

# 港發行100億數碼綠債 超購逾12倍

【大公報訊】特區政府公布，在可持續債券計劃下，成功定價約100億元等值的數碼綠色債券，涵蓋港元、人民幣、美元及歐元，為目前為止全球最大規模的數碼債券發行。四個幣種的債券總認購金額超過1300億元，即超購逾12倍。

這批債券是由特區政府發行的第三批數碼綠色債券，於上周（11月3日至7日）舉行網上路演之後，周一（11月10日）成功定價，當中25億元的二年期債券為2.5厘，25億元人民幣的五年期債券為1.9厘，3億美元的三年期債券為3.633厘，

3億歐元的四年期債券為2.512厘。

特區政府這次發行的新一批數碼綠色債券，其發行額創新高，認購反應亦見熱烈，財政司司長陳茂波表示，反映市場對相關代幣化產品的支持。特區政府會通過恒常化發行代幣化債券，協助市場建立更全面的基準，擴大數字金融的廣泛應用，鼓勵產品和服務創新。

金管局總裁余偉文表示，是次發行應用代幣化央行貨幣，為未來融入其他形式的數碼貨幣奠定基礎，並促進不同數碼基建之間的互操作

性，發揮彼此之間的協同效應。金管局樂見市場參與度顯著增加，有更多銀行及首次認購數碼債券的投資者踴躍參與，反映本港數碼債券市場規模正在逐步擴大。

特區政府曾於2023年及2024年先後發行兩批數碼綠色債券。金管局表示，是次發行是特區政府在推動債券代幣化進程上的另一里程碑，不僅保留了以往發行的主要創新特性，包括以數碼原生形式發行、為投資者提供透過傳統市場基建參與買賣的選項，以及將綠色債券披露融入數碼資

產平台，亦在其他範疇應用更多創新技術並取得突破。

## 可人民幣港元代幣化央行貨幣支付

將數碼貨幣應用於交收程序，是其中一項突破。當局在港元及人民幣債券的一級發行除設有傳統交收方式外，也引入了以代幣化央行貨幣交收的選項，有助進一步縮短交收時間、降低成本及對手方信用風險，亦是全球首批在交收程序中應用人民幣及港元代幣化央行貨幣的數碼債券。

# 海運周下周揭幕 汇聚逾40國業界翹楚

貿發局：推動高增值供應鏈服務 助企業拓東盟中東



## 市場焦點

「香港海運周2025」將於11月16日至22日舉行，當中由特區政府與貿發局合辦的第15屆「亞洲物流航運及空運會議」為重點項目之一，將匯聚超過80位星級講者，預計吸引逾40個國家及地區的2300位與會人士參與。香港貿發局副總裁劉會平表示，香港作為國際航運中心的地位獲國家「十五五」規劃建議政策支持，當局將繼續推廣香港「八大中心」優勢，推動本港高增值供應鏈服務的發展，鼓勵企業善用貿發局的商貿平台和活動，積極「出海」開拓環球市場機遇，尤其是發展潛力優厚的中東及東盟市場。

大公報記者 李樂兒

是次會議以「貿易新局：共創增長、協同贏」為主題，聚焦三大趨勢：供應鏈轉型與新興市場機遇、可持續發展與綠色能源，以及創新科技的應用。會議特別新增中東中亞市場專題環節及低空經濟專區，深入探討這些地區與領域所蘊含的龐大潛力。

### 專題探討低空經濟及綠能

劉會平指出，隨着全球供應鏈格局的變化及內地企業加速開拓海外市場，位於歐亞非交匯樞紐的中東地區，以及連接歐亞大陸腹地的中亞地區，正迅速崛起為全球貿易與物流的重要節點。為此，大會特別設置兩場專題討論：「探索中東市場潛力：物流、創新與貿易新機」與「發掘中亞：貿易及物流新機遇」，協助業界掌握新興市場動向。

去年會議共促成超過330場商貿配對，劉會平強調，「這反映出香港在新供應鏈格局下，具備匯聚多元地區與會者的能力，促成許多意料之外的合作機會。」配合當前內地企業「出海」的趨勢，今年期望進一步提升商貿配對數。

配合施政報告提出將香港打造成綠色船用燃料加注中心的目標，業界正積極推動綠色甲醇、綠氨及氫氣等燃料的發展。貿發局物流服務業諮詢委員會主席、航空交通立法會議員易志明表示，進入香港

水域的船舶中，約四分之一專為加注而來。今年已在香港水域多次進行船對船液化天然氣加注作業，並有望於年底實現綠色甲醇加注。會議第二天亦設有綠色能源專題環節，探討相關發展。

此外，會議還將設立「低空經濟專區」，並安排多場相關演講。參與「監管沙盒」試點項目的企業將展示無人機、無人飛行器及城市空中交通（UAM）等技術與應用。地理資訊系統技術供應商Esri中國（香港）有限公司業務發展總監陳平指出，該系統可優化無人機運輸路線及倉儲選址，提升物流透明度並改善客戶體驗。

### 公布「一帶一路」夥伴港口

展覽方面，本屆會議匯集超過90家參展商，設有空運、低空經濟、物流科技、供應鏈管理與物流服務、海運及港口服務等主題展區。科技專區將重點展示人工智能、大數據及雲端科技在行業中的創新應用。

運輸及物流局局長陳美寶日前在社交平台表示，香港海運周除了向海內外宣傳香港的獨特優勢外，亦將匯聚世界各地的業界翹楚，共同為全球航運未來發展出謀獻策。此外，特區政府於是項活動與內地具戰略合作意義及「一帶一路」的地區港口建立「夥伴港口」關係，並公布首批「夥伴港口」。



▲左起：香港貨運物流業主席劉浩然、貿發局副總裁劉會平、貿發局物流服務業諮詢委員會主席易志明、Esri中國（香港）業務發展總監陳平。

►2025世界航商大會主題為「破壁迎變、共促可持續發展——大變局下的全球航運產業鏈協同之道」。



## 航商大會將首發淨零路徑指南

【大公報訊】作

為「香港海運周2025」另一個重磅活動，由招商局集團牽頭，香港運輸及物流局、波羅的海國際航運公會（BIMCO）、國際航運公會（ICS）及香港船東會（HKSOA）共同主辦的2025世界航商大會，將於11月17日至18日在香港舉行，大會將以「破壁迎變、共促可持續發展——大變局下的全球航運產業鏈協同之道」為主題，匯聚全球航運業精英、專家學者、行業上下游企業，以及相關政策制定者，圍繞可持續發展政策、綠色燃料產業化、數智化轉型、ESG實踐、關稅影響等核心議題展開深度交流，探索行業協同與創新路徑。會上將首次發布《全球航運公司淨零路徑實踐指

南》。

世界航商大會自2021年創辦以來，已成功在港舉辦四屆，成為全球航運產業鏈繁榮進步的重要平台和標誌性盛會。據介紹，本屆大會除了再度攜手「香港海運周」發揮香港國際航運中心優勢外，還將首次發布《全球航運公司淨零路徑實踐指南》與兩項船用燃料溫室氣體排放強度團體標準，成立具有里程碑意義的國際氨基綠色燃料聯盟；持續升級《航商ESG評價標準》，推動行業從「被動合規」轉向「主動創值」，借助香港「超級聯繫人」的獨特優勢，助力香港塑造公平、開放、協作的全球航運貿易新格局。

大會還會設置多場專題論壇，分別聚焦集裝箱物流、油輪運輸、散貨航運、航運金融、船舶建造、法律保險等細分航運市場，以及海事可持續發展和綠色船舶技術等前沿領域，深入探討各專業領域的發展機遇與挑戰。

## 港口系統電子化

【大公報訊】全球經濟形勢愈加複雜，加上內地港口的迅速崛起，香港碼頭年吞吐量由高峰逾2000萬個標準貨櫃，跌至近年約1400萬個。不過，貿發局物流服務業諮詢委員會主席、立法會議員易志明表示，香港鄰近國際航道且處於亞洲中心，貨物經香港運往南美洲、中東、東盟國家的航線多，相信有優勢。他強調，「香港的角色應從海運參與者向推動者轉變，主動擔局、攬局。」香港有很多稅務優惠，包括將引入大宗商品貿易的稅務優惠。

除了地理優勢，易志明透露，特區政府明年將修例免除受管制物品出入境批文申請。他指出，香港作為「追時港」，處理貨物效率高，現時啟用的港口社區系統已推動電子化單據等文件，亦正在探討在碼頭引入無人駕駛等

## 港海運保持優勢

科技，配合2027年有望實施貿易單一窗口，預料將進一步降低簡化及減低營運成本。他又認為，香港即使未能重回高峰時期一年2000多萬的貨物吞吐量，仍能保留原有優勢。

### 業界：明年空運前景樂觀

航空方面，香港貨運物流業協會主席劉浩然指出，市場面對地緣政治問題、極端天氣、供應鏈重構等多重挑戰。而香港機場三跑系統到本月底將啟用1周年，相信將提高高價值貨物運輸，包括電子產品、生物醫療等。他引用機管局數據，撇除9月份較多極端天氣，業界普遍預期今年空運表現將輕微增長，隨着行業對勢態的消化，以及持續拓中東、非洲、中亞等新興市場，相信明年表現樂觀。

# 大眾點評進駐迪拜 重點拓海外百城業務

【大公報訊】記者李潔儀迪拜報道：近年積極拓海外市場的美團（03690），管理層表明有更多服務逐步在阿聯酋迪拜落地，至於加速在海外布局的大眾點評，暫未有商業化的目標，惟今年會做好海外100個城市的業務。

大眾點評總經理牧遜透露，大眾點評6月成立海外團隊，至今有50人，已開拓逾200個國家站，今年重點做好100個城市。

牧遜指出，大眾點評在海外主要瞄準華人，現階段將聚焦基本能力的建設，包括開始跟其他國家的合作、設立國家的代理商，以協助大眾點評整理平台訊息。他提到，大

眾點評未有商業化的目標，而是希望覆蓋更多POI（Point of Interest，興趣點）數據，從而令平台訊息增量。

美團副總裁毛方表示，繼國際外賣品牌Keeta、無人機Keeta Drone配送後，未來會有更多服務逐步在迪拜落地，包括B端（面向商戶）的自研AI大模型，協助商家提高營運水平的能力，還有更多吃喝玩樂的榜單。

毛方指出，越來越多年輕人發掘當地美食，美團將持續加強與迪拜商戶合作。自去年底開始，大眾點評先後推出英語、日語及韓文等版本，毛方表示，未來將有更多語言上線。



▲左起：大眾點評必吃榜負責人安添蕾、迪拜經濟和旅遊部國際運營部亞太區總監沙哈布·沙彥、美團副總裁毛方。

大公報記者 李潔儀攝

【大公報訊】記者李潔儀迪拜報道：迪拜經濟和旅遊部國際運營部亞太區總監沙哈布·沙彥（Shahab Abdulla Shayan）表示，當地政府早年啟動「歡迎中國」的戰略，吸引中國旅客到訪，而中國科技企業有力推動迪拜經濟發展。

資料顯示，2024年到訪迪拜的中國旅客總計82.4萬人次，同比增長31%。沙哈布·沙彥表示，中國是迪拜最重要的客源市場之一，通過與數字生態體系的合作伙伴攜手，迪拜未來將持續深化「歡迎中國」戰略，豐富中國遊客體驗，包括將餐飲品牌與中國消費者相連，加速迪拜餐飲旅遊服務的數字化轉型。

在迪拜專營高級牛排的The Meat Co.今年首次上榜大眾點評「必吃榜」，該餐廳首席營運官Praba manickam透露，6月下旬發布榜單以來，餐廳客流量按年增長15%。他表示，會增加更多附帶圖片的菜單，調研菜式類目，冀進一步服務到訪的中國旅客。

大眾點評必吃榜負責人安添蕾指出，必吃榜過去9年一直定位為面向消費者，隨着中國與世界交融，要讓外國人跟着中國消費者探店、尋找美食。

## 試用Keeta叫外賣 運費略偏貴

美團（03690）旗下國際外賣品牌Keeta於9月落地阿聯酋迪拜，記者在當地試用Keeta訂購咖啡和貝果，等了一個小時送到，運費十多元（人民幣，下同），比中國一般僅數元的運費要貴。

來自遼寧、在迪拜從事導遊行業的小楊表示，跟中國的美團app一樣，Keeta app上有不少優惠券吸引用戶，當地朋友一天最少點外賣一次。

Keeta於2024年9月首站落地沙特，最近先後上線卡塔爾、科威特、迪拜市場，目前已在沙特完成逾20多個城市的覆蓋。

大公報記者 李潔儀