



▲香港並不缺乏具備感召力的IP，只是過去的超級IP長期停留在傳統娛樂工業時代「線性消耗」的舊運營模式裏。

經濟觀察家

過去幾十年來，香港娛樂產業最核心、最璀璨的資產，其實從來不是院線或者影視器材本身，而是「人」——準確地說，是那些曾經深刻影響了整個華語世界幾代人的超級明星IP。

從「明星」到「超級數字IP」

——香港影視工業重裝上陣(二)

李司馬華鵬
席春迎

港股觀察

從「四大天王」到周星馳，從張國榮、梅艷芳到謝霆鋒、容祖兒、張敬軒、Twins，再到大量TVB時代塑造出來的經典藝人和金牌角色，香港實際上積累了整個華語世界最龐大、國民認知度最高的明星資產庫之一。今天很多人在探討香港娛樂產業的沒落時，往往容易陷入「缺乏新人」、「流量不夠」、「市場被內地替代」等表面現象的爭論，但如果從資產化與AI科技重塑的深度視角來看，香港真正核心的問題，並不是缺乏具備感召力的IP，而是過去的超級IP長期停留在傳統娛樂工業時代「線性消耗」的舊運營模式裏。

香港擁有海量的頂級情感文化資產，卻長期缺乏AI時代能夠將其數字化激活、自動化裂變並全球化運營的組織工具。

一、明星IP底層邏輯的躍遷：從「真人資源」到「數字化資產」。

在傳統娛樂經濟中，明星本質上是一種線性消耗型的資源。一個真人的藝人，他的時間是有限的，精力是有限的，生命週期和線下檔期更是不可逆的。他一天只能參加有限數量的影視劇拍攝，一年只能開有限場次的演唱會，其商業價值高度受限於物理肉身的束縛。一旦明星面臨年齡增長、曝光減少，或者退出行業，其商業號召力與資產價值就會隨之迅速下滑。

對藝人進行數字化重構

但AI數字人與智能體技術的爆發，正在徹底改變明星經濟的底層邏輯。它推動明星開始從「真人資源」轉變為「數字化資產」和「可持續運營的人格系統」。

未來真正具備長久復利價值的，不再僅僅是明星本人是否仍在場，而是圍繞這位明星幾十年沉澱下來的人格魅力、語言風格、視覺形象、經典角色以及與全球粉絲之間深刻的情緒連接與信任關係。通過硅基智能等頂尖AI企業的數字人克隆、聲音深度建模、多模態實時交互以及Agent（智能體）自動運營能力，這些原本不可規模化複製的「精神資產」，能夠以極低的邊際成本，實現7×24小時全天候、跨平台、跨場景、多語言的全球化運營。

過去一個明星只能在同一時間服務一個場景或一批線下粉絲；而在AI時代，一個AI數字人格系統可以同時克隆出數千個數字分身，在不同國家、不同平台、面向不同的圈層粉絲提供全天候的在線內容陪伴、互動、短劇演出和直播帶貨。

二、香港明星的獨特壁壘：「長期人格影響力」對標「短期平台流量」。

香港黃金時代沉澱下來的超級明星IP，與近年來互聯網平台選秀催生的短壽「流量明星」，在資產屬性

上有着本質的不同。

很多內地的「流量明星」，其生命週期非常短暫，其商業邏輯高度依賴互聯網平台的算法流量分發，一旦平台更迭或資本離場，其熱度便迅速消散。而香港明星之所以能夠橫跨數十年，在2026年的今天依然對上至六七十歲、下至十幾歲的Z世代人群擁有強大的號召力，是因為他們已經轉化為華人社會的集體記憶、情感結構與情緒符號。

周星馳不僅僅是一位編導演全才，他代表的是一種底層逆襲、不屈不撓的草根精神與港式幽默。

劉德華不僅僅是一位多棲藝人，他代表的是幾十年如一日的職業精神、勤奮長青與長期奮鬥的楷模。

謝霆鋒代表了從叛逆青春到極致匠心、融合美食與時尚的硬核生活美學。

Twins（蔡卓妍、鍾欣潼）則深深嵌入了全球華人女性青春陪伴、港風審美以及堅韌前行的消費信任中。

在AI時代，最值錢、最稀缺的，恰恰是這種「長期人格信任資產」。因為未來AI產業競爭的核心，不僅僅是底層大模型算力的比拼，更是用戶情緒和注意力的超級信任入口。誰能夠長期佔據用戶的情緒陪伴與消費信任，誰就擁有難以被超越的商業壁壘。

這也是為什麼全球科技巨頭和資本都在瘋狂爭奪「AI Agent（智能體）」入口。香港影視文化巨頭所擁有的，恰恰是一整個由華語世界最頂級的數字人格組成的「超級智能體庫」。其潛在資產價值在資本市場上被嚴重低估了。

三、落地路徑：構建香港「超級數字IP」生態的戰略建議

在香港中小上市公司協會、硅基智能與星火傳媒聯合對英皇娛樂、寰亞傳媒等企業的戰略調研中，結合香港獨特的文化底蘊與技術前沿，我們針對香港如何全面激活明星數字資產、推動文化產業復興，提出以下政策與實操層面的長遠建議：

1. 政府政策牽頭，完善數字資產確權與合規體系

明星數字人格的開發涉及複雜的版權、肖像權及聲音資產保護。建議香港特區政府相關部門（如文化體育及旅遊局、創新科技及工業局）出台專項政策，建立一套安全合規的「先授權、再生產、後分發」的數字資產運營紅線與標準流程。通過完善跨境版權保護、跨境支付與國際金融結算體系，為香港文娛產業的數字化轉型築牢制度根基，吸引全球頂級數字娛樂商業模型在港落地。

2. 設立專項文化復興基金，支持AI內容工廠與產業試點

建議由政府引導、聯合民間資本，設立「香港文化產業AI復興專項基金」。該基金應重點資助兩大方向：

一是數字人格全場景開發試點：支持香港影視文娛巨頭圍繞具備高國

民度、橫跨娛樂與生活美學賽道的頂級藝人進行深度數字化重構。通過AI技術深度克隆藝人的視覺形象、獨特聲線及多語言習慣，鎖定在「港風潮流文化傳播」、「電影藝術訪談」及「生活美學分享」等多元化場景，利用AI內容工廠自動策劃並批量生成高質量短視頻矩陣。

二是商業變現閉環模型建設：重點扶持具備高爆發力的變現賽道，如將數字人體系切入「美妝+大健康」等成熟領域。鼓勵企業利用數字人直播體系，讓真人明星通過錄入基礎素材確認權益邊界，即可生成數千個具備精準選品知識與多語言互動話術的數字人直播間，在全球各大時區、各大主流電商平台（如視頻號、TikTok等）全天候在線，跑通全產業鏈商業變現路徑。

3. 強化「超級聯繫人」角色，推動數智文化跨境出海

政府與行業協會應共同搭建跨境出海公共服務平台，將內地的強大供應鏈能力、成熟的直播電商運營團隊，與香港明星IP天然具備的國際化轉換能力深度結合。通過「AI數字人格系統」打破語言和物理檔期的壁壘，在馬來西亞、新加坡、泰國等東南亞地區以及全球華人聚居區，實現7×24小時的多語言、跨地域商業直播與品牌聯名，將帶有新東方敘事和高質量審美附加值的中國製造、美妝大健康品牌推向全球。

四、跨境出海的「超級聯繫人」：東南亞與世界話語圈的降維打擊

香港明星IP重構的另一個核心看點，在於其天然具備的國際化轉換與跨境傳播能力。香港本身長期作為亞洲娛樂中心，其明星IP在馬來西亞、新加坡、泰國、印尼等東南亞地區以及全球華人聚居區，擁有數十年積澱下來的極高認知度和信任溢價。

依託香港中英雙語的獨特環境、跨境版權保護、跨境支付與國際金融結算體系，由香港上市平台作為合資主體控股的「AI明星IP數字資產運營公司」，相比內地純粹的MCN機構，更易於構建一套安全合規、全球化運營的數字娛樂商業模型。

AI打破語言和物理壁壘

內地的供應鏈能力和成熟的直播電商運營團隊，通過香港這一「超級聯繫人」和「超級增值人」進行包裝和國際化轉換，用AI數字人打破語言和物理檔期的壁壘，能夠將帶有新東方敘事和高質量審美附加值的中國製造、美妝大健康品牌，以極具殺傷力的效率和情懷降維打擊全球消費市場。這才是香港明星IP在AI時代實現價值重估、再造輝煌的終極戰略意義。

（席春迎為香港中小上市公司協會主席、司馬華鵬為硅基智能創始人、李靖為星火傳媒創始人）

AI和機器人應用門檻大降



共創共享
戈峻

兩三年前我們說AI、機器人，大家的印象可能會是高開發成本、高市場價格的產品，雖然產業前景很美好，但對中小企業而言很難全身投入，我們不應抗拒這股大潮流，要順着潮流走，但要成為創造潮流的一員卻非易事。不過，與AI和機器人發展一日千里相匹配的，是使用它們的成本也急速下降，當奢侈品變成了耐用消費品，中小企業All In，要創造潮流，就不再是一紙空談。

6月初網上有一段視頻火了，26歲的四川青年吳宇飛帶了八台宇樹機器人參加《美國達人秀》，表演了一段炫目的人機共舞，這份創意+舞蹈+中國功夫+國產科技的共冶一爐震撼了全場，獲得評委全票通過晉級，伴隨着現場雷鳴般掌聲的是評委awesome、crazy、insane、incredible的高度讚嘆。

令人驚艷的不單單是吳宇飛與八台機器人配合默契，精準呈現多組高難度動作如集體後空翻，更厲害是當評委「問」機器人問題時，機器人能立即作出反應，例如有評委問其中一台機器人能不能打功夫，機器人立即耍了一套拳法；另一評委問第二台機器人可不可以帶它回家，機器人立即擺了擺手，反應一流。

而更令我震撼的是，國產機器人首次公開集體表演是在2025年春晚跳秧歌，才一年多的時間，它們不單做到更多高難度動作，還可以由一個小伙子帶着走出國門比賽，甚至能在台上接受評委「提問」，這不只是技術的進步，更是機器人走進日常的重要體現，而這個背後是得益於科研及生產成本的下降。

早前，另一國產機器品牌樂聚機器人做了兩件很重要的事，一是在深圳市龍華區鴻湖湖科技的機器人中試基地正式營運，這個中試基地就等同於「培訓班」，一台台機器人在這裏日復一日進行不同類型的測試，只有合格了才能進入市場。第二件重要的事，是樂聚聯手高端智能裝備製造企業東方精工，攜手在佛山打造的內地首條萬台級人形機器人自動化生產線，透過AI系統

與精密檢測設備，能以每30分鐘組裝下線一台的速度進行量產，大幅推進了機器人商業化的步伐。

中試基地與生產線之所以重要，前者解決了機器人從1到100的過程，為量產化帶來了產品標準如一、穩定如一的驗證；後者則實現從100到1萬的快速量產，完成了研發中試到製造量產的機器人產業閉環，這意味着產能的提速與成本的下降，從質與量都發生重大變化，令機器人從大規模走進工業及家庭的日子變得不遠。

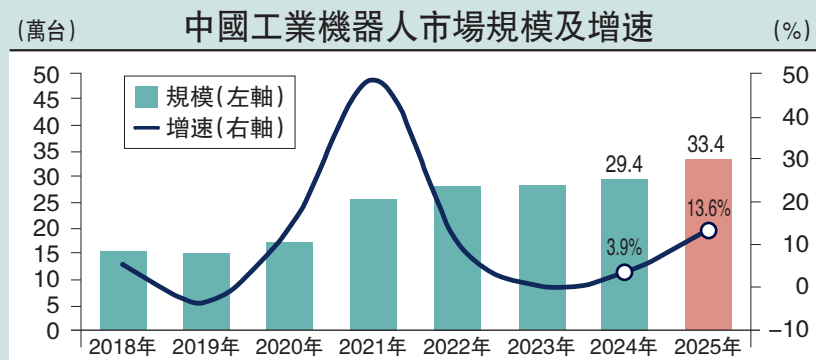
試錯成本減 市民使用意願升

事實上，當供給側解決了「造得出」的難關，帶來的便是需求側「用得起」的改變。兩年前要買一台機器人，售價可能高達數十萬元（人民幣，下同），今年4月，宇樹發布全新雙臂人形機器人，起售價只不過2.69萬元。去年要租一台人形機器人，日租金最高能去到1萬元，而且一機難求，而今年5月，市面上可租賃的機器人不單遍地皆是，商用租賃日租金已跌到800元至1500元。機器人應用成本的大幅下降，等於降低了使用者的試錯成本，提高市民試用意願，有利於進一步擴大機器人在各領域中的應用範圍。

或者有人會擔心，機器人售價下降，除了生產成本原因，也可能是因為用較便宜的AI系統而「蠢了」。對此疑惑大可不必過慮。今年初，硅谷教父馬克安德森提出一個論斷：AI的價格正在崩潰。確實，AI系統的搭建成本正在斷崖式下降，這兩年大模型的推理成本下降了280倍，硬件成本每年下降30%，每百萬個token價格從3.5美元下降到了0.32美元，而且模型小型化趨勢更加明顯，以前需要數據中心才能運營的大模型能力，現在可以在家用電腦甚至手機上運營。

這說明了，過去要投入上千萬元才能搭建的AI系統，今日可能只要十幾萬甚至幾萬就可以，這對於傳統企業而言無疑是福音，因為AI與機器人的應用門檻正持續走向歷史最低點，中小企不再因為成本考量而只能旁觀，可以立即行動，全身投入。

（作者為天九企服董事長兼CEO）



房策須兼顧六環節四需求



樓市新態
汪敦敬

香港樓市撤辣之後，市場正逐步回復市場機制，住宅樓價亦在最低點上升逾15%，但比最高點的時候仍低15%左右，開始有人擔心特區政府會否再出辣招？但此階段樓市屬一個健康水平，上升有餘力，遇上衝擊應該下跌有限，正是時候討論一下，我們應該追求一個怎樣的樓市，以免被之後出現的恐慌情緒帶離正確方向！

樓市健康 上升有餘力

整體市場是否健康並非單一在於樓價！筆者認為，一個完整的房屋政策應該能兼顧到六個環節和四個需求，六個環節分別是：

（1）上車觀念：特區政府不太講究市民居住的觀念是否正確，回歸前，香港很多觀念都不斷被人帶錯風，然後要求去滿足，但背後可能只是被一些傳媒和網上帶動風向，消費者並無完整的概念下，去建立自己需要的上車觀念！

（2）上車門檻：香港在這方面做得不錯，在九成按揭之下，配合保險制度！只是略嫌有一些保守，例如回復包括借貸首期、置業資助貸款計劃，和應積極考慮將強積金可以轉移當作買樓首期運用，必可進一步解開年輕人覺得置業難的死結。

（3）供樓能力：這一方面，香港的按揭入息比率要求做得特別好，買樓最大風險其實是斷供，而出現這風險的時候，甚至可以「Total Loss」！所以供樓能力其實比首期能力更重要和關鍵。

（4）上流能力：樓市暢旺之後，置業上游階梯斷裂，市場積聚了龐大的

需求！當然，居住面積是社會的軟實力，這軟實力單薄，市民沒有足夠的空間和歸屬感去承受更多社會的壓力。

（5）長者居住：這一方面，香港做得十分缺乏，過去房協曾大力提倡「長者安居樂」住屋計劃，有前瞻性，但現在這方面嚴重不足，我們印象中只能依賴大灣區的成熟配套。

（6）晚年保障：擁有物業可以令晚年得到財務和居住保障，其中佼佼者逆按揭計劃，由按揭證券公司提供的安老按揭計劃。在安老按揭貸款下，借款人可選擇於固定或終身的年年期內，每月收取定額年金。

另外，以市民需求角度去看看房屋政策有什麼需要，筆者認為有以下四點：

第一，住屋需求：一家四口住在劏房，這些家庭在住屋方面其實就是刚需。

第二，私人空間：很多時年輕人是需要一個獨立的私人空間，所以納米單位很受歡迎！但當生了小孩甚至養寵物之後，私人空間逐漸變為實際的住屋需求。

第三，投資回報：房地產是一個非常重要的投資市場，任何人在不同階段，無論醫療、子女讀書甚至退休後養老，都是需要運用財富及資產，這由幸福感衡量。

第四，改善環境：上流需要是個人的，但改善環境就是社會有沒有一個空間給市民，這個空間包括了社群的組合、空氣質素、綠化等等上流以外的需要。

希望以上意見可以拋磚引玉，令大家更重視完整的房屋政策！

（作者為祥益地產總裁）