

港加大投入 力建創科生態圈



創科瞭望 陳迪源

香港創科發展協會
主席

2024-25年度財政預算案(下稱預算案)正式發布,針對社會復常階段所面臨的挑戰提供實質方案。在財政嚴重緊縮的關口,特區政府繼續大力投放資源支持創新科技,實屬難得。這展現了特區政府對於創科發展的堅定承諾,也反映出創科對推動經濟、提升市民生活質素的關鍵作用。

特區政府正進一步推進關鍵企業入駐,計劃下月與超過10家企業簽署意向書。繼首批30家企業之後,預計未來幾年將為香港經濟注入超過400億元投資及創造約1.3萬個就業機會。這些措施將大幅促進本地產業鏈發展和創新科技生態系統的繁榮;加上即將推行的100億元「新型工業加速計劃」,對於在香港投資的指定行業企業,特區政府將以1:2的配對形式提供最多2億元資助;香港投資管理有限公司亦計劃實施首批直投及共投項目,進一步推動生命健康科技、人工智能、數據科學、先進製造和新能源科技等領域的發展。

培育本地科技人才

關於人才短缺是迫切的問題,透過「高才通」計劃,已成功吸引約10萬專業人士。特區政府追加資金支持「奇趣IT識多啲」計劃,加上「中學IT實驗室計劃」旨在培育本地創科人才;隨著去年落實資訊科技學院和應用科技大學的建立,使整體本地創科人才培育策略更加連貫。特區政府推出了婦女自強基金和增設幼兒中心等措施,讓女性更好投身職場,進一步釋放潛在人才。

位於數碼港的AI超算中心預計將於今年內啟用,並於2026年初達到高速運算能力,以支援科研和工業需求。加上特區政府撥款30億元推行的3年人工智能資助計劃,這些措施都是為了提升香港在全球AI領域的競爭力,吸引國際專家和企業,並透過技術創新和產業升級,有效緩解人才短缺問題。

預算案透過綠色及數碼化策略來推動經濟增長與生態保護,同時提升生活品質;當中包括吸引綠色科技企業、設立科研基金、規劃金融科技資助計劃,並將機場轉型為綠色機場等。推行使用新能源車輛和太陽能發電,以減少對傳統能源的依賴並提升能源效率。

特區政府還透過有效的數據交易生態系統和跨境數據流動合同,加強國際

數據交易,並憑藉數碼轉型支援計劃及「BUD專項基金」下新設的「電商易」計劃,協助中小企業數位化和拓展市場,同時推動數碼共融,為長者提供技術培訓和支援。

特區政府計劃今年創建微電子研發院,把握全球半導體市場的增長機遇,預計2030年產值將超過1萬億美元。該策略旨在促進學術界與產業界的合作,並利用大灣區的製造業鏈來實現研發成果。同時,特區政府推進生命健康科技發展,打造國際科技中心,支持智能生產等新型工業發展,提升產業價值。

另一方面,特區政府計劃在港深創科園成立「生命健康創新科研中心」,以吸引國際生命健康的科研人才。為此,將投入20億元支持「InnoHK創新香港研發平台」,並有2億元支持相關初創企業。

特區政府大力推動創科發展,透過投資基金及研究支援計劃,加強科研及技術轉移,並透過基建擴展提升創科能力,促進香港成為國際創新科技中心。科學園和數碼港作為創業基地,企業數量5年增長逾60%。香港創業生態系統全球排名第二、亞洲首位,企業數量及就業人數持續上升。

為紓緩中小企資金壓力,預算案將「中小企融資擔保計劃」下的八成及九成擔保產品申請期限延至2026年2月,並增加100億元信貸保證;同時將與銀行商討,以靈活方式處理企業貸款,避免因資產抵押價值下跌而迫債。筆者希望特區政府延長「還息不還本」安排,以降低因疫情及經濟波動受創企業負擔,保持現金流,助其渡過難關,保留復甦和發展機會。

創新科技的應用已經成為不同領域發展的必然趨勢,無論是金融科技、Web 3.0,還是旅遊和體育賽事。例如,數字人民幣的試點運行展現出數字貨幣的巨大潛力。在旅遊和體育事件方面,香港、廣東和澳門將共同舉辦2025年第十五屆全國運動會,亦會應用到大量科技方案。為了確保科技的應用能夠讓香港在上述領域脫穎而出,特區政府應該撥出足夠的預算。

綜上所述,特區政府在2024-25年度財政預算案中所推出的一系列政策和措施,無疑為香港的創新科技發展、經濟轉型及社會進步鋪設了堅實的基石。從促進創科生態系統的繁榮,到推動數字經濟和綠色發展,上述策略不僅展現了政府對於科技創新和經濟可持續發展的堅定承諾,也為香港的長遠繁榮穩定打下了關鍵基礎。



香港大力發展創新科技,為長遠的繁榮穩定打下關鍵基礎。圖為香港科學園。

▶今年春節,內地消費市場呈現快速增長。圖為北京王府井步行街。



作為2020年以來第一個完全不受新冠疫情影響的春節,今年總體交出了一份令人矚目的「消費成績單」。從各項數據來看,內地消費市場呈現出增長快、結構新、活力足和潛力大等積極特點,但也暴露出需求仍顯偏弱、人均消費下降、汽車和房地產銷售較差等問題。

春節消費強勁 鞏固內需



評經議濟 連平

中國首席論壇理事長

下一階段,政策應從促進就業、提高收入、鼓勵服務業企業、提振汽車銷售和改善房產經營環境等方面着手,推動消費持續快速恢復,實現全年既定經濟增長目標。

旅遊行業強勁復甦。文旅部數據顯示,春節假期8天,國內旅遊出遊4.74億人次,按年增34.3%,較2019年同期多19%;國內遊客出遊總花費為6326.87億元(人民幣,下同),按年增長47.3%,較2019年同期多7.7%;出境旅遊出遊683萬人次,其中出境遊360萬人次,入境遊323萬人次,出入境人員規模恢復至2019年同期的九成。

文化娛樂行業表現亮眼。國家電影局數據顯示,2024年春節檔電影票房達80.43億元,創造了新的春節檔票房紀錄;觀影總人次達1.64億,總場次394.1萬場,也刷新春節檔總觀影人次和總場次紀錄。春節假期,全國營業性演出場次共1.63萬場,按年增長52.10%;票房收入7.78億元,增長80.09%;觀演人數657.65萬人次,增長77.71%。

服務消費收入快速增長。國稅局增值稅發票數據顯示,全國服務消費相關行業日均銷售收入按年增長52.3%。分服務看,旅行社及相關服務日均銷售收入增長1.2倍,旅遊遊覽和休閒觀光服務日均銷售收入按年分別增長70%和40%;住宿服務日均銷售收入增長25.4%;餐飲服務日均銷售收入增長31.5%。

人均支出仍待提高

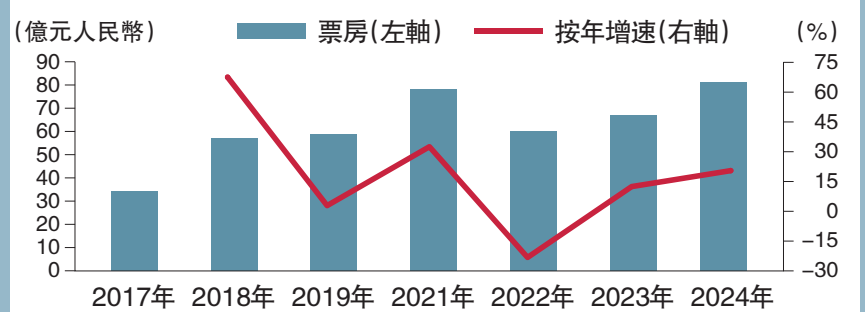
商品銷售成績喜人。商務部數據顯示,全國重點零售和餐飲企業銷售額按年增長8.5%,綠色有機食品、金銀珠寶銷售額增長20%左右;大型連鎖超市即時零售銷售額增長17%,餐飲企業銷售額增長17%。據統計,家電以舊換新訂單量按年大增2倍。中國商業聯合會數據顯示,2月份中國零售業景氣指數為51.2%,較1月上升0.3個百分點。

消費結構和質量升級加快推進。一是特色化旅遊人氣高。各地為了滿足民眾的各類旅遊消費升級訴求,積極挖掘和開發具有地方特色的旅遊資源和特色文化活動。數據顯示,本地遊佔比達24%,帶動「老家」景區、公園、商團、民俗活動等人氣火爆;縣城酒店訂單按年增長超六成。

二是個性化、定製化旅遊增長快。客單價更高的定製遊,憑藉自由、個性化的旅行體驗也增長明顯。攜程數據顯示,春節假期,定製遊訂單按年增長超5倍。其中國內遊行程規劃及帶領為一體的包車嚮導類訂單按年增長2倍。

三是民俗文化商品和奢侈品消費增長比較快,綠色節能商品網上走俏,新國貨和健康消費成為新潮流。根據統計,花燈、年畫和刺繡的成交額分別按年增長9.6倍、175%和

中國春節檔電影總票房及增速



註:2020年春節檔因疫情取消

資料來源:貓眼專業版

166%。

儘管大部分消費數據都表現不錯,但也有部分數據不盡如人意。雖然旅遊總收入和出遊人數均創下近幾年新高,不過人均旅遊消費仍未恢復到疫情前水平。文旅部數據顯示,春節8天長假,人均旅遊消費1335元,雖然較2023年回升9.4%,但仍較2019年回落10%;若假日天數調整至往年的7天,則人均消費分別較2023年和2019年回落4.3%和21%。網絡支付交易也弱於疫情前。除夕至年初八,全行業網絡支付金額為1.25萬億元,表面上看,高於2019年1.16萬億元,的水平,但實際交易日卻多了2天。若都按7個交易日來算,則2024年網絡支付金額僅為0.97萬億元,約為2019年的83.8%。此外,商品房銷售仍舊低迷,61個代表城市新房日均成交面積按年下降約26.8%。

為什麼會出現人均旅遊消費和線上支付低於疫情前的情況?

一是價格成本下降。近年來旅遊市場管理更加規範,且更加注重品質和服務。交通、住宿和門票等費用較疫情前有所下降,同時春節期間,各地各景區為了吸引顧客,促銷和優惠的力度較大,使得成本有所降低。

二是支付能力受限。經濟大環境不佳疊加3年疫情導致大部分工薪階層受到嚴重影響,裁員減薪導致收入普遍不增反降,防禦性儲蓄意識提升,對消費支出更加謹慎和理性。在預算有限的背景下,無論是網購還是旅遊,經濟實惠成了首要考慮因素。

三是去年以來,股市持續低迷疊加房地產連續下行,使得居民投資收益受損,導致可支配收入下降,尤其是樓市銷售不振對於汽車、家電和傢具等耐用消費品的消費也產生負面影響。

多招保就業增收

近期穩地產政策力度較大,包括加快推進城市房地產融資協調機制落地見效、構建房地產發展新模式、實施好「三大工程」建設和繼續滿足剛性和改善性住房需求,為2024年房地產行業平穩發展提供逐步改善的條件和環境。近期,人民銀行公布5年期以上貸款市場報價利率(LPR)下降0.25厘,力度遠超市場預期。

當然,對於國內旅遊市場,行業內有一句俗話:春節看人氣,五一看流量,暑期和十一看效益。從最新出爐的成績單來看,今年春節假期可謂人氣十足,多項數據超出預期。但是旅遊業的整體恢復不僅要看節假日,還要看非節假日的水平。

下一階段,為了進一步鞏固內需回升態勢,有必要從以下幾個方面着手:多措並舉保障就業和增加收入,鼓勵靈活就業並提供社會保障;加大再就業群體的技能培訓。繼續推行汽車購置稅減免、地方購車補貼、降低車貸利率和以舊換新政策;對燃油車可以增加加油補貼;出出相關政策支持燃油車置換新能源車。鼓勵和支持平台經濟,帶動線上消費和新消費。對服務性行業給予有效支持,對商家可加大減稅降費力度、延長繳稅和還貸期限;對顧客設計相關金融優惠活動。加大消費券發放和優惠力度,擴大適用範圍。

考慮到房地產平穩發展對提振消費和拉動經濟增長的作用較大,應從以下五個方面加大對房企的政策支持力度:一是保持對優質房企的合理融資支持力度;二是擴大「保交樓」專項借款、併購貸款和再貸款規模;三是加大力度創造寬鬆的房企非銀金融環境;四是探索設立中國房企債務紓困基金,應對房企中長期存量資產處置;五是加強並完善商品房預售資金監管制度。

2024年,在政策推動下,年初的勢頭表明,消費將繼續保持平穩較快增長的修復態勢,且仍是GDP增長的第一拉動力,但貢獻率將下降,逐步回歸常態。筆者預計最終消費對GDP的貢獻率為60%左右。

就業形勢改善是居民收入增長的重要影響因素。2023年9月至11月的城鎮調查失業率已連續3個月保持在5%,12月為5.1%,均低於2019年同期水平。消費是收入的函數,收入的高低對消費產生較大影響。從2023年第二季度開始,居民部門修復已連續三季快於政府和企業部門。居民儲蓄意願有所下降,消費意願有所增強,平均消費傾向有所恢復,帶動消費需求回暖。而房地產企業,帶動相關消費回暖。根據測算,房地產投資波動1個點,將影響消費2至3個點。

2023年,居民人均服務性消費支出按年增長14.4%,增速分別高於商品消費和總體消費8.6和5.4個百分點;服務零售額按年增長20%。近年來,服務消費在總體人均消費中所佔比例已超45%。從國際經驗看,在進入中等收入階段後,服務消費將長期處於快速增長通道,成長空間較大。隨着經濟轉型步伐的不斷加快,以新型消費為主的服務消費也將得到更大發展。居民消費價格指數(CPI)和工業生產者出廠價格指數(PPI)回暖將帶動消費品價格提升。

全面撤辣 樓市重歸健康發展



樓市強心針 廖偉強

利嘉閣地產總裁

過去40多年間,香港樓市經歷過四次大跌市,分別是1981年第三季度至1984年第三季度,期內樓價累積跌幅約32%;第二次是1997年中至2003年第一季度,樓價跌幅約65%;第三次是2008年6月至該年年底,樓價跌幅約17%。最新一次跌市,則由2021年9月開始至現在,樓價累積跌幅約22%,大家都想知道幾時可以穩定下來。

每當經歷一次樓市大跌,市民信心亦會跌入谷底,部分過度借貸的買家,亦會面對財政壓力沽貨,最終樓市重新洗牌,曾經有實力的用家或投資者有可能離場。不過,投資市場永遠都是機會處處,雖然有人會灰心而離場,但是也會有些人信心十足,趁風起雲湧時開始入市。

回顧此前的數十年,香港的發展一帆風順,從來沒有擔心財政及經濟的問題,但是當經歷了一場修例風波,以及

幾年的疫情肆虐後,整個社會突然變得虛弱,再加上這兩年美國不斷加息,各行各業均受重壓,香港面對了一場多年未遇過的挑戰。幸好特區政府及時全面撤銷樓市辣招,令香港樓市可以重歸健康發展,預計短期內成交量持續增加,樓價亦可止跌回升。

香港優勢不減 樓價有支持

筆者認為,香港的優勢始終都存在。香港自由開放,沒有外匯管制,資金進出自由,也不是常有嚴重天災的地方,並且治安及法制良好,所以絕對是一個宜居城市。宜居城市的樓價,必定與這個城市的優勢掛鉤。

很多人認為香港樓價太貴,但筆者並不以為然。須知道來港居住,尋找新發展的外地人,都會認為在香港的發展機會是多不勝數,所以願意留港展開新生活。現時香港吸納的人才,大都是專才及優才,這些人才絕對負擔得起香港的樓價。

他們很清楚,有競爭力的城市樓價,都必定不會很便宜,加上香港是一個國際都會,樓價高是有道理的。