

中辦國辦發文 港股大灣區企業允深上市

「試點意見」涉港內容撮要

① 探索重大科技基礎設施多元化投入和開放共享機制，實施科研設備、耗材等進出境便利化管理。
② 允許在香港聯合交易所上市的粵港澳大灣區企業，按照政策規定在深圳證券交易所上市。
③ 提升數據安全治理監管能力，在符合法律法規和有關要求前提下，探索高效便利安全的數據跨境流動機制。
④ 研究增加粵港澳遊艇自由行指定出入境口岸和靠泊點。
⑤ 深化國際航行船舶相關配套制度改革，為港澳台船員辦理社會保險提供便利的經辦服務。
⑥ 試點允許符合條件的香港涉稅專業人士在深圳特定區域登記執業。穩妥有序擴大境外職業資格便利執業認可清單，優化境外期貨從業人員等在深圳執業的考試機制。
⑦ 支持深圳依法對特定港澳商事調解組織出具的調解協議進行司法確認和強制執行。
整理：香港文匯報記者 李望賢

香港文匯報訊（記者 李望賢 深圳報道）中共中央辦公廳、國務院辦公廳周二聯合發文，要求推進深圳改革創新擴大開放。文件提出，支持深圳開展科技產業金融一體化專項試點，並允許在香港聯合交易所上市的粵港澳大灣區企業，按照政策規定在深圳證券交易所上市。文件還提出試點允許符合條件的香港涉稅專業人士在深圳特定區域登記執業。

發揮深圳在灣區引擎作用

這份題為《關於深入推進深圳綜合改革試點深化改革創新擴大開放的意見》明確，在更高起點、更高層次、更高目標上深化改革、擴大開放，創造更多可複製、可推廣的新鮮經驗，更好發揮深圳在粵港澳大灣區建設中的重要引擎作用 and 在全國一盤棋中的輻射帶動作用，為全面建設社會主義現代化國家作出貢獻、提供範例。綜合開發研究院（中國·深圳）港澳及區域發展研究所副主任研究員劉雪菲認為，文件在深港合作方面釋放明確積極信號，強調合作新途徑、新場景、新載體。

《意見》提出統籌推進教育科技人才體制機制

一體改革，用好推進粵港澳大灣區高水平人才高地建設契機，引進更多急需緊缺人才，在引進海外人才及相關人事、科研、外事管理等方面賦予用人單位更大自主權。劉雪菲分析指，當前國際形勢和地緣政治變化下，全球對於高端人才科技人才的需求都很大，深港如何進一步打通人才流動的壁壘，用好深圳的平台和基礎設施及企業資源共建人才高地，應有更多務實和創新的舉措。例如鼓勵兩地科研人員、企業家、專業人士在深港的機構雙向兼職短期工作，促進知識和經驗的交流等。

文件還提到，健全科技型企業信貸、知識產權證券化、科技成果和知識產權交易等實踐場景和規則體系；優化科技型企業債權和股權融資協同銜接機制。

加強數字人民幣試點應用

此外，支持保險資金依法合規投資在深圳發起設立的主要投向特定領域的私募基金投資基金和創業投資基金；加強數字人民幣試點應用場景創新，參與多邊央行數字貨幣橋項目研究，探索央行數字貨幣在跨境領域的適用性。



●內地計劃允許在港交所上市的粵港澳大灣區企業，按照政策規定在深交所上市。 資料圖片

文件還提出，探索人工智能輔助醫療設備准入應用機制，在安全可控前提下，探索人工智能輔助醫療設備數據採集、集成共享、合規使用的規則及標準；支持深圳深化無人駕駛航空器飛行管理制度改革創新，完善低空飛行監管規則，探索開展跨境直升機飛行、公益服務等通用航空業務。研究增加粵港澳遊艇自由行指定出入境口岸和靠泊點，深化國際航行船舶相關配套制度改革，為港澳台船員辦理社會保險提供便利的經辦服務。在司法領域支持深圳依法對特定港澳商事調解組織出具的調解協議進行司法確認和強制執行。

增退貨包運費派大額消費券 內地電商力擴港市佔率

淘寶谷VIP優惠 攻港高消費客

內地電商平台近年加緊攻港步伐，阿里巴巴旗下淘寶趁「618購物狂歡節」到來之際，加碼優惠搶客。淘寶香港今日（11日）起向88VIP推出免費退貨服務，逢帶有「本地退」或「支持香港退貨」標籤的商品可直接享受退貨包運費；其他商品亦可享退貨包運費折扣，單次上限25元（人民幣，下同），每月最多抵扣50元。淘寶天貓海外業務總監楊雯昨日表示，淘寶香港今年整體目標是擴大用戶規模，來服務更多香港用戶需求，提升用戶購買力及黏性，同時在88VIP方面希望進一步強化優質用戶的競爭力。

●香港文匯報記者 莊程敏、實習記者 黃安琪



●淘寶天貓海外業務總監楊雯表示，有信心繼續成為本地電商市場發展的先驅，並樂見競爭，有信心維持領先地位。

淘寶618優惠摘要

88VIP
●今日（11日）起向香港88VIP推出免費退貨服務，逢帶有「本地退」或「支持香港退貨」標籤的商品可直接退貨包運費，其他商品可享退貨運費折扣，單次上限25元，每月最多抵扣50元。
●除享受指定大品牌95折優惠外，88VIP在大促期間有專屬大額消費券，還有618總消費券達2,550元，包括1,750元無門檻券。
●凡淘氣值達1,000分或以上，可用88元開通過88VIP會員。
線下店
●針對購買大件家品需求，淘寶提供50元至100元大件專享物流券。
●PapaHome有618訂造傢俱優惠，61,800港元可訂造30呎傢具（原價95,000港元）。
註：除有標明外，其他貨幣單位為人民幣
製表：香港文匯報實習記者 黃安琪

楊雯表示，淘寶香港已經具備市場領先地位，今年618加強對88VIP的服務，因最具競爭力之一就是88VIP高購買力人群，618期間新開88VIP人數是日常的6倍。她還介紹稱，買東西、留言、上傳商品，都會累積一個「淘氣值」，凡淘氣值達1,000分或以上，可用88元開通過88VIP會員。成為會員除可享受指定大品牌95折優惠，在大促期間更有專屬大額消費券，還有618總消費券達2,550元，包括1,750元是無門檻券等。

實體店辦淘市集推銷產品

淘寶2月在尖沙咀開設香港首間家具實體店 PapaHome，楊雯指，該實體店在3個月內吸引逾30萬人前往，成績令人鼓舞。618期間，淘寶聯同 PapaHome 舉辦首個「淘市集 TaoMarket」，以「萬能的淘寶」為主題，精選高質淘寶商家與生活品牌，現場掃QR Code下單，拉近與消費者的距離。針對購買大件家品需求，淘寶提供100減50元大件專享物流券。PapaHome有618訂造傢俱優惠，61,800港元可訂造30呎傢具（原價95,000港元），30個名額。

淘寶香港參與用戶同比去年618錄得雙位數增長，表現反映簡化優惠、力度更大，整體降低消費者的決策門檻，有助提升購物體驗。對於其他內地電商平台進軍香港，她指：「我們樂見競爭，有信心維持領先地位。淘寶香港自2016年起扎根本地市場，經過近10年耕耘，在港擁有廣泛的用戶基礎和品牌認可，有信心繼續成為本地電商市場

發展的先驅。」

京東618日日大派折扣券

另一內地電商巨頭京東早前亦公布一系列618優惠，香港消費者登錄京東App香港站，可享受跨店每滿200元減30元優惠；同時，還有滿200元減20元大促神券，用戶每天領3張。香港消費者購買京東自營商品，消費滿188元即可享受免費送貨上門、最快次日達的購物體驗。

此外，京東公布過去兩個月香港市民在京東之消費情況指，沙田用戶最愛網購，同時亦是目前用戶活躍度最高的地區。兩個月間，該區不僅用戶規模環比增長超150%，訂單總量也實現107%的環比增長。



●京東、淘寶和拼多多等內地電商巨頭強勢攻港，將香港市場納入包郵區，改寫本地零售業態。 資料圖片

內地電商包郵殺到 學者獻計港零售5招自救

香港文匯報訊 近期多個內地電商巨頭強勢攻港，除攻港多年的淘寶外，還有京東和拼多多等，將香港市場納入包郵區，大大影響本地零售業，讓早已低迷的銷情雪上加霜。面對如此困局，有學者認為，倘與內地電商打「價格戰」，香港零售商可謂完全沒有優勢。對於業界如何自救，他獻計可從以下五方面着手，包括：1. 認清形勢擁抱電商；2. 堅持做好質量；3. 開拓體驗式消費；4. 善用政府資源及資助；5. 做具香港特色的產品（差異化定位）。

鋪租人工高 難打價格戰

港大經管學院市場學教授李曦日前撰文提到，香港零售商倘與內地電商打「價格戰」可謂完全沒有優勢，主因香港雖然是自由港，絕大多數產品沒有像內地般的增值稅和消費稅，但鋪租和員工成本較高，因此對大部分產品而言並無價格優勢。故此，他認為香港零售商應該從其他方面着力去打這場面對內地電商的「硬仗」。

李曦認為，首先香港零售商宜盡早認清形勢、擁抱電商。他解釋，很多本地零售品牌不熟悉數字化，也無意採用，一直依循傳統的營銷思維看待零售業，甚至沒有收集用戶數據。即使認識到數字化的重要性，企業對數據的運用也往往淺嘗輒止。例如，一些知名品牌也投入巨資建立網購平台，可惜卻沒有分析平台積累的寶貴用戶數據。相反，內地零售業則極其重視數據分析，往往設有龐大的數據分析部門，通過統計學、經濟學、機器學習等方法，研究如何更好地為消費者進行定價、產品推薦和提升服務。

第二，香港的產品質量素來有很高

評價，甚至促使內地人專程來港購買香港產品。不過，近年亦有發生銷售丹麥藍罐曲奇假貨、代購平台賣假手袋，甚至出現冒牌藥物和中成藥等情況，嚴重削弱消費者信心。特區政府務須訂立嚴謹的品質標準，並加強執法打擊假貨，維護產品的品質優勢，加上零售業配合宣傳，即可讓市民安心選購香港產品。

嚴守港貨質量 提升購物體驗

第三，做好體驗式消費。香港零售商應該多作多元化的銷售方式，利用數碼化互動，例如以人工智能（AI）方式去體驗產品，虛擬試穿衣服、首飾等，加入創新元素，將有助吸引更多消費者的注意，同時令整個消費體驗提升至另一層次。

第四，善用政府資源（如電易易）及資助。政府於去年7月在「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」（BUD專項基金）下推出電易易，支援企業透過發展電子商貿（電商）業務拓展內地市場。電易易的累計資助上限為100萬元。企業可利用資助於第三方網上銷售平台設立網店及投放廣告、製作或優化流動應用程式，以及於企業網站增設電子支付功能。

做具香港本土特色產品

第五，做具香港特色產品（差異化定位）。本地一些富本地特色的產品，如藥油藥膏、本土文創、餅乾點心等商品，也是內地無法提供的，因而具有天然競爭力。香港零售商應該多開發和選擇具有獨特競爭力的產品，與內地電商錯位競爭，以保自身競爭優勢。



●香港零售商宜盡早擁抱電商，不能只依賴實體店。 資料圖片

雙春兼閏月 港人網購婚紗急增



●在網上購物，港人對於旅遊相關的機票，北上的線下餐飲券/消費卡都增長突出。

香港文匯報訊（記者 莊程敏）新冠疫情改變許多事物，港人亦自此習慣了網上購物，包括從內地電商平台買入自己的心頭好。對於港人的購物趨勢，淘寶天貓海外業務總監楊雯昨日指，受港人歡迎的頭三大（Top 3）品類不變，分別是服飾、傢具家居和3C數碼，緊隨其後有母嬰、美妆洗護和虛擬類產品。

她特別提到，特定節日及周年活動會影響個別品類的熱銷，例如即將到來的父親節帶動了男裝用品銷售，男裝服飾、眼鏡、電腦周邊等男性喜愛商品在618表現突出。而今年是雙春兼閏月，有意在下半年共偕連理的新人，趁着618優惠掃貨作準備，其間婚紗成交金額破千萬，遠比之前同期銷售僅數十萬元為高，禮服/晚裝同比增長近七成，節慶用品/禮品同比

增長三成。「這個趨勢也反映港人的生活與淘寶緊密連接，對淘寶的商品供應及服飾很有信心，在重大節日及人生大事上都會想到淘寶。」

潮玩盲盒銷售增長逾200%

另一方面，楊雯指出，傢具作為受歡迎的購物品類，梳化、餐桌等保持較高的成交額，而新的購買趨勢是：戶外椅凳、多功能家具如梳化椅，相信增長與線下店加強消費者對淘寶傢具的信心有關。至於增長較好的新興品類則有潮玩和虛擬類產品，反映消費者仍願意花錢在娛樂消費項目。當中，潮流玩具銷量增長翻倍，尤其是潮玩盲盒有很強的上升趨勢，對比去年同期增長逾200%。虛擬品類中，和旅遊相關的機票，北上的線下餐飲券/消費卡都增長突出。