

股票資產升值 MPF年內人均賺4.1萬

大中華與港股回報達35% 齊創16年最佳

表現優異

香港強積金（MPF）市場表現持續強勁，以「積金評級所有基金表現指數」計算，9月份預計實現2.9%的回報率，強積金第三季及年初至今回報率分別有望達到5.77%和15.13%，創下自2009年以來首九個月的最佳表現。人均回報方面，半月錄得9044元，年初至今累計達4.1萬元，整體回報主要受惠於股票類資產的強勢表現。

大公報記者 李樂兒

截至9月18日，香港與內地股票基金在過去半個月內繼續領跑市場，回報率達6.68%。其中，大中華股票基金表現最為搶眼，錄得7.3%的升幅，年初至今更高達35.5%，與香港股票基金（追蹤指數）並列為今年表現最佳的基金類別，均創下2009年以來同期最佳成績。

積金總資產1.5萬億創新高

在年度投資收益創紀錄突破2000億元的背景下，強積金研究、觀點及教育機構積金評級主席叢川普預計，強積金總資產將攀升至1.521萬億元，較8月增加462.7億元，連續五個月創歷史新高，創下強積金前所未有的里程碑。計入供款及投資收益後，479萬名強積金成員的平均賬戶結餘將升至約31.7萬元，同樣刷新紀錄。

叢川普指出，香港與內地股票基金的卓越表現或會吸引成員逐逐回報，但他提醒強積金成員，應該保持充分分散投資並堅持長期策略。他表示，所有強積金計劃均提供低收費的「預設投資策略」（DIS）基金，作為現成的分散投資選項，對於大多數成員而言仍是理想選擇。

叢川普進一步表示，2025年是強積金制度實施以來表現最佳的年份之一。隨著紀錄不斷被刷新，他相信強積金運作25周年的2025年，將為成員留下積極的退休儲蓄遺產。

其他股票基金僅升3.6%落後

另一方面，表現相對落後的是「其他股票基金」，9月份僅上升0.9%，年初至今回報率為3.6%。積金評級提醒成員注意，部分主題型配置對回報影響甚大。

在混合資產基金中，目標日期基金於9月上升3.5%，表現最佳。然而從年初至今回報來看，股票配置比例較高（80%至100%）的基金表現最為突出，9月升3.3%，累計回報達21.1%。表現較弱的為其他混合資產基金，9月僅升1.2%，年初至今回報為6.5%。整體而言，股票比重越高的混合資產基金，表現越理想。

固定收益基金方面表現相對平穩。9月以亞洲債券基金表現最佳，上升0.8%，年初至今回報為6.1%。環球債券基金半個月亦升0.7%。而人民幣及港元貨幣市場基金表現較弱，9月回報接近持平，年初至今回報約為3.1%。



▲強積金表現理想，成員的平均賬戶結餘升至約31.7萬元新高。

花旗：恒指明年見27500點 AI板塊看俏

看高一線

港股今年以來表現強勁，花旗銀行投資策略及資產配置主管廖嘉豪表示，港股估值相對歐美等成熟市場仍有折讓，加上2026年每股盈利預測上升，對港股有支持作用。他預期，恒生指數今年底可望見26800點，明年年中目標價為27500點，看好人工智能（AI）、互聯網及金融等板塊。他續稱，大市短期或需時整固以消化早前升幅，但相信企業盈利表現有助支持後市。

廖嘉豪表示，恒生指數明年每股盈利預測由3個月前的8.1%上調至9.8%，主要受益於互聯網行業低基數、綜合企業盈利受全球經濟增長、工業股需求回升及必需消費品行業的強勁增長。他續稱，「十五五」規劃預期將成為科技（AI、晶片、數據中心、半導體）

體）、旅遊、醫療保健、保險及可再生能源等多個行業增長的正面催化劑。

港息年內再減0.125厘

對於美國息口前景，花旗財富亞太區高級投資策略師夏振傑預期，疲軟的就業、高企但穩定的通脹以及巨大的政治壓力，增加至2026年底減息1至1.5厘的可能性。

廖嘉豪預計，美國聯儲局今年餘下時間再減息兩次，每次0.25厘，而港息在第四季將跟隨美息回落，港元最優惠利率再減0.125厘後，料將暫停減息。至於拆息，他認為3個月本港銀行同業拆息再升空間不大，第四季有機會回落到2.6至2.8厘。

本港樓市方面，廖嘉豪預期，2025年下半年住宅價格或橫行，供需平衡預計到2027年才會改善，成為支撐住宅價格回升的主要因素，但施政報告中放寬新資本投資者入境計劃的投資限制，有利豪宅表現跑贏大市。

金價強勢 短線挑戰3800美元

由於美國減息預期升溫，花旗預期美元匯價走弱，很大機會在未來3個月下試95至96水平，今年底或明年初跌至93水平亦不足為奇。美元疲弱，該行看好黃金走勢，黃金強勢預計可持續至2026年第一季，短線金價或上試每盎司3800美元，但明年環球經濟和政策明朗化，黃金吸引力將會減弱。



▲廖嘉豪（左）表示，股市短期或需時整固，但企業盈利表現有助支持後市。右為夏振傑。花旗旗圖

積金局：懶人基金分散投資 隨齡降險

長線之選

對於有商業機構發表最新的強積金單月投資表現數據，積金局提醒強積金計劃成員，強積金是跨越超過40年的長線投資，無人能夠準確預測市場走向。計劃成員應以長線投資的角度看待強積金。

對於沒有時間或不熟悉管理強積金投資的計劃成員，可考慮俗稱「懶人基金」的「預設投資策略」（DIS）。

積金局表示，「預設投資策略」分散投資於環球股票及債券市場，加上「隨齡降險」的自動調節機制，可以有效減低風險。

此外，「預設投資策略」亦設有收費上限，間接增加投資淨回報。積金局早前透露，截至今年6月底，有357萬個強積金賬戶有投資於DIS，佔總賬戶數逾三成，涉及資產1508億元，佔強積金總資產超過一成。

瑞士百達：美股估值長期偏高 資金或撤離

見頂回落

中美兩國在高科技領域競爭激烈。瑞士百達財富管理亞洲首席策略師兼研究主管陳東表示，人口結構轉變、氣候變化等長期因素持續影響全球經濟，新增關鍵變量為中美兩國之間的人工智能（AI）爭霸賽，中國產出的大模型如DeepSeek等在性能上較全球領先的OpenAI差距急縮小，部分領域僅落後數周。在美國對中國高科技產品出口限制及中國追求自主研發的雙重驅動下，或導致未來出現由中美分別主導的兩大科技生態系統，迫使其他國家「選邊站」。

談及美股，陳東表示，過去數年受惠於「美國例外論」，大量環球資金流入美股市場，令其估值長期處於高位，惟多元化投資趨勢下部分外資或將撤出美國資產，回流其他市場。

中資股獲重估 外資回流

至於中國股市，他指出，科技股在中國股票指數的權重持續提升，AI技術逐步滲透各行各業，生物科技企業亦積極與跨國製造巨企合作，另考慮中國在可再生能源領域的領先地位，市場結構或迎來根本性轉變。

陳東續表示，中國股市此次升浪並非基於宏觀基本面，因宏觀經濟增長仍疲軟，通脹低企，中國工業生產者出廠價格（PPI）更錄得負增長，企業盈利預期普遍下調。然而，市場仍存在若干支撐因素，包括中央政府的刺激性措施，市場普遍相信如若經濟進一步放緩，則會有更多支持政策出台。中美雙方均希望達成貿易協議，料不會重返動輒逾100%的關稅區間，相信中美能在未來幾個月內有協議達成，有助於降低市場對中資股的風險溢價。加之人民銀行為股市提供流動性支持措施，及AI主題突破等因素，綜合帶動中

資股估值重估。如若今次升浪持續，加之內地政府的「反內捲」政策利好，或帶動外資進一步回流。



▲陳東表示，科技股在中國股票指數的權重持續提升。



速賣通「超級品牌出海計劃」內容

- 僅用亞馬遜一半成本，幫助商家在重點市場實現更高成交
- 面向頭部品牌，首批目標是瞄準2000個品牌
- 品牌劃分為潛力品牌、成熟跨境品牌 and 國際大牌，推出定製化解決方案
- 將上線「Brand+」專區，用正品認證、包郵與價保機制來建立品牌信心
- 在商家後台上新線一個品牌中心，每小時更新商家在各個渠道的投放效果數據

阿里速賣通低價吸品牌進駐 撼亞馬遜

【大公報訊】阿里巴巴（09988）旗下跨境電商平台速賣通宣布，啟動「超級品牌出海計劃」，招募包括天貓品牌、在亞馬遜銷情理想的知名品牌，稱僅用亞馬遜一半的成本，幫助商家在重點市場實現更高的成交。此舉，被市場視作向亞馬遜發起叫陣，意在爭奪中、高端品牌市場。

報道引述速賣通品牌出海負責人表示，早前的「百億補貼品牌出海」更多惠及新品牌，本次升級則是面向更多頭部品牌，速賣通的首批目標是瞄準2000個品牌。

根據品牌所處階段的不同，速賣通將其劃分為三類，分別是潛力品牌、成熟跨境品牌和國際大牌，並針對性地推出定製化解決方案，覆蓋品牌全生命周期。速賣通為此還成立了一支專門的團隊，定位是品牌的「服務顧問」。

具體來說，在消費者端，速賣通將會上線「Brand+」專區，用正品認證、包郵與價保機制來建立品牌信心，並精選全球逾2000個知名品牌；在商家上，速賣通在商家後台上新線了一個品

牌中心，每小時更新商家在各個渠道位置的投放效果數據。

同時，速賣通將會釋放過去十餘年間所積累的線下能力，幫助品牌做「端外」的線下營銷活動。比如，速賣通最近幫泡瑪特（09992）在西班牙做線下音樂節。速賣通海外託管服務已經拓展至30餘個國家和地區，也融入了菜鳥的本地配送能力；人工智能（AI）方面，速賣通推出多項AI能力，如AI商機洞察選品、AI用戶趨勢洞察、AI店鋪裝修、AI全站推、AI人群實時營銷、AI用戶評價洞察等。

逾500家品牌生意錄倍數增長

有消息指出，速賣通給自己的生態定位，就是亞馬遜之外，中國品牌出海的「第二增長曲線」。據悉，在過去一年，速賣通平台新入駐品牌數量按年增長72%，逾500家品牌實現翻倍增長，幫助逾2000家品牌拓展到新的國家市場。

分析指出，這個出海計劃並非要取代亞馬遜，

而是讓品牌在出海的時候，知道還有一個新選擇，重要的是在一個健康的狀態下，持續的去經營。至於優勢在於更懂中國品牌，亞馬遜則不是服務中國品牌，儘管亞馬遜相當一部分的利潤是中國品牌貢獻；其次，各項成本更低。

高德免餐飲店一年入駐費

另外，內媒報道，阿里巴巴旗下高德宣布，即日起所有餐飲商家免一年入駐年費，並為商家提供流量補貼、專屬客服、智能收銀等一系列支持服務。即日起，全國餐飲商家透過高德App搜尋「免費入駐」至服務頁面，或撥打熱線電話等方式，即可快速進駐。

高德商家成長負責人表示，希望透過持續行動，幫助餐飲商家既「減負」，也「增數」；切實降低運營成本的同時，更帶來客群數新增量和數字化新機遇。據悉，高德每日活躍用戶超過1.7億，「高德掃街榜」上線首日用戶數即超過4000萬，成為內地最大的美食生活類榜單。