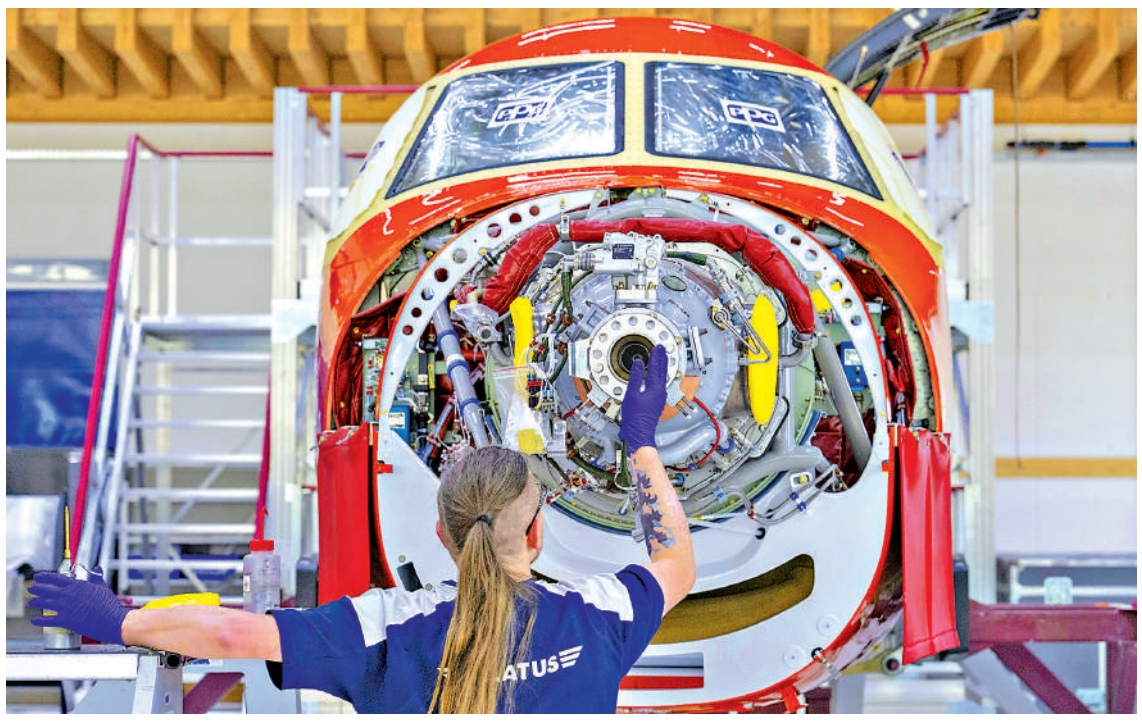


◀瑞士在創新領域培育新增長點，帶動先進製造和高科技出口增長強勁。 美聯社

經濟觀察家 **瑞士持續推進創新戰略，不但實現了高附加值產業的規模效應，而且創新對經濟增長的貢獻持續增加，推動經濟規模躍升。比較看，中國香港和瑞士在創新要素具有一定的相似性，比如國際金融中心功能、國際高等教育樞紐及高端人才集聚地、國際化的創新及投資營商環境等，具備實現經濟躍升及挖掘未來增長潛力的堅實基礎，以及十分有利的發展環境。**

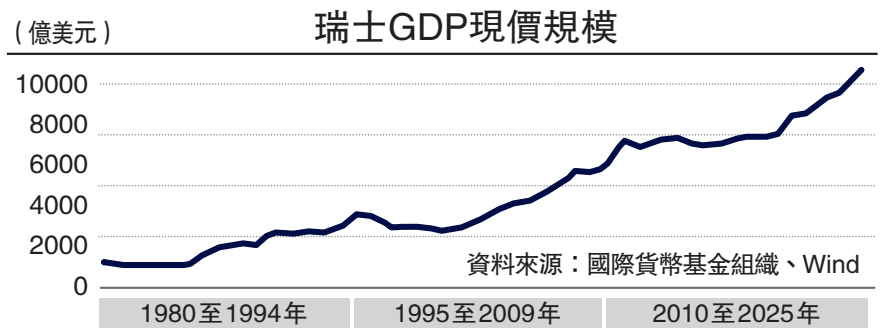
瑞士創新戰略對香港的啟示



金融觀察 鄧宇

總結瑞士在創新戰略的實踐經驗，有兩條主線值得借鑒：一是創新戰略的深度布局和中長期規劃實施推進，激活政產學研協同的活力和潛能，比如瑞士每四年發布的《教育、研究和創新促進規劃案》，明確創新及科研重點方向，高校實驗室、企業共同研發中心、轉化基地等全鏈條協同；二是科技產業園區建設布局的精心設計和配套機制，比如瑞士知名的蘇黎世科技園、巴塞爾生物谷等，培育和支持全球頂尖科研機構、全球科技企業入駐，提供稅收優惠及科研資助計劃。

瑞士充分依託自身的地緣環境、國際經貿網絡、金融及教育等要素資源，在創新領域培育了新增長點。從體量規模看，按美元現價，過去十年瑞士的GDP規模從7000億美元增至1萬億美元。其中，高端製造佔瑞士GDP的比重約20%。高附加值創新科技產業不僅帶來了超額回報，更促進瑞士先進製造和高科技出口的強勁增長，而且也催生了生產性服務業的擴容和貢獻增長，形成以科技創新引領「高端製造+高端服務」雙輪驅動的發展模式，釋放和提升了全要素生產率。



高端製造推動經濟躍升

瑞士在推進創新戰略的進程中，有兩點經驗具有啟發性：其一，高度重視並夯實製造生產基礎。瑞士、愛爾蘭、新加坡等排名靠前的創新經濟體，共性在於創新賦能與高端製造。以瑞士為例，製造業增加值佔GDP的比重保持在18%至19%左右，且瑞士擁有精密製造領域的大量「隱形冠軍」，分布在機床工具、機器人、醫療器械等細分行業。高端製造和創新溢價推動瑞士經濟體量規模躍升。以此看，發展創科產業需要具備一定的製造和生產基礎，並相應地配套建設成果轉化平台、生產基地、製造下游供應鏈等。**其二，科技投資深度嵌入創新網絡。**瑞士擁有極具吸引力的國際投資和營商環境，因高端製造集聚吸引全球投資者，大量的資金流向高科技。研究顯示，超過60%的瑞士風投資金流向高科技，這個比例全球最高。同時，瑞士初創企業獲得的融資支持更加豐厚。2025年初創企業集資總額較2024年增長近24%，集中於生物技術和通信技術。

創新園區兼具創新資源集中地、國際合作平台、政策創新的試驗場等複合型功能，成為推動科技創新的重要載體。比如美國的硅谷、日本的築波等，這些成熟的創新園區匯聚大量頂尖的科研資源，包括人才、資金及成果轉化等，並推動形成重要的創新鏈。瑞士、愛爾蘭、新加坡等發達經濟體，創新園區建設能夠滿足科技創新在各類要求配置的高效率、高成長的需求，並且通過培育某一類重點產業，吸引初創入駐，可以吸納更多創新要素資源、擴大創新積累，推進基礎研究、研發成果轉化與生產製造建立良性循環。瑞士在推進國家創新戰略落地過程中，陸續建設了包括蘇黎世科技園、瑞士創新園等，並設立了瑞士創新產業園。瑞士依託於創新園區，既推動形成創新協作文化、促進基礎研究，也依託產學研協同機制、集中要素資源培育壯大新興產業和未來產業。

港擁大灣區跨境協同優勢

早前香港特區政府公布的首個「五年規劃」，其中在多個章節對發展創科產業有不同的策略性安排。**整體看，這份規劃對推進香港創科建設已有成熟的政策部署和策略支持，兩個維度看：其一，香港發展創科產業處於重要的戰略窗口期，依託於國家科技創新戰略的布局、粵港澳大灣區創新協同等有利條件。**國家「十五五」規劃針對建設粵港澳大灣區國際科技創新中心已有部署，近期由國家部委聯合印發的指導意見據此提出了具體的措施安排，包括強調「發揮粵港澳大灣區跨境協同優勢」等，具體體現在發揮「深圳—香港—廣州」科技創新集群引領作用，以及跨境徵信、投融資、跨境數據流動、兩地資本市場以及重大合作平台先行先試等領域的創新合作。**其二，香港具備發展高附加值產業的基礎和比較優勢，同時也有包括國際教育、科研、高端人才及資金等各類創新要素支撐。**近年來，香港在創科產業的支持性策略已然清晰有力，包括發展河套合作區、擴建數碼港和科學園，以及推動北部都會區相關創新產業布局的基礎設施建設等，在引進重點企業和初創公司、國際科研人才等取得了階段性成效，特區政府同時設立了創科相關的產業基金，這些都為構建「北創科、南金融」的發展格局奠定了比較好的基礎。

具體看，如何進一步深化及實現首個「五年規劃」提出的目標任務，筆者建議重點關注三項議題：一是前瞻性和持續性的平衡。新一輪科技革命發展日新月異，前沿戰略所涉及的新興產業和未來產業選項多、行業密集，建議針對創科發展藍圖、中長期規劃及策略性安排作定期檢視和更新迭代，提升產業政策的精準性，在配套機制方面快速響應市場等訴求和需求，提供促進創新的「政策包」；**二是政策機制和市場資源配置的有機結合。**因全球科技創新發展具有不可預知性和高成長等特性，前沿重點領域的研發同樣面臨試錯乃至失敗的風險，產業策略選擇需要結合規劃和市場動態更新，通過戰略校準、政策評估及市場的資源高效配置進行適當的平衡；**三是各要素資源協同的有效性。**香港匯聚大量的創新要素資源，但在產業領域仍有薄弱環節，包括產業園區建設進度、創新成果轉化成效、市場化和規模化應用等存在短板，這就需要多方借力，比如通過大灣區協同培育壯大高附加值產業，在專利服務、知識產權轉化、跨境數據流動、科技投融資等配套專業服務等，未來仍有比較大的拓展和提升空間。同時，依託國際高端人才集聚高地，未來還有賴於通過更好地市場化激勵、跨領域協作等方式激活創新發展潛能。

政產學研推動成果轉化

參照瑞士等創新型經濟體規模躍升的經驗，筆者提出三點策略性建議：一是創新戰略的制度保障。建設香港國際創科中心是國家「十五五」的戰略布局，也是香港首個「五年規劃」的重點，需要持之以恆的推進，這就需要在強化行政主導、優化完善立法程序及法律制度等進行探索，建議在法律和制度方面進行創新，比如專利成果轉化、跨境數據流動、產業園區市場化運作等，在法律授權下提高政策的靈活自主性，保障創新戰略的實施，在財政預算、稅收等提供長期支持，在知識產權、成果轉化等提出中長期的策略性安排，建立完善清晰透明的規則，確保創新戰略的可持續性。**二是產業政策的最優解。**香港首個「五年規劃」延續和豐富了包括2022年公布的《香港創新科技發展藍圖》的中長期戰略規劃內容，同時在河套合作區、新田科技城等中長期規劃有效銜接，考慮到產業的迭代升級，建議聯動學界和業界每3至5年針對產業政策評估重檢，集中研究企業主體、科研機構及專業機構等不同的專業意見，推動產業政策落地的精細化和迭代升級。**三是政產學研的協同。**前階段香港各界積極推進「引資引企引才」，進入新的階段，建議關注和重視這些資金流向、企業孵化及人才發展等進展，結合創科建設推進各要素資源的整合，比如推進創新平台、高校實驗室與投資機構等緊密合作，構建創新聯合體，最大化利用好各要素資源，比如持續推動港股「科企專線」的機制優化、創科基金整合、科技型企業信貸融資擴容等，又或進一步完善各類引人計劃及配套激勵機制、激勵更多國際科研人才向創科領域集聚，更好地服務香港創科建設，為拓展招商引資、科研成果轉化、產業集群建設等提供有力支持。

（作者為財經評論專業人士。本文僅代表個人觀點）

研發與創新 先要了解客戶需求



經管之見 李勤

管理大師德魯克（Drucker）有一名句：「企業存在的唯一目的就是服務客戶。」現時大部分企業的願景，均是以客戶為中心。因此，企業對客戶需求（包括基本需求和潛在需求）的分析和從中得到的觀察所得（涵蓋實用性、舒適性、新穎性、工藝性、可靠性、安全性等多個維度），都需要深入挖掘。

新興雲端業者如CoreWeave提供的算力成為一門好生意，便是看準大型業者如谷歌、微軟對算力的需求。

美國心理學家馬斯洛（Maslow）的一項研究結果顯示：「所有客戶均為目標尋者，以購買及消費滿足其需求。」

一家成功的化妝品創辦人表示：「在工場我們製造香水，在商店我們銷售夢想。」企業人通常以漂亮的措詞界定其生意；另一方面，客戶則認為企業的主要價值為滿足其需求的能力。

由此可見，研發與創新需要洞察客戶的基本需求和潛在需求，而不只是簡單地以客戶說出來的需求為導向。企業要用共情的方式去體會客戶的心。只有與客戶建立密切關係，企業才能發現創新的機會點。不論從事B2C還是B2B的企業，都必須了解自己的最終用戶，與其建立有效聯繫，以便長期保持對客戶需求的深入洞察。

採購人員意見 或與用戶有別

在此過程之中，經常出現一些問題，例如沒有找出最終用戶，用戶樣本數量不足，以至沒有弄清楚客戶的真實要求。從事B2B的公司往往只在意採購人員對客戶需求描述，而忽略了最終用戶，他們才是產品的長期使用者。

為客戶創造的價值通常分為四類：社會影響類價值、改變生活價值、情感類價值和功能類價值，其中功能類價值（包括省力、省時、多樣化、具有感官吸引力、提供信息等）尤為重要。蘋果不斷提升iPad打開App的速度，便是為方便用戶節省時間，以及提供更多功能。

企業還要經常留意客戶還有哪些潛在需求和願望沒有得到滿足？企業對關鍵客戶還有哪些增長空間？如何幫助客戶提升體驗？這些不能只停留在客戶基本需求層次上，而是要捕捉客戶的夢想，並幫助其夢想成真。這些都需要反覆調研和深入觀察，不容大意。

需求分析不應停留在概念上，而且要進行科學管理，全方位地審視。對客戶需求進行調查分析時，宜建立一個跨部門、由經驗豐富的人員構成的團隊進行調研，並由一名高層人員統一協調，深入客戶的使用場景，從各個角度觀察，傾聽客戶是如何使用產品。在實際使用場景中進行全方位觀察，有助於準確捕捉客戶的需求。同樣是使用Notebook，學生溫習功課、商務人士演示PPT，他們使用場景不同，對產品性能指標的要求也不同。因此，需求調研的樣本量要能夠覆蓋所有潛在客戶，以及所有可能的使用場景。

調研的完整性十分重要，否則會導致對需求理解的偏差，或遺漏關鍵需求。來自不同部門的人員可帶來不同的視角和關注點。比如，設計師具備對用戶體驗的深度洞察，市場銷售人員會帶來客戶意見和市場觸覺，售後服務人員會帶來用戶使用及維護領域的視角，而不同領域的工程師，則可帶來更專業的技術知識和技術分析。由他們共同進行分析，有助企業對客戶需求得到更全面的詮釋和理解。

企業使用產品的應用場景進行客戶量化評價，便可以精準掌握其看法。理大設計學院的Silver Innovation團隊為確保產品能回應消費者的需求，其研發團隊與上環的「路德會社會服務處」合作，招募30位長者作為受試者進行長期的穿戴測試。該測試不僅限於日常穿着，更包含跑步機低強度運動環節，收集使用者在運動後因身體發熱、膨脹等變化下的反饋，以反覆修改設計。基於測試結果，團隊開發出「日常」與「運動」兩款核心產品，並融入多項設計以滿足使用者核心要求。

企業如能與最終用戶的需求銜接，以其視角觀察市場，有助發掘新機遇及創新產品。日月之行，若出其中。

（作者為香港理工大學工商管理博士、資深金融家）



◀雲計算公司CoreWeave看準大型業者如谷歌、微軟的算力需求。 路透社

轉新工申請按揭可行嗎？(上)



談樓說按 王美鳳

若遇上心儀筍盤希望入市，但偏偏剛轉新工不久，這時候申請按揭會否出現問題？

銀行審批按揭一般需要評估兩大方面，一是物業方面包括估值、樓齡、業權及狀況等，另一方面就是借款人的還款能力包括入息水平、債務狀況及信貸紀錄等。那麼，申請人剛轉新工，是否能讓銀行信納申請人有足夠及持續的還款能力便是基本要點。一般來說，對於固定收入人士，銀行慣常要求申請人提交3個月的入息證明，包括薪金入賬銀行紀錄、工作證明及公司糧單、稅單等。

對於剛轉新工的按揭申請，若果申請人已可提供足夠3個月新工入息證明，銀行接納程度顯然是較高，基於未有新工之稅單，銀行一般要求連同舊工3個月入息證明及稅單一併評估。

那麼，若然當刻未足以可提交3個月入息證明，例如剛轉工僅可提交1個月的新工入息證明，是否等如銀行必然拒絕批出按揭？這亦未必，視乎有關情況能否已讓銀行信納申請人轉新工後繼續有足夠及持續還款能力，例如申請人轉新工後，新公司屬大企業機構、固定入息、與舊工作屬同一行業，即使新工僅有1個月入息證明，銀行仍會較願意接納情況。當中銀行在控制風險的原則下，或會以新舊工之間較低之入息去計算供款佔入息比率。

新公司背景成審批考量

另一例子是，同樣轉新工僅1個多月，但於一間規模甚小的公司工作，亦欠缺可在網上查看的公司資料，甚至新工並非與舊工屬同一行業，例如由從事會計行業轉去一間小型服裝地舖當售貨員，銀行一般未具信心確認申請人的工作狀況及新工的真實性，未必可在短短時間便接納新工的入息證明。

（作者為中原按揭董事總經理）



◀對於固定收入人士，銀行慣常要求申請人提交3個月的入息證明。 資料圖片