

金融旅業外貿佳 港上調全年GDP至3.2%

【大公報訊】香港經濟第三季表現蓬勃，實質本地生產總值（GDP）按年增長3.8%，與預先估計相同，較上一季的3.1%，增幅明顯加快，經季節性調整後按季進一步上升0.7%。特區政府將今年全年經濟增長預測，由原先的2%至3%上調至3.2%。財政司司長陳茂波昨日發文表示，今年首季3.3%的實質經濟增長較預期為佳，加上中美貿易緊張局勢稍見緩和所帶來正面預期，香港經濟正「穩中提速向前發展」。

陳茂波：盛事吸引大量旅客

陳茂波指出，今年以來，金融市場蓬勃發

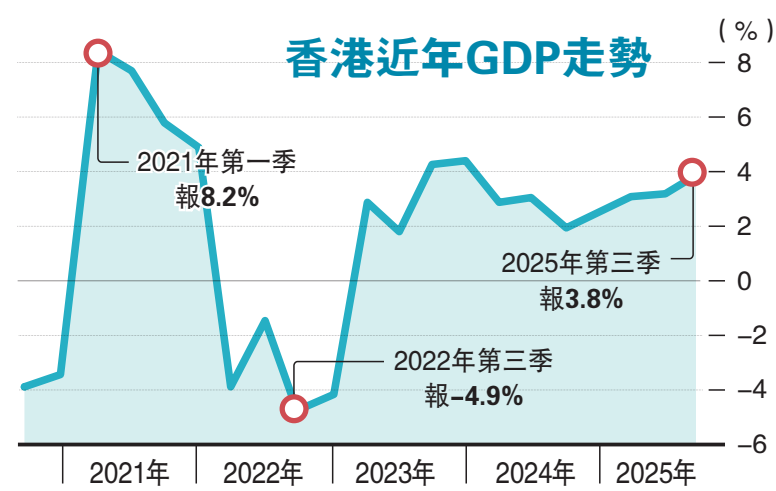
展，股市活躍、新股及後續融資活動頻繁，跨境資產及財富管理業務興旺，支持金融服務輸出進一步擴張。盛事活動吸引了大量海內外旅客訪港，首十月訪港旅客超過4100萬人次，按年升12%。這些都支持本港服務輸出持續增長。

對外貿易方面成為亮點，受惠於電子相關產品需求強勁及亞洲區內貿易暢旺，第三季貨物出口按年實質顯著增長12.1%。同時，服務輸出亦按年實質擴張6.3%，動力來自蓬勃的訪港旅遊業及活躍的跨境金融服務。

署理政府經濟顧問林耀瑛表示，展望今年餘下時間，香港經濟可望進一步穩健增長。環

球主要經濟體溫和增長、科技進步帶動需求，以及中美貿易談判達成初步共識，均為香港經濟提供支持。訪港旅遊業和金融市場的暢旺勢頭若得以持續，將帶來正面影響。然而，外部不確定性，包括貿易壁壘的持續影響、美國的減息步伐，以及外部需求波動可能導致貨物出口增長放緩，仍需密切關注。

通脹展望方面，由於本地成本壓力仍然受控和外圍價格壓力不大，整體通脹短期內維持輕微。考慮到首季的實際通脹情況，2025年基本和整體消費物價通脹率的預測分別由8月覆檢時的1.5%和1.8%向下修訂至1.2%和1.5%。



港企拓世盃商機 首獲大中華區銷售代理

全旅達：全球體育旅遊經濟蓬勃 港可扮演重要角色

體育經濟

四年一屆的世界盃將於明年舉行，球迷熱情極大提振旅遊市場氣氛。據香港旅遊服務供應商全旅達國際旅遊有限公司（Connexus Travel）透露，儘管目前門票銷售才剛開始，球迷在平台的搜索量已大幅增加，相信本屆世界盃將帶來前所未有商機。

全旅達成立於1948年，前身為太古旅遊，為本港首間註冊旅遊服務供應商，是次亦獲委任為世界盃大中華區銷售代理。行政總裁及執行董事趙健鷹在發布會上表示，這是首次由香港公司出任該角色，對此感到十分榮幸，同時還意味着香港可以在大中華區乃至全球的體育旅遊經濟中，扮演更加重要的角色。

大公報記者 蔣去情

2026年世界盃再度「擴軍」，參賽隊伍增至48隊，並且首次由三個國家聯合舉辦，比賽橫跨美國、墨西哥和加拿大，賽期長達39日（2026年6月11日至7月19日），被視作有史以來規模最大的一屆世界盃。

對於有意到場感受比賽氣氛的球迷而言，提前選購門票是計劃的重要一環。據國際足聯宣布，世界盃首輪售票自今年9月起分階段發售，下一階段報名窗口將在12月5日世界盃分組抽籤結束後開始，並繼續沿用抽籤制，臨近賽事開始時，球迷亦可在先到先得基礎上購買剩餘門票。

「目前門票銷售周期仍處在較早階段。」趙健鷹預計，今年12月以後，售票情況有望迎來顯著增長。他續指，球迷熱情在世界盃預選賽階段已有充分反應，每當有球隊贏得參賽資格，全旅達後台便會注意到大量相關搜索數據，若是巴西、阿根廷等熱門勁旅成功晉級，其市場反饋會更加強烈。

今屆門票銷售料續亮眼

考慮到上屆2022年卡塔爾世界盃舉行期間正值疫情，因此在趙健鷹看來，過往門票銷售數據的參考意義並不大，但即使如此，其在大中華市場的銷售表現仍較

2018年世界盃更進一步，因此期待本屆世界盃的門票銷售能繼續取得亮眼表現。

據全旅達介紹，是次為大中華區球迷及企業客戶提供的「2026年國際足協世界盃™官方招待套票」，涵蓋開幕戰、八強賽、四強賽以至決賽等重點賽事，套票設有多種級別，惟所有套餐均包括往返機票（可選私人飛機服務）、酒店入住、專車接送等服務。趙健鷹強調，將通過公司的全球航空公司、酒店及服務夥伴網絡，為客戶提供具競爭力的價格和跨國旅遊行程協調服務。

關注中美關係對簽證影響

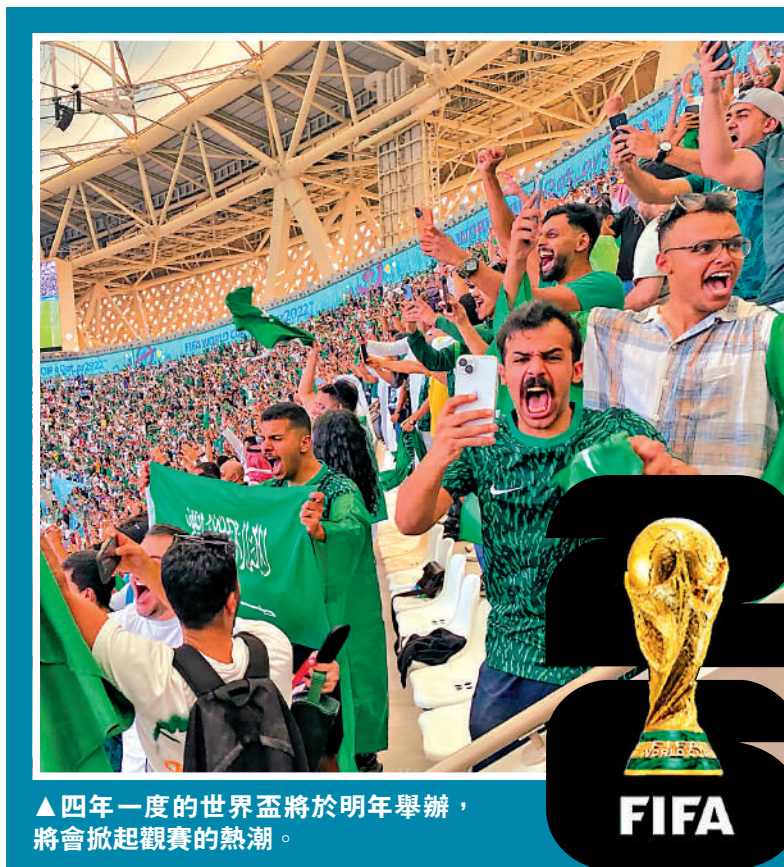
對於有球迷擔憂中美政治氣氛帶來的不確定性，趙健鷹表示，全旅達會盡最大努力做好準備，為客戶提供除門票、酒店等的服務外，亦會針對客戶簽證需求作準備。他提到，公司在世界盃期間將密切關注中美關係，倘若有球迷確實無法獲取美國簽證，也可赴墨西哥、加拿大觀賽。

「過去一年全旅達積極發展旅遊解決方案。」趙健鷹稱，除世界盃以外，全旅達接下來還將有更多體育旅遊經濟計劃，包括一級方程式賽車（Formula 1）等體育賽事，相信在運動旅遊領域的拓展，有助把握亞洲合作機遇。

世界盃經濟效益

2006年 德國世界盃	2010年 南非世界盃	2014年 巴西世界盃	2018年 俄羅斯世界盃	2022年 卡塔爾世界盃
為德國帶來超過200億美元收入，成本不及一半	為南非帶來49億美元財政收入，及近13萬個就業機會	為巴西帶來150億美元經濟收益	為俄羅斯帶來約150億美元收入	為卡塔爾帶來約170億美元收入

大公報記者綜合傳媒統計數據



▲四年一度的世界盃將於明年舉辦，將掀起觀賽的熱潮。



▲趙健鷹表示，香港在全球體育旅遊經濟中，扮演更重要的角色。

2026年美加墨世界盃資料

- 賽期：2026年6月11日至7月19日
- 舉辦國：美國、加拿大、墨西哥
- 舉辦城市：16個（美國11個、加拿大2個、墨西哥3個）
- 開幕戰地點：墨西哥首都墨西哥城
- 決賽地點：美國新澤西州大都會人壽體育場
- 參賽隊伍：48隊
- 比賽場次：104場

巴黎聖日耳門學院攻灣區 穗設運營基地

專訪

【大公報訊】大灣區體育經濟近年迎來飛速發展，多支歐洲豪門球隊先後設立足球學院，探索區內機遇。巴黎聖日耳門足球學院粵港澳大灣區（PSG Academy GBA）行政總裁賈恩力（Yannick Ngassa）告訴《大公報》記者，中國作為一個新興且強大的經濟體，對體育尤其是足球抱有高度熱情，希望將巴黎的訓練體系帶到廣州，令當地青年體驗歐洲頂級培養方案。

巴黎聖日耳門學院分別於2023年



▲賈恩力表示，學院將目光投向廣東省，計劃首先在廣州設立運營基地。

及2024年進入香港及澳門，由於取得不錯成績，學院總部有興趣開拓其他大灣區市場。賈恩力透露，學院將目光投向廣東省，計劃首先在廣州設立穩固的運營基地，運營成熟、團隊培訓完備後，再逐步拓展至大灣區其他8個內地城市，稱「已經與深圳方面建立初步聯繫。」

加速在深圳拓展業務

「當前我們積極聯絡本地商業社群，加速在大灣區的戰略布局。」賈恩力稱，學院正組織學員現場觀賞全運會賽事，近期亦參與由招商局集團在深圳灣主辦的B2B商務會議，認識多家潛在合作的商業夥伴，相信這些舉措有助加速在廣東地區，尤其是深圳市場的業務拓展。

談及中國市場展望，賈恩力指出，巴黎聖日耳門學院計劃逐步擴大業務布局，首先用3年時間深耕廣東，在大灣區範圍內建立更多學院，隨後在此基礎上向其他省份拓展。他並提

到，學院秉持開放的合作態度，若能遇見願景一致、且能在當地市場提供支持的合作夥伴，學院也會積極考慮提前布局這些地區。

賈恩力直言，學院選擇在廣東起步，並非以短期盈利為目標，而是着眼於長期投資，目前的投入都旨在為當地青少年提供高水平的訓練平台。

在賈恩力看來，香港與內地的商業環境和信任建立機制存在差異，前者可能僅需6個月便能收支平衡，後者則需要持續投入和耐性，讓公眾充分認識及理解學院的理念。展望未來，他預計，學院盈利模式不會僅限於培訓課程，更包括廣泛的商業合作。

「我們正通過商品授權打造獨特IP生態。」賈恩力提到，會派發一整套印有巴黎聖日耳門學院商標的裝備給學生，他們對此感到非常高興，同時在商店售賣的球衣、衛衣、水樽等商品也深受學生喜愛。他指出，學院正通過球會的IP組建足球教育生態圈，間接提升球會的品牌價值。

財經Cafe

Lavazza港設首店 看好咖啡需求

【大公報訊】在內地經營肯德基（KFC）的百勝中國（09987）與意大利咖啡品牌Lavazza在港開設首店，Lavazza首席市場官Allegra Armitano表示，意大利人均每年消費超過370杯咖啡，相比之下，香港為96杯，上海則54杯。她提到，有趣的是，上海每1萬人便有3.9間咖啡店，雖然港人對咖啡需求高，但每1萬人只有1.4間咖啡店，反映香港咖啡店滲透率仍低。

對於香港市場的競爭對手，Allegra Armitano認為，有競爭是好事，可共同提升市場滲透率。她直言，與百勝中國設立合營公司時，要面對同業國際品牌及行業兩極化，需要從中學習新的發展方式。

Lavazza於1895年由Luigi Lavazza在意大利都靈創立，歷經四代家族傳承，咖啡產地覆蓋全球逾20個國家、超過130個原產

地。據統計，在意大利每3杯咖啡中，就有1杯來自Lavazza。目前，Lavazza有70%業務為B2C（企業對消費者），餘下30%業務屬於B2B（企業對企業）。



▲Lavazza首席市場官Allegra Armitano表示，港人對咖啡的需求非常高。大公報記者李潔儀攝

甘比Happy Yarn兩周年 推廣鈎織文化

【大公報訊】華人置業集團（00127）行政總裁兼執行董事劉陳凱韻（甘比）創辦的本地鈎織手作品牌「Happy Yarn」，迎來兩歲生日的大日子。品牌今（15日）起一連兩個週末於東角LAFORÉT舉行《Happy Yarn 2周年玩樂祭》（玩樂祭），除大量新冷上架外，場內更有一系列打卡位和小遊戲。甘比表示，「最近天氣越來越冷，最適合大家可以製作獨一無二的溫暖服飾送給身邊人，和家人朋友度過一個『暖笠笠』的冬天。」

「Happy Yarn」成立以來，



▲甘比創辦的本地鈎織手作品牌「Happy Yarn」，迎來兩歲生日的大日子。

一直積極推廣鈎織文化。據介紹，首屆新冷發布交流會反應熱烈，Happy Yarn品牌特別三度加開，介紹來自世界各地不同款式的冷材。

在玩樂祭現場，還設有多個

打卡位，包括140厘米高的吉祥物「Happy仔」，以及鈎織而成的三層巨型蛋糕。甘比更親自介紹位於牆上的留言板：「歡迎大家到留言板寫下對Happy Yarn的祝福，並和場內不同的布置合照打卡，感受歡樂氣氛。」

為了與大家分享編織的快樂，品牌推出多重優惠。其中，凡購買由甘比親自設計及編織的「Kimbee's Collection」精選產品可享8折優惠；另品牌亦由今日起推出全線8折優惠、單一消費滿額送購物現金券、精選貨品特價發售等。