

THE MAGAZINE FOR THE GREATER BAY AREA

資 本 雜 誌

CAPITAL



投資推廣署署長
劉凱旋

香港財經事務及
庫務局局長
許正宇

新資本投資者入境計劃

引進人才資金鞏固亞太地位

財富管理

亞太房產步入復甦
鴿派為減息鋪路

香港製造

MINDFUL SPARKS
創自家氣泡茶藝新文化

特別報告

應科院發展車聯網技術
加速推動智慧出行

海外地產

東盟經濟如箭在弦
星馬泰樓市躍躍欲

SOUTH CHINA MEDIA 南華傳媒

ROBERT NG Chairman, CEO & Publisher 吳鴻生 主席、行政總裁、社長

PAUL NG CEO 吳旭洋 首席執行官

LEE SHU MING General Manager, Chief Editor 李樹明 總經理、總編輯

EDITORIAL 編採部

HENRY LAU Senior Managing Editor 劉智恒 高級執行編輯

KANNIE CHENG Managing Editor 鄭敬琴 執行編輯

CHAN CHUN TING Executive Editor 陳俊廷 執行編輯

CHARMAINE TSUI Senior Editor 徐善雯 高級編輯

COLIN SUEN Digital Editor 孫月華 數碼媒體編輯

ART 美術部

ALVIN TAI Multimedia Designer 戴旭希 多媒體設計員

PHOTO 攝影部

CHEUNG CHIN YUI Chief Photographer 張展銳 總攝影師

ADVERTISING & MARKETING 廣告營業部及市場推廣部

SANDY CHER General Manager, Business Development 車文慧 總經理 - 業務拓展 Tel: 2963 0332

VENKY PAK Sales Director 白希芳 銷售總監 Tel: 2963 0268

GLORIA MA Assistant Advertising Director 馬潔儀 助理銷售總監 Tel: 2963 0688

BEN CHAN Business Development Manager 陳恒光 業務拓展經理 Tel: 2202 5110

BENA IP Marketing Manager 葉倩萍 市務經理

CIRCULATION & PRODUCTION 發行部及製作部

TONY KONG Circulation & Production Director 江志成 發行及製作總監

Subscription Hotline: 2202 5139

E-mail address: subscription@capital-hk.com

CAPITAL MAGAZINE IS PUBLISHED MONTHLY BY 出版

CAPITAL PUBLISHING LTD.

香港柴灣豐業街 5 號華盛中心 3 樓 C 及 D 室

Units C & D, 3/F, Wah Shing Centre, 5 Fung Yip Street, Chai Wan

Tel: 2202 5000 Fax: 2561 2257

DISTRIBUTION AGENT 發行

同德書報有限公司 Tung Tak Newspaper & Magazine Agency Co., Ltd.

香港觀塘大業街 34 號楊耀松第五工業大廈 1 樓

1/F, Yeung Yiu Chung No.5 Industrial Building, 34 Tai Yip Street, Kwun Tong, Hong Kong

Tel: 3551 3388 Fax: 3551 3300

PRINTING 承印

創藝印刷有限公司 C. A. Printing Company Limited

香港柴灣利眾街 42 號長匯工業大廈 9 樓

9/F, Cheung Wei Industrial Building, 42 Lee Chung Street, Chai Wan, Hong Kong

Tel: 2866 8733 Fax: 2866 6514

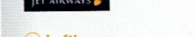
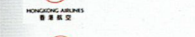
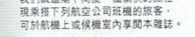
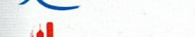
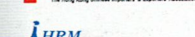
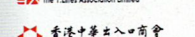
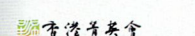
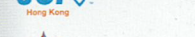
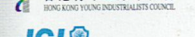
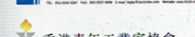
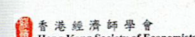
SC 南華金融控股有限公司
South China Financial Holdings Ltd.
股份代號: 0619

CAPITAL IS REGISTERED WITH THE HONG KONG GOVERNMENT. NOTHING MAY BE REPRINTED OR UTILIZED IN ANY FORM OR BY ANY MEANS WITHOUT WRITTEN PERMISSION FROM THE PUBLISHER. 資本雜誌受國際及地區版權法例保障，未經出版人書面許可，任何圖文均不得全部或局部轉載、翻譯或重印。

www.capital-hk.com

**ISSUE 444
MAY
2024**

(CAPITAL)
(CAPITAL CEO X Entrepreneur)
為以下商會及機構之推薦刊物：
商 香港中華廠商聯合會
The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong



CONTENTS



封面故事

- 006 新資本投資者入境計劃 引進人才資金鞏固亞太地位
- 012 投資推廣署長劉凱旋 香港將重新為亞洲投資最佳地
- 014 入境計劃為港增人與財
- 016 非住宅物業市場升幅 CIES 助力有限
- 018 調查指香港單一家辦逾 2,700 間
- 020 基金業料家族辦公室發展趨旺

財富管理

- 022 亞太區房產市場步入復甦 鴿派為減息鋪路

香港製造

- 026 MINDFUL SPARKS 劉鍵德 自創氣泡茶 引領新茶藝文化

特別報告

- 030 應科院車聯網技術領先 加速推動港智慧出行
- 036 港中小企營商氣氛好轉 企業增融資助拓業務發展

創科

- 040 聚焦發展「新質生產力」香港助力國家塑造科技創新

ESG

- 052 地區與古建築成功保育 體驗城市發展軟實力

地產

- 060 延續樓市小陽春 還看豪宅成交走勢
- 066 東盟經濟如箭在弦 星馬泰樓市躍躍欲試

神州商機

- 072 長線投資中國正合時機

大灣區

- 076 前海五月實現擴區 成先行先試窗口

MINDFUL SPARKS
劉鍵德

自創 氣泡茶

引領新茶藝文化

茶文化在中國或外地擁有悠長逾數千年的歷史，傳統上喝茶多以熱泡，如傳統中國茶、日本綠茶、西方紅茶等，近年冷飲茶崛起，如各式果茶或珍珠奶茶受到消費者歡迎，茶飲市場可謂百家齊放及趨於普及化；但應用於高級餐桌上，除了高級陳年雲南普洱外，難以美酒一較高下。隨著非酒精類的飲品氣泡茶 (Sparkling Tea) 近年逐漸在高級餐飲中流行，已被市場認定是一個新藍海市場。在大學時主修食物科技的九十後港青劉鍵德 (Winston)，憑著大學時期知識啟發，早前與大學合作，創立「香港製造」的自家有氣冷泡茶品牌，將茶的藝術與食品科學結合，成為酒以外能與食物搭配的健康選擇，矢志推動高品質非酒精類茶飲，重新定義品茗的體驗。

撰文 劉晉恒 攝影 張展銳 SPECIAL THANKS ando

Mindful Sparks
創辦人兼首席執行
劉健德

歐美媒體都把非酒精類飲料一般歸屬為「No-Low Alcohol Wine (NoLo)」，也有指出這是新冠肺炎疫情影響的「副產品」，漸成一個風潮。美國商業雜誌 Forbes 便曾撰文分析，指出疫情令人們反思過往的飲食習慣，希望降低酒精攝入量；推波助瀾的，還有千禧世代比前幾代人喝更少的酒。據一項全球非酒精飲品市場分析指，非酒精類飲品 2023 年市場規模達 205.44 億美元，報告預測至 2027 年市場 336.01 億美元，增長率 13.09%。單在本港，非酒精飲品市場銷售複合增長率達 13.97%，可謂市場潛力巨大。

在一眾非酒精飲品中，氣泡茶 (Sparkling Tea) 是近年高級餐桌的新貴，氣泡茶質感猶如香檳，但不含酒精受到飲客歡迎。環觀現時大部分氣泡茶都以類似洋酒瓶來盛載，多是來自丹麥及英國的氣泡茶，以每支容量約 750 毫升計算，而售價由 200 至逾 400 元不等，價格比一般非酒精飲品昂貴，主打中檔市場，而本地品牌只佔少數。

近年越來越多的 NoLo 飲料品牌湧現本港市場，包括 2017 年創立、自稱首創 Sparkling tea 的 Copenhagen、Saicho、Mindful

Sparks、BubbleMe 等數個氣泡飲料品牌。成立 2020 年 Mindful Sparks 是本地新晉品牌代表之一，創辦人 Winston 強調，品牌是香港本地氣泡茶品牌，完全是香港製造，自家研發的口味充分代表香港獨特精神及文化。現有共 19 款和茶相關的飲品，例如無糖有氣茶、「雪糕」碳酸焙茶、柚子碳酸玄米茶等創新口味，茶味突出，且甜度合適。

由釀酒至泡茶 決心創業

Winston 在港大主修食物及營養科學，並開始研究各種非酒精類飲品，由梳打水到零酒精葡萄酒，均有研究。他憶述當年一份關於製作蜜糖酒的畢業專題，令他發現非酒精飲品市場的巨大。他說：「那份報告主要研究新酒款，其中一部分為 Sensory Evaluation，需要找一些受訪者試飲和分析口感，卻意外發現原來身邊多數朋友都不喝酒。」

他又表示：「其實飲酒的人只有一小撮，可惜的是，在非酒精世界裏，沒什麼人做過一些 High-End、又可打入主流市場的非酒精飲料。就算一些無酒精的氣泡飲品，大多數已被定型為便宜路線，所以希望嘗試打破這個印象。」

Winsto 想到若生產一種新飲品，重點在於在製作上可怎樣呈現其複雜性。他立刻想到有數千年文化的茶：「它本身文化根基深厚，而且品種非常多。問題在於，講到品茶通常好兩極化：一邊給人感覺門檻很高的茶藝，如雲南陳年天價普洱，你需要一定基礎才可進入那個世界；另一邊就是茶包文化，雖然非常普及，不過同時形象拉到好低。」最後他想到開發「氣泡茶」。他們的產品中，不少利用軟木塞封裝瓶裝氣泡茶，渲染如同香檳般的精緻和喜慶感，主打口感層次豐富的高級茶飲。

他最初對釀酒工藝頗感興趣，亦到過啤酒廠實習，學懂釀酒的過程及技術，但想不到有意外收穫。他說：「在研發的過程中，發現立山小種茶 (Lapsang Souchong) 的特別之處。這款被稱為紅茶鼻祖的紅茶，經過松木燻製，擁有濃烈的松煙香。這款茶葉啟發了我的創作靈感。」在學時的一些忽發奇想，夢想創出一種創新的非酒精飲品，更奠定日後創立 Mindful Sparks 品牌。畢業後 Winston 到過啤酒廠工作，除了學習釀酒過程，更了解飲料工廠生產流程，他其後有感「工字不出頭」，於 2 年後決毅然創業，結合食品科學知識和技術，製作一系列富含抗氧化功能的氣泡茶，為不喝酒人士帶來另一種選擇。

與大學合作研發 注入食品科技元素

在 Winston 創業過程中，儘管是小本創業，本科出身的他視食品科技為重要一環，故需要借助外力支持，有幸得到大學母校幫助，解決創業中最難的技術問題，與港大李忠英團隊共同研發的「六重萃取技術」來生產氣泡茶，他指該技術好處是能夠從茶葉中提取特定的風味及味道組合，計算精確的溫度及時間控制，確保了茶的完美複雜性、味道及品質，創出自家的獨特風味。

談及氣泡茶的製作，Winston 表示，氣泡茶的整個製作需時至少 3 天，以氣泡伯爵茶和普洱茶製作過程。首先要用加熱機將過濾水煲至沸點，達至低含氧量狀況，再用零下 5℃ 製冷器把水極速降至 6℃。將原片茶葉加入低氧水，並於 6℃ 低溫下冷泡 22 小時，茶葉在低溫下不會釋放苦澀味。泡好茶後再降溫至



「觀 2024」是品牌推出特式混茶。



Winston 決定在港自建廠房，實現真正的香港製造。

3°C，並於指定壓力將二氧化碳氣體溶入茶中 12 至 24 小時，成為有氣冷泡茶。有氣茶經長時間低壓碳酸化，氣泡變得更幼細。入樽前先檢查氣泡茶品質，接着在半自動化系統內入樽及封蓋，最後消毒風乾，才能令伯爵茶茶香和柑橘香平衡得宜，減少茶澀味之餘，微泡口感帶來新鮮感。他強調，每家品牌的製作配方不同，有些冷泡時間需長達 24 小時，有些混合不同茶葉、果蓉等材料，應因不同的情況，令製作時間有變。

Winston 續指，自家研發團隊參與由香港高等教育科技學院 (THEi)，並獲工業貿易署「工商機構支援基金」資助食品創作中心項目，中心於 2021 年引入全港首部味覺分析系統 (稱電子舌, e-Tongue) 透過化學傳感器技術及電導率測量，配合軟件來評估樣本的味道，電子舌可以在食品樣本中分析預設味道及其他特定味道，所得數據官能應用於改善配方、測試保質期等用途。

解決了製作技術的痛點，Winston 決定打造自己的氣泡茶品牌，取名 Mindful Sparks，他解釋這名字由來：「以前修讀飲食文化課時，認識了 Mindful Eating，自己好受這個概念啟發，品牌命名靈感亦由此而來。講起 Mindful Eating，好多人覺得這個說法偏宗教，其實可不那麼靈性地理解，例如飲茶時，留意香氣、餘韻，以及茶葉來源，單純了解所喝飲品背後的故事。」他強調，品牌是富含抗氧化功能的氣泡茶，推廣正念和健康理念。

立足本港 進軍內地與海外

Winston 說，從一開始每月生產 3,000 支，到後來客源逐漸增加，開始與不同本地酒店及米芝蓮餐廳合作，搬至葵涌工業大廈設廠，逐步試行量產，生意越做越大。品牌創立短短兩年，逐步在業界打響名堂。Winston 坦言已經累積了不少忠實顧客，不但擴闊了大眾對茶飲文化的認識，亦定義了新的飲品類別，令越來越多人對飲食健康的關注，開始減少飲用酒精，茶飲成為新趨勢。

他坦言，氣泡茶是一個很大的藍海市場，認為香港市場仍未飽和，故未來一至兩年仍主力發展本地及澳門市場；至於內地市場，他計劃部署先進軍如北京、上海、廣州及成都等一二線城市，至於國際市場，

最快速年內開拓新加坡市場，探索東盟市場的機遇。

儘管創業仍在奮鬥階段，Winston 說，Mindful Sparks 選用優質及永續食品供應商，重視環境社會與管治 (ESG)，同時不忘回饋社會，履行企業社會責任，定期為本港大學及大專的食品與營養科學專業三年級及四年級的本科生前來提供實習機會，為業界培育人才；Mindful Sparks 也為 SEN (特殊學習需要) 年輕人提供職業培訓、工作機會。在推廣茶藝文化方面，品牌與本地藝術家陳育強合作繪畫水墨畫及西洋畫圖案，用於茶瓶的招紙之上，把藝術文化與品茗體驗無縫結合。

香港製造 為本土工業出一分力

談及香港製造，Winston 坦言，自己在香港土生土長，存有深厚感情，故選擇在香港設立工廠。他說：「香港製造一向給予人品質優良、安全及有保證，這點尤其對內地、東盟消費者有良好的印象，對於港生產商的市場銷售，及塑造品牌有一定的優勢。」他強調，自己一手創立 Mindful Sparks 乃香港本地氣泡茶品牌，是純「香港製造」，自家研發的口味充分代表香港獨特精神及文化，他期望自己品牌能夠獲得消費者的認同，未來成為一個具代表性的 Made In Hong Kong 的長青品牌。【C】



Mindful Sparks 不時與高級餐廳合作，把氣泡茶配合 fusion 菜，為顧客味覺帶來驚喜。