

中移動香港與大文財經達成戰略合作

【大公報訊】中國移動香港有限公司（「中國移動香港」）與香港大公文匯財經公關集團有限公司（「香港大文財經」）昨日簽署《戰略合作夥伴協議書》。雙方通過資源共享、優勢互補與業務創新，打造互利共贏、可持續發展的戰略合作夥伴關係，共同提供更優質、更全面的服務，推動雙方業務實現跨越式發展。中國移動香港董事長李鋒、香港大公文匯傳媒集團董事長兼香港大公文匯財經公關集團董事長姜在忠、香港大公文匯傳媒集團副董事長兼總編輯李大宏等出席。

是次《戰略合作夥伴協議書》簽約儀式在香港大公文匯財經公關集團舉行，中國移動香港董事兼行政總裁李帆、風與香港大公文匯傳媒集團執行總經理

、香港大公文匯財經公關集團副董事長韓紀文共同簽署協議。

李鋒表示：「今年受到疫情影響，大家的生活模式、習慣都作出了重大的轉變，衍生出不同的挑戰及機遇。我們雙方希望透過合作，發揮香港大公文匯財經公關集團於傳媒領域及中國移動香港於通訊領域上的專業及影響力，合力面對新時代的挑戰，好好把握新機遇。」

為灣區智慧城市建設貢獻力量

姜在忠表示：「今天雙方將成為戰略合作夥伴，這是大公文匯財經公關集團與中國移動香港的首次全面合作，但我堅信這一定會是雙方長久、共贏合作關係的良好開端。我們將充分利用集團

的傳媒優勢和兩地優勢，與中國移動香港強強聯手，為5G賦能傳媒業的實實實踐，為推進香港乃至大灣區智慧城市建設貢獻一分力量。」

事實上，作為香港中文媒體的傳媒旗艦，香港大公文匯傳媒集團始終將為社會各界搭建良好的溝通交流平臺視為重要使命。香港大公文匯財經公關集團，深度整合集團在媒體宣傳、公共關係、企業培訓等領域的優質資源，致力於為祖國內地與香港兩地政府、企業提供專業、高效的服務。香港大公文匯財經公關集團將順應新時代發展，與中國移動香港積極溝通對接，不斷創新合作內容，在宣傳報道、輿情監測、5G基建與體驗、聯合舉辦活動、My Link新聞、數據通訊、大數據互動分析等方面開展



▲中國移動香港董事長李鋒（後排左三）、香港大公文匯傳媒集團董事長、香港大公文匯財經公關集團董事長姜在忠（後排右三）共同見證簽約儀式 大公報記者蕭霖攝

深入合作。出席儀式的領導還有中國移動香港董事兼行政副總裁馬子斌、董事兼行政副總裁、首席財務官葛建寶、香港大公文匯傳媒集團副總經理張錦川、香港大公文匯財經公關集團常務副總裁王剛等。

阿里推新製造平台 瞄30萬億市場

前合夥人蔣凡領軍 助中小企數字化發展

阿里動物園新成員終於曝光！磨劍三年，阿里巴巴（09988）推出智能製造平台「迅犀」，新業務選用「犀牛」作為代表動物，主要為中小企業提供端到端的全鏈路數字化解決方案，進軍逾30萬億元人民幣市場規模，實現「新製造」戰略試點，並由天貓淘寶總裁兼阿里巴巴前合夥人蔣凡領軍，出任迅犀董事長一職。

創新業務

大公報記者 李潔儀

阿里巴巴旗下位於杭州的新製造工廠「迅犀數字」揭幕，借助雲計算及物聯網基礎設施，打造「犀牛智造平台」，為中小企提供點對點解決方案。統計數據公司Statista資料顯示，2018年中國內地製造業市場規模總值超過4萬億美元（約30萬億人民幣），佔全國經濟總量28.4%，居全球之冠。排次席的美國只佔16.6%，日本則佔7.2%。

「數據是新製造的核心。」阿里巴巴犀牛智造首席執行官伍學剛認為，客戶的需求瞬息萬變，而且更偏好於個性化而非大量生產的商品。他續說，「新製造」以數據驅動和智能技術，有利協助傳統製造業實現按需定產，既滿足個性化需求，亦提高盈利及降低庫存的壓力。早於2016年，阿里巴巴靈魂人物馬雲首次提出「五新」戰略，即包括新零售、新製造、新金融、新技術及新能源，迅犀正是新製造戰略的試點。

馬雲的「五新」戰略之一

犀牛智造將透過趨勢和銷售預測模型，以及人工智能驅動的決策優化體系，包括實時資源分配、流程及成本規劃、內部自動化物流方案等，讓製造業工廠能夠及時掌握消費市場的需求，從而降低研發成本。

據了解，通過合理的成本，以及更短的交付時間來生產小批量訂單，犀牛智造可以把生產效率從25%提升至平均55%。

疫情加速各行業數字轉型

伍學剛提到，隨着新冠疫情促使各行各業加快數字化轉型，迅犀將有助服裝製造商降低庫存水平，並持續提高效率 and 個性化能力，預期未來將進一步應用在時裝和服飾以外的其他行業。

根據天眼查信息顯示，天貓淘寶總裁、阿里巴巴前合夥人蔣凡，出任杭州迅犀數字科技董事長和法定代表人，迅犀註冊資金達為3000萬美元（約2.34億港元）。於2013年加入阿里巴巴體系的蔣凡，除了掌管天貓淘寶，亦分管廣告交易平台阿里媽媽，一直被視為阿里頭號接班人。不過，今年4月蔣凡捲入桃色醜聞，最後因為影響公司聲譽，遭阿里巴巴取消其合夥人身份，職級由M7（集團高級副總裁）降級至M6（集團副總裁）。

隨着蔣凡擔綱阿里巴巴的新業務，市場人士認為，即使被取消合夥人資格，惟年僅35歲的蔣凡，擁有的是「年輕」，假以時日有望重回合夥人名單之內。



網上保險中介 騰訊微保稱王

【大公報訊】胡潤研究院首次公布中國互聯網保險中介服務平台10強名單，按照近兩年互聯網平台在保險中介領域的市場實力和創新能力進行綜合排名，騰訊微保、螞蟻保險及輕鬆保為前三名，又指出價值逾10億美元以上的獨角獸佔5家。

胡潤百富董事長兼首席調研官胡潤指出，在後疫情時代，健康成為一個特別熱門的話題，保險產品的增長速度也比較快，比如今年上半年，中國保險業實現原保險保費收入同比增長6.5%，達到2.7萬億元。他續稱，保險中介是銷售保險產品的重要渠道，保險中介渠道保費收入在總保費收入的佔比連續多年超過80%，產銷分離是保險業的大勢所趨。目前中國有超過700家全國性的保險專業中介機構，其中近七成已獲得網銷資質。

他表示，近年來中國互聯網保險中介行業發展非常快，除了BATJ（百度、阿里、騰訊、京東）四大互聯網巨頭，還有攜程、滴滴、美團等新巨頭，他們憑藉用戶流量、大數據及雲計算等優勢，基於自身平台消費場景的特點，將

保險產品與服務融入娛樂、購物、出行、互助醫療等生活場景，滿足不同客群的保險需求，例如螞蟻保險推出的網上購物退還運費險、攜程的航意航延險等。

胡潤續稱，目前中國乃至全球保險科技進入發展新階段，市場多方主體積極參與其中，搶佔競爭高地。在保險行業產銷分離大的行業趨勢以及互聯網技術推動的影響下，中國未來互聯網保險中介行業發展前景向好。

2020中國互聯網保險 中介服務平台十大排行榜

排名	品牌	企業
1	微保	騰訊
2	螞蟻保險	螞蟻集團
3	輕鬆保嚴選	輕鬆籌網絡
4	慧擇網	慧擇保險
5	水滴保險商城	縱情向前
6	京東保險	京東數字
7	蘇寧保險	蘇寧金融
8	攜程保險	攜程商務
9	微易保險師	微易信息
10	度小滿保險	度小滿支付

大公報製表

天貓夥易居推買樓App

【大公報訊】阿里巴巴（09988）旗下天貓與易居達成戰略合作，推出「天貓好房」平台，為房企制定線上房產旗艦店，並把首三年平台所有收入補貼購房者。正值「金九銀十」之際，天貓與易居助力房企，透過

「天貓好房」平台，把3D購買技術、直播及金融服務能力，與房地產行業結合，打通線上看房、購房一站式。天貓好房承諾，至少在未來的3年內不賺錢，把所有收入100%補貼購房者。同時，天貓與易居發布「不動產交易協作機制（ETC）」，基於新的產品

升級，提供新房、二手房、特價房、拍賣房四大交易場景。事實上，內地購房App可謂百花齊放，其中以房天下、鏈家及安居客名列前茅，今次阿里巴巴進軍購房平台，在龐大的大數據基礎優勢下，或會令市場份額重新洗牌。

調查：疫下年輕人開銷減三成

【大公報訊】第三波疫情確診數字有所放緩，市場憧憬市民會有復仇式消費。但香港永明金融最新發布的「疫情下消費理財新常態」調查發現，六成三受訪者表示在過往數月並沒有「報復式消費」，當中的兩成七人指因憂慮經濟或就業前景，希望多個錢傍身。不過，疫情啟發受訪者更努力於退休儲蓄，並願意節衣縮食減開銷。

香港永明金融首席市務及數碼策略總監馮婉欣表示，疫情令市民對理財的意識大大提升，近期見到延期年金及短期儲蓄產品的需求上升，而年輕人對理財的態度亦較之前積極，多了不少年輕人購買上述產品。

永明金融於2020年8月5日至8月16

日，在香港透過網上問卷訪問1020名年齡介乎20至40歲的港人，以了解其對消費、財務健康以及退休儲蓄的態度及看法。

調查發現，於訂立退休儲蓄計劃方面，自評「相當努力」的受訪者由疫情前的37%上升至疫情後的43%，而自評「十分努力」的受訪者更由疫情前的5%上升至疫情後的11%。

至於更努力的原因，半數人指因受疫情啟發，要趁有能力為自己的退休儲蓄訂立計劃，或需要更努力及進取周詳的計劃去達成原本的目標。值得注意的是，較多90後（即年齡介乎20至29歲的受訪者）指疫情下減少了社交活動，有更多時間計劃退休儲蓄。

疫情下受訪者願意主動減省吃喝玩樂以及置裝、美容、理髮的開銷，縮減幅度平均達三成半，而拍拖使費的縮減幅度也達到三成。接近四成受訪者於過往一年因經濟環境、裁員或減薪而憂慮自身財務狀況，從而採取行動規劃理財。

有定期搜尋消費相關的折扣優惠的群組中，超過四成受訪者最少每日搜尋一次，另有三成人指疫情後更頻繁地與親友分享搜尋得來的消費優惠。調查顯示受訪者理財態度審慎，近四成受訪者原預計今年會花一萬至三萬於旅行上，惟因疫情而省卻了相關開支，逾半數人指會轉為備用現金以應付突發情況或用作支持日常生活開支。