

香港科技大學利豐供應鏈研究院昨日發布《2026年中國商業十大熱點報告》。研究院指出，2026年將成為中國商業由量變到質變、由擴張到優化的關鍵一年。中國商業領域預計將保持穩健擴張，並在擴大內需、深化數字化、加快綠色轉型及推動高質量創新發展等政策支持下，進一步鞏固其全球第二大消費市場的地位。該院預計2026年，全國社會消費品零售總額將同比增長約4.5%，中國GDP增速預計達4.7%，在政策支持下展現穩健基本盤，並持續向消費驅動型增長轉型。

●香港文匯報記者 莊程敏

報告同時對今年熱點作出預測，包括消費品市場擴容提質，促消費制度機制進一步完善；以人工智能（AI）提高生產力及拓展服務消費場景；綠色消費；餐飲業出海；鄉村振興；以及IP（智慧財產權）市場等。中國企業通過拓展全球市場，企業可以實現收入來源多元化，降低對本地市場的依賴。亞洲、非洲、拉丁美洲等新興市場因消費需求上升和城鎮化加速而具有巨大發展潛力。

籲企業積極參與促消費活動

該院亦建議，中國消費市場充滿機遇，企業應密切關注國家促進統一大市場和擴大內需的政策導向，主動調整經營策略。這包括適應促進公平競爭和市場准入的新規定，積極參與地方促消費活動，提供符合消費者需求的優質產品和服務。外資企業可考慮與本土企業建立戰略合作，借助本地渠道和資源有效應對監管環境，充分利用各類促消費政策紅利。通過與國家戰略同頻共振，企業能夠更好地把握這個充滿活力的市場中的發展機遇。

研究院執行總監張家敏表示，2026年不僅是增長的一年，更是結構性轉型的一年。政府在「十五五」規劃建議中提出的藍圖，意味着中國將持續邁向以質量為核心的發展模式，並加快數字賦能與可持續轉型的步伐。能夠順應這些方向並在業態與渠

利豐發布中國商業十大熱點 經濟向消費驅動型增長轉型 內地消費市場擴容提質 今年零售總額料增4.5%

●利豐供應鏈研究院錢慧敏（右）表示，消費行為正在快速演變，情緒價值、融合體驗以及綠色生活方式正成為主流。香港文匯報記者莊程敏攝



道上持續創新的企業，將在下一輪競爭中佔據優勢。

研究院研究部主管錢慧敏補充，消費行為正在快速演變，情緒價值、融合體驗以及綠色生活方式正成為主流。企業若能運用人工智能、數字平台及數據分析，打造個性化、沉浸式的消費場景，並與國家的綠色、普惠及高質量發展目標保持一致，將在這一變革中獲得強勁動能。

中國品牌料加快「出海」步伐

展望2026年，商業、文化、旅遊與體育的深度融合將進一步推動服務消費升級，而以數據與技術為核心的新質生產力將重塑流通體系。同時，情緒驅

動與分層化消費趨勢亦將加速，反映出跨世代消費價值的深刻變化。報告同時指出，縣域商業正成為城鄉循環與鄉村振興的重要引擎；中國品牌則加快「出海」步伐，通過跨境電商、本地化策略及人工智能驅動的供應鏈解決方案，構建國際貿易新動能。

另外，對於有內地餐飲來港後「水土不服」而結業的情況，錢慧敏認為內地與香港的經營成本很不同，加上內地連接本港的交通愈來愈方便，可能港人會北上光顧，未必在港光顧，這方面內地餐飲業是需要注意的。不過，她相信，內地餐飲持續來港開店的趨勢應會持續，部分亦是為了爭取在港上市（IPO）而來港開設分店。

2026年中國商業十大熱點摘要	
熱點①	中共二十屆四中全會作出「十五五」頂層設計與戰略擘畫，為商貿服務業高質量發展提供方向與根本遵循。
熱點②	消費品市場持續擴容提質，促消費制度機制進一步完善。
熱點③	商貿流通領域新質生產力不斷發展，驅動產業新舊動能持續轉換。
熱點④	商旅文體融合激發消費新活力，人工智能拓展服務消費新場景。
熱點⑤	綠色消費擴容分層供需互動升級，市場驅動賦能數綠融合全場景全球協同拓展。
熱點⑥	零售行業多業態提質創新，高質量發展成產業共識。
熱點⑦	餐飲業多元變革與價值重構，供應鏈全面提質創新出海。
熱點⑧	縣域商業體系重塑助力鄉村振興，農村市場從「補短板」邁向「促循環」。
熱點⑨	消費分層新格局：「悅己消費」、解壓療癒和品質升級驅動市場新增長。
熱點⑩	多向發力加速「出海」步伐，多措并举共促外貿新動能。

滙控投行主管：集團市值有40%上升空間



●滙控 Michael Roberts 表示，基於盈利表現，集團確實值得更高的評級。彭博社

香港文匯報訊（記者 周紹基）獲得通過私有化恒生銀行後，滙控（0005）股價近日重拾升軌，昨日收報128.4元接近130.3元的歷史新高，升1.1%。出席達沃斯世界經濟論壇的滙控企業與投資銀行部門主管 Michael Roberts 昨日向彭博表示，集團市值有望突破3,000億英鎊，折合逾3.1萬億港元。目前，滙控市值為22,053億港元，以他的預期來計，即潛力升幅仍有逾40%。

Michael Roberts 在接受彭博訪問時表示，他對滙控的股價表現非常滿意，反映經歷轉型帶來了紅利，希望投資者能看到價值和好處，股價能持續上升，要達到3,000億英鎊肯定是指日可待。他認為，滙豐股價上升的可能性超過50%。「基於集團的盈利表現，確實值得更高的評級。」

集團重組階段基本已完成

Roberts 指出，滙豐目前的市值約為2,100億英鎊，已經是歐洲最大的金融機構，遠高於西班牙的桑坦德銀行、瑞士的瑞銀，以及法國的法巴銀行。隨著該行行政總裁艾橋智推行簡化架構及削減成本，過去1年，集團全面重組全球業務，裁減數以千計的崗位，合併及關閉部分業務線，

同時出售其他一些業務。Roberts 表示，重組階段基本已經完成，滙豐正尋找新的增長動力。

料AI不會引發集團大裁員

滙豐亦正研究如何將人工智能（AI）、數字資產等新技術，融入自身運營。Roberts 表示，他並不認為AI會在滙豐引發大規模裁員，相反AI將成為助力，幫助員工提高效率。他又指，數字資產在金融市場中的應用日益增加，是不可避免的，大多數交易都會在代幣化基礎上進行，量子計算也將逐步被引入交易業務。他相信所有資產類別的交易，都將經歷根本性的變革。

被問及美國總統特朗普要求接管格陵蘭島，他警告說，這將會引發最新的地緣政治動盪，帶來嚴峻挑戰，為市場帶來更多意外、混亂和不確定性。

恒指四連跌 黃金股向好

港股方面，恒指連跌第四日，收報26,487點，跌76點，成交2,379億元。紅蟻資本投資總監李澤銘表示，短期內，恒指並沒太大方向，相信起碼要待市場出現較明確訊息，例如美聯儲公布新主席後，大市才有較明確的方向。由於外圍特別是美國方面，近期有較多不確定因素，故港股短期只會維持在26,200至27,000點之間波動。

據外電引述知情人士指出，特朗普於上周四曾與貝萊德全球固定投資首席投資總監里德面試，過程順利，已被視為接任美聯儲新主席的黑馬。

另外，金價首破4,700美元一盎司，紫金黃金國際（2259）升5.5%，該股已較其去年上市價71.59元，累升逾1.5倍。母企紫金礦業（2899）亦升1.7%，貼近40元大關。至於赤峰黃金（6693）及大唐黃金（8299）亦各升3.6%及9.7%。泡泡瑪特（9992）回購股份，股價反彈9.1%。中免（1880）獲LVMH入股，股價升3.7%，並曾見1年高位。周一急升的新世界（0017）大幅回吐逾一成。

中免：進一步深化大中華區合作

中國中免指出，此次合作將使得中國中免與LVMH可以憑藉各自優勢，進一步深化大中華區的合作，實現互利共贏。雙方將在產品銷售、門店開設、品牌推廣、文化交流、旅遊服務及客戶體驗等領域開展合作。

中國中免昨高開2.8%，最高見97.9元，升幅逾8.2%，收報90.6元，升3.7%，成交1,110萬股，涉資10.26億元。



●中國中免表示，今次交易將進一步拓展中國中免的服務網絡，並助力港澳地區零售經濟高品質發展。

零食商鳴鳴很忙招股 集資最多33.4億



●鳴鳴很忙持有「零食很忙」及「趙一鳴零食」兩個品牌。

香港文匯報訊（記者 周紹基）內地連鎖零食商鳴鳴很忙（1768）昨日起招股，全球發售逾1,410萬股H股，香港公開發售佔10%，其餘國際配售。招股價介乎229.6元至236.6元，集資最多33.4億元，入場費23,898.6元。鳴鳴很忙預期於1月28日掛牌買賣，高盛、華泰國際為聯席保薦人。截至昨晚6時，鳴鳴很忙暫獲孖展超購107.8倍，各大券商借出孖展資金248.65億元。以公開發售部份的集資額3.3億元計，目前該股已超額認購75.3倍。

位列中國連鎖前十位

鳴鳴很忙持有「零食很忙」及「趙一鳴零食」兩個品牌，「零食很忙」由晏周於2017年3月在湖南長沙創立，「趙一鳴零食」由趙定於2019年1月在江西宜春創立，兩品牌在2023年11月完成合併，組成鳴鳴很忙集團。產品包括烘焙食品、餅乾、堅果及籽類、休閒膨化食品和速食、休閒熟食食品、糖果、巧克力和蜜餞及飲料。

該股主要透過加盟模式經營，根據弗若斯

特沙利文報告，按2024年休閒食品飲料產品商品交易總額（GMV）計，鳴鳴很忙是內地最大連鎖休閒食品飲料零售商。根據中國連鎖經營協會資料，鳴鳴很忙位列2024年中國連鎖前十位之一，也是其中增長最快的連鎖商。故此，鳴鳴很忙吸引了騰訊（0700）旗下公司、淡馬錫間接全資子公司，以及貝萊德、富達基金、博時國際、易方達、Springs Capital（HK）、泰康人壽等共8名基石投資者，認購金額1.95億美元。

該公司去年首9個月GMV為661億元人民幣，按年升近75%，毛利率升2.5個百分點至9.7%，淨利潤率升1.6個百分點至3.4%。至去年9月底，在內地有逾1.95萬家店，約59%位於縣城及鄉鎮。

鳴鳴很忙今次集資，當中約25%將用於提升供應鏈能力，以及產品開發能力，其餘用於門店網絡升級、品牌建設、提升數字化水平等。

科大智能遞上市申請

其他新股方面，據港交所1月19日披露，內地上市的科大智能已向主板遞交上市申請，華泰國際、國元國際為聯席保薦人。招股書顯示，根據弗若斯特沙利文的資料，科大智能是一家由數字能源與智能機器人雙輪驅動的中國龍頭科技企業。

該公司主業務為在新型電力系統下，融合人工智能技術，推動中國能源系統的數字化、智能化升級，加速工業製造領域的智能化轉型，並在能源及工業領域樹立智能微電網的行業標杆。

莎莎港澳同店銷售增14.7%

香港文匯報訊 莎莎國際（0178）昨日公布財年第三季（2025年10月至12月）銷售數據，季內集團整體營業額為11.588億元，按年增長12.5%。期內，線下銷售錄得9.521億元，按年升12%，佔集團總營業額82.2%；於2025年12月31日，集團共營運159間線下店舖，較去年同期增加4間。線上銷售則錄得2.067億元，按年升14.9%，佔集團總營業額的17.8%。

莎莎指出，第三季是零售市道的高峰期，集團積極擁攬受歡迎的潮流美妝及個人護理產品，在10月國慶黃金週、11月莎莎超級購物節（Mega Sale），以及12月聖誕節加強推廣，並與品牌合作方聯手推出限時優惠，令線上線下銷售均錄得雙位數的按年增長。隨着到訪香港及澳門的內地旅客量持續上升，港澳傳統旅遊區店舖，更錄得比預期理想的增幅。

旅遊旺區分店生意勝預期

集團精選熱賣的潮流美妝及個人護理產

品，同時專注強化產品陳列、營銷及推廣策略，令港澳線下銷售按年升11.8%至8.516億元，同店銷售亦按年上升14.7%；每宗交易平均金額及總交易宗數亦分別錄得9.4%及2.9%的按年增長。銅鑼灣、旺角及尖沙咀等傳統旅遊旺區的分店，銷情亦較預期理想，來自旅客的銷售明顯提升，顯示旅客的消費意欲有所好轉。其中，訪港內地旅客光顧莎莎的佔比進一步增加。

另一方面，東南亞線下銷售則錄得1.005億元，按年升14.0%。莎莎表示將持續留意東南亞的業務表現，相信當地業務表現還有很大的優化及提升空間。

由於線上平台的貨品供應鏈穩定性有所改善，帶動線上平台效益提升，莎莎第三季的線上銷售錄得2.067億元，按年升14.9%。內地是莎莎主要的線上業務市場，佔集團線上銷售47.5%；港澳市場佔33.6%，東南亞及其他地區則佔18.9%。各地區的線上平台均保持穩健增長。

莎莎股價昨收報0.59元，跌1.667%。