

理財教育第一課 開立兒童戶口

各銀行存款門檻與服務有異 先貨比三家

悠閒理財

今日已是年初六，小朋友收到的利是錢該如何處理？其實，這是家長培養子女理財觀念的好時機。例如，隨着銀行兒童戶口服務日趨多元化，父母可從開戶門檻到理財獎賞，教導子女如何挑選最合適的戶口。《大公報》綜合多間主要銀行的兒童戶口計劃，為讀者了解每間服務特色。

大公報記者 邵淑芬

現時市場上的兒童戶口選擇大致可分為兩類。第一類以贈品及優惠吸客，但一般設有開戶門檻及存款要求。例如中銀香港的「Kiddie Sky儲蓄賬戶」專為11歲以下兒童而設，開戶門檻為500元，除了存入1萬元或以上可獲100元「幸運錢」及高達2厘的港元活期儲蓄年利率外，今年更與時尚品牌Sport b.合作，推出限量版馬年禮品套裝，包括保溫瓶和旅行頸枕，並設有高達5萬元旅遊現金禮券的大抽獎，將理財與生活體驗結合。

大新銀行則以卡通人物作招牌，推出Thomas & Friends及Doraemon兒童儲蓄戶口，開戶並維持指定存款可獲贈沙灘墊、雨傘，甚至兒童數碼相機等禮品，趣味性十足。

第二類是強調低門檻與普及性。滙豐銀行、恒生銀行及渣打銀行的兒童戶口均不設最低開戶金額，其中滙豐更標榜11歲以上的子女可配合HSBC App及PayMe管理戶口，緊貼數碼支付潮流。渣打則為11歲以上兒童提供迪士尼ATM（自動櫃員機）卡，將日常提存變得充滿童趣。這類戶口通常較為靈活，旨在讓孩子從小接觸銀行服務，並隨着年齡增長逐步升級至更全面的理財產品。

隨年齡增長 開放更多功能

不難發現銀行開始着眼於青少年的自主理財過渡。銀行向不同年齡的兒童及青少年提供不同的產品及服務，如11歲以下普遍沒有ATM卡，即使有亦只具備查閱功能；11歲以上則可以有自己的ATM卡，並提供部分銀行服務功能。

中銀香港個人金融及財富管理部副總經理（本地客層）溫曉文接受《大公報》查詢時表示，該行針對不同年齡層設有分階段的理財服務，如11歲以下兒童可開立「Kiddie Sky儲蓄賬戶」，由家長直接管理；當子女年滿11歲，則可以自己名義開立個人賬戶、擁有銀行卡及使用手機銀行，建立理財基本概念；年滿16歲更可自主進行外幣兌換、開立定期存款及使用BoC Pay作日常支付，逐步邁向全面理財服務。她透露，該行自去年起推出全港首創線上開立11歲以上青少年賬戶，令整體開戶流程更方便順暢，優質高端家庭客戶的子女更是該行目標客群之一，期望可在未來成為核心客戶基礎。

投資者及理財教育委員會總經理李婉秋提醒家長，開立兒童戶口是建立儲蓄習慣的重要起步，但選擇時必須留意各銀行的最低開戶金額、服務收費及相關條款。她建議優先考慮低門檻、無額外費用的戶口，並親自帶同孩子到銀行開戶，向他們解釋銀行的基本運作與戶口用途。透過查閱月結單，孩子能更具體地明白金錢如何儲存及增值。

現金有助小孩掌握面值概念

面對電子利是日趨普及，李婉秋認為這為理財教育帶來新機遇與挑戰。家長可與子女一同拆電子利是，從電子錢包查閱金額和紀錄，加強對金錢的實在感。她又提醒家長，小朋友接觸現金的機會減少，可能較難體會「金錢有限、得來不易」的概念。因此，家長應在日常生活中，透過實物硬幣和紙幣教導面值概念，讓年紀較小的孩子透過現金購物學習計算，而較大的小學生則可學習查閱電子支付紀錄，掌握預算與實際支出的分別。



溫曉文表示，中銀香港會針對不同年齡層的青少年，設有分階段的理財服務。



家長可以利用孩子收到的利是錢，向他灌輸正確的理財概念。

不少銀行會以贈品吸引客戶開立戶口。

本地銀行兒童戶口一覽

銀行	賬戶名稱	年齡	開戶門檻	存摺簿/銀行卡	優惠/特色
中銀香港	Kiddie Sky儲蓄賬戶	11歲以下	500元	存摺簿	存入1萬元或以上可獲100元「幸運錢」，並可享港元活期儲蓄存款年利率高達2%
	「自在理財」服務	11-17歲	1000元	提款卡	存入1萬元或以上可獲100元「幸運錢」，並可享港元活期儲蓄存款年利率高達2%
渣打銀行	My Dream Account	18歲以下	無	迪士尼ATM卡（11歲以上）或存款卡（11歲以下）	—
滙豐銀行	兒童儲蓄戶口	18歲以下	無	11歲以上設提款卡	11歲以上可配合HSBC App及PayMe管理戶口
恒生銀行	綜合戶口	18歲以下	無	提款卡	—
大新銀行	Thomas & Friends/Doraemon兒童儲蓄戶口	18歲以下	無	Thomas & Friends™存摺簿或Doraemon月結單及存款卡	開戶並存入5000元或以上維持4個月，可獲Thomas & Friends二合一沙灘連雨衣或Doraemon小童雨傘；若存入5萬元以上可獲Thomas & Friends™兒童數碼相機或Doraemon豆沙包形狀咕啞連毛毯
東亞銀行	理財小博士兒童理財戶口	18歲以下	10元	存摺簿	家長為該行客戶，開戶並存入及維持指定金額，可享100元至400元迎新獎賞
建行亞洲	智Smart兒童儲蓄戶口	18歲以下	1000元	可自行設計獨一無二的相片銀行卡（只供查閱戶口結存）	指定客戶或生日月份可免費更新相片一次
工銀亞洲	工銀亞洲親子戶口	18歲以下	100元	存摺簿	提供兒童保障計劃優惠
創興銀行	i-kid儲蓄戶口	17歲以下	100元	提款卡	參加由香港人壽所提供兒童壽險計劃
信銀國際	親親戶口	18歲以下	無	銀行卡（只供查閱戶口結存）	親親網上理財遊戲

註：一切以銀行公布為準

資料來源：各銀行網站

善用生活場景 將理財知識融入日常

體驗學習

為孩子開立銀行戶口只是理財教育的第一步，如何讓金錢管理變得有趣而深刻，才是家長的真正考驗。投資者及理財教育委員會總經理李婉秋（圖）指出，家長應把握每一個與金錢相關的生活場景，將理財知識融入日常，而非只將戶口視為存放利是錢的地方。

網騙猖獗 及早灌輸防騙知識

隨着金融科技滲透日常生活，網絡安全與防騙意識成為新一代必須掌握的技能。李婉秋坦言，派發電子利是雖然方便，卻也令小朋友較難建立對金錢的「實在感」。她建議家長可利用投資會設於荃灣的理財教育體驗館，透過沉浸式互動遊戲，讓孩子在模擬情境中學習投資與理財基本知識，甚至體驗

如何識破騙徒伎倆。這個費用全免的體驗館，適合周末親子同樂。

此外，投委會亦推出多項網上資源。例如「錢家e理財」動畫系列，以打機課金、追星應援等貼近青少年生活的主题，引導他們建立正確的理財習慣；「錢家講成語」則結合理財知識與語文運用，讓小朋友輕鬆學習。對於網絡安全意識的培養，投委會設有「反網絡詐騙」測試網上遊戲，透過模擬常見騙局情境，訓練孩子識別詐騙手法，從小建立基本防騙意識。

李婉秋特別強調「財分三份」的原則，鼓勵家長引導子女將利是錢分為儲蓄、消費及分享三部分。她建議家長與子女共同檢視利是金額，並利用投資會網站的「利是錢收支計算機」，以互動方式制定儲蓄與消費計劃。對於年紀較小的孩子，可用錢鏰或分類

錢箱等視覺化工具，讓他們具體感受到金錢的分配過程；而較大的青少年則可嘗試自主管理部分款項，從實踐中學習責任感。

當孩子進入高小或初中階段，家長可引入投資概念。她建議，透過檢視銀行戶口的利息紀錄，讓子女觀察利息如何隨時間累積，明白「錢能賺錢」的複息效應。同時，利用「不要把所有雞蛋放在同一個籃子裏」的比喻，解釋分散投資的重要性，並提醒任何投資都伴隨風險，需要審慎作出決定。

理財教育是一條漫長的路，家長的角色至為關鍵。李婉秋認為，及早引導子女建立正確的理財態度和行為，培養他們的理財能力和抗逆力，才能協助他們應對未來多元化的金融環境。



馬年AI機器人大熱 宜在奔跑中尋找平衡

滄海桑田

倪相仁

港股馬年首個交易日雖然開出黑盤，但並不影響剛發布新模型的兩家國產獨角獸，其股價雙雙再創上市新高。美股表現繼續分化，新人工智能（AI）代理模型，衝擊部分軟件業，科技股受壓，資金分流至傳統行業，令道指高位得以支持。另一邊廂，反映馬年行業趨勢的內地春節晚會，機器人和國產AI應用，則繼續受到熱捧，A股下周二開市後，這些行業有望進一步受到追捧。

年前推出的幾家國產AI大模型，表現火爆，令國外的AI巨頭備受壓力。這些模型中，智譜GLM-5的編程能力比肩Claude，Seedance 2.0

則掀起全球視頻生成熱潮。阿里亦在除夕夜推出開源新一代大模型千問3.5。國產大模型普遍的特點是開源、成本低，這對投入巨資、且成本高的外國科技巨頭，可以說是無形壓力。

赤馬之年 料有較大波動

剛過去的蛇年，恒指累升6480點或32%，其中以兩家主營金礦、電解鋁的公司表現最佳，漲幅分別達到約210%及206%，新消費和生物製藥龍頭公司緊隨其後，升幅約170%。今個農曆年是「赤馬」，被視為政經局勢起伏較大的一年。回顧過去4次馬年，恒指升多跌少。A股只經歷過三次馬年，1990至1991年

上升37.98%；2002至2003年輕微下跌0.45%；而上一次馬年（2014至2015年）則大漲59.7%。從歷史表現看，馬年中資股上漲概率較大。要留意的是，馬的活力、爆發力驚人，一旦形成萬馬奔騰的氣勢，易發生人踩人事件。所以馬年的投資，宜在「奔跑中尋找平衡」（DeepSeek的提醒）：既要有衝刺的勇氣，也需保留繩繩般的自律。

這個春節，內地旅遊多了兩個熱點：廣東的潮汕和安徽的徽州古城，都是人滿為患，超出自身的接待能力。有趣的是，這兩個地區在傳統文化史上甚有代表性。

利是股方面，筆者看好內需消費龍頭，尤其是免稅行業。來自中資券

商的調研數據顯示，海南臘月二十八、除夕、初一、初二的離島免稅銷售，同比增速均在30%左右，累計增速也維持在30%左右，表現略超節前的20%預期。

機器人產業化速度 前所未有

回到馬年的春晚，共有四家公司的產品，包括宇樹科技、松延動力、魔法原子、銀河通用登上春晚舞台。這四家公司的官方稱謂各有講究，分別是：宇樹是春晚機器人合作夥伴，松延動力為春晚人形機器人合作夥伴，魔法原子是春晚智能機器人戰略合作夥伴，銀河通用則是春晚指定具身大模型機器人。稱謂的微小差別，代表的是四家公司不同的技

術路線與發展戰略，從運動控制、仿生交互、系統集成能力到具身大模型。

2025年，全球人形機器人出貨量約1.86萬台，中國企業佔據主導地位，其中宇樹科技與智元機器人各出貨約5000台，兩家合計佔全球總量半數以上，凸顯內地企業在商業化落地階段的先發優勢。今年是機器人生產真正量化的一年。內地政策利好和產業進展消息不斷，2月以來，近30億元人民幣資金提前潛伏A股機器人ETF（交易所買賣基金），多家基金預計今年將迎來人形機器人從萬台到10萬台的量變，機器人產業正以前所未有的速度，從科幻概念加速駛入產業化的快車道。