

積金局擬允投資 A 股上市房託

【香港商報訊】記者鄭偉軒報道：積金局主席劉麥嘉軒於昨日發布的最新一份年度報告中表示，考慮到房託基金可發揮分散投資和提供穩定收入的作用，計劃容許強積金基金投資於在深交所及上交所上市房託基金。

同時，劉麥嘉軒續稱，將取消投資於新加坡、日本、加拿大、法國和荷蘭5個市場核准交易所上市的房託基金上限，待房託基金納入「滬深港通」的詳細安排和時間表確定後，將迅速實施相關措施。

至於強積金計劃成員參與投資於另類投資方面，劉麥嘉軒表示，積金局亦已完成有關容許強積金基

金投資於在香港上市的私募股權基金的檢討，惟有關上市私募股權基金，仍須經積金局個別審批及設有投資限額。

強積金去年度總資產 1.34 萬億元

另外，積金局最新一份年度報告又披露，截至今年3月底止，強積金總資產值約為1.34萬億元。其中，股票基金的淨資產值約為5980億元，佔整體強積金的淨資產的45%。過去一年，股票基金的年率化淨回報率為16.1%；若按強積金制度於2000年12月1日實施以來計則為4.5%。

截至今年3月底止，投資於預設投資策略（DIS）旗下核心累積基金及65歲後基金的強積金帳戶，目前有350萬個，佔全部強積金帳戶約31.2%；涉及資產規模約1381億元，佔強積金總資產值約10.3%；另外核心基金自2017年4月1日推出以來的年率化淨回報率為5.7%，對比過去一年為3.9%。

另外，「積金易」平台的運作方面，積金局最新一份年報指，直至今今年3月，已有5名強積金受託人加入「積金易」，涉及逾1.1萬名僱主帳戶及46.2萬個計劃成員帳戶，至於餘下受託人，亦將於今年年底前加入。



劉麥嘉軒表示，目前有350萬個強積金帳戶使用預設投資策略。

金管局擬擴可持續金融目錄

將涉及經濟活動倍增至25項

【香港商報訊】記者鄭偉軒報道：金管局於去年5月發表《香港可持續金融分類目錄》（簡稱：目錄）後，昨日再引入製造業和資訊及通訊科技業，作為目錄的新增產業，並將涉及的經濟活動，由12項增至25項，為此新增「適應氣候變化」類別，金管局將進行為期1個月的諮詢。為進一步完善目錄，金管局擬再加入鋼鐵及水泥等重工業和天然氣發電等活動。

這是繼去年5月發表第一階段目錄後，金管局將之推進至第2A階段。副總裁阮國恒於《匯思》專欄解釋，增強對極端天氣的抵禦能力，已成為一個既迫切且不可忽視的議題。他引述聯合國環境規劃署的估算，全球每年在氣候適應方面的資金缺口高達1870億至3590億美元，這為推進氣候適應行動帶來巨大挑戰。

因此，為了促進資金流向相關適應項目，阮國恒表示，金管局目錄新增「適應氣候變化」類別，旨在幫助有效管理實體風險，並發揮示範效應，提升社會對氣候適應的關注，為金融界逐步增加該領域的投資奠定基礎。

為綠色項目引入「轉型定義」

他提到，目錄第2A階段分類將聚焦香港及鄰近地區的氣候風險，率先針對水災風險與水資源壓力，並引入相關的適應措施，例如安裝水資源監測設備；又指未來將根據實踐經驗、氣候風險的變化及市場需

求，考慮逐步擴展至其他氣候風險領域。

目錄第2A階段除了引入新的行業，以及增加涵蓋的經濟活動數目，為回應市場對轉型投資的需求，金管局為綠色項目引入「轉型定義」，並新增「適應氣候變化」類別。阮國恒解釋，所謂轉型活動，是指現時未符合綠色定義，但能夠在短期內顯著減少碳排放，或有潛力轉型至低碳排放的經濟活動，相信作出如此界定，有助促進資金投放於該等項目之上，有利加快減排步伐。

已為項目設立日落條款

金管局助理總裁（銀行政策）陳羿表示，已為綠色項目設立日落條款、即只可用於現有項目改裝，不可用於新的項目建造，藉以避免「碳鎖定」。



金管局的《香港可持續金融分類目錄》將涉及的經濟活動，由12項增至25項，並進行為期1個月的諮詢。

目錄第2A階段分類新增的經濟活動當中，興建數據中心為其中之一。陳羿稱，全新興建的數據中心不能使用「轉型定義」，只能採用傳統的綠色標準；相反升級改建的數據中心才可使用「轉型定義」。

另外，對於日後發售的零售債券，會否跟隨目錄的擴充，而引入更多公共基建類別作為集資對象，金管局助理總裁（外事）許懷志指，正研究引入醫院及社會福利設施，作為零售債券的集資所得對象，但強調日後的集資所得，不會包括用於綜援及生果金。

數字時代的陰德

古人說：「行善積陰德，不求人知。」

這句話原是提醒人們，真正的善行不必張揚，因為它的價值在於無聲的積累。然而在當下的數碼世界裏，卻出現了另一種截然相反的現象。許多意見領袖與網民，打着「公義」的名義，卻以極盡刻薄的語言攻擊事件當事人，甚至波及支持者與任何持不同意見的人。結果是許多人選擇沉默，社會討論失去多元，公共空間逐漸只剩下單調的聲音。這樣的風氣，本質上就是一種「損陰德」。

壟斷聲音致「沉默螺旋」出現

從科學角度來看，這類行為背後有其心理與神經機制。心理學研究指出，攻擊他人能帶來短暫的優越感，分泌多巴胺，讓人誤以為自己「贏了」。這種快感如同糖分，來得快也去得快，長期卻會導致情緒躁動與敵意累積，削弱心理韌性與自我調節能力。神經科學亦顯示，若反覆透過惡語攻擊獲取快感，會逐漸鈍化同理心迴路，使人不再能真切感受他人痛苦。這樣的人，即使在網上看似有衆多追隨者，實際上卻失

去了真實的人際支持網絡。從社會學的角度來看，這些聲音的壟斷導致「沉默螺旋」的出現。當溫和理性的聲音被壓制，人們不敢表達不同意見，社會討論只剩單一的立場與極端的情緒，公共理性由此受損。

若從商業角度審視，這些行為同樣代價高昂。對個人而言，KOL靠「毒舌」吸粉，短期或許能引來大量流量，但品牌卻會變得單一旦脆弱。一旦立場出現漏洞，或真相翻轉，信任往往崩潰得更快，昔日支持者可能瞬間背棄。對平台而言，放任惡言霸凌雖然能帶來短期活躍度，但長遠會毒化社群環境，用戶逐漸流失，最終連帶商業價值受損。對廣告主或合作夥伴來說，任何與負面聲音掛鉤的對象，都是高風險。即使流量再高，也可能失去合作機會。

網上刻薄與霸凌是一場虧本生意

所謂「損陰德」，放在今天正好提醒我們，網上的刻薄與霸凌，表面看似贏得話語權，實際卻是一場虧本生意。這種風氣，無論從科學還是商業角度來看，都不該被容忍。因為公義的價值，不在於謾罵聲中的掌聲，而在於守護理性、尊嚴與多元。

英國切斯特大學金融科技及數據分析教授 梁港生

鑫苑服務：業績穩健高質

今年以來，物業板塊重心隨大市上移，但未現趨勢性機會。在此背景下，能夠穩住基本盤、展現內生增長能力的物管企業可多加關注。鑫苑服務（1895）中期業績穩健，上半年總收入按年增長11%至約4.5億元（人民幣，下同）；公司擁有人應佔溢利按年增長16.7%至約0.59億元。在行業整體毛利承壓的大環境下，其毛利率較去年同期提升1.9個百分點至34.5%，亦屬難得。

從核心業務上看，截至今年6月30日，鑫苑服務的合約面積達67.4百萬平方米，在管面積達40.2百萬平方米，雙雙穩步增長。結構上，其在管面積中非住宅佔比提升至29.5%，覆蓋商業辦公、產業園、學校、醫院等多元領域，這一布局不僅優化了整體盈利結構，還極大地增強了企業的抗周期能力，使其在市場波動中能夠更加從容應對。更重要的是，在管面積中，第三方佔比提升至59%；合約面積中，第三方佔比高達68%，進一步轉向市場化，內生增長動能強勁。

增值服務方面，今年上半年，鑫苑服務的美居、租售、純水等業務迎來爆發，收入分別按年增長23%、129%和17%。

AI賦能長遠成長

鑫苑服務構建了大物管全棧式科技綜合服務產品體系，打通了供給側與需求側，升級了傳統服務模式，形成了「科技投入→品質升級→效率提升→成本優化→利潤增長→再投入科技」的數字化「飛輪效應」。尤其是，今年上半年更在行業內首發「客服智能體&管家智能體」，開啓了物業+AI時代的新征程。

板塊方面，物管市場呈現劇烈分化態勢，兼具穩健盈利與前瞻布局的企業正迎來拐點機會。其中，鑫苑服務一手穩業績，一手押科技，韌性與成長並舉，前景可期。另外，考慮到公司董事會已提出今年中期派發每股2.77港仙的股息，顯示管理層信心，可謂攻守兼備。

總體而言，鑫苑服務已完成角色轉換，憑硬核服務力與科技先手，重塑業績增長路徑。公司財務穩健奠定底盤，結構優化強化韌性，並率先AI數智化落地，打開成長空間。結合公司高質量增長與科技紅利，該股中長線有望迎來價值重估。

（本人並沒有持以上股票）
大灣區家族辦公室協會 李慧芬教授

近百間亞洲人氣餐廳獲「2025名廚之最美食大獎」

【香港商報訊】亞洲餐飲廚藝協會主辦的「2025名廚之最美食大獎」於灣仔會展舉行，近百間亞洲人氣餐廳成為本年度入選推介餐廳，並獲殊榮。出席嘉賓包括澳門特別行政區政府旅遊局（香港代表）總經理莫兆光、香港中華煤氣有限公司總經理——工商事務及營業江紹權、亞洲英富萬會展有限公司項目總監李佩儀、酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長葉漢鵬，投資推廣署總裁（旅遊及款待）黃思敏、香港餐務管理協會榮譽會長曾偉及香港酒店旅遊專業人士學會副會長馮國雄、亞洲餐飲廚藝協會創會主席林和忠及亞洲餐飲廚藝協會主席黎志華等。

林和忠在致辭中表示，今日大家齊聚於此，共同參與一年一度的「名廚之最美食大獎」，並見證獲獎餐廳的卓越成就。餐廳不僅是提供美味佳餚的場所，更是凝聚情感、促進交流的空間——無論是與家人溫馨共處，還是迎接來自世界各地的遊客，這裏始終是締造美好回憶的地方。



「2025名廚之最美食大獎」頒發獎項予優秀餐廳。

信和集團支持房委會「共築・創業家2.0」



【香港商報訊】信和集團全力支持房委會「共築・創業家2.0」計劃，首階段反應熱烈及成效理想，四個項目已於8月份起分別於信和集團旗下商場奧海城、藍灣廣場及荃新天地陸續展開。為讓更多有志於創業的年輕人提供機會，協助他們實現夢想，第二階段申請亦由今日起正式展開，繼第一階段提供4個零售點後，預計第二階段再提供更多零售點。該計劃旨在透過免底租及彈性分成模式，為青年創業家提供實體店舖，讓他們

可以直接與顧客交流，推廣品牌理念及拓展業務版圖。房屋局局長何永賢早前到奧海城現場支持，親身體驗首批參與計劃的創業品牌創作過程。何永賢局長先於奧海城3期「Mindie Goods」與手工香品製品創辦人Yanka及Martin親手以天然材料製作手工塔香，之後亦前往奧海城2期「Well Voyaged」與捲紙藝術家Amy一起製作富香港特色的菠蘿包環保捲紙工藝飾品，最後更與即將在藍灣廣場開業的「沙堂」創辦人Nam一同創作療癒沙畫。

「控煙十招」修例草案減少青年吸煙

【香港商報訊】香港吸煙與健康委員會指出，煙草商針對青少年推銷電子煙及加味煙的策略日益明顯。調查顯示，本港約四成煙民現時吸食加味煙，其中20至29歲年輕群組中，首次吸煙使用薄荷煙的比例更高達七成。

根據美國法院1998年公開的煙草商內部文件，揭示煙草商深入研究青少年個性、生活習慣及社交模式，設計迎合其偏好的廣告，將吸煙宣傳滲透至日常生活中。煙草商利用青少年升學、就業等轉型期，將吸煙描繪為緩解壓力的方式，並融入聚會和夜生活等社交場合，誘使年輕人嘗試吸煙。

科學研究證實，人類大腦約25歲前仍處於發展階段，早期接觸尼古丁會損害大腦發育，導致更容易上癮。煙草商透過添加水果、糖果及薄荷等調味劑，降低青少年心理抗拒感，營造較少害處的錯覺。此外，電子煙設計新穎、輕巧易攜，氣味不易察覺，使青少年在禁煙場所使用，進一步增加吸引力。

為應對此問題，政府提出「控煙十招」修例草案，禁止向18歲以下人士提供傳統吸煙產品，並分階段禁售加味煙，從源頭減少青少年接觸煙草產品。

