

CMA Monthly Bulletin

香港工業再展翅 · 締造輝煌新一頁

10月號
OCT 2025

香港：打造全球高端消費中心

Hong Kong: A Potential Global
Centre for Premium Consumption



10月號
OCT 2025

大綱 Index

- 02 封面故事
Cover Story
- 04 會務－活動回顧
Our Chamber-Event Highlights
- 05 觀點
Views
- 14 啟動升級
Get Ready to Upgrade
- 15 政策速遞
Policy Express
- 16 會員－歡迎新會員
Our Members-Welcome!



香港正面對一場深刻的消費模式轉變。生活成本持續上升，加上港元匯率強勢，令不少本地居民選擇北上消費；同時，內地旅客的消費行為亦趨向理性與務實，令本地零售、餐飲與服務業面對雙重壓力。然而，這場變化亦為香港帶來契機。若能準確定位、主動轉型，香港完全有條件發展成為亞洲以至全球的高端消費中心，為經濟注入新動能。

With rising living costs and a strong Hong Kong dollar, many local residents are choosing to spend in the Chinese Mainland, which has resulted in a significant shift in consumption patterns in Hong Kong. In contrast, Mainland visitors are spending less in Hong Kong. Both trends are exerting compound pressure on local retail, food and beverage, and service businesses. At the same time, this shift offers a strategic opening. Through repositioning and transformation, Hong Kong can become a premier hub for high-end consumption in Asia and worldwide.

聚焦高端消費 差異化突圍

與內地在價格層面難以匹敵，香港的突圍之道必須走向差異化，而發展高端消費正是其中最具潛力的方向。高端消費雖然門檻較高，但其優勢亦十分明確：不僅有助推動市場自然分層，同時讓高淨值人群逐漸成為本地消費的核心支柱，更能有效抵禦大眾市場波動帶來的衝擊。

根據萊坊（Knight Frank）於2024年發表的《財富報告》，至2028年，香港的超高淨值人士將增長22.4%。這批消費者對價格較不敏感，反而重視體驗、私隱與服務質素，能帶動定制服裝、精緻餐飲、主題旅遊與藝術收藏等高端業務的需求。

如欲查詢廣告事宜，
請致電會員服務熱線 2851 1555
For Advertising Enquiries, please call our
Membership Services Hotline 2851 1555





國際化優勢構建高端生態圈

其實，香港作為亞洲的國際門戶，已擁有一系列吸引高端客群的獨特優勢。首先是制度優勢與法治保障，為高資產人士提供安全與信心。其次，香港是全球第二大跨境財富管理中心，擁有完善的金融體系及專業服務網絡，吸引大量來自世界各地的家族辦公室落戶。

此外，香港雲集國際品牌，醫療健康服務水平國際領先，米芝蓮餐廳密度世界前列，兼具中西文化特色與兩文三語服務，配合低稅率與交通便利，形成一個天然的高端消費生態圈。

政策推動高端定位落地

政府在最新《施政報告》中推出多項針對高端市場的策略性舉措，包括吸引更多家族辦公室、引進高端人才、打造藝術品交易樞紐、推動遊艇經濟、聯乘巴黎與米蘭時裝周，推進數碼時裝和永續時尚發展等。這些舉措不僅回應高淨值人群的生活方式與投資需求，更有助鞏固香港作為區域高端消費與文化創意樞紐的地位。值得一提的是，香港亦正積極開拓中東市場，推動產品與服務獲得清真認證，預計將吸引當地高端消費者來港選購。

在「國潮」興起背景下，香港亦可發揮其「展示平台」的角色，成為高端國貨出海的橋樑，反向吸引歐美、中東及東盟買家。香港機場航班密度與國際連通性遠超內地城市，令海外買家能一站式體驗國貨、即時採購，無需處理簽證或繁複物流。

業界轉型：從交易到體驗

業界向高端消費的轉型關鍵，在於從「交易」走向「體驗」。未來的商場與品牌，不再只是零售空間的提供者，而應成為內容策展人與文化創造者。結合藝術展覽、文化沙龍、定制工坊與數碼互動的場景設計，將有助延長顧客停留時間，強化情感連結。同時，透過數據科技與CRM系統，為顧客提供從私人導購到全球售後的一站式服務，建立長期客戶關係。

高端消費亦可與旅遊、金融、文化節慶等領域跨界聯動，打造香港獨一無二的城市體驗。例如，結合藝術博覽、國際拍賣會、名廚私宴與資產管理服務，讓高端顧客在港的每一次消費，都是一段值得回憶的生活旅程。

這種整合式體驗，不僅提升消費價值，更可讓香港蛻變為全球高端生活方式的風格引領者與標準制定者。

A focus on premium consumption

Given the difficulty of competing with Chinese Mainland enterprises in terms of price, Hong Kong must pursue a strategy of differentiation. Developing a premium consumption market represents the most promising path forward. Although this sector has a high barrier to entry, its advantages are clear: It not only encourages natural market segmentation, but also allows high-net-worth individuals to become the core pillar of local consumption, providing a more effective buffer against the impact of mass-market volatility.

According to the wealth report published by Knight Frank in 2024, the number of ultra-high-net-worth individuals in Hong Kong is projected to increase by 22.4% by 2028. This group of consumers is less price sensitive and places greater value on experience, privacy, and service excellence than the average consumers. Their spending habits will stimulate demand in premium sectors, such as bespoke fashion, fine dining, thematic travel, and art collection.

Leveraging global strengths to create a premium ecosystem

As an international gateway in Asia, Hong Kong already has several unique advantages that attract premium clients. First, its strong institutional framework and the rule of law boost confidence among high-net-worth individuals. Second, as the world's second-largest cross-border wealth management centre, Hong Kong's comprehensive financial system and professional service network draw many family offices from across the globe.

Hong Kong also hosts a diverse range of international brands, leading healthcare services, and one of the world's highest concentrations of Michelin-starred restaurants. As a melting pot of Eastern and Western cultures and languages, the city has naturally developed a high-end consumption ecosystem, supported by low taxes and easy transportation.

Policies to promote high-end positioning

In its 2025 Policy Address, the Hong Kong government unveiled several strategic initiatives that may indirectly support the growth of the high-end market, including attracting more family offices, bringing in top-tier talents, developing an art trading hub, promoting the yacht economy, and collaborating with Paris and Milan Fashion Weeks to introduce digital and sustainable fashion. These efforts are intended not only to address the lifestyle and investment preferences of high-net-worth individuals but also to solidify Hong Kong's position as a regional hub for high-end consumption and cultural innovation. As Hong Kong explores expansion into the Middle East market and works to promote halal certification for its products and services, these initiatives are expected to attract high-end consumers from those regions to Hong Kong.

With the increasing popularity of Chinese cultural elements across the world, Hong Kong can also serve as a bridge for high-end Chinese products to go global. Hong Kong International Airport offers greater flight frequency and international connectivity than any Mainland city airport, making it more convenient for buyers from Europe, the United States, the Middle East, and Southeast Asia to purchase a wide range of Chinese products without the hassle of visas or logistical complications.

Industry shift from transaction to experience

The key to transitioning to high-end consumption is shifting from "transaction" to "experience". In the future, shopping malls and brands will not just offer retail spaces but also act as content curators and cultural innovators. Scenario designs that include art exhibitions, cultural salons, customised workshops, and digital interactions will help extend customer stays and deepen their emotional ties. By utilising information technology and Customer Relationship Management systems, Hong Kong can offer customers comprehensive services, from personal shopping to global after-sales support, fostering long-term relationships.

Premium consumption can also be integrated with tourism, finance, cultural festivals, and other sectors to create a distinctive Hong Kong travel experience. For instance, purchases made by high-end clients in Hong Kong can become memorable journeys when combined with art fairs, international auctions, private dinners with celebrity chefs, and asset management services.

By creating such integrated experiences, Hong Kong can establish itself as a style leader and standard-setter for high-end lifestyles worldwide.



歡迎掃描 QR code 閱讀此內容

廠商會接待來訪機構及出席活動

8月15日，湖南特色農產品品牌推介活動



8月15日，福建省商務廳代表團訪會



8月15日，吉林省港澳事務辦公室代表團訪會



8月15日，黑龍江省商務廳代表團訪會



8月19日，長春市雙陽區人民政府代表團訪會



8月20日，與日本駐香港總領事館總領事會面



8月20日，湖北省商務廳代表團訪會



8月22日，香港電腦通訊節2025



8月26日，第25次在莞港資企業升級轉型聯席會議



8月27日，江門市政協代表團訪會



工業旅遊 放手開拓 放膽創新

Industrial Tourism Let Go and Explore, Dare to Innovate

今年年中，政府公布9個重點發展的旅遊熱點項目，被喻為「旅遊九大簋盛宴」，頭盤正是筆者一直致力爭取、倡議重點開拓的「工業品牌旅遊」。

香港製造 閃亮金漆招牌

數十年來，本港工業家以實力和拚勁，鑄造「香港製造」金漆招牌，蜚聲國際，充分體現獅子山奮鬥精神。領導「發展旅遊熱點工作組」的政務司副司長卓永興表示，項目於第三季推出，期望旅遊業界組團，開拓工業旅遊，打造可供旅客參觀、體驗和消費的熱點。首批響應的品牌都「響噹噹」，包括李錦記、奇華、八珍醬園、益力多。

「工業旅遊」並非新事物。廠商會早前的研究報告顯示，歐美超過一成、中型工廠已開展相關項目，數目更持續增長；亞洲多國亦正積極開拓，藉此打造經濟新增長點。說到發展概況，西方以業界自發居多，亞洲地區則多由政府牽頭，內地和日本都制定具體綱要。

建博物館 唱好工業故事

至於開發模式，大致可歸納為4類：觀光工廠、工業遺產、主題博物館、商旅綜合展覽。前三者主打「觀賞」，藉着實地參觀，讓參加者懷懷舊、開眼界、長知識；後者則主攻「體驗」，讓參加者親身感受、享受，增加對品牌產品的信心。

本港「工業旅遊」剛剛起步，業界應放手開拓、放膽創新，至於下一步，筆者建議設立「工業主題博物館」，有系統地說好「香港工業故事」。

「工業旅遊」並非純粹懷舊，也有創新。最近有傳媒專題報道，窺探東莞如何變身工業旅遊熱點，值得參考。

上世紀末，東莞曾有「世界工廠」外號，其中長安鎮更被譽為「智能手機第一鎮」，孕育出OPPO和VIVO兩大手機龍頭，但想尋找傳統工業，就要走去寮步鎮。

創意潮食 醬園變打卡地

豆醬是東莞名物之一，據說清代道光年間，寮步鎮便開始發展「豆醬工業」。記者走訪的著名大醬園，約有半世紀歷史，由小工廠發展成食品企業，6年前更來個大蛻變，進化為結合美食與旅遊的「觀光醬園」，成為當地新地標。

據介紹，醬園生曬場展示了逾300個陳年醬缸，另設展覽廳陳列各式展品，介紹「醬料文化」。旅客到此一遊，大飽眼福之外，更有

味覺享受。醬園兩年增設咖啡室，售賣創意「醬食」：醬鹽拿鐵、醬油雪糕、豆醬沙律，還有豆醬蛋撻，超級破格！

加添「醬食」的「觀光醬園」，讓旅客沉浸式享受美味之旅，成為「打卡勝地」，成功以「創新x懷舊」進一步突圍吸客。

吳永嘉議員 SBS 太平紳士
廠商會立法會代表
The Hon Ng Wing Ka, Jimmy, SBS JP
CMA Legislative Council Representative

Earlier this year, the government announced nine key tourism hotspot projects, dubbed the "Nine Grand Tourism Feasts." Leading the way is what I have long advocated for: industrial brand tourism.

‘Made in Hong Kong’—A Shining Golden Signboard

For decades, local manufacturers have forged the "Made in Hong Kong" golden signboard with strength and determination, gaining international acclaim and embodying the Lion Rock spirit of hard work. Mr Cheuk Wing-hing, Deputy Chief Secretary for Administration, who leads the "Working Group on Developing Tourist Hotspots," said the project will be launched in Q3, hoping the tourism industry organises groups to develop industrial tourism. This will create hotspots where visitors can tour, experience, and consume. The first batch of participating brands is renowned brandnames like Lee Kum Kee, Kee Wah, Pat Chun, and Yakult.

Industrial tourism isn't new. According to a report by The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong, over 10% of medium-large factories in Europe and America have already offered such programs, with numbers growing. Meanwhile, many Asian countries are actively promoting it as a new economic growth driver. In the West, industry-led initiatives prevail, while in Asia, governments usually take the lead—Chinese Mainland and Japan have formal plans.

Building Museums to Tell Industrial Stories

Development models mostly fall into four types: tourist factories, industrial heritage sites, themed museums, and integrated business-tourism exhibitions. The first three focus on "viewing," allowing participants to marvel, learn, and experience nostalgia through onsite visits. The last focuses on "experiencing," letting visitors interact and enjoy to boost confidence in brand products.

Hong Kong's industrial tourism is just starting. The industry should let go and explore and dare to innovate. For the next step, I suggest establishing "industrial themed museums" to systematically tell the "Hong Kong Industrial Story."

Industrial tourism isn't just nostalgia—it's also innovation. Recent media features on how Dongguan transformed into an industrial tourism hotspot are worth learning from.

At the end of the last century, Dongguan was nicknamed the "World's Factory." Its Chang'an town earned the title "No.1 Smart Phone Town," home to industry giants OPPO and VIVO. To find traditional industry, one must visit Liaobu town.

Creative Food Trend—The Sauce Garden Becomes a Must-Visit

Bean paste is one of Dongguan's specialties. It's said that the "bean paste industry" had began in Liaobu during the Qing Dynasty's Daoguang Emperor era. The famed big sauce garden the reporter visited has about 50 years of history, evolving from a small factory into a food company. Six years ago, it transformed into a "tourist sauce garden," combining food and tourism and becoming a new local landmark.

The garden's sun-drying area displays more than 300 antique sauce jars. An exhibition hall showcases various items introducing "sauce culture." Visitors feast their eyes and taste buds. Two years ago, a café was added, selling creative "sauce cuisine": sauce salt latte, soy sauce ice cream, bean paste salad, and even bean paste egg tarts—super unique!

Adding "sauce cuisine" to the "tourist sauce garden" lets visitors enjoy an immersive tasty journey, becoming a popular "check-in" spot and successfully attracting visitors with "innovation x nostalgia".

“工業旅遊，多重享受，創新產業，領導潮流。
Industrial tourism offers multiple pleasures,
innovates industries, and leads trends.”



歡迎掃描 QR code 閱讀此內容



廠商會接待來訪機構及出席活動

8月27日，
2025粵港澳大灣區新質生產力暨高質量發展成果巡展



9月9日，「瓊港聯動、政策領航、自貿共贏」
海南自貿港推介暨政策解讀會



9月5日，江蘇省鹽城市委統戰部代表團訪會



9月9日，
綠化未來-重塑塑膠產業以實現企業永續發展國際會議



9月9日，四川天府新區商會代表團訪會



9月9日，深圳市工商聯代表團訪會



9月9日，青海省代表團訪會



9月10日，BIOHK 2025開幕禮



9月10日，福建省民營企業商會代表團訪會



9月10日，重慶一帶一路經濟技術合作中心代表團訪會



廠商會會董晚宴

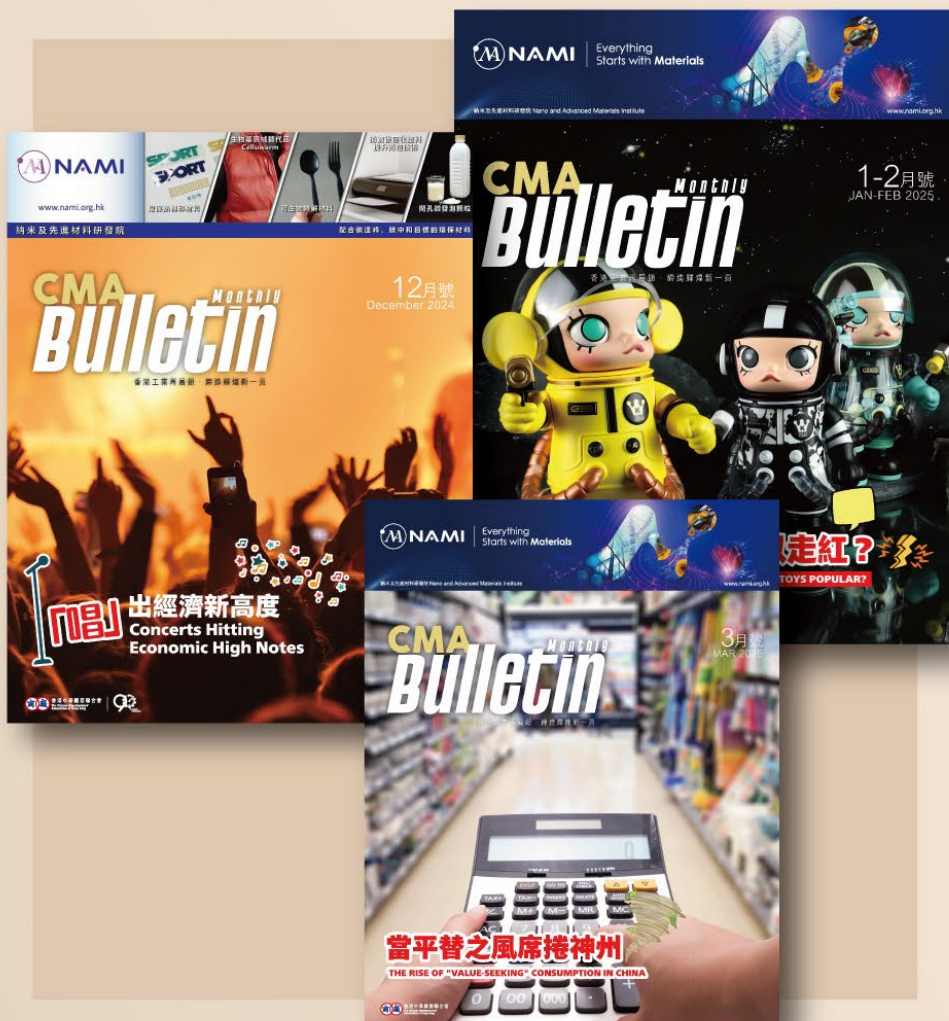
本會於8月28日舉行「會董晚宴」，邀得文化體育及旅遊局局長羅淑佩女士親臨作出分享，增進交流。



晚宴邀得文化體育及旅遊局局長羅淑佩女士（前排右6）蒞臨分享，盧金榮會長（前排右7）、永遠名譽會長施榮懷、吳宏斌、馬介欽常務副會長、副會長黃家和、吳國安、梁兆賢、陳家偉、莊家彬、黃偉鴻、吳潔貞行政總裁，各位名譽會長、常務會董以及多位特邀嘉賓包括香港科技園查毅超主席（前排左4）等合照。



香港中華廠商聯合會
The Chinese Manufacturers'
Association of Hong Kong



CMA Monthly Bulletin

您的宣傳推廣首選拍檔

- 接觸高消費力群體的首選潛在客戶，一擊即中，商機盡握。
- 每月發行量超過4,000本，郵寄至會員企業的高層管理人員，並廣泛發送給全港政商界人士、工商專業人士及各大專院校。
- 同時備有免費電子版，大大提升廣告曝光率。

瀏覽最新CMA Monthly Bulletin
及廣告價目表





CLP Joins Hands with Businesses for Energy Saving and Decarbonisation

中電與工商客戶攜手「減碳・商贏」

CLP is committed to supporting the Government's goal of achieving carbon neutrality for Hong Kong before 2050. To empower our business customers in their low-carbon transformation journey, CLP offers various energy-saving solutions and renewable energy project, including Energy Audit, Renewable Energy Certificates (RECs) and Smart Energy Online.

中電致力支持政府計劃於2050年前達致碳中和的目標。為全力協助工商客戶向可持續發展邁進並實踐低碳節能模式，中電提供各種節能方案和可再生能源項目，其中包括能源審核服務、可再生能源證書和能源數據專家等。

Renewable Energy Certificates 可再生能源證書

Support Renewable Energy Certificates for Greener Businesses 支持可再生能源證書 綠色營商多一點

CLP Renewable Energy Certificates offer a simple and flexible option to support local clean energy development, allowing them to claim emissions-reduction benefits and enhance international corporate image.

中電「可再生能源證書」讓工商客戶以靈活簡易的模式支持本地可再生能源發展，同時得以申領相關環境權益，提升企業國際形象。



Details
了解更多



Free 免費 CLP Energy Audit Service 中電能源審核服務



Energy-Saving Consultation 節能推廣及諮詢



CLP eServices 中電e服務

Electrical Equipment Upgrade Scheme 節能設備升級計劃

The **Electrical Equipment Upgrade Scheme** in order to subsidise business customers, in particular SMEs. This allows them to upgrade or install energy-efficient lighting or air-conditioning and help them save on operating costs.

「節能設備升級計劃」資助工商客戶（特別是中小企）更換或添置具更高能源效益的照明和空調設備，減低營運成本。

Provides Subsidies for Business Customers to Replace Electrical Equipment with More Energy-efficient models
資助工商客戶更換或添置具更高能源效益的設備



Details
了解更多

Subsidy ceiling (per electricity account) 資助金額上限（每個電力賬戶）

Non-residential Tariff Customers
非住宅用電客戶

HK\$10,000*

Bulk Tariff or Large Power Tariff Customers
大量用電及高需求用電客戶

HK\$150,000*

Eligible Electrical Equipment 合資格節能設備

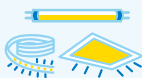
LED light bulbs /
downlights

LED
燈膽/筒燈



LED tubes /
light strips /
panel lights^

LED光管/
燈帶/燈盤^



Air-conditioner with Grade 1
energy label under the
Mandatory Energy Efficiency
Labelling System (MEELS)*

一級能源標籤冷氣機
(獨立式/分體式)*



Highly energy efficient
air-conditioning system not
covered by MEELS

非《強制性能源效益
標籤計劃》的
高能源效益冷氣系統



Other equipment with energy-saving
features such as variable speed drives,
inverters, heat recovery systems,
or equivalent technologies

具有節能成效的裝置
(如變速器、逆變器、
熱回收系統或同類型的技術等)



Note: CLP Power has not authorised, appointed, or partnered with any intermediary companies or vendors to sell or install eligible products under the Electrical Equipment Upgrade Scheme (EEUS). Applicants are free to choose their own vendor to buy eligible products under the scheme. Application guidelines will be updated by CLP from time to time.

備註：中電沒有授權或委托任何中介公司或與該等公司合作進行銷售或安裝節能設備升級計劃的合資格設備。申請人可自由選擇供應商以購買節能設備升級計劃的合資格設備。申請人應按照申請指引內的要求申請節能設備升級計劃。中電會不時更新申請指引。

Learn more about CLP Low Carbon Solutions 了解更多中電低碳能源方案：



Details
計劃詳情

*Subject to terms and conditions. Please visit the CLP website for more details.

^The length of LED tubes and LED panel lights should be 60cm or above and the length of LED light strips should be 1 metre or above.

+Registered with the Mandatory Energy Efficiency Labelling System announced by the Electrical and Mechanical Services Department of the Hong Kong SAR Government.

*須受有關條款及細則約束，詳情請參閱中電網頁。

^LED光管及燈盤長度為60厘米或以上，燈帶長度為1米以上。

+型號只限已登記於機電工程署公布之《強制性能源效益標籤計劃》內的《表列型號記錄冊》。

廠商會吉林省訪問團

廠商會致力推動香港工商界融入國家發展大局，促進與內地各省市的產業協作。8月25日至27日，本會組織了10人訪問團前往吉林省，參加「第十五屆中國—東北亞博覽會」，期間與吉林省及長春市領導會晤並與多家當地企業交流，深入了解當地的優勢產業及合作潛力，為港商拓展東北市場尋找新契機。

是次廠商會訪問團由會長盧金榮率領，成員包括副團長黃家和副會長、吳國安副會長以及黃偉鴻副會長、秘書處吳潔貞行政總裁，以及一眾常務會董、會董、行業委員會召集人等。

吉林省以雄厚的製造業基礎、中醫藥創新及豐富的文旅資源著稱，並積極探求「走出去」的機遇，這與香港的資金、創科、供應鏈管理服務及國際化優勢形成高度互補。三天行程中，訪問團參觀了一汽長青工廠、紅旗文化展館、新民大街歷史文化街區、九台經濟開發區、長春數字醫藥產業園、朝陽區「這有山」文商旅綜合體、長春蓮花山院士產業園及國色天蓮康養度假社區等多個重點項目，並與相關企業代表交流，深入了解吉林在汽車製造創新技術、大健康產業、製藥裝備製造、康養產業等領域的發展潛力，以及文旅商資源融合發展的創新模式。

訪問團亦分別與長春市委常委、市委統戰部部長孫弘、長春市政協主席高志國等領導，及香港特區政府駐京辦主任鄭偉源會面，介紹香港助力內地企業「出海」的優勢服務及資源、了解當地打造「一中心、五高地」的高質量發展目標，並討論共同推動香港優勢與當地製造業基礎、科研能力、市場潛力相結合，實現互利共贏。盧金榮會長及黃家和副會長亦代表廠商會出席了與吉林省委副書記、省長胡玉亭等領導的會晤，雙方就當地重點產業的國際化需求及發展策略進行了交流。

面對複雜多變的國際形勢，香港工商界亦正積極尋求「出口轉內銷」的機遇。作為東北大省及「一帶一路」向北開放的重要樞紐，吉林在港商拓展內地、東北亞乃至中歐市場的布局中具有重要戰略地位。在此背景下，訪問團參加了「第十五屆中國—東北亞博覽會」，全面了解吉林的「六大優勢」及東北亞區域合作的最新成果，為港商對接當地網絡資源及市場需求探索機會。

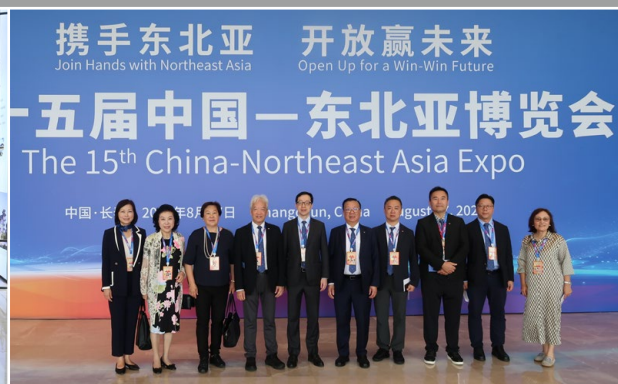
盧金榮會長總結行程時感謝吉林省及長春市領導的熱情招待，讓團員在短短3天的行程內，深切感受到當地蓬勃的發展潛力以及港吉之間巨大的合作機遇。他指出，「吉林的產業實力與香港的國際化優勢相輔相成，雙方可在產業協同創新、金融、經貿合作以及國際市場拓展等領域實現互利共贏。早前，廠商會已跟吉林省政府簽署合作備忘錄，未來將繼續發揮橋樑作用，推動上述領域的協作落地。」



訪問團與長春市委常委、市委統戰部部長孫弘（前排中間）會面交流



訪問團與長春市政協主席高志國（中間）會晤



廠商會「2025行業聯歡晚宴」

為促進行業交流與合作，廠商會於9月12日舉行「2025行業聯歡晚宴」，邀得商務及經濟發展局局長丘應樺擔任主禮嘉賓，與近400位來自各行各業的會員及工商界代表共聚一堂，交流產業發展最新動態，並共同展望未來發展機遇。

丘應樺局長致辭時表示，特區政府致力強化香港優勢、拓展國際朋友圈，為商界創造更多機遇。他指出，香港已與21個經濟體簽署9份自由貿易協定，並與33個經濟體簽訂24份投資協定，鞏固對外經貿網絡。自2013年以來，香港與「一帶一路」沿線國家的貿易額增長約八成。儘管全球經濟不明朗，香港經濟已連續10個季度錄得增長，多項國際排名回復至高位。他強調，香港須以創新思維推動多邊合作，積極開拓海外市場，並感謝廠商會積極配合政府工作，包括拓展中東、東盟等新興市場，以及推動香港品牌發展。

廠商會會長盧金榮感謝政府及業界對廠商會的長期支持。他指出，面對變幻莫測的全球經濟環境，業界需「走出去、連起來、做創新」，開拓新市場、建立新夥伴關係，並積極探索新興領域。他表示，廠商會將繼續擔當業界的「開路人」與「啟迪者」，透過舉辦多元化活動促進交流，並提供一條龍支援服務，協助內地企業接軌國際市場，同時為香港企業創造更廣闊的發展空間。

晚宴由副會長兼會員事務委員會主席吳國安主持祝酒儀式，並設有獎品豐富的「幸運大抽獎」。出席活動的主要嘉賓尚包括中央人民政府駐香港特別行政區聯絡辦公室經濟部副部長兼貿易處負責人周強、海關關長陳子達、工業貿易署署長廖廣翔、知識產權署署長黃福來、引進重點企業辦公室副主任蔣學禮博士，以及香港數碼港管理有限公司行政總裁鄭松岩博士等。

其他廠商會領導則包括永遠名譽會長楊孫西、史立德，廠商會立法會代表吳永嘉議員，常務副會長馬介欽，副會長黃家和、梁兆賢、陳家偉、莊家彬、黃偉鴻、行政總裁吳潔貞。此外，一眾廠商會名譽會長、常務會董、會董、婦女委員會成員、青年委員會成員、行委會召集人等亦有出席。



廠商會青年委員會「五大商會匹克球盃2025」

青年委員會於8月23日舉辦「五大商會匹克球盃2025」，邀請香港中華總商會、香港總商會、香港工業總會及香港中華出入口商會屬下青年委員會一同參加，藉此增進工商界青年的團結和友誼。活動邀得盧金榮會長擔任開球禮嘉賓，史昊洛主席及多位成員代表參賽，與各青年商會代表增進交流。



廠商會盧金榮會長（右3）與青年委員會史昊洛主席（中間）及各青年商會代表合照



會務－活動 Our Chamber - Events

10月 OCT — 11月 NOV



2025「香港ESG獎」暨「ESG約章」頒授典禮
日期：17/10/2025
查詢電話：2851 1555



「如何處理及協助表現欠佳的員工」工作坊
日期：22/10/2025
查詢電話：2542 8635



「『小紅書』全攻略：以數據分析打造高效品牌策略」工作坊
日期：31/10/2025
查詢電話：2542 8635

《香港·新質品牌力》電子書首發儀式暨
「品牌『智』勝研討會2025」
日期：10/11/2025
查詢電話：2542 8635

「在商『研』商」工作坊
日期：25/11/2025
查詢電話：2851 1555

「勞工法例及僱傭實務」證書課程
日期：28/11/2025、5/12/2025、10/12/2025
查詢電話：2542 8635



APMG

E9 PHEV

陸上最安全豪華七人車 續航千里 北上無憂

**\$528,000**起

AION V

同級最強裝備，車廂雪櫃、前座按摩功能
高達600km超長續航
空間王者：2,775mm超長軸距

**\$196,000**起

APMG聯絡

紅磡旗艦店：都會道6號置富都會7樓774-776

元朗陳列室：錦田市中心，錦田公路44至46號永隆樓地下（舊馬會投注站）

將軍澳Pop Up Store：新都城中心一期商場地下G35-36

維修中心：九龍灣宏通街1號啟福工業中心A座6號舖

WHERE **CRAFT**
MEETS TECHNOLOGY

HYPTec HT

歐式奢華與最新科技結合
高級豪華SUV

**\$268,800**起

AION ES

純電出行 性價比之王
55.2 kWh超大容量電池
442km超長續航

**\$131,300**
(免一換一)

☎ +852 6936 8139

☎ +852 3591 9336

🌐 gacaionhk.com

歡迎瀏覽
公司網頁歡迎
瀏覽專頁

數字健康登陸亞洲 城大引領創新

Digital Health has arrived in Asia — and CityUHK is leading the way

香港城市大學（城大）於9月8日至10日舉行「亞洲數字健康峰會2025」（Digital Health Asia 2025），樹立全球健康創新的重要里程碑。

此乃泰晤士高等教育（THE）「數字健康系列」首次在亞洲舉行峰會，匯聚來自全球17個地區，超過420位橫跨學術界、產業界、政府與創投界的傑出領袖。這場盛會不僅展現了亞洲在塑造醫療未來中的核心地位，也凸顯了數字健康領域蓬勃發展的潛力。

跨界交流 應對全球挑戰

城大副校長（研究）岑浩璋教授於開幕致辭中表示：「數字健康最令人振奮之處，在於其能促進醫護人員、科技專家、學術研究員與政策制定者間的跨領域協作。透過促進對話及合作，我們能群策群力，應對醫療體系面臨的迫切挑戰，同時把握數字健康帶來的機遇。」

峰會邀請50位重量級講者，討論範疇廣泛，從人工智能驅動的診斷技術，到無需繁重設備即可監測維生指數的穿戴式感測器，描繪科技如何徹底改變我們預防、偵測與管理疾病的方式，尤其是針對長者照護的創新措施。

匯聚全球頂尖洞見

多位國際知名講者分享他們的獨到見解。劍橋大學首席副校長Mark Welland爵士教授探討科技應用與經濟成長的科學創新；DEFTA Partners集團創辦人兼行政總裁原文大使深入剖析數字健康對科技產業的影響；阿布扎比大學環境與公共衛生系主任Rahaf Ajaj博士分享了對環境健康與數字創新融合的見解。

其他討論主題包括全身整合式無線健康監測技術、遠端監測與即時數據應用、投資者如何評估數字健康初創企業的突圍之道，以及用於焦慮症治療的虛擬實境平台等。

以創新邁向未來

作為知識樞紐，城大數碼醫學研究院匯聚工程學、數據科學及生命科學的頂尖人才，推動跨學科突破。

城大高級副校長（創新及企業）楊夢甦教授在閉幕環節時表示，城大數碼醫學研究院在促進大學、業界與政府間合作方面扮演了重要角色。

城大旗艦創業計劃「HK Tech 300」培育的九間初創企業，亦在峰會期間展示了具備擴展潛力的本土創新成果，證明本地人才不僅能與全球趨勢同步，更能引領潮流。其中，安神生物科技把握機會分享其開發的人工智能輔助的篩檢平台，能客觀評估抑鬱症患者的心理健康狀況。

擁抱數字健康 開創經濟新篇

「亞洲數字健康峰會2025」向香港的製造業與工業傳遞了強而有力的訊息：下一波經濟增長浪潮，將取決於科技及人類福祉。隨著全球供應鏈不斷引入更智能、更健康的系統，製造商若能擁抱數字健康浪潮，例如運用智能醫療設備、連網穿戴裝置及遠端監測等技術，便有機會引領新市場發展。

楊教授致閉幕辭時指出，醫療產業可以藉由高效的數據分析與創新科技，更精準地預測疾病，進行即時應對，從而全面提升全民健康水平，共同邁向更美好的未來。



In a landmark moment for global health innovation, Digital Health Asia 2025 took place at City University of Hong Kong (CityUHK) from 8 to 10 September.

This was the first time the prestigious Times Higher Education (THE) Digital Health series had been held in Asia. The three-day summit brought together over 420 elite leaders from academia, industry, government, and venture capital across 17 regions, underscoring Asia's mounting role as a powerhouse in shaping the future of healthcare.

Cross-disciplinary collaboration for future challenges

"One of the most exciting aspects of digital health is its potential to foster interdisciplinary collaboration with healthcare providers, technologists, academic researchers, and policymakers," said Professor Anderson Shum, Vice-President (Research) in his opening remarks. "By fostering dialogue and collaborative effort, we can harness our collective expertise to address the pressing challenges facing our healthcare systems while leveraging the opportunities that digital health presents," he said.

From AI-driven diagnostics to wearable sensors that monitor vital signs without burdensome equipment, the technologies discussed by the 50 speakers and panellists will transform how we prevent, detect, and manage illness, especially for older adults.

A confluence of global insights

The event featured a line-up of internationally renowned speakers who shared their unique perspectives. Speakers such as Professor Sir Mark Welland, Deputy Vice-Chancellor, University of Cambridge, shared groundbreaking insights on innovating science for technology exploitation and economic growth. Ambassador George Hara, Founder and Chief Executive Officer, DEFTA Partners, spoke in particular about the impact of digital health on the tech-based industry. Dr Rahaf Ajaj, Chair, Department of Environmental and Public Health, Abu Dhabi University, spoke about her views on the convergence of environmental health and digital innovation.

Other topics included whole body-integrated wireless technologies for health monitoring; remote monitoring and real-time data usage; investor insights into what makes a digital health start-up stand out; virtual reality platforms for treating types of anxiety; and many other related issues.

Innovating into the Future

As the intellectual hub, CityUHK's Institute of Digital Medicine (IDM) brings together top talent in engineering, data science, and life sciences to drive interdisciplinary breakthroughs.

Professor Michael Yang, Senior Vice-President (Innovation and Enterprise), said during his wrap-up session at the end of Digital Health Asia 2025 that units like CityUHK's IDM have a huge role to play in promoting collaboration across universities, industry and government.

Meanwhile, nine start-ups nurtured through HK Tech 300 — CityUHK's flagship entrepreneurship programme — showcased homegrown innovations ready to scale, proving that local talent is not only keeping pace with global trends but helping to define them. For example, AniTech had the opportunity to share their work on developing an AI-enhanced screening platform for depression to objectively evaluate mental health.

Embracing digital health for economic growth

For Hong Kong's manufacturing and industrial sector, the Digital Health Asia 2025 certainly offered a powerful signal: the next wave of economic growth lies at the intersection of technology and human well-being.

As global supply chains evolve toward smarter, healthier systems, manufacturers who align with digital health, through smart medical devices, connected wearables, and remote monitoring, have the opportunity to lead new markets. Through effective data analysis and innovative technologies, the healthcare industry can better predict and respond to diseases, thereby improving overall health, Professor Yang concluded as the event drew to a close.



了解企業如何參與數字健康創新
Learn more about how your enterprise can engage with digital health innovation



了解城大
Learn more about CityUHK

如有任何查詢，
請與城大發展處聯絡（電話：3442-5306或電郵：do@cityu.edu.hk）。
For enquiries, please contact Development Office of CityUHK at 3442-5306 or via email do@cityu.edu.hk

關於境外投資者以分配利潤直接投資稅收抵免政策

國家稅務總局於2025年7月31日發布《關於境外投資者以分配利潤直接投資稅收抵免政策有關事項的公告》，自2025年1月1日起施行。該公告針對境外投資者將境內居民企業分配的利潤直接用於再投資的情形，對稅收抵免政策的適用條件、計算方式及申報要求作出具體規範。

公告明確，境外投資者以分得的利潤用於補繳註冊資本、增加實收資本或計入資本公積，均屬於「新增或轉增境內居民企業實收資本或者資本公積」的範圍，可依規定享受稅收抵免政策。若同一境外投資者從多個境內居民企業取得利潤並進行再投資，只要符合要求，均可分別計算稅收抵免額度。這意味著不同來源的再投資不需要合併計算，而是可以單獨核算，以便準確適用政策。

再投資貨幣的處理方面，公告要求境外投資者若以人民幣以外的貨幣進行再投資，必須按照實際支付日當天中國人民銀行公布的匯率中間價折算為人民幣，並依此確定稅收抵免額度。這一規定將外幣再投資的計算基準統一至支付日，有助於避免因不同時間點匯率差異造成的認定爭議。

針對投資收回後的情況，公告規定境外投資者應當在收回投資時申報補繳此前遞延的稅款，並且在符合條件的情形下仍可適用稅收抵免政策。這一安排覆蓋了再投資的全流程，既包括初始投入時的抵免，也涵蓋後續投資退出的稅務處理。

申報資料方面，公告要求境外投資者需向分配利潤的境內居民企業主管稅務機關提交相關材料，包括利潤分配決議、利潤實際分配的憑證、再投資的資金支付證明、涉及外幣的匯率折算依據，以及計算稅收抵免所需的其他文件。這些資料將作為主管稅務機關審核境外投資者是否符合抵免條件的重要依據。

公告同時界定了適用範圍，包括有將利潤直接用於補繳註冊資本、增加實收資本或轉增資本公積的情形，才能適用抵免政策。若利潤用於其他用途，則不屬於公告所涵蓋的範疇。公告還對「分別歸集計算」的原則進一步確認，即境外投資者若在多個居民企業中再投資，需逐一計算，避免因合併處理而影響抵免額度的準確性。

廣東省對外資研發中心落戶的獎勵辦法

2025年7月16日，廣東省商務廳發布《廣東省支持外資研發中心落戶實施細則》，自印發之日起執行，至2027年12月31日截止，期滿後評估確定是否進行調整或延續期限。

獎勵對象是在廣東省內各市依法設立的外資研發中心，包括外商投資企業(含港澳台資企業)，以及設在外商投資企業內部的獨立部門或分公司。獎勵標準是對符合條件的外資研發中心，每家一次性給予最高100萬元資助，其中屬於跨國公司全球研發中心的，再疊加給予最高500萬元一次性獎勵。

獎勵資金由廣東省財政與部分地級以上市財政共同承擔。其中，廣州、珠海、佛山、東莞、中山市獎勵項目由省、市財政按5:5比例分擔，汕頭、韶關、河源、梅州、惠州、汕尾、江門、陽江、湛江、茂名、肇慶、清遠、潮州、揭陽、雲浮市獎勵項目由省財政全額保障。深圳市參照本實施細則自行制定本市獎勵政策。

申報資金獎勵的外資研發中心應同時符合以下條件：

1. 實質性從事自然科學及其相關科技領域的研究開發和實驗發展(包括為研發活動服務的中間試驗)，研發內容包括基礎研究、產品應用研究、高科技研究和社會公益性研究等；
2. 具有明確的研究開發領域和具體的研發項目，固定的場所、科研必須的儀器設備和其他必需的科研條件；
3. 研發費用標準：作為獨立法人的，其投資總額和研發總投入分別不低於800萬美元；作為公司內設部門或分公司的非獨立法人的，其研發總投入不低於800萬美元；
4. 專職研究與試驗發展人員不低於80人；
5. 設立以來累計購置的設備原值不低於2000萬元。

投資總額是指外商投資信息報告回執所載明的金額；研發總投入是指外商投資企業專門為設立和建設研發中心而投入的資產，包括已購買的土地、設備、原材料、專利權以及已支付的工資費用等(所有佐證材料均需清晰指明專項用於該研發中心建設)。

審核流程包括申報、初審、審核、公示確認。



歡迎掃描QR code閱讀更多內地政策資訊

歡迎新會員

OUR MEMBERS

Welcome!



瀘州老窖國際發展(香港)有限公司
Luzhou Laojiao International Development (Hongkong) Co., Limited

代表：張弓小姐（辦公室主任）
產品：中國白酒
Representative: Ms Mandy Zhang (Office Director)
Product: Chinese liquor



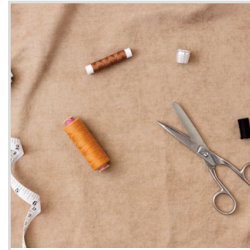
方國章
Fong Kwok Cheung

代表：方國章先生（永豐銀行廣州分行行長）
業務：銀行服務
Representative: Mr Fong Kwok Cheung
(Branch Manager of Bank SinoPac (China) Ltd
Guangzhou Branch)
Services: Banking services



中華廚具設備有限公司
Chung Wah Kitchen Machine Ltd

代表：馬茲仁先生（董事）
產品：廚具設備
Representative: Mr Ma Chi Yan (Director)
Product: Kitchen machine



Sam's Tailor

代表：麥文浩先生（合夥人、夥伴）
業務：裁縫
Representative: Mr Manohar Narindas Melwani
(Partner)
Services: Tailoring



香港九鴻有限公司
Wang Wang Limited

代表：張光蓉女士（董事長）
產品：即沖咖啡粉、烘焙咖啡豆
Representative: Mdm Zhang Guangrong
(Director)
Product: Instant coffees, roasted coffee beans



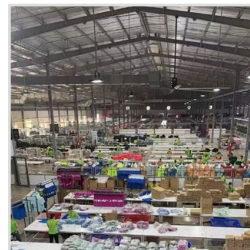
East Prosperity Limited

代表：陸亞寧先生（執行董事）
業務：商業諮詢及國際貿易
Representative: Mr Lu Yaning (Director)
Services: Business consulting & int'l trade



太古可口可樂有限公司
Swire Coca-Cola Limited

代表：陳潤嫻小姐（公共事務，傳訊及可持續發展部主管）
產品：飲品
Representative: Ms Caness Chan
(Head of Public Affairs, Communications and Sustainability)
Product: Drinks



香港金輝服飾有限公司
Hong Kong Golden Way Fashion Limited

代表：周訓財先生（董事長）
產品：服飾
Representative: Mr Zhou Xun Cai (Director)
Product: Fashion