

「谷子經濟」崛起 恒指成份股首納新零售股 股價兩年升逾13倍 泡泡瑪特晉身藍籌

「谷子經濟」崛起，成為新時代消費趨勢中不可忽視的力量，其中人氣公仔與IP「LABUBU」風靡全球，在相關產品大賣的情況下，泡泡瑪特(9992)的業務表現蒸蒸日上，除業績亮麗外，其股價更於兩年間大升逾13倍，最新市值更達4,302億港元，恒生指數有限公司(下稱「恒指公司」)昨宣布，泡泡瑪特兩周後將晉身為藍籌股，成為第一隻「染藍」的新零售股。

●香港文匯報記者 岑健樂

恒指公司昨公布截至2025年6月30日之恒生指數系列季度檢討結果，恒指成份將納入泡泡瑪特、中國電信(0728)與京東物流(2618)，由於沒有成份被剔出，故恒指成份股數目由85隻增至88隻。至於國企指數成份股亦加入泡泡瑪特，並剔走極免速遞(1519)，國企指數成份股數目維持50隻。相關變動將於9月5日(星期五)收市後實施，並於9月8日(星期一)起生效。

LABUBU 熱賣 中期多賺近4倍

近期大熱股份泡泡瑪特，受惠LABUBU大賣，公司今年上半年收入大漲逾2倍至138.8億元人民幣，純利按年飆升近4倍至45.7億元人民幣。該股昨收報320.4港元，升0.19%。以昨日收市價計算，泡泡瑪特股價於兩年間大升逾13倍，市值4,302億港元。董事會主席兼行政總裁王寧日前在分析師會議上樂觀表示，今年收入「達到300億元人民幣相當輕鬆」。

基於海外市場的快速增長，公司會繼續擴大全球業務版圖，料年底海外門市將超過200家。該公司還稱，未來將繼續深挖IP的價值，目標使LABUBU成為長生命周期的世界頂級IP。

mini版LABUBU開售 全套1106元

泡泡瑪特昨日正式官宣mini版LABUBU新品，產品分為A/B兩端，分別為A至M、N至Z，各含14個常規款，1個隱藏款，常規款概率為1:14，隱藏款概率為1:168。單個盲盒售價為79元人民幣，整套售價為1,106元人民幣。新品線上發售時間為8月28日晚上10時，線下發售時間為8月29日。

特區政府投資推廣署消費產品總裁梁耀雲昨日在內地一個活動上就提到香港可以支持內地消費產品企業進一步開拓市場。他表示，今年以來，港股IPO領跑全球，中國消費類品牌在港股取得優秀業績。多個知名IP、玩具企業、美妝品牌等，都正在充分把握香港資本市場的優勢增強企業實力，瞄準海外市場。香港憑藉其「自由港」的獨特地位，連接及便利內地和全球商品貿易，為企業提供跨國供應鏈管理幫助。

投資署：港助內企進一步拓市場

他認為，內地消費產業品牌企業可以於香港測試產品、服務模式在多元文化下的適應性，為後續進軍東南亞或歐美市場積累經驗。眾多內地企業持續利用香港的戰略優勢、完善的供應鏈生態，提升品牌國際知名度。「老字號」品牌亦可以通過香港的平台增強品牌活力，實現銷售新增長點。

至於港股表現方面，受A股表現良好帶動，昨日港股全日表現良好，恒指昨最終收報25,339點，升234點或0.93%。大市成交2,855億元。國指昨收報9,079點，升105點或1.17%。恒生科技指數昨收報5,647點，升149點或2.71%。展望後市，耀才分析團隊表示，恒指於25,000點支持力較強，若A股繼續有良好表現，將會繼續為港股表現帶來支持。

恒生指數成份股變動

| 加入： | | | |
|------|------|----------|---------|
| 代號 | 公司 | 股價昨收報(元) | 變幅 |
| 0728 | 中國電信 | 6.18 | -1.435% |
| 2618 | 京東物流 | 12.99 | -0.154% |
| 9992 | 泡泡瑪特 | 320.4 | +0.188% |

註：恒指成份股數目將由85隻增至88隻，沒有成份被剔出。

國企指數成份股變動

| 加入： | | 剔除： | |
|------|------|------|------|
| 代號 | 公司 | 代號 | 公司 |
| 9992 | 泡泡瑪特 | 1519 | 極免速遞 |

註：國企指數成份股數目維持50隻。



●圖為泡泡瑪特將發布的THE MONSTERS「心底密碼系列」搪膠毛絨掛件、字母掛件盲盒。



●K11 Art Mall成為Z世代運動潮人聚集地。圖為於Piazza露天廣場舉辦的品牌活動。



●日本人氣動漫CHIIKAWA在尖沙咀舉行大型特展CHIIKAWA DAYS。

匯動漫潮玩品牌攻Z世代市場 K11 Art Mall出租率100%

香港文匯報訊(記者 曾業俊 蔡競文)今年多款動漫及潮玩商品在疲弱的零售市道下突圍而出，反映以Z世代為主要市場的「谷子經濟」正形成一股消費新動力。新世界發展(017)表示，旗下購物藝術館K11 Art Mall持續強攻Z世代市場，透過匯聚動漫及潮玩品牌、海外知名IP「空降」香港首店、獨家限定快閃店、跨界聯乘活動等，成功吸引新世代客群，令K11 Art Mall的2025財年(2024年7月至2025年6月)人流創開業以來新高，整體出租率則高達100%。今年更有不少動漫角色紅遍全球，周邊產品成為時尚潮物，帶動K11 Art Mall動漫潮玩類商戶在2025財年的銷售額，按年飆升逾65%，主要運動時尚品牌銷售亦增約40%。

動漫潮玩類商戶銷售額年增逾65%

新世界發展零售業務負責人及K11香港首席執行官林蘊哲表示，K11 Art Mall創下人流新高及100%出租率，充分展現集團致力打造香港領先Z世代熱點的願景。透過匯聚蓬勃發展的動漫潮玩品牌，以及引入首次登陸香港的品牌及沉浸式快

閃體驗，集團將持續與各品牌帶來嶄新的合作及體驗式概念，鞏固K11 Art Mall在零售創新領域的領先地位。

集團指，K11 Art Mall近年看準「谷子經濟」商機，積極引進多個動漫、潮玩品牌，成功建立穩固年輕消費族群，如潮玩巨頭泡泡瑪特(POP MART)、卡牌及動漫文具製造商卡遊(KAY-OU)、主打Kidult潮流的玩具「反」斗城亞洲首家「生活·玩趣概念店」、集換式卡牌及藏品品牌HobbyX Plus，以及香港最大撲克牌及魔術旗艦店Gabangel等。「谷子經濟」大力推動相關商戶的銷售表現，2025財年K11 Art Mall動漫潮玩類商戶銷售額，同比大增逾65%，實現與商戶共贏。

成為Z世代運動潮人聚集地

除動漫潮玩品牌外，K11 Art Mall亦吸引多個香港首店及海外知名「過江龍」品牌強勢進駐，進一步強化品牌組合，包括東京銀座人氣雞白湯拉麵Ginza Kagari「銀座 簞」的香港首店、國際網球品牌Wilson落戶香港的首間專門店；加上早前引入的國際山系潮牌Salomon、頂級戶外品牌

Arc'teryx始祖鳥、The North Face全港最大品牌概念店等，令K11 Art Mall成為Z世代運動潮人聚集地，2025財年主要運動時尚品牌銷售按年大約40%。

同時，在2025財年，K11 Art Mall已成為各大品牌主題活動熱地，共舉辦近60個各式快閃活動及期間限定店，從文化創意快閃，如全港首個「黑白奶茶藝術館」呈獻正宗港式情懷、KALOS與《魷魚遊戲3》聯乘期間限定店，到美妝護膚品牌Bobbi Brown、Clinique、AHC，以至新世代生活品味品牌Nespresso、CHAGEE等，全方位滿足Z世代的體驗式消費文化需求。

辦主題活動帶動人流及銷售增長

今年下半年，K11 Art Mall還有一系列人氣快閃活動及期間限定店陸續登場，包括本月已舉行一連兩個遊戲主題活動—Nintendo Switch 2遊戲軟體《咚奇剛 蕉力全開》試玩活動，以及日本遊戲公司SQUARE ENIX首次於香港舉辦的官方限定店。第三季度則匯聚多個音樂、電影等流行文化主題活動及期間限定店，帶動人流及銷售額增長。

日動漫CHIIKAWA限量公仔炒高近一倍

香港文匯報訊(記者 蔡競文)日本人氣動漫CHIIKAWA近日在港掀起旋風，其限量公仔現炒風，當中「燒賣兔」炒至300元，較原價160元高近一倍。CHIIKAWA主題拉麵店「吉伊卡哇拉麵」首間海外分店亦已於本月中進駐旺角朗豪坊，該店甫開業已吸引大量粉絲排隊打卡。

本月於尖沙咀K11 MUSEA舉行大型特展

CHIIKAWA DAYS，同場設有「持票人店」售賣多款限量CHIIKAWA精品，包括香港限定的《飲茶》系列吊飾公仔，以CHIIKAWA角色化身成蝦餃、燒賣等經典點心造型。由於「持票人店」精品店是需要持有限量門票方能進入，基於門票已一早被搶光，店內公仔亦是限量購買，入場人士每人每款只可購買一隻，導致公仔在二手市場有價有市。其中最受粉絲歡迎的角色「兔

兔」化身成燒賣，因為造型撞臉周星馳在《家有囍事》中飾演的常歡患上「無定向喪心病狂間歇性全身機能失調症」時的病人造型，而受粉絲大熱追捧。目前原價160元的限量「燒賣兔」公仔，在二手買賣平台售280元至350元，升價75%至逾1倍。

進駐旺角朗豪坊的CHIIKAWA主題拉麵店「吉伊卡哇拉麵」，店內重現「郎拉麵店」的布置，採用紅色調及吧台座椅，並有CHIIKAWA角色貼紙和立體雕塑坐鎮店內，同時店內拉麵亦高度還原原著造型。

國泰7月載客量達248.9萬創今年新高

香港文匯報訊(記者 周曉菁)暑期為傳統外遊旺季，國泰(0293)昨公布，7月國泰航空與香港快運合共接載旅客約320萬人次，創下今年單月新高。其中，國泰航空載客量按年增加24%至248.9萬人次，載客率微升至85.9%，按年升0.4個百分點。首7個月載客量升27%至近1,612萬人次。

國泰顧客及商務總裁劉凱詩表示，7月是客運業務傳統暑期旺季的開始，但受地震傳聞影響，7月往返日本航班需求仍然疲弱，8月份的預訂量已逐步

回升，惟尚未恢復至正常水平，隨着新學年臨近，預計學生需求將助力9月客運量，10月國慶及中秋節假期將刺激香港及內地的休閒旅遊需求。

受地震傳聞影響，香港快運7月載客量雖然升近22%至68.6萬人次，載客率75.7%，但按年大跌15.7個百分點。首7個月載客量則升近32%至447.7萬人次。

貨運方面，國泰貨運今年7月的載貨量較去年同期增加11%，達逾14萬公噸。首7個月，載貨量較去年同期亦增加了11%至94萬公噸。

中信里昂招銀國際傳加薪三成

香港文匯報訊(記者 黎梓田)本港今年新股IPO市場及融資市場暢旺。彭博昨日報道指，中信証券(6030)等中資券商為應對交易量激增，正大幅上調香港初級銀行家薪酬以挽留人才。報道指出，中信里昂證券將部分初級助理月薪提升15%至30%，達7.5萬至8萬港元，回到2022年水平。

知情人士表示，目前中信里昂證券的薪資已恢復至2022年水平，但仍低於2021年交易活動達到數十年高點時，入職1至3年分析師的收入水平，同時，這次加薪並非全員覆蓋。

知情人士還表示，招商銀行旗下香港

子公司招銀國際亦將初級員工薪資提升至類似水平。另有數家機構正考慮加薪，以應對日益激烈的人才競爭。此次加薪及計劃中的調薪標誌着一個重大轉變。

港持牌金融人士總數增至4.25萬人

彭博的報道說，自2022年底以來，IPO活動放緩、中國經濟受通縮和房地產危機拖累，內地金融機構曾大幅削減獎金和福利，薪酬水平也一度下降，並導致它們的香港子公司對薪酬政策採取謹慎態度。但過去12個月形勢已扭轉。香港的IPO交易活動蓬勃發展，主要受

內地企業上市推動，促使券間人才流動加劇並推高對銀行家的需求。同時，內地股市也正逐步回暖。

彭博社匯編的香港證監會數據，截至6月底，香港持牌金融專業人士總數增至近4.25萬人，較此前淨增約1,200人。其中，中信証券(香港)連同中信里昂證券的持牌金融從業者數量同比增幅最大，新增約300人。招銀國際及華泰金融控股(香港)有限公司也分別新增約70人。

港交所(0388)公布的數據顯示，今年上半年共有44家新上市公司，較去年同期增長51.7%，總集資金額達到1,094億元，大幅上升超過七倍。