

三年行動計劃 構建灣區融合新機制



國家發展和改革委員會25日發布《粵港澳大灣區國際一流營商環境建設三年行動計劃》，為兩地市場高度融合構建新的制度機制。這是中央為深化粵港澳大灣區合作與融合發展，繼推出橫琴、前海兩地總體發展規劃之後，進一步打造具有市場化、法治化、標準化、國際化的一流營商平台，提升大灣區市場一體化水平和國際

競爭力的戰略性部署，也是對香港特區未來可持續高質量發展提出的戰略性要求。特區政府要積極響應灣區的創新舉措，充分發揮「兩制」優勢，充分發揮主導作用，探索灣區協同合作的價值，主動與國家相關部委研究探討創新灣區融合的制度機制，推動大灣區進一步開放融合、協同發展。

嚴剛 立法會議員

行動計劃明確提出，經過三年努力，粵港澳大灣區與國際通行規則相銜接的營商環境制度體系基本建立，共商共建共享體制機制運作更加順暢，市場化法治化國際化營商環境達到世界一流水平，市場活力和社會創造力充分釋放，市場互聯互通水平顯著提升，在全球範圍集聚和配置各類資源要素的能力明顯增強，營商環境國際競爭力居全球前列。

推動灣區銜接境外資本市場

為達至人民至上、創新引領、互利共贏、開放包容的融合發展的戰略目標，行動計劃提出要精準對標《全面與進步跨太平洋夥伴關係協定》(CPTPP)等高標準國際經貿規則，推動大灣區內地9市擴大開放與制度創新。香港在「一國兩制」下擁有「背靠祖國、聯通世界」的優勢，有條件打造兩地市場高度融合的制度機制，並且能夠將高度融合的粵港澳大灣區市

場機制與境外資本市場機制銜接，確保粵港澳大灣區能夠在國際市場競爭中保持強大的活力與競爭力。

在創新市場機制的同時，香港特區也可在參照國家標準的基礎上，制定灣區統一共享的標準，爭取國際市場的認可，特別是行業技術標準認證及專業技術資格認證，使其影響力及至亞太乃至更廣泛的地區，讓國家標準能夠在全球融合發展中發揮積極作用，提升國家影響力。

行動計劃提出「進一步取消或放寬對港澳投資者的資質要求、持股比例、行業准入等限制」，「在外商投資准入負面清單之外的領域清理取消港澳企業在招標投標、政府採購、權益保護等方面存在的差別化待遇」等，客觀上提出了港人港資在灣區享有與內地居民同等待遇的平等市場准入機制，更加為港人港資進入灣區內地市場創造了無限空間，使香港在擁有

「背靠祖國、聯通世界」獨特優勢下，更容易把握各種機遇。

行動計劃還提出穩步推進金融市場互聯互通，擴大金融業對港澳開放，支持深圳證券交易所、廣州期貨交易所與香港交易所深化務實合作；做好「債券通」之「南向通」，推動債券市場雙向開放提速；支持符合條件的港澳金融機構和非金融企業在內地發行金融債券和公司信用類債券。這些具有前瞻性的政策導向，有助特區政府進一步推出更加靈活開放的政策，全方位融入國家發展大局，強化香港國際金融中心地位。

促進資源跨區域有序流動

行動計劃提供機遇，促進香港可持續發展，同時也對香港特區政策制度機制創新提出了新的戰略性要求。香港須打破區域界限與行政區隔，促進資源要素跨區域、無障礙有序流動。

長遠而言，特區政府須善用創新機制與制度，進一步激發市場活力，分享中國式現代化發展紅利，為港企長期穩定發展提供充足的穩定劑與助劑，讓港資企業在更廣大的市場空間自由持續發展。

當前，廣州南沙實施特別開放措施，旨在推動港澳企業協助當地金融、教育、法律及爭議解決、航運、物流、鐵路運輸、電信、中醫藥、建築及相關工程領域發展。廣州方面亦率先實施兩批72項與港澳規則銜接的事項清單，出台57項境外職業資格便利執業認可清單。特區政府除了要積極響應灣區的創新舉措，更要充分發揮「兩制」優勢，充分發揮主導作用，全力支持《粵港澳大灣區國際一流營商環境建設三年行動計劃》，探索灣區協同合作的價值，主動與國家相關部委研究探討創新灣區融合的制度機制，推動大灣區進一步開放融合、協同發展。

發展文化旅遊 展現香港璀璨魅力

盧金榮 全國政協委員 中華海外聯誼會理事 香港中華廠商聯合會會長



在4天的聖誕長假期中，香港出入境人次累計突破400萬，但在旅客旅遊模式轉變的大趨勢下，有業界人士反映入境旅客數量和消費額都未如預期。香港如何改變過去以消費購物作招牌，不斷提升香港旅遊業的競爭力和吸引力，引起社會廣泛關注和討論。

香港是國際大都會，中西文化薈萃，一直是中外旅客到訪香港的吸引力所在。「十四五」規劃明確支持香港發展成為中外文化藝術交流中心，《粵港澳大灣區發展規劃綱要》亦提出共建「人文灣區」，着力增加優質文化和旅遊產品供給、創新文化和旅遊交流推廣、推進文化和旅遊融合發展。中央的人文文化支持，就是香港旅遊業謀發展興動能的重要出路；發揮香港的旅遊優勢，用好中央的支持，深化香港的文化旅遊產業發展，就是香港振興旅遊業的重大利好。特區政府和香港旅遊業協會在今年推出「創意·深度遊」行程設計比賽，旨在鼓勵開發更多具有文化特色的旅遊產品，正是推動香港文化旅遊發展的積極嘗試。

善用博物館展覽資源

香港不乏發展文化旅遊的硬件和軟件。硬件方面，西九文化區擁有香港故宮文化博物館、M+博物館兩個文化亮點工程，是四方來客的「文化藝術朝聖地」之一，當中香港故宮文化博物館長期展示近千件來自北京故宮博物院的珍貴文物，M+博物館則展示當代海內外新派藝術。西九文化區凸顯了香港中西文化交流薈萃的特點，香港應充分利用「背靠祖國、聯通世界」的優勢，積極善用西九文化區，配合兩大博物館與眾多文化藝術設施相互聯動，聯同內地不同省市合作，進行博物館聯展、文化交流及探索，全面展示傳統與現代、中國與世界的文化藝術，形成世界級文化博物館及藝術展覽群，以「香港站」為起點打造文化藝術「一程多站」的首發站。這既可吸引海內外遊客在香港認識厚重瑰麗的中華文明，又可助力內地文化產業結合外國前沿文化藝術「走出去」，以文化產業賦能旅遊，重塑香港旅遊吸引力。

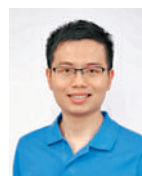
軟件方面，香港文創產業底蘊深厚，香港的影視作品、歌曲等過去不但在海峽兩岸暨港澳以及亞太地區大

受歡迎，更享有「東方荷里活」美譽。香港應聯同業界充分挖掘，加以利用，為香港的文化資源賦予新面貌，包括善用現代科技創新文化展示形式，研究沉浸式、互動式的文化旅遊體驗方式，探索數字化技術在文化旅遊中的應用，喚起文化印記，運用好文化號召力，通過設立「打卡點」等市場運作模式在新媒體平台上加以推廣，為文化旅遊提供強而有力的支持。

推廣傳統節慶活動

香港與廣東一衣帶水，與大灣區內其他城市語言相通、文化相近，在新界等鄉郊地區便保留了不少共同的嶺南傳統文化特色。依託香港傳統節慶活動，與大灣區其他城市聯動開發香港本地傳統特色文化產業，結合熟食夜市、手工藝市集等特色意念項目，有利拓寬文旅產業的內涵及受眾，發揮香港獨特的文化魅力。

發展文化旅遊是提升香港旅遊吸引力的重要途徑。香港應充分發揮自身優勢，以文旅創新意念推動旅遊產品和服務轉型，加強與周邊地區的合作，創新旅遊宣傳和推廣，並完善相關政策，共同實現振興香港旅遊業「金漆招牌」的美好未來。



特區政府於2022年的施政報告提出，在2035年或之前會停止新登記燃油及混合動力私家車，以配合香港爭取2035年將碳排放總量從2005年水平減半，2050年前實現碳中和的政策目標。為了推動電動汽車在香港的普及化，政府曾經提供不同的稅務寬減措施，例如早期全免電動車的車牌費，及後

為可獲寬減的稅額設定上限，再於2018年起推出電動車「一換一」計劃，車主首次登記一輛新電動私家車之前，拆毀及取消資格的舊私家車登記，便可獲首次登記稅寬減。

一般市民更換電動車，考慮最多的除了是價錢外，就是充電設施的配套。充電位不足問題嚴重影響車主轉用電動車的意慾，並對充電的便利性感到困惑。為了方便住宅物業業主能簡易地在其停車位安裝充電器，在居所的停車場為電動車充電，政府於2020年10月及2022年8月分兩階段，推出合共35億元的「EV屋苑充電易資助計劃」，協助及鼓勵合資格的現有私人住宅樓宇及屋苑停車場安裝電動車充電基礎設施。

電動車遠未普及仍需政府資助

在政府的全力推動下，香港的電動車發展有了明顯的進展，在2023年首10個月，香港約三分之二的新登記私家車是電動車，數量達到約23,000輛，同時非電動車即傳統燃油車或混能車的數量只剩下約12,700輛，較從前大幅下降。「EV屋苑充電易資助計劃」完成後，預計可協助約140,000個現有停車位加裝充電基礎設施，分佈於約700個現有私人屋苑停車場。

「一換一」計劃本來於2021年到期，但獲特區政府延續了3年，令有關稅務寬減有效期延至2024年3月31日，至今仍未公佈後續安排。「EV屋苑充電易資助計劃」現時收到的申請，涉及資助金額已接近撥款的上限，因此計劃將於2023年12月31日停止接受申請。若此前香港的電動車主要是依靠政府的推動，才能有明顯的發展，那麼我們應該思考政府應延續上述兩個資助計劃，還是因應整體環境已經改變，電動車的普及已經普及，政府無需在公共財政嚴重惡化的情況下，再大灑金錢繼續推動電動車發展。

自由黨中產權益關注組一直關注電動車的普及，以及「一換一」計劃的進展，於今年9月下旬至10月上旬向香港島設有停車場的屋苑進行了問卷調查，超過七成的受訪人士指出，若電動車「一換一」計劃屆滿後不予延續，會對購車計劃有非常大或大的影響，另有逾九成的受訪人士認為，香港現有的電動車充電站完全不能或不能夠滿足市民的需求。按2023年10月的數字，在香港領牌的電動私家車總數約為68,000輛，佔整體私家車領牌總數580,000輛的大約12%，雖然比過去幾年已經有很大的增長，但以整體存量計仍然談不上普及，政府仍然有需要推動電動車在香港的發展。

公共停車場應多安裝充電設施

政府在延續資助計劃的同時，應該思考有什麼完善的空間，令公務運用得更有針對性，促進電動車在香港的普及化，減少碳排放。以「一換一」計劃為例，不少電動車在享受稅務寬減後，售價也只是和同級數的燃油車相若，比較在世界其他地方的售價仍然貴了一大截，以內地引進的電動車尤甚，一河之隔但售價差距極大，當然部分原因是因為左軹與右軹的分別，但這問題值得政府正視，以免窒礙香港電動車普及的步伐。

「EV屋苑充電易資助計劃」方面，政府亦應積極考慮擴大資助範圍，增加資助在商場、辦公大樓以至學校等出行目的地的停車場安裝充電設施。隨着充電技術的進步，大多數電動車能夠在短時間內，以中充或快充恢復電力水平，足夠在正常情況下在香港使用一個星期或更長時間，而且有利於住宅充電設施通常在晚間過夜使用，只可供一部電動車使用，商場或辦公大樓的充電設施在日間使用，當完成一部電動車的充電後便可供其他電動車使用，使用效率絕對大幅高於住宅，在成本效益而言，資助目的地停車場安裝充電設施，更有助電動車普及化。

最後，要減少香港交通造成的碳排放，除了令電動私家車普及外，在商用車的推動同樣重要。雖然商用車數量較少，但始終其行駛里程較私家車長，造成的污染自然更多。可惜香港目前只有極少數電動商用車，的士只有9輛，佔總數0.05%，輕型貨車只有502輛，佔總數0.7%。最近有的士業界表示會購入200輛電動的士，實屬可喜，政府要進一步推動綠色運輸，在2027年底前實現約700輛電動巴士和約3,000輛電動的士在香港路面行駛營運的目標。

長假市道要到兩地大節才見真章

文平理

聖誕假期剛過去，累計超過400萬人次經各口岸出入香港。這次是香港疫後復常後首個聖誕長假，香港能否把握旺季商機引起社會關注。有個別聲音放大比較港人外遊和內地旅客來港的數字，聲稱香港市道未能把握長假機遇，既留不住港人消費，又吸引不到旅客。事實上，內地聖誕是正常上班上課日子，來港人數並未達到最高峰，出入境旅客不對等實屬正常。消費旺季尚未結束，還有即將到來的除夕和元旦，業界應集中精力迎接參與各種跨年活動的市民和旅客，屆時再為市道論斷也不遲。

入境處數字顯示，12月23日經香港各口岸出境人數約67萬，入境約39萬；24日有約63萬人出境，41萬人入境。到25日聖誕節入境人數比出境多，入境有約53萬人，出境有約48萬人，26日入境有約60萬人，出境有34萬人。再細看數字，香港居民出境高峰是在23日和24日，入境高峰是在25日和26日兩天聖誕假期，24日有45萬港人出境數字，已獲25日42萬港人回港數字大致彌補，證明不少外遊港人仍會選擇在部分假期留港。再回看疫情前數字，2018年12月

25日聖誕節當天，57萬人次出境，48萬人次入境，出境人數還比入境人數多，當時輿論卻沒有人拿出入境數字斷定「市道不景」。

香港與內地和海外復常通關，多了港人外遊消費，某程度上反映港人手頭有餘裕及消閒情緒。本港最近失業率維持2.9%，接近全民就業，市民有興趣與親友和三五知己到內地或海外消費，一解過去3年疫情沒有機會外遊的鬱悶，舒展身心，探索新設施新景點，其實不難理解，也反映社會氣氛已從疫情之中恢復。港人多外遊，航空公司、港鐵等跨境運輸機構，以及買賣旅行用品等商店也可從中獲利，貢獻本港經濟。

近來港元在聯匯匯率下跟隨美元強勢，以港元兌換人民幣在內地消費比較實惠。而港人旅遊熱門目的地日本，日圓一度弱勢，兌港元匯率曾經創歷史低位。匯率波幅會吸引港人外遊，日本旅客來港意慾會減弱，但只是一時之效。市場已預告，美國加息周期已完結，匯率恢復穩定後，港人的消費力回歸本地也是可以預見。

至於有意見謂，聖誕來港的內地旅客少。但略為思考一下都知道，聖誕

節並非內地假日，而且23日內地入境香港旅客人次已有16萬，比之前的周末已略多，他們來港感受聖誕氣氛，已為消費帶起一定的「撐場」作用。

由以上種種數字以及客觀因素，已證單靠假期期間出入境數字論斷「消費外流」「肥水已流別人田」，並不準確。旺季市道是多是壞言之尚早，市場反而應該把精力集中在即將到來的元旦等內地、本港和海外地區同樣是假日的日子，這時香港零售、服務業銷情才算真章。香港各界已準備多個跨年倒數和元旦慶祝活動，例如旅遊發展局已準備在12月31日晚上在維港舉辦歷年面積最大、歷時最長的除夕煙花音樂匯演，綻放的煙花將橫跨中環至北角一帶。其他旅客熱訪地點例如尖沙咀海港城、海洋公園等，也準備了節日裝飾吸引旅客到訪。在節日氣氛襯托下，食肆和零售界應趁早準備，產品要推陳出新，服務要更周到，如響應社會提倡，多講「唔該」、「多謝」，改善消費體驗，令旅客有賓至如歸的感覺，服務好每一位客人，到2024年來臨之時再做總結，方為準確。

符傳富 自由黨黨員 前運輸及房屋局局長政治助理

優化政府資助 多建充電設施