

半數港銀推「智安存」 三發鈔行先行

動用受保護存款需額外核實程序 年內全面落實

保障存戶

香港金融管理局推動的「智安存」(Money Safe)將於今年底之前全面落實。為響應金管局呼籲，大約一半零售銀行今季率先試行「智安存」的保護措施，三家發鈔銀行更表示本月內推出。金管局表示，在暫行階段，個別銀行的推行細節或有出入，建議客戶向所屬銀行查詢詳情。

大公報記者 黃裕慶

在智安存安排下，銀行客戶可指定部分存款受到保護，當要動用這筆受保護的存款時，需要採取額外核實程序，例如親身前往銀行分行辦理，有如為其存款加多一重保護。

向65歲或以上客戶提供服務

雖說是「暫行階段」，不過以三家發鈔行的存款量佔整體大約40%至50%來衡量，規模不算細。金管局助理總裁區毓麟表示，客戶在暫行階段如要取消智安存，手續與正式落實時相同，即需要親身前往分行辦理，並由銀行職員核實。

至於其他推行細節，由於個別銀行在現階段的安排可能有差異，金管局建議客戶向自己所屬的銀行查詢。

以本港現時大約20家主要零售銀行和8家數字銀行(前稱虛擬銀行)計，今季內將有約14家銀行以暫行方式提供智安存服務。區毓麟表示，所有推出暫行措施的銀行均會向65歲或以上的零售個人客戶提供服務，而多家銀行也會將服務延伸至其他零售個人客戶。

當智安存日後全面落實時，服務所涵蓋的客戶、存款種類和服務渠道將比暫行階段更齊全。舉例說，屆時將適用於支票、儲蓄及定期戶口的港元及主要外幣存款，而現階段可能只涵蓋部分賬戶的存款。

維持充足資金 應付突發情況

由於概念比較新穎，金管局要求銀行在客戶要求使用智安存之前，必須清晰及充分向客戶解釋詳情、運作及取消流程，尤其要提醒客戶需要維持充足的資金，以應付日常及其他突發需要。

銀行客戶可按自身實際需要指定受智安存保護的存款額。區毓麟補充，一般原則是當資金閒置時才考慮放入智安存。根據現有安排，受智安存保護的存款，在客戶未取消保護前，將不能經任何渠道及以任何方式轉出，例如提款、轉賬、自動轉賬、常行指示等。

客戶可以隨時取消智安存保護，完成取消程序後便可動用存款。銀行在取得客戶指示(包括啟動、改動金額或取消)後，應於3個工作日執行指示，並通知客戶。至於是否有執行指示的最短時間，金管局表示沒有限制，但也「不能太方便」。

智安存是金管局構建「防騙生態圈」的一部分，銀行在當中扮演重要角色。副總裁阮國恒表示，金管局要求銀行持續加強網上銀行和支付卡服務的保安措施和動態風險管理，定期更新及加強監測系統，及時應對最新的詐騙手法，並更有效地偵測可疑活動，協助執法機構堵截騙款。



▲約一半零售銀行今季率先推出智安存服務，為客戶存款提供多一重保護。

金管局構建「防騙生態圈」

1 銀行層面：定期更新及加強監測系統，及時應對最新的詐騙手法	3 銀行與客戶之間：推動銀行妥善推行反詐騙措施，全面加強對客戶資金的保障
2 銀行之間：促進銀行間的信息交換，完善詐騙相關的數據資料庫	4 客戶層面：全方位推動公眾教育，增強市民防騙和自我保護意識

大公報記者整理

金管局三措施 加強網銀安全

【大公報訊】因應騙徒利用生成式人工智能(簡稱GenAI)技術，發展出更為複雜的行騙手法，金管局將於年內推出三項加強網上銀行安全的新措施，涵蓋App內認證，以及賦權客戶選擇停用部分高風險網銀功能等，將於今年第二季至第四季期間陸續推出。

重新綁定流動裝置 須人臉驗證

金管局助理總裁朱立翹表示，由第二季起，為配合客戶的個人需要，銀行將允許客戶選擇停用兩項網銀功能，即提高轉賬限額及新增收款人，以加強風險管理。另外，銀行就「高有伏」的交易發出的警告，其顯示時間最少須達10秒或以上。

由第三季起，客戶在綁定或重新綁定其流動裝置時，須通過人臉識別技術或其他同等嚴謹的身份驗證方法，例如親身到分行處理。

到了第四季，客戶在登入網上銀行和處理高風險交易時，須透過銀行手機App認證，及不再用短訊發送的單次使用密碼(SMS OTP)。如果客戶堅持使用SMS OTP來驗證高風險交易，應設立冷靜期(一般不少於數小時)。

金管局助理總裁陳景宏補充，在今年第一季，金管局接獲的非授權交易投訴個案有165宗，較上一季(188宗)回落；而授權支付詐騙個案(包括投資騙案、網上情緣及新型騙案類別)則有38宗，按季持平。

發展商延遲推盤 一手成交跌七成

【大公報訊】美國無理向全世界開打關稅戰，震盪全球金融市場，原欲本月大舉推盤的發展商踟躕不前。由於本月上半月未有全新樓盤推售，一手市場首13日只賣出約390個單位，較上月同期大跌逾70%。

一手市場上月氣勢如虹，全月售出逾2400個單位，多家發展商原計劃乘勢在本月再大舉出擊，安排7個全新盤共涉約3000個單位應市，但美國瘋狂加徵關稅，搞亂全球市場秩序，發展商也被逼要暫緩推盤步伐，靜觀其變。例如新地(00016)位於西貢西沙的全新盤，原計劃上週公布首批單位售價，已押後至最快本週才落實。這導致本月上半月一手市場只集中出售貨尾單位，首13日只賣出約390個單位，而上月同期則已賣約1310個單位。其中，華懋本月趁何文田瑜一·天海剛入伙，再度劈價促銷，暫累售近90個單位，為上半月銷情最好的貨尾盤。有業界估計，若下半月關稅戰未緩和，股票市場未得回穩，本月樓市也會偏靜。

康城2房665萬沽 5年半貶值10.7%

此外，中原地產及美聯物業各自統計的十大屋苑週末(過去兩日)成交遇興，中原只錄6宗，美聯卻有11宗。中原高級分行經理關偉豪表示，將軍澳日出康城GRAND MARINI第2B座中層B室2房單位，實用面積522方呎，剛以約665萬元成交，呎價約12739元。據了解，原業主於2019年底以約745萬元購入單位，持貨約5年半，現賬面蝕約80萬元，蝕幅約10.7%。



▲瑜一·天海本月暫累售近90伙，為銷情最好的貨尾盤。

皇玥熊貓產品熱銷 生意增三成

企業訪談

儘管香港零售市場仍然疲弱，但「熊貓經濟」的助力不容忽視。從事中式餅食製銷的皇玥董事長兼首席執行官嚴運波表示，熊貓餅食產品有助刺激生意額，今年將進一步積極推廣熊貓產品，除了留住本地消費者，亦希望吸引訪港旅客消費。

嚴運波接受《大公報》專訪時表示，香港零售市場仍然疲弱，預期2025年情況或未有改善。他認為，雖然香港近年吸引不少人才專才落戶，但實際購買力仍待釋放，因此集團會推出更多優惠吸客，除了主打蝴蝶酥，熊貓相關產品亦佔一席位。

「熊貓經濟在香港是一個新名詞，事實上，對普通大眾而言，熊貓的吸引力確實不少。」嚴運波表示，該集團今年初夥拍海洋公園推出近40款熊貓產品，目前相關產品生意額增長30%，當中約七成屬於香港本地的消費者，反映市場仍有一定的消費意欲。有見及此，集團今年將加大力度推廣熊貓產品，除了要吸納消費群，部分收益更用作慈善保育用途。

目前，皇玥在香港設有40間店舖，嚴運波認為，分店網絡暫時已足夠，不過除了與海洋公園合作推出獨特產品，倘若有合適機會，亦不排除繼續與其他夥伴機構合作。

力拓一帶一路沿線市場

在瑞士修讀酒店旅遊業的嚴運波，早年任職於半島酒店，曾經在又一城商場食肆開設意大利餐廳，後來因2003年「沙士」期間結業。此外，他亦開設海外升學中介公司，後來將之出售並賺得一筆巨款，到2018年迎來第三次創業，創立中式餅食集團皇



皇玥小檔案

- 由嚴運波於2018年在香港創立
- 2022年推出輕奢品牌「明玥」
- 目前香港設有40間店舖
- 在上海、深圳及廣州設有7間自營門店

大公報記者整理

玥，2019年3月第一間店舖開業。

「當時我人生出現『十字路口』，一個月營運成本要200萬元，公司可動用的現金流只夠18個月。」嚴運波表示，當時左計右算，堅持不打價格戰，強調要以用質量取勝，瞄準「送禮文化」作為經營策略，在2022年更獲鷹君集團(00041)入股。

「皇玥目標是要把傳統的中式食品發揚光大，邁向全世界！」嚴運波表示，除了本地市場，集團把月餅及部分餅食產品出口至歐美等地，海外市場現時佔收入比重約14%，長遠將繼續開拓加拿大甚至南非等地，還有

▲皇玥董事長兼首席執行官嚴運波。大公報記者 林少權攝



掃一掃有片睇

新加坡、馬來西亞、印尼、中東等「一帶一路」沿線國家。

冀夥啟宮打造新一代「唐果子」

至於龐大的內地市場方面，嚴運波提到，集團去年6月進駐上海，在站穩陣腳後，早前亦與南方航空在深圳機場貴賓室設店，以及在廣州開設首家面向大眾的門店，未來將重點拓展大灣區市場，畢竟大灣區市場有逾8600萬人口，較易接受中式餅食文化。

嚴運波透露，集團研發改良唐代傳統特色糕點，打造新一代「唐果子」，期望相關產品有一定的銷量後，有機會與北京啟宮合作，再通過旅客到訪時品嚐，並將之帶到全世界。大公報記者 李潔儀

零售業抓緊聯乘機遇 推動銷情

新聞分析

美國總統特朗普胡亂加徵關稅的政策，令全球股市動盪，美投行分析師李潔儀更形容是引發「經濟末日」，或觸發全球陷入經濟衰退的危機。面對紛擾的全球政治環境，股市、樓市連跌，零售企業亦難逃一跌。

政府統計處早前披露資料顯示，今年2月零售總銷貨價值約294億元，跌幅擴大至13%，連續12個月下跌，合併1月及2月零售數字分析，零售銷貨總值估計跌7.8%。

本港零售市道經歷3年疫情的重創，疫後又遇上北消費和報復式外遊，令零售業的生意向外流，復甦未能如預期強勁，如今關稅陰霾令全球經濟更不穩。特區政府積極推動盛事經濟，剛過去的「盛匯超級三月」由

啟德體育園開幕拉開序幕，還相繼舉行巴塞爾藝術展(Art Basel)、七人檯球等，或許有望「谷起」零售業。

打造「熊貓IP」尋求突破

除了官方舉辦活動，零售業界亦應藉而加以發揮，就如熊貓經濟。兩隻熊貓於去年9月來港，粗略估計近半年與熊貓相關活動約20項，這不僅是香港海洋公園的專利，熊貓蹤影可以在香港無處不在，不單是地鐵月台上打卡，還有中式餅店印有熊貓造型的周邊產品。

熊貓經濟或許可以成為零售業的一個轉折點，各方應要緊抓機會聯乘合作，重點打造「熊貓IP」，將熊貓經濟的範圍更好延伸，為零售業尋求突破點。

定立蝴蝶酥節 每年4月推廣

一絲不苟

皇玥在兩年前把4月4日定為「蝴蝶酥節」，並安排每年4月份進行推廣活動，務求令更多消費者留意蝴蝶酥。嚴運波稱，推廣活動令蝴蝶酥銷售佔比由之前不足20%提升至50%。嚴運波提到，在「蝴蝶酥節」期間大肆推廣，雖然或會觸發行業的產品減價，但此舉有機會形成特定的節日氣氛，讓整個行業受惠。

經三次烘焙 包裝講究

在訪問期間，嚴運波大談製作蝴蝶酥的技巧。他指出，公司的蝴蝶酥產品有別於坊間的二次烘焙，而是經過三次烘焙的方法，令餅面形成焦糖

效果，時間的掌握尤為重要，避免過度烘焙。最受歡迎的「王牌」莫過於伯爵茶蝴蝶酥，首先把伯爵茶葉打成粉狀、過濾並加入水分，最後把茶水和麵糰混和，形成餅皮再焗製。

此外，包裝一環亦甚為講究。嚴運波表示，會控制產品水分低於2%，再配以特定錫紙包裝膜、四條封條及除氧劑等，以保持一定品質。



▲皇玥將4月4日定為「蝴蝶酥節」。網上圖片