

深化粵港澳協作 共築灣區優質消費圈

《廣東省促進粵港澳大灣區消費者權益保護協作規定》日前通過，並將於今年10月1日起正式施行。該規定的出台，是打造大灣區優質生活圈的關鍵一步，標誌着大灣區消費者權益保護協作從零散的「軟經驗」邁向了系統的「硬約束」，對於優化消費環境、提升市場一體化水平、建設宜居宜業宜遊優質生活圈具有深遠意義。香港應以此為契機，積極考慮立法賦權消委會高效處理消費糾紛，並與大灣區其他城市攜手深化合作，共同將大灣區建設成為消費者買得安心、放心又開心的國際一流消費圈，讓大灣區消費市場迸發更蓬勃活力。

隨着港車北上、澳車北上等政策落地，加上新皇崗口岸通關在即，粵港澳三地居民「雙向奔赴」已成為日常。大灣區融合加速，跨境消費頻密，消費權益保障更受關注。消委會數據顯示，2025年香港消費者針對內地商戶的網購投訴就達582宗，按年上升42%；而內地消費者針對香港商戶的非網購投訴也增至2,049宗。粵港澳三地分屬不同法域，消費規則存在差異，過去消費者遭遇跨境糾紛，往往面臨投訴無門、維權成本高的難題。

規定的出台，正是回應了大灣區消費融合的迫切需求，具有強烈的現實針對性。其從頂層制度設計入手，通過明確各地政府職責、建立常態化聯動協作機制、優化跨境投訴轉辦平台等舉措，將為破解跨境消費維權難題提供制度化的綜合支援。規定的實施，將從多維度對大灣區消費環境產生積極正面影響。

首先，極大地提升了跨境消費維權的便利化水平。規定明確支持建設和優化「粵港澳大灣區消費投訴轉辦平台」，推動實現消費者「一鍵投訴、一網轉辦」。這意味着，未來無論消費者在大灣區任何地方購物遇糾紛，都無需再為「該去

哪裏投訴」而煩惱，降低了跨境維權的門檻與成本，讓「足不出戶」解決跨境糾紛成為可能。

其次，強化了跨境消費風險的事前預警與事中監管。三地將建立常態化聯動協作機制，及時交換消費投訴熱點與重大消費風險信息。某地發現的重大消費侵權線索，三地可同步發布警示，在風險擴大前構築防線，從源頭減少跨境消費糾紛。

再者，將有力推動大灣區消費規則與市場環境的「軟聯通」。通過聯合開展商品比較試驗、消費調查、誠信店互認等活動，三地消保規則將逐步銜接互認，有助於構建一個規則統一、誠信共治的跨境消費環境。

面對廣東釋放的強烈合作信號，香港應積極響應，主動作為，與大灣區其他城市協同織密消費者權益的保護網。其中一個不容迴避的核心議題，是香港消委會的法定權限問題。根據《消費者委員會條例》，消委會的主要法定職能是「收集資料」、「接受及審查投訴」和「提供意見」等，其核心工作手段仍是調解，缺乏法定執法權與懲罰權。對於不合作的「無良商戶」，消委會最嚴厲的措施僅為「點名公布」，對「打一槍換一個地方」的黑店阻嚇力嚴重不足。這一結構性短板，不僅制約了香港消費環境的優化，也使其在參與跨境協作時，可能面臨「心有餘而力不足」的尷尬境況。

因此，香港應認真審視並考慮通過立法，賦予消委會或相關執法機構更強有力的監管和執法權力。例如，借鑒內地《消費者權益保護法》及《廣東省消費者權益保護條例》中對網購平台割熟客、預付費「走佬」等劣行的精準打擊經驗，補齊制度短板。

通過更嚴厲打擊損害消費者權益行為、更高效解決消費糾紛，以及更有力的消費市場監管，將有助香港更好擦亮「正品正貨」的金字招牌，進一步鞏固提升作為購物天堂的美譽和形象。

文匯社評

WEN WEI EDITORIAL

「大象」起舞正當時 香港創富機遇多

滙控(0005)昨日公布中期業績，上半年列賬稅前盈利195.2億美元，按年增長逾23%，這份成績單遠超市場預期。深入剖析這份亮麗業績，無論是從盈利貢獻、財富管理增長潛力，還是信貸需求復甦來看，反映的是：香港不僅沒有「玩完」，其作為國際金融中心的根基反而更加穩固。滙控這頭「大象」正以穩健舞步，證明香港「背靠祖國、聯通世界」的獨特優勢，香港投資創富機遇更多、吸引力更強。

滙控的業績清晰勾勒出其盈利版圖的重心所在。香港上海滙豐銀行貢獻利潤近129億美元，按年增長超37%，佔集團整體利潤比重逾66%。連同內地業務成功扭虧為盈，錄得稅前盈利近18.4億美元，整個大中華地區對集團稅前盈利的貢獻高達75%。這一數據極具說服力，香港作為國際金融中心的活力非但沒有減退，反而在持續增強。

值得留意的是，此前市場一度憂慮內地加強個人跨境投資監管會否對滙控業務造成衝擊。集團行政總裁艾橋智明確回應，相關新規旨在為境外投資提供更清晰指引，而非限制跨境投資，從5月至7月的數據觀察，集團的新客戶開戶流程大致未受干擾。這說明，滙控作為連接內地與全球市場的「超級聯繫人」「超級增值人」角色穩固，內地監管的完善反而有助行業長遠健康發展。

此次滙控業績的另一大亮點，是財富管理相關收入的強勁增長，這得益於客戶活動增加，尤其是在國際財富管理及卓越理財業務板塊。香港作為全球最大

跨境財富管理中心的地位，正為滙控帶來源源不斷的機遇。

根據波士頓諮詢公司發布的《2026年全球財富報告》，香港跨境財富規模達2.95萬億美元，年增速達10.7%；截至2025年底，香港營辦的單一家族辦公室超過3,380間；「新資本投資者入境計劃」自推出以來反應熱烈，預計吸引過千億港元資金。全球資本、高淨值人群持續匯聚香江，必然帶來龐大投資、融資需求，令滙控獲益豐厚。滙豐自身數據亦印證此趨勢——亞洲財富管理業務已成為核心盈利驅動因素，貢獻了集團逾五成收入。這不單是簡單的資金流入，更是國際資本、企業對香港法治環境、金融服務能力與內聯外通獨特優勢的信任投票。

此次業績公布中，滙控將重啟最多10億美元的股份回購，規模較市場預期為低，一度引發股價波動。不過，滙控管理層解釋其清晰邏輯：資本將優先用於支持強勁的貸款增長。這絕非託詞，而是實實在在的經濟復甦信號。滙控第二季貸款增長表現良好，不同業務信貸需求均見明顯復甦，特別是香港個人銀行客戶規模持續增長，帶動更多貸款需求。當銀行預見更多具盈利性的放貸機會，將資本用於擴大業務而非回購，是再正常不過的商業決策。業績公布後，滙豐在香港上市的股票上漲至169.7港元，創下歷史新高。市場傳道的正是香港經濟穩步復甦、活力重現的積極信號。

香港作為資本雙向流通的樞紐，既將全球資本引向內地，也將內地財富配置到全球市場，滙控順勢而為、積極融入國家發展大局，大有可為、前景無限。在最直接有力的數據面前，所謂「香港玩完論」徹底破產。

歐洲班霸訪港 體育園丁財續添旺

限量融港文化精品掀搶購熱「票尾經濟」帶動餐飲店生意增逾五成

「香港足球盛會2026」將於今晚迎來第二場精彩賽事——車路士對祖雲達斯，啟德主場館料再掀入場高峰。特區政府商務及經濟發展局局長丘應樺昨晚出席祖雲達斯商務酒會，與來自香港、意大利及亞洲各地的商界領袖、合作夥伴及嘉賓交流，共同見證足球如何成為促進商貿合作和國際聯繫的重要橋樑。另外，在足球狂熱帶動下，啟德體育園內的啟德零售館及周邊商舖在這期間人流如鯽，場面熱鬧。有足球商品店抓緊多支班霸訪港機遇，推出多項融入香港地標和文化的球隊限定產品，引發球迷購買熱潮。另有餐飲店積極響應「票尾經濟」效應，成功吸引球迷到店消費，整體營業額較平日上漲超過五成，充分享受盛事帶來的經濟紅利。

●香港文匯報記者 吳健怡

丘應樺昨晚出席祖雲達斯商務酒會時強調，香港是一個充滿活力、多元共融的國際城市，也是國際商業和貿易樞紐，一直發揮內聯外通的關鍵作用，歡迎世界各地企業善用香港的獨特優勢，拓展亞洲及內地市場，並與內地企業攜手「走出去」。

作為專營全球頂級足球俱樂部官方授權商品的零售品牌，聚星動力副總經理高鶴昨日接受訪問指，品牌早於賽事前數月即與包括曼城及拜仁慕尼黑等球會展開對接，規劃完整的配套方案，目標絕不僅止於短期銷售，而是為球迷締造涵蓋觀賽、限定商品、球星見面會、獎盃展覽及吉祥物互動等元素的沉浸式足球體驗。

曼城香港限定精品近售罄

為此，該店分別為曼城及拜仁慕尼黑推出多款獨家香港限定單品，涵蓋城市主題T恤、長短褲、棒球帽、Tote手袋、可愛小型掛飾等，其中曼城精品已幾乎售罄。

記者昨日在店內留意到其中一款拜仁慕尼黑的Tote手袋，上面除了印有隊徽外，還有香港電車、港式招牌等圖案。另有一款球隊頸巾，則加入了「HONG KONG TOUR 2026」（香港之旅2026）字句，以及包括中環摩天輪、高樓大廈等特色圖案，增加收藏價值。

高鶴分享，公司遷於園內設立多個快閃銷售點，並同步提供八折至九折的期間限定優惠，成功激發周邊商品的購買熱潮。她透露，單在上周六曼城對國際米蘭賽事當天，營業額已達平日的5倍之多。在曼城官方快閃店方面，以藍白配色結合香港特色的限定周邊商品備受青睞，其中多款在正賽前一天即告售罄；而適逢車路士公開訓練，大量球迷到場支持，品牌亦迅速推出相關周邊產品，同樣獲得熱烈回響。

她強調，大型體育盛事不僅能帶動體育衍生品行業，更有助吸引各地旅客來港，進而拉動酒店、餐飲等周邊消費，全面激活香港商業活力，期望政府未來能引進更多足球表演賽、公開賽等，進一步完善本地足球產業生態。

賽事成功吸引跨境觀眾

同樣有在啟德零售館設店的敏華冰廳品牌負責人林浩成指出，球賽期間消費客群中本地市民與內地旅客約各佔一半，反映賽事成功吸引跨境觀眾，門店亦提前增配人手，並推出升級特餐等配套，以及為積極響應特區政府的票尾優惠政策，持活動門票的顧客堂食惠顧任何套餐，即獲贈蠔油時菜一碟，成功吸引球迷到店消費，整體營業額較平日上漲超過五成。

林浩成分享，剛過去的世界盃期間，品牌曾推出賽事限定宵夜簡餐，並於世界盃決賽當日配合商場通宵營業，強調當時的初衷是服務深夜觀賽人群，與市民共享足球狂熱，而此舉亦獲得不錯回響。

除了球賽之外，他認為演唱會對生意的拉動同樣顯著，例如鄭秀文答謝場、謝霆鋒演唱會期間，內地客到店消費數量明顯增多，印證多元盛事對跨境消費的吸引力。他期望政府、場館及主辦方持續舉辦演唱會、球賽、全民運動賽事等各類活動，製造穩定客流，帶動啟德體育園，以至整個九龍東商圈共同受惠。



●啟德主場館近日上演多場歐洲勁旅足球賽，令鄰近啟德零售館商戶生意旺場，一家有售球隊精品的攤檔吸引球迷駐足選購。 香港文匯報記者涂穴 攝



●不少球迷到啟德零售館內一家球會精品店內，選購拜仁慕尼黑的最新球衣。 香港文匯報記者涂穴 攝

體育園：連場好波顯「盛事經濟」威力

香港文匯報訊（記者 吳健怡）啟德體育園有限公司零售總經理黃皓筠昨日接受香港文匯報訪問時表示，隨著多場精彩球賽先後在啟德主場館舉行，毗鄰主場館的啟德零售館受惠於盛事效應，其間每日客流均高於去年同期，上周六舉行曼城對國際米蘭賽事當天，單日更錄得近12萬人次入場，充分展現「盛事經濟」的帶動威力。她特別透露，計劃稍後英超開鑼會在場內大屏直播，未來亦將聯動演唱會客流，讓觀眾看完演出後順道觀看球賽直播。另外亦正與旅遊巴士公司洽談合作，提前宣傳部署。

黃皓筠表示，零售館內設有多支球隊的官方銷售攤位，陳列球衣、帽子、玩偶等周邊產品，不少限定周邊產品已售罄。

她透露，在曼城公開訓練當日，零售館尚未開門營業，已有約300名球迷在門外排隊等候購買球衣，據統計，平均每5名觀賽人士中就有1人在場內購買球衣，限量款球衣一度售罄。

另一方面，黃皓筠分享本次盛事共有超過40家商戶參與票尾優惠活動，餐飲及零售商戶佔比接近各半，球迷憑「香港足球盛會」賽事門票，可於比賽當日及前後三天在指定商戶享受餐飲、購物及娛樂優惠。此舉有效延長訪客逗留時間，同時提升人均消費，形成「人流——體驗——消費」的良性循環。除此之外，零售館亦有推出憑當日消費滿額可享免費寄存服務，並計劃常態化舉辦足球賽事直播，實現「一張門票多重體驗」。

談及未來發展，她分享啟德零售館會採取「雙引擎」經營模式，其一是盛事引擎，球賽、演唱會帶來遊客及年輕跨區客群，部分商戶更延長營業時間承接散場客流，避免客源外流至其他區域。另一邊廂是民生引擎，因應啟德周邊有大量居民陸續入伙，零售館會繼續擴大超市、餐務、健身中心等民生業務，形成穩定的日常客流。她強調，兩類客群的消費力並無絕對高低，期望政府多舉辦大型盛事活動，帶動本地及旅客消費，提升香港旅遊消費體驗。



●黃皓筠

香港文匯報記者 吳健怡 攝

球迷讚配套佳：又食又買又睇波



●從深圳來港的拜仁球迷歐先生對啟德體育園的交通配套大感滿意。

香港文匯報記者涂穴 攝

香港文匯報訊（記者 吳健怡）足球盛事連日掀起全城狂熱，啟德體育園化身海內外球迷的朝聖地。有球迷大讚香港足球氣氛濃厚，更對啟德體育園的配套服務讚不絕口。另有內地球迷指出，內地甚少有球場在旁配備一站式大型零售商場，非常享受能在此體驗觀賽、購物、飲食等一站式的足球嘉年華。

來自廣州的曼城忠實球迷李先生昨日跟記者分享，至今已花費將近兩萬港元購買周邊產品，包括多件曼城球衣及香港限定版徽章等紀念品。他興奮地展示戰利品：「香港的足球氣氛十分濃厚，街上、地鐵都見到球迷，感覺全城都在狂歡！」對比內地球場周邊配套，他大讚啟德體育園設計貼心：「在內地，球場旁邊通常沒有大型零售商場，但在

啟德這體育園，買完周邊可以即時寄存，然後兩手空空去睇波，超方便！」

深圳球迷料花數千元購心頭好

另一位拜仁慕尼黑球迷歐先生透露，與妻子昨日特意從深圳趕來香港，只為到啟德體育園購買拜仁慕尼黑的官方周邊產品，以便作好全副準備，周五當天再來觀看比賽。他預計花費數千元搜羅心頭好，當中特別看上幾款帶有香港元素的周邊產品。他認為這類紀念品別具特色，融合了香港本地文化與足球元素，極具收藏價值。

除了產品設計吸引，歐先生對啟德體育園的交通配套亦大感滿意，因園區鄰近港鐵站，交通四通八達，對球迷來說非常便捷。日後香港若再舉辦同類大型足球盛事，他表明必定會再次來港支持。