

亞洲金融論壇的戰略價值：香港國際金融中心「年度檢閱」

銘察秋毫

一年一度的亞洲金融論壇（Asian Financial Forum，AFF）剛於1月26日至27日在香港舉行。作為區內最具代表性的高端金融對話平台之一，亞洲金融論壇並非單純的會展活動，而更像是一場對香港國際金融中心地位的「年度檢閱」，亦是香港向全球展示其制度優勢、金融功能及國家角色的重要窗口。



陳澤銘
特許公司秘書公會會士
榮譽法律學士
EMBA 證監會負責人員牌照

從宏觀層面看，亞洲金融論壇的持續舉辦，本身已具備清晰的戰略含義。當前全球金融格局正處於深刻重塑之中：地緣政治不確定性上升、全球資本流向碎片化、金融監管趨向分化，傳統國際金融中心的中介功能正面臨新挑戰。在此背景下，香港能夠持續吸引各國政府財金官員、國際金融機構、主權基金及大型資產管理人齊聚一堂，說明其作為全球前列金融平台的功能仍然穩固，並未因外部經濟環境變化而削弱。

特區政府每年舉辦亞洲金融論壇，絕非簡單單一件例行公事，而是一項具有長期戰略考量的政策

工具。其核心價值在於三個層面：第一，對外傳遞穩定性與可預期性；第二，對內整合政策方向與市場力量；第三，對國家發展戰略作出金融層面的支持。

論壇具備三大核心價值

首先，在國際層面，亞洲金融論壇為香港提供了一個直接與全球金融決策者對話的平台。論壇議題往往緊扣當前全球最焦點的金融議題，包括資本市場發展、綠色金融、數字金融、家族辦公室及跨境投融資等。透過政府官員與金融市場領袖同台發聲，香港得以展示其普通法制度、資金自由流動、監管透明度及與國際接軌的專業服務體系，強化外界對香港金融制度穩定性的信心。這種軟實力展示的效果，遠比單純的政策宣示來得深遠和有效。

其次，從實體經濟角度觀察，亞洲金融論壇對香港的即時經濟效益亦不容忽視。論壇期間，來自世

界各地的金融界領袖、投資者及企業決策者聚集香港，帶動高端商務旅遊、酒店、會展及專業服務需求。更重要的是，論壇所促成的並非短期交易，而是中長期的投資對接與合作意向。過往不少跨境投資、家族辦公室落戶及基金設立，均是在論壇期間建立初步聯繫，並在其後逐步落實，形成實質業務發展。

而且，亞洲金融論壇亦有助於強化香港作為「亞洲金融議程設定者」的角色。透過主題設計與嘉賓結構，香港可主動引導區內對金融創新、監管協調及可持續發展的討論方向。這不僅有助於提升香港在區域金融話語權中的能見度，亦有助於本地監管機構與市場更早掌握全球金融發展趨勢，從而在政策與產品創新上保持前瞻性。

助力港融入國家發展大局

從更宏觀的國家層面看，亞洲金融論壇在香港舉行，亦是香港融入國家發展大局的重要實踐。當前國家正積極推動高水平對外開放，並加快建設金融強國。在此進程中，香港被賦予「雙向開放門戶」的獨特功能——既是國際資本進入內地的重要通道，也是內地企業和資本走出去的關鍵平台。亞洲金融論壇正好落實香港這一重要角色。

透過論壇，國際資本得以更直接了解中國的政策方向、產業升級路徑及金融市場改革進展；同時，

內地金融機構及企業亦可借助香港高效率而成熟的金融平台，與國際投資者進行制度化的深度交流。這種以香港為橋樑的雙向互動，對推動人民幣國際化、深化內地與國際金融市場互聯互通均具有實質意義。

總結而言，亞洲金融論壇的意義，早已超越單一金融盛事。它既是香港國際金融中心地位的年度展示與鞏固機制，也是香港特區政府對外釋放政策信號、對內凝聚市場共識的重要機會，更是香港在國家發展大局中發揮金融功能、制度優勢與國際連結的關鍵平台。在全球金融秩序重構的關鍵時期，能持續辦好、用好亞洲金融論壇，將很大程度加強香港未來在國際金融版圖中的位置與角色。



● 亞洲金融論壇對香港金融發展有重大意義。
政府新聞處圖片

特朗普續干預 美股匯債趕客

百家觀點

涂國彬 永豐金融資產管理董事總經理

則其實估值大可提升，不讓美股科技七雄專美。

特朗普重登總統寶座之位，對於美元資產而言，大有趕客之效果，君不見4月關稅戰，損人不利己，明顯之至。先已把原本好端端，運行40多年，行之有效，自由貿易下，美國貿易夥伴把部分所得，從外匯儲備中買美債，支持美國財政，雙赤未有出事，共生關係居功至偉。特朗普上場，美股匯債三面齊跌，未來幾年大方向，美元資產減持，支持其他市場，港股追落後未完。

均值回歸動力 常及兩三年

近日恒指終於重上去年高位27,381點，不只站穩，連升幾天，再創新高之餘，日線圖上，大陽燭形態，成交亦配合上升，價量齊升，信號清楚。誠然，去年第四季，港股恒指造出同年高位27,381點，等了多時終站穩。移動平均線方面，由之前糾纏不清，重新理順，10天拋離20天移動平均線，若恒指升勢持續，不必每日大成交，只要升勢持續，較漂亮排列便可見。其他技術指標方面，14天相對強弱指數RSI達70水平，當然超買，但從不是馬上見頂信號，超買之後可能再超買，正如指數一關過完可再一關。

誠然，27,381點僅為大升浪中途站而已。無論如何，大方向看兩大關鍵因素。一、港股積弱多年，

難得DeepSeek時刻帶來根本改觀，自然大迫落後，去年才剛開始，一般而言，均值回歸的動力可達兩三年。二、特朗普再上場，美元資產趕客，投資者轉戰其他市場，財長緊跟老特調子，不在乎美元走弱，更有此效。美股減持，港股增持，大勢所趨。短期縱能有整固，但不礙事，大勢向好。

（權益披露：本人為證監會持牌人士，本人或本人之聯繫人或本人所管理基金並無持有文中所述個股。）



● 美國聯儲局一如市場預期，維持利率不變。

美聯社

陸宏本 香港理大工商管理博士、香港銀行學會考試審核委員會委員、香港董事學會培訓委員會委員、香港學術及職業資歷評審局專家

近期，各大前沿人工智能（AI）企業正加大力氣，以挑戰Google在瀏覽器（Browser）領域的支配地位；目前Google的市佔率已約七成，雄踞首位。他們預期前沿科技正改變用戶使用互聯網的模式，例如OpenAI及Perplexity分別開發整合AI功能的瀏覽器。Microsoft亦推出Copilot AI功能以加強其Edge瀏覽器，以便用戶在閱讀文章時通過聊天機器人（chatbots）提出問題，戰況激烈。

此項發展突顯近20年全球瀏覽器市場的最大改變，各科技公司正各出奇謀，以圖在此逐鹿之地突圍而出。本文乃淺析這場競逐的近期發展及其涵義。

AI瀏覽器或重塑互聯網生態

筆者知悉，許多創業者視瀏覽器為其心智的操作系統，而瀏覽器亦為AI代理（AI agent）的操作平臺，代表用戶辦理事情，如訂機票、安排約會日期或選購心頭好。

Mozilla基金總裁Mark Surman認為，AI瀏覽器

將重塑我們在未來如何和互聯網互動的方式。他補充其集團計劃讓用戶選擇哪一種AI模式適宜結合其Firefox瀏覽器。現階段瀏覽器主要以人手操控，預期下一步將AI模型帶動主動式瀏覽，功能大幅擴大。OpenAI去年10月推出一款以ChatGPT為核心打造的全新網頁瀏覽器—ChatGPT Atlas。透過Atlas，ChatGPT便能伴隨用戶暢遊網絡—在他正在觀看的視窗中提供協助，理解他的意圖，並為他完成任務，全程無須使用複製和貼上功能，或離開頁面。用戶使用Atlas中的代理程式模式工作，可以更有效地在瀏覽器內進行研究、分析和修改。這樣一來，運作便更加快速、更具實用性。

逐鹿者各出奇謀 產品趨差異化

對AI企業來說，瀏覽器的市場吸引力十分之大，因為他們可以通過瀏覽器尋求更多的用戶及收益。為此，他們正不懈努力。對OpenAI及Perplexity來說，創造新版本將給他們帶來和其用戶更直接的關係。一般來說，用戶多是利用附在瀏覽器上的聊天

為迎接挑戰，Google Labs在去年12月發布瀏覽器Disco，其核心功能Gen Tabs會讀懂用戶開啟的分頁內容及GenTabs之對話紀錄，試圖判斷用戶現在在做什麼事，然後主動幫用戶找出一個對應的網頁之應用程序。用戶操作簡單，不用編寫程式，只要用文字簡述需求，如「計劃到哈爾濱賞雪」，GenTabs就會把相關網頁重新組成一個操作界面。用戶通過Gemini也可幫他把分頁變成專屬小工具。不過，這些目前尚在早期測試階段。

由此可見，本世紀瀏覽器之戰，群雄並起，金鼓齊鳴。筆者認為，高科技戰場奏捷的巨劍是以同質化走向差異化，不創新、不投入便得落後同儕。

二十一世紀瀏覽器之戰的涵義

財經淺談

陸宏本 香港理大工商管理博士、香港銀行學會考試審核委員會委員、香港董事學會培訓委員會委員、香港學術及職業資歷評審局專家

機器人（如ChatGPT），而這些聊天機器人是由Google及Microsoft控制。

然而，單是AI賦能的瀏覽器本身並不足以令Atlas的功能構成差異化，還需要找出一個有意義的價值主張（Value Proposition），說明它如何滿足客戶需求、解決痛點並創造價值，讓用戶覺得物超所值。

為迎接挑戰，Google Labs在去年12月發布瀏覽器Disco，其核心功能Gen Tabs會讀懂用戶開啟的分頁內容及GenTabs之對話紀錄，試圖判斷用戶現在在做什麼事，然後主動幫用戶找出一個對應的網頁之應用程序。用戶操作簡單，不用編寫程式，只要用文字簡述需求，如「計劃到哈爾濱賞雪」，GenTabs就會把相關網頁重新組成一個操作界面。

用戶通過Gemini也可幫他把分頁變成專屬小工具。不過，這些目前尚在早期測試階段。

由此可見，本世紀瀏覽器之戰，群雄並起，金鼓齊鳴。筆者認為，高科技戰場奏捷的巨劍是以同質化

走向差異化，不創新、不投入便得落後同儕。

內地消費仍需政策精準支持 全面向升可期

龐溟 經濟學博士、經濟學家

一方面，高能級消費持續走強，新能源汽車、智能家電、戶外運動、奢侈品替代品等中高端商品保持較快增長，健康飲品、戶外活動、美妝、潮玩、珠寶、寵物經濟、IP零售等新興品類增速明顯，反映出中高收入群體消費能力穩定、結構升級趨勢未變。服務消費同樣亮眼，旅遊、餐飲、娛樂、文化體育等場景和體驗式消費、犒賞型消費持續火熱。

線上火熱線下平淡

另一方面，可選消費與低線城市消費恢復偏弱。服裝、家居、消費電子等傳統可選品類仍處在庫存壓力與需求不足的雙重擠壓中；低線城市居民收入預期偏弱，對大額消費更為謹慎，導致零售增速明顯低於一二線城市。此外，線上線下分化加深。線上依靠即時零售、直播電商等新模式保持兩位數增長，而線下百貨、家電賣場等傳統渠道恢復緩慢，結構性調整壓力加大。

有人認為，造成K形分化的主要原因是消費者在

自身的物質性需求得到滿足後，會不斷提升精神性需求和社交、情感、情緒型需求，因此不再單純聚焦於商品和服務的價格、功能和實用價值，而是同時注重消費行為給自己帶來的實用價值和情緒價值兩個維度，更多地在兩級間進行權衡取捨；或者接受情緒價值有限，但要求消費品極具性價比優勢；或者可以接受更高價格，但商品和服務消費能提供足夠的情緒價值。

冀續瞄準低收入人群發力

筆者則認為，從更為宏觀、結構性的角度看，K形分化現象的背後，更多的是居民收入結構變化、消費信心修復不均衡、產業供給側調整加速等多重因素的疊加。

值得注意的是，全國居民人均可支配收入的中位數與平均數的比值，已經從2014年的87.1%和2020年的85.6%，逐年下滑至2025年的83.5%。中位數更能代表普通人民真實收入水平，而平均數受極端高

收入影響。一般來說，中位數與平均數比值反映的是收入分布的偏態，比值越低表明收入差距越大，可見近年來居民收入差距不斷擴大，低收入人群消費能力和意願持續承壓。

因此，消費增長的「底盤」仍需鞏固，以推動消費真正走出結構性分化、邁向全面回升。首先，政策要更加精準地面向低收入群體發力，繼續通過穩就業、擴就業、提升靈活就業保障、完善公共服務供給等方式增強其收入預期、降低家庭必要支出佔比。其次，需要更有針對性的政策支持可選消費，通過以舊換新、綠色智能產品補貼、耐用消費品更新計劃、推動企業加快創新等方式激發潛在需求。再次，線下服務業的短板要補上，努力降低經營成本、優化營商環境、加快場景升級和體驗創新，形成線上線下融合的新增長點。

題為編者所擬。本版文章，
為作者之個人意見，不代表本報立場。