科網泡沫爆破、遊行數字激增、2003年的沙士，通貨緊縮從1998持續到2003年。2003年底，香港經濟從谷底反彈。及至2004年中，通縮終於結束。2005年曾蔭權獲委任為行政長官，亦令政治環境略為明朗。

今年的研究範圍是2004年1月至2007年6月。過去三年，香港經濟增長強勁，人們的信心增加，包括對融入中國大陸起飛經濟的進度及成效。我們認為香港的創業率現取得較高排名，反映出香港人對未來經濟的信心已經恢復。

圖6顯示香港人口信心的轉變。我們詢問所有受訪者（不論他們是否創業者）有關他們對創業的態度。我們以訪問所得數字推論社會整體人口的態度，並以百分率表示有關結果，估計出在統計的置信區間內的整體情況。

首先，部份受訪者態度是一致的。多年來我們的研究訪問中，68至75%的受訪者都贊同他們經常讀到創業成功的故事，66至71%認同在香港成功創業是備受推崇和敬佩的。75至82%人士認為多數香港人都希望人人的生活水平相若。由於各時期的置信區間都重疊，我們得出的結論是人們對創業的態度並無轉變：創業者是公開而備受尊崇的。不過，香港人同時重視平等，而這種態度被認為會限制創業精神。

7 以42個月來劃分並不完全精確。我們向受訪者詢問他們首次支付工資的年度。調查進行時間5月和6月。



至於以創業作為事業，自2000年代初至2007年，人們對自己的信心及害怕失敗的比例都有顯著變化。早年只有52至60%人口認為創業是上佳的事業選擇；及至2007年，百分率已升至64至68%。過去只有18至26%的人認為自己有創業所需的知識、技術及經驗，到了2007年數字已升至30至34%。創業者要為實現夢想而冒險。2003及2004年，40至45%香港人因害怕失敗而不敢創業。2007年，害怕的人已減少至33至37%，與2002年一樣。

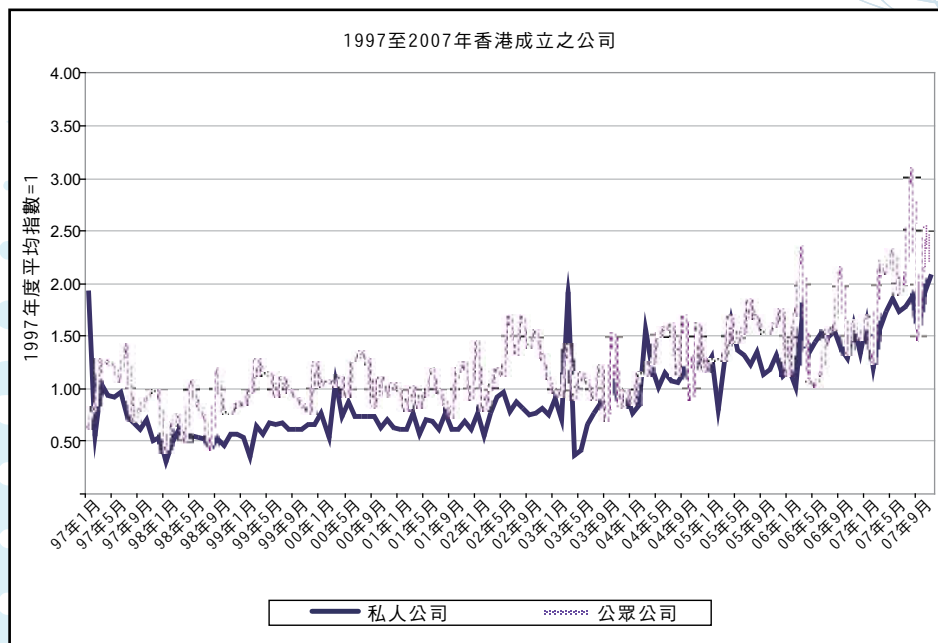
開展新業務與否，往往取決於是否相信有商機。2002年只有19至23%人士認為市場上有商機。至了2003年5月，沙士剛剛結束，只有16至19%的人相信有商機。2004年5月，人們的信心明顯增強，24至27%受訪者認為商機存在。到了2007年5月，信心水平更上升至80至83%。很明顯，創業必須的信心已經恢復了。

圖6：香港人對創業之信心的轉變2002-2007

問題：你是否同意以下敘述？	答「是」的受訪者百分比			
	2007	2004	2003	2002
在香港你常在媒體讀到關於成功創業的故事	70-75%	68-72%	69-74%	-----
在香港創業成功的事例獲高度推崇及敬佩	66-70%	66-70%	67-71%	-----
香港多數人都希望人人生活水平相若	78-81%	79-82%	75-80%	-----
香港多數人都認為創業是上佳的事業選擇	64-68%	52-57%	56-60%	-----
你具備開展新業務所需的知識、技術及經驗	30-34%	22-26%	20-24%	18-22%
你因害怕失敗而不想創業	33-37%	40-45%	40-45%	32-36%
未來六個月內有好機會讓你開展新業務	80-83%	24-27%	16-19%	19-23%

註：利用以上百分率推論整體人口意見之置信水平為95%。

圖7：1997至2007年香港成立之公司



註：上圖各月的指數乃公及私人公司註冊數字，除以1997每月註冊數字所得。1997年共有48,917家私人公司(即每月4,076家)及358公眾公司(即每月30家)註冊。2007年首11個月，數字已升至每月8,329家私人公司及62家公眾公司。

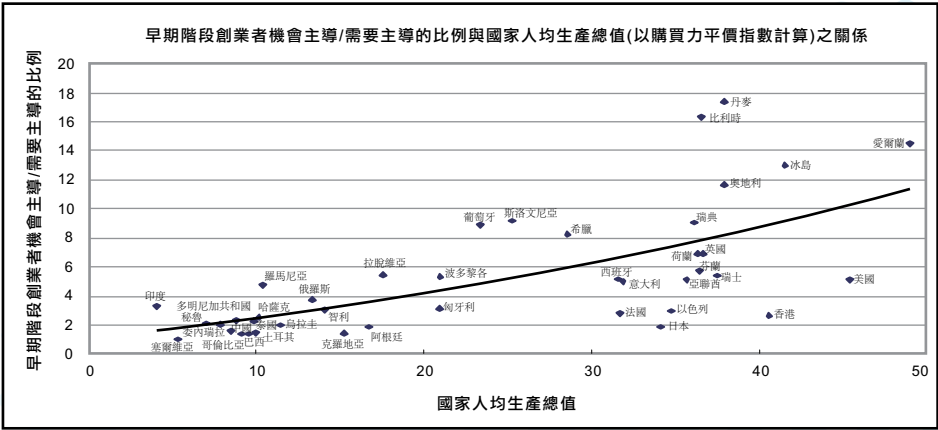
為確認創業率有急劇上升，我們曾向香港公司註冊處查詢，並將兩種趨勢(公眾及私人公司)顯示於圖7。公眾公司表示新近在股票市場上市的公司，雖與創業有關，但性質不一樣。私人公司包括投資媒介(如物業投資或會透過空殼公司進行以避稅)以及公司等，俱不能與創業相提並論。創業亦會以正式設立公司以外的方式進行，或重新啓動之前沒有活動的公司來開展業務。不過，這些情況都互有關係。根據圖表，儘管公司註冊數字飄忽，但從2003年起，註冊數字急升，進一步證明香港的創業風氣盛行。

5. 為何創業：需要主導抑或機會主導？

創業者可能會因為經濟狀況而被迫創業，亦可能因為要把握商機、發現了創造價值的機會、欲實現夢想及改變生活模式而開展新業務。需要主導與機會主導間的差別，就如被迫創業與被吸引創業，理論上兩者分別顯著，但實際上，創業動機往往並非單一的，不少受訪者都未能輕易地將自己歸入其中一種情況之中。

本研究以兩個步驟分辨需要主導和機會主導創業。首先，我們會直接詢問：「你創業是為了把握商機，還是因為沒有其他工作選擇？」然後，我們會跟進分析其動機而再問：「你認為以下哪個是你把握機會的最大動機？爭取工作上更大的自主及自由度、提升個人收入、還是純粹為維持個人收入？」只有同時回答創業是為把握商機，及最大動機是爭取自主或提升個人收入的受訪者，才會被當成是被機遇吸引而創業的人士。

圖8a：創業原因：機會主導抑或需要主導



註：如受訪者回答了全部有關機會主導還是需要主導的問題，圖8中為機會主導及需要主導的創業比率便會計入圖3所示之早期階段創業活動之中。圖8首兩行之和，與圖3第四行數字有分別，乃由於部份受訪者拒絕被劃分為機會主導及需要主導。國家簡稱見圖4。

圖8顯示參與創業人口之中不同創業動機所佔的比例。為了更清楚表現各國的不同動機的情況，我們會以「機會主導／需要主導」的比例對照國家人均生產總值（以購買力平價指數計算）。此對照關係極具意義，因為國家越富裕，機會主導的創業者比例會較需要主導高得多。不過亦有例外情況，尤其在較為富裕的地區。

有個值得留意的有趣現象，「機會主導／需要主導」比例相對較高的國家，如丹麥和比利時，都有完善的社會保障制度，其創業率亦較低。至於創業率較高的地方，如美國及香港，需要主導的創業比例相對較高，反映出有效的社會保障安全網制度會窒礙創業。

圖8b：創業原因：機會主導抑或需要主導

國 家	機會主導的早期階段創業者	需要主導的早期階段創業者	機會與需要之比
塞爾維亞	4.0	3.9	1.0
哥倫比亞	7.2	5.3	1.4
巴西	12.6	9.3	1.4
克羅地亞	4.2	2.9	1.4
土耳其	2.9	2.0	1.5
中國	9.8	6.2	1.6
阿根廷	8.7	4.7	1.9
日本	2.8	1.5	1.9
烏拉圭	7.7	3.8	2.0
委內瑞拉	13.3	6.5	2.1
秘魯	17.6	8.2	2.1
泰國	17.9	7.8	2.3
多明尼加共和國	11.5	5.0	2.3
哈薩克	6.6	2.6	2.5
香港	6.7	2.6	2.6
法國	2.2	0.8	2.8
冰島	3.7	1.3	3.0
智利	9.8	3.2	3.1
匈牙利	5.0	1.6	3.1
印度	5.5	1.7	3.3
俄羅斯	1.9	0.5	3.8
羅馬尼亞	2.7	0.6	4.8
意大利	3.7	0.7	5.0
美國	7.7	1.5	5.1
亞聯酋	6.7	1.3	5.1
西班牙	5.8	1.1	5.2
波多黎各	2.4	0.5	5.4
瑞士	4.8	0.9	5.4
拉脫維亞	3.7	0.7	5.5
芬蘭	5.2	0.9	5.8
荷蘭	3.9	0.6	6.9
英國	4.3	0.6	7.0
希臘	4.5	0.6	8.3
葡萄牙	7.5	0.8	8.9
瑞典	3.6	0.4	9.1
斯洛文尼亞	4.2	0.5	9.2
奧地利	1.9	0.2	11.7
以色列	10.4	0.8	13.0
愛爾蘭	6.5	0.5	14.5
比利時	2.8	0.2	16.4
丹麥	4.5	0.3	17.4

6. 全職和兼職創業者

如創業者開展新業務時能保留現有工作，創業的風險會減少，特別在生活指數高的地方如香港。要同時兼顧第二或第三份工作，只有在交通及通訊較發達的地方才可行。兼職創業亦會反映當地社會價值：兼顧另一份工作是否可以接受？僱員另行創業會否被視為對僱主不忠誠？同事是否認同創業者把握機遇、提升自己的行為？

圖9：全職與兼職創業

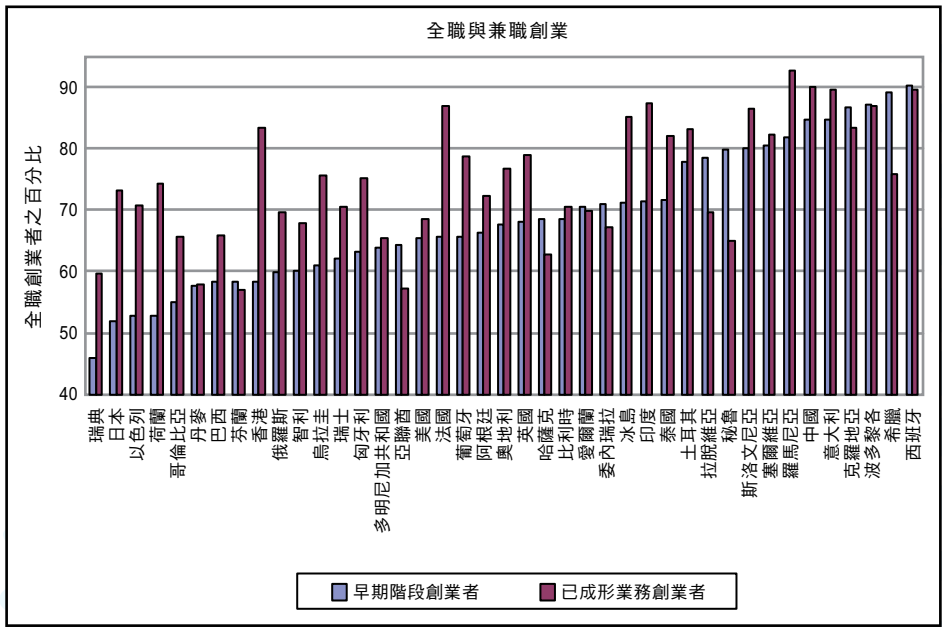


圖9顯示創業者中全職投入開展業務的比例。圖表就各國展示兩組數據，左面代表早期階段業務，右面代表已成形業務。相對而言，香港只有少數人（58%）會全職創業。雖然數字較瑞典（46%）為高，但遠低於美國（65%）及中國大陸（85%）。不過，一旦業務上了軌道，樂意全職經營業務的香港創業者之比例遠較GEM平均值高。香港全職已成形業務經營者有83%，瑞典60%，美國69%，中國大陸90%。

在香港，從早期階段有所保留到已成形階段全身投入，此現象並非一貫如是的，只要比較早年與現時的數據就知道了。根據2002、2003及2004年的研究數字，在已成形階段全身投入的人只有61%。這數字反映當時正值衰退，服務的需求偏低，加上經濟氣候不明朗，即使業務已成形，創業者仍需要保留工作以減低創業風險。

7. 創業者的特徵：年齡、性別、教育程度及收入

全球各地的創業者都以男性居多。在香港，處於早期創業階段的男性是女性的2.5倍。已成形業務的男性擁有／管理人，是女性的兩倍。有關數字與早年的研究相約，稍高於其他大部份GEM國家。

我們將創業者按年齡分類，將每個年齡組別的創業比率除以整體人口創業比率，得出各年齡組別的相對創業比率。例如：25-34歲人口中，有14%參與早期階段創業活動，整體人口中參與早期階段創業活動的人有10%，故此25-34歲人口的相對創業比率是14除以10或1.4。

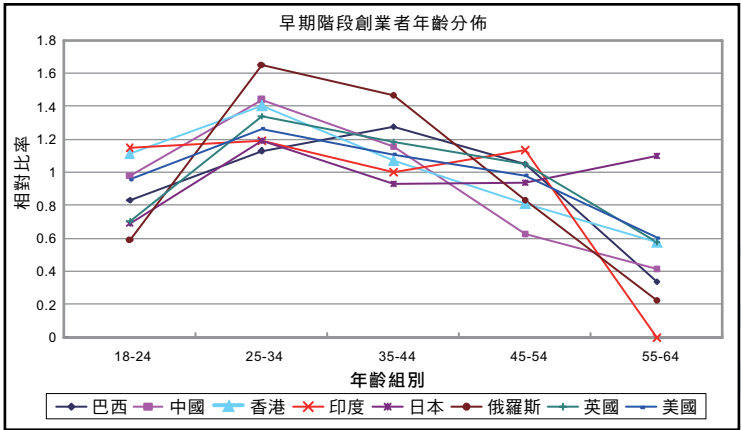
為突顯各國的情況，圖10顯示了各國相對創業比率——消除了人口中的年齡分佈與創業水平的影响——好讓我們能集中分析年齡因素的影響。

大部份地區中，參與早期階段創業者以年輕人為主，25-34歲一組的相對創業比率最高，只有巴西例外。香港的情況更為顯著。另外，日本及印度在這方面各走極端。印度的最高年齡組別的受訪者當中，沒有人正參與早期階段創業。最近的市場化改革，似乎尚未誘發當地年長人士創業，同時反映年長者在當地社會的角色。至於日本55-64歲受訪人口中，有4.8%的人正參與早期階段創業，高於整體人口平均值4.3%，相對創業比率為1.1。此數字反映日本許多退休人士都會開展小生意以維持收入（下文另談退休乃日本退出業務的主因）。在大部份國家的已成形業務方面，相對創業比率最高的年齡組別，都較早期階段創業提升了一至兩個年齡組。香港與其他國家一致，比率最高的是45-54歲的一組。

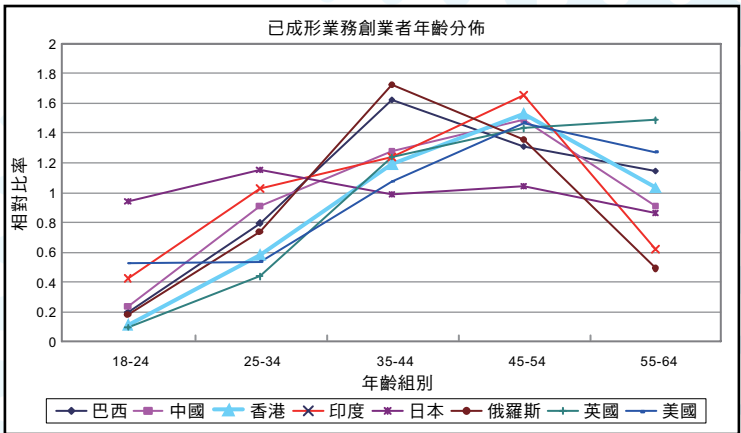


圖10：創業者年齡分佈

a.



b.



註：圖10顯示各年齡組別創業者之相對比率。相對比率乃該年齡組別人口的創業百分率，除以該國家的創業率指數總和。

雖然早期階段創業者以年輕人為主，但是經驗對於創業畢竟是重要的。倘若創業者熟悉市場，對供應商有經驗，懂得如何統籌業務，業務成功的機會亦較大。香港創業者似乎甚有優勢（見圖11）。然而調查結果與多數香港人的態度相反，他們普遍不認為自己有創業所需的知識及經驗（見圖6）。

圖11：具經驗創業者之百分率

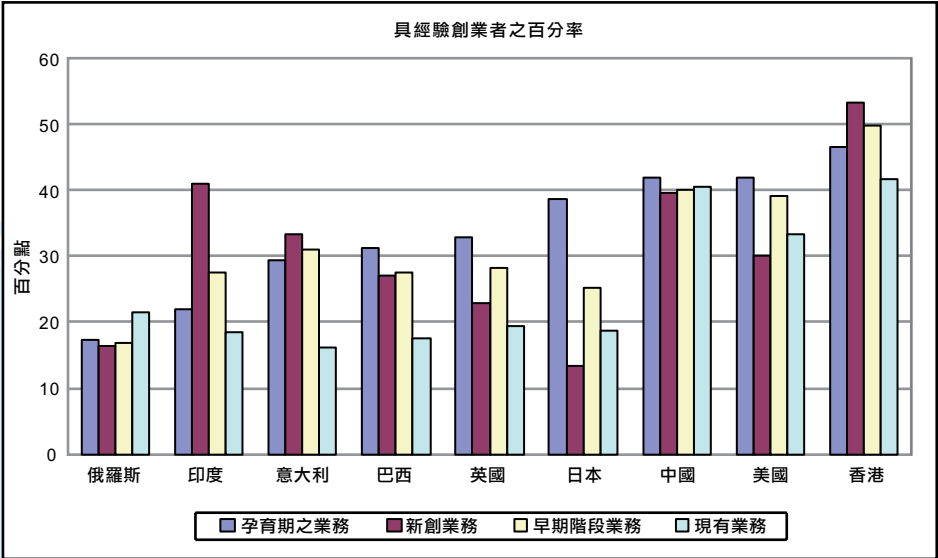
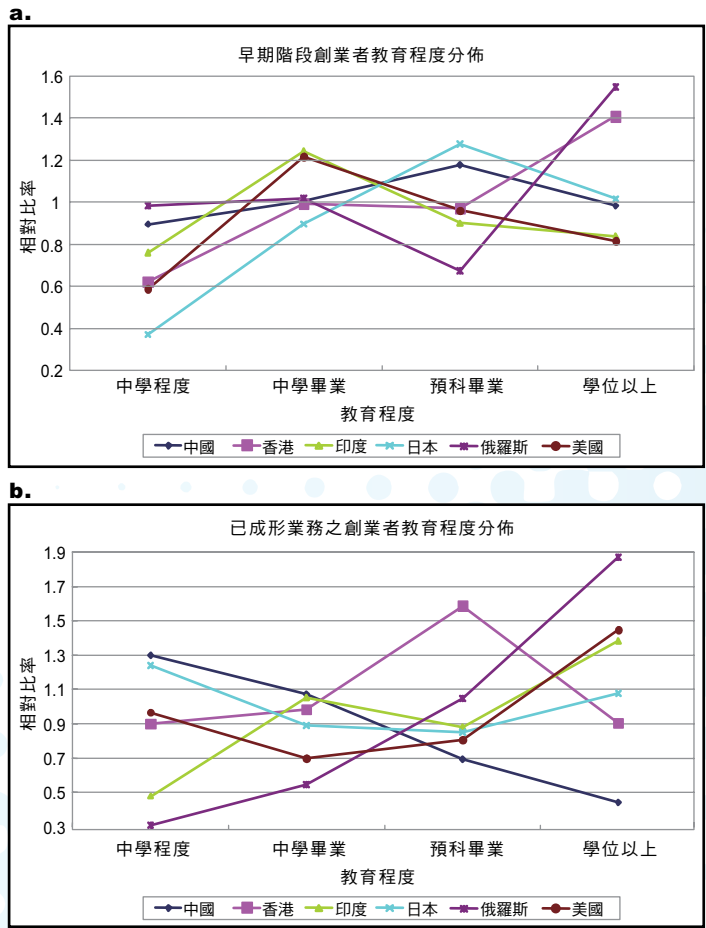
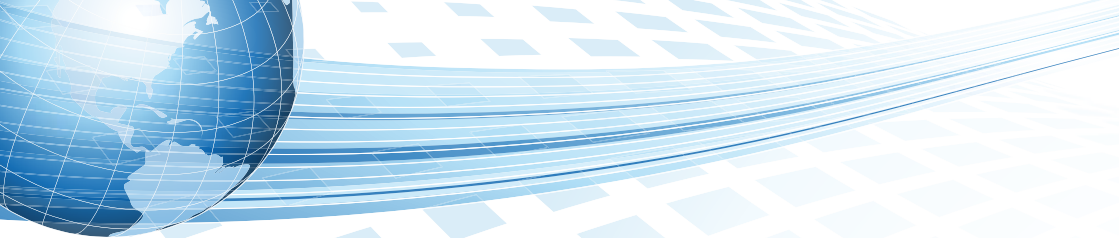


圖11顯示各個組別的受訪者中，表示開展目前業務前曾獨立或協力創業人士的百分率。以國家而論，俄羅斯創業者最缺乏經驗，而香港接近半數早期階段創業者都有創業經驗。

圖12：創業者的教育程度



註：圖12顯示各教育程度組別創業者之相對比率。相對比率乃該教育程度組別人口的創業百分率，除以該國家的創業率指數總和。



在教育程度方面，根據圖12所示，香港早期階段的相對創業率不斷地隨教育程度上升。學士學位以上的創業者最多（較整體高1.4倍），中學程度則只有整體的60%。我們在2004年已察覺到早期階段創業率隨教育程度上升，與早年情況有別，有關差異亦反映於已成形業務的數字上。香港的學士學位以上人口中，是已成形業務擁有／管理人的，只是整體數字的90%。這進一步顯示近年受過高等教育的人轉變了職業理想，較為認同創業是可行的事業方向。

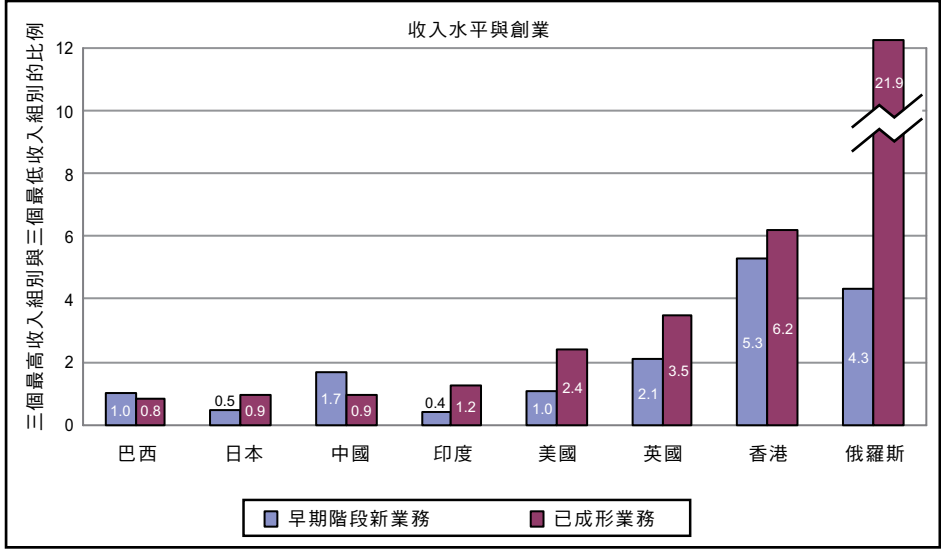
雖然香港人既認同創業，又追求平等，但是在香港創業並非平等的。如圖13所示，如我們將2,000名受訪者按收入分組，可見最高收入的1/3人口參與早期階段創業的比例較整體人口高五倍，擔任已成形企業擁有／管理人的比例亦是最低收入的1/3人口的六倍。高收入人士創業率高的現象自2004年起已經存在。由於創業初期收入有限，因此在香港開展新業務不會迅速創造財富。因此，我們認為，在香港財富是導致創業的原因而不是結果。他們自己和家人朋友都有較多金錢注資新公司，其高收入亦讓他們容易取得資訊及建立人脈，有助建設成功的業務模式。而在已成形企業方面，此效應並不明顯。在香港擁有／管理一家已成形企業更可能是高收入的原因，而非高收入引起的效應。

圖13各國之中，只有俄羅斯的創業者比香港更傾向以富裕人士為主。早期階段創業者中，最高收入的1/3人口的比例是最低收入的1/3人口的四倍，但在已成形企業擁有／管理人方面，最高收入的1/3人口的比例是最低收入的1/3人口的二十倍以上。

美國和中國大陸的情況比較平等。在中國大陸早期階段創業者中，最高收入的1/3人口的比例較最低收入的1/3人口稍高，但在已成形企業擁有／管理人方面則不然。在美國，雖然已成形企業擁有／管理人仍以富裕人士為主，但早期階段創業者中，各收入組別的比率相若。

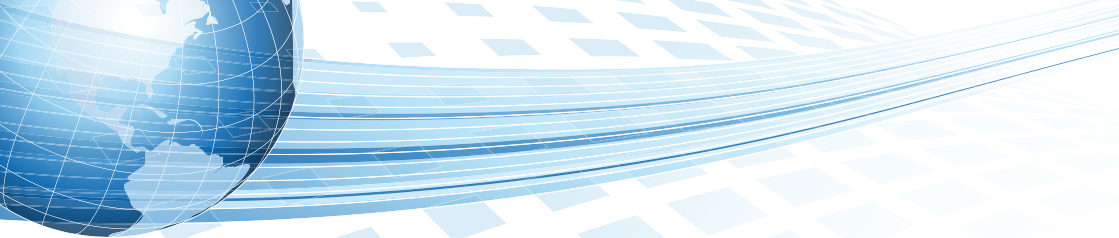
日本和印度的情況有點不同，早期階段創業者中，最高收入的1/3人口的比例較最低收入的1/3人口為低。

圖13：收入水平與創業



註：俄羅斯之相對比率為21.9，但Y軸以12為頂點。





8. 企業特徵：商業活動、競爭力、技術及預期增長

香港的早期階段創業活動反映出香港是個成熟、發展完善的都市型經濟體。圖14顯示香港的早期階段企業中，佔77%是服務性的。服務業之中，又以消費者服務為主。已成形企業則大為不同，他們多經營轉化型業務，如工廠及物流業。這個差異原因有二：一是過去的創業者多以工業及轉化型業務為主，二是消費服務的退出率遠較轉化型工業為高。要關閉一所餐廳肯定比關閉一家工廠容易。

圖14：企業家的業務分佈

	早期階段企業				已成形企業			
	開採型	轉化型	商業服務	消費者服務	開採型	轉化型	商業服務	消費者服務
香港	0	23	18	59	0	48	23	30
美國	2	21	35	42	12	24	34	30
巴西	2	30	14	54	3	31	15	51
俄羅斯	12	32	11	45	3	52	9	36
印度	3	22	16	58	2	36	23	40
中國	6	46	12	36	12	45	10	32
日本	0	6	44	50	3	27	25	45
英國	3	26	31	40	6	35	32	27

註：由於數字經過四捨五入，橫行各數值相加不一定等於100%。

開採業包括農業、林業、漁業、礦業及建造業。轉化業有製造業、運輸業、通訊業、公用事業、批發業、汽車銷售及服務業。商業服務業包括金融業、保險業、地產業及其他商業服務。消費服務業包括零售業、酒店業、飲食業、健康護理、教育、社會服務及其他消費服務。

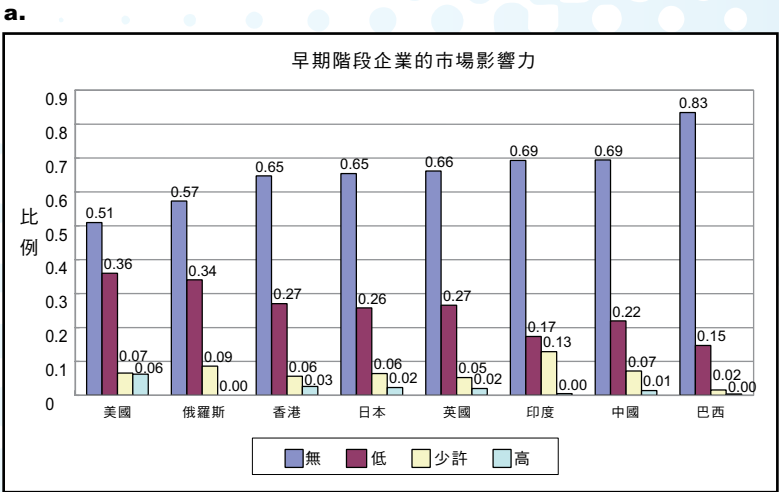
我們請創業者以不同方式評估自己的業務對市場的影響。要求他們評估自己的產品或服務有許多、一些、抑或沒有競爭者？業務需要新技術嗎？會否供應出口市場？公司會否高速增長？

如圖15所示，香港的企業對市場的影響不多。上述的結果是根據以下的分類，我們將無市場影響力的公司定義為市場本身已有許多競爭者的公司。而有少許競爭者，但沒有新技術的公司則定義為市場影響力低。有少許競爭者，而又有採用新技術的公司有一些市場影響力。至於沒有競爭者的公司則對市場有深遠的影響力。

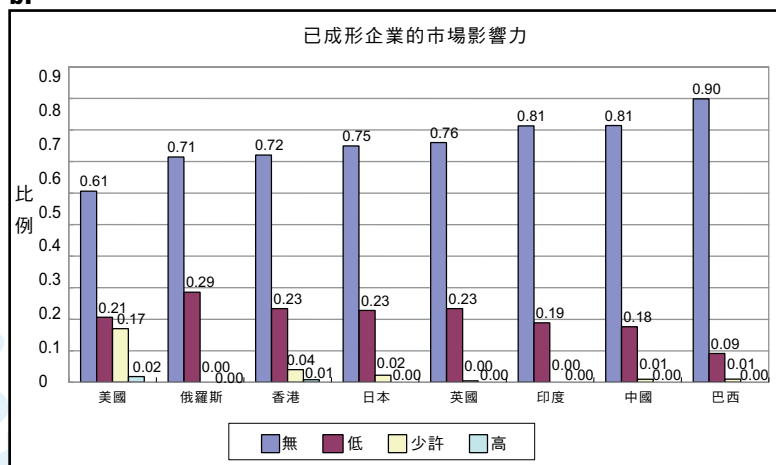
按照受訪者的回覆，我們得知三份之二的早期階段創業者的業務並沒有擴大市場，而且只有3%的業務有深遠的市場影響力。研究所得的百分率，與我們2006年撰寫的「香港創新企業 — 發展政策與方向」報告一致，[根據2002、2003和2004全球創業觀察的數據綜合撰寫的]。香港的數字並不能媲美美國，當地只有51%的業務無市場影響力，有6%都是有深遠市場影響力的。香港處於早期階段公司的市場影響力與日本、英國、中國大陸、印度相若。圖15顯示已成形公司中，產品及服務的市場影響力更低。它們當中81%都已有大量競爭者，無一受訪者表示他們沒有競爭者。

有兩點是必須留意的。首先，個別服務在某些地區如印度或俄羅斯是全新的，故沒有競爭對手，但相同業務在香港或美國可能已十分成熟，競爭者極多。在此情況下，印度或俄羅斯的服務供應者被視為有市場影響力，但香港或美國的同類服務供應者則沒有。其次，我們並不計算因提升效率而做成的市場影響力。縱使改良相同產品及服務或會對市場有影響，但不在此論。

圖15：早期階段創業者與已成形企業的市場影響力



b.



註：如創業者表示市場上有許多供應相同產品及服務的公司，其公司會歸類為無市場影響力。如創業者表示有許多競爭對手，其公司會歸類為具低市場影響力。如創業者表示市場上有一些供應相同產品及服務的公司，而過去一年內市場方面有其產品及服務所需的技術，其公司會歸類為具少許市場影響力。如無競爭對手，則公司會被歸類為具有高市場影響力。

圖16：產品及服務出口市場

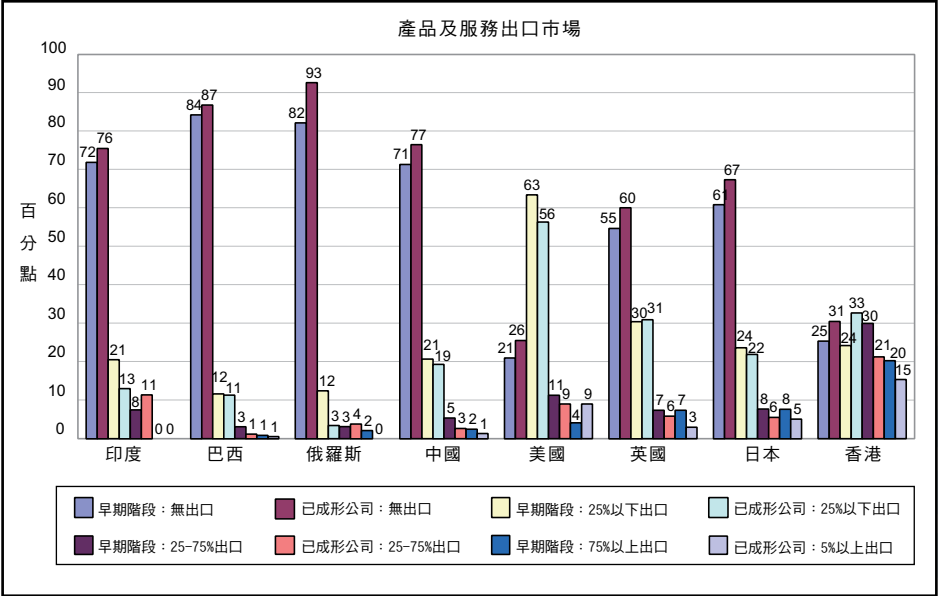


圖16顯示根據GEM2007的研究，香港的產品及服務較其他地區在國際市場進行更多的競爭。在印度、巴西、俄羅斯及中國大陸的早期階段及已成形企業中，有71-93%都沒有出口，香港的百分率則是25%（早期階段公司）及31%（已成形公司），與美國相若。此外，有20%（早期階段公司）及15%（已成形公司）公司出口超過75%的產品及服務，數字比研究中所有國家都高。

公司的市場影響力各有高低，由一人兼職至典型狀況，公司會因為經營方式大幅轉變而高速增長。要分辨高增長和低增長兩種業務，我們詢問創業者其公司在五年後會有多少人（本人不計在內，但包括所有獨家承辦商）。我們將高增長新公司定義為預期五年後會增加至少20人的公司。

圖17：早期階段創業的高增長新創業務比率

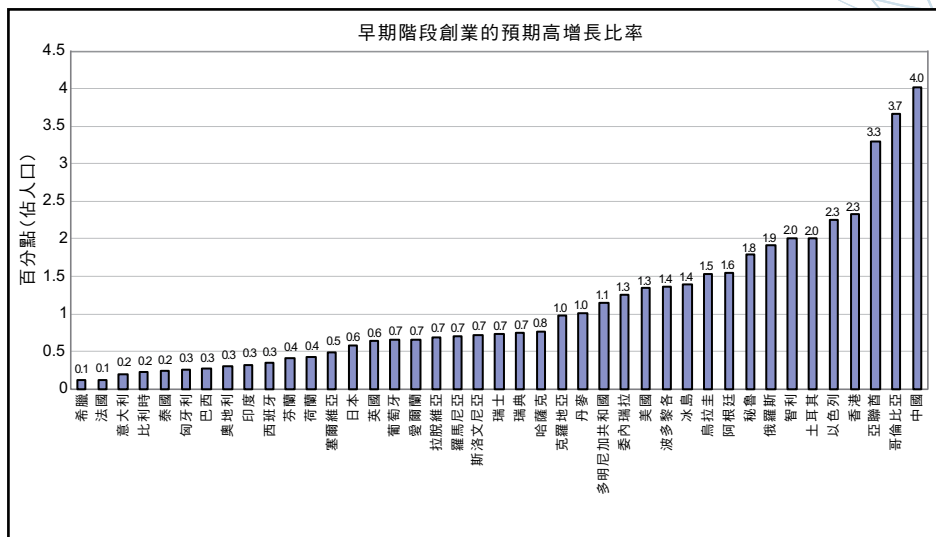


圖17顯示香港的高增長新創公司有2.3%，低於中國大陸4.0%，與秘魯、俄羅斯、智利、土耳其及以色列等地相當，但遠超美國、英國及其他歐洲國家。此水平亦較2006年的研究為高，當時的高增長新創公司只得0.7%。不過，我們在2006年進行的研究所用的數據，乃GEM在2002-4三年夏季研究所得的資料。如前所述，有關數據是與1999年1月與2004年6月期間的情況有所聯繫的。我們認為較早期數據所顯示的高增長新創業率實因在當時不景的環境下變得不尋常地低（見上文「香港創業率的今昔比較」）。此外，當我們對照國家人均生產總值與高增長新創業比率時（做法如前文圖4分析全面創業活動），卻沒有發現任何明顯關係。



9. 退出業務

坊間流傳著一個錯誤觀念 — 九成新公司都會在首年倒閉。美國政府Small Business Administration的首席統計師Brian Headd指出，美國三份之二有僱員的新公司都能存活至少兩年，半數存活至少四年。在澳洲，有研究指出，大型商場內的八成新零售公司都能存活三年，六成存活五年，可能是受惠於良好的管理及營商環境所致。⁹香港創業者是全球最有經驗的，失敗率理應不高。我們暫未見到香港有這方面的研究，不過經過與本地創業者及與其有業務往來者討論，我們相信九成失敗率的觀念大有失實之嫌。

GEM的數據未能讓我們整合出公司的結束比率。不過我們用GEM數據可以計算出香港對比其他國家的創業者退出比率。我們以電話訪問形式向受訪者問道：「在過去十二個月內，你曾否出售、關閉、中止或退出擁有／管理的業務？業務形式可以是自雇，或向任何人銷售產品或服務。」接著我們再問受訪者在退出後，業務是否仍然被他人繼續經營，並詢問他們退出業務原因。

圖18的統計數字顯示兩種退出業務的可能情況。因為能出售的公司可能是失敗的，苦苦掙扎的生意反可能是成功的。雖然如此，我們認為以倒閉告終的公司應該多數是經營失敗。圖18顯示香港的退出業務率（4.4%），數字超越其他高收入國家，惟與美國和其他中、低收入國家差不多。圖表又顯示香港創業者退出後，生意仍然繼續的比例只有21%，此數字較GEM的平均值及高收入國家平均值（32%）都低。

如前所述，香港的創業率高於其他高收入國家，高退出率與高創業活動率應當是相關的。在其他條件相同的情況下，越高比例的嘗試自然會做成整體人口中越高比例的失敗。為此，我們將退出率除以創業率（包括早期階段創業者及已成形業務擁有／管理人），以便公平地分析各地的業務流失情況。根據圖19，香港公司的流失率稍高於GEM平均數（即公司壽命較短）。

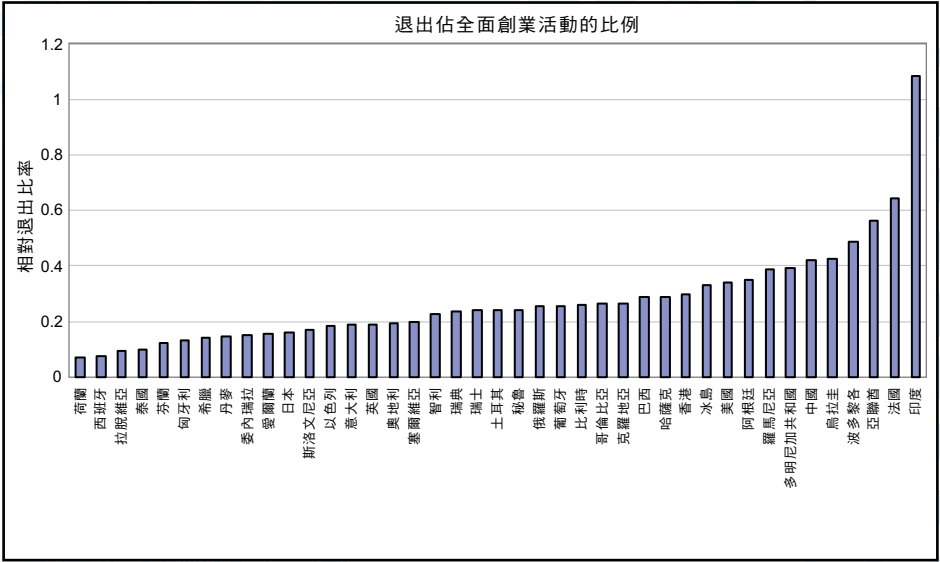
9 See Watson, J., & Everett, J. E. 1996. Do small businesses have high failure rates? *Journal of Small Business Management*, 34(4): 45-62.

圖18：退出業務率

	終止業務	出售業務	退出業務	出售業務百分率
高收入國家				
奧地利	1.3	0.3	1.6	21.1
比利時	0.6	0.6	1.2	51.7
丹麥	0.9	0.7	1.6	42.6
芬蘭	0.7	1.0	1.7	59.0
法國	2.0	1.1	3.1	35.2
希臘	1.8	0.8	2.6	29.8
香港	3.5	0.9	4.4	20.9
冰島	1.6	0.9	2.5	34.7
愛爾蘭	1.9	0.8	2.7	29.4
以色列	2.4	1.3	3.7	34.2
意大利	1.2	0.7	2.0	37.8
日本	2.0	0.0	2.0	0.0
荷蘭	0.5	0.3	0.8	39.8
葡萄牙	2.6	1.3	4.0	33.8
斯洛文尼亞	1.2	0.3	1.6	21.8
西班牙	0.6	0.4	1.0	36.4
瑞典	1.4	0.7	2.1	32.0
瑞士	1.5	1.6	3.1	52.4
亞聯酋	4.7	1.9	6.6	28.8
大不列顛	1.2	0.8	2.0	37.7
美國	3.0	1.8	4.8	37.3
平均	1.7	0.9	2.6	33.1
低至中收入國家－歐洲及亞洲				
中國	6.1	4.2	10.3	40.7
克羅地亞	1.9	1.0	3.0	34.9
匈牙利	1.3	0.2	1.6	15.4
印度	10.2	4.9	15.1	32.7
哈薩克	2.5	1.8	4.3	41.4
拉脫維亞	0.6	0.1	0.7	13.5
羅馬尼亞	2.1	0.4	2.5	17.5
俄羅斯	1.0	0.1	1.1	9.2
塞爾維亞	2.0	0.8	2.8	27.6
泰國	3.5	1.3	4.8	27.7
土耳其	1.8	0.8	2.6	29.5
平均	3.0	1.4	4.4	32.2
低至中收入國家－拉丁美洲及加勒比地區				
阿根廷	6.5	2.0	8.5	23.7
巴西	4.5	2.0	6.4	30.6
智利	3.4	1.5	4.9	30.5
哥倫比亞	5.9	2.9	8.9	33.2
多明尼加共和國	4.8	4.4	9.2	47.6
秘魯	6.2	3.2	9.4	34.0
烏拉圭	5.9	2.0	7.9	25.3
委內瑞拉	2.1	1.7	3.8	44.8
平均	4.9	2.5	7.4	33.4
GEM 平均	2.7	1.3	4.1	32.9

註：此圖表顯示18-64歲受訪者中，表示在過去12個月內曾終止、出售或退出業務者的數目。

圖19：退出佔全面創業活動的比例



退出業務的原因

我們詢問退出業務者放棄的最大原因。在圖20中，我們將部分國家按「無盈利」的百分率排列，「無盈利」在多數國家都是最大的單一退出業務原因。如將「無盈利」與「取不到財務支持」加起來，我們大概可以估計到生意失敗的比例。按此定義，在香港因生意失敗而退出業務者達55%，遠高於其他經濟體系，只稍稍低於巴西及以色列。在因「無盈利」而退出業務的比例方面，只有以色列高於香港。此數字反映兩地商人都嚴格地以財務狀況判斷業務的可行性。在美國，最普遍的退出業務原因乃「私人理由」，日本則以退休居多。換一個角度，只要業務的財務狀況理想，香港的創業者似乎比其他地方的創業者更願意繼續經營。

香港不少剛剛退出業務的創業者，在受訪期間都是另一公司的擁有／管理人（39%）或正積極開展另一公司（37%），反映出香港人傾向不斷或「連環」創業。至於GEM國家的平均值只有20%及14%。看來香港的創業者比較鍥而不捨，是個充滿創業動力的地方。

雖然退出業務的比率與早期階段創業率會有一定的關聯性，但圖21卻顯示兩者的關係並不如預期中密切。現在的退出業務率甚高，較2003年數字上升，但卻比2002稍低。

圖20：退出業務的報稱原因

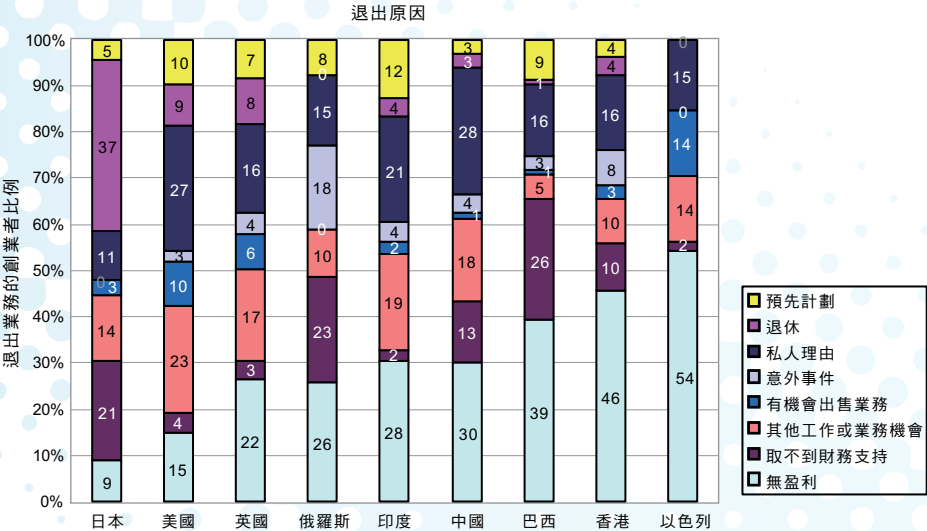
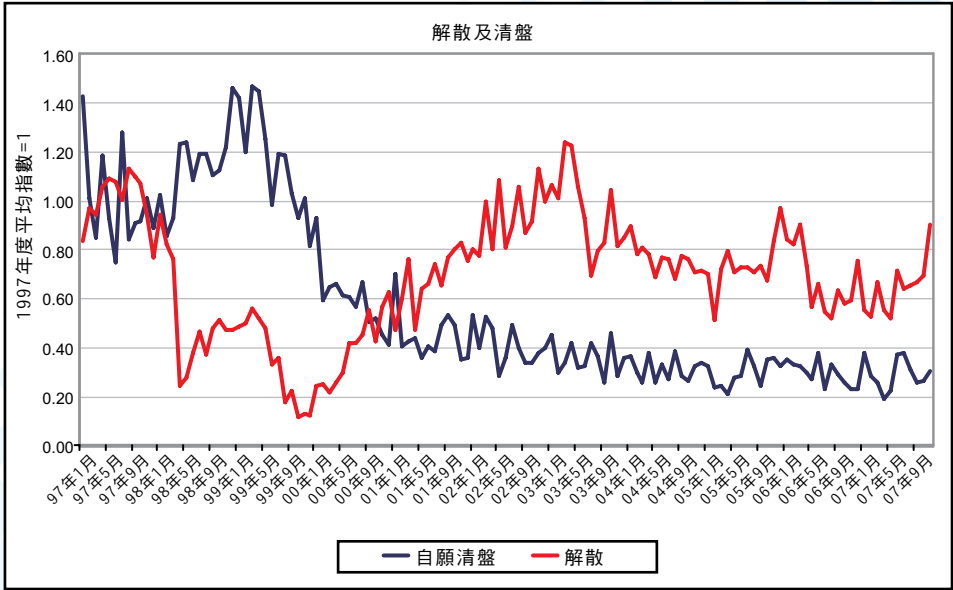


圖21：開展率與退出率之比較（以百分率計）：香港2002-2007年

年份	孕育期創業活動	新創業務	早期階段擁有 /管理人	退出（業務中止）
2002	1.7	1.7	3.4	3.6
2003	1.7	1.6	3.2	1.9
2004	1.5	1.6	3.0	2.1
2007	5.7	4.3	10.0	3.5

如分析早期階段創業活動一樣，我們都有向公司註冊處收集統計資料，以便進一步了解退出業務的情況。圖22並未能明確顯示過往幾年退出業務者增加的真實狀況。在此再次強調，註冊公司不一定就是創業。比如香港地產投資者往往會為了節省高昂的樓宇註冊費而買賣只以住宅單位作為公司唯一資產的空殼公司，在此情況下，退出業務實際上不過是出售物業。空殼公司在業務結束後可能仍會長期維持不動。退出業務的種種其他因素，以及有限的調查期，都令我們未能深入分析公司註冊處的統計資料。事實上，退出業務乃創業過程中重要的一環，值得深入研究。

圖22：解散及清盤



資料來源：香港政府公司註冊處

註：數據乃相對於1997年平均每月解散及清盤的數字。解散數目介乎1997年1月之4，033至2007年11月之4，353；自願清盤則介乎1997年1月之314至2007年11月之67。



10. 非正式投資

單憑個人資產，往往不足以應付建立新業務所需，故此創立新生意的人總是會向家人、朋友及其他非正式投資者尋求幫助（人們常說創業資金有四大來源，俗稱4Fs：創立人、家人、友人、愚人）。非正式資金多數來自私下請求及不太正式的協議。非正式投資者又稱為天使投資者，因為他們像天使一樣能挽救瀕死的業務。創業投資基金雖然常常聽聞到，但實際上只有千份一的新企業會獲創投基金注資，注資額亦少於創業所需資金的十份一。再者，創投基金甚少會注資到真正的全新業務，他們總是要求生意概念的實證及往績證明，而且他們對每個項目的平均注資額（每名獲注資者約7百萬）亦遠超多數創業者所需。金額之大主要因為創業投資者一般只對進一步搶佔龐大及高增長市場的產品或服務感興趣。¹⁰因此，對於解決資金短缺問題，非正式投資才是不可或缺的資金來源。況且，非正式投資投入的不但是金錢，還有對生意上的指導。


圖23載有2007年GEM各國的非正式投資者數據。該圖顯示香港18-64歲人口中，接近8%在2007年5月之前3年內曾做過非正式投資者。此數字是高收入國家平均值的兩倍，更遠超GEM平均數。相對創業者的比例，香港的情況亦屬偏高，投資者的數目是早期階段創業者的79%。

儘管香港有高比例的非正式投資者，然而我們認為創業資金不足的情況不論在其他地方還是香港，仍是不時出現的。根據2007年的GEM資料，在香港創業的起始投資額中位數是港幣300,000。43%的創業者預算全數自資，他們投資的資金中位數是港幣150,000，此投資額遠較要尋求投資者的生意為少。其餘57%的創業者計劃物色其他投資者，他們自己的投資額中位數是港幣250,000。香港一般非正式投資的注資中位數只有港幣100,000。由此可見，實際資金與所需資金仍有距離，早期階段創業者必須循其他途徑（如：天使基金網絡、政府）取得資金，好讓業務潛力得以發揮。

¹⁰ Bygrave, W. D. 2006. Global Entrepreneurship Monitor: 2006 Financial Report. Babson College and London Business School. (www.gemconsortium.org); see also Preston, S. L. 2004. Angel investment groups, networks, and funds: A guidebook to developing the right angel organization for your community. Kansas City: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.

圖23：非正式投資者的比例

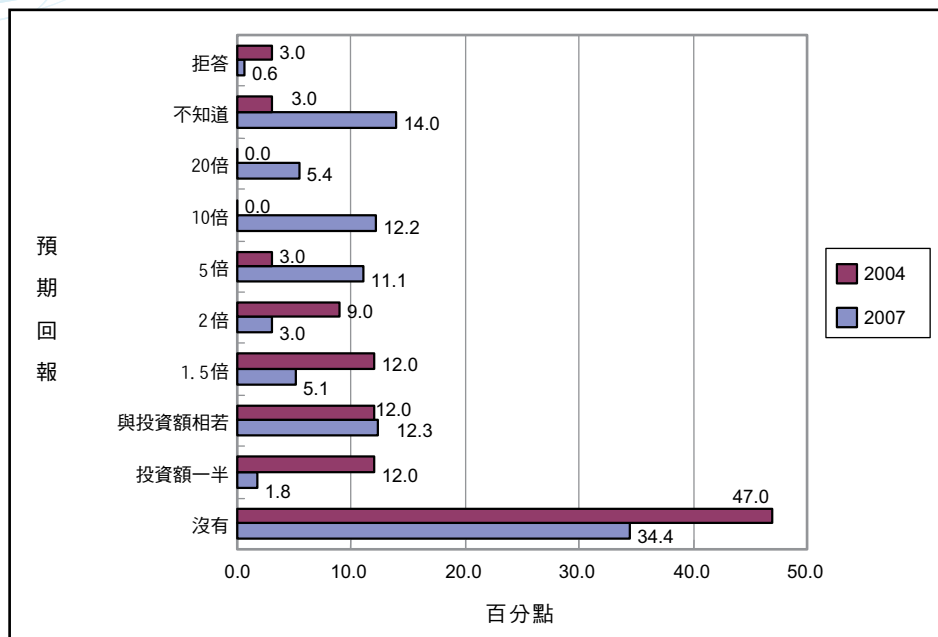
	非正式投資者比率	非正式投資率比對 早期階段活動率
高收入國家		
奧地利	2.03	0.83
比利時	2.70	0.86
丹麥	2.06	0.38
芬蘭	3.31	0.48
法國	5.59	1.76
希臘	2.61	0.46
香港	7.85	0.79
冰島	1.93	0.35
愛爾蘭	3.32	0.40
以色列	7.64	0.61
意大利	2.96	0.59
日本	1.78	0.41
荷蘭	2.33	0.45
葡萄牙	3.78	0.43
斯洛文尼亞	3.23	0.68
西班牙	3.22	0.42
瑞士	5.02	0.80
瑞典	3.74	0.90
亞聯酋	7.89	0.93
英國	1.38	0.25
美國	4.94	0.51
平均	3.78	0.63
低至中收入國家－歐洲及亞洲		
中國	9.56	0.58
克羅地亞	2.45	0.34
匈牙利	0.85	0.12
印度	37.28	3.67
哈薩克	4.19	0.45
拉脫維亞	1.62	0.36
羅馬尼亞	4.56	1.13
俄羅斯	1.60	0.60
塞爾維亞	4.10	0.48
泰國	4.74	0.18
土耳其	4.69	0.84
平均	6.33	0.80
低至中收入國家－拉丁美洲及加勒比地區		
阿根廷	2.82	0.20
巴西	0.87	0.07
智利	7.63	0.57
哥倫比亞	7.22	0.32
多明尼加共和國	7.18	0.43
秘魯	9.72	0.38
烏拉圭	4.20	0.34
委內瑞拉	2.37	0.12
平均	5.25	0.30
GEM 平均	4.77	0.61



2007年非正式投資者百分率比往年高（2002、2003、2004年分別為3.4%、3.2%、2.1%）。顯示信心的恢復不但推動了創業活動，更鼓勵了非正式投資。

信心恢復固然令非正式投資者更積極，與此同時亦令他們預期更高回報。多年來GEM研究都顯示全球有僅多於半數的非正式投資者表示其投資回報將是零（即只能取回本金而無任何利潤），甚至負數。圖23顯示2007年香港的非正式投資者終於走出陰霾，只有34.4%受訪者表示他們或不能取回資本、1.8%表示只能取回約一半資金及12.3%能取回原來的資金。雖然此非特別樂觀的表現，但是已較2004年好得多了，當時71%受訪者表示他們只能取回相等或低於本金的金額。另一進步之處是2007年有26.2%受訪者認為自己在10年間可取得10至20倍的回報，回顧2004年，沒有一個受訪者抱有此希望。若受訪者的推測是客觀的，我們可計算出2004年的非正式投資者期望在10年間能取回本金的73%，2007年的非正式投資者則認為10年間應可取回資金的365%，即平均年回報率達14%。

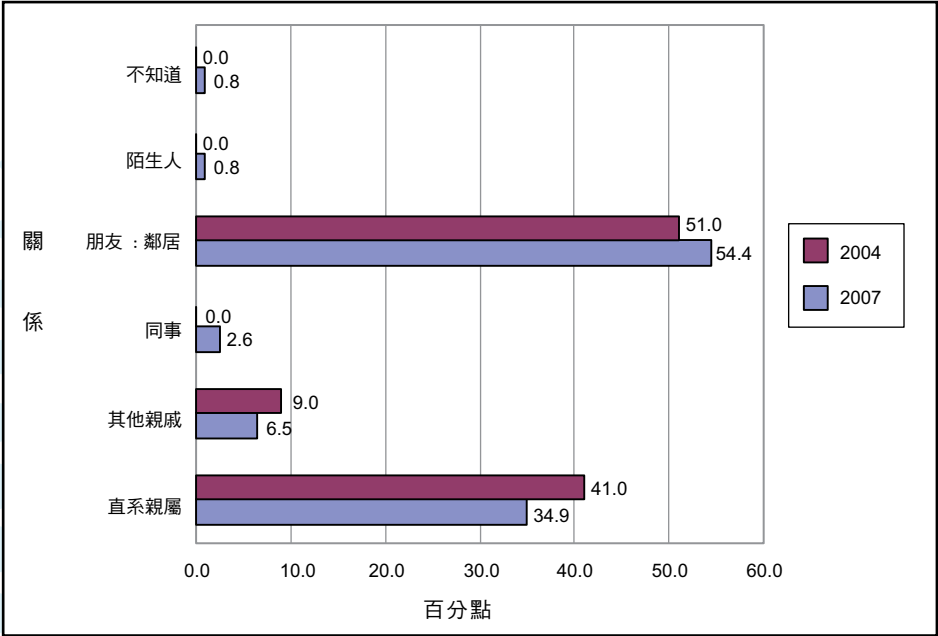
圖24：香港非正式投資者過去十年的預期回報



正如我們在2004年的報告指出，香港的非正式投資特點是投資者中不少是創業者的朋友（見圖25）。但是，GEM其他國家的投資者乃家庭成員。這跟中國人一般會支持家人做生意的看法有明顯出入。最近的研究結果顯示，中國人創業者往往憂慮接納家人的資金後，家人會干預自己的生意，同時又令家人承擔風險。¹¹結果反映香港的非正式投資者中，朋友與家人同樣普遍。我們的研究不設「非正式投資者」或「天使投資者」的分類。GEM數據亦沒有顯示這些參與非正式投資的朋友中，有多少是以投資為目的而非純為友情的。不過，無論如何，我們相信香港的非正式投資應該加強，以推動創業。

11 Au, K., & Kwan, H. K. 2006. Chinese familism and market rationality in start-up capital seeking. Presented in Babson College Entrepreneurship Research Conference, June, University of Indiana, USA. (available at www.cuhk.edu.hk/centre/entrepreneurship)

圖25：香港非正式投資者與接受注資者的關係（比較GEM 2004與2007結果）



11. 創業基礎條件

本節總結影響香港創業環境的優勢及弱勢，並就如何維持優勢及改善創業環境提出建議。

香港創業環境的優勢及弱勢

每位創業者都經歷開展、發展、持續及退出業務的階段。每位非正式投資者都在某種社會、文化、經濟及政治環境下作出投資。GEM稱這些會影響、激發及／或窒礙創業發展的因素為「創業基礎條件」(EFCs)。本節會討論香港由基礎創立條件所形成之創業氣候，以及如何調整以激發創業。本節的資料來自：(1)與19位專家就香港創業情況進行一小時之面談訪問；(2)19位專家就預設標準問卷所作之回應；(3)另外16位曾於2002-4年接受訪問的專家當時就問卷所作之回應（本問卷合共獲34位專家回應）。專家名單見附錄四。

進行問卷調查時，我們會向各專家出示88句關於「創業基礎條件」的敘述，請他們指出每句的敘述是完全錯誤、一定程度錯誤、不正確亦不錯誤、一定程度正確，抑或完全正確，再將答案轉換成-2至+2分。接著我們會就各人的回應計算每句陳述的平均分，判斷得分在統計上是否有意義，與中性的零分（不正確亦不錯誤）是否有差別。按統計所得，其中59句敘述有顯著統計意義，各句分數見於附錄五。附錄中，句子按專家認同程度排序，與此同時，我們會列出2002、2003及2004年的專家訪問結果以作比照。

根據報告第一部份，香港的創業情況因人們普遍對前景恢復信心而有顯著的改善，與之相反，按照GEM專家的問卷調查結果，人們對香港「創業基礎條件」的看法並無任何明顯變化。從附錄五所見，居首的25句陳述反映著香港擁有的「創業基礎條件」，有關結果與早年的專家的調查結果相差不遠。今昔受訪者都給與下列陳述高的分數：

- 有形基建：通訊及公用資源價廉而且供應迅速。
- 文化：香港文化支持自給自足以達至成功、自主、自發（創業者自行承擔管理的責任）及創業的冒險精神。
- 政府：低稅率令創業負擔較低，法例有迹可尋，並能貫徹執行。
- 創業者地位：創業者備受推崇，並獲媒體形容為能幹和頭腦靈活。創業亦被認為是致富的正當途徑。
- 知識產權：香港的法例以及人們對發明者權利的認同能有效保障知識產權。
- 服務：創業者可隨時享用優質而專業的法律、會計及銀行服務。
- 女性：社會接受女性選擇以創業作為事業發展方向，女性具備等同男性的創業知識及技能。
- 創新：消費者喜歡嘗試及推崇創新的產品及服務。
- 機會：人們可輕易把握創業機會。
- 專業知識：許多人都能迅速把握開展新業務的良機。

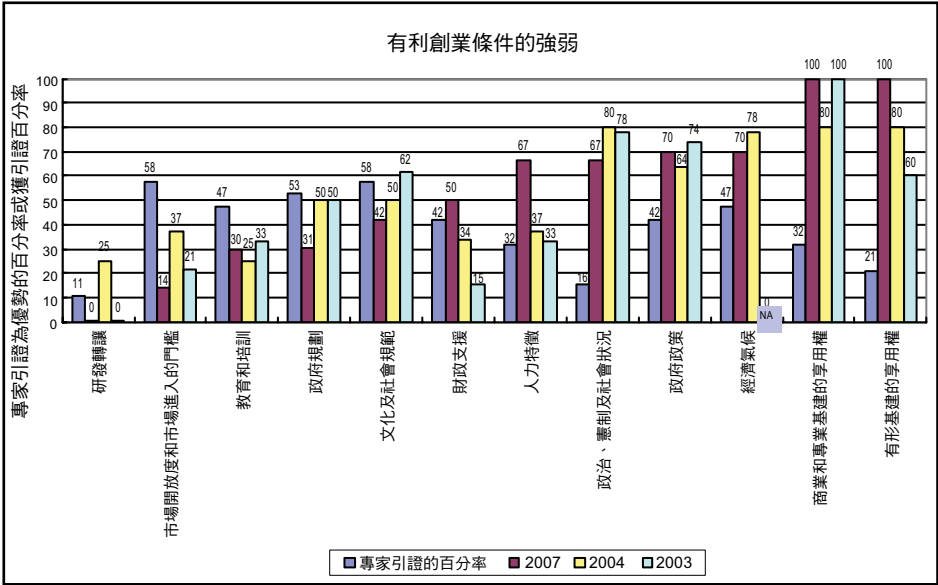
改善香港的創業氣候的同時，優勢亦必須加以維持。

至於香港有缺失的「創業基礎條件」方面，專家的今昔看法亦大致相同。附錄五顯示的16句陳述代表2007年專家認為香港嚴重缺乏個別的「創業基礎條件」，當中14句與2002-2004年間的訪問結果相同。專家特別關注的情況有：

- **教育：**中小學教育皆不鼓勵創意、獨立、自發性，而且沒有充分教授經濟及創業知識。
- **政府政策：**政府並無充分支持新公司及發展中的公司，其採購政策亦不利新創公司，政府對新公司及發展中公司的資助亦不足夠。
- **政府規劃：**創業者並未能獲得「一站式」支援，政府的創業計劃不容易找得著，成效亦不明顯。
- **科學及技術轉移：**大學未能有效地將科學及技術轉移至經濟體系，新公司及發展中公司一般無法負擔最新技術的成本，政府並沒有提供足夠資助讓他們得以引入新技術。
- **進入市場的門檻：**香港欠缺有效的反壟斷法。
雖然香港在各「創業基礎條件」方面的表現多年來大致相同，但是我們亦發現了一些輕微變化。
- **對保障知識產權的信心增強：**專家對保障專利、商標、版權的信心增加。
- **在創業機會：**以創業作為理想事業選擇、創業者的經驗幾方面都有改善。
- **要求政府干預的聲音加大：**要求政府干預經濟以促進創業及批評政府沒有推行足夠計劃激發創業的聲音有所增強。

在一小時的自由回答訪問中，我們請專家指出香港三個窒礙創業的因素，以及三個推動創業的因素。圖26同時列出今年及往年的回應以作比較。圖27摘錄了專家的回應。

圖26：2003、2004和2007年香港創業環境的相對優勢



註：「有利創業條件的強弱」百分率，乃將專家引證該條件能推動創業的次數，除以該條件被引證為推動或窒礙創業次數的總和所得。
「專家引證的百分率」表示指出在香港該條件乃三大推動或窒礙創業因素的專家之百分率。

專家認為能推動或阻礙香港創業的因素，未必是香港的優勢或弱勢。在2007年的調查中，其中兩項創業條件——有形基建的享用權及商業和專業基建的享用權——被視為絕對條件，達100%。可是，兩者被引證為香港三大有利創業或三大妨礙創業因素的比率，分別只有32%及21%。被提及次數最多的是市場開放度和市場進入的門檻，有49%的專家都指香港在這方面具優勢或弱勢，當中多數人視之為嚴重弱勢，只有14%的人認為是優勢。教育及培訓、政府規劃、文化及社會規範則曾被約半數專家提及，其中有人認為在香港這幾方面有優勢，有人認為是弱勢。

在過去的報告中，我們詳述了香港在各「創業條件」上的強弱。如前所示，各條件在過去三年其實都沒有太大變化，故此本報告不會敘述，餘下部分的焦點乃如何改善香港的創業情況。

12. 建議

所有受訪者都認同我們的前提——創業是社會的正面動力。因為過去調查結果反映香港的創業率偏低，我們一向都強調提升香港創業的迫切性。不過我們相信專家並沒有被過去的調查結果過分左右，而部分專家更主動提到近年的創業率其實已經回升。

圖27: 專家建議摘要

議題	建議	專家提出次數
教育和培訓	1. 教育機構應參考香港商業實況提供實用的商業訓練課程，以應付企業所需。	12
政府政策	2. 香港應主動地融入珠江三角洲。	6
研發轉讓	3. 政府應提高申請研發資助的金額，大學亦應著重將研發轉移至業界。	5
教育和培訓	4. 教育制度——從小學至預科都應多激發創意，提倡新思維及終身學習，停止考試主導及死記硬背的學習模式。	5
文化及社會規範	5. 香港人應重塑價值觀，消除物質主義，多發揮創意，多尊重知識產權。	5
政府政策/土地	6. 政府應放出土地，放寬土地使用限制，減少故意推高地價。	4
政府政策	7. 政府應減少干預經濟，不應提高開設公司的費用，並消除窒礙商業的官僚政策。	4
教育和培訓	8. 經驗豐富的企業家應指導年青人。	3
文化及社會規範	9. 社會應共同褒揚創業者的成就。	2
政府政策	10. 政府將香港打造成亞太區內的創業中心。	2
政府規劃/人力	11. 香港應從世界各地及內地引入有才能的移民。	2
政府規劃	香港應建立一個以設計為主題的科學園。	1
政府規劃	政府應改善其創業發展計劃的運作。	1
政府規劃/財政	政府應仿照美國設立小企業行政事務處 (Small Business Administration) 以安排資助計劃事宜。	1
政府規劃/財政	政府應鼓勵創業投資基金進駐香港。	1
教育和培訓	公共教育體系必須改革，以建立及妥善評估精英學校。	1
	建議總數	55

對於政府、業界及非牟利團體、教育組織、其他機構及個人應如何改善創業氣候，專家眾說紛紜。圖27摘錄了我們收集到的55項建議（雖然我們邀請各專家提供三項建議，但其中兩人只提出了兩項）。我們在下文會討論這些建議。

教育和培訓

當專家列出香港的強項及弱項時，教育和培訓被提及的次數只佔第四位，但是專家們在這方面提出的建議最多，而且頗為統一。55項獨立建議中，21項都與改善教育和培訓有關，而且各項建議內容都相當統一，與早年的調查所得亦差不多。

建議一：教育機構應參考香港商業實況提供實用的商業訓練課程，以應付商業環境所需。

許多業務之所以失敗不是因為缺乏創意，而是創業者沒有執行及經營技巧。其中一位創業者說：

「我們要消除創業等同創意的錯誤看法。創業首要條件是實踐。要做老闊的話，你首先要學會所需技巧，鍥而不捨，方可生存下去，然後再談創新也不遲。」

12位專家都提出此建議。他們認為香港的教育制度沒有教授創業技巧。為什麼香港的學校不教授這些技巧呢？其中一位專家直言：「有文憑有學位就有機會和理想了。創業嘛，不是由學位來決定的。」

創業所需的技術包括會計、財務、預算、撰寫業務計劃、物流、聯絡以及市場推廣。這些知識應與專業科目一併教授。一位專家提到，香港有優秀的設計師，但他們不懂做生意。另一位專家則認為演藝學院教曉學生各式表演藝術，但沒有教他們怎樣經營電影業務。

不少人都指出學校應該教人如何學習，而不是如何背誦事實。除了教授學生有關技巧外，學校還要透過接觸業界的課外活動，啟發學生如何在現實社會運用這些技巧。我們應採用全面的教育方式去教導未來的年青人。

受訪者並非要求學校直接教學生創業。年輕人離開學校後，很難馬上成為成功的創業者。他們得先尋找一個好的生意機會，只有這樣，他們才能成功地創業。

香港的教育制度是精英制的。有一位受訪者認為香港應進一步完善精英制，另數名專家則認為精英與非精英之間的距離會令未能升讀大學的十五六歲年青人覺得自己的人生已經完蛋，再沒有任何出路。其中一人說：

「飲食文憑是挺有用的。可是現在人人也要拿個學位，統統跑去取個什麼酒店管理學位，然後一窩蜂想到文華酒店工作。他們畢業出來才廿一歲，已經想要指揮年紀比自己大一倍的人。我們真正需要的是一所酒店學校，而不是酒店管理學位。」

換言之，教育應強調對未來有用的實際技巧。在教育方面，應由了解業界所需的合格導師（如業內人士）協助設計課程及教授實用知識。可惜現時的激勵機制只能鼓勵學院追求學術認可，忽略了業界認同性。因此，我們必須重新研究現時的激勵機制以及導師的事業發展機會，以吸引合資格的業界人才投身教育行列。

建議二：教育制度—從小學至預科都應多激發創意，提倡新思維及終身學習，停止考試主導及死記硬背的學習模式。

五名受訪專家表示學校應多鼓勵創意，並放寬考試主導的教育模式。其中一人提到年青人總是一窩蜂湧去唸可以帶來高收入的科目，忽略自己的真正興趣。我們應容許及鼓勵學生修讀他們有熱誠的科目，因為有熱誠的人才能成為創業者。另一受訪者指香港人其實頗有創意，他們的創意來自…

「…活在國際城市的年青人的日常體驗。年青人常常接觸到新意念。無奈教育制度未能幫助他們，反而會阻止他們成為有創意的人。」

有專家認為香港的學校沒有教導學生好好與人相處，也不談人生。他們只知學生必須好好應付考試，他說：

「…越來越多家長將子女送往外國讀書。當他們學成歸來，他們就不一樣了。變化正在慢慢進行。時間會改變現狀。當年輕一輩做了家長，他們更有見地，習慣融入國際，那是一種態度。」

無奈現時的學校文化並不容許學習或創造過程中有含糊、實驗或失敗。創造是沒有標準答案的，但多數家長、教師及校方行政，仍然不肯捨棄數量化的評級。現時的挑戰是要鼓勵學生，還有家長、教師及校方行政，推動他們發掘全新的學習方式並學會欣賞另類才能和成就。

建議三：經驗豐富的企業家應指導年青人。

三位受訪者將責任放在創業者身上。一些如「國際成就計劃(Junior Achievement)」及「香港青年創業計劃>Youth Business Hong Kong)」的活動，透過與香港各商會及其他商業團體合作，能協助個別商人通過教育機構分享經驗，並將自己的知識傳授與剛起步的創業者。

其中一位專家提議建立社會企業以協助傳授經驗：

「該找一班剛退休的中年商人組成顧問小組。他們不用當董事會成員，只當個顧問。讓我們幫你審閱業務計劃。企業家和成功商人應出來幫助有潛質的創業者。這種組織不應是政府機構，服務也應該收費，以社會企業模式運作，這應當是可行的。」

在往年報告裡有關教育和培訓的建議

我們今年的建議和往年相似，當時我們的提議如下：

- 重新評估及設計學校課程以推動創業。教導學生投資、如何管理個人財富、培養創業精神、以及管理風險、成就及回報。鼓勵科學、生物科技及數學教育，使之成為首要學科，以推動與科技有關的創業環境。就知識為本及服務為本的業務為學生提供有關訓練。
- 提供人文與科技互相平衡的教育。初期以人文學科為主，然後授以科技科目。教導學生勤奮、決心及創意是成功的不二法門，即使是娛樂事業，當中的年青人模範亦有這些特質。
- 在教育過程中，讓學生體驗創業的挑戰及實際參與創業。在中學及大專引入商人導師，由來自不同行業富有成功營商及創業經驗的導師親身教授學生及未來創業者。

按2006年觀察所得，要實現成為知識型社會的理想，能夠創造新技術及科技，並擁有一群高質素專業人士及企業家支援，香港還有漫長的路要走。香港的優質教育制度，雖能造就一群文明及有教養的人口，然而，香港仍沒有太多大學生希望從事科學及科技的研究及發展。一直以來的考試主導教育系統，並未能幫助畢業生培養創意、好奇心、獨立思考能力，而這些偏偏就是創業的必備條件。

有些學校已推行計劃，將商業概念帶入課室。許多學校都舉辦商業計劃比賽及商業展，讓學生能實驗自己的營商意念。雖然學校仍然在增加學生考試壓力，但同時亦深明創意的重要性。越來越多商人導師參與授課，學生亦明白課外活動對建立履歷的重要性。不過，正如今年專家所言，香港的教育制度仍有許多要改善之處，方能變得真正具有啟發性、提供有用技術、鼓勵學生成為具有創業精神社會裡有貢獻的一員。

政府政策

政府政策 — 政府推行的活動雖非專為創業而設，但為公眾提供了私人創業的環境，這一直是香港的優勢。因此，圖26中政府政策的相對優勢較早年（54%到74%）大跌至-42%，實在教人始料不及。這顯示受訪者對政府的整體政策的批評態度越來越強烈。有關批評可綜合為以下三項主要建議，概括十四項獨立建議。

建議四：香港應加強主動融入珠江三角洲。

我們第四項建議由六名專家提出，是除了以上第一項建議之外最普遍的建議。專家沒有批評政府的方向，但不滿其朝著現時方向發展的速度及承擔感。一位專家說：「...CEPA是個好開始，但前路十分漫長。許多受訪者都同意這一點，認為香港在珠三角的地位一直被低估，除非政府能積極爭取與深圳、廣州及其他較小的城市融合。

香港理應是「全球華人的創業中心」、「泛珠三角的發展催化劑」、「區內工業發展的基礎服務樞紐，積極參與原始設備生產（OEM）、設計加工乃至直接銷售。」中國正逐步由世界工廠發展成世界辦公室，香港在這個重要過程中可擔當推動角色。專家們談及使用研發區、與深圳共同規劃城市、建立高速城際鐵路、規劃控制污染、機場及貨櫃港計劃時，多次提到「靠攏中國」這個要點。

許多專家都提到香港市場太小，是創業者的障礙。哪如何能令人有興趣在港投資呢？當然是較大的市場了！因此業務必須將市場擴展至深圳與珠三角其他地方。

建議五：政府應放出土地，放寬土地使用限制，減少故意推高地價。

一直以來，受訪者都指香港地價過高會妨礙創業。四位受訪專家表示政府必須採取措施以壓抑高地價。有一位專家強調：

「官員老是說香港稅率低。其實香港稅率一點都不低。我們的稅挺高呢！看看地產稅。我們不把它喚作稅，但那壓根兒就是稅。我們得看整個地產業，利潤太大了。看看觀塘，要是你不肯付高昂地租，你根本什麼都做不了。應當修改地租政策及重建，讓升斗市民都能在商業中參與。董建華將物業重新投放市場的做法是正確的，只是時間不對而已。」

專家又不斷提及高地價只會惠及香港的大發展商。他們都提議政府就空置土地徵稅，以鼓勵用地。

建議六：政府應減少干預經濟，不應提高開設公司的費用，並消除窒礙商業的官僚政策。

專家們普遍都支持政府在創業方面實行積極不干預政策。他們認為傳統以來的經濟放任政策對香港最有利，配合自由經濟的信念，而且收效甚大。一位專家說：

「我覺得七百萬人中只有自己大叫『來吧來吧，創業創業』是一件很寂寞的事，我不喜歡這樣。」

眾多專家中，有人懷疑政府推行的計劃會否鼓勵人做不想做的事情。他說：

「我們很難說政府做的是錯的。或許他們幫不上忙，但至少他們不妨礙你。我不認為政府的責任有那麼多。政府的確應該資助大學和提供教育框架。但保持現狀就好了。香港是個自由社會，一切好好的，不要把好東西搞垮。」

另一人說：

「我不肯定政府應不應鼓勵創業。鼓勵了他們創業，然後看著他們失敗，是很挫敗的事…從競爭政策的角度看，我不清楚到底政府應不應鼓勵創業。我們得非常謹慎。」

另一專家這樣表述此概念：

「鼓勵太多低質素的新業務，並沒有經濟效益，因為珍貴的資源會白白浪費掉，還有就是抄襲者只能選擇在價格方面競爭，這樣對經濟毫無好處。到頭來，連經營得很好的業務都給低價又低質素者拖垮。」

此意見表示專家對政府將要推出的任何工業或競爭政策都會抱審慎態度。與此同時，專家亦擔心政府坐大，並且越來越官僚和欠缺效率，最終引發自由經濟支持者批評政府因干預業界而可能做成的低效率：

「政府應加強負責向小企業發牌的部門之間的協調。幸好多數政府官員都是誠實和正直的，否則要通過這重重關卡，過程又欠透明度，一定會令許多商人試圖行賄…政府應考慮設立一個單位專責統籌，甚以提供一站式發牌服務，並就現時的灰色地帶提供明確規範，讓商人有所依循。」

建議七：政府將香港打造成亞太區內的創業中心。

雖然大眾都在建議六中告誡政府盡量減少干預，但在向中國大陸及海外推廣香港方面，政府絕對要擔當更重的角色。一位受訪者建議政府應著手研究全新及高速增長業務的利益，香港作為地區創業中心的地位應與以加強。另一受訪者認為香港在著力成為世界級城市方面，要以倫敦、巴黎、東京、紐約為目標，以政府領導激發創業和文化。他拿倫敦作比較：

「好像在倫敦，貝理雅上台時都大力推廣英國有多酷。倫敦是中心，不單是指金融方面的。倫敦是藝術、設計、音樂、時裝的中心，是有遠景的。…也許香港需要第二場文化大革命吧！…或者是當權的人沒有遠見。許多設計師都認為文化中心的概念行不通，除非以長遠的眼光去推動它。香港有潛力，但沒有人出來負責把一切整合起來。這個人不必是行政長官，我們只需要一個統籌者。」

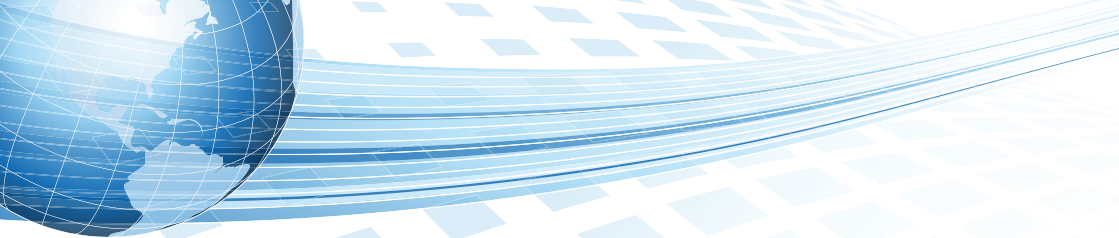
在往年報告裡有關政府政策的建議

我們今年的建議與往年一樣，2002年第一、四、六、九項建議如下：

- 不推行任何會令政府支出大增的政策改動
- 簡化小企業的申請程序
- 不要試圖推高物業價格
- 增加進入珠三角的渠道及加強聯繫

我們基本上支持這些建議，但要注意的是，當時政府陷於財赤，而如今在控制支出方面應可放寬一點，特別在以下的一個議題上。

干預一詞，人人各有定義，包括本文的論述。與其討論到底應不應干預，還不如談談干預哪裏、如何干預、誰來干預、干預程序，來得更有意義。所有政策建議都應建基於信任的大前題。要是政府與相關人士之間沒有信任，任何干預或不干預都會被政治化。不過，不是單單好意就能教人信任的，更重要的是要幹出成績和貼近民意。



研發轉讓

第三項最多人提及的建議是關於研發轉讓的，共有五位專家提出。

建議八：政府應提高申請研發資助的金額，大學亦應著重將研究及新發明轉移至業界。

儘管我們奉行自由經濟政策，政府亦應負責鼓勵本地工業活躍參與科技發展。如2006年的研究中所詳述，政府建基於市場失效及界外性（externality）的原因，資助研究及由幫助研究機構將發明轉讓至經濟體系，在經濟方面是有很強的理據的。鑑於即使有知識產權保障，知識還是很容易從發展者那裏洩漏或給抄襲出去，發展知識可說沒有什麼回報可言，更遑論經濟效率。要恢復經濟效益，政府須資助研發及研發成果的傳播。

美國矽谷的模式亦廣為創業專家的推崇，一名受訪者這樣形容矽谷：

「大學應配合業界。錢是跟隨市場的。我不知道有沒有人可以做點什麼。看看在史丹福大學，整所大學都由各大行業資助。最優秀的學生在大學時期已給業界鎖定了。大學醞釀了許多新知識，可以自給自足。業界與大學合作，由大學發展專利和新發明，吸引了很多創業投資。這是大學、業界及創業投資三者融合的經典例子。香港就沒有這種環境了。」

「本地大學應開放與業界，只要業界能接觸到大學的研究，資金就會湧至。大學本身也不應太嚴格控制研究成員的工作。」

受訪者認為香港政府在研發方面較美國、大陸及新加坡小器得多，一位受訪者說：

「我參觀了中文大學的中醫藥中心，他們獲得一百萬美元預算，一百萬可以做什麼呢？只能支付幾位研究員做點毒理研究。…新加坡在醫學研究方面投放大量時間、金錢、精力，香港在發展應用研究上可說是什麼都不做。」

經濟理據是有了，但大部分建議資助研發的受訪者反而擔心政府的挑選準則。其中一人說：「政府資助的問題是官僚關卡重重。」他對此沒有確實的答案，但是他不滿意現時的應用研究的資助制度：

「現時的應用研究的資助制度根本行不通。制度偏袒大學教授，他們懂得如何撰寫資助申請，擅長填寫申請表。制度不利真正想創業的人。」

現時，大學的獎勵機制強調學術認可性，忽略業界應用性。要確保學院一方面貼近市場，一方面又不犧牲其發展理論知識及培養思考力的使命，我們可以多設立橋樑機構，如多利用香港生產力促進局、香港應用科技研究院及六所香港研究中心等，並鼓勵各團體合作，以推動由基礎研究、到應用研究、再到商業之技術轉移。

在往年報告裡有關研發轉讓的建議

專家的結論與我們早年的分析十分脛合。2002及2003年的研究結果乃大學應提供較佳的溝通氣氛，讓創業者得以分享資訊及研究成果。商業機構科技人員、政府、活躍於該領域的學者、創業者應會面洽商創新技術，談談如何合作將市場需要的產品及程序帶到市面。2006年的「香港創新企業——發展政策與方向」研究中，我們提出以下政策，這些政策今天仍然適用：

- 我們倡議提高研發資助，將香港帶到其他領先經濟體系的水平。
- 我們認為香港在制定政策時應繼續採取積極不干預態度，隨著國家及國際強調以市場力量主導創新的大趨勢，政府在選擇資助對象時亦須慎重。
- 我們認為創新及科技基金計劃中的中小企早期研發轉移貸款成效輕微。
- 我們支持發展領域式研發，深信政府機構、研究組織及業界團體協調推行一系列措施，可以大大幫助該領域的高增長公司。
- 我們支持協調跨境政策，讓高增長公司能受惠於深圳的高質素創業資源。

文化及社會規範

五位專家的建議被綜合成牽涉範圍最廣的建議，關乎提升香港文化水平，營造更高質素、專重知識、有創意的社會，要捨棄高效率、精確、標準化的傳統想法並擁抱創新、多元化和實驗性的新思維。

建議九：香港人應重塑價值觀，消除物質主義，多發揮創意，多尊重知識產權。

必須保障知識產權，才能為有創意的創業者提供回報。專家在提倡尊重知識產權的同時，亦鼓吹香港文化應減輕物質主義，多尊重其他知識及文化追求。其中一位專家說：

「人們常說香港是個自由市場。對於我女兒和她的朋友而言，要從無到有的話，英國提供的機會比香港廣泛，市場也更開放。他們覺得在香港市場要創新殊不容易，因為香港有太多既定的愛惡準則，消費者不準備為創意提供空間。也許香港市場總是以實用、實際掛帥，什麼都講求直接，講求即時效益。人們必須擴闊價值觀，欣賞有形價值之餘，也欣賞無形價值…這種思想要在香港人之間推廣。我們得在學校及課外活動中推動文化和新思維。在香港，一切事物都要量化。我做了這個，有沒有成果？現在人們要求的是生活質素，我希望大家的價值觀可以擴闊一點…我們需要確保整個社會重視和接受無形價值，令消費者隨時準備為無形價值付款。」

其中一項無形價值就是尊重創意。可是其中一位受訪者這樣形容今日香港的情況：

「這裏的人不尊重設計，不尊重知識產權。人們買冒牌貨，又從網上下載東西，他們不把這當成一回事。大家都沒有認真看待這事情。在我們尊重設計和知識產權之前，我們自己永遠不會成為好的設計者。在教育層面上，我們應該讓學生知道這些行為是不正確的。我不知道你能不能提倡道德責任，但至少你可以提倡藝術欣賞。許多西方人都認為盜版是不能接受的事，但在香港盜版沒什麼大不了。他們根本不明白為什麼要為人家的優秀設計多付一點錢。如果我們要成為文化的中心——我想我們大有潛質——我們必須解決尊重知識產權的問題。」



這問題更被提升至哲學層面：

「香港人要調節自己的生活態度和對事物的看法。他們要放慢腳步，從物質主義和自私自利往後退一步。他們應嘗試追求靈性（從佛教方面），追求平靜的境界。這樣，他們會找到愛，並能以新態度發現一直被忽略的機會。基本的概念就是，如果一個人總是十分忙碌，他就不能專注觀察事物，也不能建立良好的人際關係，把事情做好。」

我們應推動追求經濟以外的社會及文化價值，使之與香港的社會風氣、傳媒、教育制度結合。我們認為最近人們對公益企業及文化產業所表達的正面態度，顯示了香港的文化或正在調整中。倘若創業的要旨是以創新來創造價值，我們便要提高對含糊、實驗、個人意見及失敗的接受能力。我們要擴闊視野，認識金錢以外的業的動力。年青人應培養學習及創新的熱誠，不要害怕被拒絕。這是知易行難的道理，畢竟社會普遍以金錢掛帥和用金錢來衡量成就。不過無論如何，這是必須要做的。

建議十：社會應共同褒揚創業者的成就。

其中兩名專家提出了較具體的建議，呼應我們過去的研究。成功的創業者是應該表揚的。這裏指的不是超級商家，而是成功發展產品及服務公司的企業家。大家應鼓勵他們回饋社會，不是財政上，而是時間上。他們應與大眾分享自己的故事，彰顯成功企業家的地位。

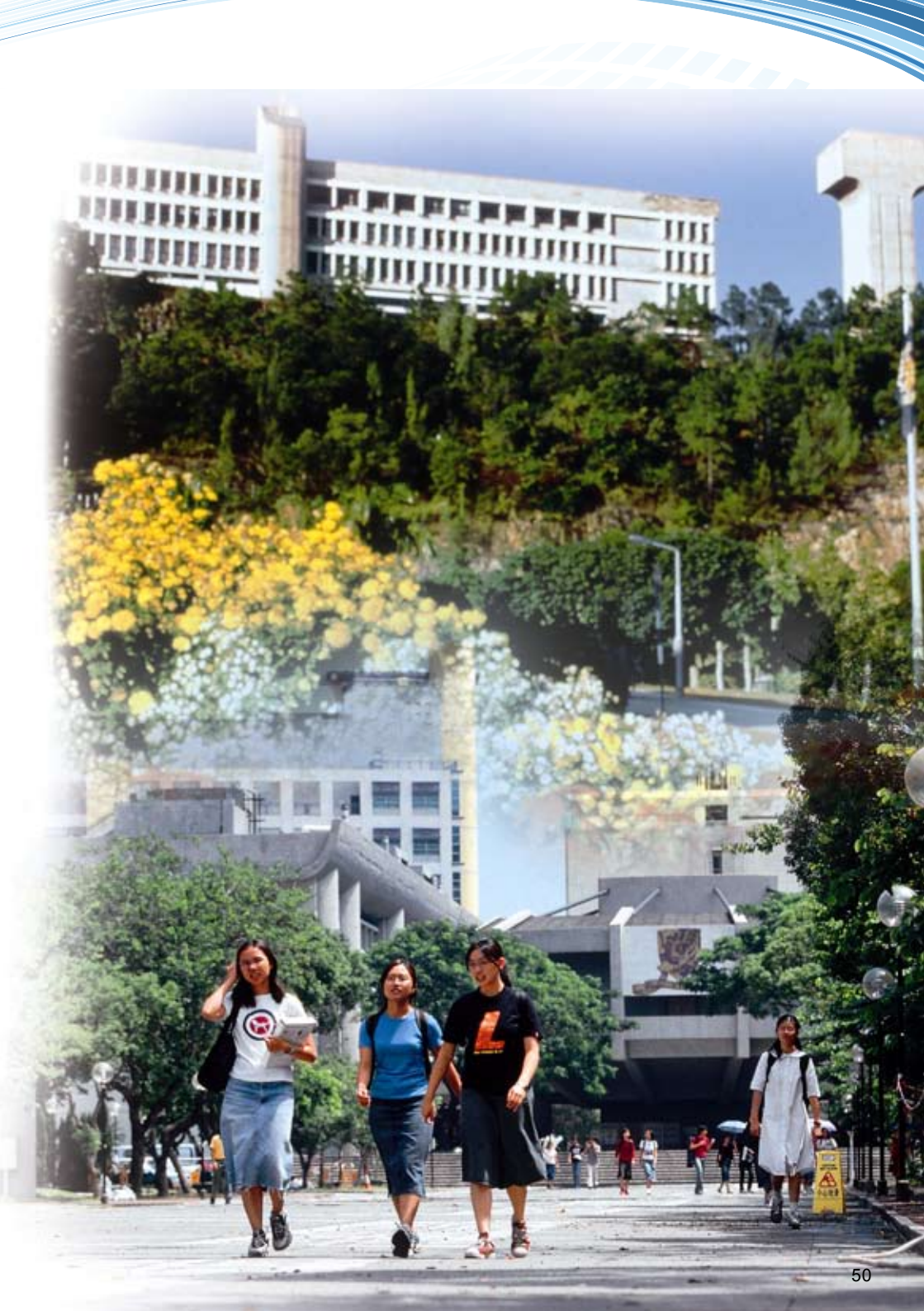
建議十一：香港應從內地及世界各地引入有才能的移民。

我們最後一個建議亦與2002年一樣。一如當年，我們認為現時的移民政策應改為讓所有擁有大學學位的人都可以移居香港，在開始繳稅的若干年後才可獲得永久居留權，而社會福利及免費教育等應與居留權掛鉤。在2006年的研究中，我們曾詳述有關建議，本地人才短缺的問題，是可透過引入人才解決的，政府應主動輸入優秀人才。

GEM 2007研究的其中一名專家說明了引入移民來港的好處：

「創造增長機會最好的方法是打亂平衡狀態。如果你能找來大陸最優秀的1%人來香港，你就贏了。要將中國大陸最好的人吸納過來。現在有不少快錢流入香港，但都是觀望性的，你得讓他們留在香港。把沒有才能的人放在高層，只會引起混戰。我們得重整思維，好好思考一下。我們要吸引長久留港的人才。荷里活為什麼能聚集最好的人？矽谷又如何？為什麼會如此？你怎樣才做得到？我不知道，但這是值得研究的。」

在大中華（包括中國、台灣、香港、澳門）眾多城市之中，香港是最有條件成為全球華人創業中心的。香港應充分利用自己成熟、開放、可靠、活力十足、能連繫各地的獨特優勢，吸納世界各地的人才。



13. 專家觀點及提示

孫耀先及區玉輝在第一篇文章中闡述了對GEM結果的個人看法。並有見於香港的創業者多希望「做老闆、開間舖」，而不是創立一個百億商業王國，香港商機的李根興先生作為收購及營運小型公司的專家，在接續的四篇文章裡分享了他的心得及對創業者給予提示。



**香港商機有限公司創辦人及行政總裁
李根興 (CPA, CFA, CBI)**



李根興先生是香港商機有限公司之創辦人及行政總裁。該公司是全港首家專注小型企業轉讓及現時最具規模的生意轉讓經紀，曾奪得2008香港管理專業協會優質管理獎，該獎項是參考美國波多里奇國家質量獎準則的最高商業榮譽。香港商機有限公司致力透過最具效益的方法 — 購買業務 — 來推動香港的創業活動。

李氏曾榮獲由香港城市青年商會頒發的2007創意創業大賞，現為國際企業經紀協會董事局成員及國際委員會主席，該會以美國芝加哥為基地，是全球最具規模的企業經紀協會。

李氏是美國註冊會計師 (CPA)、特許財務分析師 (CFA) 及特許企業經紀 (CBI)，並獲美國南加州大學的財務學學士及會計學碩士學位。李氏現時正攻讀香港理工大學的工商管理博士課程。



業務買賣的談判技巧

雖說談判藝術是成功交易的關鍵，但卻往往遭業務買賣雙方忽略。談判乃為業務定義最終價值的過程，也是交易中最富戲劇性的一環。

談判是向對方取得自己所需的必經階段，最理想的情況是能夠同時讓對方稱心。談判中你需要有實質條件、知識及技巧，而成功談判購買業務，更需要對交易的互動關係有深刻了解。

- **準備充足** — 關於某個行業和業務之資訊是無窮無盡的。除實地考察之外，買方亦宜在無賣方直接引領的情況下作非正式探訪，以便了解業務營運的真相。此外，談判者的重要技巧之一是能以別人的角度審視形勢。參與會議時你應嘗試了解賣方的角度，以提升會議成效。
- **注意賣方情緒** — 賣方多數充滿優越感，視其生意為多年來的心血結晶，並引以為傲，認為業務支持著員工、顧客，以至他們的家庭。你得尊重賣方的業務，認同他們的努力。與賣方維持友好關係，可為談判建立穩固基礎，以助進一步發展。你應向賣方顯出對員工、供應商及顧客的關顧，並表示自己會維護賣方建立的商譽。我見過不少賣方因為覺得買方「適合」以及「欣賞其生意」，而樂意接受較低的價錢。別讓自己開了高價，因為未能妥善處理賣方情緒，到頭來卻買不成。
- **有誠意的開價** — 賣方面談開價能顯出買方的誠意。首先，你要顯示出對業務的興趣，並提出購買的原因，然後再開出價錢。你得明白賣方需要時間考慮和消化你的開價，畢竟出讓業務可能是賣方一生中作出其中一個最大的決定。
- **提防賣方負面反應** — 你要有心理準備，賣方可能會作出負面反應，令你討個沒趣。賣方在首次會面時可能會表現得非常憤怒，強烈反對你提出的條件。這種反應可能是發自內心的，也可能只是賣方的談判技倆。你應設法了解他同意與不同意之處，先從最容易解決的事項入手，再把困難的項目留到最後處理。
- **不要零和遊戲** — 你要想出解決雙方分歧的方法，以達到雙贏局面。雙方要建立互相了解的基礎，你跟賣方的需要雖不相同，但在非關鍵之處妥協或有助解決問題。不過，你得在讓步的同時取得回報，例如提高價錢後要求延期付款。你要集中在雙方的需要上，謀求雙贏。
- **注意價格及條款之間的相互變化** — 多數情況下，買方的焦點是價格，而非其他條件。可是，在出讓業務時，價格不是問題，其他條款才是關鍵。你應先在這些條款上與對方達成協議，再慢慢議價。調整價格可彌補其他條件上的損失，但反過來卻行不通。出讓業務時最關鍵的非價格條件包括：
 - 資產及債務詳情 — 業務有什麼資產及債務呢？應收帳目及應付帳目包括些什麼？買方如何發現、評估及控制隱藏債務及突發情況，以防止業務價值受損呢？
 - 過渡期長短 — 你與賣方之間的過渡期有多長呢？過渡期內雙方各有什麼角色及責任呢？
 - 盡職審查安排 — 要審查哪些戶口及運作資訊呢？銷售文件的承諾之最大可接受誤差是多少呢？
 - 承諾不競爭 — 賣方是否願意承諾出售業務後不會競爭呢？範圍及期限是什麼呢？
 - 付款形式及時間 — 如何支付款項？以現金還是股票支付？一次過還是分期付款？如預計要延期付款，利率如何計算多少？倘若延遲付款，賣方可獲什麼賠償？
 - 租務及牌照安排 — 誰負責租務及牌照轉讓事宜？轉讓失敗的後果是什麼？
 - 保證表現及賣方的售後支援 — 有沒有售後的盈利保證、盈利能力協議呢？買賣協議如何提供獎勵予賣方，以鼓勵其在簽妥協議至正式轉讓期間保持業務表現強勁呢？

- **維持關係** — 你應時刻跟賣方維持互相尊重、友好及專業的關係。一旦進入拉鋸局面，大家應馬上抽離受爭議的議題，重拾共同擁有的價值觀，並在短期內修好。畢竟良好的關係不但有利談判，還有助交接期的順利過渡，對大家都有好處。

賣方的談判角度

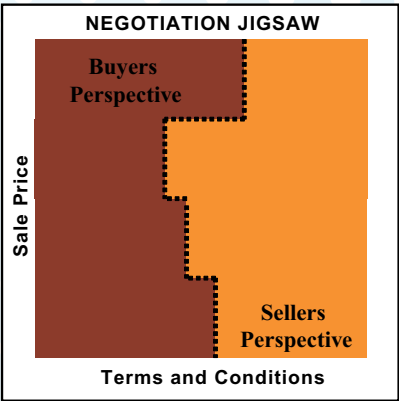
賣方的談判技巧跟買方大同小異。你需要的準備功夫跟買方的待辦事項相差無幾，與對手會面前你得充份準備，明白條款與價錢的互動關係，以雙贏為目標，力求保持良好關係。以下是談判過程中的額外要點。

- **少說多聽** — 許多賣方花了大部分時間談自己為建立業務所耗的心力，忘了聆聽買方的需要。說話太多會讓你顯得焦慮，同時錯失來自買方、助你議價的重要資訊。將注意力放在對手身上，不要只顧自己。
- **坦誠相對** — 買方明白任何業務都有缺點。坦白承認不足之處，可讓買方安心，並相信你的誠信。如果，稍後才由買方發掘出弊病來，只會令買方擔心未來還會出現更多問題，寧願及早放手。我目睹過許多刻意隱瞞弊端的事例，可是遲早會真相大白。不要隱瞞，不要撒謊，買方最討厭意料之外的事情。
- **顯示改善空間** — 許多賣方或許不知道，買方會視業務缺點為好處，因為缺點代表有改善空間。可是，不少賣方在談判時會刻意隱藏缺點。你要記著，買方付錢，是根據現狀；但買方買入的動機，卻是建基於將來。買方購買你的業務，通常因為他們相信自己會幹得比你好，而會幹得比你好是因為業務仍有不足之處。你要引導他們找出缺點，改善空間有助提升你的業務售價。

你最後付出或收到多少錢，全視乎你作為買方或賣方之談判技巧。以雙方的角度看待交易，有助你了解當中的互動變化關係。要取得所需不一定就非要對方損失不可。記著，這可不是個零和遊戲，雙贏才是目標。

圖：談判拼圖

Sale price：售價
 Terms & conditions：條款及細則
 Buyers Perspective：買方角度
 Sellers Perspective：賣方角度



如何獲得創業資本

沒有什麼開不了口，畢竟你需要的是資金。任何成功創業者都要經歷四個階段：(1) 創業階段（尚未有收入）；(2) 守業階段（入不敷支）；(3) 回本階段（收入高於成本）及(4) 收成階段（已收回投資成本，其餘收入皆為盈利）。為了維持經營並爭取成功，你必須擁有豐厚的個人儲蓄以支持各階段的業務發展。然而，不是每個人都那麼幸運，能掌握大筆資金。

籌集資金是進行任何商業活動的基本條件，但卻往往最為創業者忽視。過去小型業務的創業者要籌得資金並不容易，尤其是在剛剛起步的階段。以下是籌集資金的可行辦法。

自資

大多數的情況下，業務都源自你的儲蓄。許多借貸人或投資者都不願為計劃中的生意而冒險，除非有既得利益。你運用自己的資本，要面對財政風險，但不必放棄業務的控制權，而所需回報率一般亦低於有第三者注資的業務。回報還來自滿足感，而成功感更加不能量化。

借貸

你或會以為借貸可為創業提供較多的資金選擇。借貸乃外來資金，即向某外在資金來源進行借貸，並在特定時限內按特定利率還款。借貸來源分為有抵押及無抵押兩種。一如自資，只要你按時還款，你一般無須放棄業務的控制權。然而，這種貸款並不容易得到。

- **抵押貸款** — 抵押貸款以抵押品作為還款保證。如你未能還款，抵押品會被拿去抵償債務。大部份借貸人借款時都會要求抵押品。抵押品多為個人擔保、器材、物業、應收賬款、儲蓄戶口等。除非個人信貸紀錄十分有力，或你將以住宅物業作抵押，否則毫無往績、會計賬目及穩定收入紀錄的新業務很難獲銀行批出抵押貸款。非常抱歉，要創業的你，大可不用打抵押貸款的主意了。
- **無抵押貸款** — 無抵押貸款乃無須抵押品之借貸。一般而言，只有已經成型的公司才能獲得無抵押信貸及融資。另外，你亦可運用市場上非常充裕的私人貸款。在私人貸款中，借貸人只能依賴個人信用或過往的入息證明作保證。除非你有十分高的入息證明並擁有良好的信貸紀錄，否則私人貸款的金額通常很低，而且借貸期短，利率亦比抵押貸款高。常見的無抵押貸款是信用卡及財務公司提供的信用額。
- **親朋戚友** — 儘管你未必喜歡向親友借錢，然而此乃最常見的創業融資方式。這類借貸一般無抵押，甚至不涉利息。事實上，部份借貸人可能沒有想過取回款項，因為你的親友明白創業可能會以失敗告終，他們注資純粹為表示支援。

政府及非政府組織之財務支援

創業初期要取得銀行融資並不容易，不少地方的政府及非政府組織都會為創業者提供財務支持。香港這類融資來源包括以下幾種：

- 香港政府工業貿易署的中小企業信貸保證計劃(SGS) — 計劃目標乃協助中小型企業(SMEs)向銀行取得貸款以購置營運設備及器材，應付一般業務之營運開銷。SGS為參與銀行批核之貸款提供五成信貸保證。由於一半貸款已有擔保，SGS借貸的條款較一般銀行貸款寬鬆。SGS借貸包括下兩類：
 - 營運設備及器材貸款（最高信貸保證為港幣5,000,000）
 - 營運資金貸款（最高信貸保證為港幣1,000,000）

- 香港青年協會的香港青年創業計劃(YBHK)YBHK於2005推出，是全球計劃之一部份，協助對象是有意創業的香港青年(18-35歲)。每名成功申請者可獲最高港幣100,000的免息貸款，以供創業之用。
- 香港科技園之培育計劃 — 以支援科技及設計類創業者為主。在培育期間，每位合資格申請人可獲高達港幣500,000的財務資助。

對外股權融資

對外股權融資是指透過出售業務的部份股權與外在投資者以籌集資金，投資者可能毫不參與或積極參與公司管理。對外股權融資的變數是你要放棄多少控制權，將控制權交給誰，以及以什麼價錢出售股權。潛在投資者包括：

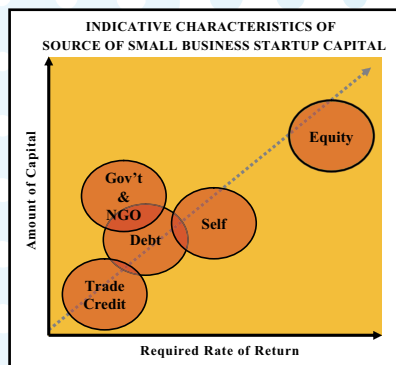
- **活躍管理合夥人** — 此乃最常見的股權融資形式，你找合夥人一同投資及管理。合夥人或能提供初期資本，而一份經深思熟慮及妥善執行的協議能有效減少將來隨業務發展而出現的合夥人嚴重糾紛。很抱歉，根據處理數以百計業務出售的經驗，大部份有兩名以上活躍管理人的公司都以失敗告終。業務本身及合夥人的管理模式往往並無不妥，只是大家做法不同而已。
- **被動(沉默)合夥人** — 此常見小業務股權融資形式可避免管理人在日常事務上之糾紛。合夥人多是親友，他們通常對開發業務的潛力充滿熱誠，或想透過注資表示對你的支持，但是他們並不期望有金錢上的回報。
- **風險創業投資者** — 專業機構投資者一般統稱為風險創業投資者，是高速增長業務及上市前集資的重要資本來源。他們雖會注資創業，但主要傾向投資於已有或將有高速增長之業務上。他們多數投資在高科技業務上，亦會向預期高回報的其他各種生意注資。不過，風險創業投資者的注資額一般不少於一百萬美元，超過小型業務創業者普遍所需。因此，我建議你暫時不必考慮此融資渠道。
- **天使投資者** — 為創業者提供資本的獨立投資者被稱為天使投資者。天使投資者與風險創業投資者不同，他們傾向盡早注資。他們選擇高風險投資，以期獲得高回報。這些投資者在營商方面往往是專家，望能監察及協助業務發展，故此通常會投資在他們熟悉的行業上。天使投資者較不注重業績數據，反而視乎個人直覺、對創業方向的信念、業務發展潛力及你爭取成功的熱誠。

貿易信貸

此乃常常被忽略的融資方式。貿易信貸來自商業供應商。雖然供應商甚少為新公司提供信貸，但你不妨試試這融資方式，並透過給與供應商較佳的價格，以換取較有利的貿易信貸條款。供應商可能會提供訂單總值一半之信貸，餘下則以收貨即付或收貨數天後付款的形式收取。關鍵是如何在付款與供應商之前，成功出售貨品及向客戶收款。

圖：小業務創業資本來源之指示特徵

Amount of Capital: 資金
Required Rate of Return: 所需回報率
Equity: 股權
Self: 自資
Gov't & NGO: 政府或非政府組織
Debt: 借貸
Trade credit: 貿易信貸



如何提升業務的出售價值

按我數百次出售業務的經驗，你的小型業務或許表現良好，但你未必在意如何盡力提升業務的出售價值。業務價值主要視乎業務表現，而清楚的財政紀錄、妥善的管理及專業的交易程序都有助提高業務的價值。

清楚的財政紀錄

清楚兼且能夠核證的財政紀錄可顯示業務過去的真正盈利能力，加強準買方的信心。

- **妥善整理收據** — 小型業務的買方一般都明白開銷難以計算，他們會要求你提供收入的確實證明，以顯示財務狀況。要是你無法提供收據證明，要證實公司價值便會困難得多。未能提供足夠收入證明的話，讓買方觀察公司一段時間內的運作情況亦未嘗不是補救辦法。但是，許多賣家不喜歡走這一步，擔心業務運作受到干擾，或者洩露商業秘密。
- **預備可核證開支的詳細紀錄** — 你應把私人及非經常性開支與公司的正常開支分開，不要把他們混在業務的日常營運開銷裏。大部份買方都明白你會把私人開支算在公司帳目中，但明確分開有關帳項，有助提高財務結算表的透明度，以至業務價值。
- **清晰的現有債務資料** — 許多小公司，尤其服務業的公司都會預先向客戶收費（如：尚未提供的服務項目或套票）。你或會認為這些項目是有價值的資產，能確保客戶回歸，但買方往往會認為（準確一點是從會計角度而言）這些是重大負債，因為買方將須在無收益的情況下向客戶提供服務。你要明確列出尚未提供的服務數量以及到期日（如有的話）。買方會要求你負責部分或全部未提供的服務，在計算業務價值時亦必然會考慮有關因素。
- **丟棄缺乏生產力的資產** — 不使用的器材及過時的存貨應該出售、棄置及移離公司。過多無生產力的資產會令買方產生錯覺，認為公司的資產使用率低。你亦宜先把個人珍藏拿走，以免買方看見了就想留住。

妥善管理及運作

財政固然重要，但良好的管理及暢順的運作亦是買方考慮的關鍵因素。業務的表面情況，以及買方對改善空間的印象，都會影響其決定。

- **倚賴東主（你）的程度較低** — 買方購買一間公司有兩個原因：(1)公司沒有你還能繼續成功經營及(2)買方會比你做得更好。對於買方而言，順利交接是至為重要的。他們不希望業務沒有你時刻監管，就無利可圖。他們亦希望看到業務的弱點，因為弱點代表了改善空間。你要顯示出業務沒有了你並無不可，並讓他們自己找出業務的弱點。改善空間往往可令他們開出較佳的價錢。
- **保持公司整潔及經常打理** — 外表是非常重要的，你不能讓公司看起來一直受冷落。把公司環境好好整頓一番吧，買方都喜歡外表漂亮的公司。
- **杜絕不當做法** — 許多小公司東主某些做法幾近觸犯法律，你得注意杜絕這些行為。買方會憂慮這些做法在交接後所帶來的影響，尤其在易手時要知會政府部門或公共機構的情況，更加要加倍留意。
- **預備清晰的運作流程及完整的客戶資料庫** — 如果業務有既定的決策程序，運作亦有標準流程可循，買方的信心會增強。買方亦希望見到你記錄或電腦內的客戶資料庫。你要寫下運作流程，描述如何處理事務及提供客戶資料。清晰的運作流程及完整的客戶資料庫有助業務擁有人順利交接，提高業務價值。

專業交易程序

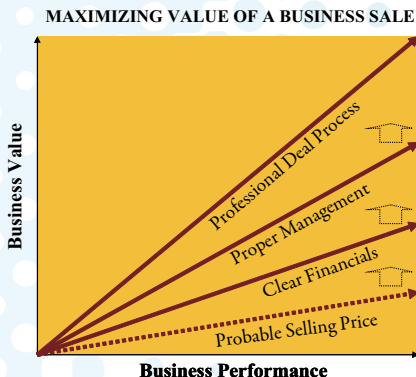
專業的交易處理程序是維護業務價值的必須條件。

- **鎖定買家** — 你的業務有至少六類潛在買家，分別是水平的（行家或競爭對手）、垂直的（供應鏈上的其他公司）、互補的（亦即策略性的）、財務的（純粹為求回報）、海外的及個人的。基於個人及投資的不同需要，他們對業務價值亦有不同看法。你必須鎖定合適的買家。
- **坦誠相對** — 許多賣方都會誇大業務的優點，忽略甚至隱藏其缺點。不少業務上的弱點或弊病至了最後盡職審查時才一一揭露出來。如此一來，由於買方會認為一切預告了更多隱藏問題，故此可能會給嚇跑，或令業務價值因而大減，不要隱瞞弊病，既然遲早都會真相大白，不如越早越好。
- **專注你的業務** — 不要讓公司業績下降！可能的話，你要在最後數個月特別努力，製造更佳的業務數據，甚至超越往績。財務數字越新，對業務估值越重要。
- **保密** — 放盤傳聞會傷害現有員工、供應商、客戶和合作夥伴。如果前景不明朗，他們或會失去信心、甚至造成流失。失去員工、供應商、客戶和合作夥伴會大大影響業務的價值，令業務無法順利交接。因此，在整個預備及銷售期間，保密都是必須的。最理想的放盤是快速而乾脆的，此乃金科玉律。
- **建立作戰室（War-room）** — 買方遲早會要求審閱業務的有關文件，多數在盡職審查的階段。你宜預先計劃，把所有文件集合在一個檔案櫃或一處。文件包括租約、銀行及客人合同、聘任合約、財務報表等。在業務經紀及收購合併的世界中，這個地方喚做「作戰室」。
- **與專業人士合作** — 專業人士有助提升業務的出售價值。經驗豐富的財務顧問、律師、會計師、業務評估者、業務經紀及收購合併專家懂得如何將你的業務定位，擴大尋找買家的範圍，並包裝交易以提高業務價值。首次出售業務時，切忌單槍匹馬。

我遇上的賣方中超過八成都是首次出售業務的，當中不少人可能亦都是最後一次出售義務。不要荒廢了你在業務上耗盡多年的心力。你應妥善計劃並將業務的價格提升至最高，那是你應得的。

圖：提升業務的出售價值

Business Value：業務價值
Business Performance：業務表現
Professional Deal Process：專業交易程序
Proper Management：良好管理
Clear Financials：清晰財務紀錄
Probable Selling Price：可能售價



為小型業務估值

所有業務買賣都涉及估值。事實上，最終成交價格就是業務的最終估值。然而，買賣雙方就可接受價格達成協議之前，往往都要經過一輪討價還價。估值乃觀點與角度的問題，視乎估值方法、市場狀況以及其他無數可變因素。根據我的經驗，業務價值高低取決於以下許多情況。

估值的幾項主要原則

為業務估值之前，你必須留意以下幾項主要原則。

- **沒有所謂絕對正確的估值方法** — 你可試試各種合理的方法，看看你能掌握哪個方法。你要看估值結果與市場狀況及成交是否吻合。
- **交易模式對估值影響重大** — 不論你使用哪種估值方法，公司的出售價值都會受到實際交易模式及條款的影響。條款包括付款方式、不競爭協議、交接期等。故此，估值時不可不考慮買賣雙方的可接受條款。
- **不同買家會開不同價錢** — 你的業務有至少六類潛在買家，分別是水平的（行家或競爭對手）、垂直的（供應鏈上的其他公司）、互補的（亦即策略性的）、財務的（純粹為求回報）、海外的及個人的。基於個人及投資的不同需要，他們對業務價值亦有不同看法。

小型業務的三種主要估值方式

市場上有許多估值方式，以下是最普遍的三種，分別是折算現金流方法(DCF)、回報期分析及資產淨值法。權衡三個方法結果，有助你估算最適合之出售價格。

- **折算現金流方法(DCF)** — DCF將業務視為純粹財務投資，估算未來的現金流，並將之折算為現時價值。
 - 第一步：現金流 — 業務的未來現金流乃根據業務的預期收入估算所得的。不過，淨收入是指以會計角度而言的收益，而非業務的實際現金流。要釐定現金流，你必須按以下程序調整淨收入數字：
 - ◆ 將淨收入與非現金會計開支相加 — 非現金會計開支包括折舊、攤銷及稅差等。
 - ◆ 加上任何支付予東主之額外現金 — 此項常見於私人公司，該等公司東主經常取用公司現金作為額外報酬或個人開支。
 - ◆ 減去淨營運資金之增長 — 存貨及應收帳款會耗掉現金流，增加應付帳款及其他負債則會增加現金流。
 - ◆ 估計增長率 — 現金流增長率是根據經濟及行業狀況、業務競爭環境及近年的增長速度而定的。
 - 第二步：預測年期 — 你須決定以多少年作為分析基礎。根據一般做法，小型業務可預測的年期最長為五至十年。超過此年期的預算都是不切實際的。
 - 第三步：折算率 — 由於購買公司的目的是賺取未來的收入，DCF可協助計算未來現金流的現時價值。此計算方式牽涉折算率，即若干百分點的回報，視乎業務的潛在風險，以計算投資者未來的回報。風險越高，折算率越高。收入無風險，折算率則為無風險折算率，一般約3-6%。另外，我們還要加上風險溢酬。小型業務的一般風險溢酬為15-35%，視乎依賴東主的程度及收入的穩定性。

DCF是學術領域及大型併購的最普遍估值方法。小型業務則較少以此方式估值，因為小型業務的未來表現往往視乎東主是誰。再者，現實世界中，多數業務東主都不理解DCF的概念。要是他們懷疑你的動機是壓價，你大可不必再向其解釋DCF的計算方式了。

● **回本期法** — 回本期法比DCF簡單，是有盈利的小型企業最普遍採用的估值方式。

- 第一步：定出最長回本期 — 租金對於香港的小型業務而言，具有相當影響力。因此，最長回報期一般是租約期，如租約在兩年後屆滿，最長的可接受回報期便是24個月。租約期滿後，沒有人可以保證租約可否延續。
- 第二步：定出所需回本期 — 為確保在最長回報期內可以賺錢，你要定出約兩成至六成的折算率，其高低取決於業務對東主的倚賴程度、改善空間、租金佔收入比率等。比方說你的業務高度依賴東主，改善空間小及租金佔收入比率高，就24個月的租期而言，折算率會高達六成，換言之回本期為9.6個月。
- 第三步：定出支付東主薪金前的利潤 — 全職參予營運的東主之薪酬不能算入小型業務的利潤之中，因為(1)東主可任意支取薪金，及(2)利潤數字應能準確反映業務為你帶來的經濟價值。
- 第四步：以利潤數據及所需回本期計算業務價值 — 你可將利潤數字乘以回本期，以計算業務價值。倘若支付東主薪金前的利潤是每月港幣50,000，所需回本期為9.6個月，業務的價值為港幣480,000。

多數買方與賣方都認為回報期計算法易於明白及便於洽談。根據我完成數以百項小型業務轉讓的經驗，絕大多數的買賣方都使用此方法。

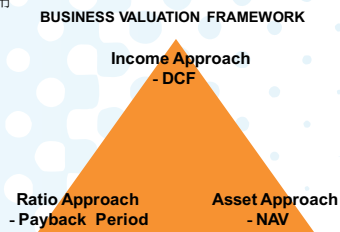
● **資產淨值法(NAV)** — 以資產計算的方法最適合擁有大量資產，但正在虧損或盈利極少的業務。在此情況下，商譽並不在考慮之列。資產的定義因以下情況而異。

- 更換成本 — 全面更換業務上所有運作資產的成本。此方法是三個NAV方法中估值最高的。
- 市場價值 — 資產以市價計算，不計算折舊及攤銷。這是較公平的計算方法。
- 清盤價值 — 按各資產的獨立變賣價值計算，不以其運作價值計算。清盤價值是出售業務的最低價格，亦是業務售價的底價。

NAV法一般是在經營狀況欠佳時使用的。我接觸的大部份買方和賣方都不太在意NAV法，因為他們經營業務的目標多數是賺錢。他們寧願計算自己能否在一段合理時間內收回資金成本，或使用較複雜的DCF方法。

圖：業務估值方法

Income Approach — DCF：收入法 — DCF
Ratio Approach — Payback Period：比例法 — 回報期
Asset Approach — NAV：資產淨值法 — NAV



倫敦能經濟轉型 為何香港不能

本中心的2007年「全球創業觀察」報告顯示，香港的新創企業大部份都是消費者服務(包括零售、酒店、餐飲業、教育、保健及社會服務等)，高達59%，為一眾發展國家包括英、美、日之首。筆者認為這並不是一個健康的現象，因為這正意味著香港的新創企業正在向商業價值鏈的下游部份傾斜，導致價值鏈出現斷層，同時亦容易導致新創企業在一個細小的板塊內惡性競爭。

為何下一代的創業家會對商業價值鏈的中上游業務不感興趣呢？根據筆者觀察，大至可以歸咎以下三個原因。

港人短視實際 不求創新

首先是香港人太短視、太實際。筆者所訪問過的成功創業家基本上都認同香港人創業的主要原因是賺錢、希望發達而多於希望創造一些與別不同和獨特的產品或服務。創業者都太願意去順從現有的市場需要，而並非以突破性的新產品和服務去創新的市場需要。這形成過去十多二十年香港只能成為出色的原廠設備生產(OEM)中心，而在委託設計生產(ODM)和自有產品生產(OBM)方面卻進展緩慢。

香港政府為了推動這方面的發展，在過去十年相繼成立了科技園，香港設計中心等機構以推動香港的科研及設計發展，奈何很多市民大眾由於看不見短期經濟回報而對這些機構大肆批評，更否定成立這些機構對香港長遠發展的益處。

其次，香港於過去幾十年在人文藝術和文化的培養，往往只停留在裝飾的階段，並沒有將之形成主流價值。西方在經歷工業革命後也會開展出文化上的現代主義及後來的後現代主義思潮，他們工業上泰勒(F. W. Taylor)，在文化上也有包浩斯(Bauhaus)和蓋里(Frank Gehry)。且不要再说得那麼遠，就說我們的北京城，既有中關村但也有798藝術區。

反觀我們所居住的香港，有什麼能與人家相比呢？這些限制反映在新一代的本地創業家身上。他們對這些中上游的工作所需要的能力缺乏認識和體驗，在創業時更不敢觸及這些範疇，以免自暴其短，增加風險。以致在今日的香港，有能力從產品創作到設計、研發到製模、生產到銷售能一手包辦的高增值本地企業，寥寥可數。

此外，香港的中學教育過早分科亦令香港人的知識流於片面。中四學生在分科後便要忙於應付各種考試，他們基於香港人向來喜歡「走精面」的惡習而只肯學習針對考試而設的課程，為成績而考試。而專上及大學教育又少有跨學科課程，大部分的只是為了巧立名目，招徠學生，或救亡一些少人問津的學科，以雙學位的課程來另闢客源。到授課的時候，只因個別教授負責課程的一部份，而並非系統地把課程整合至跨學科的交流上來迸發出知識火花。

賴銷售別人品牌 失優勢

如果香港的新創企業在未來幾年繼續向商業價值鏈的下游傾斜，長遠而言便會失去產品或服務的控制權，令企業難以創新，惟有繼續銷售別人的品牌或淪為人有我有的所謂業務，失去競爭優勢，最後只能在價格上作競爭，在一個細小的市場互相廝殺。這個惡性循環已經在原裝設備生產業(OEM)中出現過，如果香港人在筆者所提及的問題上仍然停滯不前，這個惡性循環很快便會在消費者服務業中出現。

既然倫敦都能夠從一個煙霧瀰漫的工業城市轉化成為一個集金融、藝術、音樂、設計和潮流領導者於一身的城市，以比倫敦更年輕、更有活力的香港為什麼仍然在經濟型的大海中浮浮沉沉，不能向多元化發展邁進呢？

區玉輝教授及孫耀先先生
香港中文大學創業研究中心

附錄一：GEM成員

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Valeria Romero	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School Banco Rio	MORI Argentina
Austria	FH JOANNEUM GesmbH, University of Applied Sciences University of Graz	Gerhard Apfelthaler Ursula Schneider Martin Neubauer Eva Maria Tusini Thomas Schmalzer	FH JOANNEUM GesmbH –University of Applied Sciences Wirtschaftskammer Österreich – Austrian Federal Economic Chamber Federal Ministry of Economics and Labour AWO – Außenwirtschaft Österreich – Austrian Foreign Trade Promotion Organisation AWS – Austria Wirtschaftsservice Zukunftsfonds Steiermark	OGM -Österreichische Gesellschaft für Marketing
Belgium	Vlerick Leuven Gent Management School	Hans Crijns Miguel Meuleman Sabine Vermeulen	Flemish Government (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen, en Innovatie)	TNS Dimarso
Brazil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix Marcos Mueller Schlemm	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL) MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia	Instituto Bonilha
Chile	Universidad Adolfo Ibáñez Universidad del Desarrollo Regional Universities: Universidad Católica del Norte Universidad Técnico Federico Santa María Universidad del Desarrollo Universidad Austral de Chile	Jorge Miguel Carrillo Germán Echecopar José Ernesto Amorós Massiel Guerra Regional Members: Gianni Romani Chocce Miguel Atienza Úbeda Cristóbal Fernández Juan Tapia Jorge Cea Olga Pizarro Stjepovic José Ernesto Amorós Christian Felzensztein Pablo Díaz Madariaga	Santander Universidades (Grupo Santander) Universidad Adolfo Ibáñez- Centro de Entrepreneurship Universidad del Desarrollo- Facultad de Economía y Negocios. Regional Sponsors: Corporación para el Desarrollo Productivo (CDP) Universidad Católica del Norte – Centro de Emprendimiento y de la Pyme Universidad Técnico Federico Santa María-Departamento de Industrias, Economía y Negocios Universidad del Desarrollo- Facultad de Economía y Negocios. Universidad Austral de Chile- Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	Benchmark
China	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Jian Gao Yuan Cheng Xibao Li Wei Zhang Lan Qin	Beijing Municipal Science & Technology Commission	SINOTRUST Marketing Research & Consulting Ltd.

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Colombia	Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad de los Andes	Jorge Jiménez Liyis Gómez Rodrigo Varela Juan Pablo Correales	Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad de los Andes CONFENALCO VALLE SENA	Centro Nacional de Consultoría
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship CEPOR – SME Policy Centre, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics	Puls, d.o.o., Zagreb
Denmark	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Kim Klyver Hannes Ottosson Kent Wickstrøm	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA) National Agency for Enterprise and Construction	Institut for Konjunkturanalyse
Dominican Republic	Pontificia Universidad católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Maribel Justo Alina Bello José Rafael Pérez Tania Canaán	Grupo Vicini Independent Financial Center of the Americas Consejo Nacional de Competitividad Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana Cámara de Diputados de la República Dominicana	Gallup República Dominicana
Finland	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Erkko Autio Pia Arenius	Ministry of Trade and Industry	TNS Gallup Oy
France	EM LYON	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Greece	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Irene Staggel Aggelos Tsakanikas	Hellenic Bank Association	Datapower SA
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship	Hugh Thomas Kevin Au Bernard Suen Sandy Yip Rosanna Lo	The Chinese University of Hong Kong The Asia-Pacific Institute of Business	The Chinese University of Hong Kong Center for Communication Research
Hungary	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Krisztián Csapó Gábor Kerekgyártó	Ministry of Economy and Transport University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University (USA)	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Iceland	RU Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship (Reykjavik University)	Rögnvaldur Sæmundsson Sillja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Capacent Gallup
Ireland	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfás NDP Gender Equality Unit of the Department of Justice, Equality and Law Reform	IFF

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	The Brandman Institute
Italy	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson Anna Canato	Ernst & Young	Target Research
India	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar I. M. Pandey Janakiraman Moorthy Gour Saha	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
Japan	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Latvia	The TeliaSonera Institute at Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Vyacheslav Dombrovsky Andrejs Jakobsons	TeliaSonera AB	Latvijas Fakti
Kazakhstan	Innovative University of Eurasia	Guzal Baimuldinova Vilen Elisseev Zauresh Omarova Natalya Smernitskaya Denis Valivach	USAID	BRIF Research Group
Netherlands	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Kashifa Suddle André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Lorraine Uhlener Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus marktonderzoek bv
Norway	Bodoe Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjoern Willy Aamo Erik Pedersen	Ministry of Local Government and Regional Development Ministry of Trade and Industry Innovation Norway The Knowledge Fund, at Bodoe Knowledge Park Ltd.	TNS Gallup
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Nishimura Keiko Nakamatsu Yonamine Armando Borda Reyes Liliana Uehara Uehara Jessica Alzamora Ruiz	Universidad ESAN	SAMIMP Research
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação, S.A.	Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina Anders Hyttel Miguel Taborda Inês Luis António Vieira	IAPMEI (Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação) FLAD (Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento) BES (Banco Espírito Santo)	GFK Metris
Puerto Rico	University of Puerto Rico School of Business Rio Piedras	Luis Rivera Oyola Joaquin Villamil Jaquelina Rodríguez Mont Juan M. Roman Bartolome Gamundi David Zayas Anibal Baez Enid Flores Maritza Espina Marcos Vidal Laura Gorbea	Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico DISUR INTECO Pontifice Universidad Catolica de Puerto Rico	Programa de Desarrollo Empresarial

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Romania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Agnes Nagy Lehel-Zoltan Györfy Matis Dumitru Stefan Pete Mircea Comsa Annamaria Benyovszki Tunde Petra Petru Mircea Solovastru, Mustatá Răzvan Nagy Zsuzsánna-Ágnes	Ministry of Education and Research, National Program Management Center(CEEEX) Új Kézfogás Közalapítvány/Foundation Pro Oeconomica Association Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration Metro Media Transilvania	Metro Media Transilvania
Russia	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg	Olga Verhovskaya Vassily Dermanov Valery Katkalo Maria Dorokhina	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University	O+K Marketing & Consulting
	Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepurenko Olga Obratsova Tatiana Alimova Maria Gabelko	State University - Higher School of Economics	Levada-Center
Serbia	The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Stevan Vasiljev Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Mari	Executive Council of Vojvodina Province - Department for privatization, entrepreneurship and small and medium enterprises Chamber of Economy of Vojvodina	Marketing Agency «Mark-Planetak» doo
Slovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Smart Com Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
Spain	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras	Dirección Gral. Política PYMEs Instituto de Empresa Cámaras de Comercio Junta de Andalucía Gob. del Principado de Asturias Gob. De Canarias, Cabildo Fondo Social Europeo Centros de Innovación Europeos (Navarra, Murcia, C y León) Generalitat de Catalunya Junta de Extremadura Air Nostrum, CEG, BIC Galicia IMADE, FGUAM Fundación Caja Murcia Eusko Ikaskuntza Instituto Vasco de Competitividad FESNA Universidad de Granada and others	Instituto Opinómetro S.L.
Regional Teams: Andalucía Asturias Canary I. Castille Leon Castille la Mancha Catalonia C. Valenciana Extremadura Galicia Madrid Murcia Navarra Basque Country Ceuta Melilla	Regional Universities: Cádiz Oviedo Las Palmas & La Laguna León Castille la Mancha Autónoma de Barcelona Miguel Hernández Fundación Xavier de Salas Santiago de Compostela Autónoma de Madrid Murcia Pública de Navarra Deusto & Basque Country Granada Granada	Regional Team Directors: José Ruiz Navarro Juan Ventura Victoria Rosa M. Batista Canino Mariano Nieto Antolín Miguel Ángel Galindo Martín Carlos Gualarte José Mº Gómez Gras Ricardo Hernández Mogollón J. Alberto Díez de Castro Eduardo Bueno Campos Antonio Aragón Sánchez Iñaki Mas Erice Iñaki Peña Legazkue Lázaro Rodríguez Ariza María del Mar Fuentes		
Sweden	ESBRI – Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson Mikael Samuelsson	Confederation of Swedish Enterprise (Svenskt Näringsliv) NUTEK – Swedish Agency for Economic and Regional Growth VINNOVA – Swedish Governmental Agency for Innovation Systems	SKOP

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Switzerland	University of St. Gallen	Thierry Volery Heiko Bergmann Benoit Leleux Georges Haour Marc Gruber	CTI / KTI Seco	gfs.bern
Thailand	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Virasa Kelvin Willoughby Tang Zhi Min	Office of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd.
Turkey	Yeditepe University	Nilüfer Erican Esra Karadeniz	Endeavor, Turkey Country Office Akbank	Akademre Research & Strategic Planning
United Arab Emirates	Zayed University	David McGlennon Kenneth J Preiss Declan McCrohan Raed Daoudi David Goodwin	Mohammed Bin Rashid Establishment for Young Business Leaders	IPSOS-STAT (Emirates)
United Kingdom	London Business School	Rebecca Harding	BERR Enterprise Directorate One North East North West Development Agency, Yorkshire Forward Advantage West Midlands East Midlands Development Agency South of England Development Agency South East Development Agency Doncaster District Council Barking and Dagenham District Council	
	Northern Ireland Unit: Small Business Research Centre, Kingston University	Mark Hart	InvestNI Department of Enterprise, Trade and Investment (NI) Belfast City Council	
	Scotland Unit: Hunter Center for Entrepreneurship, University of Strathclyde	Jonathan Levie	IFF Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Scottish Enterprise	
	Wales Unit: National Entrepreneurship Observatory for Wales, University of Glamorgan	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Wales European Funding Office Welsh Assembly Government	
United States	Babson College	I.Elaine Allen William D. Bygrave Marcia Cole Zoltan Acs Erlend Bullvaag	Babson College	Opinion Research Corporation (ORC)
Uruguay	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Jorge Pablo Regent Vitale Leonardo Veiga Adrián Edelman Cecilia Gomeza	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay
Venezuela	IESA – Centro de Emprendedores	Federico Fernandez Dupouy Rebeca Vidal Aramis Rodriguez	Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energia Venezuela	Datanalisis
GEM Global Coordination Team	London Business School Babson College Utrecht University Imperial College	Michael Hay Maria Minniti Niels Bosma Mark Quill Mick Hancock Erkko Autio Marcia Cole Chris Aylett Jackline Odoch Jeff Seaman	London Business School Babson College	

附錄二：詞彙釋義

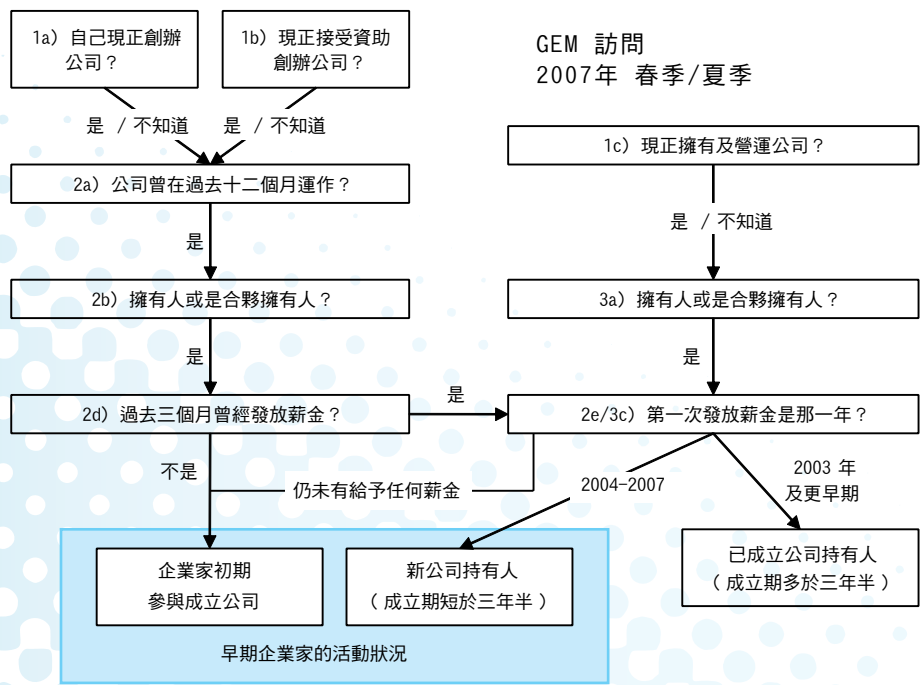
詞彙	解釋
成人人口創業率	
孕育期創業率	現時18-64歲人口中的孕育期創業者之百分率，他們正在活躍地參與建立自己將會全資或合資擁有之新業務。該新業務發放薪水、酬金或任何其他報酬予擁有人不足三個月。
新創業務擁有率	現時18-64歲人口中的新創業務擁有人之百分率，他們正擁有/管理該業務，該新業務發放薪水、酬金或任何其他報酬予擁有人超過三個月，但不足四十二個月。
早期階段創業活動率	現時18-64歲人口中的孕育期創業者或新創業務擁有/管理人之百分率(定義見上)。
已成形業務擁有率	現時18-64歲人口中的已成形業務擁有人之百分率，該業務已發放薪水、酬金或任何酬勞超過42個月。
全面創業活動率	現時18-64歲人口中正參予早期階段創業活動的人士及已成形業務擁有/管理人之百分率(定義見上)。
預期高增長之早期創業活動	現時18-64歲人口中預算在未來五年內增聘至少20人之孕育期創業者和新創業務擁有/管理人之百分率(定義見上)。
退出業務率	現時18-64歲人口中在過去12個月內曾退出業務的人之百分率，退出包括出售、結業或結束業務擁有/管理人身份。註：退出業務率並不同於業務失敗率。
早期創業活動之特徵	
機會主導創業者之相對比率	正參予早期階段創業活動(定義見上)並屬機會主導創業者的百分率，他們表示(1)創業是為了把握商機，而非因為沒有其他工作選擇，及(2)他們把握此機會的原因是為了自立門戶或增加入息，而並非單單為了維持原有收入。
預期高增長的早期階段創業活動之相對比率	預算在未來五年內增聘至少20人之早期階段創業者之百分率(定義見上)。
新產品(市場上早期階段)創業活動之相對比率	早期階段創業者(定義見上)中進駐新產品市場人士之百分率，他們表示其產品或服務至少對部份客戶而言是全新的，並指提供相同產品或服務的其他公司不多。
國際市場上早期階段創業活動之相對比率	早期階段創業者(定義見上)中進駐國際市場人士之百分率，他們表示至少25%顧客來自外國。

詞彙	解釋
對創業的看法	
對創業機會的看法	18-64歲人口中認為居住地有開立新公司良機者之百分率（已參與創業活動者不計算在內）。
對創業能力的看法	18-64歲人口中認為自己有創業所需技能及知識者之百分率（已參與創業活動者不計算在內）。
潛在創業活動率	18-64歲人口中，尚未參與創業活動但認同自己有創業能力及居住地有創業良機者之百分率（已參與創業活動者不計算在內）。
創業意圖	18-64歲人口中，有意在未來三年建立新公司的潛在創業者之百分率（已參與創業活動者不計算在內）。
害怕失敗比率	18-64歲人口中，表示因害怕失敗而沒有建立新公司者之百分率（已參與創業活動者不計算在內）。



附錄三：識別受訪者創業狀況之問卷題目

為釐清「創業」一詞含糊而廣泛的定義，GEM研究利用以下一連串的問題，判斷受訪者是否真正的「創業者」。



以下問題摘錄自成人人口問卷調查

以下那項適合應用在你身上？

- 1a. 你自己或者同其他人，而家正在嘗試攞新生意，我所指嘅生意係包括任何形式嘅自僱業務，或者零售任何貨品或者服務都算。
- 1b. 你自己或者同其他人，而家正在嘗試為你僱主開拓一個新嘅生意或者公司，而呢個係你工作範圍以內嘅職責。
- 1c. 你自己或者同其他人，而家係一間公司嘅老闆，有參與管理經營一啲自僱業務，或者銷售任何貨品或者服務。
- 1d. 你自己喺過去三年內，曾經提供過錢俾其他人去攞新生意，所講嘅新生意係唔包括用嚟買股票或者信託基金嘅。
(訪問員注意：提供包括借、俾或投資)
- 1e. 你自己或者同其他人正在計劃喺未來三年內攞新生意，包括以自僱方式進行。
- 1f. 你喺過去嘅十二個月內，曾經轉售、結束、中斷或者停止一盤你自己所擁有同管理嘅生意，所指係任何形式嘅自僱業務，或者經營任何貨品或者服務嘅生意。
- 2a. (你提及過你正嘗試攞新生意，／或者我哋對之前嘅問題都唔係太清楚同了解。) 請問你喺過去嘅十二個月裏面，有冇為咗攞呢盤新生意而做過任何嘢，好似搵設備／工具或者地點，籌組工作人員，寫計劃書，開始儲錢，或者任何其他嘅嘢去幫助攞呢盤生意呢？
- 2b. 呢盤生意係由你個人全部擁有，只係部份，定係一啲都有擁有呢？
- 2c. 包括你自己在內，一共會有幾多個人共同擁有同埋管理呢盤新生意呢？
- 2ci. 你會唔會，或者預期會唔會全職做呢盤生意呢？
- 2d. 呢盤新生意有冇已經出過多過三個月嘅人工或者報酬俾人呢？包括你自己在內。
- 2di. 請問呢盤生意嘅老闆第一次收到人工，利潤或者報酬係邊一年呢？
- 3a. (你提及過你係一間公司嘅老闆而且管理緊佢。／或者我哋對之前嘅問題未係太清楚了解。如果你個人會從售賣任何產品或服務而分享到利潤，呢個已經算係一盤生意。) 呢間公司係由你個人全部擁有、只係部份，定係一啲都有擁有呢？
- 3b. 包括你自己在內，請問一共有幾多個人係共同擁有同管理呢間公司呢？
- 3bi. 你係咪全職為呢間公司工作呢？
- 3c. 請問呢間公司嘅老闆第一次收到人工，利潤或者報酬係邊一年呢？

附錄四：企業專家

2007年香港專家

臧健和
創辦人
灣仔碼頭

鍾普洋
共同創辦人
DHL 快遞 (香港)

Mr. Andy Chworowsky
共同創辦人
Fat Angelo's chain of restaurants
(Gotham City Management Limited)

Ms. Michelle Garnaut
Owner
M Restaurant Group

鄭美雲
珠寶企業家

林家禮博士
理事長
香港玉山科技協會

劉展灝
董事總經理
運年錶業集團
香港工業總會副董事

葉劉淑儀
董事長
匯賢智庫

楊偉雄
行政總裁
香港數碼港管理有限公司

楊志超
創辦人及行政總裁
住好D

李景輝
主席
Team and Concepts Limited (TnC)

李根興
創辦人及行政總裁
香港商機有限公司

李承仕
行政總裁
香港科技園

周梁淑儀
立法會議員
香港特別行政區

莫乃光
總裁
Computancy Limited

伍甄鳳毛
社區投資 享基金計劃管理主任
衛生福利及食物局·政府總部

彭道敦教授
教授
法學院
香港中文大學

Mr. Neil Pryde
Founder
Neil Pryde Sails

曾立基
董事長兼董事總經理
縱橫公共關係顧問集團有限公司

完成2007問卷的香港專家

歐陽伯康
行政總裁
金寶通

張俏軒
創辦人
環進餐飲

Professor Tony R. Eastham
President, CEO
RandD Corporation Limited

霍廣文
副營運總裁
香港交易所集團

余繼標
會長
香港中小企業聯合會

李蘭嬌
董事總經理
雋域有限公司

呂大樂教授
教授
社會學系
香港中文大學

金德精密五金有限公司

盧維思
署長
投資推廣處
香港特別行政區

黃天祥
副主席
有利集團

楊綱凱教授
副校長
香港中文大學

附錄五：專家訪談調查之意見反映－2007年與2002-4年比較

創業基礎條件	陳述	2007 回應	2007 意見 強度	2004 回應	2004 意見 強度	2003 回應	2003 意見 強度	2002 回應	2002 意見 強度
有形基建	新成立和成長型公司可以在大概一周內開通通訊（電話、互聯網等）服務。	同意	1.81	同意	1.77	同意	1.79	同意	1.77
有形基建	新成立和成長型公司可以在一個月內獲得水、電、氣、排污等基本服務。	同意	1.68	同意	1.76	同意	1.91	同意	1.67
有形基建	新成立和成長型公司可以不會太貴地獲得通訊（電話、互聯網等）服務。	同意	1.62	同意	1.56	同意	1.77	同意	1.59
有形基建	基礎設施（道路、設施、通訊、廢物處理）為新成立和成長型公司提供了良好支援。	同意	1.58	同意	1.51	同意	1.56	同意	1.74
有形基建	新成立和成長型公司可以負擔得起水、電、氣等基本服務費用。	同意	1.53	同意	1.65	同意	1.65	同意	1.72
文化	國際文化非常鼓勵個人通過個人努力獲得成功。	同意	1.39	同意	1.76	同意	1.65	同意	1.59
政府政策	政府對新成立和成長型公司的稅務和其他管制是可預見的和穩定的。	同意	1.39	同意	1.61	同意	1.59	同意	1.70
創業者地位	大多數人認為創業者是有能力的和足智多謀的。	同意	1.32	同意	1.26	同意	1.37	同意	1.49
知識產權	知識產權保護法是完備的。	同意	1.31	同意	0.98	同意	1.28	同意	1.16
創業者地位	成功的創業者享有較高的社會地位和尊重。	同意	1.26	同意	1.30	同意	1.55	同意	1.51
服務	新成立和成長型公司容易得到好的、專業的法律和會計服務。	同意	1.19	同意	1.07	同意	1.26	同意	1.28
創業者地位	創業被視為一個合適的致富途徑。	同意	1.15	同意	1.05	同意	1.40	同意	1.49
文化	國際文化提倡自立、自治和個人原創。	同意	1.12	同意	1.37	同意	1.26	同意	1.23
創業者地位	你經常能在大眾媒體中看見成功創業的故事。	同意	1.12	同意	1.42	同意	1.42	同意	1.49
政府政策	稅務對新成立的和成長型公司不構成負擔。	同意	1.06	同意	1.53	同意	1.40	同意	1.56
女性	婦女創業是社會認可的職業選擇。	同意	1.06	同意	1.26	同意	1.51	同意	1.26
創新	顧客喜歡嘗試新產品及服務。	同意	1.03	NA	NA	NA	NA	NA	NA
女性	婦女與男性同樣具備相同程度的知識和技術去創業。	同意	1.00	同意	0.95	同意	1.28	同意	0.95
機會	個人可以容易地追尋到創業的機會。	同意	0.97	同意	0.79	同意	0.88	同意	0.84
創新	創新受顧客高度重視。	同意	0.88	NA	NA	NA	NA	NA	NA
服務	新成立和成長型公司容易得到好的銀行服務（會計核准、外匯匯兌、信用證和其他）。	同意	0.84	同意	1.12	同意	1.35	同意	1.38
文化	國際文化強調個人（而非集體）管理自我人生的責任。	同意	0.82	同意	1.07	同意	1.09	同意	1.05
專業知識	許多人能對創辦新公司的好機會迅速做出反應。	同意	0.82	同意	0.60	同意	0.88	同意	0.95
知識產權	社會廣泛認為發明者的發明權應受到尊重。	同意	0.79	同意	0.48	同意	0.70	同意	0.55
文化	國際文化鼓勵創業冒險。	同意	0.79	同意	1.05	同意	1.12	同意	1.08
專業知識	許多人知道如何創辦或管理一家小型公司。	同意	0.79	NS	-0.23	NS	0.00	NS	0.36
知識產權	知識產權保護法的實施是有效的。	同意	0.79	同意	0.40	同意	0.63	同意	0.63
女性	女性和男性擁有同等的良好創業機會。	同意	0.74	同意	0.95	同意	1.14	同意	1.05
機會	人們能發現很多創辦新公司的好機會。	同意	0.70	同意	0.58	NS	0.26	同意	0.64
高增長期望	有潛能高速成長的企業會成為接受創業支持的選擇因素。	同意	0.67	NA	NA	NA	NA	NA	NA

創業基礎條件	陳述	2007 回應	2007 意見 強度	2004 回應	2004 意見 強度	2003 回應	2003 意見 強度	2002 回應	2002 意見 強度
市場開放度	消費品和服務的市場每年的變化很顯著。	同意	0.59	同意	0.67	同意	0.60	同意	0.51
知識產權	新成立和成長型公司相信他們的專利、版權和商標能受到別人尊重。	同意	0.59	NS	0.02	NS	0.35	NS	0.26
創新	創新受公司高度重視。	同意	0.56	NA		NA		NA	
女性	婦女能獲得足夠的社會服務，使得她們在婚後仍能繼續工作。	同意	0.53	同意	0.45	同意	0.86	同意	0.97
機會	創辦真正高成長公司的好機會相當多。	同意	0.52	NS	0.14	NS	0.14	NS	0.18
創新	顧客會購買新創業公司的產品及服務。	同意	0.52	NA		NA		NA	
資金支持	有充足的首次公開發行融資（IPOs）提供給新成立的和成長型公司。	同意	0.50	NS	0.33	NS	0.32	同意	0.44
機會	創辦新公司的好機會比能把把握這些機會的人為多。	同意	0.45	同意	0.41	NS	0.00	同意	0.47
專業知識	許多人有能力組織創辦新公司所需的資源。	同意	0.44	NS	-0.02	同意	0.40	同意	0.47
機會	創辦公司的好機會在過去 5 年內大量增長。	同意	0.42	NS	0.14	NS	-0.29	NS	0.19
文化	國際文化鼓勵創造和創新。	同意	0.41	同意	0.60	同意	0.47	同意	0.49
創業者地位	大多數人把成為創業者作為一項他們希望的職業選擇。	同意	0.39	同意	0.33	同意	0.47	同意	0.77
專業知識	許多人有創辦新公司的經驗。	同意	0.34	NS	-0.28	NS	-0.10	NS	0.32
科學及技術轉移	新技術、新科學和其他知識迅速從高校、公共研究機構向新成立和成長型公司轉移。	不同意	-0.32	不同意	-0.37	不同意	-0.43	不同意	-0.47
政府計劃	有足夠數量的政府專案提供給新成立的和成長型公司。	不同意	-0.39	NS	-0.38	NS	-0.05	NS	-0.22
政府計劃	幾乎所有想從政府項目中獲得幫助的新成立的和成長型公司都可以找到他們所需要的幫助。	不同意	-0.43	不同意	-0.51	不同意	-0.36	NS	-0.38
政府計劃	政府對新成立和成長型公司的支持專案是有效的。	不同意	-0.45	不同意	-0.68	不同意	-0.43	NA	
科學及技術轉移	新成立和成長型公司擁有和大型、成熟公司同樣的機會接觸新技術、新研究。	不同意	-0.45	不同意	-0.39	不同意	-0.44	不同意	-0.43
資金支持	政府提供足夠的資助給新成立和成長型公司。	不同意	-0.58	NS	-0.28	NS	-0.36	NS	-0.32
市場開放度	反壟斷的法律是有效的，並得到了有力的執行。	不同意	-0.58	不同意	-0.66	不同意	-0.74	不同意	-0.97
教育	中小學教育充分地提供了有關市場經濟原理的指導。	不同意	-0.63	不同意	-0.90	不同意	-0.71	不同意	-0.68
政府政策	區政府在制定政策時，優先考慮扶持新成立的和成長型公司。	不同意	-0.71	不同意	-0.55	NS	-0.38	NS	-0.21
教育	中小學教育鼓勵創造性、自立和個人原創。	不同意	-0.73	不同意	-0.93	不同意	-1.05	不同意	-0.85
科學及技術轉移	新成立和成長型公司可以負擔得起最新技術。	不同意	-0.76	不同意	-0.66	不同意	-0.75	不同意	-0.55
政府政策	國際政府在制定政策時，優先考慮扶持新成立的和成長型公司。	不同意	-0.76	不同意	-0.60	NS	-0.37	不同意	-0.39
科學及技術轉移	政府提供給新成立和成長型公司足夠的資助用於獲得新技術。	不同意	-0.77	不同意	-0.69	不同意	-0.67	不同意	-0.83
政府計劃	新成立的和成長型公司可以通過單一代理機構獲得廣泛的政府支持。	不同意	-0.79	NS	-0.26	NS	-0.28	不同意	-0.47
政府政策	政府政策（如公開採購）一直對新成立公司優惠。	不同意	-0.80	不同意	-0.71	不同意	-0.49	不同意	-0.51
教育	中小學教育充分關注創業和創辦公司。	不同意	-1.17	不同意	-1.21	不同意	-1.02	不同意	-1.14

附錄六：香港研究小組



區玉輝博士

區玉輝現職中文大學管理系副教授，並為中大MBA課程及中大創業研究中心副主任。他的研究興趣是跨國管理、社會網絡、創業理論及方法學，對微觀及宏觀問題皆有涉獵。除參與數份學術期刊的編輯委員會工作，他亦為商業、慈善組織及政府機構提供顧問服務。



梁永熾博士

梁永熾教授在美國德州大學奧斯汀分校取得傳播學哲學博士學位，現時是香港中文大學新聞與傳播學院副教授，及該學院的新媒體理學碩士課程和民意調查的傳播研究中心總監。梁教授更是2007年度香港中文大學校長模範教學獎得主。梁教授致力研究新資訊科技的應用和影響，尤關注互聯網方面的研究。



孫耀先生

孫耀先從事資訊科技業務二十多年，在中港及海外任職顧問和管理的工作。他曾創辦及參與建立數家資訊科技和新媒體公司，當中涉及收購、上市、業務估價、營運、營銷、項目管理、及軟件開發的職務。

自2001年起，孫耀先在中大任教新媒體理學碩士課程，教授新媒體創業和產品開發。無論在研究、教學、顧問、及項目管理，他的興趣一直圍繞資訊架構、互動設計、故事原型和商業模式等主題。

孫耀先在2007年加入中大創業研究中心，專注為創意及文化產業開辦創業培訓課程，並且推動跨學科的協作、創新和科技商品化的發展。近期為中心負責的項目包括與香港設計中心針對設計及創意業而協辦的創業課程。



譚安厚博士

香港中文大學創業研究中心主任，財務系副教授。

學術研究十分活躍，經常撰寫教學案例，內容涉及銀行業和金融機構管理以及國際金融和証券化。獲得紐約大學國際商學和金融博士學位之前，已有6年銀行業和諮詢工作的經驗。



葉鳳英博士

葉鳳英博士於1992年在香港創辦維新集團，在水性環保塗料研發方面走在行業前端。

產品於2005年取得美國「綠色印章」認證，成為中國首家企業獲此殊榮。2002年成立「維新教育基金」，進一步實現葉博士確立的開啟智慧、回饋社會之維新理念。



工商管理研究社

ISBN 978-988-99198-5-6



9 789889 919856 >

定價：港幣80元