

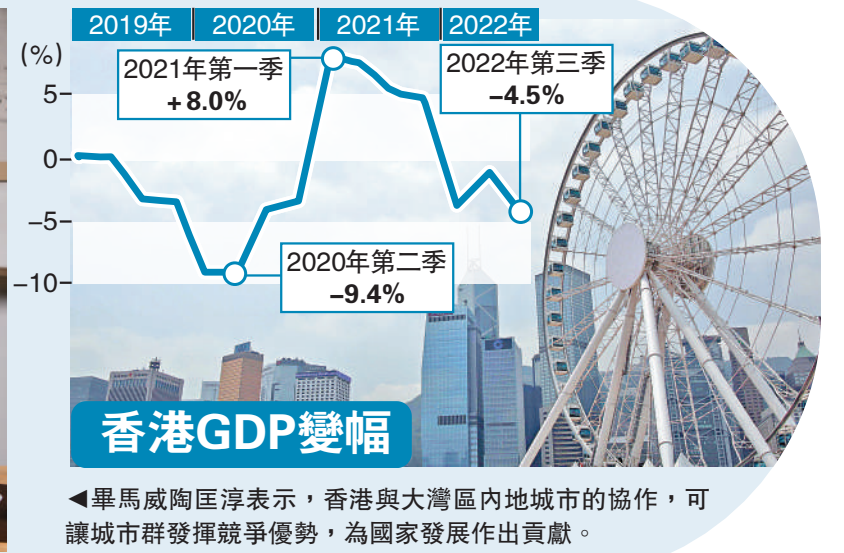
# 畢馬威：樞紐地位穩 港前景俏

## 外資進入內地首選門戶 灣區協作潛能巨大

### 經濟訪談

受第五波疫情及外圍環境惡化打擊，香港今年經濟料收縮3.5%，未來走勢受關注。畢馬威中國及亞太區主席陶匡淳表示，隨著特區政府防疫措  
施放寬，加上穩就業政策的提振，就業市場繼續改善，堅信香港仍機遇大  
於挑戰。畢馬威又認為，對於有意涉  
獵內地的外國投資者，香港依然是不  
二之選。長遠而言，若港人能加深對  
國家了解、內地企業加強對香港認  
識，以及外商提升對香港的理解，將  
有利香港的發展。

大公報記者 李永青



香港GDP變幅

畢馬威陶匡淳表示，香港與大灣區內地城市的協作，可讓城市群發揮競爭優勢，為國家發展作出貢獻。

談及香港面對的挑戰，陶匡淳接受《大公報》訪問時表示，各地央行為壓抑通脹同步大幅加息，對企業盈利與增長構成不良影響，短期更使香港經濟受壓，拖累金融市場，資產價格亦回落，在借貸成本增加下，企業在投資時更趨謹慎。展望未來，海外需求持續放緩對香港出口仍構成壓力，而地緣政治局勢緊張也增添經濟下行風險。

然而，陶匡淳強調，香港仍然機遇處處，特別是作為粵港澳大灣區龍頭城市之一，與區內城市的協作，可讓這國際一流的城市群發揮競爭優勢，為國家發展作出貢獻，加上香港作為國家的離岸國際金融中心，既有助國家推動金融業改革，而港股通等深化市場發展的做法，亦讓香港迎來更多機遇。

### 防疫鬆綁利好 金融人才回流

對於市場擔心香港人才流失的問題，畢馬威中國香港區管理合夥人張穎嫻向《大公報》表示，近期特區政府放寬檢疫措施後，金融人才已陸續返港，料多項「搶人才」措施落實後，能吸引更多人才來港。同時，在美國上市的內地企業來港二次上市，以至一次上市等，未來中概股回歸將繼續成為香港資本市場的重點。

另一方面，近年香港致力拓展綠色金融及金融科技，市場對相關發展期許甚深。張穎嫻形容，「十四五」規劃、大灣區發展和「一帶一路」均帶來龐大綠色金融機遇，有助推動香港成為綠色和可持續金融樞紐。

再者，藉着與內地的緊密聯繫，香港可帶動環球資金流入內地碳市場，且特區政府的金融科技2025策略及虛擬資產政策宣言，講述政策願景、法規、投資者保障的方向，為虛擬資產的可持續和負責任發展奠定基礎。

### 配套成熟 綠色金融大有可為

張穎嫻認為，香港在相關範疇發展潛力巨大，主因是香港具備成熟的金融發展制度與政策。特別是2020年5月成立，由金管局和證監會共同領導的綠色和可持續金融跨機構督導小組，能有系統地加快香港綠色和可持續金融的發展。在政策層面，特區政府以在2050年達至「碳中和」為目標，而《粵港澳大灣區發展規劃綱要》及《關於金融支持粵港澳大灣區建設的意見》亦提及支持香港發展成為大灣區的綠色金融中心，成為香港發展重要的助力。

## 內地經濟勢提速 明年料增5.2%

### 政策支持

受疫情打擊，今年首三季內地經濟增長3%，但市場對明年國家發展有信心。畢馬威中國及亞太區主席陶匡淳預料，明年內地宏觀經濟政策仍維持較為寬鬆的基調，支持經濟復甦，而在政策支持和較低基數的效應下，明年經濟增長可望達5.2%，較今年3.2%的預期增速為佳。

### 穩內房措施落地 樓市更健康

房地產業對推動內地經濟具一定作用，故市場關注行業發展。陶匡淳表示，近期內地恢復房企併購重組及配套融資，恢復上市房企和涉房上市公司再融資等5項措施，標誌着支持房企信貸、債券、股權融資「三支箭」中的第三支箭也正式落地。在此之前，國家已經通過穩定房地產開發貸款投放、支持開發貸款等存量融資合理展期、創設信用風險緩釋憑證等手段，支持房企的

信貸和債券融資。他指出，一系列措施的實施，預料緩解房企的信用風險，幫助優質民營房企更好地開展融資活動。同時，人民銀行聯合住建部、財政部等部門推出政策性銀行2000億元人民幣「保交樓」專項借款也正式落地，疊加多個地方政府設立地產紓困基金，預計措施的落地將有利於重建各界信心，促進房地產市場的健康發展。

至於政策手段，陶匡淳認為，截至今年第三季，內地政府部門槓桿率較2021年底升近3個百分點，但與全球其他經濟體相比仍處較低水平，預計明年財政仍有一定空間支持經濟增長。此外，今年下半年以來，人民銀行通過政策性銀行發行政策性、開發性金融工具，用於補充包括新型基礎設施在內的重大項目資本金，預料明年將繼續使用類似政策工具填補基建資金缺口，拉動有效投資。

## 3女生創護膚品牌 盼明年收支平衡

【大公報訊】港人「抗疫三年」期間經常佩戴口罩，加上亞熱帶氣候因素，容易衍生皮膚問題。趙凱蓉（Arey）、陳麗璇（Alicia）、徐碧嫻（Lavinia）三名女生鏗而不捨研究解決方案，並創立海洋護膚品牌Mer-Veille（以下簡稱MV），將科研成果注入護膚產品，希望幫助港人解決皮膚敏感、暗瘡煩惱。公司現時主要透過網店銷售，並有意拓展B2B（企業對企業）業務，期望於明年底達至收支平衡。

為解決港人常見的皮膚問題，MV三名創辦人不斷翻閱皮膚科醫生的著作，鑽研護膚知識，平時閒聊也常討論「邊隻（化妝品）牌子好、哪些成分對皮膚好」。日子有功，三人的知識不斷累積，發現市場上部分品牌對護膚知識的講法「並非100%正確」，遂萌生自設護膚品牌的意念。其後公司老闆薛志威（Victor）以投資者身份出資啟動業務，促成MV誕生。

### 月均銷售增30% 擬拓B2B業務

趙凱蓉、陳麗璇、徐碧嫻都是本地初創公司立威生物科技（Labway）的員工，薛志威則是Labway其中一名創辦人。在MV，薛志威雖是最大投資者，但沒有插手日常業務運作。不過趙凱蓉說，薛志威常以過來人身份分享創業經驗，令三人「行少冤枉路」。

在2021年6月，MV成功研發出自家的「MV-BIO海參膠原蛋白肽」。經測試驗證，海

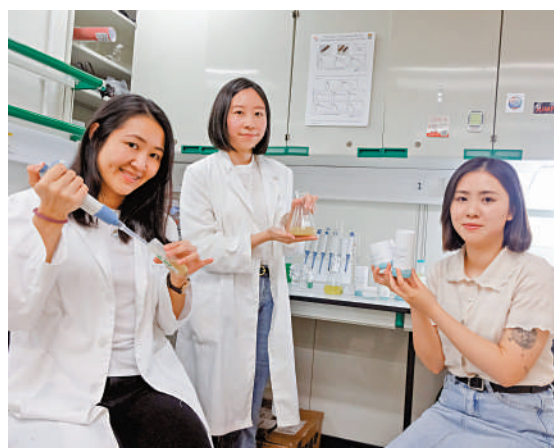
參膠原蛋白過制金黃葡萄球菌的成效相當顯著，而後者正是導致皮膚問題的主要源頭之一。除此之外，MV產品的其他主要成分，還有極地褐海藻和珍珠母精華。

MV是香港首個結合海洋科研的護膚品牌，三人在創業之時沒有先例參考，「所有事物都是由零開始」，惟創業至今，過程尚算順利。趙凱蓉表示，公司現時的銷售增長「幾好」，由6月至今，每月銷售額平均錄得20%至30%升幅，預計到2023年尾，希望達到收支平衡。

### 夥本地漁民 珍珠殼製清潔產品

MV現時仍處創業初期，推出的產品計有海洋抗氧修復精華、海洋修復煥采面霜及海參肽修復嫩膚面膜。徐碧嫻透露，公司正計劃與本地漁民合作，用本地珍珠殼生產清潔類產品，合作細節仍在磋商之中。陳麗璇補充說，很多人採集完珍珠之後，會視珍珠殼為垃圾，不過她指出，珍珠殼蘊含的有效成分其實與珍珠相同，期望計劃有助保育環境。

除了本地市場和零售客戶，中長期而言，MV亦有意拓展海外市場和B2B業務。不過趙凱蓉說，不同地方對護膚品有不同法規，部分市場的要求「都幾嚴格」，目前仍在評估當中。Alicia補充，明白B2B市場的潛力龐大，MV亦有意拓展，惟海參成分在香港市場仍然比較嶄新，此外也要視乎MV的產量等因素而定。



▲Mer-Veille有意拓展海外市場和B2B業務，左起為陳麗璇、趙凱蓉、徐碧嫻。

大公報記者蔡文豪攝

### Mer-Veille創辦人簡介

陳麗璇 (Alicia)	本身是馬來西亞人，擁有海洋生態學 (Marine Ecology) 博士學位，在MV主要負責科研工作
趙凱蓉 (Arey)	在大學修讀生態學 (Ecology)，在MV除了負責研發工作，也要顧及業務運作，例如產品研發、經營網店、會計等
徐碧嫻 (Lavinia)	主力負責市場推廣、產品設計和品牌形象 (brand building)

## 加息衝擊成交淡靜 十大屋苑周末僅6宗

【大公報訊】美國聯儲局及本港銀行再度加息後首個周末，買家入市態度審慎，十大屋苑僅錄6宗買賣，按周跌四成；個別業主趕於年底割價出貨，筲箕灣形薈有一房戶以667萬元易手，3年貶值近三成。

中原地產統計，十大屋苑過去周末錄6宗成交，按周少4宗，創6周新低，新界3個指標屋苑全部「捧蛋」。中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁陳永傑預計年底前持續淡靜，樓價反覆尋底。

### 形薈賣667萬 三年跌價28%

市區私樓連錄多宗蝕讓。美聯助理聯席董事黎泳傑表示，形薈2座中層B室，實用面積353方呎，以667萬元轉售，實用呎價18895元；原業主2019年以927.36萬元一手購入，賬面蝕260.36萬元或28%。

中原首席分區營業經理盧鏡豪稱，鴨洲海怡半島25座低層D室兩房戶，實用面積519方呎，售708萬元，實用呎價13642元，原業主持貨3年賬面虧損67萬元，貶值8.6%。

利嘉閣聯席董事李啟昌透露，大角咀灣濠庭10座中層B室兩房戶，實用面積405方呎，上車客以568萬元承接；原業主5年前斥630萬元入市，現跌價62萬元或9.8%。

資深投資者亦低價出貨，資料顯示，被喻為尖沙咀舖王、持有多伙豪宅的低調富豪譚伯榮，本月初以3850萬元售出天后柏傲山6座高層B室，以實用面積1115方呎計，實用呎價34529元。資料顯示，譚伯榮於2014年以4087.7萬元一手購入，賬蝕237.7萬元，當時入市需付樓價8.5%雙倍印花稅，扣除發展商提供的回贈，料實蝕約310萬元。不過，代理指上址未有委託放盤，不排除屬私人內部轉讓。

新界盤頻錄損手，中原分區營業經理杜文俊表示，沙田好運中心竹林閣中層E室兩房戶，實用面積348方呎，以526.5萬元易手，原業主3年賬面損失33.5萬元。東涌東環1B座中層3室三房戶，實用面積642方呎，消息指售728萬元，原業主2015年以756.49萬元一手購入，賬蝕28.49萬元。

### 啟德盤四房4萬租出 回報1.9厘

個別業主趕於長假前租出單位，中原分行經理劉華剛指出，啟德GRANDE MONACO錄首宗四房戶租務成交，單位是1A座中層B室，實用面積961方呎，減價3000元，以4萬元租出，實用呎租41.6元，業主於去年5月斥2494萬一手買入，租金回報約1.9厘。

另外，綜合市場資訊，過去周末一手成交約12宗，按周減少1宗。

## 消費健康企Haleon攻電商 明年生意冀增6%

【大公報訊】由葛蘭素史克（GSK）分拆的消費健康公司Haleon，亞太區總裁蔡寶光認為，在疫情下大眾對健康更為關注，集團希望繼續提升市場滲透率，同時教育消費者由「治病」到「治未病」，從預防入手。

總部設於英國的Haleon，旗下共有19個品牌，主要劃分五大組合範疇，包括疼痛管理、呼吸健康、口腔健康、營養健康、消化健康。其中，有包括港人熟悉的必理痛（Panadol）、口腔護理品牌舒適達（Sensodyne）、營養健康品牌

善存（Centrum）等。

截至今年9月底止，Haleon在亞太區銷售按年升約11%，佔全球銷售佔比約22%。蔡寶光表示，Haleon已在亞太區提升產品售價2.9%，集團亦已上調今年整體銷售增長指引到8%至8.5%，明年銷售增長指引則介乎4%至6%。

經歷超過兩年的疫情，網購發展亦成為銷售的重要渠道，蔡寶光指出，公司原本依靠傳統的藥房、超級市場等銷售產品，惟近年亦大力拓展電商渠道。

### 與實體渠道互補

蔡寶光認為，傳統線下渠道與電商銷售並不存在矛盾，反而有助增加觸及消費者，既可互補共存，亦是銷售的新增長點。

另外，全球不少國家或地區面對人口老化問題，蔡寶光指出，Haleon的使命在於要令消費者更好作自我健康管理，以減少患病的機會。



▶蔡寶光表示，Haleon拓展電商業務，與超市藥房線下渠道互補。大公報記者李潔儀攝

### Haleon發展歷程

2014年	葛蘭素史克(GSK)與諾華成立消費保健業務合資企業
2018年	GSK向諾華收購消費者醫療保健合資企業36.5%股權
2019年	GSK與輝瑞成立新合營公司
2020年	GSK出售非策略業務品牌好立克
2021年	GSK剝離非策略資產，包括得敏脫、敏感肌
2022年7月	分拆消費健康公司Haleon獨立營運，其品牌包括舒適達、必理痛、善存等