

# 全球創業觀察

## 香港及深圳研究報告 2009

### 香港研究小組

---

譚安厚  
區玉輝  
梁永熾  
周志偉  
孫耀先  
蔡明都  
何巧清

### 深圳研究小組

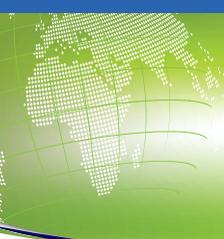
---

王為理  
史健玲  
張軍  
田歡  
嚴麗娜



## 研究摘要

- 「全球創業觀察」集合了來自全球 54 個國家超過 300 名學者，在這研究組織的框架之下，香港中文大學及深圳市社會科學院於 2009 年 5 月至 9 月期間進行了問卷調查，就創業活動進行標竿比較。
- 香港和深圳分別有 3.6% 及 4.8% 的成年人口參與早期階段創業活動，他們或成立新企業（1.6% 及 2.2%），或 / 及管理成立不足 3.5 年的企業（2.2% 及 2.6%）。已成形企業管理者則分別佔香港及深圳成年人口的 2.9% 及 1.6%。由此可見，兩地的創業水平相對較低。
- 計入國家人均生產值的影響後，香港和深圳的創業率仍然偏低。
- 自 2007 年的研究後，香港的創業率大幅下跌；深圳方面，自 2004 年的研究後，其創業率亦大幅下跌。
- 創業率之所以下跌，不但因為信心大減，而且對創業的認知有了很大的轉變。
- 在香港，基於生活需要而非追求機會創業的人口比例有所下降，深圳則呈現上升趨勢。
- 無論是在香港或深圳，教育程度越高，開設公司的機會亦越高。中國其他地方的情況則有所不同，創業率與教育程度呈反比關係。
- 在香港和深圳，財富越多，開設公司的機會亦越高。在中國其他地方，不論收入水平高低，創業水平亦相約。
- 香港和深圳分別有 20% 和 45% 的早期階段創業者預期其新公司可迅速成長，兩地的數字都高於中國的 14% 和美國的 9%。
- 在過去兩年，香港的新創企業與國內其他地方的新創企業一樣，更多採用高新科技；相反，歐美的新創企業卻減少採用高新科技。
- 香港的非正式投資有所減少，近期有投資於新創企業的人口比例由 2007 年的 7.9% 下跌至 2009 年的 2.6%。相比之下，2009 年深圳的非正式投資比率則稍高一點，達 3.8%。
- 香港和深圳的專家均認為，兩地在政府政策及規劃、教育及培訓，以及財政支援方面的不足，不利於締造良好的創業環境。此外，香港專家關注到文化及社會規範問題，而深圳專家則認為，對新創及成長中企業的研發轉移欠缺果效。



## 建議摘要

### 建議：香港

- 改革教育，以培養下一代的創意和創業精神，同時資助計劃，宣揚企業家和創新者的重要性，以樹立榜樣；此外，亦要鼓勵年青人創業，以及在業務上追求終身學習。
- 釐清工業政策，加強諮詢，加速政策決策，以及在政府政策及規劃方面，為企業提供一條龍的服務。
- 在政府的協調下，金融界應加強為早期階段企業提供債務及股本融資的能力。
- 未來的創業者應拋開安全網，為自己的成敗負責；他們應依賴自己，發揮創意，同時對全球市場需求保持敏感和適當謹慎的態度；此外，要了解潮流，不向政府尋求支援。

### 建議：深圳

- 政府應推動政務改革，提高面向新創及發展中企業政府服務的效率。
- 增加新創及發展中企業的融資渠道。
- 進一步提升硬件水平及基礎設施，使新創和發展中公司獲得更好的發展。
- 加大創業方面的教育與培訓。
- 為新創公司、小型或成長型公司建立研究與開發轉讓系統。
- 政府應鼓勵行業協會在經濟體系中進一步發揮作用。
- 提高創業道德。

## 序言

對不少人來說，香港只是一片細小的土地，但他們並沒有察覺到，原來長久以來，創業在香港是非常蓬勃的，甚至是全球焦點所在。然而，創業成功並不是必然的，過往的輝煌並不代表未來也是一片光明的。

作為香港中文大學專責研究的副校長，我有責任推動中港及全球學術界與商界之間的知識轉移。為促進這方面的活動，我需要與創業研究中心，通過學生創新創業促進委員會，緊密地合作。從這些工作之中，我發現自己仍有多方面需要學習，推動中大的知識為本創業活動。

在我悠長的學術生涯之中，我一直積極與國內學者聯手推行研究計劃。對於深圳市社會科學院在過去多年鼎力支持香港和深圳有關創業的研究，並與中大攜手取得豐碩的成果，我深感欣慰。

隨着香港與深圳日漸融合，兩地將迎來巨大的機遇，延續輝煌發展。在這個發展過程中，中大一直透過各種不同的計劃，發揮着其作用。我特別希望提到以下三個計劃。首先，我們與深圳先進技術研究院的合作，標誌着中大是首間境外大學參與國家級研究機構的工作之中。其次，中大將於 2011 年在南山區成立中大深圳研究所。第三，在深圳成立中大新校園的計劃已取得了階段性的進展。我們相信，以上這些及其他計劃，將有助珠三角地區培育出新一批能夠在影響全球的企業。

在此感謝中大和深圳市社會科學院的同事在此次研究中共同作出的努力。

### 黃乃正教授

香港中文大學副校長



## 序言

很高興見到〈全球創業觀察 2009 香港及深圳研究報告〉終於面世，實在感謝中文大學創業研究中心邀請我為這一本書撰寫序言。這是一本搜集了世界各地詳盡的調查資料，深入淺出地分析及解構現今創業的情況和困難，利用數據科學化地分析整個議題，並提出多方面的對策，實在是一本值得推薦的書籍。我亦很榮幸能贊助此書的出版，讓更多人觀察及可以進一步了解本地的創業市場發展，分析及把握市場機會，締造無限商機，延續香港的企業家的精神。

此書由 1999 年開始對研究十個國家的創業發展，至今已掌握了 55 個經濟體系的創業情況，成為全球最具規模的創業研究報告。透過對比世界各地其他地方的創業情況，成為了研究及分析香港及深圳創業情況的核心，給予商界中創業的人士很高的參考價值。當中報告對地區政府的政策、人民教育程度、整體社會上的文化都作出相當深入的分析，實屬一本難得的讀物。

這本書更向讀者展示了另一個實況，就是香港人的創業意慾對比中國及深圳，卻是大不如前。究竟我們如何研究公共政策去改善整體的創業環境，令香港人更能把創業精神發揚光大，發揮真正的創意？這本書就作了相當有系統的數據分析。政府對支援中小企業發展都十分重視，一直都透過不同的措施和計劃如中小企業支援與諮詢中心 (SUCCESS)、「中小企資助計劃」、創新及科技基金之「小型企業研究及資助計劃」及設計智優計劃之「設計業與商界合作計劃」等去支援創業人士。透過這本書，政府可以早作好準備以及制定全方位的創業的政策。對於創業人士來說，要成功創一番事業，突圍而出，事前的準備功夫實在不可少。

我希望透過此書，各方面的人士都能以古為鑑，好好計劃將來，更重要的是可以重燃香港人的創業夢，為本地開拓更大更闊的營商空間。

### 李根興先生

香港商機有限公司創辦人及行政總裁

## 致謝

藉此機會，我謹代表香港中文大學創業研究中心及全球創業觀察 (GEM) 香港及深圳研究小組成員，向曾為本研究出力之人士致謝。

在 2009 年，我們委託精確市場研究中心進行成年人口調查，成功透過電話，訪問了 4000 多名香港及深圳居民。與附錄 5 所列的 72 名創業專家一樣，他們非常耐心地回答了我們的問題，讓我們能夠作出分析，完成這份報告。

在 2010 年 1 月 18 日 (星期一) 舉行的新聞發佈會上，我們發表了是次研究的報告摘要。同一時間，《GEM 2009 全球報告》在智利聖地牙哥舉行的週年大會上推出。我們非常榮幸能夠與 GEM 研究組織中來自世界各地的數以百計的學者合作，他們的研究，令《全球報告》得以順利出版。我們亦感謝高健先生和李根興先生出席香港的新聞發佈會，就研究結果，與我們的研究小組進行交流。

我特別感謝是次的製作團隊。在是次調查中，我們非常依靠溫佩芬小姐和梁浩賢先生提供的研究協助，亦有賴劉漢才先生、黃蔚莊小姐及王詠鏞小姐提供額外支援。文稿的專業翻譯由黃學德完成。此外，創業研究中心的行政主任羅詠珊小姐耐心而稱職地協調了整個調查的進度。

創業研究中心的工作之所以能夠順利完成，更全賴中大副校長兼知識轉移辦公室及研究事務委員會主席黃乃正教授，以及工商管理學院院長黃德尊教授的積極支持。感謝你們對我們的信心。今年調查報告的部分經費獲得外部資助，我們特別感謝深圳市宣傳文化事業發展專項基金和香港商機有限公司李根興先生的慷慨捐助。對實用研究來說，經費往往是一大挑戰，而我們正尋求支持，令這個重要研究在未來可以繼續進行下去。

最後，我衷心感謝讀者對《GEM 香港及深圳 2009》的關注，並歡迎你提出意見及批評。報告中的錯誤，我負有責任並表示歉意。

### 譚安厚教授

香港中文大學創業研究中心主任



# 目錄

i	研究摘要	2-3	4.4	深圳的研發轉移	66
ii	建議摘要	4	4.5	深圳的商業及專業基建	67
iii	序言	5-6	4.6	深圳的市場開放度和市場准入門檻	67-68
	- 黃乃正教授		4.7	深圳有形基礎建設的享用權	69
	- 李根興先生		4.8	深圳的文化及社會規範	69-71
iv	致謝	7	5.0	建議	72
v	目錄	8-10	5.1	建議：香港	72-75
vi	圖表	11	5.2	建議：深圳	75-77
<b>主要內容</b>					
1.0	前言	12	6.0	專家觀點及提示	78
1.1	背景	12	6.1	創業模式的比較	79-81
1.2	創業成為經濟增長動力	13	6.2	香港創業環境的分析	81-83
1.3	創業的定義	14	6.3	十個創業失敗的理由	83-85
2.0	調查結果	15			
2.1	創業率	15-18			
2.2	全球金融危機：心態轉變	18-22			
2.3	創業者的特徵	22-30			
2.4	新創企業從事的行業	31			
2.5	新創企業對經濟及市場的影響	32-37			
2.6	退出業務	38-39			
2.7	非正式投資	40-41			
3.0	香港創業基礎條件	42			
3.1	香港的政府政策及規劃	44-50			
3.2	香港的教育及培訓	51-53			
3.3	香港的文化及社會規範	54-55			
3.4	香港的財政支援	56-59			
4.0	深圳創業基礎條件	60			
4.1	深圳的財政支援	61-62			
4.2	深圳的政府政策及計劃	63-65			
4.3	深圳的教育及培訓	65-66			



## 附錄

附錄 1.0	研究方法	86
附錄 1.1	GEM 如何釐定創業水平	86-87
附錄 2.0	詳盡圖表 ( 表列 GEM 各成員資料 )	88
附錄 2.1	2009 年創業活動	88-90
附錄 2.2	2009 年創業活動與國家人均生產總值關係的度量方法	91-93
附錄 2.3	2009 年創業態度	93-94
附錄 2.4	2009 年創業者對開設公司的態度	95-96
附錄 2.5	2009 年早期階段創業率的性別分佈	96-97
附錄 2.6	2009 年各國的行業分佈	98-99
附錄 2.7	2009 年早期階段企業及已成形企業的市場影響力	99-100
附錄 2.8	2009 年非本地消費者分佈	101-102
附錄 2.9	2009 年業務退出率	102-103
附錄 2.10	2009 年非正式投資者比例	104
附錄 3.0	專家訪談結果回應	105
附錄 3.1	香港專家訪談調查之意見反映 (2009 年與 2003 年、2004 年及 2007 年比較 )	105-106
附錄 3.2	深圳專家訪談調查之意見反映 (2009 年與 2003 年及 2004 年比較 )	107-108
附錄 3.3	被列為最正面的三大創業支援條件及被列為最負面的三大創業支援條件	109
附錄 4.0	參考資料	110-111
附錄 5.0	研究團隊及受訪專家	112
附錄 5.1	GEM 組織	112-122
附錄 5.2	受訪專家一覽	123-127
附錄 5.3	香港研究小組	128-130
附錄 5.4	深圳研究小組	131-132

## 圖表

圖表 1	創業率	16
圖表 2	2009 年創業活動與國家人均生產總值的關係	17
圖表 3	2007 年創業活動與國家人均生產總值的關係	18
圖表 4	2009 年與早年的創業率比較	19
圖表 5	創業態度	20
圖表 6	創業者對開設公司的態度	21
圖表 7	發掘到商機的人的創業率	22
圖表 8	機會主導創業抑或需要主導創業	23
圖表 9	早期階段創業者機會主導 / 需要主導的比例與國家人均生產總值之關係	25
圖表 10	早期階段創業者性別	26
圖表 11	創業者收入	27
圖表 12	創業者年齡	28
圖表 13	創業者教育程度	29
圖表 14	創業者的行業分佈	31
圖表 15	2004-2009 年香港、深圳及中國的高增長預期創業比率	32
圖表 16	2009 年全球高增長預期創業比率	33
圖表 17	創業者市場影響力的分程序	34
圖表 18	早期階段創業者與已成形企業的市場影響力	35
圖表 19	應用在產品或服務的科技或程序	36
圖表 20	非本地消費者	37
圖表 21	退出業務率	38
圖表 22	報稱退出業務的原因	39
圖表 23	非正式投資者比例	40
圖表 24	非正式投資者與接受注資者的關係	41
圖表 25	香港創業支援條件的相對優勢	43
圖表 26	香港在創業支援條件上的優勢、弱點及建議比例	44
圖表 27	關於政府政策問卷的意見反映	45
圖表 28	關於政府規劃問卷的意見反映	49
圖表 29	關於教育及培訓問卷的意見反映	51
圖表 30	關於文化及社會規範問卷的意見反映	54
圖表 31	關於財政問卷的意見反映	56
圖表 32	深圳創業支援條件的相對優勢	60
圖表 33	深圳創業支援條件的弱點、優勢及建議比例	61
圖表 34	專家的建議總結	73

## 1.0 前言

### 1.1 背景

本報告調查現時香港及深圳的創業情況，並將結果與過往的研究及其他參與「全球創業觀察」(Global Entrepreneurship Monitor, 簡稱 GEM) 的國家互相比照。GEM 乃由 10 個國家發起之非牟利研究組織，自 1999 年成立以來，已成為全球規模最大的國際性創業研究組織，參與其中的研究團隊來自 54 個國家和地區 (參閱附件 A5.1)。GEM 由全球創業研究協會 (Global Entrepreneurship Research Association, 簡稱 GERA) 統籌，成員包括 GEM 創立夥伴、贊助人及各成員國的研究團隊。GEM 旨在透過研究創業的成因、本質及後果，協助有關當局制定有效的政策。

各國的研究團隊負責進行「成人人口調查」(Adult Population Survey, 簡稱 APS) 及「各國專家調查」(National Expert Survey, 簡稱 NES)。在每屆 GEM 研究中，學者可比較到不同經濟體的創業情況。鑒於多年來 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。

摘錄了全球收集所得數據及研究成果的「GEM 2009 總報告摘要」已於 2010 年 1 月 14 日發表。透過分析 GEM 全球調查結果，參與計劃的 54 個國家或地區的研究團隊都會撰寫一份有關當地的研究報告<sup>1</sup>。總報告摘要及不同國家或地區的研究報告均見於 GEM 網站：<http://www.gemconsortium.org>。香港中文大學創業研究中心於 2002 年加入 GEM，至今已撰寫了 5 份 GEM 香港研究報告，其中 3 份 (包括報告) 與深圳市社會科學院合作完成。本份報告的重點在於了解 2009 年年中香港及深圳的創業水平和特徵，以及港深兩地政府推出的適度刺激創業政策。

<sup>1</sup> 根據 GEM 的研究目標，香港和深圳被界定為單一地區：  
《全球創業觀察香港研究報告 2002》(GEM HK 2002)，研究者包括 David Ahlstrom、區玉輝、蔡美玲、羅祥國、劉殖強、牧野成史 (Shige Makino) 及譚安厚 (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、區玉輝、蔡美玲、郭少棠、羅祥國、劉殖強、牧野成史、譚安厚、董曉遠、樂正、潘小飛、王為理、楊立勳及尹慶恂。

《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、區玉輝、蔡美玲、郭少棠、劉殖強、牧野成史及譚安厚。

《創新政策及高增長新創企業 (2006 研究報告)》，研究者包括區玉輝、Erik Baark、蔡美玲及譚安厚。

《全球創業觀察香港研究報告 2007》(GEM HK 2007)，研究者包括譚安厚、區玉輝、梁永熾、孫耀先、葉鳳英及羅詠珊。

GEM 香港研究報告均見於香港中文大學創業研究中心網站：

[http://entrepreneurship.baf.cuhk.edu.hk/content/gem\\_hk](http://entrepreneurship.baf.cuhk.edu.hk/content/gem_hk)

### 1.2 創業成為經濟增長動力

創業者在經濟發展上扮演着什麼角色？而政策對創業者的此等角色應有什麼影響？就這些問題，近年來出現了各種不同的觀點。在上世紀中期，創業者並不被視為具有效益，創業者的低效益被歸為政治、社會及 (有點落後地說) 文化原因。當時，主流經濟學家認為，大型跨國公司既能通過研發來實現科技進步，又可維持規模經濟和跨國經營帶來的垂直和水平效應，才是最具效益。不過，在 80 及 90 年代期間，人們開始質疑跨國企業作為經濟增長火車頭的信念——雖然科技仍被視為關鍵因素，但跨國企業的角色備受質疑。眼見許多曾經叱咤一時的美國跨國企業因新創企業的冒起而倒退，學者開始重新審視善於採用新商業模式和引進新科技的創業者的角色。「歐洲矛盾」(歐盟委員會，2007 年)，即在一個經濟增長緩慢的國家進行大量研究，更進一步地揭露了忽略創業者可能帶來的危機。到 2010 年代，創業者已被視為推動經濟增長的主要動力，而經濟政策更需包括推動創業的部分。<sup>2</sup>

在中國，則看到國有企業和創業者在同步發展。中國改革開放前，政策當局認為國有企業已足以有效地實現計劃經濟的大規模及以科技為主導的發展。到了 1980 年代，隨著中國實行經濟市場化，創業者自 1949 年革命以來首次可以逐鹿市場。然而，政策當局要到 1990 年代末期，才察覺到創業者 (相對「市場力量」來說) 的重要性。過去 10 年，國家政策更朝着推動創業的方向轉變，中國領導人甚至意識到，過去 30 年的發展，很大程度上體現了自主創業；不過，雖然中國目前的創業氛圍非常濃厚，但如果這種創業文化失去刺激，便有可能因為人口、教育制度和主流文化等因素而受到衝擊。為免失去過去 30 年來推動經濟增長和勞工就業的動力，政府在經濟日漸成熟的情況下，已開始推行鼓勵創業的政策。

為將香港和深圳打造成亞洲的國際雙城，港深兩地為積極不干預主義和經濟獨特性重新作出定義，而在共同的新定位下，創業活動受到高度重視，相關的鼓勵政策亦變得非常重要。

<sup>2</sup> 這個發展過程被 Anna-lee Saxenian，以圖表的方式，清晰地描繪出來 (1994 年及 2006 年)。

### 1.3 創業的定義

**廣義：**為達至推動創業的目標，「創業」必須有所定義。作為首位關注到創業者在經濟發展的角色之當代著名經濟學家，William Baumol 認為：

「……創業者是足智多謀的，善於利用創意來發掘可以增加個人財富、權力和聲望的方法……」（Baumol，1990年，第894頁）

William Baumol 指出，創業者在經濟中所佔的比例，並不會像創業者在經濟中的分配那樣改變。當創業者的財富、權力和名譽不斷增加，他們的真正行為便會對經濟發展起到非常關鍵的作用。這種分配既可以具有生產力，也可以沒有生產力，甚至帶有破壞性。政策當局應制定遊戲規則，即法律和執法的規則，以確保創業者帶來的是生產力而非破壞力。

生產性（以及非生產性）創業行為往往會稍微超出社會可接受的程度，其做法的合法性也經常被質疑。在中國改革開放的首10年期間，成功的創業者都曾被刑事起訴，情況就如今日美國的成功創業者都曾面對民事起訴那樣。創業者就是擁有挑戰常規的特質，令社會規範和法律受到衝擊。政策當局如果希望促進生產性創業行為，便需要察覺到創業行為對社會規範可能帶來的巨大衝擊。

**GEM 的定義：**在 GEM 內，創業活動是以成立了公司的創業者數目來釐定的。最常被引用的 GEM 創業定義是「早期階段創業活動」（有關定義見諸附錄1），即在18歲至64歲成年工作人口中，於最近3年半內曾經開設公司的人士所佔的比例。如下文所述，我們會根據不同的創業原因而對「創業」作出更精確的定義，同時將定義擴大至包括擁有自營企業的成年人口比例。

GEM 定義雖然有助量度和分析創業活動，但也不無缺點。一方面，GEM 的量度方法並不包括在現有企業、公共機構或非政府組織中工作的創業者。這類創業者的工作或集中於提升生產效率及開發新產品/服務，或（相反地）集中於所謂尋租及/或具有掠奪性、價值中性或會造成價值破壞的活動之中。另一方面，雖然大部分成立新公司的創業者（已被包括在 GEM 定義之中）能以其新創企業來為社會創造價值，部分創業者卻只會將財富轉移給自己，令創業活動單純變成一個零和遊戲；其餘的甚至因為破壞環境，或為了規避對社會有益且的法律限制、進行對監管制度的套戥、削減擁有權或從事沒有淨社會收益的操縱性投機活動，而摧毀了財富<sup>3</sup>。不過，儘管存在這些問題，GEM 的定義仍然是今時今日全球最廣泛採用的創業定義，同時也是全球最多被分析的創業定義。

<sup>3</sup> 根據 Baumol 的定義，內幕投機、逃稅、販毒、走私以及侵犯知識產權等活動也屬於創業活動，而根據 GEM 的定義，假如有關活動是利用新創公司進行，從事這些活動的人也可被當為創業者。不過，大部分人會同意政府應制定合適的法律來限制這些活動。

## 2.0 調查結果

### 2.1 創業率

從圖表1第1欄可見，與世界其他主要國家相比，截至2009年中，香港和深圳的創業水平仍然偏低，分別只有3.6%和4.8%的成年居民從事早期階段創業活動<sup>4</sup>，雖然數字足與日本和俄羅斯相比，但與有8.0%成年居民從事創業活動的美國相比，則顯得較低，並遠低於中國有18.8%的人口進行創業的水平。

處於早期階段創業活動（第1欄）中的創業者，部分或仍需向仍處於孕育期且未能定期發放工資的公司投入資源（第2欄）；部分或已可從所經營的新創企業中支薪，但此情況不足3.5年（第3欄）；亦有部分創業者的情況為則兩者皆有。

圖表1亦顯示出經營已成形企業（即已可負擔薪金的企業）的人口比例。在此方面，香港和深圳的數字也屬於偏低。把從事早期階段創業活動的人口比例（第1欄），加上經營已成形自創企業的人口比例（第4欄），並調整兩者並兼的人口比例，可得出全面創業率。香港、深圳和俄羅斯的全面創業率僅輕微高於6%，相反中國共有超過30%的成年人口為創業者。

<sup>4</sup> 請注意，我們是根據2009年5月至7月期間進行的電話訪問而作出以上結論的。不過，基於金融危機對新創企業的影響，以上狀況應有所改變。請參閱第5節。

圖表 1：創業率

	1. 早期階段創業活動 (百分比)	2. 孕育期創業活動 (百分比)	3. 新創公司擁有 / 管理者 (百分比)	4. 已成形公司擁有 / 管理者 (百分比)	5. 全面創業活動 (百分比)	6. 受訪人數	7. 按購買力平價計算之國家人均生產值 (千美元)
中國	18.84	7.40	11.78	17.16	35.66	3,608	6.53
香港	3.64	1.63	2.22	2.93	6.53	2,000	42.64
深圳	4.75	2.16	2.59	1.56	6.27	2,000	13.15
巴西	15.32	5.78	9.75	11.84	26.88	2,000	10.07
日本	3.26	1.92	1.34	7.84	10.54	1,600	32.95
俄羅斯	3.88	1.77	2.29	2.28	6.04	1,695	15.18
英國	5.74	2.68	3.20	6.07	11.66	22,881	35.40
美國	7.96	4.91	3.16	5.87	13.68	3,412	46.44

註：  
 「早期階段創業活動」（第 1 欄）指在過去 3 年半成立了新創企業的成年人口比例。早期階段創業者可以是孕育期業務創業者（第 2 欄），或新創企業擁有 / 管理者，或兩者皆是。  
 「孕育期創業活動」（第 2 欄）指已為開設公司而投入不少資源，但未能從公司支薪超過 3 個月的成年人口比例。  
 「新創公司擁有 / 管理者」（第 3 欄）指自創公司不超過 3 年半並已可從公司支薪超過 3 個月的成年人口比例。  
 「已成形公司擁有 / 管理者」（第 4 欄）指擁有及管理一家已成形公司——即已向擁有者支付薪酬及任何其他款項超過 42 個月的公司——的成年人口比例。  
 「全面創業活動」（第 5 欄）指處於早期創業階段（第 1 欄），或已擁有已成形公司（第 4 欄），或兩者兼備的成年人口比例。  
 第 1 欄至第 5 欄的數據取自隨機抽樣電話訪問，各地區能夠成功完成的電話訪問數目列於第 6 欄。  
 第 1 欄至第 5 欄的數據為估算出來的真正創業人口比例，可能存在抽樣誤差。舉例來說，我們對中國有 17.53% 至 20.07% 的成年人口從事早期階段創業活動，香港有 2.78% 至 4.42%，而深圳有 3.86% 至 5.74% 的說法，有 95% 的置信度。此圖表和後列圖表上其他統計數據也具有相同的置信水平。  
 第 1 欄的數字不會超過第 2 欄和第 3 欄數字的和；如果受訪者同時是孕育期創業者及新創公司的擁有者，第 1 欄的數字將少於第 2 欄和第 3 欄數字的和。同樣地，第 5 欄的數字不會超過第 1 欄和第 4 欄數字的和；如果受訪者既擁有已成形公司並正開設新公司，則第 5 欄的數字將少於第 1 欄和第 4 欄數字的和。  
 除深圳外，第 7 欄所列的國家人均生產值均已根據世界銀行 2009 年的購買力平價作出調整。深圳的數值則以 2008 年的資料為本。如欲查看 GEM 報告涵蓋的全部 54 個國家和地區之完整統計數據，請參閱附錄 2.1。

財富以人均收入計算，是決定一個經濟體的創業水平的主要因素。較富有及較穩定的經濟體的創業活動會不及較貧窮的發展中國家那樣活躍。對於財富與創業水平呈反比，Bosma 及 Levie（2010 年）作出了以下解釋：

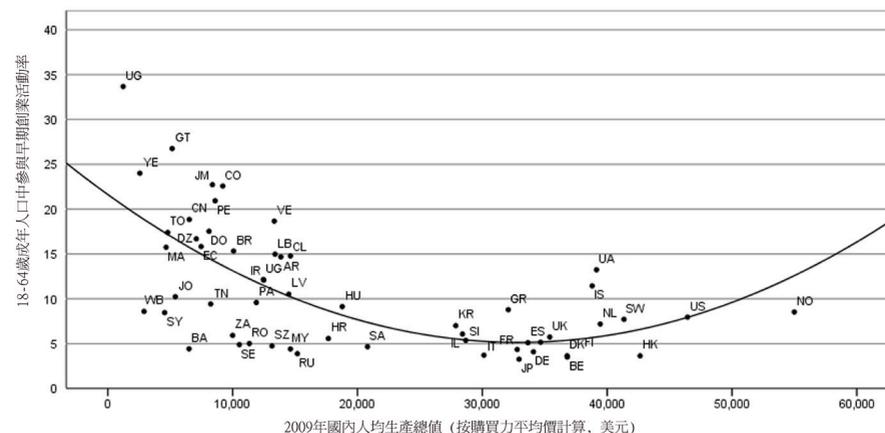
在人均收入較低的國家，國家經濟的特徵之一是湧現出大量規模非常小的公司。隨着人均收入增加，工業化和規模經濟效應有助較大型的已成形公司出現，以滿足市場不斷成長帶來的越來越龐大的需求。同時，這些已成形公司亦可以在經濟中扮演更重要的角色。能否實現增長，主要取決於宏觀經濟能否建立起來，以及政治是否穩定。這可從監管機構的發展反映出來，包括大眾認同的行為準則，以及具透明度及受到尊重的法律及監管制度。隨着大公司的角色越來越吃重，新創公司的數目可能會減少，因為越來越多人可以在大型實業公司獲得穩定的工作。因此，在人均收入低的國家，假如早期階段創業率下降，也許是國家經濟有望實現可持續發展的好徵兆，尤其是經濟同時呈現增長，而政治也越趨穩定。在圖表的右方，由於越來越多個別人士能夠在充滿機遇的知識密集型環境中獲

取創業所需的資源，創業界所扮演的角色也可能更為重要。

上述的反比關係不可能是線性的——在圖表 2，我們根據數據劃了一條拋物線。明顯地，相對發展程度相若的國家，香港和深圳都是在「曲線之下」。此外，一如附錄 2.2 的圖表所顯示，無論是採用 GEM 哪一種量度創業水平的方法，深圳和香港均處於「曲線之下」。

要了解這些位置代表的意義，可參看圖表 3。從這個取自 2007 年香港創業研究報告<sup>5</sup>的圖表可以看到，2007 年香港的創業活動甚為活躍，所以香港可處於曲線上方甚高的位置。在下一節，我們將探討創業者態度的轉變將對創業活動帶來什麼影響。

圖表 2：2009 年創業活動與國家人均生產總值的關係

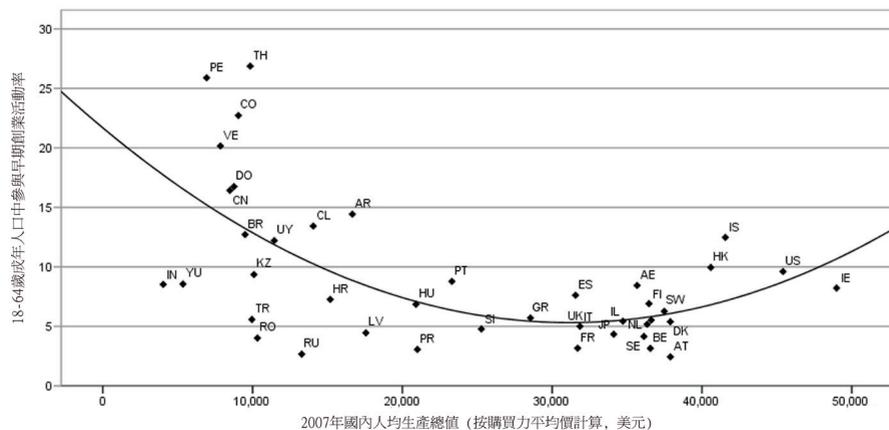


上圖顯示在 2009 年 GEM 研究涵蓋的所有國家和地區之中，早期階段創業活動（圖表 1 第 1 欄）與按購買力平價計算的國家人均生產總值（圖表 1 第 7 欄）之間的關係。  
 AR= 阿根廷；BA= 波斯尼亞和赫塞哥維納；BE= 比利時；BR= 巴西；CL= 智利；CN= 中國；CO= 哥倫比亞；DE= 德國；DK= 丹麥；DO= 多明尼加共和國；DZ= 阿爾巴尼亞；EC= 厄瓜多爾；ES= 西班牙；FI= 芬蘭；FR= 法國；GR= 希臘；GT= 危地馬拉；HK= 香港；HR= 克羅地亞；HU= 匈牙利；IL= 以色列；IR= 伊朗；IS= 冰島；IT= 意大利；JM= 牙買加；JO= 約旦；JP= 日本；KR= 韓國；LB= 黎巴嫩；LV= 拉脫維亞；MA= 摩洛哥；MY= 馬來西亞；NL= 荷蘭；NO= 挪威；PA= 巴拿馬；PE= 秘魯；RO= 羅馬尼亞；RU= 俄羅斯；SA= 沙特阿拉伯；SI= 斯洛文尼亞；SW= 瑞士；SY= 敘利亞；TN= 突尼斯；TO= 湯加；UG= 烏干達；UA= 阿拉伯聯合酋長國；UK= 英國；US= 美國；UY= 烏拉圭；VE= 委內瑞拉；YE= 也門；YU= 塞爾維亞；ZA= 南非  
 深圳、約旦河西岸地區及加沙地帶的國家人均生產總值乃 2008 年的數據。

<sup>5</sup> 請注意，由於深圳並沒有納入該年的研究範圍之中，所以圖表 3 並沒包括深圳在內。



圖表 3：2007 年創業活動與國家人均生產總值的關係



註：AE= 阿拉伯聯合酋長國；AR= 阿根廷；AT= 奧地利；BE= 比利時；BR= 巴西；CL= 智利；CN= 中國；CO= 哥倫比亞；DK= 丹麥；DO= 多明尼加共和國；ES= 西班牙；FI= 芬蘭；FR= 法國；GR= 希臘；HK= 香港；HR= 克羅地亞；HU= 匈牙利；IE= 愛爾蘭；IL= 冰島；IN= 印度；IS= 以色列；IT= 意大利；JP= 日本；KZ= 哈薩克斯坦；LN= 拉脫維亞；NL= 荷蘭；PE= 秘魯；PR= 波多黎各；PT= 葡萄牙；RO= 羅馬尼亞；RU= 俄羅斯；SE= 瑞典；SI= 斯洛文尼亞；SW= 瑞典；TH= 泰國；TR= 土耳其；UK= 英國；US= 美國；UY= 烏拉圭；VE= 委內瑞拉；YU= 塞爾維亞

## 2.2 全球金融危機：心態轉變

從圖表 4 可以看到香港和深圳的創業率在 2009 年和金融危機出現前（如圖表 2 及圖表 3）的巨大差異。對香港而言，2007 年是創業活動的高峰時期，代表創業活動已從 2002-2004 年的低位反彈過來。到 2009 年，新創公司的比例重回之前的水平。明顯地，相對國內其他地區，全球金融危機對香港和深圳造成了更大的影響。而當香港和深圳的新創企業比例驟降之際，中國的有關比例卻繼續上升。這情況並不令人意外，因為中國基本上絕緣於全球金融風暴，相反香港和深圳卻非常依賴國際貿易和金融業。

圖表 4：2009 年與早年的創業率比較

a. 香港的創業率：2009 年與 2002-2007 年比較

年份	孕育期活動 (百分比)	新創業務 (百分比)	早期階段擁有/ 管理者 (百分比)	已成形公司 (百分比)	退出業務 (公司停止經營) (百分比)
2009	1.6	2.2	3.6	2.9	1.1
2007	5.7	4.3	10.0	5.6	3.5
2004	1.5	1.6	3.0	2.7	2.1
2003	1.7	1.6	3.2	3.5	1.9

b. 深圳的創業率：2009 年與 2003-2004 年比較

年份	孕育期活動 (百分比)	新創業務 (百分比)	早期階段擁有/ 管理者 (百分比)	已成形公司 (百分比)	退出業務 (公司停止經營) (百分比)
2009	2.2	2.6	4.8	1.6	2.5
2004	3.9	7.8	11.5	5.1	4.9
2003	4.5	6.0	10.5	4.3	12.3

c. 中國的創業率：2009 年與 2003-2007 年比較

年份	孕育期活動 (百分比)	新創業務 (百分比)	早期階段擁有/ 管理者 (百分比)	已成形公司 (百分比)	退出業務 (公司停止經營) (百分比)
2009	7.4	11.8	18.8	17.2	4.3
2007	6.9	10.0	16.4	8.4	6.1
2004	5.6	9.4	13.7	13.2	5.2
2003	4.3	7.4	11.6	16.4	8.0

**態度：**開設公司的決定非常受創業者的態度影響。創業者會借鑒成功創業和創業失敗的例子，探索機遇及審視其中存在的風險；如果有足夠的信心，便會創業。如圖表 5 所示，創業者態度的大幅轉變，導致香港和深圳創業活動有所減少。在受訪者之中，自信擁有開設新公司所需的能力和經驗的比例由 2007 年佔香港成年人口三成，下跌至只有四分之一，與 2004 年相若。深圳的數字也由高位下跌：在 2004 年，約 40% 受訪者對自己的創業能力有信心，但在 2009 年，有關比例下跌至只有約三分之一。相反，在中國其他地區，民眾對自己創業能力的信心不斷上升。

除了成功創業的信心有所下降外，越來越多香港人和深圳人認為不一定需要創業才算事業有成。嚮往以創業為職業選擇的香港人和深圳人大幅減少，中國其他地區則只有輕微下降。此外，創業者在香港和深圳的社會地位亦大不如前，反而在中國其他地區，創業者的社會地位卻不跌反升。



不過，創業態度的最大轉變還在於對機會的看法。在香港受訪者中，對未來 6 個月有好機會的樂觀比例由 2007 年春季的 81%，下跌至 2009 年春季的 14%。相對中國其他地區，此比例只是從 40% 下跌至略高於 25% 的水平，跌幅遠較香港輕微<sup>6</sup>。

圖表 5：創業態度

a. 香港成年人口對創業的態度（2004-2009 年）

問題：你是否同意以下陳述？	答「是」的受訪者百分比		
	2009	2007	2004
未來 6 個月內有好機會讓你開設公司	15-18	80-83	24-27
你擁有開設新公司所需的知識、技能及經驗	23-27	30-34	22-26
你因害怕而不想創業	30-34	33-37	40-45
香港多數人都希望人人生活水平相若	43-47	78-81	79-82
香港多數人都認為創業是上佳的事業選擇	44-48	64-68	52-57
在香港，成功的創業者獲高度推崇及敬佩	53-57	66-70	66-70
在香港，你經常可以在大眾媒體上看到關成功創業的報導	66-71	70-75	68-72

b. 深圳成年人口對創業的態度（2003-2009 年）

問題：你是否同意以下陳述？	答「是」的受訪者百分比		
	2009	2004	2003
未來 6 個月內有好機會讓你開設公司	34-38	42-46	45-49
你擁有成立新創公司所需的知識、技能及經驗	33-37	34-38	41-45
你因害怕而不想創業	27-31	24-28	28-32
深圳多數人都希望人人生活水平相若	41-45	81-84	78-82
深圳多數人都認為創業是上佳的事業選擇	48-52	75-79	74-78
在深圳，成功的創業者獲高度推崇及敬佩	54-58	72-76	70-74
在深圳，你經常可以在大眾媒體上看到關成功創業的報導	66-70	68-72	71-75

c. 中國成年人口對創業的態度（2005-2009 年）

問題：你是否同意以下陳述？	答「是」的受訪者百分比		
	2009	2007	2005
未來 6 個月內有好機會讓你開設公司	25-29	37-41	23-27
你擁有成立新創公司所需的知識、技能及經驗	39-43	37-41	30-34
你因害怕而不想創業	31-35	27-31	21-25
中國多數人都希望人人生活水平相若	39-43	45-49	74-78
中國多數人都認為創業是上佳的事業選擇	66-70	66-70	73-77
在中國，成功的創業者獲高度推崇及敬佩	77-81	68-72	64-68
在中國，你經常可以在大眾媒體上看到關成功創業的報導	79-83	82-86	75-79

註：  
利用以上百分比推論整體人口意見之置信水平為 95%。  
有關 2009 年全球成年人口創業心態的完整調查報告，請參閱附錄 2.3。

調查得出的有關態度轉變的結論適用於整個成年人口。但於創業者中，態度轉變為不明顯，甚至有早期階段創業者認為有危才有機。我們分析了創業者是否認為成立和栽培公司成長較 1 年前困難，以及金融危機有否令機會減少。有關結果列於圖表 6 之中。

圖表 6：創業者對開設公司的態度

陳述	創業階段	答「同意」的受訪者百分比		
		香港	深圳	中國
開設公司較 1 年前困難	早期階段	54	56	63
	已成形階段	67	78	64
栽培公司成長較 1 年前困難	早期階段	29	40	29
	已成形階段	51	58	38
全球危機令機會減少	早期階段	40	51	49
	已成形階段	45	63	53

註：  
有關 2009 年全球創業者創業心態的完整調查報告，請參閱附錄 2.4。

相比早期階段創業者，香港和深圳的已成形業務創業者，以及部分中國已成形業務創業者受到是次危機的影響較大。此外，香港和深圳的早期階段創業者，以及部分中國早期階段創業者，能夠在危機中發掘到機會。只有 29% 的早期階段創業者認為經濟衰退令公更難成長。

總括來說，雖然認為不乏商機的成年人口比例在經濟衰退時有所下跌，但他們卻會加倍努力，以將機遇轉化成真實的公司。圖表 7 列出發掘到商機的人（即圖表 5a、圖表 5b 和圖表 5c 第一橫行所指

<sup>6</sup> 對商機的展望與其他量度信心的方法有密切關係。2007 年尼爾森 (Nielsen) 消費者信心調查顯示香港的消費者信心指數創出新高，達 118 點。此指數在 2009 年第 1 季度跌至 70 點，然後在 2009 年第 4 季度回升至 100 點。相對來說，中國消費者信心並沒有大起大落，2007 年第 1 季度為 106 點，2009 年第 1 季度調整至 89 點，然後在同年年底回升至 104 點。隨著信心逐漸恢復，創業率預計也會相應上升。



的人)的創業率,從中可見,近半發掘到商機的香港人有真正創業的意圖,較之前只有五分之一為高。最少15%仍處於創業首3年半的階段,7%則已擁有已成形公司。這些數字都遠高於之前的數字。深圳的情況卻與香港相反,雖然深圳有意創業的人口比例與香港相若,但真正付諸實行的比例卻較低。

圖表 7：發掘到商機的人的創業率

	香港			深圳		
	有意創業 (百分比)	早期階段創業活動 (百分比)	已成形公司 (百分比)	有意創業 (百分比)	早期階段創業活動 (百分比)	已成形公司 (百分比)
2009	46	15	7	48	15	4
2007	19	13	5	-	-	-
2004	19	7	4	48	27	9

註：  
本圖表顯示，在那些認為「在未來6個月內有好機會」並有意創業的受訪者中，最終進行早期階段創業活動或正經營已成形公司的百分比。  
「有意創業」受訪者表示他們計劃在未來3年開設公司。有關「早期階段創業活動」及「已成形公司」擁有者的定義，請參閱附錄 1.1。

## 2.3 創業者的特徵

**機會主導抑或需要主導：**創業者可出於需要而創業，也可為了把握一個機會而創業。在上文有關危機影響的討論中，雖然沒有明言，但其實假設了香港和深圳的創業行為基本屬於機會主導類別。支持這個假設的理據越來越充份。在2007年，香港的機會主導創業者<sup>7</sup>較需要主導創業者高出2.6倍。到2009年，這個比例更上升至3.7倍，與深圳看齊。與此同時，中國的比例由1.7倍下降至1.0倍。

<sup>7</sup> 在是次研究中，創業者是否屬於機會主導，是根據兩條問題來界定。首先是：「你創業是為了把握商機，還是因為沒有其他工作選擇？」其次是「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了把握商機，同時最大動機是爭取自主或提升個人收入的受訪者，才會被當成是受機遇吸引而創業的人士。

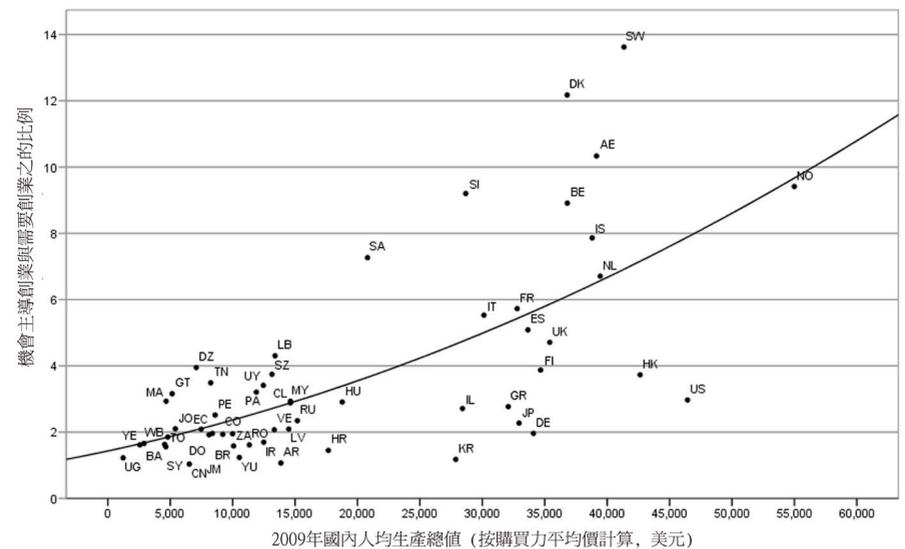
圖表 8：機會主導創業抑或需要主導創業

國家	機會主導的早期階段創業活動 (百分比)	需要主導的早期階段創業活動 (百分比)	機會與需要之比
中國	9.4	9.0	1.0
香港	2.5	0.7	3.7
深圳	3.7	1.0	3.7
創意主導型經濟體			
比利時	2.8	0.3	8.9
丹麥	3.2	0.3	12.1
芬蘭	3.9	1.0	3.9
法國	3.4	0.6	5.7
德國	2.5	1.3	2.0
希臘	6.4	2.3	2.8
冰島	9.2	1.2	7.8
以色列	4.1	1.5	2.7
意大利	3.0	0.5	5.5
日本	2.2	1.0	2.3
韓國	3.7	3.1	1.2
荷蘭	5.0	0.8	6.7
挪威	7.3	0.8	9.4
斯洛文尼亞	4.7	0.5	9.3
西班牙	4.1	0.8	5.1
瑞士	6.9	0.5	13.6
阿拉伯聯合酋長國	11.9	1.2	10.4
英國	4.3	0.9	4.7
美國	5.5	1.9	3.0
效率主導型經濟體			
阿根廷	7.3	6.9	1.1
巴西	9.4	5.9	1.6
智利	10.9	3.8	2.9
哥倫比亞	14.6	7.5	1.9
克羅地亞	3.0	2.1	1.4
多明尼加共和國	11.5	6.0	1.9
厄瓜多爾	10.7	5.1	2.1
匈牙利	6.5	2.2	2.9
伊朗	7.2	4.2	1.7
約旦	6.1	2.9	2.1
拉脫維亞	7.0	3.3	2.1
馬來西亞	3.3	1.1	2.9
巴拿馬	7.3	2.3	3.2
秘魯	14.7	5.8	2.5
羅馬尼亞	2.8	1.7	1.6
俄羅斯	2.6	1.1	2.3
塞爾維亞	2.5	2.0	1.2
南非	3.8	1.9	2.0
突尼斯	6.6	1.9	3.5
烏拉圭	9.1	2.7	3.4

國家	機會主導的早期階段創業活動 (百分比)	需要主導的早期階段創業活動 (百分比)	機會與需要之比
資源主導型經濟體			
阿爾巴尼亞	12.2	3.1	4.0
波斯尼亞和 黑塞哥維那	2.7	1.7	1.6
危地馬拉	18.6	5.9	3.2
牙買加	14.8	7.6	2.0
黎巴嫩	11.5	2.7	4.3
摩洛哥	11.7	4.0	2.9
沙特阿拉伯	4.0	0.6	7.2
敘利亞	5.1	3.1	1.6
湯加	10.7	5.8	1.9
烏干達	18.4	15.1	1.2
委內瑞拉	12.5	6.0	2.1
約旦河西岸地區及 加沙地帶	5.3	3.2	1.7
也門	13.4	8.3	1.6

一般而言，「機會主導創業 / 需要主導創業」的比例與收入呈遞增關係，如圖表 9。早年這個趨勢並沒有在深圳出現。直至 2004 年，深圳的人均收入達到約 7,000 美元，機會主導型創業者較需要主導型創業者高出 7 倍。早年深圳之所以不見這個趨勢，是因為她是一個較新的移民城市。現時該比例為 3.7 倍，與香港相同，僅高於圖表 9 上呈拋物線型的趨勢線。

圖表 9：早期階段創業者機會主導 / 需要主導的比例與國家人均生產總值之關係



註：AE= 阿拉伯聯合酋長國；AR= 阿根廷；BA= 波斯尼亞和赫塞哥維納；BE= 比利時；BR= 巴西；CL= 智利；CN= 中國；CO= 哥倫比亞；DE= 德國；DK= 丹麥；DO= 多明尼加共和國；DZ= 阿爾巴尼亞；EC= 厄瓜多爾；ES= 西班牙；FI= 芬蘭；FR= 法國；GR= 希臘；GT= 危地馬拉；HK= 香港；HR= 克羅地亞；HU= 匈牙利；IL= 以色列；IR= 伊朗；IS= 冰島；IT= 意大利；JM= 牙買加；JO= 約旦；JP= 日本；KR= 韓國；LB= 黎巴嫩；LV= 拉脫維亞；MA= 摩洛哥；MY= 馬來西亞；NL= 荷蘭；NO= 挪威；PA= 巴拿馬；PE= 秘魯；RO= 羅馬尼亞；RU= 俄羅斯；SA= 沙特阿拉伯；SI= 斯洛文尼亞；SW= 瑞士；SY= 敘利亞；TN= 突尼斯；TO= 湯加；UG= 烏干達；UK= 英國；US= 美國；UY= 烏拉圭；VE= 委內瑞拉；YE= 也門；YU= 塞爾維亞；ZA= 南非

### 性別

如圖表 10 所示，在大部分經濟體中，創業者都以男性居多，而中國（包括香港及深圳）也不例外。此外，一如大部分其他經濟體那樣，中國女性（包括香港及深圳）較男性更多基於需要而創業，女性的「機會主導創業 / 需要主導創業」比例較男性為低。



圖表 10：早期階段創業者性別

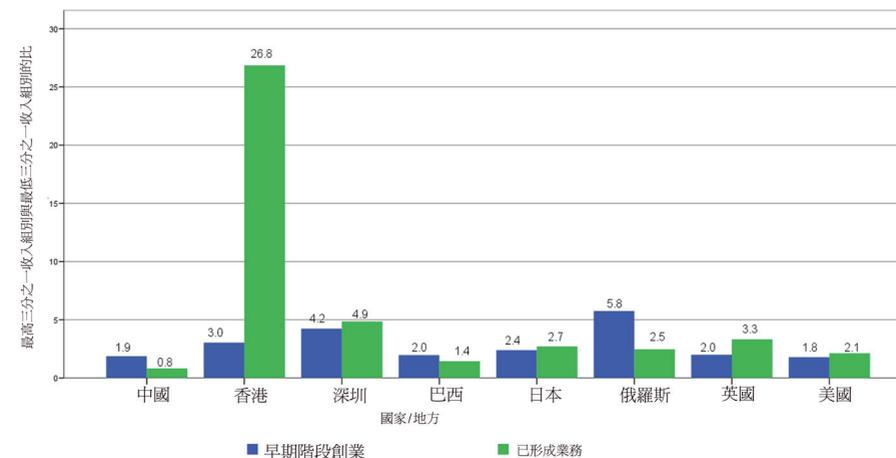
地區	男性				女性				男/女性比例
	機會主導 (百分比)	需要主導 (百分比)	機會主導/ 需要主導比例 (百分比)	合計 (百分比)	機會主導 (百分比)	需要主導 (百分比)	機會主導/ 需要主導比例 (百分比)	合計 (百分比)	
中國	11.6	9.1	1.3	20.7	7.0	9.0	0.8	16.0	1.3
香港	3.7	0.7	5.1	4.5	1.4	0.6	2.2	2.0	2.2
深圳	5.2	1.2	4.3	6.4	2.2	0.8	2.8	3.0	2.1
巴西	8.7	6.1	1.4	14.8	10.1	5.8	1.7	15.9	0.9
日本	3.3	1.6	2.1	4.9	1.1	0.4	3.0	1.4	3.4
俄羅斯	3.3	1.1	3.1	4.4	2.0	1.2	1.7	3.1	1.4
英國	6.1	1.2	5.1	7.8	2.6	0.6	4.2	3.2	2.3
美國	6.7	2.6	2.6	9.3	4.3	1.1	3.9	5.4	1.7

註：  
 「機會主導」指基於機會而成為早期階段創業者的男/女性比例。  
 「需要主導」指基於需要而成為早期階段創業者的男/女性比例。  
 「機會主導/需要主導比例」指第1欄除以第2欄得出的比例。  
 「合計」指男/女性早期階段創業者合計的百分比。  
 「男/女性比例」指在早期階段創業者中，男性的總數除以女性的總數。  
 如欲查看完整列表，請參閱附錄 2.6。

## 收入

創業是利可圖的。從圖表 11 所見，已香港的已成形企業擁有者中，最高收入的三分之一組別的人士的比例為較低收入人士的 27 倍。在深圳方面，已成形企業擁有者的相關比例則是 5 倍。由此看來，成功創業者是可以獲得更高收入的。

圖表 11：創業者收入



註：上圖顯示了在已收集數據中，最高收入之三分之一組別創業活動率的最富有的三分之一樣品除以最低收入之三分之一組別創業活動率。“最高收入”和“最低收入”是按被訪者提供的每月收入去決定。

但對於早期階段創業活動者，即成立少於 3 年半的新創企業，他們的情況卻是相反的。在香港和深圳中，早期創業者的高收入人士的比例只是較低收入人士的 3 倍和 4.2 倍。相比之下，中國和美國的創業活動較平均地分佈於不同的收入階層。

## 年齡

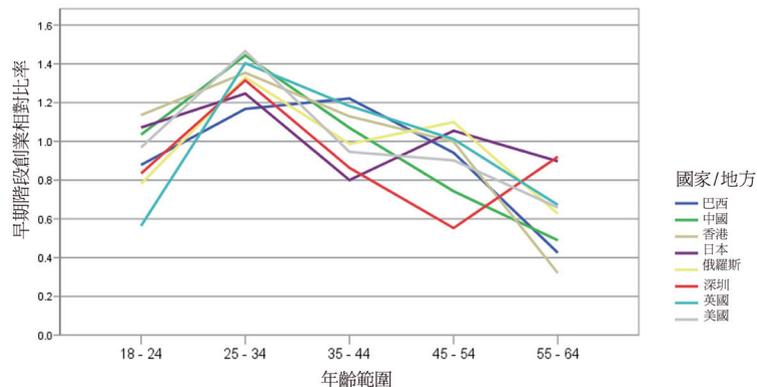
新進創業者以年輕人居多。在圖表 12 所示的 7 個經濟體中，25 至 34 歲是創業比例最高的年齡組別，其中又以中國為最高，因為這個年齡組別的中國年青人的相對創業比例較普通人群高出 1.4 倍。香港年長人士的相對創業比例則是最低的——與香港普通人群相比，年齡介乎 55 至 64 歲的香港人，只有三成機會開設公司。日本創業者的年齡分佈最為平均。

已成形業務創業者多處於中年階段，其中在深圳及中國，比例最高的年齡組別是 35 至 44 歲，而在香港、韓國、俄羅斯及英國，比例最高的年齡組別則是 45 至 54 歲。至於在最高年齡組別中，則以美國和日本的比例為最高。

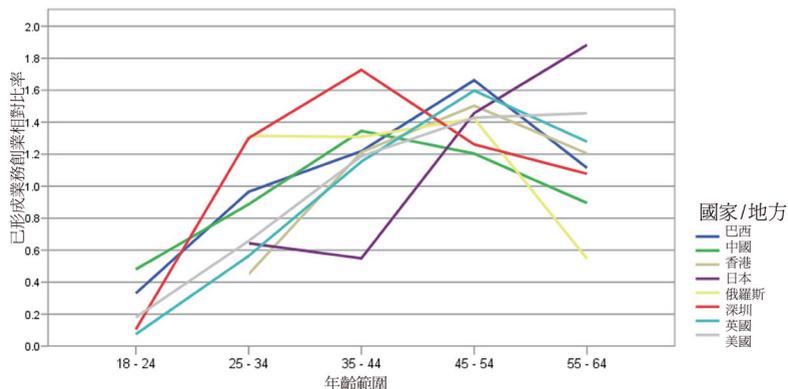


圖表 12：創業者年齡

a. 早期階段創業者年齡分佈



b. 已成形業務創業者年齡分佈



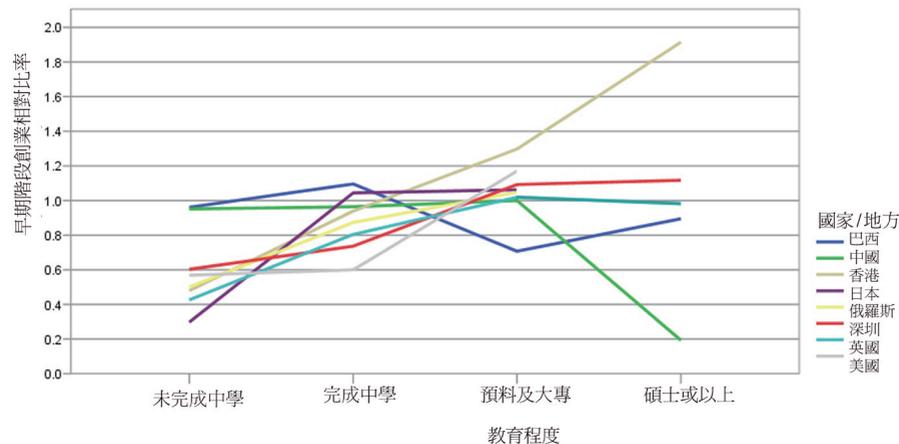
註：  
以上圖表將各年齡組別的創業率除以整體人口的創業率，從而調整創業率至約為 1。

### 教育

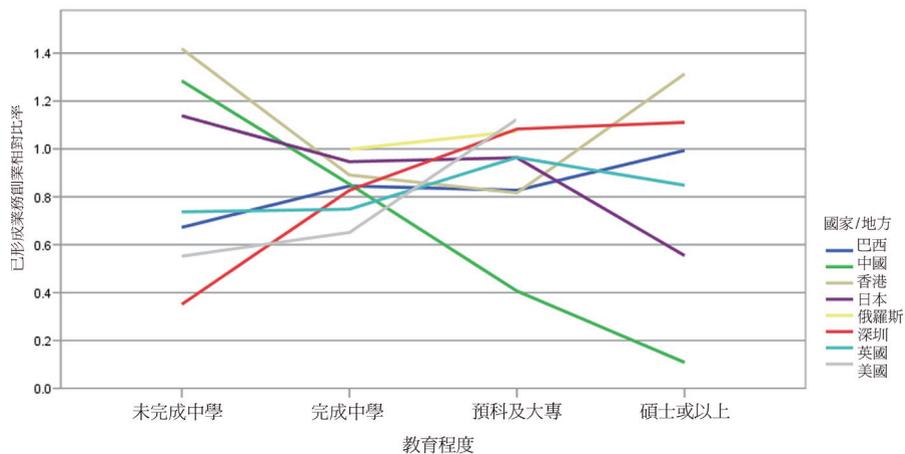
正如圖表 13 所示，在大中華地區整個人口中，對創業是上佳職業選擇的認同感正在下降。而更重要的問題是對於前景較佳及教育程度較高的社會階層，創業究竟還有多大的吸引力？圖表 13 顯示，擁有碩士或以上學歷的人士，其創業機會較一般人高出接近兩倍，可見香港學歷較高的人士較傾向創業。深圳也呈現類似的趨勢，但程度較不明顯。中國的情況則相反，學歷越高的人，其創業的機會便越低——未完成中學人士的創業機會較一般人高出 1.3 倍，而擁有碩士或以上學歷的人士，其創業機會只是普通人群的十分之一。明顯地，在中國大部分地區，努力讀書，然後成為公務員或加入大企業工作的傳統思想，比較着適。然而在香港，根據我們的研究，這種傳統思想已呈現相反趨勢。

圖表 13：創業者教育程度

a. 早期階段創業者教育程度分佈



b. 已成形業務之創業者教育程度分佈



註：圖表 13a 及圖表 13b 顯示不同教育程度組別創業者的相對比例。相對比例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總和。部分國家的教育程度組別的數據不全。「未完成中學」指曾接受中學教育；「完成中學」指高中畢業；「預科及大專」指擁有專上證書或大學學歷；「碩士或以上」包括碩士及博士學歷。由於部分國家未有調查受訪者曾否就讀研究院，故未能提供完整數據。

2.4 新創企業從事的行業

縱觀全球，大部分新創企業屬於為消費者提供服務的已成形企業，例如餐廳、商店、房屋租售及維修等（見圖表 14）。一般而言，與其他行業相比，消費者服務業的更替率很高，即從事消費者服務業的公司在早期階段企業中所佔的比例，高於該行業公司在已成形企業中所佔的比例。不過，深圳的情況卻是例外，消費者服務公司佔已成形企業的 69%，在早期階段企業中所佔的比例則為 59%。轉化業是深圳繼消費者服務業之後的第二大創業行業，包括建造業、製造業、運輸業、公用事業通訊，以及公用事業。香港方面，早期階段企業主要從事商業服務業及轉化業，比例相若，而已成形企業則主要從事轉化業。深圳的已成形企業很少從事商業服務業，反而不少早期階段企業從事商業服務業，反映出新商業服務的數目正在增加。在中國其他地區，最少企業從事商業服務業，數目亦遠低於從事轉化業及開採業——包括農業、漁業、林業及礦業——的企業數目。

圖表 14：創業者的行業分佈

a. 2009 年 GEM 國家的行業分佈

	早期階段企業				已成形企業			
	開採業 (百分比)	轉化業 (百分比)	商業服務業 (百分比)	消費者 服務業 (百分比)	開採業 (百分比)	轉化業 (百分比)	商業服務業 (百分比)	消費者 服務業 (百分比)
中國	15	17	3	66	25	17	2	56
香港	0	14	15	72	0	36	9	55
深圳	0	27	14	59	0	27	4	69
巴西	2	22	5	71	5	27	6	63
日本	3	25	15	58	3	31	20	47
俄羅斯	4	31	5	61	6	33	9	53
英國	1	31	10	58	5	32	13	50
美國	5	24	29	42	13	26	27	35

註：  
 以上數字代表早期階段企業及已成形企業在各行業所佔的比例。  
 由於數字經過四捨五入，橫行各數值的和不一定等於 100%。開採業包括農業、林業、漁業及礦業。轉化業包括建造業、製造業、運輸業、通訊業、公用事業及批發業。商業服務業包括金融業、保險業、地產業及其他商業服務業。消費服務業包括零售業、汽車銷售業、酒店業、餐飲業、個人服務業、醫療保健業、教育及社會服務業，以及休閒服務業。  
 有關 2009 年所有 GEM 國家的相關數據，請參閱附錄 2.6。



## 2.5 新創企業對經濟及市場的影響

創業的經濟影響力在不同企業中都不盡相同。通俗地說，賣魚蛋的熟食攤檔只為擁有的者提供工作機會及為途人提供服務，影響力自然遜於交易額達千百萬元，聘用數以百計僱員，為成千上萬客戶提供可以提升生活品質的產品和服務的企業。政府可推出不同政策來激發創造力，令不同類型的企業可以蓬勃發展。

量度企業未來經濟影響力的方法之一，是了解企業預期聘請多少僱員。在是次調查中，受訪者被問到在未來 5 年預計招聘多少僱員，如果受訪者預期在未來 5 年將聘請 20 名或以上僱員，便可界定為「預期高增長創業者」。

圖表 15 比較近年香港、深圳及中國的高增長預期創業（HEA）指數。深圳的 HEA 指數自 2003 年開始明顯下跌，香港和中國則先升後跌。時至今日，深圳在 HEA 指數方面並沒有大幅超越中國，而是與中國其他地區處於相若的水平。

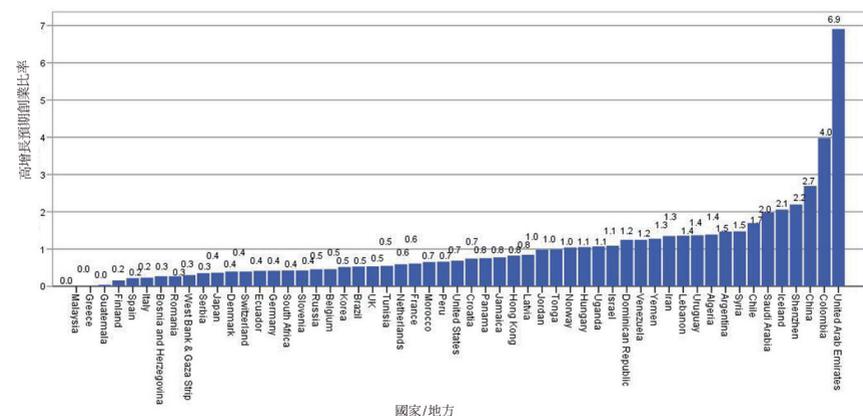
雖然上文提到中國 HEA 指數有所下跌，但要理解箇中意義，可從全球層面作出考量，並將指數轉化成對數值。圖表 16 顯示，雖然指數下跌，但中國參與 HEA 的人口比例仍位居全球前列；此外，從絕對數值來看，在 2009 年，中國共有超過 2,400 萬 HEA 創業者（即預期會在未來 5 年招聘超過 20 人的創業者），較世界任何其他國家都高出 16 倍以上，是一個很高的數字<sup>8</sup>。

圖表 15：2004-2009 年香港、深圳及中國的高增長預期創業比率

年份	預期將聘請超過 20 名員工的早期階段創業比率 (百分比)		
	中國	香港	深圳
2009	2.7	0.8	2.2
2007	4.0	2.3	不適用
2004	不適用	0.4	3.4
2003	1.3	0.9	5.6

註：  
HEA 量度在 18 歲至 64 歲的人口中，預期會於未來 5 年聘請最少 20 名僱員的處於孕育階段的創業者或新創企業擁有 / 管理者所佔的比例。

圖表 16：2009 年全球高增長預期創業比率



註：Malaysia: 馬來西亞；Greece: 希臘；Guatemala: 危地馬拉；Finland: 芬蘭；Spain: 西班牙；Italy: 意大利；Bosnia and Herzegovina: 波斯尼亞和赫塞哥維納；Romania: 羅馬尼亞；West Bank & Gaza Strip: 約旦河西岸地區及加沙地帶；Serbia: 塞爾維亞；Japan: 日本；Denmark: 丹麥；Switzerland: 瑞士；Ecuador: 厄瓜多爾；Germany: 德國；South Africa: 南非；Slovenia: 斯洛文尼亞；Russia: 俄羅斯；Belgium: 比利時；Korea: 韓國；Brazil: 巴西；UK: 英國；Tunisia: 突尼斯；Netherlands: 荷蘭；France: 法國；Morocco: 摩洛哥；Peru: 秘魯；United States: 美國；Croatia: 克羅地亞；Panama: 巴拿馬；Jamaica: 牙買加；Hong Kong: 香港；Latvia: 拉脫維亞；Jordan: 約旦；Tonga: 湯加；Norway: 挪威；Hungary: 匈牙利；Uganda: 烏干達；Israel: 以色列；Dominican Republic: 多米尼加共和國；Venezuela: 委內瑞拉；Yemen: 也門；Iran: 伊朗

除了僱員人數，我們亦可根據新創企業有否為顧客帶來創新產品或服務，來量度其影響力，不論當中有否應用到新科技，有沒有競爭對手，或有多少競爭對手。一般而言，科技較新，產品和服務對顧客來說有更高的創新性，而競爭對手為數越少，則新創企業將有較大的影響力。以下圖表 17 把新創企業分為 4 類：沒有影響——新創企業沒有最新的科技，顧客新鮮感有限，而競爭對手為數不少；影響輕微——新創企業沒有新科技，但競爭對手為數不多，及 / 或對顧客甚具新穎性；影響溫和——企業擁有新科技，但顧客新鮮感有限，而競爭對手為數不少；影響巨大——新創企業擁有新科技，競爭對手為數不多，及 / 或對顧客甚具新穎性。

<sup>8</sup> 根據美國統計局國際人口資料庫（US Census Bureau International Data Base），中國 18-64 歲人口有 8.95 億人，排第 2 位的印度有 3.70 億人，第 3 位的美國則有 1.92 億人。以中國 HEA 為 2.7%、印度 HEA 為 0.4%（取自 GEM 2008 報告，因為印度沒有參加 2009 年的調查）以及美國 HEA 為 0.7% 計算，中國共有 2,420 萬名 HEA 創業者，印度有 150 萬名，而美國有 130 萬名。



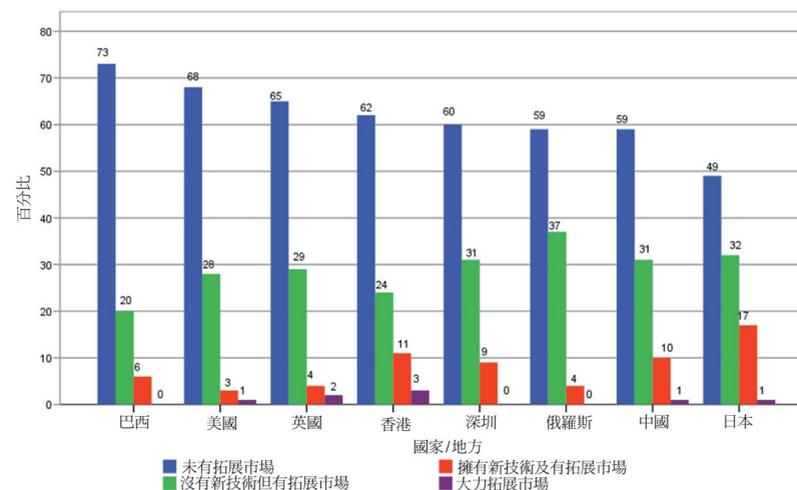
圖表 17：創業者市場影響力的分程序

	擁有最新科技			沒有最新科技		
	對所有顧客 都具新穎性	對部分顧客 具新穎性	對所有顧客都 不具新穎性	對所有顧客 都具新穎性	對部分顧客 具新穎性	對所有顧客都 不具新穎性
甚多競爭 對手	影響溫和	影響溫和	影響溫和	甚多競爭 對手	影響輕微	沒有影響
很少競爭 對手	影響巨大	影響溫和	影響溫和	很少競爭 對手	影響輕微	沒有影響
沒有競爭 對手	影響巨大	影響巨大	影響溫和	沒有競爭 對手	影響輕微	影響輕微

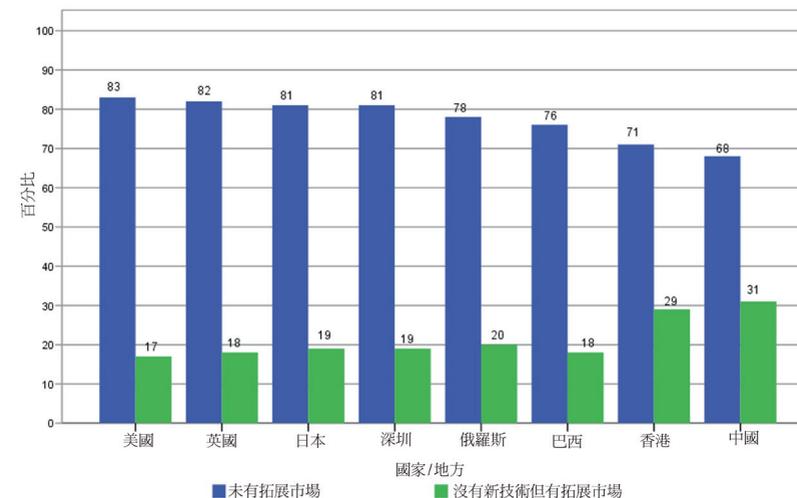
按照這個 4 級影響力分級方法，如圖表 18 所示，不足 1% 的已成形企業能夠在表中所列的 8 個經濟體產生溫和或巨大影響。絕大部分的早期階段創業者亦表示，其企業並不具有影響力，或影響輕微。然而，香港有比較多受訪的早期階段創業者認為其企業具有溫和（11%）或巨大（3%）影響力，而日本有更大比例的受訪者認為其企業具有溫和（17%）或巨大（1%）影響力。在中國和深圳的受訪者中，認為其企業具有溫和或巨大影響力的比例也很高。請注意，一件在某個國家甚受歡迎的產品，在另一個國家，基於市場結構、科技水平和市場競爭的差異，未必可以產生同等程度的影響力。不過，總括來說，在大中華地區，創業者普遍都可對市場產生相當影響。

圖表 18：早期階段創業者與已成形企業的市場影響力

a. 早期階段企業的市場影響力



b. 已成形企業的市場影響力



有關 2009 年所有 GEM 國家的完整統計數據，請參閱附錄 2.7。



雖然不同地區的創業者對新科技有不同的認知，分析過去數年的科技趨勢，對了解這方面的情況仍具啟發性。圖表 19 就此作出了比較。由此表可見，自 2007 年起，中國、香港、巴西及日本大幅增加科技應用，相反英國、美國和俄羅斯則呈現大幅減少的趨勢。

圖表 19：應用在產品或服務的科技或程序

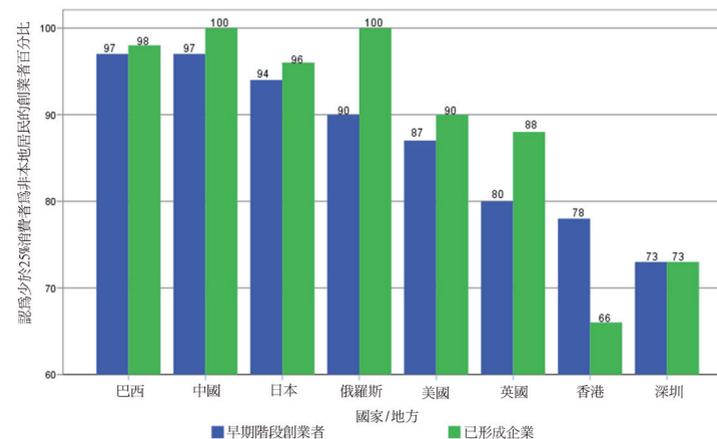
國家	年份	早期階段創業者的比例		
		沒有新科技	擁有新科技	擁有尖端科技
中國	2007	69	23	9
	2009	64	25	11
香港	2007	72	20	8
	2009	64	21	14
深圳	2007	-	-	-
	2009	54	36	9
巴西	2007	82	16	2
	2009	82	12	6
日本	2007	59	32	9
	2009	55	27	18
俄羅斯	2007	77	14	9
	2009	82	14	4
英國	2007	72	21	7
	2009	74	19	6
美國	2007	63	24	13
	2009	77	19	4

註：表中所列的早期階段創業者的比例，顯示其產品或服務或沒有應用新科技，或會應用若干科技，甚或用上最新科技。由於數字經過四捨五入，各數值相加的和不一定等於 100%。

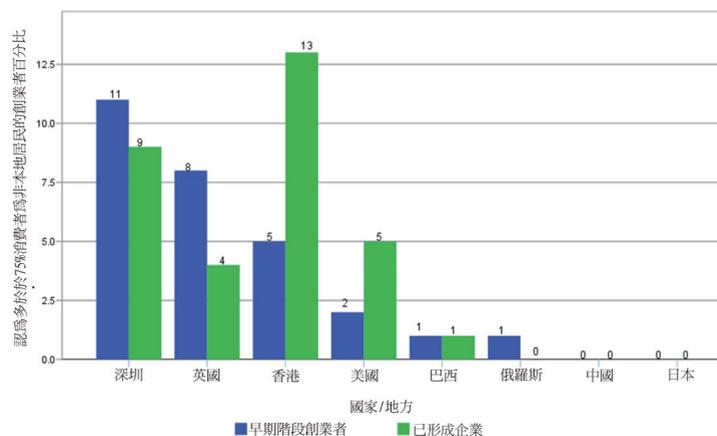
一般而言，一家具有國際競爭力的企業較一家只在本土市場經營的企業有更大的影響力，不論企業處於大型經濟體如美國、俄羅斯、中國或日本，還是像香港般的小型經濟體，或特別為服務國際市場而建構的經濟體如深圳。圖表 20 列出新創及已成形企業的創業者出口的情況。不出所料，深圳和香港是對外最開放的經濟體，兩地分別有 9% 和 5% 的新進創業者，以及 9% 和 13% 的已成形業務創業者表示，在其顧客之中，有超過 75% 於企業所在地以外的地區居住。就企業的目標市場來說，日本和中國是最能自給自足的經濟體——在是次調查中，並沒有企業表示有超過 75% 的顧客於企業所在地以外的地區居住。

圖表 20：非本地消費者

a. 認為少於 25% 消費者為非本地居民的創業者比例



b. 認為多於 75% 消費者非本地居民的創業者所佔比例



註：有關 2009 年所有 GEM 國家的完整統計數據，請參閱附錄 2.8。

## 2.6 退出業務

除了以創業來進入市場，我們亦向所有受訪者了解為何在過去 12 個月退出業務。調查是在 2009 年 5 月至 8 月進行，換言之問題實際涵蓋的時間為 2008 年中至 2009 年中，即經濟危機處於最水深火熱之際，但其間業務退出率卻出乎意料地低。事實上，一如圖表 21 所示，中國、香港、日本、美國及巴西的業務退出率都有所下降。由此或可證明創業者在面對嚴重衰退時都傾向「耐心等待」，而非「一走了之」。

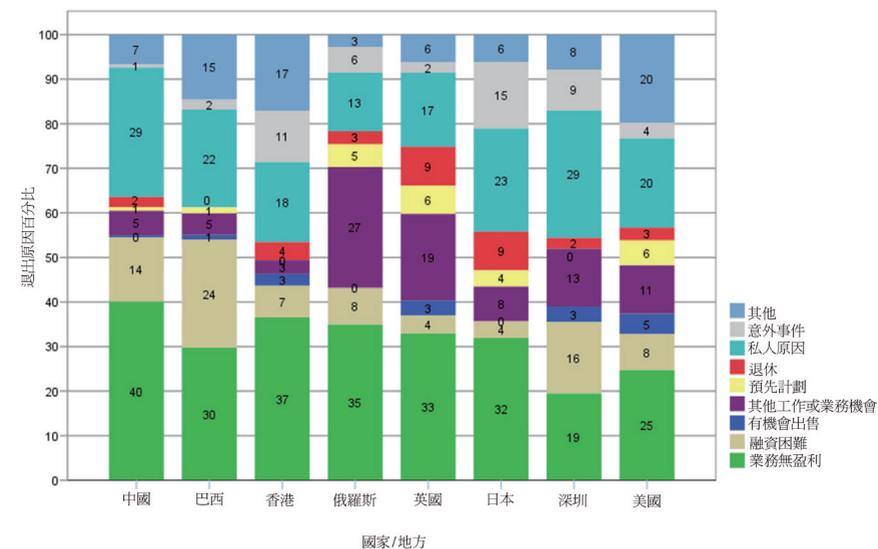
圖表 21：退出業務率

國家	終止業務 (百分比)		出售業務 (百分比)		退出業務 (百分比)		出售業務百分率 (百分比)	
	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年
中國	4.3	6.1	2.3	4.2	6.6	10.3	35.3	40.7
香港	1.1	3.5	0.4	0.9	1.5	4.4	25.5	20.9
深圳	2.5	4.9 (2004)	1.5	-	4.0	-	38.0	-
巴西	2.4	4.5	1.6	2.0	4.0	6.4	40.6	30.5
日本	1.0	2.0	0.4	0.0	1.4	2.0	28.0	0.0
俄羅斯	1.8	1.0	0.4	0.1	2.2	1.1	19.4	9.2
英國	1.6	1.2	0.5	0.8	2.1	2.0	22.7	37.7
美國	2.3	3.0	1.1	1.8	3.4	4.8	31.6	37.3

註：  
此表記錄於過去 12 個月曾終止、出售或退出業務的 18-64 歲成年人口的比例。  
由於深圳沒有參加 2007 的調查，故以 2004 的數據補上。  
有關 2009 年及 2007 年所有 GEM 國家的完整統計數據，請參閱附錄 2.9。

調查亦了解受訪者為何在過去 12 個月退出業務（如有）。有關結果總結在圖表 22 內。如果將與財政相關的因素（「業務無盈利」及「無法融資」）歸納為一，中國有高達 54% 的創業者因財政原因而退出業務，香港則有 44%。在財政原因之外，最多創業者因「個人原因」而退出業務。

圖表 22：報稱退出業務的原因



## 2.7 非正式投資

是次 GEM 研究亦就人們對新創企業的投資作出調查，受訪者被問到過去 3 年有否投資於新創企業。因投資新創企業較少涉及複雜的合約安排，通常被稱為非正式投資。一如圖表 23 所示，在表列國家中，非正式投資都有所下跌，其中以香港的跌幅最大，非正式投資者佔人口的比例由 7.9% 減少至 2.9%。

圖表 23：非正式投資者比例

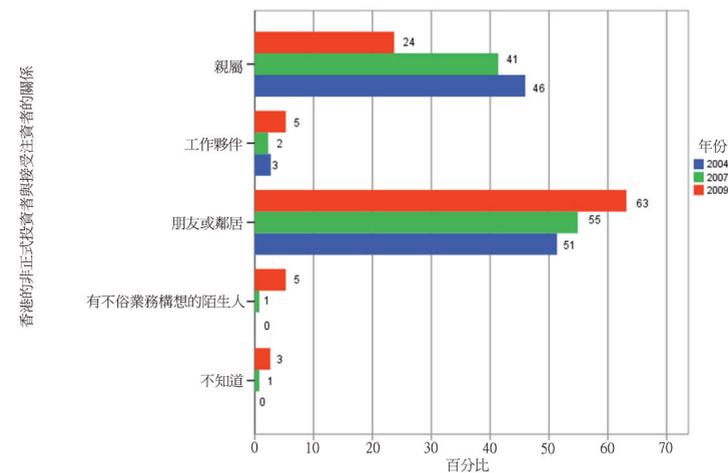
	非正式投資者比例 (百分比)	
	2009	2007
中國	6.6	9.6
香港	2.6	7.9
深圳	3.8	-
日本	1.7	1.8
韓國	3.2	-
馬來西亞	2.1	-
俄羅斯	1.5	1.6
英國	1.1	1.4
美國	4.1	4.9

註：  
有關 2009 年及 2007 年所有 GEM 國家的完整統計數據，請參閱附錄 2.10。

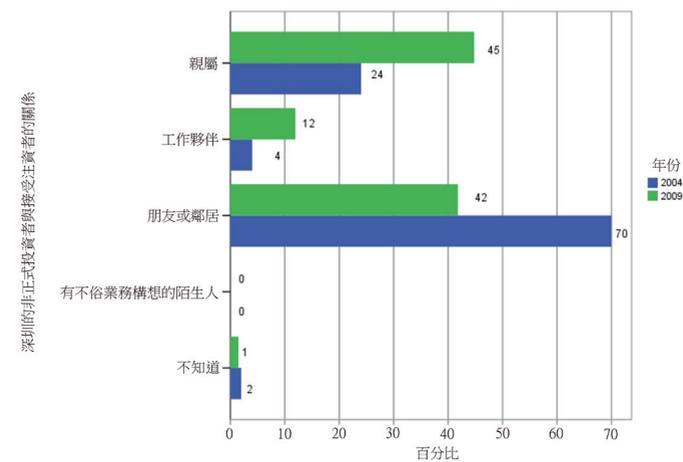
至於非正式投資者會投資於哪些人的企業，可參看圖表 24。香港方面，63% 的非正式投資者會投資於朋友或鄰里的新創企業，投資於親屬的則只有 24%。事實上，會投資於親屬的新創企業的非正式投資者比例於 2004 年仍有 50%，但之後便一直持續下跌。有趣的是，在過去 5 年，深圳的發展趨勢正好相反——2004 年有 24% 的非正式投資者有投資於親屬的新創企業之中，現時更升至 45%。而在融資越來越依賴家族成員的同時，新創企業的數目卻大幅減少，可見在深圳，雖然在創業高峰時期曾有高達 70% 的非正式投資者會投資於朋友或鄰里的新創企業，但現在非正式投資來源已回歸至較為傳統的方式上。

圖表 24：非正式投資者與接受注資者的關係

a. 香港



b. 深圳



### 3.0 香港創業支援條件

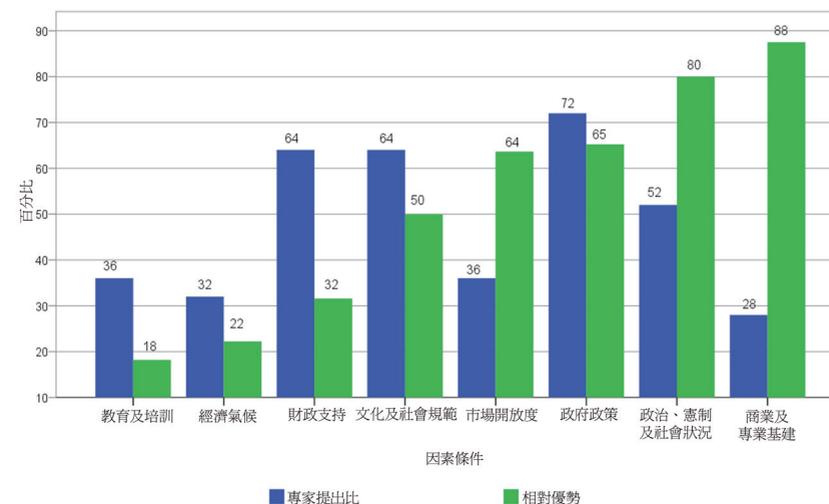
此節將關於在香港創業的有利或負面因素<sup>9</sup>，而數據主要來自香港 36 位在創業範疇的專家——其中半數為創業者——的訪問。我們向這些專家發出 GEM「各國專家調查」的標準問卷，以了解他們是否同意問卷內涉及香港創業環境 19 個基本領域<sup>10</sup>的 96 個陳述，以及同意的程度。有關問卷中具有統計重要性的答案，請參閱附錄 3.1。

我們亦請專家挑選在香港創業的 3 個最大障礙和 3 個最有利因素（即在香港創業的優勢和弱點），以及就改善香港創業情況提出 3 項建議。為令受訪專家在回答這些開放式問題時有特定的範圍，我們建議他們在回答時就不同的創業支援條件作出考慮。雖然我們請受訪專家從 12 項條件<sup>11</sup>中挑選在香港創業的優勢和缺點，最終只有 8 項創業支援條件比較突出。按照獲專家選擇的次數排列，該 8 項條件依次為：

- 政府政策
- 財政支援
- 文化及社會規範
- 政治、憲制及社會狀況
- 教育及培訓
- 市場開放度
- 經濟氣候
- 商業及專業基建

圖表 25 顯示以上 8 項條件的相對優勢。

圖表 25：香港創業支援條件的相對優勢



註：量度相對優勢的方法，是以視某一因素為優勢的專家比例，除以視該因素為優勢或弱點的專家比例。未獲最少四分之一專家視為主要優勢或缺點的因素，則沒有在表中列出。

在以下一節，我們將逐一探討專家認為最重要及最可行的創業支援條件<sup>12</sup>：

- 政府政策及規劃<sup>13</sup>
- 教育及培訓
- 文化及社會規範
- 財政支援

如圖表 25 所示，上述四大因素共佔全部建議的 91%，佔全部弱點的 70%，及佔全部優勢的 53%<sup>14</sup>。由於上述四項因素乃香港創業專家最為關注的，在政府方面亦是最為可行的，所以我們將作詳細討論。

<sup>9</sup> 有關香港政策的詳細討論，以及有關深圳政策的討論，請參閱即將發表的《全球創業觀察香港及深圳研究報告》。

<sup>10</sup> 該 19 個基本領域為：財政、政府政策、政府規劃、教育及培訓、研發轉讓、商業及服務基建、市場開放度、有形基礎建設、文化及社會規範、創業機會、創業技能及知識、創業者社會形象、知識產權、女性對新創企業的支援、對高速增長企業的關注、對研發的興趣，以及社會創業。

<sup>11</sup> 該 12 項創業支援條件為註釋 10 所列的首 9 個領域，另加經濟氣候、人力特徵，以及政治、憲制及社會狀況。

<sup>12</sup> 雖然經濟氣候明顯是一個重要的因素，但因為經濟氣候並非香港個別人士可以改變得到，所以不列入是次討論之內。其他較少受關注的創業支援條件之所以沒有被討論，是因為這些條件變化較緩慢，亦已在之前的報告內作出分析。

<sup>13</sup> 在全球報告及之前的香港報告中，政府的整體政策和為實現創業政策而推出的特定計劃是分別開來的。然而在香港，政策的推行往往是以特定計劃來實現，所以兩者在圖表 25 中合併為單一因素。

<sup>14</sup> 政治、憲制及社會狀況是獲最多專家評為是香港優勢的支援條件，共有 21%。如此項條件不是單一因素，而是置於政府政策或文化及社會規範其中一個範疇之內（一如以往的調查那樣），則上述四項因素所涵蓋的優勢便佔全部優勢的 74%。此外，前三項亦是世界其他地方最為關注的因素。請參閱附錄 3.3。



圖表 26：香港在創業支援條件上的優勢、弱點及建議比例

支援條件	弱點	優勢	建議
政府政策及規劃	21.5	25.7	46.2
教育及培訓	12.9	2.7	24.7
文化及社會規範	17.2	16.2	14.0
財政支援	18.3	8.1	6.5
政治、憲制及社會狀況	4.3	21.6	4.3
研發轉讓	3.2	1.4	3.2
市場開放度	7.5	9.5	1.1
商業及專業基建	1.1	10.8	-
有形基礎建設的享用權	1.1	-	-
經濟氣候	11.8	2.7	-
人力特徵	1.1	1.4	-
總計	100.0	100.0	100.0

註：上表列出專家提及的弱點、優勢及建議比例。每位專家可挑選 3 個弱點和 3 項優勢，並提出 3 項建議。

### 3.1 香港的政府政策及規劃

在影響新創企業的環境中，政府政策及規劃是最具爭議的部分。超過四分之一的專家認為政府政策及規劃是香港的優勢之一，但同時有五分之一的專家認為這是香港的弱點；此外，近半專家就部分政策及規劃提出了改善建議。簡單來說，專家對政府在創業方面的定位的滿意度存在重大分歧。

部分專家不滿的原因很簡單，就是認為政府的決策過程不但緩慢，而且透明度低。以下是其中一位專家的意見：

政府缺乏立場，沒有意識到要迅速作決定。這是什麼意思？看來政府沒有注意到要維持香港營商環境的競爭力。政府着重的只是與主權有關的問題——宏觀政治問題——而非經濟問題。舊機場的發展已擱置 10 年了，難得有如此優質的地皮，但至今什麼也沒有。這需要改變……諮詢過程應有所改善。由於有新法例出台……政府要符合法例要求，便須就不同的議題諮詢公眾，可是當局在諮詢公眾之前已有取態，令諮詢過程產生出不少問題。

另一位專家亦有類似的觀點：「政府雖然有硬件，卻缺乏軟件。」

不過，即使政府制定政策比較緩慢，透明度亦不足，但她在發牌方面卻甚具效率，令新創企業可以很快便獲得所需的許可證及牌照。此外，稅款不重，稅務及其他政府規例的執行均具預測性及延續性，政府的官僚架構、條例及發牌制度對於新創及成長中企業來說，亦非難以應付。詳見圖表 27。

圖表 27：關於政府政策問卷的意見反映

陳述	香港		深圳	
	同意或不同意	平均得分	同意或不同意	平均得分
政府政策（例如公共採購）一直有利新創企業。	不同意	-1.12	NS	-0.20
支援新創及成長中企業乃地區政府在制定政策時的優先考慮因素。	不同意	-0.56	NS	0.16
支援新創及成長中企業乃本地政府在制定政策時的優先考慮因素。	不同意	-0.57	NS	0.12
新創企業可在約一星期內取得大部分所需的許可證及牌照。	同意	0.53	NS	-0.03
稅額不會對新創及成長中企業構成負擔。	同意	1.61	NS	0.32
向新創及成長中企業實施的稅務及其他政府條例均具有預測性及延續性。	同意	1.39	同意	0.71
政府的官僚架構、條例及發牌制度對於新創及成長中企業來說，並非難以應付	同意	0.94	同意	0.86

註：平均回答範圍由 -2（全部專家均非常不同意）至 +2（全部專家均非常同意）。NS = 平均來說差不多等同 0（既非不同意，亦非同意）

那些認為政府政策為一項優勢的專家，亦多次讚揚香港的小政府模式，以及香港經濟活動限制少、經濟基本自由、法治良好和市場開放度高，同時政府亦非常專業。

對於從事服務業的新創企業來說，這些因素令他們可以非常迅速地完成公司成立程序。不過，如果新企業需要興建特殊設施，香港政府卻難以配合。一位專家評論道：  
……當他們〔創業者〕要就興建設施與規劃署、渠務署、污水處理署周旋時，便會察覺政府非常官僚，完全不利做生意。

普遍而言，政府政策被視為向不利於新創及成長中企業的方向傾斜。一位專家指出，窒礙創業的其中一個政策弱點是政府着重於高地價和土地政策。公共採購政策則傾向已成形企業，而支援新創及成長中企業並非政府的優先考慮因素。一位專家評論道：

政府官員希望支援新創及成長中企業，但政府中人太在意自己的職權限制。他們要令人覺得他們對所有人都是公平的，最終無事可做。

部分專家指出，未有競爭法正好說明政府的立場並非有利中小企業<sup>15</sup>。不過，另有一位專家認為競爭法未必有用：

超級市場、運輸，以及電力及能源等行業都出現接近壟斷的局面。但通過反壟斷法並無助扭轉這個局面，因為無論是什麼法例，行業巨頭都可以聘請最好的律師，打贏官司。政府應即時透過施壓來

<sup>15</sup> 一如本報告行將付印，香港勢將在 2010 年底實施全面競爭法。



遏止不公平營商手法。例如消費者委員會記錄沒有價格折扣的減價廣告。政府可採用行政手段來制止這類營商手法，由此更可顯示出政府維護平等機會的決心。

**行業政策：**無論是哪個國家的創業者，都應考慮政府行業政策對新創企業的機遇和風險會帶來什麼影響，因為政府在社會上扮演的角色越重要，創業者在制定商業計劃時越需順應政府的政策方針。在 1997 年香港回歸前，香港的行業政策只有工業邨、工業貿易署針對中小型企業推出的措施、香港貿易發展局舉行的宣傳及資訊性活動，以及對健康護理、社會服務、房屋、造地、運輸及教育等被視為涉及公共領域的行業的直接干預。雖然分析員及政府報告均提出四大支柱產業（金融服務、旅遊、貿易及物流，以及專業服務，這四大產業現時共佔國家生產總值的 60%），但政府並沒有在任何現行的行業政策中「擇善而行」。

自回歸以來，政府推出了更積極的行業政策。2000 年，創新科技署及香港應用科技研究院（簡稱「應科院」）成立，象徵了政府在推動高新科技創業方面的努力。2001 年，落戶應科院的香港科技園公司（簡稱「科技園」），以及之後對工業邨的整固以及科技園轄下創新中心的成立，都是有關政策重點的具體體現。2004 年，政府又推出政策，鼓勵大學和應科院攜手成立汽車零部件、物流及供應鏈管理科技、紡織及成衣、納米科技及先進材料、通訊科技、消費電子、集成電路設計，以及光電子的研究小組。此外，應科院轄下香港賽馬會中藥研究院成立了中醫藥研究小組。香港不斷推展的產業集群政策亦包括科技園內科技企業、創新中心內設計公司和數碼港內數碼生活公司的培育計劃。

近期，政府確定出對香港發展起關鍵作用的六大產業（佔國民生產總值 6-8%）：教育服務、醫療服務、檢測和認證、環保產業、創新科技，以及文化及創意產業。有關應用研究小組、培育計劃和六大優勢產業的政策，以及政府在經濟方面原先的投入，構成了香港新出台的行業政策<sup>16</sup>。

專家對這項行業政策出現正反意見，部分表示支持，其餘則表示（往往帶有感情因素）反對。

表示支持的專家通常亦希望政府可以對政策多加說明，而政策亦可有所增補。其中一位專家評論道：政府需要在自由放任和政策規管之間區分得更清楚。最大問題是政府對自己的方向也不完全清晰。普遍認為香港的成功是源於對經濟的自由放任，但自由放任的程度卻非普遍理解那樣。如果沒有公平競爭環境，自由放任便會失效，尤其是在公私重疊的領域。公私的界限會此消彼長，因此政府應推出特定的政策來推動重點行業的發展。

產業集群是需要的，令政府對某一行業的支持可以到位……〔不過〕哪個行業屬於核心行業，而政府正如何推動這些重點行業的發展，卻並不清晰。政府並不積極為香港定位。相比之下，新加坡會主動公佈什麼行業是其支柱產業，而他們將如何強化這些行業……。香港需要為不同行業的發展制

定更清晰方向和具體計劃，以打造出達到世界水平的產業。要確認快速增長的行業並不困難，但這不算是行業政策。最要的是表明「這便是我們針對某一行業而推行的支持措施。」

另一位表示支持的專家則指出：

……政府應加強中央協調制度，以建立一個涵蓋商界、政府及學術界的網絡並作出監察。雖然自由放任政策一直取得成功，政府仍應學習適時對市場和業界作出協調……

有專家的回應更是簡單直接：「政府應更為主動。」

不過，在反對推行積極行業政策的專家陣營中，意見更多。一位金融家評論道：無論是賣魚蛋的攤檔，還是資訊科技，政府的創業政策應一視同仁。在一個自由經濟體，你應培育各式各樣的新企業。成功的企業自然會脫穎而出，屆時你便可確認哪一個行業可盈利及值得重點發展的。這個政府認為自己可以挑選出一、兩個值得投資的行業。這是錯誤的。香港並非設立科技或資訊科技企業的理想之地。我們應放棄創新科技署，取而代之是成立一個專責創業的部門。

一位反對現行行業政策的科技創業者補充說：

我並不需要政府出手幫忙。政府做事總不到位。例如應科院。政府對哪個產業投入金錢，大家便以為發展這個行業對香港好，對社會好。但依我看，情況正好相反。〔政府〕的方向很有問題。我們並不知道她在做什麼，但她擁有大量資金，可以聘請優秀人才，有些原來便是在我的公司裏工作。我曾和這些以僱員談起他們在應科院的工作，他們說薪水不錯，但工作不多。如果他們繼續在我的公司工作，他們將開發出能夠賣到全世界的新產品。看看公務員的心態，我們只可期望他們是行政工作人員。台灣或韓國的情況則是政府與業界人士共同開拓新的產業，在政府工作的是研究員或經驗豐富的業界人士。但這裡存在矛盾。香港已習慣了自由放任，香港訓練出來的都是立場中立的行政工作人員。他們只接受自由市場的模式。……政府雖有優秀的人才，但卻欠缺領導之才。即使你硬要改變目前的架構，他們只會不斷犯錯。

另一位持相同觀點的專家認為政府對科技並不了解，而受訪的第 4 位專家表示政府應根據香港工業的低技術性質來制定政策。受訪的第 5 位專家更是尖銳：

政府是否提供資助，非常取決於政策方向。部分行業的資助超過所需，傳統工業卻毫無資助。香港的經濟成功應歸功於誰？是老媽們和士多舖。除了引人入勝的故事，香港還有許多中小企。這些故事和擅於寫故事的人，以及精於取巧的人，都可以得到政府資助。……中小企呢？雖然努力耕耘，卻分毫資助也得不到。……特首說我們需着眼於六大產業，但依我看，大部分都不應上榜。

第 6 位表示反對的受訪專家亦直截了當地說，政府應重新推行積極不干預政策。

行業政策與大陸。受訪專家均認為，政府在處理香港與中國的關係時可扮演一個更具建設性的角色。

<sup>16</sup> 有關政府就不斷推展的行業政策的陳述，請參看行政首長曾蔭權於 2009 年 10 月 14 日在立法會發表的施政報告《群策創新天》。有關香港高增長新創企業政策的討論，請參看區玉輝等著的《創新政策及高增長新創企業（2006）研究報告》。



一位創業者評論道：

……在中國市場，政府應為港商製造更大商機……應支持各行業打入廣東市場。中國全國市場太龐大了，單計廣東，市場規模已是香港的 10 倍，對港商來說已大有可為。這包括資訊、支援、品牌建立，以及縮短粵港之間的溝通等各方面，從而築起所需的基礎，讓我們可建立起品牌。

政府已公佈的行業政策，有助香港與奉行產業規範的大陸，在國家層面、廣東省級層面及深圳市級層面上實現正式協作。隨著香港越來越着力推行更積極的行業政策，香港的政府官員可配合大陸其他地區的官員，為特定行業制定一刀切的行業目標，從而減低香港被邊緣化的危機。此模式亦有利香港官員在正式層面上，就國家行業政策提供意見。

不過，我們必須注意到，環顧世界，制定政府行業政策的有關當局，往往不能選對值得重點發展的行業<sup>17</sup>。而香港專家的主流意見並不贊成推行非常進取的行業政策。所以，總括而言，香港應繼續堅持積極不干預原則，維持小政府的運作模式，只在非不得已之時才作出干預。香港這項政策不但在政治上有利，甚至可以成為中國對應單位在跨政府合作方面的模範。

**政府規範。** 雖然受訪專家很少認為推動創業的特定政府規劃是一項優勢（1%）或弱點（7%），建議政府實施特定政府規劃的專家仍有 17%。

有專家建議政府提供「一站式」支援，讓創業者可以……獲取各類有關申請各類許可證的實用又專業的商業建議。……〔在這方面〕，創業者可從商業角度為「一站式」支援出謀獻策，所以他們的意見是必需的。

我們認為這項建議可以有效實行，而且成本不高。對於現時是否已有這種「一站式」支援提供，外間眾說紛紜，而我們相信香港還未有「一站式」支援提供。但出乎意料之外，在受訪專家中，認為香港已有「一站式」創業支援的，與持相反意見的竟非常平均（請參閱圖表 28）。之所以有這種誤解，可能是因為工業貿易署轄下的工商業支援部，以及香港生產力促進局、香港貿易發展局和職業訓練局，均為新創企業舉辦各類資訊性及服務性活動。這些活動或可被界定為「一站式」支援。不過，一如圖表 28 所示，專家認為創業者並不可能從政府機關輕易地取得創業所需的服務，由此可見表中所列的各項計劃，雖然是所謂的「一站式」支援，其實都不足以滿足創業者所需。

一位專家對「一站式」支援有以下評論：

政府應〔為新創企業〕建立支援體系。這可以由政府和商界共同推行。政府雖已成立許多智庫組織或研究中心，但我們並不了解其工作。政府應出資成立一個可為新創企業提供意見的中心或網絡，並借助商界的專長來建立新的角色……我認為應為此投入相當資金。如果我們均認為創業是一項競

爭優勢，便應投入最少 1 億元。新成立的網絡應可提供一些實用的建議……先推行師友計劃，以善用專業人士的智慧。

圖表 28：關於政府規劃問卷的意見反映

陳述	香港		深圳	
新創及成長中企業只需聯絡單一代理機構，即可獲取一系列政府支援。	NS	-0.32	不同意	-0.79
科技園和商業培育項目可為新創及成長中企業提供有效支援。	同意	0.38	同意	1.06
政府為新創及成長中企業提供足夠的支援計劃。	NS	-0.19	NS	-0.03
政府部門的員工擁有充足的技能，可有效地為新創及成長中企業提供支援。	NS	-0.15	NS	0.19
差不多所有需要針對新創或成長中企業而設的政府計劃的人士均可獲得所需支援。	不同意	-0.39	NS	-0.29
支援新創及成長中企業政府計劃均具成效。	NS	-0.24	NS	0.50

註：平均回答範圍由 -2（全部專家均非常不同意）至 +2（全部專家均非常同意）。NS = 平均來說差不多等同 0（既非不同意，亦非同意）

圖表 28 亦顯示，專家認為科學園及新創企業培育項目——科技園、數碼港及香港設計中心——已經足夠。

雖然如上文所述，政府行業政策具有爭議性，但值得注意的是，這些科學園和商業培育項目均獲得鼎力支持。

不過，一如上文有關政府規劃的討論所提到，專家對政府行業政策有巨大分歧。因此，政府如正在制定額外的計劃，必須獨立評估其成本及好處。相比支持進取行業政策的專家，更多專家傾向維持積極不干預政策。任何新計劃，如果涉及政府的淨投入，或會令競爭態勢向某一群組傾斜，均會令香港的行業政策變得更加積極。因此，考慮到香港的政治狀況，政府在推出任何新計劃時都必須非常審慎。

基於上述考慮，我們列出 5 個由專家提出的項目：

- 1) 向以下商業機構提供稅務優惠：
  - a) 擁有科技創投的大型企業（只限科技創投部分）
  - b) 購買香港製產品的企業
  - c) 中小型企业

<sup>17</sup> 請參閱 Josh Lerner 的《Boulevard of Broken Dreams》（2009 年，Princeton University Press 出版），其中定出有助創業及風險資本成功的努力所需的條件及所受到的限制。

- 2) 支持電影業
- 3) 為新創企業提供租金資助
- 4) 成立地區性的互助合作社協助新企業的創立
- 5) 提供地方，推動手工藝發展

關於 1) 稅務優惠，4 位不同的專家建議了 3 種不同的稅務優惠（其中兩位建議為中小企提供稅務優惠）。但我們傾向推翻全部建議，原因有二。首先，如圖表 27 所示，相當多的受訪專家認為稅款並沒有成為新創及成長中企業的負擔<sup>18</sup>。其次，相當多的專家認為有關新創及成長中企業的稅務及其他政府規例的執行均具預測性及延續性。鑒於新創企業、中小型企业、技術轉移、香港製產品等不易有清晰定義，推出稅務優惠只會增加稅務複雜性、不可預測性及不一致性。因此，總括而言，維持簡單稅制及低稅率更為可取。

關於 2) 支持電影業的建議，涉及釐清對香港的新興關鍵產業——創意文化產業——的支援。政府如要對某一關鍵產業提供特別支持，應先進行完全透明的公眾諮詢，讓優缺點均經過充分的公開討論。多位專家呼籲政府就行業政策作更清晰的說明，而就指定計劃的相對優點進行公開辯論，將有助提高行業政策的清晰度。

關於建議 3)、4) 及 5)，均涉及香港其中一個先天不足之處——空間非常不足，導致價格高企。我們反對向新創企業提供現金資助，作為租金補貼，原因是這項計劃不但難於管理，亦容易被濫用。更大的問題在於香港有意創業的人士多於已創業的人士。由於香港的居所少有車房，所以香港缺乏有形空間可以給人摸索原材料、零部件及各式工具，進而開發出產品<sup>19</sup>。其中一個補救方法是：

……提供如圖書館的公共空間，不同之處是這些空間備有不同的工具及資源……就像對公眾開放的大學實驗室。要知道，創新需要有本地市場，投資者則需要大學。

而要是這項建議進行可行性調查，也非常容易<sup>20</sup>。

一位專家建議政府應提供為創業者提供資訊，或建立平台，以協助他們了解如何在中國營商。另一位專家則政府利用大眾媒體宣傳有關高科技產業的資訊。此外，專家亦就財政支援提出不少措施建議，詳情將在下文討論。

<sup>18</sup> 目前香港企業稅率為 16.5%。稅率為固定的，而報稅方法以國際標準來說，非常簡單。

<sup>19</sup> 發明家需要摸索的空間。在史丹福大學畢業的 William Hewlett 和 David Packard，便是在後者的車房裡創立惠普。車房和小屋為創業提供了不可多得的空間，但是培育計劃只向精英提供空間。

<sup>20</sup> 澳洲男士小屋協會 (Australian Men's Shed Association) 是這類公眾空間的一個成功模範。作為協助待業男士 (尤其是長者) 的社會企業，此協會為服務對象提供摸索和社交空間。請瀏覽 <http://www.mensshed.org/>。香港亦為年輕男女提供類似但主題不同的工作坊，包括位於創新中心的 M-Lab (前身為 PlayLab)，以及 BoothHK ([www.boothhk.com](http://www.boothhk.com))。

## 3.2 香港的教育及培訓

相比對政府政策的意見，專家對教育及培訓的意見（從有關問卷的意見反映可見）不但非常一致，亦與教育署有關教育制度改革所述的意圖一致。

出乎意料之外，被 36% 專家視為優勢或弱點的香港教育和培訓，其相對優勢在所有創業支援條件之中，竟排名最低，優勢因素只有 19%（請參看圖表 25）。由以下的問卷意見反映，香港現時的教育制度並沒有：

- 就經濟的運作原理提供足夠教育
- 對創業及開設新公司給予足夠關注
- 鼓勵創意、自立能力及自發性

這些問題都源於教育制度過份強調死記硬背，以提高學生應付考試的寫作能力。學生都只是填鴨式地被灌輸正確答案，不需自我思考，亦無需有自己的見解。不過，之所以形成這個現象，主要是因為家長希望子女可以考入好大學，所以給子女很大的壓力，反而政府的教育政策還是其次。

為應對這些問題及激發學生創意，有關當局最近推行了課程改革，並加入通識教育科，以及將高中教育改革成三三四制度<sup>21</sup>。不過，鑒於考試的壓力，單靠這些改革可否取得重大成效，令人存疑。

圖表 29：關於教育及培訓問卷的意見反映

陳述	香港		深圳	
	同意或不同意	平均得分	同意或不同意	平均得分
小學及中學教育的教學方法可鼓勵創意、自立能力及自發性。	不同意	-0.72	NS	0.40
小學及中學教育有充份講解市場經濟原則。	不同意	-0.40	NS	-0.39
小學及中學教育在創業及開設新公司方面給予足夠關注。	不同意	-1.17	不同意	-0.96
在創立及培育新公司方面，大專學院和大學可為學生提供良好及充足的準備。	NS	-0.24	NS	0.14
在創立及培育新公司方面，商業及管理教育的水平可為學生提供良好及充足的準備。	同意	0.31	NS	0.16
在創立及培育新公司方面，職業培訓、專業教育及可持續進修課程可為學生提供良好及充足的準備。	同意	0.35	同意	0.45

註：平均回答範圍由 -2（全部專家均非常不同意）至 +2（全部專家均非常同意）。NS = 平均來說差不多等同 0（既非不同意，亦非同意）

<sup>21</sup> 高中及高等教育新學制——「三三四」網上簡報。香港：教育局。（<http://www.edb.gov.hk/334>）教育統籌局，2005 年 12 月。



從圖表 26 可見，在專家提出的建議中，與改善教育相關的佔全部的四分之一。這些建議的理念和目的均是一致的。

善於創業的人，都精於捕捉機會，例如 Google 或 Facebook 的創辦人。教育要足以令這類創業者作好準備。這並非只出於一般教育的需要，而是需要培訓出能夠捕捉機會的人。人需要具備分析能力。香港的教育制度正變得越來越開放。新的 4 年制課程將有助教育制度變得更具彈性。在小學及中學方面，自主的直資學校越來越多……。自立的教育基金……正推行更開放的教育模式。自主學校的數目會不斷增加。拔萃、聖保羅及其他名校已率先進行改革，其他學校也應該如此……。

另一位專家表示：

……我們應改革教育制度，更多鼓勵創意。這應該從小學做起。考試並非問題所在……只需死記硬背便可考獲高分的考試才是問題。反而開卷考試可測試考生的思考能力。考試的數目其實是可以增加的。今日已經是電腦的時代，不需要考記性；相反，我們需要腦袋去創造、構建新的東西。

受訪的第 3 位專家則以稍為不同的方式來表達同樣的意見。

要把年青一代訓練得更具創業精神。如果你推崇創業精神，便要讓學生從小接受培訓，而且越小越好。學校應有「相信夢想或願景」的文化。你可以做得到——學校應建立起這樣的價值。事實上一切正在轉變。

另一位專家則說：

在低年級學校，即小學及中學裏應做點工夫，將重點由背誦及分軌教育，轉到學習理念、解決問題、勇於冒險，以及其種種優點上。這涉及文化及心態的轉變，是一個重大議題。

受訪的第 5 位專家認為教育不應只為求職需要鋪路，取而代之應是培養勇於冒險的精神。

有幾位專家建議，小學應推行計劃，利用角色扮演的的方法，教導有關價值創造的分析基礎。其他專家則認為高校應提供實習機會。

在求學時期，學生應有更多的機會去發展自己的想法……通過實習，學生可親身接觸某一類型的商業環境，了解自己的興趣。你應讓學生在一個學期甚至一年內參與特定工作項目，並幫助他們思考怎樣才能令業務持續發展下去。

雖然香港以考試為主導的文化是由整體社會壓力造成的，但對於如何才可紓緩這種壓力，專家卻沒有提出建議。如何應對這方面的社會壓力，將是香港能否培育出新一代創業者的真正難關。

**持續教育及政府角色：**政府之所以在教育上扮演主導角色，是有兩大原因的。第一，在一個平等的社會裏，所有公民均有接受教育的權利；第二，即使不談平等與否，個人教育水平的提升，不但對自己有益，對社會也有好處，換言之，教育是一種公共財產。所以，一如前文所述，教育一直是行業政策的重要組成部分，雖然很少會從這角度審視教育政策。

不過，正如所有行業政策一樣，政府的教育政策往往會損害提供良好教育服務的創業者。一位專家表示：

〔政府〕說：「應該讓市場決定未來。」但在教育這一類並非完全由市場決定的行業，這一套是不行的……。雖然政府政策沒有禁止創業，但卻為創業者製造了障礙，令所謂的自由放任模式名存實亡……。有時政策應具主動性，讓創業者可以更好地善用機會……。

政府已表明教育是核心產業，但〔要令人相信〕，他們不可只說話不做事。……談到教育，首先，非常重要的一點，是業界要轉辦非傳統的活動。除了傳統的大學日間課程以外，大學亦積極發展持續教育課程。普通的營辦者很難與中文大學〔專業進修學院〕或香港大學〔專業進修學院〕競爭。……這又回到我所說的公平競爭問題之上。對傳統大學來說，舉辦新課程和吸引新學生報讀都是輕而易舉的事，〔私人公司〕卻要通過非常繁複的註冊及審核程序。上市時間太慢了——由決定開辦課程到獲得批准約需一年時間，這實在是一個很漫長的過程。

另外是招收國際學生的問題。理論上，香港無疑可發展成國際教育樞紐。新加坡表明，到 2012 年，該國希望可吸引到 15 萬名國際學生……。如果香港也要發展成國際教育樞紐，則不但需要移民政策的配合，亦要住宿方面提供便利。但這基本上屬於移民的問題。……學生要取得新加坡簽證只需 1 個星期，畢業後亦有機會留在當地工作。我並非在說香港的政策有誤。只是如果你沒有這個打算，便不要說出來。國際教育市場的競爭非常激烈。不要空言要成為教育樞紐，但卻對政策問題置之不理。

……就教育來說，政府參與越多，越容易事與願違。以持續進修基金為例，用者需為官僚架構付出代價，因此其作用已越來越小。政府應讓市場自行決定。政府應該減少參與，因為官僚越少越好。

鑒於香港有意發展成為區域教育樞紐，而政府部門及教育機構又以官僚聞名，上述評論顯得特別重要。



### 3.3 香港的文化及社會規範

在上文的論述中，香港的官僚文化制約了創業精神，尤其是教育方面。不過，從問卷的意見反映可以發現，香港文化亦可以促進創業。圖表 30 詳列出香港文化的不同方面：以個人努力贏得成功的人會獲得社會高度推崇；着重自立能力、自主性及自發性；以及強調個人責任。創業亦被認為是一條理想的致富途徑，成功的創業者更擁有崇高的地位和尊重，在大眾媒體上亦經常出現其報導；此外，大部分人均認為創業者是有才華和謀略的人。

圖表 30：關於文化及社會規範問卷的意見反映

陳述	香港		深圳	
以個人努力贏得成功的人會獲得社會高度推崇。	同意	1.39	同意	1.49
社會文化着重自立能力、自主性及自發性。	同意	0.86	同意	1.29
社會文化鼓吹創業冒險。	NS	0.39	同意	1.09
社會文化鼓勵創意和創新。	NS	0.39	同意	1.57
社會文化普遍認為個人（而非集體）有責任管理好自己的人生。	同意	0.86	同意	0.85
開設新公司被認為是一條理想的致富途徑。	同意	1.14	同意	1.62
大部分人均認為創業是值得嚮往的職業選擇。	NS	0.25	同意	1.14
成功的創業者擁有崇高的地位和尊重。	同意	1.28	同意	1.57
在大眾媒體上經常出現有關成功創業者的報導。	同意	1.25	同意	1.40
大部分人均認為創業者是有才華和謀略的人。	同意	1.47	同意	1.29

註：平均回答範圍由 -2（全部專家均非常不同意）至 +2（全部專家均非常同意）。NS = 平均來說差不多等同 0（既非不同意，亦非同意）

在開放式問題的部分，社會及文化規範被 64% 的受訪專家視為優勢，另有相同數目的專家則認為這是弱點。在全部弱點中，16% 涉及社會及文化規範，在全部優勢中則佔 14%。建議方面，有 14% 是關於社會及文化規範的。

刺激創業的因素包括：香港的財富和炫耀性消費文化；樂於求變；生活節奏急促；國際化文化；對跨領域及跨文化概念的包容和接受；思想開放；不怕失敗的移民精神；以及知名企業家的地位和知名度。正如一位專家所言，在本地受崇拜的都是企業家。

有關香港文化的負面評價包括香港人很短視，以及着重專業、保守多於創意及冒險精神。一位金融家評論道：  
香港社會是一個三角形。最上層是創業者，但大部分人不會創業。他們追求舒適的生活，不想冒險。

一位創業者則說：

我們看重專業人士。這是我們灌輸給子女的觀念。我們會跟子女說，能像李嘉誠那樣非常好，但很少家長會讓子女冒險嘗試新事物。家長栽培子女成為專業人士，像讀法律或考入醫學院。傳統觀念令中國人追求穩定多於勇敢冒險……。

另一位專家則評論道：

要創業，便需要仔細思考，與他人分享，及向他人學習。亞洲沒有分享失敗經驗的文化。在西方，他們可以分享業務的起與跌，但香港卻不會這樣。

針對香港文化的負面評價，不少專家均提出了建議。我們應提升香港的國際化程度。我們應改善創意環境。香港人——包括社會領袖——應更為主動，不要總是很被動。傑出的企業必會走出香港，所以香港必須加強對中國以及世界其他世界的了解。此外，要同心協力，才足以取得在區域上的成功。

創業者應擁有合作、夥伴意識。如果只靠自己做，只靠自己創業，很可能會局限了取得成功的機會。這是眼界的問題。現時香港只會聚焦香港的狀況。……如果可以放眼整個地區，便會察覺到夥伴的需要。

部分專家則指出年青一代越來越不會自強。一位創業者評論道：

你應直接走進市場，因為只有自己才會幫助自己。不要浪費時間求助。自己的時間最為寶貴。

有專家建議，創業時，你只要依靠自己，不要指望政府可以助你解困。

另一位專家對這個建議表示認同：

一切都取決於有沒有冒風險的勇氣，而且除了自己，便誰也不要依賴。香港有可能變成一個福利城市，人人都希望別人會幫助自己。……基本上這是尋找屬於自己的機會，發掘自身優勢並追求成功。人人都希望創業，卻不願承受風險。



### 3.4 香港的財政支援

大部分有意創業的人都關注香港提供的創業財政支援。在受訪專家中，對創業財政支援作出批評的較認同的多兩倍以上，但只有 7% 的建議是關於財政支援的。這一方面反映出為企業提供財政支持是令人爭議的，另一方面則顯示香港已有完善的財政支援制度，即使提出更多的建議也未必有效。

圖表 31：關於財政問卷的意見反映

陳述	香港		深圳	
市場可為新創及成長中企業提供足夠的股票資金。	NS	-0.06	NS	-0.18
市場可為新創及成長中企業提供足夠的債務資金。	NS	-0.14	NS	-0.29
政府可為新創及成長中企業提供足夠的資助。	不同意	-0.56	NS	0.18
私有個體（創辦人除外）可為新創及成長中企業提供足夠的資金。	NS	-0.06	NS	-0.03
市場上有充足的創投資金供給新創及成長中企業。	NS	-0.15	NS	0.21
新創及成長中企業可透過「首次公開發行融資」（Initial Public Offering，簡稱 IPO）的方式籌集足夠的資金。	同意	0.66	NS	-0.04

註：平均回答範圍由 -2（全部專家均非常不同意）至 +2（全部專家均非常同意）。  
NS = 平均來說差不多等同 0（既非不同意，亦非同意）

引述一位創業者之言，香港仍然是

……一個擁有強大財政支援的城市。政府有龐大儲備，施政仍然有效。而香港雖小，她仍然擁有強大銀行及金融基建，而且貨幣穩定。香港人都有富叔叔，可以商借資金，大部分人的父母亦擁有房屋，可以成為新公司的後盾。

市場上亦有非正式的創業投資的資金。雖然從圖表 22 可見，非正式投資者佔成年人口的比例由金融危機之前的 7.9%，急速下降至金融危機之後的 2.6%，但房地產價格卻沒有被侵蝕掉（這與 10 年前亞洲金融風暴的情況不同）。當投資氣氛轉好，私有個體至少還是有財富可供投資於規模小、回本迅速的傳統行業上。而除了來自私有個體的資源外，專家亦指出在親友的非正式投資與正式資本市場之間，欠缺了股票融資。

香港亦有創投資基金和私募基金，但只限於有全球發展潛力的公司，而且通常會留待後期融資才使用。一位創業者說：  
市場上是有創投資金的——假如你計劃在中國興建購物商場，你會融資成功，但假如你想以知識產權創業，答案是「沒有」。

一位金融家評論道：

……如果你有好的商業計劃，亦與私募基金有私人聯繫，你或許可以籌集到部分資金。但事實上，大部分私募基金並不考慮新創或早期階段企業。

香港在後期融資方面的全球領導地位是獲公認的。但一如圖表 31 所示，香港的創業財政支援制度，只在首次公開發行融方面獲得了相當多專家的推許，情況值得關注。

專家批評銀行沒有為新創及成長中企業提供債務資金。一位金融家表示：

創業者的融資渠道很少。他們會向銀行或財務公司借貸，但只有那些擁有良好記錄的創業者才可成功獲得借貸。銀行只會承擔中度風險，亦滿足於獲得中等回報。

談及他的個人經驗，一位高新科技創業者指出：

……銀行並不支持知識作為資產的創業。任何地方的銀行對借貸都很保守，其中以香港銀行為甚，因為香港銀行可在地產相關產品及其他產品上賺大錢。但對於新創企業，本地銀行家並不懂得作出專業判斷。由於他們並非專家，他們眼睛看到的只有高風險，但投資回報看來與投資額不成正比。因此他們並不熱衷於新創企業業務。

某程度來說，由於新創及成長中企業難以從銀行融資是一個世界性的矛盾狀況，所以受訪專家的批評並不尖銳。一位非政府組織領袖表示：  
從銀行融資可算是最大的障礙，因為銀行並不願意借錢。但這是全球性的現象，香港的情況並無不同。

不過，有受訪專家認為，與其他地方的銀行相比，香港銀行更不願意向新創及成長中企業貸款。一位熟悉世界各地融資環境的創業者作出了以下評論：  
要獲得銀行信任並不容易，即使是交易信用和簡單貸款。對於小型公司來說，難度更高。香港大部分銀行都要求有擔保，其他地方也一樣。如果你的公司規模小，銀行會要求個人擔保或以物業作抵押。在一些其他國家，要銀行提供交易信用非常容易，但香港銀行卻比較嚴格。大部分香港銀行從按揭業務賺大錢，而且因為作風較為保守，所以違約率遠低於其他國家。由於其他國家的按揭借貸並非毫無風險，盈利也較少，所以銀行較容易向中小型企業及其他企業批出借貸。

總的來說，從圖表 31 可見，受訪專家認為政府並沒有向新創及成長中企業提供足夠的融資計劃。鑒於這個主流意見，並考慮到上文提到政府推出新政策——尤其是花錢的政策——必需經過審慎檢討，我們經過深思後，就實施或改進政府創業融資提出了幾點建議：

- 鼓勵早期融資網絡及支援制度的建立
- 放寬現有計劃的融資規定



由於香港既存在資金缺口，同時又不缺資金，因此，假如資訊能夠更為流通，便可刺激融資。一位銀行家如此評論道：

銀行不會投資於新創企業，但她們具有分析能力，能找出值得投資的公司。銀行應與其他同業、財務公司及投資者展開對話，並推動天使投資網絡的成立，甚至為新創企業提供收費融資轉介服務，即使銀行自己不會投資於新創企業。

一位專家建議政府可在這類天使網絡的成立上扮演一個角色<sup>22</sup>。而呼應前文提到的「一站式」支援，她評論道：

政府和商界可以攜手合作……政府可出資成立一個可為新創企業提供新意見的中心或網絡，並借助商界的專長來建立新的角色。……如果我們均認為創業是一項競爭優勢，便應投入相當金額……最少 1 億元。新網絡應提供一些實用的建議。第一步是推行師友計劃，以善用專業人士的智慧。假如這個中心或網絡是共同努力的成果，便可讓創業者往商界、會計或法律界等不同界別尋求指導，利用到不同界別人士的專長。此網絡亦應可負責提供若干融資，而創業者並不需要填寫大量表格及經過一個冗長程序。

受訪的第 3 位專家建議：

長遠來說，政府應成立配對基金，以支援香港富有的商界組織的早期階段創投計劃。這將可填補融資缺口，從而扶助缺乏資金的新創企業發展至合理規模。

不過，在成立這種計劃之前，必需考量政治影響。畢竟提供資訊和意見，與提供資金是有巨大差異的。政府在過去 10 年扮演創投資金提供者的角色並沒有起到明顯作用。<sup>23</sup> 政府善於創造一個有利私人市場發展的環境。只要配對基金有比較長遠展望，並能夠專業地運作，又不需與私營的夥伴機構競爭，應可發揮到效用。

<sup>22</sup> 自 2009 年起，香港科技园公司已聯同香港投資及私募投資協會及香港多家主要大學，推廣 HKBAN (Hong Kong Business Angel Network)，以填補資訊與資金的缺口。區玉輝及 White (2010 年) 在研究過香港創投融資的情況後，亦提出類似及其他建議。

<sup>23</sup> 請參閱《創新政策及高增長新創企業 (2006) 研究報告》，研究者包括區玉輝、Erik Baark、蔡美玲及譚安厚。

鑒於香港政治環境不宜冒進，較可行的做法是政府對已被肯定是成功而又不會被中止的融資計劃作出改善，而非推出全新措施。有一位受訪專家有着政府現行資金分配制度的第一手資料，我們對他的見解甚表贊同：

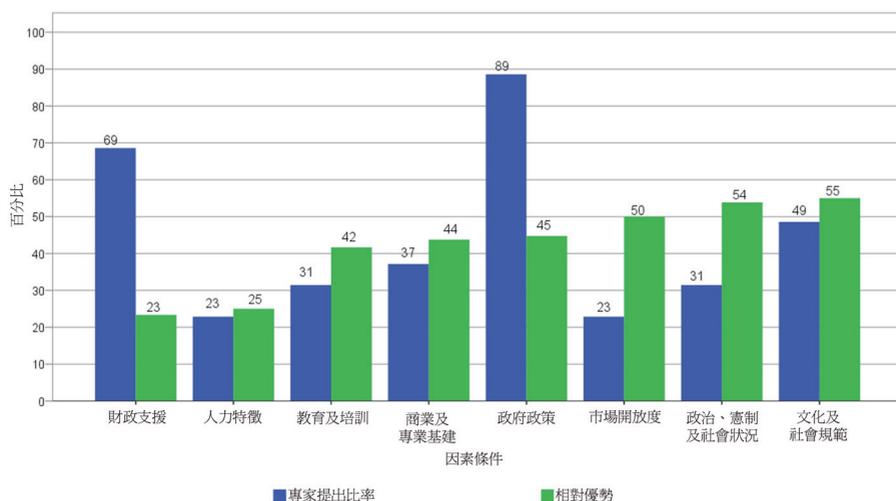
現行的資助制度受到諸多限制，而且款額非常少。創新及科技基金只有 50 億元，逾半的金額已批出。大學有大額資助，但私人公司可獲得的資助並不多。但理論上，私人公司應可獲得更多資助。以小型企業研究資助計劃 (Small Entrepreneur Research Assistance Programme, 簡稱 SERAP) 為例，不但限制多，而且資金不足。即使深圳也不會如此嚴格監管資金的運用。



## 4.0 深圳創業支援條件

談到創業支援條件的優勢與弱點，受訪的深圳專家與香港的專家一樣，都將重點放在政府政策上，但比較亦關注財政支援以及政治、憲制及社會狀況上；不過，而對於文化及社會規範，他們卻沒有那麼重視。他們認為，深圳的創業能力最能反映出深圳的良好商業環境。

圖表 32：深圳創業支援條件的相對優勢



註：強弱百分比乃將專家引證該條件有助創業的百分率，除以該條件被引證為優勢或弱點的總和。未獲最少五分之一專家視為主要優勢或缺點的因素，則沒有在表中列出。

圖表 33：深圳創業支援條件的弱點、優勢及建議比例

支援條件	弱點	優勢	建議
財政支援	25.5%	9.0%	13.0%
政府政策	25.5%	25.6%	31.5%
政府規劃	2.9%	3.8%	5.4%
教育及培訓	6.9%	6.4%	12.0%
研發轉移	1.0%	1.3%	4.3%
商業及專業基建	9.8%	9.0%	6.5%
市場開放度	3.9%	6.4%	1.1%
有形基建的享用權	1.0%	5.1%	4.3%
文化及社會規範，以及創業能力	8.8%	14.1%	6.5%
經濟氣候	1.0%	5.1%	1.1%
人力特徵	5.9%	2.6%	5.4%
政治、憲制及社會狀況	7.8%	11.5%	8.7%
合計	100.0%	100.0%	100.0%

### 4.1 深圳的財政支援

受訪專家認為，深圳的社會投資資金在國內處於優勢，金融體系比較完善，亦具有比較充足的民間資金；與國內其他地方相比，深圳亦有大量的保險資金和證券市場資金都流向創業投資。以上種種，使深圳的創業投資環境在國內具有優勢。但由於目前深圳民間風險投資渠道並不暢通，使得充裕的民間資金得不到有效的利用，其結果對於加快深圳創業活動發展的進程具有不利影響。

### 股本資金

深圳雖然發展成熟，而且相對富裕及擁有充裕的公共儲蓄和投資資本，但目前深圳市的創業和風險投資基金尚處於起步階段，創業融資傾向為專案形式，規模小，來源少。與其他地區不同，政府在深圳的風險資本中所佔份額很小，而在有限的份額中，投資取向多為科技類中小企業，因而，在大量的新創及發展中企業中能得到政府創業和風險投資基金支持的只佔很少數，再加之民間資本參與有限，所以在深圳創業資金並不充足。

深圳一些創業者往往以自己的儲蓄作為其新創公司的資金，其新創企業在運作過程中也是靠自有資金滾動發展，很少主動從政府或風險資本市場尋求資源，因此，深圳的新創企業雖能穩步發展，但卻很難快速發展，時常錯過一些好的機遇。還有一些自創企業由於資金跟不上，即使有好的商業模式，營運往往陷入困境。深圳中小企業亦面對資金的流動性較差，資金受外匯管制進出受限等問題。深圳創業板剛剛推出，風險投資退出機制雖已設立，但探索中的創業板在擴大規模的過程中，管理



仍待完善，其對風險投資的重要性仍有待考證<sup>24</sup>。

深圳在引進國外風險投資存在不足。在來自國內的風險投資中，國有化比例過高，民營化比例不足。美國的矽谷作為一個創業成功的案例，其風險投資資金的支持，對其拓展起到了決定性的作用。要鼓勵風險投資真正投向新創或具有成長潛力的企業，因為過多的限制會導致原本可用作創業資金或其他私人資金的資金，最終流向證券市場。

### 債務資金

深圳的金融機構很多，但中小企業通過金融機構融資仍然存在困難。銀行對中小企業的信貸條件仍苛刻於對大型企業的條件，加之對中小企業的小額貸款單位交易成本和監督費用相對較高，雖按規定對中小企業的貸款利率可以上浮，但上浮利率本身就加大了中小企業的融資成本和經營風險，反過來又會導致銀行的風險增加，所以銀行為防範風險對中小企業極為謹慎。而對於新創企業來說，由於創業處於起步階段，抵押貸款更難。銀行、證券市場的資金主要傾向於國有經濟，而民營企業的所有制性質也會導致在貸款時可能會被增加一些繁複的附加條件。

簡單來說，銀行的借貸資金和來自股票市場的股本資金主要流向經濟內的國有企業。

深圳並沒有小型資本市場可讓中小企業進行直接融資。私人融資活動規模很小，而且通常是非法的<sup>24</sup>。不過，私人融資雖然只是個人的小規模交易行為，但作為一個重要的資金來源，仍對深圳的創業活動起着關鍵作用。

目前，私人創業投資的渠道並不多，私人投資與面向國有企業的投資的優惠政策亦各有不同。由於儲蓄往往沒有被有效利用，創業活動受到了不利影響，進而阻礙了社會的整體發展。

## 4.2 深圳的政府政策及規劃

一如以上圖表 26 所示，深圳市場經濟機制相對完善、稅務公開、法律法規健全，市場准入門檻不高，新創企業辦理相關手續極為簡便快捷。相對國內其他地區，深圳鼓勵新創及發展中公司積極參與公平競爭，深圳政府亦提供積極的支持政策，以便新創及發展中企業成長。這也是深圳市的創業優勢所在。深圳市要繼續保持創業優勢，便需繼續改善政府政策。

政府政策變化包括以下幾個潛在的風險：

- 政策透明度低
- 企業發展受限
- 對中小企業的扶持資源目標指向不明確

政府政策的公開透明，能有效地減少和杜絕貪污，提高政府的公信力。深圳經濟的可持續發展，得益於政府政策的公開透明度高。為改善深圳的投融資環境，深圳市政府在財政方面出台了一系列扶持政策；為加大對自主創新型企業的政策扶持力度，政府在資源配置和公共服務方面向自主創新型企業傾斜。支持自主創新型中小企業獲得創業資本資助，科技研發資金對創業投資實行匹配投入。自主創新型企業除享受稅收優惠政策外，還可優先獲得土地資源和廠房資源。深圳公開透明的政策環境，有利於個人創業活動的開展，有利於中小企業的發展。深圳政策的公開透明度在中國大陸居前。

深圳的資源優化配置和信息透明，政府為創業提供一個信息充分的市場。信息化建設和信息平台建設，信息資源作為一種經濟資源，在推動經濟發展的過程中發揮著越來越重要的作用。由於信息資源具有稀缺性，因此必須對信息資源優化配置。深圳政府在建立健全政府信息公開工作機制及制度規範；認真落實和制定相關配套措施；加強對行政機關工作人員的教育培訓；充分發揮政府網站公開政府信息的平台作用；切實加強對政府信息公開工作的組織領導方面做出了不懈的努力。

深圳有相對開放、自由的市場經濟環境，有公開透明度高的政策環境。但是在採訪中，受訪專家還是懇切地表示了他們對行業發展管制的擔憂。他們認為政府在行業管理的政策過於複雜會加大創業的難度。他們感到政府應該從宏觀上放開對行業發展的限制。另外，政府應重視發揮行業協會的作用，因為行業協會制定的一些維持行業健康發展的規則會更細緻且切實可行。

稅務方面，總體而言，受訪專家不認為這在深圳構成了負擔。但其中一位專家指出，中國在稅收上如增值稅發票上的政策還是很複雜的。政府稅對企業的發展影響很大，對新創公司的影響會更大。此外，深圳的稅收從 2008 年的 15% 逐年調整增加到 2012 年的 25%；換言之，2012 年深圳的稅收是 25%，與全國看齊。

<sup>24</sup> 深圳證券交易所於 1990 年成立，轄下共有主板、中小企業板（2004 年成立）及創業板 3 個市場。截至 2010 年 6 月，截至 2010 年 6 月 30 日，深交所共有上市公司 1,012 家，其中主板 485 家，中小企業板 437 家，創業板 90 家。深交所創業板專為中小企業上市而設，採用納斯達克的模式。

<sup>25</sup> 私人融資活動（即民間融資活動）包括由沒有中國銀行業監督管理委員會註冊的私營金融企業舉辦的活動，因此是不合法的。



至於移民政策，亦在某些方面對創業有利。從 2007 年起，深圳市將重點引進八大重點產業 30 個重點行業的有效人才，人才的經歷和業績已正式納入了引進條件的範圍內，38 所高校創新人才可以以個人身份入戶深圳。簡言之，只要是符合相關條件的人才，政府在引進政策和程序上是有適當的傾斜。由此可見，深圳市正在積極面對自身的人才結構問題，積極有效地吸納人才，為深圳的創業發展提供有利條件。但其中一位被訪專家卻不認同移民政策對創業的影響：

*深圳在人才的入戶指標控制比較嚴。<sup>26</sup>創業企業要有多少多少錢，才會給你入戶指標。不管你有高中、專科、本科或研究生學歷，在合同性入戶指標問題上控制比較緊。所以政府要多給創業企業的指標自主權。*

不同的人所需要的創業環境也是有區別的。從內地來的，希望政策支持多給一點，多引導一點；從外面回來的，則往往要求資金、人才等方面寬裕一點。這樣就會有不同的評價、不同的要求。總的來說，深圳正在努力創造一個好的創業環境、完善一個好的創業環境，為不同的「適者」提供「生存」的空間和環境。隨着深圳經濟的急速發展，企業對市場、政府政策及法律環境的要求越來越高。然而，專家並不認為政府可為創業活動提供適時支援。

深圳市有很多好的政策。但這些政策的執行力度不夠。一些受訪專家對政府相關優惠政策瞭解並不充分，對他們而言，政策還僅僅停留在制定層面。而一些受訪專家，他們雖然瞭解了政策，但不知道去找政府哪個部門，與政府職能部門的溝通效果往往不理想。還有一些受訪專家認為深圳市的優惠政策對於高科技企業太多，而對於非高科技類小企業則不夠。有的受訪專家認為，政府政策中對中小企業的扶持資源目標指向不明確。

深圳市政府有若干扶持中小企業的發展計劃，設立了一些創業投資基金，如風險創業基金、高新技術產業基金、留學生創業基金、中小企業發展基金等。還有深圳市創新型企業成長路線圖資助計劃<sup>27</sup>等。深圳市政府發佈的計劃定位清晰、側重點明確，如《關於增強自主創新能力、促進高新技術產業發展的若干政策措施》是為打造良好的政策環境而制訂的重要文件，分六大部分，共 33 條。<sup>28</sup> 深圳市設立的創業投資基金，由於具有政府性質，有利於發揮政府資金的政策引導和槓桿放大作用，能撬動更多的社會資金來支持中小企業的發展。如深圳市政府將設立的建設國家創新型城市專項資金，連續 3 年逐年加大財政投入，並積極引導社會資金投入科技創新。對認定的高新技術企業給予稅收優惠和財政資助，分階段投資人民幣 30 億元設立創業引導投資基金，拿出人民幣 10 億元設立重點民營企業大額中長期銀行貸款風險補償金等。

<sup>26</sup> 擁有戶籍是享受社會福利——包括兒童公共教育——所必需的。

<sup>27</sup> 請參閱科技部 2008 年 4 月 8 日《深圳市創新型企業成長路線圖資助計劃操作規程》的通知深府辦 [2006] 128 號 [http://www.most.gov.cn/kjzc/kjzcdfgz/dfzcsz/200804/t20080408\\_60481.htm](http://www.most.gov.cn/kjzc/kjzcdfgz/dfzcsz/200804/t20080408_60481.htm)

<sup>28</sup> 該 6 大部分為：創新基礎能力、創新人才、企業創新、產業空間、成果產業化及創業投融資。請參閱深圳市人民政府《關於加強自主創新促進高新技術產業發展若干政策措施的通知》

深府 [2008] 200 號。 <http://www.szsmg.gov.cn/content.asp?id=49288>。

此外，在《深圳經濟特區促進中小企業發展條例（草案）》<sup>29</sup> 中對中小企業發展提出了具體資金支持計劃：市財政年度預算應當安排扶持中小企業發展的專項資金，並視當年財政收入增長情況適度增長。深圳市政府根據本轄區實際情況安排專項資金用於不同用途：專項資金重點用於支持融資、信用擔保及社會化服務體系建設、市場開拓、上市培育、信息化建設以及對民營領軍骨幹企業與成長型中小企業的專項扶持等。

以上可以看出，深圳市政府對中小企業的扶持已列入政府的整體計劃之中，並有政府職能部門提供專門服務。不過，大部分受訪專家認為，政府對高新技術企業的扶持計劃實施效果顯著，而針對中小企業的扶持計劃實施效果尚不太明顯。

雖然已有中小企業計劃實施，但由於政府沒有做宣傳，企業往往不知道有這些政策出台。此外，參與政府計劃的準則亦不夠清晰。如果要更有效地推行這些政策，必需將有關準則整理成清晰的規例，令計劃可為中小企業帶來顯著的效果。

受訪專家認為政府對創新性公司的扶持力度不夠。比如政府的採購中心，並沒有為新創公司設置優越條件，使他們能優先進來，反而完全按市場機制去運行。按市場規則，優勝劣汰。這樣，市場上有資歷的老公司在政府資源、資歷、閱歷比新創公司有競爭力，而小公司規模小，沒有政策的傾斜，拿不到政府專案。因為沒有品牌，在同等的條件下，市場會選擇有品牌的公司服務，這樣的環境使新創公司生存困難。

### 4.3 深圳的教育及培訓

就目前來說，大多數專家都認為深圳對於創業方面的教育與培訓體系尚未完全建立，教育培訓資源利用不足，民辦創業教育培訓發展不夠全面等。具體來說，主要表現在以下 5 個方面：

**教育培訓系統體系尚未建立，水準有待提高。**專家普遍認為目前深圳對新創公司、小型或成長型公司的教育培訓系統尚沒有建立起來，現有的教育培訓單位水準有待提高。對於創業公司的培訓也比較缺少，不夠系統專業，缺乏專業的培訓公司，某種程度上創投公司在承擔政府的教育培訓工作。

**現有深圳教育培訓資源沒有充分利用。**創業教育對創業支持的力度非常有限。大多數中學至今未開設與創業技能相關的教育培訓課程，大學開設的與創業相關的課程少，一般的高校是以學術教育為主，且缺乏師資與商業經驗，導致學院知識與社會脫節。也沒有很好地利用深圳高等院校的教育培訓資源，對新創公司的教育與培訓不夠，多數創業者沒有接受必要的商務知識與創業技能培訓。總括而言，目前在企業管理、生存發展及商業實戰的教育培訓非常缺乏。

<sup>29</sup> 請參閱《深圳經濟特區促進中小企業發展條例（草案）》2009 年 9 月 9 日 5314 <http://www.szsmg.gov.cn/content.asp?id=51714>。



**政府支持不夠，沒有專門負責的機構對口。**政府主導的培訓體系不完善，企業得不到政府的支援和指導。培訓機構資質的認證亦存在問題，培訓機構的資質名不正，言不順，管理顧問公司參差不齊，培訓水準參差不齊，甚至有的不具備能力，以至於對社會培訓機構的管理，無法準確到位，尤其是對於新創公司和中小企業沒有提供資金及政策等方面的支援，並缺乏規範統一的管理。

**培訓費用高。**培訓指導對於創業者來說，是很有收穫的，但由於收費高，很多創業者會感覺難以負擔。例如李嘉誠的長江商學院、東歐商學院的創業類培訓，其收費實在不是普通創業者所能支付得起，最便宜的實踐家商學院<sup>30</sup>林偉賢老師的BSE或濃縮版的創業培訓，收費雖只有長江、東歐的十幾分之一，但是費用對於普通人還是有些偏高。政府在提供免費培訓的時候如果能引進這些更高級別的培訓，將能大大幫助到創業者成長。

**民辦教育發展不理想。**與內地其他城市如上海、杭州、浙江甚至廣州相比，深圳民辦教育行業積極性不高。深圳的民辦教育發展不理想，好的機構不多。民間機構發育不全，培訓規模有限，設施設備不夠。

#### 4.4 深圳的研發轉移

一方面，專家認為深圳科技成果在全國領先，其研究與開發轉讓有利於企業的成長，虛擬大學城、科技園均有科技成果轉讓，而且能夠迅速的轉化為商業機會，企業擁有大量的科研力量，研發實力雄厚，能夠保證研究成果及時轉化為生產力。另一方面，專家認為有利於小型、新創或成長型公司的研究和開發系統尚不完善。

首先，大型企業的研究成果和專利產品絕大多數都是自己使用，共用和擴散的程度較低，有效開發率比較低；其次深圳技術和專利缺乏有效的市場推廣，儘管企業的研究與開發轉讓需求多，但缺乏統一專業的開發轉讓服務，創業公司很難找到一個對接平台，技術轉讓合作方也缺乏誠意，工作效率低下，降低了技術轉讓的成功率；第三，社會沒有形成一個評價機制，缺乏明確的法制門檻，轉讓平台少，創業企業對於技術本身無法鑒定評估其有效性和持續性，技術專利購買和出售雙方缺乏鑒定標準平台，造成開發與使用的脫節；最後，政府過於關注最新、最尖端的成果，儘管政府鼓勵創新，投入大量的資金，但是對創新的環境和解讀不夠明確清晰。

#### 4.5 深圳的商業和專業基礎

就商業和專業基礎設施而言，小型、新創或成長型公司享受到的優惠、服務較大公司的少得多，特別是沒有形成專門為中小型企業專業服務的領域，包括會計、銀行、法律、管理諮詢、資訊處理等服務領域。儘管深圳有良好的商業服務市場，但這些服務少有面向小型及成長型公司。

由於中國企業講究自行自立，外部公共服務借用比較少，外部公共服務需要少，發展亦不成熟。

商業和專業基礎設施主要體現在知識產權的尊重上。初次創業者一般都追求小的投入去獲得大的回報。對知識、智慧的轉化，很多創業者都缺乏思考。目前在深圳，知識產權的保護不足夠，特別是盜版問題，整體市民都認同，認為這是一種正常的現象，不尊重知識產權，甚至是蔑視、唾棄。政府對侵權行為的打擊力度不夠，這樣其實很不利於知識智慧的資產轉化。總括而言，受訪者認為創業軟環境的發展仍有很長一段路要走。

#### 4.6 深圳的市場開放程度與市場准入門檻

受訪專家認為深圳已經成為全國有影響的創業投資中心之一。不論是在都會區還是郊區<sup>31</sup>，無數的創業者、充足的資金、創業板的推動、健全的創業體系及高新科技行業的發展，令創業環境非常活躍。創業機會在增加，創業環境在向好的方向轉變，創業技能在改善，創業類型在轉變，由生存型為主轉向機會型為主，這將帶動更多的就業、出口和創造新的市場。

深圳已形成了一個良好的市場經濟體系，市場開放程度較高。合理的產業配套大環境在深圳已經基本成型，相對穩定的產業結構讓處於創業時期的企業能有非常好的選擇，而且這些在競爭中存活下來的優勢行業，對於創業者來說是很好的參照，讓自己的企業運營能有個完整的計劃。深圳是中國改革開放的窗口，深圳的經濟走上了市場經濟的良性循環；中國加入世貿組織後，深圳在許多方面先行先試，在服務業的對外開放方面有很多創新，與國際慣例比較接近。

深圳的市場准入門檻不高，註冊公司方便簡捷，使新創和發展中公司有很好的發展前景。深圳亦給新創和發展中企業機會，鼓勵創業從小做起，形成公平競爭。

此外，深圳沒有地方保護主義。沒有什麼東西特別規定一定要用深圳的，人才、人力市場、勞動力市場及技術市場都比較寬鬆。專家亦認為深圳的專利保護做得比較好。

<sup>30</sup> 請參閱 <http://www.doers.cn>。

<sup>31</sup> 都會區為羅湖、福田、南山及鹽田，而郊區為寶安、光明新區、坪山及龍崗。由於在 2010 年前郊區並非劃入深圳特別行政區內，所以都會區被稱為「境內」，郊區則被稱為「境外」。



但受訪專家不贊政府減少市場准入門檻方面所扮演的角色。一位被訪專家表示：

*現在的大部分改革只是行政職能在政府職能部門之間遊動，改來改去，沒有簡政放權，沒有從根本上改，反而讓企業辦事更找不到正確的部門——到原部門去辦事，被告知業務移交了新部門，去新部門，又說業務沒理順。*

例如，一家湘菜酒樓的東主，平時應付工商、稅務還好辦，但像消防的證件是沒有辦法辦好的，經常檢查就要整改，有的事情無法辦到，只能消財免災。

經營網吧的、開診所的都辦不了執照，只能非法經營，但市場有需要，又能賺到錢，便硬著頭皮幹。或許他們認為沒有營業執照經營也不會構成傷害，因為不批營業執照，發生問題時就可逃避責任。

一位創業者評論道：

*辦事部門手續太多，不能為創業人士分憂解難，反而花去了我們很多時間，不能全身心投入創業活動。許多後顧之憂亦解決不了。辦事靠關係。計劃生育政策內生了第二胎，到深圳轉戶口，每次去要你補手續，跑了十幾趟了，還要政府的文件，一個平民百姓怎麼拿得到，後來在公安局找了一個關係，只要自己寫個說明就 OK 了。*

目前國家政府的政策其實是在阻礙創業的，特別是受國家管理的行業。一位受訪專家評論道：

*比如旅遊行業，國家政府從上管到下。深圳的市場放開，不代表國家放開。*

由此可見，在市場開放程度和准入門檻之間是存在爭議的。一方面，在過去 30 年，深圳在減低創業者的市場門檻所作出的努力獲得充份認同，亦成為了良好示範。另一方面則擔心，如果這方面有所加強，深圳的創業環境將受到削弱。

*為什麼現在每年考公務員的人那麼多，創業的人少？就是因為創業的限制太多，創業的驅動力不夠，導致很多人追求一種平穩的生活。所以，國家要進一步開放市場，使市場自由化，市場的准入門檻要更低一點，這樣才有利於創業活動的開展。*

#### 4.7 深圳有形基礎設施的享用權

作為一個新興城市，深圳擁有很好的有形基礎設施，其中，水電通信公共設施，更可以說，在全世界的城市都是領先的。樓房很新，城市規劃比較好，街道也規規矩矩，很多來深圳的人都會有一種想留下來的衝動，畢竟這裏是中國近二三十年中國人談論最多的地方，有些時候也可以說是讓人不可思議的地方，很多來深圳的人來到深圳，變富了，便落地生根。這給人的感覺就是無論什麼人，來到深圳都有所蛻變，變得富有，亦變得讓家鄉的人羨慕。深圳在城市建設方面做的非常好，應該一如既往的把深圳建成園林城市。

當然，在深圳的公共基礎設施並非免費可以享用得到的，其中大部分是市場化的，政府沒有免費提供。此外，像土地、空間等資源，更設有一大堆限制條件。

這幾年，深圳物流、地鐵、通訊都發展很快。

一位受訪專家指出，借助深圳世界大學生運動會的機遇，深圳進一步提升硬件的水平。在國際化程度方面，雖然近年上海發展迅速，但深圳亦可迎頭趕上。

#### 4.8 深圳的文化和社會規範

在我們與深圳專家的訪談中，有關深圳文化的專家意見是回收最多的，而且如以上圖表 30 所示，絕大部分受訪專家反映，深圳的文化與社會規範對創新及創業行為有積極的影響，可見專家對深圳充滿真正的熱誠。專家們更一致認為，深圳的創新文化氛圍在全國具前。但創新文化要持之以恆。社會規範，特別是對創新有促進作用的法律規範要不斷完善，使創新的成果受到法律的保護，企業的知識產權得到尊重，才會激發更大的創新動力。

深圳適宜於創業者的環境，吸引了成千上萬的創業者湧向深圳，也成就了一批企業家從深圳走向世界。深圳的文化優勢之一，在於深圳是一個充滿活力、思想開放的城市。深圳移民來自全國各地，他們來到這座城市就是為了尋找機會。他們尊重個人隱私，崇尚財富，具有冒險精神，敬重創業，重視技術。像香港人一樣，他們為城市的市場取向和國際視野而自豪，並在香港身旁，鑄就了一個獨一無二的中國創業大熔爐。

深圳仍是一個移民城市，其包容性文化吸引了全國各地的人才。深圳並不會因為你是河南人，因為你是湖南人，因為你是四川人，而不會講廣東話，就覺得你不是這裏的人。與其他城市不同，深圳並沒有地域及語言歧視，使用普通話就可以在深圳交流。



一位被訪者評論道：

深圳的整個大的人文環境非常好。許多在上海、北京、海口、武漢等城市生活過的人，更喜歡深圳。深圳的移民文化，無論你是哪個國家、哪個地方的，都不會有陌生感、距離感。它是包容的、多元的。大家在這裏生活彼此不用有太多的顧慮。

另一位則說：

英雄不問出處。在這裏，成就會給與肯定，失敗亦有朋友的鼓勵，深圳人都寬容失敗。

又有受訪者說：

我們是個自由的社會，亦是個自由的城市。作為城市的市民，人的成長發展需要培養創業意識，讓自我幹一番事業，闖一番天地。

不過，深圳社會的自由性和移民性，卻產生歸屬感不夠強的問題，使有些創業者在成功創業後，也不會留下來。一位專家評論道：

要讓他們留下來，就要為他們提供文化支撐。上海文化中的「海派文化」在吸引人才方面起了很大的作用……。在深圳為什麼有的公司在運作很好的時候卻轉到上海和北京發展？這與深圳的文化和社會規範有關。深圳要在形成良好的文化氛圍上下功夫，才能留得住人才和公司。

深圳文化另一為人垢病之處是在商業上缺乏自重。這位專家續道：

商業規範也存在不足，如現在山寨文化在深圳流行。商業規範也就是國際規範，要讓人家接納你，就要嚴格遵守規範。當然深圳已經意識到自己的問題，並在改進……。

新創及發展中企業亦面對人力資源問題，而且問題因為創業者的短視而更顯嚴重。一位專家評論道：初創公司需要核心的人才聚集，才能快速發展。初創公司老闆或者發起人，專業資質、技術、獨特能力強，但是在吸引人才很弱。在核心成本投入更多的資本時，會忽略在人才的投入，導致在用人上不會聘用高素質的人才。

在作出聘人決定的另一面，求職者的心態亦會對創業造成負面影響。

許多求職者寧做鳳尾也不做雞頭，所以他們寧願在工資水平一般的大公司工作。選擇大的平台，抗風險的能力強，安全感好。他們不願意去小公司，哪怕薪金條件很優越……。這導致大公司大平台人才過剩，同時這些人才也會覺得大材小用，反而找不到價值感。

深圳應加大創業人才的培養。中國文化對於創業還是有很多質疑的。深圳的文化理念不一，但仍未形成有創新意識的創業文化。

中國人習慣在單位平穩的生存。過去創業的人士均為生活所迫。大學生就業找不到工作才去創業，主動去創業的非常少，不是被逼無奈是不會去創業的。雖然勞動局、人事局提出「創業帶動就業」，但具體的實施措施很少。

隨着深圳日趨成熟，深圳的文化亦在不斷演進。對於這個成熟的過程，一位受訪專家描繪出樂觀的前景：

深圳的包容性文化，特別吸引全國精英過來。深圳一開始從一個小漁村到發展到現在，才 29 年，因此他本身年齡才 29 歲，正好是一個人剛剛逐漸成熟的時期。深圳這種包容性文化是易於吸引全國各地的人才。

不過，對於新一代的深圳人會否秉承深圳的創業傳統，受訪專家表示憂慮。香港對創業的態度，同樣可在深圳見到。重視深圳創業傳統的人，態度的轉變（上表 5b 顯示，考慮創業的成年人口的比例，已由 2003 年的 76%，下跌至 2009 年的 50%）是一個警號。其中一位受訪專家相信問題出於新一代身上。

80、90 年代後大學生經驗不足，獨生子女心比較高，但離實際遠。

一位受訪專家評論道：

深圳確實具備一定的創業條件，但現在的很多年輕人，還是傾向於去尋找一份工作，甚至會工作很多年。年輕人對創業心存畏懼。他們寧願賺取不高的工資，而不去創業。這與社會文化價值體系有關，通常成功的企業家當問到他們當初為什麼會去創業，他們會很感慨的說，當時也是逼上梁山的。

什麼會給人價值感及自我價值？一位專家評論道：

在社會上對成功的價值觀判斷單一：需要做到最大、最強才是成功。其實，成功就是鍥而不捨的去做一件事，通過勞動就業創業就是成功。這種價值觀宣揚很少。所以應該重新樹立價值觀。……

## 5 建議

### 5.1 建議：香港

對香港來說，創業有着重要的作用，但如何才能促進創業，卻始終未有能藥到病除。在本次調查中，專家就促進創業提出了 93 項建議<sup>32</sup>，經過歸納，我們把它們重組成為 20 項主要建議，並按被提出的次數，由多至少排列在圖表 34 內。這些建議分為三類。第一類包括 4 項建議，佔全部建議超過一半，而且被提出了 8 次至 20 次。第二類的建議由 3 至 5 位專家所提出來。我們認為這些建議值得繼續研究以及以某種形式推行出來。第三類的建議由 1 至 2 位專家提出來，即使被提出的次數較少，但也有其可取之處，值得參考。



<sup>32</sup> 雖然我們總共訪問了 36 位專家，並邀請每位專家提出 3 項建議，但由於部分專家只提出少於 3 項建議，所以有關香港的建議總數只有 93 項，而非 108 項。

圖表 34：專家的建議總結

主題	建議	提出建議的專家數目
教育及培訓	改革教育，培養下一代的創意和創業精神；資助有關教育的推廣計劃；宣傳企業家和創新者的重要性，以作模範；鼓勵年青人創業；以追求終身學習的態度經營生意	20
政府政策及規劃	釐清工業政策；加強諮詢；加速政策決策；提供一條龍的服務	12
財政支援	在政府的協調下，金融界應加強為早期階段企業提供債務及股本融資能力	9
文化及社會規範	創業者應拋開安全網，為自己的成敗負責；他們應依賴自己，發揮創意，同時對全球市場需求保持敏感和適當謹慎的態度；了解潮流，亦不向政府尋求支援	8
政府政策及規劃	為抵銷高地價所造成的問題，政府或社會機構應提供設施支援手工藝，例如鄰里合作社或像圖書館一樣的公共空間	5
政府政策及規劃	新的政府計劃應提供資金協助新創企業及中小企業	5
政府政策及規劃	政府應著重於以合適的科技創業，而非著重於以高新科技創業，亦不應推動個別行業的發展	4
政府政策及規劃	政府應提高出口機會，尤其是要加強溝通，以增加對中國市場的出口機會	4
文化及社會規範	香港應提昇對中國及國際的視野	3
文化及社會規範	香港人應更為遠視，增加本地合作，以及與工業協會合作	3
政府政策及規劃	政府應吸引傳媒對創業的關注；提供資訊讓公眾了解工業對經濟及終身學習的計劃，以及在傳媒上宣傳創業個案	3
政府政策及規劃	針對現行的計劃，政府應放寬限制及採用更具創意的推行方法	3
政府政策及規劃	推出可以加快知識轉移的計劃；鼓勵中小企業以政府資金推行研究	3
政府政策及規劃	改善香港的生活環境，以加強香港作為金融中心的吸引力	2
政府政策及規劃	放寬移民政策；吸引創業者或學生	2
政府政策及規劃	回歸到積極不干預政策	2
研發轉移	針對創業公司和香港製造產品，推出減稅計劃	2
政府政策及規劃	政府應推行公平競爭法	1
政府政策及規劃	政府應更為民主	1
政府政策及規劃	政府應收窄工資差異	1
<b>建議的總數</b>		<b>93</b>

作為專家最為關注的議題，我們已在第 3 部分討論過創業支援條件、有關政府政策及規劃的問題、教育及培訓、文化及社會規範，以及財政支援。以下我們將重新檢視這些建議，與我們之前在 2002 年、2003 年、2004 年及 2007 年曾作出的類似建議作出比對。

**建議一：改革教育，以培養下一代的創意和創業精神；資助有關教育的傳媒計劃；宣傳企業家和創新者的重要性，以作模範；鼓勵年青人創業；在業務上追求終身學習**

總計來說，超過 20 項不同的建議，認為有需要年輕一代灌輸創業的經濟理解，對價值創造的推崇，創新和發揮創意的能力，以及主動解決社會問題的素質。



這些建議，雖然經過數年的時間，但也沒有多大改變，而且仍然經常被專家提出來。過去的建議包括：

- 實用商業培訓課程。
- 由小學至大專的教育系統應可刺激創意。
- 經驗豐富的企業者應向年青人提供指導。
- 檢討學校課程的設計，以推動創業。教導學生投資知識，如何管理自己的財政，創業精神的不同特質，以及風險與成功、收獲之間的關係。
- 鼓勵理科、生物科技及數學的教育，並以之為優先，從而推動一個更適合科技創業的環境。
- 通過培訓，令學生發展成為適合知識為本和服務業相關企業的人才。
- 平衡人文教育與工業教育的比重——早期教育以人文學科為主，後期教育則以工業教育為主。
- 教導學生成功的關鍵在於勤奮、有決心和創意，即使在年輕人普遍視為模範的娛樂圈也是如此。
- 在教育過程中，為學生提供創業的挑戰和在企業工作的機會。
- 提高商業導師在中學及大專院校的參與程度，讓那些來自不同行業、在營商及創業方面充滿經驗並取得成功的人成為學生與未來創業者的導師。

香港令人引以為傲之處，在於香港是一個以知識為本和充滿創新思維的活力之都，而且香港人質素高、積極進取、專業、消息靈通又勤奮。為保持這些優勢，我們必須繼續改進我們的教育系統，以滿足不停變化的社會的需要。教育改革的方面是恰當的，但要做的事情仍相當多。

### **建議二：釐清工業政策；加強諮詢；加速政策決策；為創業者提供有關政府政策及規劃的一條龍服務**

香港現行的產業政策——四大支柱、六大優勢產業及研究小組計劃——雖然在過去十年已經展開，但至今仍然不夠清晰及堅定，政策發展過程亦不夠透明。上文已討論過，雖然香港理論上推行積極不干預的小政府政策，但仍然應該貫徹地設計和推行務實的產業政策，以爭取社會的理解甚至全面支持。在過去數年，尤其是回歸後的數年，我們都強調了這個理念以及作出以下建議：

- 政府應限制其對經濟的干預，亦不應為提昇創業的比率而作出干預，反而應注重減少官僚對營商的障礙。
- 簡化小型企業的開業程序。
- 不推行會大幅增加政府開支的政策。

由於香港目前的公共財政健全，而產業政策已是香港生活的現實，我們的重點已轉變為：清晰度；透明度；享用的方便以及政策的理念是否貫徹香港的價值。

### **建議三：在政府的協調下，金融界應加強為早期階段企業提供債務及股本融資的能力**

在過去的研究中，我們認為金融業有責任改變其向新創及發展中企業提供資金的方針。

雖然專家的建議不盡相同，但我們仍傾向強調了以下數點：

- 無論是政府或金融機構的監管機構，都不應嘗試改變香港金融機構與創業融資相關的組成（銀行、其他認可機構、保險公司、公積金及風險投資者）。
- 銀行應改革對中小企業客戶的政策，通過現金流貸款的定價及管理，以及對中港新創企業融資提供的客戶諮詢服務，減低放貸的風險。
- 對於由科學園等香港科技培育機構培育出來的新科技及新企業，風險投資者應持開放態度。

我們的新建議反映出，不但工業界與政府之間的合作空間有所增加，而且有關合作並不會危及到香港作為金融中心的角色。

### **建議四：未來的創業者應拋開安全網，為自己的成敗負責；他們應依賴自己，發揮創意，同時對全球市場需求保持敏感和適當謹慎的態度；了解潮流，亦不向政府尋求支援**

這項建議源於對創業傳統的認同及 8 位專家對未來的文化和社會規範的擔憂。

## 5.2 建議：深圳

自從 2004 年的 GEM 報告以來，深圳作為城市的五分之一歲月已經過去了。一如上文所述，創業環境大幅發展，亦推出了眾多創業支援條件。因此，以下有關深圳創業的建議，將不會與過去研究提出的建議作出比對。

### **建議一：政府應推動政務改革，提高面向新創及發展中企業的服務效率**

- 在政府的政策制定和執行，盡可能建立起公開、公正、透明的辦事機制，給新創及發展中企業一個公平、公正的競爭環境。
- 政府和企業要保持良好的溝通，儘快建立政府與中小企業溝通的信息網絡服務平台。
- 就不同的主題，組織企業與政府舉行會議，讓政府了解企業的需要，從而為企業提供更合適的協助。
- 政府要進一步開放市場，使市場的准入門檻要更低一點，以更有利於創業活動的開展。
- 提高政府窗口服務質量和效率。簡化新企業註冊環節。
- 成立專門的代辦機構，幫助初創業的人辦理從工商註冊到稅務登記等各項業務，提供一條龍服務。代辦機構應由政府資助。

- 推出稅務優惠政策，鼓勵開創新公司。
- 針對不合宜的政府服務水平，提高面向企業的服務的效率。
- 政府對中小企業的扶持政策應該具有連續性。如，為應對金融危機，深圳政府於 2009 年推出的中小企業扶持資金運作很好，這一政策就應該有連續性。
- 增加工業檢測服務中心，以減輕企業的負擔。
- 通過有效的城市規劃，使創業者可以生活得比較舒適，而且生活成本不會很高。
- 要減少對行業發展的限制。
- 不斷完善有利於中小企業發展的法律環境。

#### **建議二：金融機構及政府應增加新創及發展中企業的融資渠道**

- 重塑銀企關係。鼓勵銀行、擔保公司及其他金融機構要有信貸政策的改革，在控制風險的同時，根據對新創企業及發展中企業的經營模式、預期盈利等因素進行的信用評估，擴大小額和無抵押貸款的實施範圍。
- 降低新創企業及發展中企業在申請政府資金資助的難度，放寬限制條款，令政府的資金可適時到位。
- 依據法律、法規來構建信用資訊平台，以提高信息透明度及金融機構與企業之間的互信。
- 為新創及發展中企業構建多層次、多渠道的融資渠道，包括私人投資、非正式投資、天使投資、專項資金、風險投資及私募股權投資等。
- 改善風險資本機構。對中小板、創業板、債券市場等要有積極的政策推動，以有利於新創及發展中企業的發展。

#### **建議三：進一步提升硬件水平及基礎設施，使新創和發展中公司獲得更好的發展。**

- 借助深圳大學生運動會的機遇，進一步提升硬件的水平，使新創和發展中公司獲得更好的發展。
- 建立透明的環境及現金流項目評估標準。對那些有利於環境的項目如風能、太陽能、節能減排產品類企業等涉及國計民生的項目要提供政策和資金支持。
- 發展專業服務產業，消除相關政府部門對會計事務所、律師事務所等領域的壟斷，提升其為新創企業服務的專業水準。
- 建立面向中小企業服務的非牟利管理諮詢機構，如生產力促進中心等。
- 為在深圳的小公司提供與大公司相等以至更好的優惠，例如：
  - 鼓勵中小企業參加行業展覽會，而且降低其參展成本。
  - 容許從事高科技行業的中小企業進駐科技園。

#### **建議四：加大創業方面的教育與培訓。**

- 將創業教育及商業訓練加入到
  - 中學：創業思想與技能

- 職業教育：基本創業技能，為他們開拓更廣泛的機會
- 持續教育：為有意創業的人士提供基本培訓
- 大學：在各個層面的大學教育中都加入創業理論與培訓

- 針對新創公司及即將開業的公司的實際需要，建立完善的培訓系統，包括風險評估、競爭分析及市場定位。
- 對創業活動實行標準化，並推行創業培訓機構的資格認證，給予正式承認，以保證培訓機構的專業性和素質。
- 加大創業教育政策的宣傳，提高創業者的知識和風險意識，以提昇成功的機會。
- 鼓勵更多的年輕人去創業，這樣做會為社會建構創業的基礎。

#### **建議五：為新創公司、小型或成長型公司建立研究與開發轉讓系統。**

- 讓中小型企業的創新項目納入國家級課題之中。
- 尋找一些研究項目，以免費的方式轉讓給新創公司、小型或發展中公司。
- 為新創公司、小型或發展中公司提供技術支援，使他們可投入於科技含量高的項目上。

#### **建議六：政府應鼓勵行業協會進一步發揮作用。**

- 行業協會應有行業的一套專業標準（例如對諮詢公司做評標）。
- 與政府部門的採購有自己的一套規則，行業協會亦應通過與政府的協商，發展其行業的一套採購標準。
- 行業協會應對政府服務、專業資歷、最佳實踐案例做綜合的評標，並制定行業規則。

#### **建議七：深圳的創業者應改善創業**

- 營造一個願意分享創業果實，共度創業難關，互為誠信，人人都德才兼備的社會環境，作為精神文明和物質文明雙豐收，對社會負責任，以及不斷提高的城市文化氛圍。
- 建立營商誠信。創業活動在一個互信的環境中蓬勃發展。要徹底消除政府無誠信和營商是零和遊戲的態度。缺乏誠信會窒礙風險投資及破壞誠信。如果個人努力維持長久關係，而企業講求真誠、實幹、質量以及社會和諧，便可有利創業。
- 每一位創業家必須依法開設及經營其企業。
- 企業要培養具意義的企業文化，能夠表達企業的價值系統，做到自己與別不同。
- 企業文化是企業的靈魂，其對工作的重要性亦獲企業員工所認同的，無論他們的職責是規劃、經營、生產、採購、分銷、服務，還是其他工作。企業文化是企業持續發展的支柱。企業家應清楚公佈及實踐能夠符合客戶需要及為員工帶來目標的核心價值。良好的企業文化可吸引、推動及挽留人才<sup>33</sup>。

<sup>33</sup> 有關如何創立良好企業文化的討論，請參閱深國資委黨〔2008〕28號《關於加強深圳市屬國有企業企業文化建設的指導意見》。

## 6 專家觀點及提示

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，在接續的三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 (HKBI)  
創辦人及行政總裁  
李根興先生



李根興先生為香港商機創辦人及行政總裁，他成立之香港商機為全港首家榮獲由香港專業管理協會頒發「2008 優質管理獎」之生意轉讓經紀。「2008 優質管理獎」是以美國「鮑德里奇國家優管理獎」為藍本，而被廣泛認為商界最高榮譽獎項，因此，從而印證香港商機在推動本地創業文化及最佳創業模式「購入現成業務」上的成就。

李先生為 2007 創意創業大賞（由香港城市青年商會頒發）之得主及全球最具規模之國際企業經紀協會 (IBBA) 成立二十六年來最年輕及首位非美國人主席，不論在本地及國際社會都肯定了他在生意轉讓及創業顧問行業上所作的貢獻。

李先生畢業於美國南加州大學，榮獲金融理學士學位及會計理碩士學位，他現持有美國註冊會計師 (CPA)，特許財務分析師 (CFA) 及特許生意轉讓經紀 (CBI) 等專業資格，並現正於香港理工大學修讀工商管理博士課程。

### 6.1 創業模式的比較

創業市場上普遍流行三種創業的方法，一般被稱為 3B 創業法。3B 分別代表 Borrow、Buy、Build。Borrow 代表特許經營生意，意思是創業者借用已成立的公司商標及營運模式，Buy 是代表創業者買入已有一定的基礎的現成生意，因為生意持有人基於種種原因而出讓整盤生意。Build 就是創業者由零開始建立一盤生意，由找舖到入貨及至請人都要從頭開始建立。其實三種創業的方法各有優點及缺點，讓我逐一分析，好讓不同的創業人士更清楚了解成功企業家之路。

#### 特許經營的優勢：

- 適合不求創意 但求穩守之人士  
特許經營生意的特色是創業者不需重新建立品牌，而且可以得到較多的支援。創業者若果本身沒有太多做生意概念及市場策略，他們投資這類型的生意會較為保險，因為所有市場策略至店舖裝修都有總店支援，而會有較穩定的收入。但創業者需要留意總店的規模，若果市面上只有兩三間特許經營店舖，他們的支援亦相對較小。
- 經營風險較低  
一般特許經營行業的總店都建立了相當的聲譽，加盟店可享用有利的經營條件，包括總店的專利權、經營方針、管理模式及供應商的安排等，亦能分享「規模經濟」的優勢，例如享用較低的入貨價等。另一方面，總店也能以較低的成本和財務風險，擴展其銷售層面。創業人士既可以享用總店的優良管理制度和良好品牌形象，亦可獲得相關的技術轉移，較易將業務推上軌道。
- 較易預算所需用的資金  
大部份特許經營店已有一套固定的裝修及生財工具的規格，所以對資金的需要有一個較準確的預算。生意較有保障總店通常已有一定數目的支持者。

#### 特許經營的缺點：

- 越成功的特許經營商會對經營者限制更大  
一般來說，特許經營者必須依照總店的要求及規定經營。越成功的特許經營商會對經營者的限制越大，目的是希望將品牌控制得好，但相對經營者所享有的彈性會越低。特許經營商並不是總店的僱員，而是一個獨立的經營個體，兩者的關係由合約規範。
- 總店的質素和商譽難以量化  
對於新創立的特許經營體系，所以創業人士應選擇較可靠的特許經營業務加盟。若果其中一間的商譽受損，很快便會產生雪球效應，牽連其他同一系列的特許經營生意老闆。



- 要小心計算加盟費及其他費用的開支  
總店一般會向加盟店徵收一筆開業的特許經營加盟費，之後加盟店便要按月支付服務費及管理費，包括專利權費及廣告費等。一般而言，加盟費的多少會與品牌的知名度及公司規模有直接的關係。

#### 買入現成生意的優勢：

- 適合有創意 但不想冒太大風險的人士  
買入現成生意可以借助公司已有的良好商譽、客源及與供應商之聯繫，通過延續既有的營運模式，去減低去蝕本之門，而且可以節省更多創業成本如裝修費、添置器材的費用及時間，生意可以更加有彈性。你更可以運用你的創意，在現有的生意上作出改變，這可以減低風險。這對於一些需要牌照的行業來說如飲食業、補習社等，尤其明顯。
- 創業者可以很快開展業務  
時間對於創業者而言就是金錢，購入現成生意可以令創業者爭取更多時間去營業，而且有固定的客戶而可以生意的縮短守業期，可以加快回本。再者，創業者在現有的業務上作出改善會較為容易，因為有現成的業務給予創業者作比對。

#### 買入現成生意的缺點：

- 小心謹慎選購生意  
有時生意賣家刻意隱瞞債務情況及強行扣起客戶的預繳款項，又或者原來賣家留下一大堆未完成的事情，如廁所滲水、冷氣機壞、欠交稅款或未替員工供強積金，這些未完成的事情會成為新買家的負擔。如果買家要避免這些所謂「手尾」，創業者一般要一星期至少花二至三天的時間到心水店舖長駐坐陣，才可以更全面了解將購入的生意。一般有水準的現成生意不會有太多選擇，越容易找到賣盤的業務越難找得到。

#### 由零開始創業的優勢：

- 適合喜歡創意及敢於冒險的人  
這類型的創業是最具彈性及自由度，百分之百是由創業者自己控制，十分適合敢於創新而又肯冒險的人士，這種創業形式甚至可以帶給創業者很大的滿足感及成功感。很多時市場上尚未存在的一些產品或服務，創業者可試行這個方法去成為市場首創及唯一的產品或服務的提供者，以吸納市場第一批客戶。但長遠來說要有更多「新鮮感」才可保留客戶，因為所謂的市場「首創」或「唯一」很容易會被其他店舖取締。

#### 由零開始創業缺點：

- 要為生意上大小事務東奔西跑  
創業者由找合適的店舖、與業主議價、內部裝修、申請牌照及法律文件等事宜都要親力親為，這些基本事項解決了之後，創業者還需要為生意做一系列市場宣傳及策劃去爭更多客戶。再者，對於生意的運作流程、聘請員工、與供應商議價等等，對於初創業的人士來說會倍感吃力。
- 失敗率會很高  
這種創業形式是三種創業形式中失敗率最高的一種。由於自由發揮的關係，創業者很多時需要兼顧的東西很多，若果創業者沒有具備相當的經驗，當面對困難或挫折時，很容易放棄。

總括而言，三種的創業形式各有其好處。在我的經驗觀察所得，創業者當中約佔七成的人是由零開始建立自己的生意，其餘的人是買入特許經營權或現成生意去經營。很多人會選擇先買入特許經營權作為創業的踏腳石，或買入一盤現成的生意去學習經營之道。待累積經驗過後，才慢慢建立自己理想的業務。當然，創業者應先評估自己適合哪一類型創業模式，才去作出投資決定。

## 6.2 香港創業環境的分析

本港過去受全球性經濟衰退的沖擊之下，很多人身家大縮水，企業大規模裁員，高薪一族受到公司緊縮開支和裁員減薪影響，連鎖影響到各行各業，而消費者普遍對前景不甚樂觀，需求下跌。這個環境下，市民對平價及耐用貨品的需求急增，因為他們的購買力疲弱，昔日光顧高檔次的餐廳，如今可能光顧一些大眾化的茶餐廳，平日可能毫不考慮便購入高級時裝或貴價貨品，但面對經濟差的時候，首要就是減少這方面的支出。所以，零九年的經濟環境適合開一些大眾化的行業，如茶餐廳、小食店、糖水舖、花店等，因為租金相對平宜，消費者對這些產品及服務需求增，而且開業成本不高，的確是創業人士的「試刀石」。

#### 不能再抱著「賤物鬥窮人」的心態

經過金融海嘯的沖擊後，企業家不能再以「賤物鬥窮人」的心態去創業或經營生意，因為租金大幅提升，引致生意的經營成本上漲，大眾化的產品及服務因此面對加價的壓力。正因地產及股票市場活躍而帶動經濟活動，市民的收入因而慢慢回升。在他們的購買力增加的時候，他們會傾向購買高檔次的產品及服務。考慮創業的人士，應選擇對租金倚賴度較低的行業，並著重品牌的建立，讓生意可以突圍而出，以及保持較高的利潤。



### 宜選擇對租金倚賴度較低的行業

面對現今樓價不斷上升的市況，店舖的租金也隨之增加，反觀社會的經濟進程卻比未能趕及回應租金成本上漲，市民的消费意欲仍然處於低位。在這個經濟現象之下，對於那些對租金倚賴程度高的企業家來說更是百上加斤。而所謂對租金倚賴高的行業，例如花店、便利店、茶餐廳、時裝店等那些著重地理位置的行業，它們企業的性質是需要吸納多人流去光顧他們的店舖，雖然每次生意交易額較小，但卻因人流多的關係會帶來更多的生意，故此店舖的位置一定是位於旺區，但租金成本動輒數萬至十萬不等。

因此，對於初次創業的人士而又想發展零售業的人士來說，就要考慮一下開業便要「捱貴租」的問題，而租金可能會佔生意額的三成以上，直接降低了盈利，這個形勢對想發展零售業的企業家來說不是很有利。相反，若想創業的話，不妨考慮選擇對租金倚賴低的行業，例如樓上舖的 Caf、漫畫店、補習社、網上商店等。特別是網上商店，它的租金開支是最低的，創業人士因而可享受更多利潤，但亦需要留意要花較高的廣告開支才可吸引更多瀏覽網頁。

### 以高檔次品牌、具創意的優質商品吸引客戶

因應的樓市不斷上升的效應下，帶動本地的經濟由谷底反彈，經濟有復甦的趨勢，大企業的營業額穩定下來，在轉虧為盈的情況下，打工仔的薪酬可望有加幅。所以創業人士不妨考慮重點建立自家的品牌，突顯自己在市場上的獨特性以迎接一班購買力增加的消費者。當消費者的購買意欲增加時，他們會願意及有能力花費購買一些優質及高檔次的產品，所以會較容易吸引他們光顧。此外，加入創意元素也能提升顧客的購買意欲，正因為顧客的消费能力提高，自然也願意嘗試不同的新產品。

### 零售業受惠 預計內地旅遊人士增加

香港政府今年會努力推廣旅遊產業，加上國內強勢的經濟發展之下，我們預計越來越多內地人來港消費，而且他們的消費力高，很願意花費去購買香港高質素的商品，例如手提電話、電器等電子產品、嬰兒產品、甚至是香港一些特色的食物等，所以創業人士可考慮創立這些行業，成功的機會會較高。為了提高與外地品牌競爭能力，本地的創業者更需要為自己的業務和商品加入本地的元素及香港特色，讓旅客能區別出本地及內地貨品之分別，而大多數旅客都喜歡有當地特色的商品，而不介意付更多的金錢購買以「香港」作品牌的貨品。此外，內地人士都較喜歡一些歐洲的名牌時裝及首飾等的高檔次產品，他們覺得是在香港購買較有保障，而這也為本地的創業者製造了商機。例如創業者可以從歐洲購入一些時裝產品或引入歐洲品牌代理，並選擇一些較接近旅遊區地段的舖位，這樣亦能吸引內地旅客消費。

### 教育行業優勢

隨著政府推行 334 學制，本地學生所獲得的資格更加容易與外國的國際文憑接上軌道。香港政府將亦致力吸引更多內地及外國學生來港進修，以鞏固香港作為教育樞紐地位，以配合國家的未來發展。隨著教育發展的新形勢，本地學生更需要不斷增值及提升自我的競爭力，大部份家長都深明這一點，

加上在經濟復甦情況下，投資在子女身上教育經費更會日益俱增，而開設教育中心的確大有發展前景。當然，作為消費者的父母會較以往更著重教育中心的質素，若果創業者能為教育中心建立良好的品牌、提高師資及課程的質素，父母們都會不惜為子女多花金錢讓子女得到最優質的教育。此外，開設教育中心不一定要選擇一些旺的區域或地舖，一般選擇商場或商住舖也適合，而這些位置對租金的倚賴度亦相對較低。

總括而言，創業者選擇舖位時，需特別留意的是租金的問題，創業人士應盡量保持租金佔總營業額三成以下，才可以加快回本，縮短守業期。此外，經濟環境慢慢回升之下，顧客較以往著重商品的質素而多於價錢，因此，創業者需努力提高貨品本身的質素，建立屬於自己的品牌，並抓緊內地來港消費的人士的心態，相信可以帶領業務可以突圍而出。

## 6.3 十個創業失敗的理由

香港商機於 2009 年以問卷方式向透過香港商機查詢買生意人士及買入現成生意的人士進行創業意向調查，發現平均每十個創業人士當中，有七個人成功穩守自己的行業，但有三個因為種種原因而不能守著自己所創的行業，特別是由零開始創業的人士，他們失敗的機會往往較買入一盤現成生意或以特許經營生意去創業的人士為高，究竟他們為甚麼不能持守生意呢？就讓我們分析一下一般創業人士失敗的原因：

### 一、 創業者只顧創意 忽略對市場的認識

有一些創業人士花很多心思在研究產品，誓必成為全港首創、最具特色及創意無限的產品或服務，目的是吸引更多客戶光顧。觀察所見，市面上一些主題式餐廳或 Caf，創意度可謂相當高分，但很多時創業者會忽略了顧客其他實際的需求，例如食物的水準、員工的服務水平、業務所處於的地區、附近有沒有其他競爭者等，沒錯，在激烈的市場競爭環境中，若果要衝出重圍，創業者必要想出一些噱頭，但要留意一點就是一些具創意的產品或服務的壽命只可以維持一段短的時間，長遠來說，花多一些精神去打好業務基礎，才可以挽留客戶的重要因素。

### 二、 創業家千萬不可將自己的興趣與做生意混為一談

有些創業人士因為自己對某一些行業有興趣而去創業，有一位創業者，她很喜歡與小朋友相處，因此而開設了一間補習社，一來是自己的興趣，二來可以用興趣去賺錢。這位創業者就是因為喜歡與小朋友相處，常常免費讓小朋友留在補習中心長一點時間，又不介意他們隨時到補習社問功課，這樣的運作令她要額外花更多時間及精力去處理業務，直接拖慢了業務的發展。另外，有些人因為用興趣去建立生意，亦很容易變成完美主義者，事事都希望與自己的期望貼近，這亦是創業者失敗的重要原因，因為事事要求盡善盡美，亦會阻礙生意的發展。



### 三、 忽略競爭對手的市場的反應

有一些創業人士的眼光只是放在自己的業務上，有時候不為意其他競爭對手的市場策略及業務的發展，客戶因此不知不覺便流失。例如我認識有一間飲品小食店主，他們主要售賣傳統中式糕點及果汁，食物質素不過不失，而款式沒有多大的變化，客源穩定。漸漸地，同一條街內已有兩間相近類型的小食飲品店轉營開始售賣珍珠奶茶及其他特色飲品及小食，他們能保留現有顧客之餘，亦可以吸引到新的客戶，而這間中式糕點及果汁店舖東主面對同行改變策略時依然顧我，不肯冒險改變，最後顧客當然轉移到另外新式的店舖消費，而這間飲品小食店當然生意額大跌。

其實，創業者應時刻對市場的情況保持警覺性，因為做生意切忌安於現狀，而東主要留意市場最新動態，更可以減低其他競爭對手改變政策時的衝擊以及可以及時應對。如果一成不變，生意一定不可以突圍而出。

### 四、 創業者低估生意的資金

創業人士都要經過四個階段，分別是創業期、守業期、回本期，以及收成期。一般創業人士都容易預計創業的成本如裝修、入貨、添置生財工具。但進入守業期的時候，很多時生意不穩定，而且亦有固定的開支，在這個時期的開支最難以控制。一般我們會建議守業者預留 3-6 個月的流動資金作預備，以免在守業期間趕不及融資。

### 五、 創業者不懂推銷產品或服務

在中國人的社會裡，一般老闆都著重管理多過銷售技巧。其實作為一盤生意的老闆，無論你花了多少時間去雕琢你的產品或服務，或是如何管理你的團隊，若果你不懂推銷產品，總不能讓客人知道你的產品或服務有多好。而有時候，即使所售的產品或服務是平平無奇，老闆也可以藉其良好銷售技巧去吸納新的客戶。因此，很多人都認同一個成功的創業家大都是一位優秀的銷售員，而且他們人際網絡一定要夠廣，性格需要面面俱圓，不怕被人拒絕，遇強越強，不輕易放棄，他們視爭取更多客戶及收入為企業目標，這才是老闆成功之道。

### 六、 業務定位不夠清晰

市面上很容易發現有很多業務的定位不夠清晰，在顧客心中留不到深刻的印象。例如我見過一間鮮果汁店，將所有可以售賣的東西都放進舖內售賣，如中式糕點、珍珠奶茶、糖水及其他小食。要突圍而出，最緊要是分清楚甚麼是主打產品，甚麼是第二主打。例如你店舖主力是賣漢堡包的，最好不要再大力宣傳其他食品如炸雞、雪糕等小食，以免喧賓奪主，令自己店舖的定位模糊。

### 七、 不以顧客的需要為目標

有時創業者只顧自己想賣甚麼產品，而漠視顧客的需要。例如有一些設計師只會堅持出售自己喜歡的產品或服務，由於產品過於單一化，未能滿足顧客對其他產品或服務的需求，會直接影響生意額。

### 八、 意志不堅定 容易受身邊的人影響

很多時做生意的人身邊有很多親朋好友都會給予自己意見，又或者是評論你一些做法，有時他們未必完全明白你背後的原因，所以自己的意志要堅定，不要因其他人的意見而令自己的意志動搖。

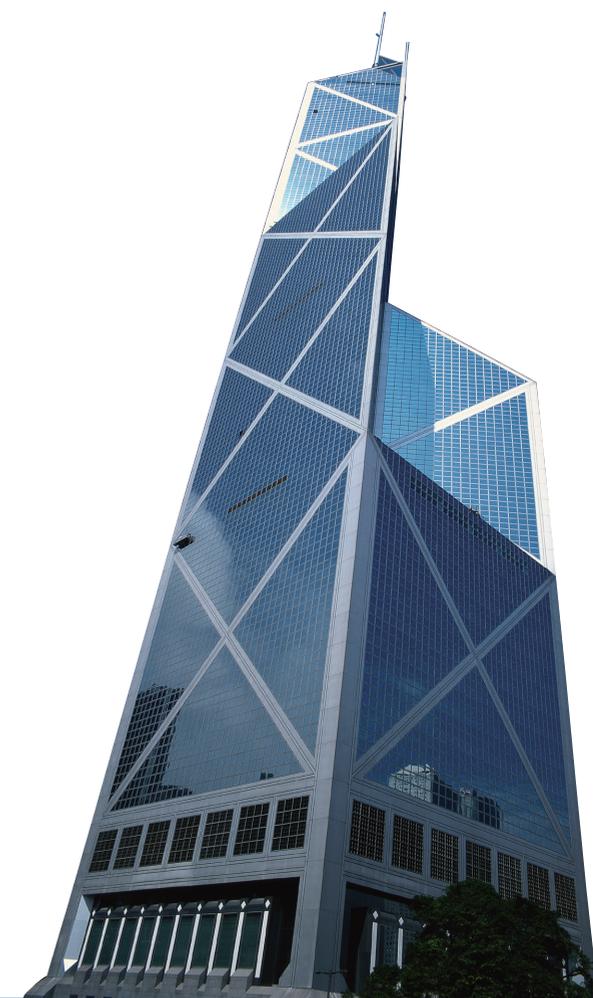
### 九、 創業者守財太緊 不懂用錢買多一些生意

有些創業人士守財太緊，不懂與供應商打好關係，就是減少很多做生意的機會。就我所見，有一些小型報紙檔會用較高的價錢去訂購報紙，爭取時間去售出報紙去賺取利潤，表面上雖然向供應商付了較多錢，但可以最先售出報紙雜誌，爭取得到更多客戶，人客見到這間報紙檔常有最新報紙雜誌出售，一定會選擇光顧，久而久之，便會增加顧客量。

### 十、 老闆 IQ 高過 EQ

創業人士滿腦子都是很好的生意概念及市場策略，但可惜老闆的性格太過情緒化，而且老闆對業務期望越高，若達不到預期效果，也會令失望越大。而且員工更希望跟隨一個性格開朗的老闆，若果老闆每天愁眉苦臉，亦會增加員工的壓力，自然不能協助老闆將業務推進一步。

總括而言，創業人士很多時因為以上的種種原因而走回頭路，放棄自己的創業理想，要注意的是自己是否願意花心思和時間去自己的生意，才可以有成功的一天。



## 附錄

### 附錄 1.0 研究方法

#### 附錄 1.1 GEM 如何釐定創業水平

以下摘自《GEM 2009 總報告摘要》（Bosma 及 Levie，2010）第 13 頁：

GEM 從各個方面對創業進行探討，重點是研究個人在創業過程中所扮演的角色。大部分數據集只集中量度較新及規模較小的企業，GEM 則有所不同，研究重點在於個人行為在開設及管理企業方面的角色。這令 GEM 數據有別於其他數據集，因為大部分其他數據集有關企業層面的數據均根據（新創）企業的登記記錄……。大部分新創企業都是個人開設的。而即使在已成形機構裏，不同的個人也有着不同的創業態度、活動及抱負。

GEM 研究的另一個指導性原則，乃創業是一個過程。因此，GEM 觀察創業者在創業及持續發展的不同階段所作出的行動。對 GEM 來說，已向任何人——包括擁有着——發薪超過 3 個月，企業才算是真正「誕生」。任何個人，如果正為開設屬於自己的企業而積極投入資源，但企業仍未達到「誕生」，則屬於孕育期創業者。

至於那些已擁有及管理一家新企業，而企業已能發薪超過 3 個月但未超過 42 個月的個人，屬於新創企業擁有 / 管理者。以 42 個月作為分界點是出於理論及操作考慮的<sup>34</sup>。綜合考量孕育期創業者及新創企業擁有 / 管理者的創業率，大概可作為一個國家早期階段創業活動的指標，不但代表着新創企業充滿動力，亦代表了以國家總人口計算，一個國家在新商業模式上作出新嘗試的程度<sup>35</sup>。

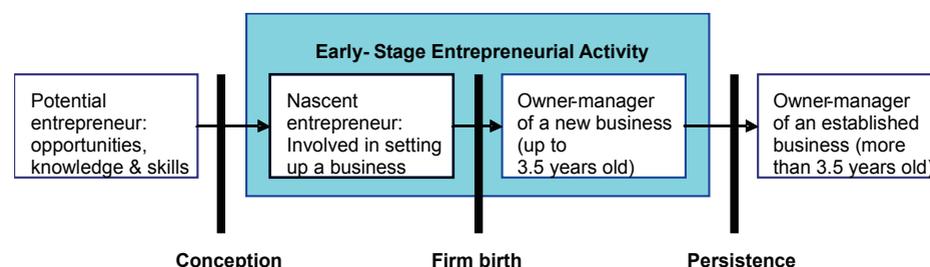
已成形業務擁有者指那些擁有及管理經營超過 42 個月的已成形企業的人。他們的企業已跨過作為新進者的困境。從已成形企業擁有者的高比例可見，這些企業或擁有有利生存的條件。然而，這不可一概而論。假如一個國家的已成形企業比例高，但早期階段創業活動比例低，則代表創業活動並不活躍。

最後，GEM 訪問了曾於過去 12 個月中止業務的人。他們或會再次投身創業過程之中。圖表 A1 概括出創業的過程及 GEM 的操作性定義。《GEM 2009 總報告摘要》涵蓋全球 54 個國家。這 54 個國家各就最少 2,000 名成年人進行調查，以確保樣本的代表性。在 5 月至 10 月期間（假期除外），全球共有超過 18 萬名成年人接受了訪問，回答了有關他們對創業活動的取態及參與程度的問題。

<sup>34</sup> 以 42 個月作為分界點的最基本理由是大部分新創企業未能生存超過 3-4 年。不過，選擇 42 個月還反映出操作問題。根據 Reynolds 等所述，「由於相關訪談問題只問及開始發薪的年份，而大部分調查在夏天的幾個月進行，因此，有關「新創企業年齡」的答案選擇為 1.5 年、2.5 年、3.5 年等。在樣本總數為 2000 個的情況下，顯示出有足夠個案和穩定創業率的最短時間範圍大約為 3.5 年。由於在理論上，不足 5 年的時間便算理想，所以在權衡理論與操作考慮之後，在計劃最初幾年使用這個時間範圍是合適的。而由於沒有必要改變的原因，同時出於平穩時間序列的需要，這個準則便一直沿用下來。這應被視為一個過程，以記錄成立不足 3-4 年的現有企業的情況。」

<sup>35</sup> 在早前的 GEM 研究，「早期階段活動」被當為「總體創業活動」（Total Entrepreneurial Activity，簡稱 TEA）。由於「早期階段創業活動」不足以反映創業的全部，所以由 2007 年開始，GEM 對這個名稱作出了更改。

圖表 A1：創業的過程及 GEM 研究的操作定義



對 GEM 而言，已向任何人——包括擁有着——發薪超過 3 個月，企業才算是真正「誕生」。所以孕育期創業者與新創企業擁有着之間的區別在於企業的年齡。新創企業指那些已能發薪超過 3 個月但少於 42 個月的企業。以 42 個月作為分界點是出於理論及操作考慮的。綜合考量孕育期創業者及新創企業擁有 / 管理者的創業率，大概可作為一個國家早期階段創業活動的指標，代表着新創企業充滿動力。即使一部分孕育期創業者不能成功創業，但其行為也已對經濟帶來利益——潛在進入者及潛在競爭的威脅，已足以構成壓力，令在位企業有更佳表現。



## 附錄 2.0 詳盡圖表 (表列 GEM 各成員資料)

### 附錄 2.1 2009 年創業活動

	1 孕育期創業活動 (百分比)	2 新創業務擁有/ 管理者 (百分比)	3 早期階段創業活動 (百分比)	4 已成形業務擁有/ 管理者 (百分比)	5 全面創業活動 (百分比)
中國	7.4	11.8	18.8	17.2	35.7
香港	1.6	2.2	3.6	2.9	6.5
深圳	2.2	2.6	4.8	1.6	6.3
<b>創新主導型經濟體</b>					
比利時	2.0	1.6	3.5	2.5	6.0
丹麥	1.7	2.0	3.6	4.7	8.3
芬蘭	2.9	2.3	5.2	8.5	13.6
法國	3.1	1.4	4.4	3.2	7.2
德國	2.2	2.1	4.1	5.2	9.1
希臘	4.5	4.7	8.8	15.1	23.6
冰島	7.6	4.3	11.5	8.9	19.7
以色列	3.4	2.7	6.1	4.3	10.2
意大利	1.8	1.9	3.7	5.8	9.5
日本	1.9	1.3	3.3	7.8	10.5
韓國	2.7	4.4	7.0	11.8	18.6
荷蘭	3.1	4.1	7.2	8.1	14.8
挪威	5.0	3.9	8.5	8.3	16.2
斯洛文尼亞	3.2	2.1	5.4	5.7	10.8
西班牙	2.3	2.8	5.1	6.4	11.4
瑞士	4.3	3.5	7.7	8.4	16.0
英國	2.7	3.2	5.7	6.1	11.7
阿拉伯聯合酋長國	6.5	7.4	13.3	5.7	18.3
美國	4.9	3.2	8.0	5.9	13.7
<b>效率主導型經濟體</b>					
阿根廷	6.1	9.3	14.7	13.5	27.8
波斯尼亞與赫塞哥維納	3.1	1.3	4.4	3.9	8.3
巴西	5.8	9.8	15.3	11.8	26.9
智利	9.6	5.6	14.9	6.7	20.8
哥倫比亞	15.0	8.0	22.4	12.6	33.8
克羅地亞	3.5	2.2	5.6	4.8	10.3
多明尼加共和國	8.8	9.2	17.5	11.4	27.7
厄瓜多爾	6.3	9.7	15.8	16.1	31.2
匈牙利	5.5	3.7	9.1	6.7	15.8
伊朗	8.3	4.1	12.1	6.5	17.5
約旦	5.9	4.9	10.2	5.3	15.2
拉脫維亞	5.3	5.4	10.5	9.0	19.4
馬來西亞	1.7	2.7	4.4	4.3	8.4
巴拿馬	6.2	3.5	9.6	4.2	13.7
秘魯	16.2	5.1	20.9	7.5	28.1
羅馬尼亞	2.8	2.3	5.0	3.4	7.9

	1 孕育期創業活動 (百分比)	2 新創業務擁有/ 管理者 (百分比)	3 早期階段創業活動 (百分比)	4 已成形業務擁有/ 管理者 (百分比)	5 全面創業活動 (百分比)
俄羅斯	1.8	2.3	3.9	2.3	6.0
塞爾維亞	2.2	2.8	4.9	10.1	14.9
南非	3.6	2.5	5.9	1.4	7.2
突尼斯	2.2	7.2	9.4	10.2	19.6
烏拉圭	8.1	4.2	12.2	6.0	17.9
<b>資源主導型經濟體</b>					
阿爾巴尼亞	11.3	5.6	16.7	4.7	21.2
危地馬拉	14.8	12.6	25.1	4.2	27.8
牙買加	13.0	10.6	22.7	16.3	37.9
黎巴嫩	6.7	8.8	15.0	16.0	30.2
摩洛哥	25.7	19.6	43.7	26.6	67.0
沙特阿拉伯	2.9	1.9	4.7	4.1	8.4
敘利亞	3.4	5.1	8.5	6.7	14.9
湯加	6.5	11.1	17.4	2.3	19.5
烏干達	12.4	22.7	33.7	22.0	53.5
委內瑞拉	13.3	5.4	18.7	6.5	24.9
約旦河西岸地區及加沙地帶	3.0	5.9	8.6	6.9	15.0
也門	22.9	1.2	24.0	2.9	26.7

註：

「早期階段創業活動」(第 1 欄)指在過去 3 年半成立了新創企業的成年人口比例。早期階段創業者可以是孕育期業務創業者(第 2 欄)，或新創企業擁有/管理者(第 3 欄)，或兩者皆是。

「孕育期創業活動」(第 2 欄)指已為開設公司而投入不少資源，但未能從公司支薪超過 3 個月的成年人口比例。

「新創公司擁有/管理者」(第 3 欄)指自創公司不超過 3 年半並已可從公司支薪超過 3 個月的成年人口比例。

「已成形公司擁有/管理者」(第 4 欄)指擁有及管理一家已成形公司——即已向擁有者支付薪酬及任何其他款項超過 42 個月的公司——的成年人口比例。

「全面創業活動」(第 5 欄)指處於早期創業階段(第 1 欄)，或已擁有已成形公司(第 4 欄)，或兩者兼備的成年人口比例。

第 1 欄至第 5 欄的數據取自隨機抽樣電話訪問，各地區能夠成功完成的電話訪問數目列於第 6 欄。

第 1 欄至第 5 欄的數據為估算出來的真正創業人口比例，可能存在抽樣誤差。舉例來說，我們對中國有 17.53% 至 20.07% 的成年人口從事早期階段創業活動，香港有 2.78% 至 4.42%，而深圳有 3.86% 至 5.74% 的說法，有 95% 的置信度。此圖表和後列圖表上其他統計數據也具有相同的置信水平。

第 1 欄的數字不會超過第 2 欄和第 3 欄數字的和；如果受訪者同時是孕育期創業者及新創公司的擁有者，第 1 欄的數字將少於第 2 欄和第 3 欄數字的和。同樣地，第 5 欄的數字不會超過第 1 欄和第 4 欄數字的和；如果受訪者既擁有已成形公司並正開設新公司，則第 5 欄的數字將少於第 1 欄和第 4 欄數字的和。

上列國家是按照 Michael Porter 的三大類型——「資源主導型經濟體」、「效率主導型經濟體」及「創新主導型經濟體」(Porter 等著，2002 年)而排列的。該三大類型亦用於世界經濟論壇每年發表一次的《全球競爭力報告》(例子請參閱：Schwab 著，2009 年)。上列國家亦按照本地生產總值的市值及下表的分類來排列。



階段發展	GDP per Capita (in USD\$) 國家人均生產值 (美元)
階段 1：資源主導	<2000
階段 1 至階段 2 的過渡期	2000 - 3000
階段 2：效率主導	3000 - 9000
階段 2 至階段 3 的過渡期	9000 - 17000
階段 3：創新主導	>17000

來源：全球競爭力報告 (Schwab 著, 2009 年) 第 24 頁。

此外，礦產出口佔總出口 70% 以上的國家，則無論國家人均生產值為多少，也會被列為「資源主導型」。根據此類型分類，香港乃已發展的創新主導型經濟體，而中國則為效率主導型經濟體。至於深圳，則正由效率主導經濟體過渡至效率主導經濟體。

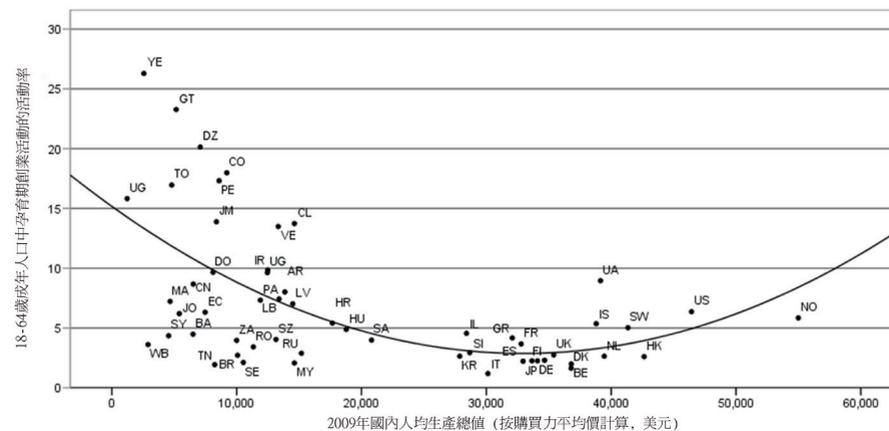


## 附錄 2.2 2009 年創業活動與國家人均生產總值關係的度量方法

以下圖表列出不同 GEM 的創業量度方法與人均實質國民生產總值的對比。

註：AE= 阿拉伯聯合酋長國；AR= 阿根廷；BA= 波斯尼亞和赫塞哥維納；BE= 比利時；BR= 巴西；CL= 智利；CN= 中國；CO= 哥倫比亞；DE= 德國；DK= 丹麥；DO= 多明尼加共和國；DZ= 阿爾巴尼亞；EC= 厄瓜多爾；ES= 西班牙；FI= 芬蘭；FR= 法國；GR= 希臘；GT= 危地馬拉；HK= 香港；HR= 克羅地亞；HU= 匈牙利；IL= 以色列；IR= 伊朗；IS= 冰島；IT= 意大利；JM= 牙買加；JO= 約旦；JP= 日本；KR= 韓國；LB= 黎巴嫩；LV= 拉脫維亞；MA= 摩洛哥；MY= 馬來西亞；NL= 荷蘭；NO= 挪威；PA= 巴拿馬；PE= 秘魯；RO= 羅馬尼亞；RU= 俄羅斯；SA= 沙特阿拉伯；SI= 斯洛文尼亞；SW= 瑞士；SY= 敘利亞；TN= 突尼斯；TO= 湯加；UG= 烏干達；UK= 英國；US= 美國；UY= 烏拉圭；VE= 委內瑞拉；YE= 也門；YU= 塞爾維亞；ZA= 南非

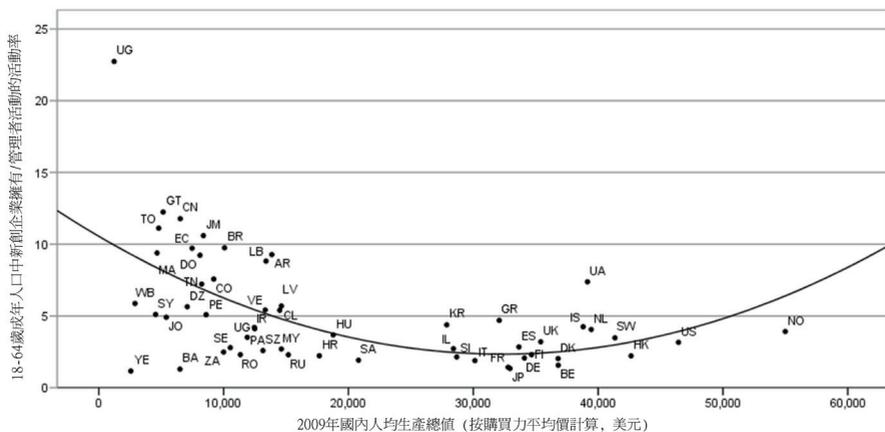
### a. 2009 年孕育期創業活動與人均實質國民生產總值的關係



孕育期創業活動指已為開設公司而投入不少資源，但未能從公司支薪超過 3 個月的成年人口比例。

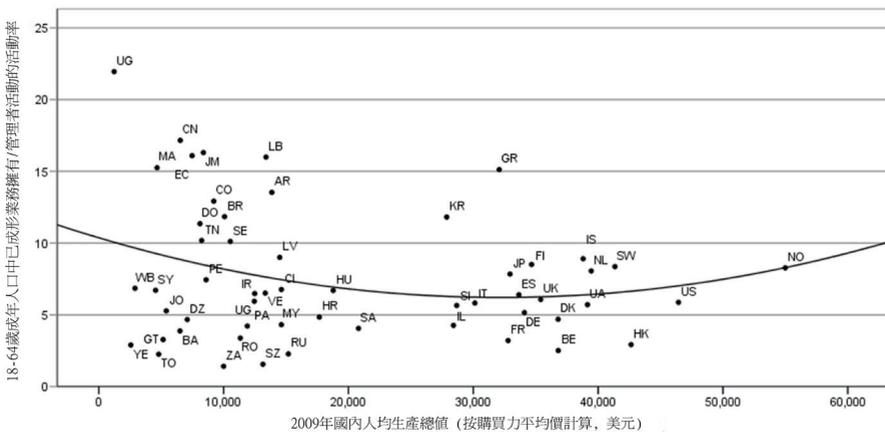


b. 2009年新創企業擁有 / 管理者活動與人均實質國民生產總值的關係



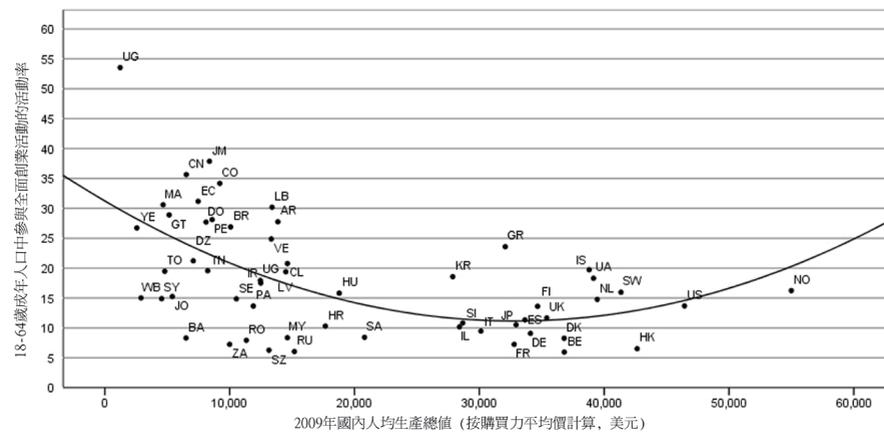
新創公司擁有 / 管理者活動指自創公司不超過 3 年半並已可從公司支薪超過 3 個月的成年人口比例。

c. 2009年已成形業務擁有 / 管理者活動與人均實質國民生產總值的關係



已成形公司擁有 / 管理者擁有及管理一家已能發放薪酬超過 3.5 年的企業。

d. 全面創業活動與人均實質國民生產總值的關係



### 附錄 2.3 2009 年創業態度

	答「是」的受訪者百分比						
	有好機會 開設公司 (百分比)	擁有成立新創公 司所需的知識、 技能及經驗 (百分比)	因害怕而 不想創業 (百分比)	希望人人生活 水平相若 (百分比)	認為創業是上 佳的事業選擇 (百分比)	成功的創業者獲 高度推崇及敬佩 (百分比)	經常可以在大 眾媒體上看到 關成功創業的 報導 (百分比)
<b>創新主導型經濟體</b>							
比利時	13-16	35-38	24-27	56-59	44-47	48-51	31-34
丹麥	32-36	33-37	40-45	51-55	45-49	73-77	24-27
芬蘭	38-42	33-37	30-34	66-70	43-47	87-90	66-70
法國	22-26	25-29	48-51	58-63	63-67	67-72	47-52
德國	21-23	39-41	44-47	59-61	52-55	74-76	48-51
希臘	25-28	56-60	52-56	61-65	64-68	66-70	29-34
香港	13-16	17-21	29-33	44-48	43-47	53-57	64-68
冰島	42-47	47-52	35-39	64-68	49-53	60-64	69-74
以色列	27-31	36-40	41-46	46-51	59-64	71-75	48-51
意大利	23-26	39-43	48-51	69-72	70-73	68-71	43-46
日本	7-9	12-15	32-37	46-51	26-30	47-52	59-64
韓國	11-14	51-55	33-37	60-64	63-67	63-67	51-55
荷蘭	34-38	45-50	25-28	57-62	82-85	65-69	62-66
挪威	46-51	42-46	24-29	67-71	60-65	67-72	64-69
斯洛文尼亞	28-31	50-54	34-37	82-84	54-58	76-79	55-59
西班牙	16-17	47-48	53-54	59-60	62-64	54-55	36-38
瑞士	33-37	46-51	32-37	49-51	63-68	82-86	54-59



	答「是」的受訪者百分比						
	有好機會 開設公司 (百分比)	擁有成立新創公 司所需的知識、 技能及經驗 (百分比)	因害怕而不 想創業 (百分比)	不希望人人生活 水平相若 (百分比)	認為創業是 上佳的事業 選擇 (百分比)	成功的創業者 獲高度推崇及 敬佩 (百分比)	經常可以在 大眾媒體上 看到關成功 創業的報導 (百分比)
英國	22-26	45-49	34-37	73-78	45-50	72-75	42-47
阿拉伯聯合酋長國	45-49	67-69	31-32	49-51	69-70	75-76	68-69
美國	27-30	54-58	31-34	44-47	64-68	74-77	65-68
效率主導型經濟體							
阿根廷	42-46	63-67	40-45	73-78	66-70	74-78	78-82
波斯尼亞與赫塞哥維納	33-37	55-59	33-37	74-78	71-75	55-59	48-53
巴西	45-49	51-55	31-35	73-77	79-83	78-82	75-79
智利	51-54	64-67	28-31	51-54	86-88	68-71	46-49
中國	24-27	34-37	31-34	40-43	65-68	76-79	77-80
哥倫比亞	48-53	62-67	31-35	74-78	89-92	72-76	80-83
克羅地亞	35-39	57-61	43-48	79-83	66-70	47-51	51-55
多明尼加共和國	47-52	76-80	31-35	71-75	91-93	86-89	59-63
厄瓜多爾	42-47	71-75	35-39	79-82	76-80	71-74	53-57
匈牙利	2-4	39-43	34-39	66-70	40-44	70-74	30-34
伊朗	29-32	56-60	30-33	47-51	55-58	77-79	59-63
約旦	42-46	55-59	37-42	47-51	79-82	82-86	68-72
拉脫維亞	16-20	47-52	36-40	70-74	56-61	63-68	48-53
馬來西亞	42-47	32-36	47-52	58-62	57-61	69-73	78-82
巴拿馬	42-47	60-65	21-25	61-65	72-76	65-69	48-53
秘魯	59-63	72-76	34-38	82-85	86-89	73-77	83-87
羅馬尼亞	12-15	25-29	48-53	47-52	55-59	65-69	45-50
俄羅斯	15-19	22-26	47-52	52-56	58-62	61-65	39-44
塞爾維亞	27-31	70-74	27-31	81-84	67-71	54-59	53-58
深圳	29-33	26-30	27-31	39-43	45-49	52-57	62-66
南非	34-37	34-37	26-29	51-54	62-65	62-66	62-66
突尼斯	13-16	38-42	22-25	64-68	86-89	93-95	68-72
烏拉圭	44-49	66-70	32-36	74-78	63-68	69-74	60-65
資源主導型經濟體							
阿爾巴尼亞	46-51	50-54	25-29	38-43	55-59	56-60	37-41
危地馬拉	56-60	61-65	31-35	52-56	71-75	67-71	61-65
牙買加	40-45	75-79	27-31	56-60	74-78	75-79	72-76
黎巴嫩	52-56	75-79	24-28	66-70	83-87	77-81	63-67
摩洛哥	48-53	72-77	25-28	50-55	81-85	85-89	71-75
沙特阿拉伯	67-72	70-75	41-46	38-43	78-82	88-91	76-80
敘利亞	52-56	60-64	19-22	49-54	87-90	88-91	53-57
湯加	53-59	50-56	64-70	72-78	89-92	49-55	77-82
烏干達	72-76	83-86	28-32	59-64	80-83	83-86	73-76
委內瑞拉	46-51	57-62	26-31	67-71	74-78	67-71	47-52
約旦河西岸地區及加沙地帶	48-52	53-58	40-44	43-47	87-89	76-80	50-54
也門	13-16	61-66	41-45	96-98	94-96	97-98	95-97

註：利用以上百分比推論同意陳述的 18-64 歲人口意見之置信水平為 95%。

附錄 2.4 2009 年創業者對開設公司的態度

	開設公司較 1 年前困難 (百分比)		裁培公司成長較 1 年前困難 (百分比)		全球危機令機會減少 (百分比)	
	早期階段 創業者	已成形企業	早期階段 創業者	已成形企業	早期階段 創業者	已成形企業
創新主導型經濟體						
比利時	64	65	33	47	45	51
丹麥	69	88	46	45	47	51
芬蘭	33	48	41	43	36	40
法國	45	79	23	28	43	66
德國	63	69	51	59	42	57
希臘	69	75	48	62	56	70
香港	56	78	40	58	51	62
冰島	80	84	43	64	49	60
以色列	65	72	38	43	48	63
意大利	66	72	36	49	68	74
日本	45	75	23	54	36	52
韓國	64	80	48	67	55	61
荷蘭	48	73	22	40	43	44
挪威	39	51	29	39	32	41
斯洛文尼亞	38	36	32	48	43	51
西班牙	71	85	49	68	69	79
瑞士	50	58	43	41	39	44
英國	64	76	45	50	51	53
阿拉伯聯合酋長國	56	69	47	58	41	27
美國	54	77	40	53	58	69
效率主導型經濟體						
阿根廷	69	81	39	53	60	68
波斯尼亞與赫塞哥維納	71	73	57	67	58	72
巴西	58	62	26	43	47	56
智利	62	69	31	41	61	67
中國	63	64	29	38	49	53
哥倫比亞	58	66	26	48	59	74
克羅地亞	66	71	52	49	62	60
多明尼加共和國	60	67	43	58	53	65
厄瓜多爾	67	78	25	35	69	73
匈牙利	78	68	69	73	63	47
伊朗	80	79	40	38	67	72
約旦	64	69	44	64	46	64
拉脫維亞	78	79	67	77	69	81
馬來西亞	54	61	37	46	57	52
巴拿馬	59	71	22	23	49	56
秘魯	40	47	22	37	58	63
羅馬尼亞	90	94	93	95	79	83
俄羅斯	64	84	46	81	63	83
塞爾維亞	80	83	53	67	60	69



	開設公司較 1 年前困難 (百分比)		栽培公司成長較 1 年前困難 (百分比)		全球危機令機會減少 (百分比)	
	早期階段 創業者	已成形企業	早期階段 創業者	已成形企業	早期階段 創業者	已成形企業
深圳	54	67	29	51	40	45
南非	57	66	47	47	32	31
突尼斯	48	56	17	31	51	64
烏拉圭	43	65	20	39	50	56
資源主導型經濟體						
阿爾巴尼亞	61	70	36	43	29	37
危地馬拉	71	91	68	59	41	91
牙買加	75	82	52	61	68	70
黎巴嫩	33	44	26	36	47	57
摩洛哥	52	56	43	41	45	39
沙特阿拉伯	37	39	27	36	46	16
敘利亞	41	54	19	44	47	49
湯加	36	42	27	39	81	89
烏干達	53	50	37	41	47	59
委內瑞拉	64	70	39	50	60	69
約旦河西岸地區及加沙地帶	55	73	43	54	62	72
也門	24	53	67	53	71	62

附錄 2.5 2009 年早期階段創業率的性別分佈

地區	男性 (百分比)				女性 (百分比)				男女性 比例
	機會主導 (百分比)	需要主導 (百分比)	機會主導 / 需 要主導比例 (百分比)	合計	機會主導 (百分比)	需要主導 (百分比)	機會主導 / 需 要主導比例 (百分比)	合計	
創新主導型經濟體									
比利時	3.8	0.4	9.1	4.2	1.9	0.2	8.5	2.1	2.0
丹麥	4.1	0.4	10.9	4.5	2.2	0.1	15.4	2.3	2.0
芬蘭	4.4	1.3	3.3	5.7	3.3	0.7	5.0	4.0	1.4
法國	5.6	1.0	5.8	6.5	1.2	0.2	5.3	1.4	4.5
德國	2.8	1.4	2.0	4.2	2.2	1.2	1.9	3.4	1.3
希臘	8.7	2.7	3.2	11.4	4.1	1.9	2.2	6.0	1.9
香港	3.7	0.7	5.1	4.5	1.4	0.6	2.2	2.0	2.2
冰島	12.2	1.6	7.5	13.8	6.1	0.7	8.7	6.8	2.0
以色列	5.4	2.2	2.5	7.5	2.8	0.9	3.3	3.7	2.0
意大利	4.6	0.7	6.4	5.3	1.3	0.4	3.7	1.7	3.2
日本	3.3	1.6	2.1	4.9	1.1	0.4	3.0	1.4	3.4
韓國	5.5	4.7	1.2	10.2	1.8	1.5	1.2	3.4	3.0
荷蘭	5.5	1.0	5.8	6.5	4.5	0.5	8.3	5.0	1.3
挪威	11.1	0.9	13.0	11.9	3.4	0.7	4.9	4.1	2.9
斯洛文尼亞	7.1	0.7	9.6	7.9	2.2	0.3	8.0	2.5	3.1
西班牙	5.1	0.9	5.5	6.1	3.0	0.7	4.5	3.7	1.6

地區	男性 (百分比)				女性 (百分比)				男女性 比例
	機會主導 (百分比)	需要主導 (百分比)	機會主導 / 需 要主導比例 (百分比)	合計	機會主導 (百分比)	需要主導 (百分比)	機會主導 / 需 要主導比例 (百分比)	合計	
瑞士	8.3	0.5	17.6	8.7	5.6	0.6	10.2	6.2	1.4
英國	14.2	1.3	11.4	15.5	5.4	0.9	6.2	6.3	2.5
阿拉伯聯合酋長國	6.1	1.2	4.9	7.3	2.6	0.6	4.2	3.2	2.3
美國	6.7	2.6	2.6	9.3	4.3	1.1	3.9	5.4	1.7
效率主導型經濟體									
阿根廷	9.4	8.1	1.1	17.5	5.3	5.6	1.0	10.9	1.6
波斯尼亞與赫塞哥維納	4.2	1.6	2.6	5.9	1.1	1.8	0.6	3.0	2.0
巴西	8.7	6.1	1.4	14.8	10.1	5.8	1.7	15.9	0.9
智利	13.6	3.1	4.5	16.7	8.3	4.4	1.9	12.7	1.3
中國	11.6	9.1	1.3	20.7	7.0	9.0	0.8	16.0	1.3
哥倫比亞	17.3	7.9	2.2	25.2	11.9	7.2	1.7	19.1	1.3
克羅地亞	4.4	3.0	1.5	7.4	1.6	1.2	1.3	2.8	2.6
多明尼加共和國	14.5	5.3	2.7	19.9	8.3	6.6	1.2	14.9	1.3
厄瓜多爾	12.0	4.1	2.9	16.1	9.5	6.1	1.5	15.6	1.0
匈牙利	8.5	3.1	2.7	11.6	4.6	1.4	3.4	6.0	1.9
伊朗	9.1	5.9	1.5	15.0	4.6	1.9	2.4	6.5	2.3
約旦	9.4	4.4	2.1	13.8	2.6	1.4	1.9	4.0	3.5
拉脫維亞	9.0	4.5	2.0	13.5	5.1	2.2	2.3	7.3	1.8
馬來西亞	3.8	1.2	3.2	5.0	2.7	1.0	2.6	3.7	1.4
巴拿馬	8.7	2.3	3.8	11.0	5.8	2.3	2.6	8.1	1.4
秘魯	17.9	5.3	3.3	23.2	11.6	6.3	1.8	18.0	1.3
羅馬尼亞	3.6	2.6	1.4	6.2	1.9	0.8	2.3	2.8	2.2
俄羅斯	3.3	1.1	3.1	4.4	2.0	1.2	1.7	3.1	1.4
塞爾維亞	3.7	2.8	1.3	6.5	1.3	1.3	1.0	2.6	2.5
深圳	5.2	1.2	4.3	6.4	2.2	0.8	2.9	3.0	2.1
南非	4.6	2.3	2.0	6.9	3.0	1.6	1.9	4.5	1.5
突尼斯	9.8	2.7	3.7	12.4	3.4	1.1	3.0	4.5	2.8
烏拉圭	13.1	3.1	4.2	16.2	5.1	2.2	2.3	7.3	2.2
資源主導型經濟體									
阿爾巴尼亞	15.0	3.1	4.8	18.1	9.3	3.0	3.1	12.4	1.5
危地馬拉	15.0	7.7	1.9	22.7	20.6	4.9	4.2	25.5	0.9
牙買加	18.5	7.4	2.5	25.9	11.3	7.7	1.5	19.0	1.4
黎巴嫩	15.4	3.7	4.1	19.1	7.9	1.7	4.7	9.6	2.0
摩洛哥	15.9	5.08	2.9	19.8	8.9	2.94	3.0	11.84	1.7
沙特阿拉伯	6.7	1.0	6.7	7.7	0.7	0.0	-	0.7	10.8
敘利亞	8.1	5.1	1.6	13.2	2.0	1.1	1.8	3.1	4.2
湯加	10.5	4.2	2.5	14.7	10.8	7.2	1.5	18.1	0.8
烏干達	23.0	14.7	1.6	37.7	14.4	15.4	0.9	29.9	1.3
委內瑞拉	14.1	5.3	2.7	19.4	10.9	6.8	1.6	17.7	1.1
約旦河西岸地區及加沙地帶	8.9	4.7	1.9	13.6	1.6	1.6	1.0	3.2	4.3
也門	15.8	10.3	1.5	26.0	11.0	6.3	1.8	17.3	1.5



附錄 2.6 2009 年各國的行業分佈

	早期階段企業				已成形企業			
	開採業 (百分比)	轉化業 (百分比)	商業服務業 (百分比)	消費者服 務業 (百分比)	開採業 (百分比)	轉化業 (百分比)	商業服務業 (百分比)	消費者服 務業 (百分比)
<b>創新主導經濟體</b>								
比利時	6	21	39	35	7	20	31	42
丹麥	12	13	42	33	23	17	36	25
芬蘭	13	26	17	43	23	23	13	41
法國	6	13	33	47	20	15	23	42
德國	3	14	36	48	4	21	39	36
希臘	2	36	15	47	4	39	11	46
香港	0	14	15	72	0	36	9	55
冰島	8	36	20	36	13	27	24	36
以色列	1	25	27	47	3	36	23	39
意大利	3	30	16	51	7	28	11	53
日本	3	25	15	58	3	31	20	47
韓國	6	20	13	61	18	28	10	44
荷蘭	20	0	26	54	46	54	0	0
挪威	8	20	28	44	26	16	20	38
斯洛文尼亞	2	30	26	42	5	37	28	30
西班牙	5	26	13	55	15	24	15	46
瑞士	4	18	37	41	13	20	27	40
英國	4	19	34	43	7	22	32	39
阿拉伯聯合酋長國	1	31	15	53	1	35	11	53
美國	5	24	29	42	13	26	27	35
<b>效率主導經濟體</b>								
阿根廷	3	29	16	52	3	29	19	49
波斯尼亞與赫塞哥維納	32	21	3	44	36	21	7	36
巴西	2	22	5	71	5	27	6	63
智利	7	22	13	59	9	25	15	52
中國	15	17	3	66	25	17	2	56
哥倫比亞	7	26	14	53	10	38	11	41
克羅地亞	24	35	18	23	14	33	17	36
多明尼加共和國	4	13	9	74	12	20	4	64
厄瓜多爾	6	15	8	70	23	20	1	56
匈牙利	4	15	27	53	7	22	26	45
伊朗	9	17	18	56	2	33	15	50
約旦	8	21	6	64	10	22	6	62
拉脫維亞	11	27	14	48	22	28	17	33
馬來西亞	11	13	10	67	7	15	1	78
巴拿馬	-	-	-	-	-	-	-	-
秘魯	9	25	4	62	13	37	7	42
羅馬尼亞	8	23	22	47	4	22	7	67
俄羅斯	4	31	5	61	6	33	9	53
塞爾維亞	12	42	4	42	37	34	2	27

	早期階段企業				已成形企業			
	開採業 (百分比)	轉化業 (百分比)	商業服務業 (百分比)	消費者服 務業 (百分比)	開採業 (百分比)	轉化業 (百分比)	商業服務業 (百分比)	消費者服 務業 (百分比)
深圳	0	27	14	59	0	27	4	69
南非	5	16	11	67	2	21	6	71
突尼斯	21	27	8	44	29	24	4	43
烏拉圭	3	26	19	52	14	29	10	47
<b>資源主導經濟體</b>								
阿爾巴尼亞	1	19	10	70	0	24	9	68
危地馬拉	3	20	1	75	16	4	1	78
牙買加	13	15	5	66	24	17	5	54
黎巴嫩	1	18	11	69	1	25	6	69
摩洛哥	4	21	4	71	18	23	3	56
沙特阿拉伯	1	18	12	70	2	8	27	63
敘利亞	8	18	10	64	14	30	8	48
湯加	19	16	6	59	20	16	0	64
烏干達	29	15	1	55	56	11	0	32
委內瑞拉	3	13	11	73	0	16	16	68
約旦河西岸地區及加沙地帶	22	19	5	54	20	20	4	56
也門	21	7	17	55	7	23	8	62

附錄 2.7 2009 年早期階段創業者與已成形企業的市場影響力

	早期階段創業者				已成形企業			
	未有拓展 市場 (百分比)	沒有新技術但 有拓展市場 (百分比)	擁有新技術及 有拓展市場 (百分比)	大力拓展 市場 (百分比)	未有拓展 市場 (百分比)	沒有新技術但 有拓展市場 (百分比)	擁有新技術及 有拓展市場 (百分比)	大力拓展 市場 (百分比)
<b>創新主導經濟體</b>								
比利時	49	29	19	3	68	18	13	2
丹麥	52	41	2	5	76	23	1	0
芬蘭	62	29	8	1	76	13	10	1
法國	43	34	20	3	82	14	4	0
德國	65	29	4	3	82	17	1	0
希臘	58	32	7	3	73	20	7	0
香港	62	24	11	3	71	29	0	0
冰島	50	32	7	10	80	19	1	0
以色列	46	25	21	9	69	15	13	4
意大利	63	32	3	1	80	16	5	0
日本	49	32	17	1	81	19	0	0
韓國	59	34	6	1	71	28	1	0
荷蘭	53	41	5	1	83	16	1	0
挪威	55	35	5	5	77	21	1	0
斯洛文尼亞	58	32	7	4	73	23	3	2
西班牙	58	27	11	4	75	16	8	1



	早期階段創業者				已成形企業			
	未有拓展市場 (百分比)	擁有新技術及 有拓展市場 (百分比)	擁有新技術及 有拓展市場 (百分比)	未有拓展市場 (百分比)	未有拓展市場 (百分比)	沒有新技術但 有拓展市場 (百分比)	擁有新技術及 有拓展市場 (百分比)	大力拓展市場 (百分比)
瑞士	59	32	5	4	85	14	1	0
英國	65	29	4	2	82	18	0	0
阿拉伯聯合酋長國	38	43	17	2	57	37	4	2
美國	68	28	3	1	83	17	0	0
效率主導型經濟體								
阿根廷	46	46	5	4	54	44	1	0
波斯尼亞與 赫塞哥維納	62	13	23	1	72	17	11	0
巴西	73	20	6	0	76	18	6	0
智利	22	66	7	4	39	55	3	2
中國	59	31	10	1	68	31	1	0
哥倫比亞	52	38	8	2	77	22	1	1
克羅地亞	59	21	16	5	70	14	14	2
多明尼加共和國	60	30	8	2	72	24	4	0
厄瓜多爾	79	17	4	0	90	10	0	0
匈牙利	78	18	2	2	89	6	5	0
伊朗	57	31	5	8	80	19	1	0
約旦	54	27	17	2	72	17	11	0
拉脫維亞	66	30	3	1	78	22	1	0
馬來西亞	66	24	9	0	87	12	2	0
巴拿馬	61	31	7	2	72	24	4	0
秘魯	40	51	5	4	67	31	1	0
羅馬尼亞	72	18	9	1	89	10	1	0
俄羅斯	59	37	4	0	78	20	2	0
塞爾維亞	47	41	10	2	77	18	5	0
深圳	60	31	9	0	81	19	0	0
南非	38	40	17	5	54	30	11	5
突尼斯	72	20	6	2	85	10	5	0
烏拉圭	46	45	7	2	62	31	6	2
資源主導型經濟體								
阿爾巴尼亞	45	25	27	3	48	19	33	0
危地馬拉	69	29	1	0	87	10	3	0
牙買加	73	18	8	1	84	14	1	0
黎巴嫩	59	25	15	1	66	20	12	2
摩洛哥	70	18	11	0	85	12	3	0
沙特阿拉伯	28	43	18	11	44	42	13	1
敘利亞	53	41	4	1	67	33	1	0
湯加	24	45	27	4	34	38	28	0
烏干達	80	14	6	1	86	9	4	0
委內瑞拉	69	19	12	0	87	11	2	0
約旦河西岸地區及 加沙地帶	54	13	32	1	57	7	35	1
也門	34	28	33	5	16	28	56	0

附錄 2.8 2009 年非本地消費者分佈

	非本地消費者佔下列比例的創業者比例			
	少於 25%		超過 75%	
	早期階段創業者	已成形企業	早期階段創業者	已成形企業
創新主導型經濟體				
比利時	57	68	21	8
丹麥	71	74	15	13
芬蘭	92	96	3	2
法國	77	92	6	2
德國	82	91	7	4
希臘	85	88	7	3
香港	78	66	5	13
冰島	73	82	15	9
以色列	73	75	9	6
意大利	89	94	6	2
日本	94	96	0	0
韓國	88	93	4	2
荷蘭	85	84	4	4
挪威	82	87	5	4
斯洛文尼亞	71	74	11	11
西班牙	87	91	4	3
瑞士	84	91	7	5
英國	80	88	8	4
阿拉伯聯合酋長國	60	58	13	22
美國	87	90	2	5
效率主導型經濟體				
阿根廷	94	96	1	1
波斯尼亞與赫塞哥維納	74	76	7	3
巴西	97	98	1	1
智利	90	85	5	6
中國	97	100	0	0
哥倫比亞	86	93	2	1
克羅地亞	67	79	11	6
多明尼加共和國	90	95	3	2
厄瓜多爾	86	93	3	1
匈牙利	83	91	4	4
伊朗	99	97	0	1
約旦	91	95	5	0
拉脫維亞	78	86	8	4
馬來西亞	91	95	2	2
巴拿馬	92	94	5	3
秘魯	85	95	6	4
羅馬尼亞	73	77	11	7
俄羅斯	90	100	1	0
塞爾維亞	91	94	3	2
深圳	73	73	11	9
南非	65	73	12	16



	非本地消費者佔下列比例的創業者比例			
	少於 25%		超過 75%	
	早期階段創業者	已成形企業	早期階段創業者	已成形企業
突尼斯	96	95	2	2
烏拉圭	85	85	8	5
<b>資源主導型經濟體</b>				
阿爾巴尼亞	86	83	4	6
危地馬拉	99	98	0	1
牙買加	89	95	3	2
黎巴嫩	76	82	4	0
摩洛哥	81	85	3	2
沙特阿拉伯	88	91	2	3
敘利亞	82	86	5	5
湯加	67	58	5	7
烏干達	98	98	1	0
委內瑞拉	87	85	4	4
約旦河西岸地區及加沙地帶	97	94	0	2
也門	98	98	0	0

附錄 2.9 2009 年業務退出率

	終止業務 (百分比)		出售業務 (百分比)		退出業務 (百分比)		出售業務百分率 (百分比)	
	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年
<b>創新主導型經濟體</b>								
比利時	0.77	0.6	0.49	0.6	1.26	1.2	39.03	51.7
丹麥	0.49	0.9	0.56	0.7	1.05	1.6	53.23	42.6
芬蘭	1.10	0.7	0.98	1.0	2.09	1.7	47.17	59.0
法國	1.29	2.0	0.65	1.1	1.94	3.1	33.29	35.2
德國	1.29	-	0.51	-	1.79	-	28.27	-
希臘	1.76	1.8	0.80	0.8	2.56	2.6	31.07	29.8
香港	1.11	3.5	0.38	0.9	1.50	4.4	25.46	20.9
冰島	2.82	2.4	1.22	1.3	4.04	3.7	30.26	34.2
以色列	2.23	1.6	1.79	0.9	4.02	2.5	44.58	34.7
意大利	0.74	1.2	0.37	0.7	1.11	2.0	33.47	37.8
日本	1.03	2.0	0.40	0.0	1.44	2.0	28.14	0.0
韓國	2.37	-	1.54	-	3.91	-	39.39	-
荷蘭	1.80	0.5	0.71	0.3	2.51	0.8	28.33	39.8
挪威	2.36	1.4	1.36	0.9	3.72	2.3	36.51	38.3
斯洛文尼亞	0.87	1.2	0.40	0.3	1.27	1.6	31.65	21.8
西班牙	1.43	0.6	0.56	0.4	1.99	1.0	28.13	36.4
瑞士	1.34	1.5	0.78	1.6	2.12	3.1	36.77	52.4
英國	1.63	1.2	0.48	0.8	2.11	2.0	22.72	37.7
阿拉伯聯合酋長國	3.72	4.7	2.75	1.9	6.47	6.6	42.48	28.8
美國	2.34	3.0	1.08	1.8	3.42	4.8	31.58	37.3

	終止業務 (百分比)		出售業務 (百分比)		退出業務 (百分比)		出售業務百分率 (百分比)	
	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年	2009 年	2007 年
<b>效率主導型經濟體</b>								
阿根廷	4.18	6.5	1.98	2.0	6.16	8.5	32.21	23.7
波斯尼亞與赫塞哥維納	2.26	-	0.83	-	3.08	-	26.79	-
巴西	2.40	4.5	1.64	2.0	4.04	6.4	40.58	30.6
智利	4.10	3.4	2.20	1.5	6.30	4.9	34.94	30.5
中國	4.25	6.1	2.32	4.2	6.57	10.3	35.28	40.7
哥倫比亞	4.27	5.9	3.06	2.9	7.33	8.9	41.75	33.2
克羅地亞	2.76	1.9	1.14	1.0	3.90	3.0	29.20	34.9
多明尼加共和國	6.70	4.8	6.22	4.4	12.92	9.2	48.14	47.6
厄瓜多爾	4.47	-	1.51	-	5.98	-	25.30	-
匈牙利	2.49	1.3	0.69	0.2	3.17	1.6	21.62	15.4
伊朗	4.02	-	2.02	-	6.04	-	33.40	-
約旦	4.59	-	2.23	-	6.81	-	32.67	-
拉脫維亞	2.09	0.6	1.16	0.1	3.26	0.7	35.77	13.5
馬來西亞	1.25	-	1.42	-	2.67	-	53.21	-
巴拿馬	0.67	-	0.74	-	1.40	-	52.46	-
秘魯	6.20	6.2	0.93	3.2	7.13	9.4	12.99	34.0
羅馬尼亞	2.87	2.1	0.75	0.4	3.61	2.5	20.72	17.5
俄羅斯	1.75	1.0	0.42	0.1	2.18	1.1	19.41	9.2
塞爾維亞	1.69	2.0	0.24	0.8	1.93	2.8	12.39	27.6
深圳	2.45	4.9 (2004)	1.50	-	3.95	-	38.09	-
南非	3.46	-	0.74	-	4.20	-	17.58	-
突尼斯	2.74	-	2.05	-	4.79	-	42.74	-
烏拉圭	3.44	5.9	1.44	2.0	4.87	7.9	29.47	25.3
<b>資源主導型經濟體</b>								
阿爾巴尼亞	5.19	-	2.69	-	7.88	-	34.11	-
危地馬拉	5.81	-	0.48	-	6.29	-	7.62	-
牙買加	8.51	-	2.15	-	10.66	-	20.15	-
黎巴嫩	3.09	-	1.52	-	4.61	-	33.04	-
摩洛哥	2.19	-	1.54	-	3.73	-	41.22	-
沙特阿拉伯	1.52	-	1.37	-	2.88	-	47.39	-
敘利亞	4.07	-	3.37	-	7.45	-	45.30	-
湯加	2.49	-	1.08	-	3.57	-	30.27	-
烏干達	19.88	-	4.34	-	24.22	-	17.94	-
委內瑞拉	1.83	2.1	1.17	1.7	3.00	3.8	39.01	44.8
約旦河西岸地區及加沙地帶	5.94	-	1.20	-	7.14	-	16.85	-
也門	1.99	-	0.00	-	1.99	-	0.00	-



附錄 2.10 2009 年非正式投資者比例

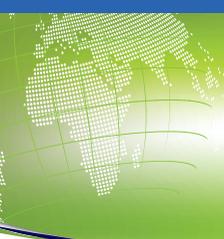
	非正式投資者比例 (百分比)	
	2009 年	2007 年
<b>創新主導型經濟體</b>		
比利時	2.3	2.7
丹麥	2.2	2.1
芬蘭	2.2	3.3
法國	3.8	5.6
德國	1.5	-
希臘	2.3	2.6
香港	2.6	7.9
冰島	6.7	7.6
以色列	3.5	1.9
意大利	1.8	3.0
日本	1.7	1.8
韓國	3.2	-
荷蘭	1.8	2.3
挪威	6.1	3.9
斯洛文尼亞	2.8	3.2
西班牙	3.0	3.2
瑞士	4.7	5.0
英國	1.1	7.9
阿拉伯聯合酋長國	8.8	1.4
美國	4.1	4.9
<b>效率主導型經濟體</b>		
阿根廷	3.0	2.8
波斯尼亞與赫塞哥維納	1.6	-
巴西	0.9	0.9
智利	10.6	7.6
中國	6.6	9.6
哥倫比亞	3.8	7.2
克羅地亞	3.1	2.5
多明尼加共和國	5.8	7.2
厄瓜多爾	2.8	-
匈牙利	4.7	0.9
伊朗	4.1	-
約旦	2.2	-
拉脫維亞	6.7	1.6
馬來西亞	2.1	-
巴拿馬	2.4	-
秘魯	7.9	9.7
羅馬尼亞	1.9	4.6
俄羅斯	1.5	1.6
塞爾維亞	4.3	4.1
深圳*	3.8	-
南非	1.9	-

	非正式投資者比例 (百分比)	
	2009 年	2007 年
突尼斯	5.9	-
烏拉圭	2.7	4.2
<b>資源主導型經濟體</b>		
阿爾巴尼亞	7.3	-
危地馬拉	12.6	-
牙買加	8.4	-
黎巴嫩	2.0	-
摩洛哥	0.5	-
沙特阿拉伯	3.8	-
敘利亞	5.6	4.7
湯加	2.9	-
烏干達	18.6	-
委內瑞拉	1.4	2.4
約旦河西岸地區及加沙地帶	1.5	-
也門	2.0	-

附錄 3.0 香港專家訪談結果回應

附錄 3.1 香港專家訪談調查之意見反映——2009 年與 2003 年、2004 年及 2007 年比較

創業支援條件	陳述	2009 回應	2009 意見強度	2007 回應	2007 意見強度	2004 回應	2004 意見強度	2003 回應	2003 意見強度
有形基建	新成立和成長型公司可以在大約 1 個月內獲得水、電、氣、排污等基本服務。	同意	1.78	同意	1.68	同意	1.76	同意	1.91
有形基建	新成立和成長型公司可以在大約 1 星期內開通電話、互聯網等通訊服務。	同意	1.64	同意	1.81	同意	1.77	同意	1.79
有形基建	新成立和成長型公司可以負擔得起水、電、氣、排污等基本服務費用。	同意	1.64	同意	1.53	同意	1.65	同意	1.65
政府政策	稅項對新成立和成長型公司不構成負擔。	同意	1.61	同意	1.06	同意	1.53	同意	1.40
有形基建	物理基礎設施（公路、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	1.53	同意	1.58	同意	1.51	同意	1.56
社會形象	大多數人認為創業者是有才幹和足智多謀的。	同意	1.47	同意	1.32	同意	1.26	同意	1.37
有形基建	電話、互聯網等通訊服務對新成立和成長型公司不會太貴。	同意	1.44	同意	1.62	同意	1.56	同意	1.77
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和穩定的。	同意	1.39	同意	1.39	同意	1.61	同意	1.59
社會及文化規範	區域文化非常鼓勵個人通過個人努力獲得成功。	同意	1.39	同意	1.39	同意	1.76	同意	1.65
創新	消費者喜歡嘗試新產品及服務。	同意	1.31	同意	1.03	NA	NA	NA	NA
社會形象	成功的創業者享有較高的社會地位和尊重。	同意	1.28	同意	1.26	同意	1.30	同意	1.55
社會形象	你經常能在大眾媒體中看見成功創業的故事。	同意	1.25	同意	1.12	同意	1.42	同意	1.42
女性	男性和女性同樣能夠創業。	同意	1.25	同意	1.00	同意	0.95	同意	1.28
商業及服務基建	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	1.22	同意	1.19	同意	1.07	同意	1.26
女性	創業是社會認可的婦女職業選擇。	同意	1.17	同意	1.06	同意	1.26	同意	1.51
創新	創新受消費者高度重視。	同意	1.17	同意	0.88	NA	NA	NA	NA
社會形象	創業被視為一個合適的致富途徑。	同意	1.14	同意	1.15	同意	1.05	同意	1.40
商業及服務基建	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	1.06	同意	0.84	同意	1.12	同意	1.35
知識產權	知識產權保護法是完備的。	同意	1.00	同意	1.31	同意	0.98	同意	1.28
女性	社會上有足夠的社會服務，讓婦女在婚後仍能繼續工作。	同意	1.00	同意	0.53	同意	0.45	同意	0.86
女性	男性和女性擁有良好而均等的創業機會。	同意	1.00	同意	0.74	同意	0.95	同意	1.14
知識產權	社會廣泛認為發明者的發明權應受到尊重。	同意	0.97	同意	0.79	同意	0.48	同意	0.70
政府政策	政府的官僚架構、條例及發牌制度對於新創及成長型企業並非難以應付。	同意	0.94	NS	0.10	不同意	-0.50	NS	0.02
社會企業	社會期望企業能通過對重大社會及環保項目的投入，將部分利潤回饋社會。	同意	0.91	NA	NA	NA	NA	NA	NA
社會企業	企業如果想重建在全球金融危機中失去的公眾信任，應更多投資於社會責任活動上。	同意	0.91	NA	NA	NA	NA	NA	NA
創新	消費者會購買新創業公司的產品及服務。	同意	0.89	同意	0.52	NA	NA	NA	NA
市場開放度	消費品和服務的市場每年均急遽轉變。	同意	0.89	同意	0.59	同意	0.67	同意	0.60
文化及社會規範	區域文化提倡自立、自治性和個人自發性。	同意	0.86	同意	1.12	同意	1.37	同意	1.26
文化及社會規範	區域文化強調個人（而非集體）管理自我人生的責任。	同意	0.86	同意	0.82	同意	1.07	同意	1.09
機會	人們能發現很多創辦新公司的好機會。	同意	0.81	同意	0.70	同意	0.58	NS	0.26
社會企業	公民社會組織（CSO）傾向與企業合作，共同推動社會、環保及社區活動。	同意	0.79	NA	NA	NA	NA	NA	NA
商業及服務基建	市場上有充足的分包商、供應商及顧問公司，為新成立和成長型公司提供支援。	同意	0.75	NS	0.34	同意	0.66	同意	0.53
創新	創新受公司高度重視。	同意	0.74	同意	0.56	NA	NA	NA	NA



創業支援條件	陳述	2009 回應	2009 意見強度	2007 回應	2007 意見強度	2004 回應	2004 意見強度	2003 回應	2003 意見強度
知識產權	知識產權保護法的實施是有效的。	同意	0.72	同意	0.79	同意	0.40	同意	0.63
商業及服務基建	新成立和成長型公司很容易便可找到好的分包商、供應商和顧問公司。	同意	0.69	NS	0.29	NS	0.29	同意	0.58
機會	個人可以容易地追尋到創業的機會。	同意	0.67	同意	0.97	同意	0.79	同意	0.88
資金支持	市場上有充足的首次公開發行融資 (IPO) 提供給新成立和成長型公司。	同意	0.66	同意	0.50	NS	0.33	NS	0.32
市場開放度	商業產品及服務的市場每年都急遽轉變。	同意	0.54	NS	0.06	同意	0.53	NS	0.33
政府政策	新成立和成長型公司可以在大約 1 星期內取得大部分所需的許可證及牌照。	同意	0.53	NS	-0.13	同意	0.85	同意	0.65
社會企業	新成立和發展型公司可藉社會責任建立競爭優勢。	同意	0.51	NA		NA		NA	
創新	企業樂於嘗試新技術和新的辦事方法。	同意	0.49	NS	0.32	NA		NA	
知識產權	新成立和成長型公司可相信他們的專利、版權和商標能受到別人尊重。	同意	0.49	同意	0.59	NS	0.02	NS	0.35
市場開放度	新成立和發展型公司很容易便可進入市場。	同意	0.47	NS	0.15	同意	0.43	同意	0.53
高增長期望	有高速成長潛力的企業會成為接受創業支持的選擇因素。	同意	0.47	同意	0.67	NA		NA	
才能及知識	許多人懂得創辦或管理一家小型公司。	同意	0.42	同意	0.79	NS	-0.23	NS	0.00
政府規劃	科技園及企業培育計劃為新成立和發展型企業提供有效支援。	同意	0.38	NS	0.00	NS	-0.17	NS	0.14
教育	在創立及培育新公司方面，職業培訓、專業教育及可持續進修課程為學生提供良好及充足的準備。	同意	0.35	NS	-0.13	NS	-0.20	NS	0.07
教育	在創立及培育新公司方面，商業及管理教育的水平可為學生提供良好及充足的準備。	同意	0.31	NS	-0.16	NS	-0.31	同意	0.48
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	-0.40	不同意	-0.63	不同意	-0.90	不同意	-0.71
社會企業	企業只要能合法經營，已被視為具有社會責任及環保的企業。	不同意	-0.46	NA		NA		NA	
科研轉移	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	-0.47	不同意	-0.32	不同意	-0.37	不同意	-0.43
才能及知識	許多人懂得創辦或管理一家高增長型公司。	不同意	-0.53	NS	-0.17	不同意	-0.42	不同意	-0.52
政府政策	區域政府在制定政策時，優先考慮扶持新成立和成長型公司。	不同意	-0.56	不同意	-0.76	不同意	-0.60	NS	-0.37
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	-0.56	不同意	-0.58	NS	-0.28	NS	-0.36
政府政策	本地政府在制定政策時，優先考慮扶持新成立和成長型公司。	不同意	-0.57	不同意	-0.71	不同意	-0.55	NS	-0.38
科研轉移	新成立和成長型公司可以負擔得起最新技術。	不同意	-0.63	不同意	-0.76	不同意	-0.66	不同意	-0.75
教育	中小學教育鼓勵創造性、自立性和個人自發性。	不同意	-0.72	不同意	-0.73	不同意	-0.93	不同意	-1.05
科研轉移	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	-0.97	不同意	-0.77	不同意	-0.69	不同意	-0.67
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	-1.07	不同意	-0.58	不同意	-0.66	不同意	-0.74
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	-1.12	不同意	-0.80	不同意	-0.71	不同意	-0.49
教育	中小學教育充分關注創業和創辦新公司。	不同意	-1.17	不同意	-1.17	不同意	-1.21	不同意	-1.02

註：上表記錄了附件 5.2 所列專家的平均意見反映，唯只列出那些在 2009 年時平均意見反映大幅偏離「既不是正確，亦非不正確」的陳述。置信水平為 95%。意見反映是按照與中性偏差幅度來排列順序。最小可能得分為 -2.00，而最大可能得分為 +2.00。2003-2007 年的意見反映列於最後 3 欄。NS = 意見反映並無大幅偏離零。NA = 並無提問。

### 附錄 3.2 深圳專家訪談調查之意見反映——2009 年與 2003 年及 2004 年比較

創業支援條件	陳述	2009 回應	2009 意見強度	2004 回應	2004 意見強度	2003 回應	2003 意見強度
社會形象	創業被視為一個合適的致富途徑。	同意	1.62	同意	0.34	同意	1.82
有形基建	新成立和成長型公司可以在大約 1 星期內開通電話、互聯網等通訊服務。	同意	1.61	同意	0.86	同意	1.64
文化及社會規範	區域文化鼓勵創意及創新。	同意	1.57	NS	-0.10	同意	1.59
社會形象	成功的創業者享有較高的社會地位和尊重。	同意	1.57	同意	0.49	同意	1.91
有形基建	新成立和成長型公司可以負擔得起水、電、氣、排污等基本服務費用。	同意	1.56	同意	0.91	同意	1.55
社會及文化規範	區域文化非常鼓勵個人通過個人努力獲得成功。	同意	1.49	NS	-0.11	同意	1.68
有形基建	新成立和成長型公司可以在大約 1 個月內獲得水、電、氣、排污等基本服務。	同意	1.48	同意	0.95	同意	1.45
社會企業	社會期望企業能通過對重大社會及環保項目的投入，將部分利潤回饋社會。	同意	1.44	NA		NA	
社會形象	經常能在大眾媒體中看見成功創業的故事。	同意	1.40	同意	0.36	同意	1.73
社會企業	企業如果想重建在全球金融危機中失去的公眾信任，應更多投資於社會責任活動上。	同意	1.31	NA		NA	
社會形象	大多數人認為創業者是有才幹和足智多謀的。	同意	1.29	同意	0.43	同意	1.64
文化及社會規範	區域文化提倡自立、自治性和個人自發性。	同意	1.29	NS	-0.06	同意	1.55
女性	創業是社會認可的婦女職業選擇。	同意	1.26	同意	0.50	同意	1.64
創新	消費者會購買新創業公司的產品及服務。	同意	1.23	NA		NA	
女性	男性和女性擁有良好而均等的創業機會。	同意	1.21	NS	0.07	同意	0.81
創新	創新受公司高度重視。	同意	1.14	NS		NA	
社會形象	多數人都認為創業是上佳的職業選擇。	同意	1.14	NS	-0.01	同意	1.29
高增長期望	有高速成長潛力的企業會成為接受創業支持的選擇因素。	同意	1.12	NA		NA	
創新	創新受顧客高度重視。	同意	1.11	NA		NA	
文化及社會規範	區域文化鼓勵創業冒險。	同意	1.09	不同意	-0.46	同意	1.36
政府規劃	科技園及企業培育計劃為新成立和發展型企業提供有效支援。	同意	1.06	NS	-0.15	同意	1.05
市場開放度	消費品及服務的市場每年都急遽轉變。	同意	1.06	不同意	-0.23	同意	0.65
女性	男性和女性同樣能夠創業。	同意	1.06	同意	0.67	同意	0.64
高增長期望	政策當局瞭解高增長創業活動的重要性。	同意	1.06	NA		NA	
女性	社會上有足夠的社會服務，讓婦女在婚後仍能繼續工作。	同意	1.03	NS	0.03	同意	1.36
知識產權	社會廣泛認為發明者的發明權應受到尊重。	同意	1.03	同意	0.30	同意	1.41
機會	創辦公司的好機會在過去 5 年大量增加。	同意	1.00	同意	0.46	同意	1.23
女性	社會鼓勵婦女自僱或開設新公司。	同意	1.00	NS	-0.06	同意	0.91
機會	人們能發現很多創辦新公司的好機會。	同意	0.97	同意	0.41	同意	1.36
有形基建	物理基礎設施 (公路、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	0.91	同意	0.42	同意	1.59
社會企業	公民社會組織 (CSO) 傾向與企業合作，共同推動社會、環保及社區活動。	同意	0.90	NA		NA	
社會企業	政府可拉動潛在創業者、企業及公民社會組織，合力推動特定的社會、環保或社區項目。	同意	0.89	NA		NA	
創新	企業樂於嘗試新技術和新的辦事方法。	同意	0.88	NA		NA	
政府政策	政府的官僚架構、條例及發牌制度對於新創及成長型企業並非難以應付。	同意	0.86	不同意	-0.55	同意	0.57
文化及社會規範	區域文化強調個人 (而非集體) 管理自我人生的責任。	同意	0.85	NS	-0.15	同意	1.32
社會企業	新成立和發展型公司可藉社會責任建立競爭優勢。	同意	0.79	NA		NA	



附錄 3.3 被列為最正面的三大創業支援條件 (+) 及被列為最負面的三大創業支援條件 (-)

創業支援條件	陳述	2009	2009	2004	2004	2003	2003
		回應	意見強度	回應	意見強度	回應	意見強度
市場開放度	商業產品和服務的市場每年都急速轉變。	同意	0.75	不同意	-0.25	同意	0.71
高增長期望	為企業的高速增長提供支援是創業政策的優先考慮。	同意	0.71	NA		NA	
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和穩定的。	同意	0.71	不同意	-0.33	同意	0.86
有形基建	電話、互聯網等通訊服務對新成立和成長型公司不會太貴。	同意	0.65	同意	0.79	同意	1.27
機會	創辦公司的好機會比能把握這些機會的人為多。	同意	0.62	同意	0.43	同意	0.91
社會企業	企業只要能合法經營，已被視為具有社會責任及環保的企業。	同意	0.61	NA		NA	
創新	消費者喜歡嘗試新產品及服務。	同意	0.50	NA		NA	
教育	在創立及培育新公司方面，職業培訓、專業教育及可持續進修課程為學生提供良好及充足的準備。	同意	0.45	不同意	-0.30	同意	0.57
高增長期望	許多支援政策是為高增長創業活動度身定制的。	同意	0.45	NA		NA	
社會企業	創業者往往較政府更能有效地解決社會、環保及社區問題。	同意	0.45	NA		NA	
政府規劃	新成立和成長型企業只需透過單一代辦部門便可獲得多項政府援助。	不同意	-0.79	不同意	-0.75	NS	-0.45
教育	中小學教育充分關注創業和創辦新公司。	不同意	-0.96	不同意	-1.16	不同意	-0.73

註：上表記錄了附件 5.2 所列專家的平均意見反映，唯只列出那些在 2009 年時平均意見反映大幅偏離「既不是正確，亦非不正確」的陳述。置信水平為 95%。意見反映是按照與中性偏差幅度來排列順序。最小可能得分為 -2.00，而最大可能得分為 +2.00。2003-2007 年的意見反映列於最後 2 欄。NS = 意見反映並無大幅偏離零。NA = 並無提問。

	1 資金支持 2a 國家政策——基本政策 2b 國家政策——法規 3 政府規劃			4a 教育——中小學 4b 教育——大專或以上 5 研發轉移 6 商業基建			7a 內部市場——動力 7b 內部市場——開放度 8 有形基建 9 文化及社會規範					
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
<b>資源主導型經濟體</b>												
波斯尼亞與赫塞哥維納	+				+	+		-		-		
危地馬拉						+		+			+	
牙買加						+					+	+
沙特阿拉伯	+								+		+	
敘利亞									+		+	+
湯加群島						+			+		+	
烏干達								+	+			+
委內瑞拉							+		+			+
<b>效率主導型經濟體</b>												
阿根廷						+		+			+	
巴西									+		+	+
智利		+									+	+
哥倫比亞							+				+	+
克羅地亞							+			+	+	
多明尼加共和國						+					+	+
厄瓜多爾							+		+		+	
匈牙利								+			+	
拉脫維亞								+		+	+	
馬來西亞									+		+	+
巴拿馬						+			+		+	
秘魯							+				+	+
俄羅斯								+	+		+	
塞爾維亞								+	+		+	
深圳									+		+	+
南非								+			+	
突尼斯		+			+						+	
烏拉圭						+			+		+	
<b>創新主導型經濟體</b>												
比利時								+		+	+	
丹麥						+			+		+	
芬蘭		+						+			+	
德國						+			+		+	
希臘									+	+	+	
香港			+						+		+	
冰島									+		+	+
以色列									+		+	+
意大利									+	+	+	
荷蘭									+		+	
挪威						+			+		+	
斯洛文尼亞									+	+	+	
韓國		+							+		+	
西班牙					+				+		+	
瑞士								+	+		+	
阿拉伯聯合酋長國									+	+	+	
英國										+	+	
美國									+		+	+

#### 附錄 4 參考資料

- Ahlstrom, D., Au, K., Chua, B. L., Cheung, K.L., Low, C.K., Makino, S. and Thomas, H. (2003) Global Entrepreneurship Monitor Hong Kong 2002. The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship.  
Website: <http://entrepreneurship.baf.cuhk.edu.hk/>
- Ahlstrom, D., Au, K., Chua, B.L., Kwok, S.T., Law, C.K., Low, C.K., Makino, S., Thomas, H., Dong, S.Y., Le, Z., Pan, X.F., Wang, W.L., Yang, L.X., and Yin, Q.X.. (2004) Global Entrepreneurship Monitor Hong Kong & Shenzhen 2003. The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship.  
Website: <http://entrepreneurship.baf.cuhk.edu.hk/>
- Ahlstrom, D., Au, K., Chua, B.L., Kwok, S.T., Low, C.K., Makino, S., and Thomas, H., (2005) Global Entrepreneurship Monitor Hong Kong & Shenzhen 2004. The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship  
Website: <http://entrepreneurship.baf.cuhk.edu.hk/>
- Au, K., Baark, B., Chua, B.L., and Thomas, H., (2006) Innovation Policy and High Growth Startup . The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship.  
Website: <http://entrepreneurship.baf.cuhk.edu.hk/>
- Au, K. and White, S. (2010). Hong Kong's venture capital system and the commercialization of new technology. In D. Fuller (ed.), Innovation Policy and the Limits of Laissez-Faire: Hong Kong's Policy in Comparative Perspective. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Audretsch, D.B. (2007). Entrepreneurship capital and economic growth. Oxford Review of Economic Policy, 23 (1): 63-78.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, Journal of Political Economy, 98(3): 893-921
- Bosma, Niels, Jonathan Levie and the Global Entrepreneurship Research Association (2010). Global Entrepreneurship Monitor 2009 Global Report, GEM website [http://gemconsortium.org/about.aspx?page=pub\\_gem\\_global\\_reports](http://gemconsortium.org/about.aspx?page=pub_gem_global_reports).
- European Commission (2007). Improving knowledge transfer between research institutions and industry across Europe: embracing open innovation -- Implementing the Lisbon Agenda. Communication to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions.
- Lerner, J. (2009). Boulevard of Broken Dreams. Princeton: Princeton University Press.
- Ministry of Finance, Peoples Republic of China, 科技部 2008 年 04 月 08 日《深圳市创新型企业成长路线图资助计划操作规程》的通知深府办 [2006]128 号 [http://www.most.gov.cn/kjzc/kjzcdfgz/dfzcsz/200804/t20080408\\_60481.htm](http://www.most.gov.cn/kjzc/kjzcdfgz/dfzcsz/200804/t20080408_60481.htm)
- Porter, M.E., J.J. Sachs and J. McArthur (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In The Global Competitiveness Report 2001-2002, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16-25. New York, NY: Oxford University Press.
- Reynolds, P., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia, and N. Chin (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998-2003. Small Business Economics, 24(3), 205-231.
- Saxenian, Anna-lee (1994). Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Saxenian, Anna-lee (2006). The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schwab, Klaus (ed.) (2009). The Global Competitiveness Report 2009-2010. World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
- Shenzhen Municipal Government (2008) 深圳市人民政府“关于加强自主创新促进高新技术产业发展若干政策措施的通知”深府 (2008) 200 号 . <http://www.szsmg.gov.cn/content.asp?id=49288>
- Shenzhen Municipal Government (2009)《深圳经济特区促进中小企业发展条例 (草案)》2009 年 9 月 9 日 5314 <http://www.szsmg.gov.cn/content.asp?id=51714>
- State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the Shenzhen Government 深 国 资委党 [2008] “Guiding Opinions on Strengthening the Construction of Corporate Culture of State-owned Enterprises in Shenzhen” (No. 28 [2008]) 28 号《关于加强深圳市属国有企业企业文化建设的指导意见》
- Thomas, H., Au, K., Leung, L., Suen, B., Yip, S., and Lo, R., (2008) Global Entrepreneurship Monitor Hong Kong 2007. The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship. Website: <http://entrepreneurship.baf.cuhk.edu.hk/>

## 附錄 5.0 : 研究團隊及受訪專家

### 附錄 5.1 : GEM 組織

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral  Banco Santander Rio  Subsecretaria de Desarrollo Economico, Ministerio de Desarrollo Economico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires  Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Belgium	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	TNS Dimarso
Bosnia and Herzegovina	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihani Rasim Tulumovi Boris urkovi Senad Fazlovi Admir Nukovi Esmir Spahi Sla ana Simi Mirela Arifovi	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	PULS BH d.o.o. Sarajevo
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 Kriger Passos Jlio Csar Felix	Produtividade - IBQP Servio Brasileiro de Apoio s Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE Servio Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Servio Social da Industria - SESI / PR InnovaChile de CORFO	Bonilha Comunicacao e Marketing S/C Ltda.
Chile	Universidad del Desarrollo  Universidad Adolfo Ibez Univ. de Tarapac	Jos Ernesto Amors Daniela Ortega Germn Eche copar Carla Bustamante	ICARE	Opina S.A.
Regional Teams				

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Aricay Parinacota		Vesna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Hernando Bustos Andreu Dante Choque Cáceres	Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de la Universidad de Tarapacá	
Antofagasta	Univ. Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Atienza	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo	
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Jorge Cea Valencia Juan Tapia	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María El Mercurio de Valparaíso	
Bio-Bio	Univ. del Desarrollo	Carlos Smith José Ernesto Amorós Daniela Ortega	UDD-Facultad de Economía y Negocios	
Araucanía	Univ. de la Frontera -INCUBATEC	Carlos Isaacs Bormand Claudina Uribe Bórquez Franklin Valdebenito	Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	
China	Tsinghua University SEM	Jian Gao Lan Qin	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
Colombia	Universidad de los Andes	Rafael Vesga Lina Devis Raúl Fernando Quiroga	Universidad de los Andes Universidad ICESI	Centro Nacional de Consultoría
	Universidad ICESI	Rodrigo Varela V. Luis Miguel Alvarez Alba Tatiana Peña	Universidad del Norte	
	Universidad del Norte	Liyis Gomez Piedad Martinez Carazo	Pontificia Universidad Javeriana Cali Fundacion Corona	
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fernando Pereira Alberto Arias		

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Denmark	University of Southern Denmark	Thomas Schott Torben Bager Hannes Ottosson Lars Hulgård Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Roger Spear Linda Andersen Majbritt Rostgaard Evald Suna Love Nielsen	IDEA – International Danish Entrepreneurship Academy RUC – Roskilde University Centre, Center for Social Entrepreneurship IIIP	Institute for Business Cycle Analysis
Dominican Republic	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Maribel K. Justo Alina Bello	Grupo Vicini International Financial Centre of the Americas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana
Ecuador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Finland	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Jama Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
France	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Germany	Leibniz University of Hannover and  Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Greece	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou Evaggelia Valavanoti	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA
Guatemala	Francisco Marroquin University	Hugo Maul Jershem David Casasola Lisardo Bolaños Georgina Tunarosa	Francisco Marroquin University	Pablo Pastor

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong  Shenzhen Academy of Social Sciences	Kevin Au Bee-leng Chua Wilton Chau Florence Ho Louis Leung Bernard Suen Mingles Tsoi Hugh Thomas  Shi Jianling Tian Huan Wang Weili Yan Lina Zhang Jun	Shenzhen Academy of Social Sciences  Hong Kong Business Intermediary Co. Ltd.	Consumer Search
Hungary	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Attila Varga József Ulbert Zoltan J. Acs Siri Terjesen Gábor Márkus Péter Szirmai Attila Petheő Katalin Szakács	National Office for Research and Technology  George Mason University  University of Pécs, Faculty of Business ad Economics	Szocio-Gráf Piac-és Kőzvélemény-kutató Intézet
Iceland	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University	Capacent Gallup
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghieh A. A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordmaej Jahangir Yadollahi Farsi M.Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs  Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Dov Barak	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev  Sami Shmoon College of Engineering  Rotem Park NGO for Entrepreneurship Encouragement	The Brandman Institute
Italy	EntER - Bocconi University	Guido Corbetta Giovanni Valentini	Atradius  Ernst & Young	Target Research

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Vanetta Skeete Horace Williams	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Cashmere International Limited
Japan	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Korea	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sang-pyo Kim Kyoung-mo Song Dong-whan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
Latvia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Alf Vanags Anders Paalzow Vyacheslav Dombrovsky Amis Sauka	TeliaSonera AB	SKDS
Malaysia	University Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Dewi Amat Sapuan Ainon Jauhariah Abu Samah Leilanie Mohd Nor Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat
Middle East and North Africa	International Development Research Centre (IDRC)	Lois Stevenson Susan Joekes Edgard Rodriguez Abderrahmane Abedou Ahmed Bouyacoub Hala Hattab Matthias Hühn Tony Feghali Yusuf Sidani Ghassan Omet Adel Bino Mohamed Derrabi Lamia Dandoune Taha Ahmed Al Fusail Abdul Karim Sayaghi Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Ruba Adil. Shanti	International Development Research Centre (IDRC)	Nielsen

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Netherlands	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog Niels Bosma Roy Thurik André van Stel Ingrid Verheul Philipp Koellinger Peter van der Zwan	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus
Norway	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Eirik Pedersen Terje Mathisen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodo Graduate School of Business	TNS Gallup
Panama	Acelerador de Empresas de Ciudad del Saber  IESA Panamá – Fundación de Estudios Avanzados de Gerencia	Federico Fernandez Manuel Lorenzo  Manuel Arrocha Michael Penfold	Cámara de Comercio e Industrias de Panamá Cable & Wireless Panamá  APC - Asociación Panameña de Crédito Almacenes, S.A. Banco Interamericano de Desarrollo	IPSOS
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen
Romania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Györfy Lehel-Zoltán Matiş Dumitru Nagy Ágnes Pete Ştefan Szerb László Mircea Comşa Ilieş Liviu Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Juhász Jácint Matiş Eugenia Nagy Zsuzsánna-Ágnes Alina Solovástru Mircea Solovástru	Asociația Pro Oeconomics Babeş-Bolyai University, Faculty Of Economics And Business Administration OTP Bank Romania SA East Consulting SRL Lacu Roşu SC Nova Construct SRL Savilcom SRL	Metro Media Transilvania

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Russia	Saint Petersburg Team  Graduate School of Management, Saint Petersburg Moscow Team  State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina  Alexander Chepurenko Olga Obratsova Maria Gabelko Tatiana Alimova Julia Filatova Kate Murzacheva	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University State University - Higher School of Economics Ministry of Economic Development of Russian Federation	Levada-Center
Saudi Arabia	The National Entrepreneurship Center  Alfaisal University	Munira A. Al-Ghamdi Maher Alodan Faisal A. Al-Kadi Norman Wright Sulaiman AL Sakran Mohammad S Khorsheed	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS
Serbia	University of Novi Sad - The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Nenad Vunjak Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province - Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica
Slovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Cmogaj	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
South Africa	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative Standard Bank of South Africa Small Enterprise Development Agency	Nielsen South Africa
Spain	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Isabel Gonzalez Cristina Cruz Rachida Justo	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Inceyde IE Business School	Instituto Opinometre S.L.
Regional Teams: Andalucía	Regional Universities: Cádiz	Regional Team Directors: José Ruiz Navarro	Junta de Andalucía Unicaja	
Asturias	Univ. De Oviedo	Juan Ventura Victoria	Gob. del Principado de Asturias	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz	Gob. de Aragón Dpto, Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender en Aragón Instituto Aragones Fomento Consejo Aragones Cámaras de Comercio.	

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Canary I.	Las Palmas & La Laguna Univ.	Rosa M. Batista Canino	Caja Canarias  Gobierno de Canarias, Promoción Económica y Servicio de Empleo. Fondo Social Europeo Cámara Comercio, Industria y Navegación de las Palmas Cabildo de Gran Canaria	
Cantabria	Univ. De Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria.	Fco. Javier Martínez	Santander Gov. Regional Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda. Grupo Sordecán Fundación UCEIF	
Castilla y Leon	Univ. De León	Mariano Nieto Antolin	Junta Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centro Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León. Universidad de León	
Castilla la Mancha	Univ. Castilla la Mancha	Miguel Ángel Galindo	Fundación Rayet Parque Científico de Albacete Caja Castilla La Mancha IMPEFE Ayuntamiento de Albacete Univ. Castilla la Mancha. Diputación Provincial Allbacete SEPECAM UGT (Iniciativas Futuro)	
Catalonia	Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte	Diputación de Barcelona Departamento de Trabajo. Generalitat de Catalunya	
C. Valenciana	Univ. Miguel Hernández	José Mª Gómez Gras	Air Nostrum IMPIVA	
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Univ. De Extremadura	Ricardo Hernández	Junta Extremadura Univ. Extremadura Central Nuclear Almaraz Sodiox, Sofiex Aram Consultores, CCOO U.R. Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Palicrisa Fundación Academica Europea de Yuste.	

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
			Grupo Alfonso Gallardo Infostock Europa Extremadura Cámara Comercio Badajoz y Cámara Comercio Cáceres. UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Queseria Pérez Andrada, Fomento Emprendedores.	
Galicia	CEEI Galicia CEG Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela Dirección Xeral do Emprego de la Xunta de Galicia.	Araceli de Lucas	Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela	
Madrid	Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno	IMADE Fundación General Univ. Autónoma de Madrid.	
Murcia	Univ. de Murcia	Antonio Aragón	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Univ. Murcia	
Navarra	Univ. Pública de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo.	Miren Sanz	Gob. Navarra, Servicio Navarro de Empleo.	
Basque Country	Orkestra Univ. Deusto Univ. Basque Country Univ. Mondragón.	Íñaki Peña	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Álava Diputación Foral Bizkaia Diputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía		PROCESA Fundación Escuela Negocios Andalucía	

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Ceuta	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios Andalucía.	
Melilla		Lázaro Rodríguez		
Switzerland	School of Business Administration (SBA Fribourg)	Rico J. Baldegger Andreas A. Brülhart Mathias J. Rossi Etienne Rumo Patrick E. Schüffel Thomas Straub Muriel Berger	KTI /CTI	DemoSCOPE
Syria	Syria Trust for Development  Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA)  University of Kalamoun	Majd Haddad Nader Kabbani Yamama Al-Oraibi Leen Al Habash  Abdulsalam Haykal Hani Tarabichi	IDRC  Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA)  Syria Trust for Development	Nielsen / Acumen
Kingdom of Tonga	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Stephen Cox Judith King  Howard Frederick Stephen Haslett Tania Wolfgramm	AusAID	Creatrix International / Kaha'uTonga
Tunisia	Institut des Hautes Etudes Commerciales - Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima
Uganda	Makerere University Business School (MUBS)	Arthur Sserwanga Rebecca Namatovu-Dawa Sarah Kyejjusa Laura Orobia Peter Rosa Waswa Balunywa	Makerere University Business School  Bank of Uganda	Makerere University Business School
United Arab Emirates	Zayed University	Declan McCrohan Murat Erogul Nico Vellinga Qingxia Tong Maitha Qurwash	Mohammed Bin Rashid Establishment for SME Development  Khalifa Fund to Support and Develop Small and Medium Enterprises	IPSOS

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
United Kingdom	Aston University	Jonathan Levie Mark Hart Erkko Autio Liz Blackford Michael Anyadike-Danes Alpheus Thomole Aloña Martiarena Mohammed Shamsul Kharim Yasser Bhatti	Department of Business, Innovation and Skills English RDAs Invest NI Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.
United States	Babson College	Julio de Castro Lisa DiCarlo Abdul Ali I. Elaine Allen Bill Bygrave Candida Brush Julian Lange Marcia Cole Ivory Phinisee Al Suhu Edward Rogoff Joseph Onochie Monica Dean	Babson College  Baruch College	OpinionSearch Inc.
Uruguay	University of Montevideo	Leonardo Veiga Fernando Borraz Pablo Regent Adrián Edelman Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo	Equipos Mori
Venezuela	IESA – Centro de Emprendedores	Federico Fernandez Rebeca Vidal Aramis Rodriguez Nunzia Auletta	Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energia Venezuela	Datanalisis
GEM Global Coordination Team		Kristie Seawright Mick Hancock Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odoch Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras		

## 附錄 5.2 : 受訪專家一覽

### 香港受訪專家

區煒洪先生  
主席  
數碼娛樂培育中心顧問委員會

陳作基博士  
行政總裁  
千里眼控股有限公司

鄭慧蘭女士  
行政總監  
PIP 文化產業有限公司

Mr. Mark COGGINS  
行政總監  
楷博教育 (亞太區)

賈沛年先生  
署長  
投資推廣署

何玉兒女士  
董事總經理  
Courses & Seminars Limited

許文博先生  
執行董事  
許李嚴建築師事務所有限公司

高重建先生  
行政總裁  
拉闊遊戲有限公司

關百豪先生  
董事長及行政總裁  
時富投資集團有限公司

林家禮博士  
理事長  
香港玉山科技協會

劉帥賢博士  
經理  
香港工業總會

羅義坤先生  
行政總監  
市區重建局

梁海國先生  
首席經濟師  
香港貿易發展局

陸國榮博士  
董事總經理  
商務印書館 (香港) 有限公司

羅德榮先生  
行政董事  
太平基業證券有限公司

麥沛霖先生  
總裁  
艾升集團有限公司

苗樂文先生  
行政總裁  
香港海洋公園

伍穎梅女士  
創辦人及副主席  
路訊通控股有限公司

Mr. Viveik M. SAIGAL  
行政總裁  
Sengital Ltd.

成小澄博士  
總幹事  
香港管理專業協會

譚偉豪博士  
議員  
立法會

陳蔭楠先生  
行政總裁  
香港科技園公司

謝伯榮先生  
集團執行董事  
中電集團

徐樹荃博士  
課程總監  
香港大學專業進修學院金融商業學院

徐丹女士  
企業社會責任總監  
畢馬威會計師事務所

魏理庭  
會長  
香港美國商會

王錫基先生  
亞太區支部總裁  
每童一電腦

王維基先生  
主席  
城市電訊（香港）有限公司

王葛鳴博士  
總幹事  
香港青年協會

王小玲女士  
總經理  
詠黎園

黃祐怡博士  
潘錦溪商業研究學院  
香港大學

黃偉亮先生  
理事長  
現代化中醫藥國際協會

嚴俊民先生  
創辦人  
香港社會企業策劃有限公司

于常海 教授  
主席及行政總裁  
海康生命科技有限公司

袁銘輝教授  
署理副校長  
香港科技大學

其中一名專家不願透露姓名。

## 深圳受訪專家

鮑遜  
編輯  
深圳青年雜誌社

卜春斌  
董事長  
深圳市多彩旅遊策劃顧問有限公司

都會  
行政總裁  
深圳市金佳禾實業有限公司

杜延國  
經理  
深圳市一寧科技開發有限公司

方映靈  
高級編審  
海天出版社

封昌紅  
秘書長  
深圳市工業設計行業協會

高廣  
總經理  
深圳市啟宇達數字系統有限公司

高薇  
成員  
深圳市工商行政管理局

果海  
總經理  
深圳市果然廣告公司

何峻  
總經理  
深圳寬洲文化傳播有限公司

何敏  
國家管理科學專家  
深圳大學成人教育學院

黃士芳  
主任  
深圳特區文化研究中心

黃小飛  
總經理  
深圳市飛雨膜技術開發公司

賈琿  
總經理  
萬人調查機構

江宜庭  
經理  
深圳市崑崙珠寶公司

靖建瑞  
校長  
深圳市總工會農民工學校

李嵐春  
財務總監  
深圳市百協投資發展有限公司

劉霞  
副教授  
深圳廣播電視大學

劉小兵  
總經理  
中融信金融控股公司

劉學陽  
副總經理  
深圳絲吉利婭科技公司

劉友娣  
副秘書長  
深圳市專家工作聯合會

歐建華  
副秘書長  
深圳市人大

齊俊  
董事長  
深圳市奧瑞那光子技術有限公司

邱金平  
副主任  
深圳市城市管理局辦公室

史康健  
副教授  
深圳信息職業技術學院

宋競輝  
副總經理  
深圳市新產業投資諮詢有限公司

萬向陽  
律師  
廣東同仁律師事務所

吳鳳義  
會長  
深圳大學創業協會

徐海宏  
總經理  
深圳市英嵐通訊技術有限公司

徐泓  
總經理  
深圳絲吉利婭科技公司

楊立勳  
所長、研究員  
深圳社科院社會發展研究所

趙毅崗  
經理  
上書房 - 深大校園服務站

鄭明君  
總經理  
深圳市華語傳媒研究會

鄭世宏  
經理  
寶中旅遊蛇口新一佳營業部

鍾必佳  
總經理  
深圳市賀頌文化傳播有限公司

鄒曉冰  
經理  
深圳諮詢培訓公司

註：深圳專家的資料的中文及英文版本可能有差異，資料以中文版本為準。

### 附錄 5.3：香港研究小組



#### 譚安厚教授

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。



#### 區玉輝教授

畢業於香港中文大學，獲工商管理學士學位後，於英屬哥倫比亞大學取得管理及國際商業博士學位。區教授乃香港中文大學創業研究中心的創辦人之一，擔任中心的副主任，亦是工商管理碩士課程的副主任。他的研究領域包括跨國管理、社會網絡、創業學及跨文化研究方法。區教授發表過四十多篇學術論文及書籍章節，擔任多本學術期刊的編委。他亦曾為政府及商業機構提供顧問及訓練服務，客戶包括中央政策組、香港數碼港、奧雅納工程顧問、及香港多家新創公司。



#### 梁永熾教授

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。



#### 周志偉博士

周博士是進躍創業基金的董事長。進躍創業基金是一個專注投資在科技領域的風險基金。周博士擁有 24 年創業及項目投資的豐富經驗，投資地區遍及中國，香港，新加坡，馬來西亞，印度尼西亞，澳大利亞，緬甸，泰國及越南等地。所涉及的項目包括數十萬美元的生物科技信息種子項目至 280 億美元的大型基建專案。

周博士擁有香港大學應用數學學位、英國威普頓大學法律學位、英國韋爾斯大學工商管理碩士學位及澳洲紐加素大學工商管理博士學位。他是英國特許公認會計師公會高級專業會計師及新加坡法律仲裁司公會會員，現任香港科技園培育計劃的首席顧問。他亦任中國國家鐵路部下屬企業——廣深鐵路有限公司董事。廣深鐵路是在上海、紐約及香港三地上市的公司。他亦是香港中文大學財務學系的客座教授，教授工商管理碩士課程。



#### 孫耀先先生

孫耀先從事創意、資訊科技、及教育產業二十多年，在中港及外任職顧問和管理的工作，有豐富的產業經驗。他任上市及私人企業高級行政人員，參與多方面的管理和營運的職務。

自 2001 年起，孫耀先在香港中文大學發展多個課程，教授新媒體創業、新媒體產品開發，科技創業、和創意產業管理等。他也為大型公營及私營機構主持與設計、創新及創業相關的工作坊及講座。由香港設計中心及中文大學創業研究中心合辦的 7+1 志在創業工作坊是其中之一。

孫耀先現時是中大創業研究中心項目總監，專門推廣及統籌有關創意產業的項目，同時也是多家創意產業機構的顧問。自 2010 年 9 月，他與區玉輝教授展開了一個由香港創意辦公室所資助的研究計劃，研究設計創業家的成功軌跡。



#### 蔡明都先生

蔡先生早年畢業於香港中文大學，曾於地產發展及製市貿易兩行行業任職會計及財務主管，其後自組顧問公司，協助企業尋找合適的人力資源，提供融資、商業策略及業務拓展等服務。蔡先生現為香港中文大學創業研究中心之榮譽項目總監，積極訓練學生撰寫業務計劃書、發展社企效益評估及社會企業家教育等工作。蔡先生亦熱心培訓青年創業人才及校友事務，服務於國際成就計劃香港部、青年創業計劃、中文大學聯合書院校友會及成為 AIESEC 香港區校友會之創會主席。



#### 何巧清博士

從事人力資源管理及發展多年，現任教於香港理工大學的專業進修學院，為高級講師。她在美國喬治華盛頓大學考取教育博士學位，並擁有 Executive Coach 及 Action Learning Coach 的專業資格，亦於最近成功考獲中華人民共和國勞動及社會保障部認證企業培訓師師資。

何博士是香港人力資源管理學會的資深會員，亦曾出任 International Federation of Training and Development Organization (IFTDO) 及 Asian Regional Training & Development Organization (ARTDO) 的理事會，此外，她亦是 ASTD Global Network - Hong Kong 的成員。

她經常為多個國際性研討會作專題演講，亦為創業及人力資源為題的刊物撰文，分享她的經驗。

#### 附錄 5.4：深圳研究小組



#### 王為理

深圳市人民政府發展研究中心、深圳市社會科學院文化研究所所長，研究員。復旦大學哲學博士、香港中文大學歷史學課程哲學博士。目前主要研究領域為：深圳和香港文化創意產業、深圳創新文化、文化產業發展規劃、文化事業發展規劃等。



#### 史健玲

深圳市人民政府發展研究中心、深圳市社會科學院文化研究所研究員。西安交通大學哲學研究生。目前主要研究領域為：深圳文化產業發展、深圳可持續發展戰略、深圳信息產業發展等。



#### 張軍

深圳市人民政府發展研究中心、深圳市社會科學院文化研究所副研究員。華中師範大學文學院文學碩士。目前主要研究領域為：中國當代詩歌研究、深圳文化創意產業、深圳創新文化、文化產業發展規劃、文化事業發展規劃等。



#### 田歡

深圳市人民政府發展研究中心、深圳市社會科學院國際化城市研究所研究實習員。哥倫比亞大學博士候選人。目前主要研究領域為：中國法制史、深圳城市文化等。



**嚴麗娜**

深圳市人民政府發展研究中心、深圳市社會科學院文化研究所研究實習員。深圳大學文學碩士。目前主要研究領域為：社會調查、深圳文化創意產業，文化事業發展規劃等。