

拼豆經濟是否會「曇花一現」？

● 拼豆近年在內地盛行，並已實現商業化，閒時去拼豆店拼豆已是不少年輕人生活習慣。有經濟學家指出，這現象反映年輕消費者對情緒療愈的真實需求。



資料圖片



現代社會生活節奏不斷加快，工作壓力、情緒焦慮和社交疲憊日益普遍，「解壓經濟」由此乘勢崛起。近期，一款名為「拼豆」的手作體驗從中國內地風靡至香港，吸引大量年輕消費者參與，也讓不少創業者看到商機。拼豆通過排列不同顏色的小豆粒，再經熨燙定型，製作成動漫人物、寵物肖像、鑰匙扣和家居擺件。其操作簡單、色彩鮮明、成品直觀，既具有解壓功能，又適合拍攝短視頻傳播，因而迅速成為一種新消費潮流。



宋清輝
經濟學家

對於A股市場而言，拼豆經濟暫時還難以形成一個獨立且規模龐大的產業板塊，但可能被納入「谷子經濟」「情緒消費」「新消費」以及「文創經濟」等概念之中，成為市場尋找消費新題材的一個切入口。尤其是在傳統消費增長承壓、資本市場

希望尋找新需求的背景下，具有年輕化、社交化和個性化特徵的消費現象，容易受到資金關注。

從三方向尋「拼豆概念股」

從產業鏈看，A股相關機會主要集中在三個方向。首先是擁有原創設計、IP運營和產品開發能力的文創、潮玩及創意文具企業。拼豆本身技術壁壘不高，真正具有價值的不是豆粒，而是圖案設計、文化內容和品牌認同。能夠持續推出原創形象，或者擁有正版動漫、影視、遊戲IP授權的企業，更有機會提高產品附加值和消費者複購率。

其次是具備成熟供應鏈、零售渠道和柔性製造能力的消費品企業。拼豆產品顏色多、款式更新快，消費者又具有明顯的個性化需求，這要求企業能夠小批量生產、快速補貨並及時響應市場變化。擁有線上電商、線下門店、跨境渠道和數字化供應鏈的企業，可能比單純依賴一家體驗店的

經營者更具競爭優勢。

最後是商業零售、文旅景區和教育服務等線下場景。購物中心可以通過拼豆體驗店、短期快閃店增加客流，博物館和旅遊景區可以把地方文化轉化為拼豆圖案，親子機構也可以將其用於色彩啟蒙、專注力訓練和創意課程。若能夠與城市文化、非遺元素和親子教育相結合，拼豆就可能從一次性網紅項目轉變為穩定的體驗消費。

籲投資者審視基本面的

與此同時，上游原材料和設備也可能獲得部分增量需求，包括環保豆粒、模板、收納工具和熨燙設備等。但投資者需要看到，拼豆目前仍屬於相對大眾的消費市場，即使行業短期快速增長，對大型化工、塑料或設備企業的整體收入貢獻也可能十分有限。因此，不能因為上市公司生產某種相關材料，就簡單推斷其業績會明顯受益。

判斷一家上市公司能否真正受益，不能只看它是否擁有「拼豆概念」，而應重點觀察相關業務收入佔比、毛利率、複購率、渠道庫存、現金流以及IP授權成本。只有當一種消費趨勢能夠轉化為持續訂單和真實利潤，才可能成為上市公司的長期增長點。若只是借助熱點推出少量產品，對公司估值的影響就不宜被過度放大。

從行業自身看，拼豆經濟面臨的首要風險是進入門檻較低。豆粒、模板和設備容易購買，圖案也容易模仿，大量經營者湧入後，產品同質化和價格戰難以避免。消費者可能願意為第一次體驗支付較高價格，卻未必願意長期頻繁消費。一旦

複購率下降，門店租金、人工和營銷成本就會迅速壓縮盈利空間。

創業者應謹慎擴店和加盟

版權和產品安全也是不可忽視的風險。市場上許多熱門拼豆圖案來自動漫、遊戲、影視作品和知名品牌，若商家未經授權使用於收費體驗或成品銷售，可能面臨知識產權糾紛。同時，豆粒材質是否環保、熨燙過程是否安全、兒童使用是否存在誤食風險，都可能影響行業聲譽。任何一次安全事故，都可能加速消費者熱情消退。

需要指出的是，未來拼豆經濟不會完全消失，但市場規模可能在熱潮之後明顯分化。那些缺乏設計能力、只靠模仿和低價競爭的商家，可能較快退出；擁有原創IP、穩定社群、成熟渠道和多元消費場景的企業，則有機會把短期流量沉澱為長期生意。其最終形態更可能是一個穩定但有限的細分市場，而不是覆蓋所有消費者的大眾產業。

一言以蔽之，拼豆經濟既不是毫無價值的短期泡沫，也不應被包裝成A股新消費的長期主線。它反映了年輕消費者對情緒療愈、個性表達和線下社交的真實需求，也為文創產品、IP運營、商業零售和親子教育帶來結構性機會。但對於創業者而言，應謹慎擴店和加盟；對於A股投資者而言，更應堅持業績驗證，避免把消費潮流等同於投資價值。資本市場真正能夠長期受益的，不是最會追逐概念的公司，而是能夠把短暫新鮮感轉化為原創能力、品牌價值和持續現金流的企業。

（作者為經濟學家，著有《中國韌性》）

沃什演說意外鷹派 美元乘勢反撲

金匯 出擊

英皇金融集團 黃楚淇

美聯儲主席沃什（Kevin Warsh）上周五於全球央行年會釋放強硬信號，稱全力遏止通脹，沃什發表講話後，市場對聯儲局加息的預期升溫。根據 CME FedWatch Tool 顯示，交易員預估聯儲局9月升息的機率，由上周稍早略高於30%升至接近60%。沃什警告稱，美國近期通脹數據尚不足以證明物價壓力已得到實質性緩解，如果美聯儲無法對通脹以足夠快的速度回落至目標建立信心，「還有工作要做」。他強調，2%的通脹目標「堅定不移、不容更改」，美聯儲將確保物價穩定最終實現。

隨著沃什的發言促使美聯儲加息的預期升溫，美元上周五顯著走高，美元指數觸及99.71的兩周高位，主要貨幣兌美元普遍回挫。接下來本周經濟數據密集，包括8月8日採購經理指數（PMI）及ISM指標，8月ADP就業人數變化，以及關鍵的美國8月非農就業報告。至於新西蘭及加拿大央行則會周三公布議息會議結果。

澳洲元升勢恐面臨考驗

澳洲元兌美元在近兩個月來維持強勢上揚，但或許即將要面臨重大考驗。從6月30日低位0.6864美元，到上周五高見0.7207美元，累計漲幅340餘點。向上將觀望上一次高位，亦即5月6日的0.7277美元，可預料在此區附近會遇到一定阻力；此外，澳洲元上周五亦是自高位回落，尾盤見至0.7160美元水平，相應RSI亦告回跌，反映短期上行動力或有所減弱。

至於下方關鍵就是近期匯價上揚所形成較為急陡的上升趨向線，目前形成支撐在0.7140美元水平，因此本周要小心若然匯價明確跌破此區，則可能正是調整的開端。黃金比率計算，38.2%及50%的調整幅度為0.7075美元及0.7035美元，擴展至61.8%的幅度為0.6995美元。其後較大支持預料為0.6940美元以至250天平均線0.6885美元。至於阻力依據除了0.72美元及0.7277美元，下一級關鍵點為0.74美元以至0.75美元關口。

新西蘭央行在本周三加息預期已接近完全定價，市場正在等待政策聲明中的路徑指引。新西蘭在上次於7月8日的會議上，決議自2023年以來首次上調利率，該決定是在對通脹可能比此前

預期更具黏性的擔憂不斷加劇之際作出的，央行明確表示，後續還會有更多加息。此後公布的第二期CPI數據顯示通脹高於預期，年率從3.1%躍升至4.1%，進一步遠離央行目標區間3%的上限。這讓投資者相信，新西蘭央行將會在本周再加息25個基點；而會後聲明亦需留意央行會否進一步釋放鷹派加息信號。

紐元技術回調壓力加劇

紐元兌美元上周於0.60美元的心理關口明顯受制，於5月6日的高位0.5990美元及5月29日高位0.5993美元，到最近8月21日高位僅見至0.5987美元，之後在上周只見反覆回落，到周五下見至0.59美元關口附近。自七月中旬至今，RSI已形成三個頂部逐漸向下，正好對應匯價形成三級背馳，示着紐元回調壓力加劇。支持位回看25天平均線0.5890美元，附近若若位置的0.5880美元則為上升趨向線，失守此區料可更為確立調整傾向，延伸支持為0.58美元、0.5760美元以至0.5670美元水平。

阻力為估計在0.5960美元，關鍵仍是要觀測0.60美元關口，其後較大阻力看至0.6090美元及0.6120美元水平。

危疾定義標準化 保障解讀與投保攻略

基金投資

危疾保險是個人健康保障的重要一環，然而長久以來，不同保險公司對同一危疾的定義各有

詮釋，消費者在比較產品時往往無所適從，索償時更可能因定義差異而產生爭拗。香港保險業聯會推出的《危疾定義標準化最佳行業準則》將於今年九月一日正式生效，為十六項主要危疾及五項早期危疾提供統一定義，涵蓋市場約九成索償個案。此項措施雖屬行業自律性質，參與與否由保險公司自行決定，但對投保人權益保障及投保決策均產生實質影響。然而，市場對標準化的理解存在若干誤區，投保人宜釐清事實，方能作出明智判斷。

投保決策：釐清限制 審慎行動

投保人須認清兩項關鍵限制。其一，新定義僅適用於9月1日或之後推出的新產品，現有保單不受影響。其二，《準則》屬自願參與，並非所有保險公司必然跟隨，選購時應主動查詢產品是否採用標準化定義及是否帶有「Q嘜」認證標誌。對於市場上「應即時轉保」的聲音，實屬誤導。保險業界明確指

出，不建議取消舊有保單轉購新產品，因重新核保須面對年齡及健康狀況變化，新保單保費可能大幅上升，甚至無法通過核保，貿然退保將承受不可逆轉的保障缺口。

然而，對於尚未持有任何危疾保障的人士，標準化的落實正是一個合適的檢視時機。定義統一後，產品比較的門檻降低，投保人更容易分辨不同產品的優劣，無須再因定義差異而卻步。加上標準化定義定期檢視的機制，新產品條款更具前瞻性，現在考慮投保較過往更容易掌握保障內容。已持有保單者則應藉機檢視保障是否充足，醫療成本持續上升，多年前購買的保額或已不足以應付今天的開支，可考慮加購新產品作為補充，而非取代舊單。

此外，定義標準化僅統一了核心疾病的理賠門檻，不同產品在保障項目、賠償次數、等候期及多重賠償條款等方面仍有差異，選購時須全面了解，選擇真正填補自身風險缺口的產品。



有關規劃許可申請的通知

現特通知丈量約份第106約地段第1002號（部分）、第1005號餘段（部分）、第1006號（部分）、第1007號（部分）、第1008號（部分）、第1013號、第1014號、第1015號、第1016號、第1017號、第1018號、第1020號、第1021號、第1022號、第1023號、第1024號（部分）、第1025號A分段、第1026號（部分）、第1072號A分段（部分）、第1073號（部分）、第1074號、第1075號、第1076號、第1077號、第1078號A分段、第1078號B分段餘段（部分）、第1079號A分段、第1079號B分段、第1080號（部分）、第1081號（部分）、第1082號（部分）、第1083號A分段（部分）、第1083號餘段（部分）、第1084號（部分）、第1111號、第1112號、第1121號、第1122號、第1124號、第1125號、第1126號、第1127號、第1128號、第1129號、第1130號、第1131號、第1132號、第1133號（部分）、第1135號A分段（部分）、第1136號（部分）及第1137號（部分）的土地擁有人，本公司計劃根據《城市規劃條例》第16條申請規劃許可，於上述地點和毗連政府土地作「擬議臨時露天貯物及貨倉（危險品倉庫除外）連附屬設施和相關填土及填塘工程（為期3年）」。

申請人：協億投資有限公司

舉行債權人會議通告 香港特別行政區 原訟法庭 高院破產案件 臨時命令申請案件二〇二六年第五九八宗 關於：劉偉倫 根據二〇二六年八月十七日頒布的臨時命令而召開的債權人會議將於二〇二六年九月十四日(星期一)上午十一時三十分在九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所舉行，目的為考慮上述債務人就自願安排作出的建議，特此通告。 與會議有關的文件副本，即(一)該債務人的建議；(二)資產負債狀況說明書的摘要；(三)代名人對建議的意見；(四)委託書表格；(五)申索表格通知書及(六)通知書的重要註釋，債權人可向九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所索取。 代名人 劉偉倫 日期：二〇二六年八月三十一日	舉行債權人會議通告 香港特別行政區 原訟法庭 高院破產案件 臨時命令申請案件二〇二六年第五九七宗 關於：梁耀基 根據二〇二六年八月十七日頒布的臨時命令而召開的債權人會議將於二〇二六年九月十四日(星期一)上午十一時三十分在九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所舉行，目的為考慮上述債務人就自願安排作出的建議，特此通告。 與會議有關的文件副本，即(一)該債務人的建議；(二)資產負債狀況說明書的摘要；(三)代名人對建議的意見；(四)委託書表格；(五)申索表格通知書及(六)通知書的重要註釋，債權人可向九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所索取。 代名人 劉偉倫 日期：二〇二六年八月三十一日
舉行債權人會議通告 香港特別行政區 原訟法庭 高院破產案件 臨時命令申請案件二〇二六年第五九六宗 關於：胡健文 根據二〇二六年八月十七日頒布的臨時命令而召開的債權人會議將於二〇二六年九月十四日(星期一)上午十一時三十分在九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所舉行，目的為考慮上述債務人就自願安排作出的建議，特此通告。 與會議有關的文件副本，即(一)該債務人的建議；(二)資產負債狀況說明書的摘要；(三)代名人對建議的意見；(四)委託書表格；(五)申索表格通知書及(六)通知書的重要註釋，債權人可向九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所索取。 代名人 劉偉倫 日期：二〇二六年八月三十一日	舉行債權人會議通告 香港特別行政區 原訟法庭 高院破產案件 臨時命令申請案件二〇二六年第五九六宗 關於：胡健文 根據二〇二六年八月十七日頒布的臨時命令而召開的債權人會議將於二〇二六年九月十四日(星期一)上午十一時三十分在九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所舉行，目的為考慮上述債務人就自願安排作出的建議，特此通告。 與會議有關的文件副本，即(一)該債務人的建議；(二)資產負債狀況說明書的摘要；(三)代名人對建議的意見；(四)委託書表格；(五)申索表格通知書及(六)通知書的重要註釋，債權人可向九龍尖沙咀科學館道十四號新文華中心B座十樓一〇一八室黃天佑律師事務所索取。 代名人 劉偉倫 日期：二〇二六年八月三十一日

香港戲院轉型機遇：釋空間價值 擔當商場「人流引擎」

行業 分析

高力香港研究部及零售顧問主管 李婉茵

近年香港戲院市場經歷深度調整。從2016年至2025年，全年總票房由18.6億港元跌至10.5億港元（香港電影發展局公布的香港電影業資料彙編2025），跌幅達44%；戲院入場人數亦由2017年逾2,400萬人次下跌36%至2025年的1,560萬人次。值得注意的是，市場其實經歷了一個「先擴張、後整合」的過程。在新商場供應增加及體驗式消費需求帶動下，戲院數目由2016年的48間增至2019年高峰的61間；惟疫情後觀影習慣改變、串流平台普及、娛樂選擇日趨多元，市場逐步進入整合階段，截至2026年7月回落至53間。換言之，本港戲院市場並非單純萎縮，而是正由過往廣泛分布模式重新布局。

對於大型商場而言，戲院的價值遠非單純的租金收入，而是重要的「人流引擎」。雖然近年商場引入醫療、教育、親子娛樂及健身等新業態，分散了對戲院的依賴，但戲院在帶動夜間客流、延長顧客停留時間，以及促進餐飲和零售消費方面，仍具不可取代的作用。因此，不少大型商場業主仍傾向於院商提供較具彈性的租賃條件，而租金回調亦吸引部分電影公司逆市承接結業戲院，為市場注入新動力。

不單靠本區客 功能趨多元

從空間布局角度看，香港戲院市場亦正出現重新分布的趨勢。近年結業戲院較多集中於民生區及社區商場，而新開或獲得資本投入的戲院則主要位於核心商業區及大型區域購物中心。隨著消費模式逐步由「樓下睇戲」轉向「目的地消費」，市民更傾向到具零售、餐飲及娛樂配套的大型商場消遣，戲院亦由過往服務社區客群，演變為吸引跨區客流的重要設施。

更關鍵的轉型在於戲院功能的多元化演變。傳統「純放映」模式已不足以應對市場需求，戲院正逐步向多功能文化娛樂空間轉型。政府於2024年底公布的《文藝創意產業發展藍圖》中提出研究放寬不同場地限制，容許戲院用作現場表演，並推動簡化相關申請程序，為戲院開拓更多非票房收入來源創造條件。

在此政策方向下，戲院的空間價值正被重新定義。憑藉優質音響設備、階梯式座位及大銀幕等先天優勢，戲院具備發展成中小型演出及活動場地的潛力。市場上已見部分院商積極探索小型演唱會、企業活動、品牌發布會及私人包場等新用途，以提升非高峰時段的空間使用率，並建立更穩定的收入來源。

突破租戶定位 與業主共贏

展望未來，香港戲院市場未必重返2019年超過60間戲院的高峰水平。部分民生區戲院仍面對經營壓力，而新增戲院亦較大機會集中於大型商場及核心消費節點。然而，市場正朝向「數量較少、規模較大、功能更多元」的方向發展。戲院的角色亦將由單一放映空間，逐步轉變為融合電影、演藝、音樂及企業活動的綜合文化娛樂平台。對商場業主而言，戲院不僅是租戶，更是連接零售、餐飲、文化活動及夜間經濟的重要平台，其轉型成效將直接影響商場整體競爭力。這不僅是戲院業的自救之道，亦是香港體驗式零售發展的重要機遇。



● 近年香港戲院市場處於調整期，很多戲院於經營上作出轉變。 資料圖片