



▲「襄陽牛肉麵」在2021年曾火遍全國。現時，全國使用「襄陽牛肉麵」招牌的市場主體超過2.8萬家，但同時亦存在着標準不一的問題。

經濟觀察家

香港首份五年規劃提出，加強文化、體育與旅遊協同發展，提升旅遊產品質素，推廣香港美食，並深化與內地省市的旅遊協作，例如湖北，推動跨境「一程多站」旅遊。這既為香港飲食文化產業拓展了發展空間，也為兩地深度合作打開新的想像空間。

美食為媒 港鄂共拓文旅新局



市場脈搏

梁海明

美食從來不只是味覺之事。國際關係學者所倡議的「軟實力」理論早已指出，一地的吸引力往往先從餐桌開始；不少跨國研究亦發現，飲食文化愈豐富多彩的地方，外國民眾對其整體印象愈傾向正面。中外旅遊研究更有反覆驗證的結論：遊客約三分之一的旅遊消費用於飲食，對目的地美食的興趣與出遊意欲呈正相關。換言之，美食是成本最低，門檻最低，卻最深入人心的文化交流媒介。

作為「千湖之省」、「魚米之鄉」的湖北，正是香港共拓飲食文化旅游新局的理想夥伴。香港與湖北攜手，既能把湖北的資源優勢轉化為產業優勢，又能为香港美食經濟注入新的文化內涵與增長動能。

先看湖北的優勢。楚文化是其飲食文化的深厚根基：兩千多年前的《楚辭》、《招魂》、《大招》，已記載由主食到副食、酒水、點心等數十個品種的楚地佳餚；曾侯乙墓出土的煎盤，據考證可煎、可烤、可炒，說明先秦楚地已熟練運用多種烹飪工藝。文字與器物相互參照，足以構成有內容、有層次的飲食文化敘事。鄂菜至今雖未躋身傳統「八大菜系」之列，不少優質資源仍「養在深閨人未識」，但這恰恰意味着巨大的開發潛力，香港的敘事能力、品牌標準與國際網絡，正可補上湖北最缺的一環。

搭建國際營銷網絡

當然，文化推廣越追求動人的故事，越需要清晰區分史實、文學與傳說。真正具有說服力的美食敘事，不在於強行將每道菜牽扯到帝王將相，而在於講述食材如何孕育、技藝如何傳承、街坊如何日常生活。透過一碗湯、一盤魚或一碗麵，讓遊客讀懂一座城市的生活氣息與性格特質，往往更能觸動人心。而講好故事的前提，是湖北確有講不完的素材。

湖北的優勢遠不止於歷史。數據顯示，2025年湖北淡水產品總量達571萬噸，連續30年位居全國第一。湖北民歌「蘿蔔豆腐數黃州，樊口鰱魚鄂城酒；野鴨蓮菱出洪湖，武當猴頭神農菇」，道盡各地特色原料；「無湯不成席、無魚不成席、無圓不成席」的宴席傳統獨樹一幟；武當山道教養生文化、蕪春「醫聖」李時珍故鄉的藥膳傳統，更契合當下健康消費的世界潮流。這些都是發展特色餐飲、食品加工與美食旅遊的堅實產業基礎。

這一基礎如何變成產業，一碗湖北襄陽牛肉麵是最好的說明。2021年，神舟十二號襄陽籍航天員聶海勝在太空一句「回到地球後，最想吃的是襄陽的牛雜麵」，令這碗麵火遍全國。目前全國使用「襄陽牛肉麵」招牌的市場主體超過2.8萬家，但同

時亦面對標準不一、品牌整合不足等問題，這正適合作為香港與湖北合作的切入點。兩地可先以襄陽牛肉麵作小規模試點，合作開發產品規格、多語言菜單與穩定品質的服務流程，在香港以期間限定菜單、快閃店及名廚交流吸引食客，再把體驗延伸至襄陽的早餐街巷與城市文化之旅。推廣的目的不是改變它的味道，而是讓更多人容易認識、願意嘗試，進而親赴原鄉。

一碗麵的背後是產業，產業的對面則需要一個能把它推向世界的平台，這正是香港的角色。數據顯示，截至2025年底，本港普通食肆、小食食肆及水上食肆牌照超過1.7萬個，以本港人口計算，平均每約400人就有一間持牌食肆，密度之高可見一斑；國際廚藝學院、中華廚藝學院等院校，常年為廚藝、餐飲服務及管理領域培育專才。香港可貢獻的不只是菜式與餐廳品牌，更是專業培訓、品牌認證、會展平台與國際營銷網絡。

與香港的平台優勢相對應的，是湖北龐大的市場腹地：全省常住人口超過5800萬，全年餐飲收入達3892億元（人民幣，下同）。放眼全球，市場研究機構預測餐飲服務市場規模將由2025年約4.03萬億美元增至2034年約7.63萬億美元。面對如此藍海，湖北不只是香港推廣中華美食的合作夥伴，也可成為香港飲食人才拓展事業的大市場。

平台與市場俱全，並不意味着合作水到渠成。香港每年舉辦美食博覽等大型展會，湖北美食屢有參展，亦曾促成可觀的商貿合作，但此前為何始終未能在港形成對楚菜的持續認知？學界對湖南、湖北27個地級行政區的實證研究指出，美食節提振旅遊經濟的關鍵在於「活化利用」，不能只辦節、不運營。

循此檢視，至少有以下四個環節值得檢討：1）產品是否與地域品牌連在一起，消費者記住了某款香茗或茶，未必知道它來自湖北；2）展期體驗能否延續至日常消費，展會結束後不知何處購買、何處品嘗，短期熱度便難以累積；3）食品展示能否接上旅遊產品，現場試吃之外，應提供可查詢、可預訂的餐飲與旅遊體驗；4）是否有展後成效評估，除了參展人數與簽約金額，還應追蹤回購率、餐廳到訪及品牌認知變化。

安排行程北上尋味

由此可見，香港與湖北下一階段需要的，不是增加展會曝光，而是建立「展前配對、展中體驗、展後轉化」的全年合作機制。具體而言，可考慮循以下四項措施並進。

其一，共建品牌與品質管理機制。兩地業界可探索「香港與湖北美食夥伴計劃」，借鑒泰國「泰精選」認證經驗，從少量代表菜式與餐廳起

步，訂立公開、可檢驗的品質和服務要求，涵蓋食材溯源、製作培訓與菜單資訊。品牌建設不等於統一所有味道，應保留不同師傅、不同城市的特色，同時提高出品與服務的穩定性。

其二，把美食展會延伸為全年推廣。展前先安排湖北企業與香港餐廳、零售商及旅遊業界配對；展中提供試吃、烹調示範與旅遊預訂資訊；展後由合作餐廳推出楚菜主題菜單，讓「試過一次」變成「再次消費」。重點不在一次展示多少道菜，而在多少產品能留下來、形成持續消費。

其三，推出小而精的「一程多站」美食行程。以香港為起點，接入武漢、十堰、襄陽等湖北城市，設計美食品嘗、廚藝體驗與城市文化相結合的路線，先選少量接待成熟的產品試行，避免把過多城市塞進同一旅程。事實上，湖北文旅部門近年已在香港開展旅遊展覽、高鐵旅遊推廣等合作，新的美食行程可在這些既有渠道上深化，不必另起爐灶，讓旅客「在香港品世界，到湖北品歷史」。

其四，人才雙向流動與數碼賦能。建立兩地廚師及餐飲管理人才交流計劃，由院校、行業組織及企業共同參與，讓交流落實為培訓課程、研發項目與實習機會。飲食業是勞動密集行業，兩地的職業專才教育若能圍繞廚藝、餐飲管理與食品安全互認課程、互換學員，既為行業育才，也為青年開路；文化傳播方面，先製作以廚師、食材和市井生活為主角的短片與多語言內容，並把內容觀看與餐廳查詢、產品購買及旅遊預訂連接起來，以實際轉化結果評估成效。

香港和湖北的智庫與高校亦可跟蹤合作的制度障礙與實際成效，讓成功經驗與失敗教訓都成為改進的依據。人才合作須建基於互學互鑒，湖北廚師亦應有機會來港交流，而非單向輸出。

歸根結底，香港與湖北美食合作的價值，不在多辦一場展覽，也不在為每道菜編織傳奇，而在讓文化資源轉化為持續的產品、服務與就業機會。第35屆香港書展以「飲食文化，未來生活」為主題，足證飲食文化已成為香港軟實力建設的重要一翼。循着這個方向，香港與湖北完全可以攜手成為美食的「超級合夥人」，共同投入、共擔風險、共享成果，讓美食不僅被觀看，更成為可體驗、可消費、可持續發展的生活內容。

這正是「國家所需、香港所長」的生動體現：湖北美食可以借助香港的平台走向更廣闊的世界，香港飲食人才也可在湖北找到更大的舞台。當一碗襄陽牛肉麵既能帶動食客認識一座城市，也能促成廚師交流、品牌合作與旅遊消費，香港與湖北以美食為媒的合作，便可由短期熱度邁向長期共贏的發展。

（作者為海南大學「一帶一路」研究院院長、絲路智谷研究院院長）

AI商業化進程左右通脹預期



經濟探針

周浩

中東和俄烏局勢再度緊張，推動油價維持高位，也使市場重新關注能源價格對全球通脹的二次衝擊。更值得注意的是，人工智能（AI）投資熱潮正在從股票市場擴散至債券市場，數千億美元融資需求開始對信用市場產生深刻影響，成為全球資產定價中不可忽視的新變量。

上周公布的美國經濟數據整體韌性較強，但通脹壓力明顯高於市場預期。9月消費物價指數（CPI）環比上漲0.6%，創下今年4月以來最大單月漲幅，同比增速達到3.7%；核心CPI環比增長0.3%，同樣高於市場預期。隨後公布的生產物價指數（PPI）更令市場意外，9月生產者價格指數環比大漲1.3%，創2022年3月以來最大升幅，顯示企業成本壓力正在重新累積。首次申領失業救濟人數維持在20萬附近歷史低位，顯示勞動力市場依然緊俏。

上述數據強化了市場對於美國經濟「高增長、高通脹」的判斷。美聯儲褐皮書顯示，12個聯儲轄區中有半數報告價格壓力加劇，能源、關稅，以及保險成本成為主要推動因素。財政層面，美國2026財年財政赤字擴大至1.99萬億美元，同比增加約12%，進一步凸顯財政擴張對需求端的支撐作用。在經濟仍具韌性、財政持續擴張，以及能源價格上行的背景下，美國通脹回落路徑顯然比市場此前預計的更加曲折。

這種變化迅速反映在美聯儲官員講話中。波士頓聯儲主席柯林斯（Collins）表示今年內仍可能需要加息；紐約聯儲主席威廉姆斯（Williams）認為2026年再加息一次仍屬合理；芝加哥聯儲主席古爾斯比（Goolsbee）則稱最新通脹數據「令人失望」，並警告AI基礎設施投資可能造成經濟過熱；舊金山聯儲主席戴利（Daly）也承認自己對通脹黏性的擔憂正在上升。

但市場真正關注的焦點來自美聯儲主席沃什。面對高於預期的通脹數據，他並未明確承諾未來加息路徑，而是保持相對謹慎立場。正是這種「不願預先承諾」的態度，使得市場對於進一步收緊政策的押注有所降溫。美元指數在CPI公布後一度升至2025年5月以來最高水平，但隨後快速回吐漲幅，最終錄得9月初以來最大單周跌幅。可以說，市場對美聯儲政策前景的定價已經從「是否加息」逐步轉向「高利率維持多久」。

地緣政治因素則成為另一條影響

市場的重要主線。俄烏局勢再度惡化，烏克蘭總統澤連斯基公開批評美國政府向烏方施壓以尋求對俄妥協，雙方關係出現新的摩擦。同時，停火努力未能取得進展，烏克蘭恢復對俄羅斯煉油設施的無人機襲擊，市場對能源供應中斷的擔憂再度升溫。

中東局勢更令投資者神經緊繃。胡塞武裝繼續襲擊沙特目標，並向利雅得等城市發動彈道導彈攻擊；伊朗則威脅加強對霍爾木茲海峽的控制。受此影響，布倫特原油價格維持在每桶109美元上方，接近5個月高位。能源價格重拾升勢不僅推高短期通脹預期，也促使市場重估未來數月全球貨幣政策前景。

科企融資成本分化

除了宏觀數據和地緣政治，市場開始出現第三條愈來愈值得重視的主線，即AI投資熱潮對債券市場的影響。過去一年，投資者更多關注英偉達和大型科技股的估值擴張，但如今融資問題開始成為關注重點。數據顯示，今年以來全球與AI相關的數據中心和基礎設施建設融資規模已接近5000億美元，大量債券供給湧入市場，令信用利差面臨持續擴張壓力。

最明顯的變化出現在信用市場內部的分化。微軟、亞馬遜等大型科技企業仍可以較低成本獲得融資，而部分AI創業公司卻面臨融資環境急劇收緊。CoreWeave垃圾債收益率已升至15%左右，接近困境債務水平。與此同時，一些與數據中心相關的結構化融資產品開始遭遇投資者需求疲軟，顯示資本市場對AI擴張的信心已不如年初般堅定。

AI投資熱潮與美國利率環境之間正在形成複雜互動。一方面，大規模AI建設推動資本需求激增，吸引全球資金持續流入美國；另一方面，持續上升的融資成本又開始對部分投機性項目形成壓制。這種現象使美國債券市場成為整個AI投資周期中最關鍵的「壓力測試器」。如果盈利兌現速度跟不上融資擴張速度，未來信用市場可能率先反映風險；反之，如果大型科技企業能夠持續展示AI商業化成果，則泡沫擴張階段仍可能延續。

短期來看，高利率、強需求與高投資並存的格局仍將延續，市場波動性可能進一步上升，但真正決定未來資產價格方向的關鍵，依然是通脹能否重新回到可控軌道，以及AI投資能否在融資成本持續上升的環境下實現商業回報。

（作者為國泰海通旗下GJTJAI首席經濟學家）

再談居屋持續發展方向



樓市新態

汪敦敬

新一期居屋今日開始揀樓（居屋2025），居屋的持續發展方向又再成為熱門話題。首先，特區政府近年的上車政策做得不錯，尤其是在草根方面，草根人士可以先租住公屋，日後再用屋的綠表資格購買居屋，這無疑是一個「先租後買」計劃。

香港首個五年規劃提到未來10年房屋供應規劃，將以「公營出租房屋佔四成、資助出售單位佔三成、私人住宅佔三成」為基礎，筆者認為是合適的，比較2018年的49%公營出租房屋、21%資助出售單位、30%私人住宅，增加不少上車機會，減少不少公帑支出，是十分出色的修正（見附圖）。

不過，筆者並不同意將已開發好的上住地段用來興建居屋，認為居屋不應該走「豪華版」方向，特區政府是經營整個置業階梯，以及配合當中利用活化轉流量，去讓最多人可以安居樂業，所謂活化轉流量，我認為即是善用二手市場的轉流（包括樓換樓），去滿足大部分資助房屋的受眾的置業需求，而新供應的一手居屋，則應針對原本置業階梯不足或供應不足的地方去加以興建，例如現時市民的居住空間愈來愈細，將來北部都會區應該興建較大的單位供合資格的市民去購買，所有資助房屋並非單一產品，應該配合上游空間及動力，而較完美的住宅產品應留給私樓去做。

完美的住宅項目不應該由資助房屋去包攬這個功能，何況購買居屋的申請人是有入息上限，居屋的地皮價格是不應該高過申請人的入息上限的比例，否則這個就是不恰當的額外利益！公共資源應該善加運用，香港機制變相是以三成私人住宅去支持七成公營房屋的興建，所以最貴的地皮應該用來招標興建私樓的，透過招標土地用較高的價錢得到地皮，便能興建更多的資助房屋，我們應該做好經營效應。

鼓勵購買居屋 助夾心階層上車

另外，居屋的地價還未妥善運用，基於數以千億元計的地價，其實活化了之後，就可以用來興建更加多的資助房屋。筆者建議特區政府可考慮用財技去活化地價的價值，回籠龐大資金的同时，亦大幅增加置業資助。有關建議的概念是重啟置業資助貸款給夾心階層人士，鼓勵他們以補地價購買居屋單位（即自由市場），這不僅讓夾心階層獲得「上車」機會，亦可以牽動起補地價買居屋的有關市場，使大量資金回籠。

現有的九成按揭保險制度，只能是活化高成數按揭的工具，並非完整的資助政策，因為當中沒有資助的本質，亦沒有資助的角色及使命，並做不到資助的效果。簡而言之，最需要資助的夾心階層（即是沒有資格買居屋又買不起私樓）的人士，仍然被拒於門外。

（作者為祥益地產總裁）

香港房屋供應比例

