

# 貿發局力撐初創疫境突圍

## 頭炮「創業快綫」大師賽 支援優勝者推廣品牌

為進一步加強支援本港初創企業發展，貿發局宣布於5月至6月舉辦「樂聚香港·初創巡禮」活動，將與數碼港、香港科技園、投資推廣署及多間大學合作，共同舉辦近20項初創活動。香港貿發局助理總裁梁國浩昨於記者會上表示，雖然新冠肺炎對全球經濟帶來沉重打擊，但初創企業在這個時刻更加需要得到支援，此次活動與初創生態圈內不同的機構合作，希望初創企業能在疫情下把握新機遇。

●香港文匯報記者 莊程敏

初創企業數目於六年內倍增，由2015年的1,558間，升至2020年的3,360間，貿發局表示將繼續全力支持創業者，讓他們在「疫」境中拓展業務。據介紹，「樂聚香港·初創巡禮」活動以「創業快綫」大師賽及「創業快綫」抉選為主軸，涵蓋由貿發局及一眾初創組織所舉辦的工作坊、指導計劃及交流活動等。頭炮活動「創業快綫」大師賽，將特別為鼓勵及支持本地創業者而增設，讓過往在「創業快綫」的優勝初創展示他們如何透過「創業快綫」進一步擴展業務。

### 智能眼鏡商盼日後上市

獲選的優勝初創將可獲得額外一年的推廣支援及品牌宣傳機會。評審按公司的業務增長、擴展策略、應變能力等準則，評選出今年10個「創業快綫」大師賽優勝初創，包括 Contact Beverage、CYC Motor、Film Players、Gense Technologies、Incus、Koofy Development Limited、MAD Gaze、Return Helper、MedEXO Robotics及Miscato。

其中一間優勝初創為本地智能眼鏡初創MAD Gaze，公司主力研發虛擬實境(VR)及混合實境(MR)智能眼鏡，也為企業及消費者提供產品解決方案，最新推出的第四代智能眼鏡，希望更適合消費者使用。公司開發者社區經理黎冰接受香港文匯報訪問時表示，去年訂單並不太受到疫情影響，對此感到幸運，可能因為新科技大家都有興趣，很多大公司都開始對AR(擴增實境)有興趣。公司主要做出口，在多個國家都有分銷商幫助宣傳及銷售，內地亦有夥伴中聯通作宣傳，故銷售都不俗，未來目標亦希望能在香港上市。

### 下月辦「創企『闖』企：方案日」

另外，貿發局將於6月中，與香港初創企業協會合辦「創企『闖』企：方案日」，以健康科技為主題，邀請醫療科技、食物科技及有關身心靈健康的初創，鼓勵企業利用初創的創新理念，把科技應用在商業層面以拓展業務；亦會與香港青年協會合辦「青創體驗營」，為一眾青年創業者提供專業指導及實戰機會。



香港貿發局助理總裁梁國浩(前排中)稱，此次活動與初創生態圈內不同的機構合作，希望初創企業能在疫情下把握新機遇。

# 金管局擬設平台促合規科技應用

香港文匯報訊(記者 馬翠媚) 隨着監管機構近年逐漸收緊金融業規管，合規科技逐漸受市場注視，財經事務及庫務局局長許正宇昨透露，金管局正編制合規科技採用指數，量化並藉此監測銀行業使用合規科技的整體情況，同時金管局擬於下半年發布合規科技採用實務指引系列，及成立合規科技資訊平台，以進一步促進銀行業合規科技的應用和鼓勵資訊共享。

### 研推金融科技資歷架構

許正宇表示，金管局去年11月發布題為《善用合規科技力量：轉變風險管理及合規》的白皮書，並推出兩年計劃，通過一系列推廣活動和發展措施，促進銀行業採用合規科技，他亦提到金管局正編制合規科技採用指數，料亦可用作評估兩年計劃對促進合規科技應用的成效。

至於人才配合方面，許正宇表示，為加強培育合規科技人才，金

管局正制定合規科技技能架構，指出香港現時在這範疇所欠缺的相關技能，供銀行參考以作培訓用途，預計工作於今年第三季完成，同時金管局亦正與銀行業及專業團體合作，推出針對金融科技和合規科技的銀行專業資歷架構，協助新入職者和現有從業員在合規科技方面的專業發展。

### 「商業數據通」助掌市場需要

許正宇又指，財經事務及庫務局和金管局一直與創新及科技局共同推動金融科技發展，並正協助政府資訊科技總監辦公室推廣「智方便」作為合規科技的一項基礎設施應用於金融業，而金管局亦正研究建立企業版「智方便」和「商業數據通」，後者可讓中小企容許金融機構包括銀行查閱它們的商業數據，使金融機構更容易掌握它們的需要，在合規的前提下提供更適切的金融服務。



許正宇透露，金管局正編制合規科技採用指數，量化並藉此監測銀行業使用合規科技的整體情況。

而在支持金融科技業界研發合規科技方面，許正宇指財庫局今年2月推出「拍住上」金融科技概念驗證測試資助計劃，鼓勵金融機構聯拍金融科技企業就創新金融服務進行概念驗證測試，同時金管局正研究提升其監管沙盒，對有潛力的金融科技方案提供「一條龍」式的審批及資助，縮短創新金融產品推出市場的時間。

# 仲行：港逾百幢商廈需優化資產增值



●仲量聯行報告指，香港逾半的甲、乙級寫字樓樓齡已超過20年，最少有100幢商廈需透過資產增值策略保持物業價值。

### 五類物業的資產優化方向

<b>寫字樓</b>	工作場所應能配合新的工作模式，例如：安全和靈活的空間、健康設施及全新的租金釐定方式。
<b>零售</b>	商場必須迅速應對電子商貿的快速增長，尤其是在面積和空間運用上的改變。租戶組合亦出現變化，更多餐飲及體驗式零售商戶進駐。
<b>工業</b>	倉儲及物流業不斷演變以迎合即日送貨的需求、機械性能提高、自動化及可持續發展目標增加。電動車及無人機的應用前景亦將對物流行業中的地產元素造成顯著影響。
<b>酒店</b>	部分舊物業已被改裝及轉作共居空間或服務式公寓，其他則加快採用地產科技以提高營運效益。
<b>住宅</b>	可發展共居公寓、長者屋、學生宿舍及混合式項目，並融合在家工作及其他生活方式趨勢。

香港文匯報訊 仲量聯行估計香港有至少100幢商廈需要大規模提升設備以配合租戶所需及吸引租客。亞太區情況相若，核心區投資物業半數已落成逾20年，仲量聯行估計區內樓齡高、設備落伍物業的隱藏價值超過400億美元。

鑑於現時香港有超過一半的甲、乙級寫字樓樓齡已超過20年，加上未來數年有大量新寫字樓供應流入市場，

仲量聯行認為最少有100幢商廈需要透過資產增值策略保持物業價值。

### 租金較新式物業低最多40%

該行最新公布的《釋放物業價值》(Unlocking Valucin Real Estate)報告指出，若不提升資產質素，寫字樓、商場、酒店、住宅大廈及工廈物業將難以迎合用家日新月異的習慣和喜好，且這些大廈亦因設備落伍而影響市值。

研究報告顯示，樓齡高及設備過時的大廈所能獲取的租金，較地點相若但設備新穎及管理完善的大廈低10%至40%。隨着疫情後新設計物業陸續推出市場，租金差別會更趨明顯。

仲量聯行亞太區資產發展部主管Andrew Macpherson表示，新冠疫情改變了市場運作模式及租戶的期

望，不少現有大廈租金回報率與疫情爆發前水平相比不能同日而語。要維持對租戶的吸引力及滿足其不斷變化的需求，業主與投資者均日益注重提升物業質素，包括優化設計以至大規模升級，甚至重新定位或更改整幢物業用途。

### 新冠疫情改變用家需求

此外，樓齡高的大廈在能源及保養系統上均欠效益，導致營運成本增加，成為投資者和業主為舊式大廈翻新設計及進行資產優化的最大誘因。

該行續指，在新冠疫情出現後，用家對健康設備、更佳的親身體驗、可持續發展及技術工具的需求急速增長，不同類型的物業可以透過資產優化發揮最大潛力。(見附表)

Macpherson認為，現時投資者和業主面對的一大挑戰是如何界定及落實優化物業的合適範疇，以在特定投資期內獲得最佳回報。該行認為，緊貼市場趨勢並關注創新的影響及數據、基準和分析工具的廣泛使用，有助投資者識別最佳的優化策略，從而提升資產的表現及價值。

# 標普料本港虛銀扭虧為盈仍需時

香港文匯報訊(記者 馬翠媚)本港首批8間虛銀去年業績全部「見紅」，評級機構標準普爾昨就亞太金融機構前景展望時預期，因應本港虛銀大多數成立時間不長，仍在起步階段，規模相對較細，加上目前較專注零售業務、提供產品種類有限，故相信本港虛銀若要扭虧為盈仍需要一段時間，同時建議它們應把握粵港澳大灣區機遇，尤其是預期即將通車的跨境理財通。

標普提到，因應疫情關係，令市場衍生更多數碼化需求，亦因而縮窄傳統銀行及虛擬銀行差距，特別是亞太地區。不過該行亦指出，疫情實際亦對傳統銀行及虛擬銀行帶來不同影響，如傳統銀行需調整分行網絡、加大投資數碼化服務等，而虛銀亦面對不少難題，包括在低息環境下難以維持高存款率、要取得資本亦更見困難等。

### 籲虛銀增強業務模式

不過標普認為虛銀的長期前景仍然樂觀，同時看到虛銀存在價值，尤其在亞洲。該行解釋，由於亞太地區不少市場仍有很多缺乏銀行服務者(underbanked)需要基本銀行服務，同時市民使用互聯網更頻密，加上市場對基本銀行產品亦展現出龐大需求等，都對虛銀的長期前景有利。該行同時亦提醒，虛銀若要繼續長期營運，仍需要建立獨特的價值地位或增強業務模式才能生存。

本港首批8間虛銀去年已全部正式投運，標普指出這些虛銀在開業初期靠高息存款吸客，然而在低息環境持續下難以維持高息存款策略，預期它們若要賺錢仍需一段時間，該行亦認為本港銀行業飽和度高，虛銀若要從中突圍而出，關鍵在於虛銀能否提供具差異化的產品和服務，以及對市場變化反應更快等。

對於虛銀出現會否為傳統銀行帶來挑戰，標普則認為本港銀行業是一個非常集中的市場，其中四大行已佔據市場近七成業務，因此在中期而言並不預期虛銀會對這些銀行構成威脅，而一些大型銀行亦已跟上市場不斷變化的趨勢，同時加大數碼化投資。

# 蘋果平板電腦首季出貨量佔全球36%

香港文匯報訊(記者 周曉菁) 疫情令平板電腦需求持續。機構Strategy Analytics公布的數據顯示，就今年首季度數據來看，全球平板電腦出貨量增44%至4,580萬台，其增長達到8年來的最高水平。其中，蘋果平板電腦出貨量達1,680萬台，同比增幅達75%，為全球第一，市場佔有率達36.7%。

市場對各品牌的平板電腦需求幾乎都

錄得大幅增長。季內，排名第四的聯想(0992)出貨量增幅高達138%，至380萬台，市佔率由去年同期的4.9%增至8.2%。出貨量排名第二、第三的Samsung、Amazon分別錄得76%、37%的增長。惟華為出貨量下降33%至200萬台，市佔率從9.5%跌至4.4%。

Strategy Analytics認為，人們在家辦公、學習和娛樂，對平板電腦需求不

斷增大，許多家庭對產品進行了重新購買或更新換代。而隨着疫情的反覆，愈來愈多的人以積極態度應對在家工作。

以平板電腦所用系統來看，首季度Android平板出貨量為2,380萬台，同比增32%，但由於蘋果的強勁增長，其市佔率由去年同期的56.6%下降至51.9%。



●數據顯示，蘋果平板電腦首季出貨量達1,680萬台，同比增幅達75%。