

全球十大銀行 內銀雄霸前四

中資行抗風險能力突出 郵儲行首躋身前十

全球十大銀行最新排名公布，有7間為中資銀行，其中四大內銀續雄霸首四位。英國《金融時報》旗下刊物《銀行家》昨指出，中國大型銀行不斷擴大規模，反映它們對全球經濟的影響力不斷上升。隨着中資銀行積極拓展海外業務、推動人民幣國際化，這些國際布局對業務增長及提升盈利能力，發揮了重要作用。不過，報道亦指出，中國銀行業的盈利能力仍比不上美國同業。

《銀行家》昨公布2026年世界銀行1,000強排名，按一級資本計算，全球十大銀行中，工行(1398)、建行(0939)、農行(1288)、中行(3988)4間內地銀行蟬聯全球前4大銀行排名。而交行(3328)、招行(3968)也分別排名第7和第9位，郵儲行(1658)則排名第10位，該行是首次躋身全球十大銀行。

一級資本是一個代表銀行能夠對抗金融風險的能力的指標，反映了銀行抗風險和利潤增長能力，是衡量全球銀行綜合實力排名的標尺。新排名亦再次凸顯中資銀行的抗風險能力突出，在世界名列前茅。

十大銀行中，僅有摩通、美銀及花旗三家非中資銀行。《銀行家》總編輯西爾維婭·帕沃尼表示，中國大型銀行不斷擴大的規模，反映其在全球經濟中的影響力。不過，最新的排名也顯示全球銀行業各有強項：中資銀行在資本規模上領先，美國銀行在盈利能力方面仍具優勢，歐洲銀行則在上一年度相對疲弱後，展現更強勁的盈利增長。

招行綜合評分位居中資榜首

在《銀行家》針對中資銀行的綜合表現評分中，招商銀行則位居榜首。該評分



■按一級資本計算，工行為全球十大銀行首位。

資料圖片

體系依據17項指標，並涵蓋8個類別進行評估。憑藉突出的盈利能力，招商銀行獲得最高綜合評分。作為中國第6大銀行，招商銀行也是中國40家最大銀行中，唯一一家資產回報率超過1%的銀行。

若從資產規模來排名，滙控(0005)仍是全球第7大銀行，另有兩家歐洲銀行——法國巴黎銀行和法國農業信貸銀行，按資產規模也位列前十。

杭州銀行中國百強升幅最大

整體來看，中資銀行共有22家躋身全球前100名(一級資本計)，佔比超過五分之一，其中杭州銀行排名上升10位至第100名，是中國100強銀行中排名升幅最大的銀行。這反映中國銀行業一方面在規模上維持全球領先，另一方面也面臨從「大」轉「強」，不斷努力地提升資本效率與盈利質素。《銀行家》評論指出，今次的排名凸顯，中國銀行業雖然面臨淨息

全球十大銀行(按一級資本計算)

排名	銀行	排名	銀行
1	工商銀行	6	美國銀行
2	建設銀行	7	交通銀行
3	農業銀行	8	花旗集團
4	中國銀行	9	招商銀行
5	摩根大通	10	郵儲銀行

資料來源：英國金融時報旗下刊物《銀行家》

差收窄、房地產風險與地方債壓力，但在資本厚度與資產規模方面，仍具顯著優勢。

另外，民生銀行(1988)在今次的排名中不變，仍位列第22位；光大銀行位列第26位，較去年上升2位；平安銀行位列第34位，較去年升1位；華夏銀行則降3位排第49位；廣發銀行降1位至60位；浙商銀行(2016)升3位居第84位。

團結基金倡推綠色盛事生態圈

團結香港基金昨日發表《「盛」勢而行：構建香港綠色盛事之都》研究報告(下稱《報告》)，指出推動綠色盛事能讓環境與經濟相得益彰，是鞏固香港作為國際盛事之都地位的重要一步。報告提出13項具體建議，旨在為大型盛事活動提供全面的綠色營運指引。

國際大型活動正加快納入環保減碳要求，隨着國際主辦方、贊助商及旅客日益重視活動的環境表現，香港在發展盛事經濟的同時，亦須及早建立綠色配套，方能維持對高質素國際活動的競爭力。報告估算，如香港能把綠色要求轉化為城市競爭

力及產業能力，可帶來每年約10億元的潛在本地增加值。

確立盛事減碳路線圖

報告就構建綠色盛事生態圈，提出四大核心建議方向，第一個方向是政府牽頭建立「綠色大型盛事」頂層政策框架，短期內，建議特區政府將「綠色大型盛事」納入預計於2026年下半年更新的《香港氣候行動藍圖2050》，以釋放明確的政策信號並提升市場認知，從而引領主辦機構、場館及供應商，確立清晰可期的轉型路線圖。

第二個方向是優化資助機制，發揮「M」品牌制度及文化藝術盛事基金龍頭作用。透過現有資助制度為切入點，先由具規模的體育及文化藝術活動試行綠色措施，再按市場承受能力逐步擴展；第三個方向是以大型文化藝術、體育及會議、展覽及獎勵旅遊(MICE)場地合約及營運標準推動會展活動轉型。最後一個方向是完善供應鏈配套，支援市場穩步適應。

團結香港基金總裁李正儀昨表示，香港具備舉辦綠色盛事的經驗與實力，第十五屆全運會、香港國際七人欖球賽，以及大型音樂節和演唱會等均已加入減碳元素。她呼籲應善用這個基礎，乘勢而上，同時有助吸引更多高規格、高增值盛事來港，加速打造「綠色盛事之都」。

莎莎首季營業額按年升近23%

今年香港零售市道持續改善，連鎖化妝零售品牌業務也錄得增長。莎莎國際(178)昨公布，截至6月底止第一季總營業額為11.79億元，按年上升22.9%；其中，香港及澳門地區營業額9.01億元，增長31%；同店銷售升30.1%。期內線下業務增長理想，總線下銷售錄得9.92億元，按年升29.3%；當中香港及澳門的線下銷售更錄得31%的按年增長；東南亞線下銷售按年升15.1%，銷售額為9,170萬元。

期內，總線上銷售錄得1.87億元，按年下跌2.9%，主要是因為集團策略性地減少毛利較低的大宗B2B(企業對企業)訂單，以預留貨品給毛利較高、而且不斷增長的線下零售及B2C(企業對消費者)線上訂單。莎莎強調，線上業務的盈利能力，仍然持續提升。

集團指，透過帶動美妝潮流，引入市場熱捧的品牌，配合全渠道的宣傳，帶動港澳線下銷售、同店銷售、每宗交易平均金額、總交易宗數及每宗交易的貨品件數全面增長，其中同店銷售更按年大幅上升30.1%。東南亞線下銷售按年升15.1%，若以當地貨幣計算，亦錄得按年正增長。



■莎莎首季業務錄得增長。

資料圖片

Airwallex 夥八達通 拓O2O商機

金融服務平台Airwallex昨日宣布新增八達通至其本地支付方式中，支援線上及線下結賬，讓商戶透過單一平台處理電商及實體店交易，實現無縫收款，有助把握零售需求回升帶來的商機，並為本地消費者及全球旅客提供一致的線上線下(O2O)消費體驗。

現今購物過程中的數碼接觸點大增，非接觸式交易亦日趨普及，消費者對結賬體驗順暢且一致的期望隨之提升，因此提供熟悉和值得信賴的本地支付方式至關重要。Airwallex研究指出，72%的香港消費者表示，若結賬流程未能提供其偏好的支付方式，便很可能放棄該次購物。

八達通零售業務及合作夥伴總經理黎家聰表示，八達通與香港市民日常生活密不可分，是數百萬市民信賴的首選支付工具。隨着消費者對於靈活支付體驗的期望不斷提升，透過與Airwallex合作，可進一步拓展八達通應用場景，提供更智能的解決方案。