

經濟增長展現韌性 積極突圍化危為機

財政司司長陳茂波昨日在網誌透露，香港首季GDP數字會有穩健表現，但美國自4月起發動關稅戰，香港作為外向型經濟體不可能不受影響。特區政府和香港社會各界需要妥善應對，化危為機。一方面是加快現有優勢產業的轉型，完善投資環境藉以吸納全球資金透過香港特區投資中國；發揮國際化和專業服務優勢，服務內地企業開拓「一帶一路」和全球南方新興市場。另一方面是發展以創新科技為主的新型優勢產業。在此過程中，香港尤其要重視與內地的優勢互補，以國家的穩定發展和堅實支持作為香港經濟發展的最大底氣。

美國發起的關稅戰正引發全球經濟格局劇變，國際貨幣基金組織(IMF)將今年環球經濟增長預測下調至2.8%，創下疫情後新低。在這場波及全球的貿易風暴中，香港作為高度外向型經濟體，經濟學家預測首季GDP仍錄得2.5%至3.5%的穩健增長，這受益於訪港旅客按年增9%、零售業銷售額連續兩月錄得正增長。

在早前美元資產遭全球拋售、美債收益率創24年最大周漲幅的背景下，香港金融市場展現出獨特韌性，吸引國際資本加速向香港集結。這種資金流向的逆轉，根植於香港作為「一國兩制」下的國際金融中心的制度優勢——既擁有普通法系保障的法治環境，又背靠內地龐大經濟體量，更在「一國兩制」框架下保持資本自由流動。特區政府正將這種制度優勢轉化為戰略主動，包括已指示證監會和港交所做好準備，服務在海外上市的中概股回流香港，將香港打造為他們的首選上市地。這些舉措直指全球資本配置的新趨勢——當美國濫用金融霸權凍結他國資產時，香港正在打造一個「去政治化」的國際金融交易平台。

美國關稅戰對香港轉口貿易的衝擊正在顯現，但這

恰恰催生了香港經貿服務的升級機遇，首季輸往內地和東盟的出口貨值均錄得強勁升幅。隨著美國濫施關稅，全球各地都在加快與其他貿易夥伴加強合作，這給了香港很好的機遇——從單純的貨物流轉樞紐，升級為「一帶一路」技術標準輸出者和全球南方市場的「本土化顧問」。出口信用保險局已推出措施，幫助出口商更好開拓東盟市場，香港的國際仲裁、跨境結算、離岸人民幣服務等，更可以成為「去美國化」全球貿易體系的重要節點。

除了現有優勢產業的轉型，香港積極「搶人才」、「搶企業」，有助於打造新的優勢產業。特區政府2022年推出「高端人才通行證計劃」，截至去年底收到近12萬宗高才通申請，批出逾9萬宗，當中約7.6萬人已來港。隨着美國收緊學生和人才簽證，更多優秀人才將考慮來港升學和就業，有利於特區引進更多優秀人才和企業，加快發展創新科技。

香港經濟轉型的最大底氣，來自與粵港澳大灣區的深度融合。這種協同不是簡單的要素流動，而是創新生態的深度融合。當香港的國際化和科研優勢、深圳的產業化能力、東莞的製造業網絡形成共振時，將爆發出改寫全球產業格局的能量。

在美國關稅戰引發的全球經濟震盪中，香港經濟正上演一場精彩的「突圍戰」，其勝負的關鍵在於將制度優勢轉化為戰略主動，在於勇闖創科深水區，在於與國家戰略同頻共振。當香港國際金融中心的資金虹吸效應、經貿服務的全球網絡、創科產業的硬核突破形成合力時，我們必將在全球變局中創出新天地。正如陳茂波所言：「國家的穩定發展是香港最大的底氣」，而這底氣正在轉化為香港經濟突圍的磅礴動能。

借助內地旅遊新策 打造「一程多站」樞紐

5月是香港旅遊高峰，內地近日出臺數項涉及文旅的新措施，包括進一步優化離境退稅政策、推進粵港澳遊艇自由等。特區政府應借力新政策，吸引旅客途經香港到海外及內地旅遊，更好推動與內地城市「一程多站」旅遊路線和產品發展。

除了五一黃金週，本港今年5月也迎來端午節，以及在佛誕假期舉辦的長洲太平清醜，本港旅遊相關業界都在籌謀推出吸引旅客的新招。恰逢內地推出旅遊新措施，能夠為本港提升旅客人次賦能。一方面，商務部等6大部門昨日發布《關於進一步優化離境退稅政策擴大入境消費的通知》，措施包括下調境外旅客離境退稅起退點至200元人民幣，並將現金退稅限額上調至20,000元人民幣。另一方面，廣東海事局近日發布《粵港澳遊艇自由行政策方案(徵求意見稿)》，實施入境港澳遊艇「免擔保」政策，以及港澳遊艇「兩套牌」管理模式。港澳遊艇可申請1年有效臨時船牌，可使用廣州南沙等6個遊艇出入口口岸，在內地每次連續停留或每年累計停留最長可達180天。

相關政策主要有兩個亮點，利好香港旅遊市場。一是進一步促進海外旅客入境內地旅遊，中途逗留香港。境外旅客可以在內地購買到較便宜的貨品，並享

受離境退稅，除了增強他們的消費意慾，也有利於內地優質商品「走出去」。此外，內地自2024年12月起實施的外國人免簽停留時間延長至240小時的安排，將促使更多海外旅客赴內地旅遊。香港作為國際航空中心，既有直達海外的航班，旅客也可乘坐飛機和高鐵、輪船來往內地多個省市，可以擔當「旅遊驛站」，讓海外旅客在旅途中逗留香港，欣賞中外文化薈萃的華彩。

二是開放大灣區水域資源，讓珠三角江海交匯的壯麗風光得以在旅客面前作更完整呈現。港澳遊艇將來可以遊走內地多個口岸，除了能夠吸引擁有私人遊艇的高端消費群外，長遠也可以為容許出租遊艇來往港澳及珠江口水域鋪路，擴張現時流行的釣魚團、生態導賞團的路線，支持發展海島特色遊，開拓本港以至周邊城市的海島海岸旅遊資源，打造更多樣化的旅遊生態。

內地去年底恢復辦理深圳居民「一簽多行」政策，藉着「說走就走」的便利，刺激訪港人數上升。本港除了追求旅客數量的上升，「質」的方面同樣需要注意。訪港旅客消費主體年齡層正出現迭代變遷，香港在內地的新政策下也要應變求變，以自身創意和資源創造紅利，豐富旅客體驗，令香港都市吸引力得以昇華，善用地利，人暢其流，展現旅遊的勃勃生機。

文匯社評 WEN WEI EDITORIAL

專訪美資公司COACH行政總裁：特朗普關稅主張令企業困惑

對中國前景感樂觀 大中華區增開分店

本報專訪

美國總統特朗普向全球貿易夥伴發動「關稅戰」，其中針對中國部分商品徵收高達245%的瘋狂關稅，中國則推出反制措施，對美國商品徵收125%關稅，中美貿易近乎停頓。總部設於美國紐約的奢侈零售品牌COACH，其行政總裁Todd Kahn日前巡視亞洲業務，他在香港接受香港文匯報專訪時坦言，特朗普的關稅主張令企業感到非常困惑，他希望美國的政治家能明白貿易的真諦，是為不同地區挖掘發展潛力，關稅則是阻礙。他又指，對中國的中長期前景感到樂觀，認為這是公司實現有意義增長的最佳機會，未來將在包括香港在內的大中華地區開設更多分店。

●香港文匯報記者 莊程敏

作為處於中美關稅戰夾縫中的美資公司，Todd在訪問中指出，「對於任何企業來說，不確定性都是一個挑戰，坦白說，我們無法進行計劃，我不知道該如何進行庫存管理，也不知道是否應該投資，不確定性對我們並沒有幫助。」他說，「我們相信真正的貿易和諧，是能夠為每個地區挖掘出最佳發展潛力。關稅與此正好相反，它阻礙了全球貿易，而不會提升人們的生活品質。」

盼美政客了解貿易真諦

Todd希望美國政府的政策制訂者能夠理解貿易的真諦，「即使是出於美國的利益，但關稅通常不是一個好的手段。」他強調：「創造和諧以及尋求全球的共同點，在歷史上始終對大家都有利，而不僅僅是對某一部分人好。」談到這次來亞洲及香港巡視業務，Todd非常興奮，「我在COACH工作已經有17年之久，這可能是我第5次來到香港，非常喜歡香港。」他覺得香港目前對他最吸引的除了美食之外，還看到香港在文化藝術展覽方面的全面蓬勃發展，從以前單純的購物吃喝到現在的生活的全方位體驗升級。他還去了武漢及深圳。

香港市場對公司影響關鍵

Todd提到，公司非常重視香港旅遊業的發展，特別是吸引內地遊客方面的情況，但新冠疫情期間遊客減少了，令公司轉向更加重本地消費者市場，而這一策略取得了成功，服務態度是其中一項很重要的因素。「有時我到一些名店時，感覺銷售人員對顧客不是有太尊重的態度，但在我們COACH要求所有服務人員必須尊重所有客戶，無論有否消費，消費金額多少都必須殷勤招待。」隨着香港旅遊逐漸恢復，尤其是看到中國內地遊客重新增多，Todd說，香

港仍然是全球眾多遊客的目的地，這對COACH的業務有很大幫助，「我目前對中國的中長期前景感到樂觀，我仍然認為這是公司實現有意義增長的最佳機會，我們有計劃在香港開設更多分店。」COACH目前在香港有15家門店。

體驗式零售刺激業務增長

COACH全球2025財年第二季度的業務增長達10%，儘管關稅戰令營商環境充滿不確定性，但Todd表示，COACH在全球仍看到巨大的增長潛力，當中在本地及北美市場，COACH正在迎來一個復興期，公司也計劃在當地擴展新店。在大中華地區的業務也非常強勁，未來幾年將增加更多的門店。他指出上述成績應歸功於產品的質量，還有是關注體驗式零售的策略，「我們在新加坡、中國內地和印尼等地開設了食品和飲品的服務，例如COACH咖啡店，並將它們推廣到美國。特別在疫情後，年輕的Z世代喜歡與朋友外出，共同分享購物體驗，這對公司帶來了很大的好處。因此我們在各地區都有顯著增長。」

Todd笑言：「我不想說得自己像是信心滿滿，但COACH正經歷全球範圍的復興，甚至可以說得上找不到COACH目前表現不佳的地方！」

據介紹，COACH目前在香港有15家門店；在澳門有3家；在中國內地有近300家，涵蓋90多個城市，並積極擴展。



COACH行政總裁Todd Kahn覺得香港對他最吸引的除了美食之外，還有文化藝術展覽的發展。香港文匯報記者黃宇威 攝

我們相信真正的貿易和諧，是能夠為每個地區挖掘出最佳發展潛力。關稅與此正好相反，它阻礙了全球貿易，而不會提升人們的生活品質。

瞄準Z世代需求 全球業務逆市增

環球經濟近年飽受通脹之苦，美國又開打關稅戰，IMF日前下調了今年全球經濟增長預測。去年有報告指個人奢侈品銷售額預計下降2%，為有紀錄以來最疲弱的一年。在內地和香港開展業務已有超過25年，COACH行政總裁Todd Kahn指出，該公司的業務目前仍表現強勁，他歸因於公司專注Z世代（泛指1990年代末至2010年代前期出生的人）客戶的策略奏效，對來年的銷情仍充滿信心。

Todd表示，目前的市場確實面臨挑戰，當前世界充滿變數，這些不確定性對於商業環境而言並不是好消息，「然而對於COACH來說，我們提供的價值主張對全球消費者來說依然非常吸引人，尤其是考慮到Z世代對真實性、創新性和目標驅動型品牌日益增長的需求。」

2025財年第二季全球業務增長10%

COACH財報顯示，公司業務在全球市場都表現出色，截至2024年年底，即公司2025財年第二季度全球業務增長達到10%。Todd指出，COACH的成功原因之一，是對Z世

代客戶的專注，加上在傳統歐洲奢侈品牌價格逐漸變得高昂的背景下，COACH產品的「性價比」更顯突出，他對來年的銷情仍充滿信心，暫時亦無加價計劃。作為一個擁有80年歷史的品牌，近年由「輕奢」(Accessible Luxury)升級為「真我新奢」(Expressive Luxury)，「我們重視傳承，同時花了很多時間傾聽和了解顧客的需求，特別是如何吸引Z世代」，他說，「COACH是很多人的第一個手袋，我們希望他們對購買感到非常滿意。以我們最新的鏈條手袋為例，其材料和皮革質量以及設計感都非常強，性價比高，這也是我們在市場上取得成功的原因之一。」

無論經濟起落 手袋依舊銷售強勁

正如中國的一句俗語所說，「亂世出英雄」，Todd說，現在確實處於一個非常有趣的時代，不過專注於能夠控制的領域，例如以真誠的方式與客戶交流，創造優美的產品，並確保為客戶提供具價值的選擇。「在我超過20年的職業生涯中，見證了經濟的多次變遷，而手袋在任何時期都是銷售強勁的類別之一。特別是我們的價格範圍親民，很多女性會選擇購買優質的手袋作為自我獎勵，手袋具有特別永恆的意義。」

「揀舖」心得 租金合理較地點更重要

香港零售業面對重重挑戰，最新2月的零售業總銷貨價值按年下跌13%，除了關稅戰令環球經濟變得更不明朗外，市民北上消費亦令本土零售業百上加斤，香港商業區的核心街道有不少「吉舖」。明言計劃在香港開設更多分店的COACH行政總裁Todd Kahn，他原來對怎樣「揀舖位」也很有心得。

不再堅持在核心區租天價舖

「幾年前我就已經學到了一件事：曾幾何時，大家會說我必須在某條知名街道上開一家店，那就成了一個強大廣告效應，不過現今已不再持有這樣的觀念，最強大的市場行銷工具其實就是大家的手機，透過手機我們能夠了解品牌的信息，遠比在知名的街道上駕車經過時閃過的招牌要重要得多。」

去年香港四大核心購物區的舖位整體租賃成交量按年下跌約24.6%，只錄得約985宗，跌穿1,000宗水平，為過去數年最低。Todd認為，香港目前的商業租金水平相對有利，雖然業主總是希望增加租金，若租金變得不合理，那

麼商戶就沒有經營下去的意慾。他認為商戶與業主應是合作夥伴關係，目前COACH於全球運營將近1,000家分店，有很好的合作夥伴，「我們總是願意支付公平的租金，但在某些情況下，如果租金無法達成公平，那我們就必須考慮搬遷。」

香港開咖啡店申請穩步進行

至於在香港的擴展計劃，他說公司確實有計劃開設更多分店，因認香港市場仍有很多開拓的機會。兩年半前，公司推出了一個稱為「真我新奢」的新品牌理念，針對具有時代感的Z世代客群，這讓公司可能進駐在過往不曾考慮的街區和零售區域，不再局限於頂級奢華購物中心。

他分享指，「最近我在台北發現一個街區很有趣，有一家店裏有一間咖啡店，周圍沒有其他零售商店，感覺很不錯。」公司近日亦在武漢開設旗艦店，設有咖啡廳，供應食物及飲品，很受Z世代歡迎，未來亦希望在港開設類似店舖，「品牌正在香港申請開咖啡店，手續正在辦理中，大家可期待一下囉。」