



香港書展盛事煥發新光彩

一年一度的香港書展今日閉幕，連日衆多國內外出版界、作家及市民踴躍參與，展場氣氛熱烈，盛況空前。今屆書展以「文創傳承·旅悅人生」為年度主題，繼續與「香港運動消閒博覽」及「零食世界」同期舉辦，三大展覽匯聚來自近30個國家及地區、超過770家展商，場內外合共舉辦逾600項文化活動，可謂亮點紛呈。其實，香港書展早已超越單純的圖書展銷活動，更是營造書香社會、促進中外文化交流、推動出版發展、及展現香港文化軟實力的盛事平台。未來應繼續善用和擴大書展的國際影響力，提升文化品牌效應，將書展盛事辦得更精彩、更具特色，不斷煥發熠熠新光彩。

香港書展的價值，愈加在於發揮國際化平台優勢。作為亞洲最具規模的書展之一，香港一直憑藉高度國際化及資訊自由流通等優勢，吸引世界各地出版社、作家及文化機構雲集。今年書展除展出各地出版的文學作品外，「世界文藝廊」更聯同多國駐港總領事館展出逾200本世界各地的書籍及展品，並舉辦約35場作家分享會、工作坊及藝術表演，促進不同文化交流互鑑。透過書展，香港既把世界文化引進來，也讓本地及中國文化走出去，不僅充分發揮中外文化藝術交流中心的橋樑作用，更進一步提升香港文化的國際影響力，擦亮國際文化都會的金漆招牌。

香港書展的魅力，愈加在於朝着多元化方向發展。隨着閱讀模式轉變，書展已逐步發展成融合出版、科技、IP（知識產權）及文創的綜合化盛事，各展品與活動種類繁多、琳瑯滿目。今屆國際出版論壇及IP圓桌會議聚焦人工智能與IP發展，探討科技化如何推動出版創新；世界華語文學大會首次落戶香港，鼓勵優秀文學作品透過影視改編、IP營運等方式擴大影響力，推動文化內容產業化；「飛躍繪本」及「想創你未來——初創作家出版資助計劃」等項目，亦為本地青年創作者提供展示及出版平台，現場亦陳列由文創處資助「香港繪本出版支援計劃」出版的16本原創繪本，讓香港青年的創造力、藝術力與努力被大眾看見，有助培育新一代文化人才，並推廣香港原創走向更廣闊的國際市場。

要讓香港書展持續綻放光芒，政府仍須持續完善文化產業配套，進一步提升品牌競爭力。未來應積極吸引更多海外出版社、作家及文化機構來港參展，深化與本地及內地出版界合作，進一步提升書展的國際參與度及品牌影響力；同時持續推動數碼出版、版權交易及文化科技發展，促進出版、影視、動畫及文創產業跨界融合，延伸文化產業鏈。此外，亦應加大力度支持本地作家、出版社及創作者青年化，透過資助計劃、海外交流及版權推廣，提升香港原創作品的國際競爭力，把文化創意優勢轉化為文化產業優勢，為香港經濟文化注入更多新動能。

一磚一瓦皆承載故事，一街一巷皆蘊藏文化。香港的文化魅力，正是在傳承與創新交織，百川匯流，不斷累積。未來，當局更應推廣全民閱讀文化，培養終身學習及閱讀習慣，配合國家《全民閱讀促進條例》的方向，讓閱讀融入社區、走進生活，共同營造濃厚的書卷氛圍，向世界展現香港兼容並蓄、多元開放的文化招牌。

香港商報評論員 于文

持續完善數碼平台工傷保障

民建聯人力事務發言人、立法會議員 張培剛

建評

近日，政府向立法會提交文件，交代「立法完善數碼平台工作者工傷補償機制」的工作方向和具體安排，筆者對此表示歡迎。民建聯一直推動為平台外送員及遞遞員建立清晰的工傷保障制度，而今次政府建議先針對食物及貨物外送服務，明確將受保時間定為「從前往提取任務至送達指定地點」，並規定多平台工作者發生意外時，由涉事平台分擔賠償責任。筆者認為此舉有助釐清平台與工作者的關係、建立補償分擔機制，讓社會進一步探討可行性。

平台自決有漏洞 未保障惡劣天氣

然而，筆者關注現行方案仍有改善空間。首先，政府建議平台可「自行決定」是否將候單或搶單時間納入受保期間。這容易造成保障漏洞，因為外送員在開始工作前，往往需要移動到熱點地區等候接單，這段期間的風險不應被忽視。其次，雖然政府提出工傷病假錢、永久喪失工作能力補償等項目，但必須確保補償標準全面參照《僱員補償條例》，以真正保障工作權益。

在參考外地經驗方面，筆者認為有關方面可留意新加坡在2025年生效的《平台工人法案》。該法案將平台工作者列為獨立類別，除了要求平台提供與傳統僱員同等的工傷補償保險外，更在勞工權益認定上提供了新思路；雖然香港的強制性公積金（MPF）制度與新加坡的中央公積金（CPF）有所不同，未必需要完全照搬供款模式，但新加坡在界定平台責任、賦予平台工作者集體談判權等方面的嘗試，值得我們借鏡，以在保障行業獨特性的同時，提升雙方溝通的效能。

另一方面，筆者留意到從收入穩定和工作安全角度來看，現行機制仍未能全面回應平台工作者的主要訴求。例如，按實際運送距離計算工資、惡劣天氣津貼等收入保障措施，並未納入今次立法範圍。雖然政府表示惡劣天氣下送遞中止後4小時內的意外仍受保障，但實際上仍把「是否外出」的風險轉嫁給工作者。參考台灣部分地方的做法，當地已通過地方條例，要求平台在惡劣天氣下加強安全指引及啟動暫停送遞機制，並強制提供職業災害保險。有關做法值得當局與平台商討，以平衡營運效率與工作安全。

宜設平台工傷保障基金

針對保障措施對行業的影響，政府應進行全面的數據分析，避免令平台成本大幅增加。令人擔憂的是，新增的高額成本或會轉嫁至外賣從業員身上，導致其收入減少。因此在實施初期，平台或需調整招聘策略及服務費以作緩衝；然而從長遠來看，清晰的法律框架能減少勞資糾紛、提升從業人員的安全感，有利於吸引穩定的勞動力。反之，若繼續放任保障不足，只會加劇人員流失、降低服務質素，最終損害消費者利益與行業的健康發展。

惟筆者認為，現行機制仍存在一些隱憂，例如有意意指平台可能透過調整演算法或縮短受保時間來規避責任，小型平台亦可能面對財務壓力。因此，筆者建議政府考慮設立「平台工傷保障基金」，要求所有營運商按單量或營業額供款，作為賠償後盾，避免平台因倒閉或無力賠償而令勞工討回無門。同時，應加強勞工處的巡查和執法，確保平台遵守規定。

總括而言，政府今次邁出立法保障的第一步值得肯定，但細節仍有待完善。民建聯會繼續與業界、勞工團體及政府保持溝通，務求新機制既能為平台工作者提供實質保障，又能維持行業活力，達到勞資雙贏。唯有在公平與效率之間取得平衡，新就業形態才能真正成為香港經濟的助力。

AI資本補給潮 重塑港股生態

亞洲數字經濟科學院院長 陳柏瑾

經濟點評

香港股市再傳佳訊。據最新的彭博彙編數據顯示，本港上半年首次公開發售、配售及大宗交易合計集資近440億美元，同比增長29%，在亞太區1220億美元股本融資中佔據最大份額。港交所統計亦顯示，今年前五個月新上市公司達62家，同比增加114%，IPO集資額達1668億港元，較去年同期翻逾一倍。德勤及畢馬威的半年回顧也指出，香港集資額按年增幅可達約九成，而半導體、人工智能價值鏈、機器人、生物科技及硬科技等新經濟企業，已成為新股市場的重要主角。

這並不意味着港股已進入全面牛市。更準確地說，香港市場正在發生一場結構性轉換：投資者對整體指數仍然審慎，卻願意把資金集中投向少數具備產業確定性、訂單支撐和全球供應鏈地位的企業。資金沒有離開香港，而是從傳統板塊轉向人工智能、先進製造和硬科技產業鏈。香港也由此進一步顯現其作為中國科技企業離岸資本形成中心的獨特價值。

科創內企加快來港融資

這一輪集資熱並非單靠概念推動。生成式AI、大模型和數據中心建設背後，是龐大的算力需求、產能需求和研發投入。高盛預計，微軟、Meta、亞馬遜和Alphabet四大雲巨頭2025至2030財年資本開支合計可能高達5.3萬億美元。隨着全球科技企業加大數據中心和算力基礎設施投資，相關需求正沿產業鏈向上游和中游擴散。

這也解釋了為何一批內地先進製造和AI供應鏈企業加快來港融資。中際旭創據報最快7月來港上市，融資目標可能上調至最高70億美元，其光模塊產品是AI數據中心高速互聯的重要部件；百度旗下AI晶片公司昆侖芯已秘密遞表，在美國先進晶片出口限制背景下，國產替代的戰略融資需求更為迫切；立訊精密亦在籌備約30億美元的香港上市。至於智譜/Z.ai年初來港上市後股價一度大幅上升，雖引發估值爭議，卻也顯示大模型企業對資本的高度依賴。

這些企業爭取上市，不只是为了原有股東退出，更重要的是為擴產、研發和客戶拓展爭取時間。誰能率先獲得資本支持，誰就能更快擴大產能、鎖定訂單、提升全球競爭位置。香港新股市場的熱度，正是這一產業競爭在資本市場上的反映。

香港內聯外通優勢大

內地AI及硬科技公司選擇香港作為境外融資平台，背後有多重原因。

首先，香港是中國企業獲取離岸資金的現實通道。中資科技企業赴美上市面臨更高政治和合規不確定性；A股市場雖有估值優勢和充裕流動性，但審核節奏、盈利要求和資本跨境使用仍有約束。香港則兼具國際機構投資者基礎、普通法制度、成熟監管框架，以及與內地市場緊密相連的制度安排。

其次，南向資金持續壯大，為港股新經濟估值提供了重要支撐。港交所數據顯示，今年首季南向日均成交額同比增逾11%至1225億港元，內地投資者推動南向淨流入超過2200億港元，資金需求集中於科技及消費股。香港市場已不再單靠歐美長線基金定價，而是逐步形成國際資本、內地資金和產業資本共同參與的新格局。

第三，A+H模式為A股龍頭提供了再融資和國際化的新平台。勝宏科技、立訊精密、中際旭創等企業在內地已有較高產業認知度，來港上市有助於對接國際資金，籌集港元或美元資本，同時提升海外客戶和投資者對企業的認知。這對企業併購、擴產和全球化經營均有實際意義。

第四，特區政府正與內地探討進一步擴大跨境投資渠道，包括降低合格投資者門檻、提高南向額度、擴大合資格產品範圍，甚至評估讓內地投資者更便利地認購香港IPO。若有關安排逐步落實，香港新股市場將獲得更穩定的結構性資金來源。

監管是篩選也是護航

外界一度擔心，北京加強境外上市監管會拖慢香港集資節奏。事實上，中國證監會對部分境外註冊、但主要資產和業務在境內的紅籌企業加強審視，券商亦被要求

當 Monogram 遇見寶相花的文化敘事權

香港優才及專才協會副主席 沈燕玲

熱門話題

最近，大家都在關注蘇州市中級人民法院的一審判決，中國新銳茶飲品牌「茉莉奶白」因其四葉花卉LOGO與LV經典的Monogram高度近似，被判賠償1030萬元人民幣。判決一出，在傳媒與社交網絡的發酵下，輿論迅速被一種強烈的民族情感所佔領。公衆的憤慨集中於「西方大牌搶奪東方遺產」、「欺負我們老祖宗不會註冊商標」等等。

確實，從唐代寶相花紋、蘇州園林花窗，到日本正倉院珍藏的唐代螺鈿琵琶，四瓣花卉圖案在東方美學的長河裏早已流淌了千年，遠比任何西方奢侈品牌的歷史更為悠久。

然而，我深信這宗案件絕非簡單的文化掠奪或東西文化的二元對立。當普通人在情感上對LV進行排山倒海的抨擊時，我們更需要抽離出感性情緒，從現代商業的運行規則、法律邏輯，以及文化傳承的與時俱進的層面進行理性且辯證的審視。撕開這張千萬單的表象——它真正刺痛的，是一個關乎現代商業主體性與文化敘事權的深層命題。

現代商業規則的冷酷與效率

普通公衆的憤怒，來自於情感與法律之間的巨大錯位。但在現代商業社會中，我們必須承認一個冷酷卻高效的現實：產權的歸屬不取決於歷史血統的早晚，而取決於現代法律架構下的註冊與經營。從知識產權的技術層面來看，LV的判決幾乎無懈可擊。LV的四葉花卉圖形商標早在其十八年代進入中國時就已在完成註冊。現代商標法的核心功能是識別商品來源，而非考證文化起源。LV歷經全球市場超過百年的持續經營、營銷灌輸與高昂的維權成本，將這個符號與其品牌建立起牢不可破的第二含義（Secondary Meaning）。當消費者看到這個特定的幾何比例和排列時，直覺聯想到的是LV，這就是現代商業規則賦予其產權保護的合法依據。

反觀茉莉奶白，在商標申請屢次被駁回、甚至收到律師函後仍大規模商用，其客觀上的侵權事實清晰可辨。對LV的群起而攻之，在情感上是本土文化自尊心的投射，但在商業理智上卻是失焦的。現代商業秩序是冷酷的，它不相信「這個符號我老祖宗用過」的祖傳敘事，它只承認商業邊界的劃定與維護。如果中國品牌只停留在民族的情感抨擊中，拒絕理解並運用這套規則，那麼未

來在全球商業競爭中，類似的被動與陣痛只會一再上演。

與時俱進別把傳統當擋箭牌

這場風波帶來的另一個深刻啓示，是關於文化的傳承與保護。我們必須建立一種動態發展論和主動保護防禦機制和體系，而非靜態冷凍論。輿論常有一種誤解，認為保護文化就是要把符號鎖進博物館、或者不准外人觸碰。但事實上，任何一種文化符號如果失去了現代商業的活化與新陳代謝，就會淪為歷史的標本。

我們必須承認，西方奢侈品牌在借鑑東方美學時，展現出了極強的轉譯與再生能力。喬治·威登（Georges Vuitton）在1896年設計Monogram時，確實吸收了當時風靡歐洲的日本美學與東方植物紋樣，但他們透過長達一個多世紀的馬拉松式營銷，將其融入了當代的時尚語境，使其成為現代化的文化有機體。曾經在奢侈品牌行業深耕將近二十年的本人，深切地親歷過國際品牌從設計到生產、從營銷到服務、從地區到全球，如何用不同的語言體系和情感表達方式，來述說有傳承和生命力的品牌故事。對比之下，許多本土品牌對中華傳統美學的保護與利用，往往陷入了兩種極端：一種是「不容染指」的民族化保護與封閉，另一種則是「拿來主義」的淺層挪用。

「茉莉奶白」事件，正是缺乏獨立的現代商業邏輯下美學建構的後果。如果我們僅僅因為一個符號屬於中國傳統，就允許本土品牌不加提煉、甚至以高度模仿西方大牌的形式去粗暴複製，這並不是真正的文化保護，而是對傳統美學的消耗與矮化。我們不能把傳統文化當作商業侵權、設計偷懶或不思進取的擋箭牌。真正的與時俱進，是我們必須有自信、有能力能拿出比西方奢侈品牌更有文化內涵、更符合當代審美的東方敘事。這是在構建中國式現代化進程中關鍵的質的變化的提升，也是中華文化自信在國際市場中加以體現的重要展示。

構建系統性防禦與反攻體系

理性看待這場風波，我們需要的不是抵制，而是如何融合東方和西方的文化，反過來利用這套世界通行的商業語言，進行系統性的防禦與反攻體系的構建。這才是真正從內在文化核心述說中國的故事，讓全世界看見。

第一，制度與技術的「防禦性保護」。當前商標法保護私有產權，這可能導致公共文

規範通過總收益互換為內地投資者新增海外風險敞口。短期看，部分股權結構複雜、透明度不足或質量不高的公司，上市進程可能受到影響。

但從長遠看，監管優化並不必然削弱香港市場，反而有助於提升市場質量。把灰色、不透明和高風險結構壓下去，引導資金通過港股通、合規IPO認購和香港監管框架流入市場，有利於強化香港作為「受控、透明、國際化」離岸市場的功能。真正具備技術實力、產業地位和政策支持方向的優質企業，仍有條件獲得市場認可。

資本市場的競爭，不能只看集資規模，更要看企業質量和制度信任。香港要鞏固國際金融中心地位，必須避免讓概念炒作和短期套利損害投資者信心。監管越規範，市場越透明，長期資金才越願意留下來。

新動力非來自舊周期

這輪香港融資熱潮，並非傳統意義上的普漲行情，而是國家科技產業鏈加快升級背景下的資本補給潮。香港正從過去數年的市場低谷中修復其國際融資功能，而新的動力不再主要來自地產金融舊周期，而是來自人工智能、硬科技、A股龍頭國際化和南向資金的協同作用。

這對香港而言，是一次重要的功能重塑機會。香港不僅要繼續做中國企業的國際融資平台，更要成為科技企業連接全球資本、國際規則和海外市場的重要制度接口。未來，香港應進一步優化上市制度，完善特專科技企業融資安排，吸引更多長期資金和機構投資者，同時加強信息披露、估值研究、法律、審計及財富管理等專業服務生態。

香港的優勢，正在於背靠祖國、聯通世界。國家科技創新和先進製造發展，需要更開放、更專業、更國際化的資本平台；香港則需要在服務國家高質量發展中尋找新的增長空間。只要香港繼續發揮制度優勢和市場優勢，把優質企業、長期資金和專業服務更好結合起來，就能在全球科技競爭和資本市場重構中鞏固自身不可替代的地位。

化資源被資本變相私有化。為此，國家層面亟需建立「中華傳統文化符號公清單」與基於現代科技發展下的「數字化文化基因庫」（如寶相花、柿蒂紋等）。對於清單內的公共紋樣，應大幅提高商標註冊的獨創性門檻，防止任何品牌（無論中國或者海外）進行簡單的幾何抽象便將其據為己有。當發生跨國產權爭議時，這些數據庫能作為強有力的「在先文化使用」法律證據。

第二，商業產權的「共享化活化」。發揮龍頭行業協會或地方政府的專業性優勢，將具有強烈地域及行業的文化屬性的美學元素（如蘇州園林花窗、景德鎮青花紋飾）註冊為「集體商標」或「地理標誌」。如法國用「香檳（Champagne）」制度保護了整個產區的品牌價值一樣，中國也應通過集體產權模式，讓特定的傳統紋樣成為區域內企業合法、共享的商業資產，在規則內形成合力。

第三，品牌敘事的「主體性躍遷」。國際奢侈品牌的溢價，來自於他們創造品牌宇宙和情感認同的能力。中國品牌必須從符號借殼上市升級為東方價值產出，包括：深度解構，設計不能只貼皮，而要深入理解寶相花在不同朝代的骨骼結構演變；當代轉譯，傳統美學不是復古複製，而是要用當代的工業設計、材質與生活方式重新定義；系統敘事，擺脫「爆款思維」，從產品、空間到品牌價值觀，系統性地講好一個「以我為主」的中國故事。

真正說好中國文化故事

唐代的寶相花，本身就是佛教藝術傳入中原後，歷經數百年華夏化融合、創新而誕生的美學奇迹。它的基因裏本就流淌着包容、流動與與時俱進。今天，當這朵花在現代商業殘酷的規則中遭遇挫折，這恰恰是在提醒我們，群衆的情感抨擊無法贏得商業戰爭，唯有在規則中超越對手，才能贏得尊重。

當未來的某一天，一個中國品牌走向巴黎或紐約，能夠氣定神閒地告訴世界：「這個視覺符號源自我們一千多年前的唐代寶相花，它代表着東方的圓滿與包容，而在今天，我們用當代的設計，賦予了它屬於這個時代的新靈魂。」到了那一刻，我們才算真正拿回了屬於自己的文化敘事權，真正說好了中國文化故事。

這朵花已經開了上千年，是時候，讓它在現代世界裏開出真正屬於中國品牌的模樣了。