

內銷潛力大 維特健靈擴產品爭機遇

陳曦齡：「香港品牌」備受信任 珠海新廠料年內獲牌

企業訪談 近年全球經濟不景氣，消費格局發生劇變。維特健靈創始人兼行政總裁陳曦齡接受《大公報》專訪時表示，世界轉變飛快，無論是「老字號」還是新品牌，無法適應時代必遭淘汰。她指出，「香港品牌」在內地並非失勢，而是內地品牌憑藉科技與性價比強勢崛起，「崇洋」已成過去；同時海外消費者對「中國製造」仍存有刻板印象，加上在港生產成本導致價格競爭力不足，「香港品牌」出海也具挑戰。

大公報記者 李樂兒

「香港品牌」在內地消費者心中一直享有較高信任度。陳曦齡認為，這讓維特健靈進入內地市場具備一定的優勢。然而，她指出這「金字招牌」也引來仿冒者覬覦，多年來低質產品冒充「香港品牌」的情況頻現，損害消費者的信心。

大埔廠本月投產 產能翻倍

「市場教育刻不容緩。」陳曦齡強調，必須讓消費者深刻理解「一分錢一分貨」，尤其在保健品市場，有效成分含量1%與50%，效果天壤之別。為此，公司近期主動邀請內地網紅、記者等實地考察工廠生產流程，以「Show and Tell」方式加固信任。目前維特健靈原料廠在廣西，香港大埔廠房預計在本月投產，屆時產能翻倍。此外，珠海新廠也已落成，預計年底可獲保健食品生產牌照。

產品由口服式拓展至塗抹式

內地社會老齡化加速，為保健品市場帶來的龐大需求，陳曦齡相信發展機遇巨大，且市場整合在即。因此，公司正着力研發更多元的產品，包括由口服式拓展至塗抹式，例如去年推出納米洗髮露，現正在研發納米護膚品，並且不排除將通過收購，吸納其他品牌優質產品。

把握市場特性 走向國際

在海外市場，「香港品牌」亦非暢行無阻。陳曦齡認為，「香港品牌」走向國際的關鍵在於把握市場特性。例如歐洲市場需遵循當地「醫生處方，藥房購買」消費習慣，目前產品主要售予醫生；在美國的關稅政策下，公司已預先在美國積逾半年貨品，目前正加速推進本土工廠建設，未來計劃採用「合約製造」模式在美生產，僅保留核心配方與原料源自中國。

談及近年香港眾多老字號結業，陳曦齡深表惋惜。除了因自身業務跟不上時代節奏外，她亦從銀行人士處了解，部分老字號是因其他的投資失誤而拖累本業。而近年不斷有新品牌快速崛起，說明市場仍在，關鍵在於企業如何轉型與發掘市場。

保健品屬「朝陽行業」

「疫情令整個社會好像發生了一場大戰，現時全世界都處於一個回血期」陳曦齡感嘆道。所幸保健品屬「朝陽行業」。她解釋，醫療成本高昂，如美國醫療支出超越軍費，加上人類愈發長壽，「長壽」常伴隨「老化」。她認為，若通過保健品提升健康水平，對社會與經濟大有裨益。



▲維特健靈着力研發多元產品，包括由口服式拓展至塗抹式。



▲維特健靈創始人兼行政總裁陳曦齡表示，「香港品牌」在內地仍具備一定的優勢。大公報記者蔡文豪攝



▶維特健靈在香港大埔的廠房預計在本月投產，屆時產能翻倍。

陳曦齡小檔案

身份	維特健靈創始人兼行政總裁
專業資格	擁有註冊執業西醫及註冊中醫專業資格
主要成就	1993年創辦維特健靈，從香港一間本地公司發展成跨國企業
曾獲榮譽	● 2015年DHL和南華早報香港商業獎——東主營運獎
	● 2022年度香港工業總會傑出工業家獎
	● 2020大灣區傑出女企業家
	● 安永企業家獎2024

成功企業家非看財富 要貢獻社會

採訪手記

訪問尾聲，記者問道：「你認為怎樣才算一位成功的企業家？」在維特健靈創始人陳曦齡心中，成功企業家不在於企業市值或個人財富，而在於其事業對社會有貢獻，甚至能推動社會進步。其次，是能創造大量新職位，促進地區經濟活動與就業。

女性決策不遜男性

陳曦齡談及《易經》進入九運「中女（30至60歲）當道」的說法，指出儘管近年的確出現「家庭煮男」，但屬極少數且社會尚未普遍接受，故女性婚後自願為家庭退出職場的情況仍依然佔多數，香港社會仍屬男性主導。

不過，她亦指，香港社會對女性較友好，現時也有不少女性決策者，並強調女性學習能力絕不遜於

男性，近年專業領域中可以看到越來越多女性的身影，而她亦是醫生出身。作為極少數擁有中西醫資格的企業家，陳曦齡視「棄醫」為「從商」的最大「犧牲」，解釋道：「本身十分喜歡當醫生，並且當醫生能獲得即時的滿足感，而做



▲維特健靈公司團隊在陳曦齡帶領下渡過多個難關。

企業是延後式的滿足。」她認為投身商界是「上天給我的使命」，正是這使命感，支撐維特健靈走過30多年。陳曦齡總結：「開關難過關過。」1998年遇上金融風暴；2003年沙士期間堅持舉辦健康講座；2020年新冠疫情突襲，廣西原料運輸線幾近中斷，團隊仍竭力保障供應。

困難時期主動填補社會需求

更令陳曦齡揪心的是疫情初期全港口罩短缺，她果斷騰出廠房無塵潔淨室生產口罩。她表示當時全國搶購物資機器，人力極度緊張。維特健靈一個月內成功投產，部分捐贈、部分平價出售，並同步捐贈「五色靈芝」等產品予醫護。「越是困難時期，越要主動填補社會需求，而非裁員、減薪、關店。」她如此詮釋企業家擔當。

西醫存偏見 中藥國際化不易

行業挑戰 特區政府多次提到把握香港在醫療體制、規管制度、標準制訂、臨床研究及貿易等優勢，發展香港成為中醫藥國際化的橋頭堡。維特健靈創始人陳曦齡直言，這遠非建立一所中醫院即可實現，核心挑戰在於讓西醫體系真正接納中醫藥成為主流治療的一部分。為實現這一目標，她已努力逾三十載，坦言至今仍未成功。

研究空間廣 亟需技術突破

陳曦齡強調，中醫藥亟需科研突破方能贏得國際認可。她指出，中藥領域存在廣闊研究空間，包括複方與單方應用、不同原藥材的提煉技術等。許多西醫難以認同中藥可同時治

療多個看似無關的身體部位，例如其早年推出的改善腎虛耳聾產品「滋寶奇珍」就曾遭質疑。她對此反問：「既然藥的副作用能同時傷腎傷耳，為何不能同時治療腎與耳？」

中藥研究回報周期長 上市有掣肘

在資本層面，陳曦齡透露維特健靈曾多次收到收購要約，但因報價「與理想相差甚遠」而未達成。對於過往的上市傳聞，她承認公司曾考慮上市融資但現慶幸未推進，主因在於上市後將面臨諸多掣肘，且中藥研究回報周期漫長，「無法跟股東交代」。然而，她也直言，缺乏持續投入就無法實現科研突破，中醫藥長期發展與短期資本回報之間仍需平衡。

小鵬：經營成果佳 末季料錄盈利

【大公報訊】小米（01810）首款SUV車型YU7，在開售短短3分鐘突破20萬輛大訂，小鵬汽車（09868）創辦人何小鵬形容是「神話」，不過，有信心小鵬G7做到超出原有規劃的數量，配合「捲」科技的前提，集團第四季度實現盈利「絕對不是挑戰」。

G7上市9分鐘訂單超萬輛

「在汽車市場中，小米YU7（3分鐘20萬輛訂單）真的是一個神話，甚至被說是一個童話。」何小鵬接受內媒訪問時表示，對YU7開售達到的大訂數量感到驚訝，原本想着小鵬也應該宣傳一下，惟後來發覺怎麼宣傳都不行。

日前，小鵬汽車發布全新AI智能家庭SUV小鵬G7，雖然上市9分鐘大訂突破1萬輛，難



▲小鵬汽車表示，有信心第四季度實現盈利。

以與小米YU7相比，但何小鵬指出，有信心G7也做到超出原有規劃數量。不過，對於G7官方指導售價19.58萬元人民幣起，低於業內普遍預期，市場憂慮定價或影響小鵬汽車的盈利目標。

何小鵬直言，第四季度實現盈利「絕對不是挑戰」，又指今年的經營成果將會超出外部預期。他續說，G7的經營能力也可以說是「相當不錯」，「我們不是捲價格，而是要在更好的經營、更好的品質下面捲科技」。

由2022年開始，小鵬開啟大規模改革，覆蓋公司組織、戰略規劃、經營、供應鏈等。在有基礎上，小鵬汽車從銷量到營收逐漸企穩回升，自去年第二季度開始，財務表現成功逐季回升。

何小鵬將過去3年的公司發展形容為「涅槃」、「脫胎換骨」，在今年第四季度更將進入「快速發展期」。他預期，下一個5年至10年，集團將見證中國汽車行業的巨變，市場上留下的數家將是「特別酷和特別強」的車企。

吉利新能源車進軍意大利 擬推兩款



▲吉利與意大利汽車經銷商安利捷簽署分銷協議。

【大公報訊】吉利汽車（00175）宣布，與意大利汽車經銷商安利捷簽署分銷協議，將吉利新能源車引入意大利市場。吉利計劃在意大利推出兩款產品，純電SUV吉利國際EX5和一款插電式混合動力SUV，兩款車型皆基於吉利汽車研發的GEA全球智慧新能源架構打造。

數據顯示，2025年前5個月，意大利純電車型註冊量同比增132%。

據悉，吉利汽車將在意大利建立涵蓋銷

售與售後服務的完整業務體系，透過建構覆蓋全國的經銷商網絡，為當地消費者提供高品質的電動車產品與優質的客戶服務。此次與安利捷汽車的合作，將充分借助後者在汽車經銷領域的豐富經驗與資源，協助吉利汽車更有效率地開拓意大利市場。

安利捷汽車副主席Fady Jameel表示，與吉利汽車的合作融合了創新、品質和可持續出行的共同願景，期待為意大利客戶樹立電動出行新標準。

中國新能源車歐洲市佔率將增至10%

【大公報訊】全球諮詢公司艾睿鉅（AlixPartners）發表《2025全球汽車展望》指出，在全球汽車行業正面臨前所未有的變革，中國領先的新能源車企不但經得起考驗，更憑藉「新運營模式」取得全球汽車行業的優勢，推動了全球汽車行業的創新。報告又估計，今年國產品牌在本地市場份額將達67%，而外國品牌的市佔率將持續滑落，並料到2030年，中國車企在歐洲市場份額將增至一成。

報告指出，中國汽車市場的價格戰仍在持續，但今年開始轉向更多非價格激勵措施，驅使實力較強的企業和供應商加快國際擴張步伐。隨著中國車企加快海外市場在地化進程，而歐洲車企產能利用率下降，料內地在2030年將於歐洲市場市佔率翻倍至10%。

報告預計，到2030年中國車企在歐洲的年產量將增加80萬輛，而歐洲本土車企則可能關閉相當於1.5家工廠的產能（約40萬輛）。分析顯示，新一輪美國關稅帶來的成本，預計在2026年將達到約300億美元。根據艾睿鉅的觀察，這些關稅正在促使許多美國企業考慮將其供應鏈遷出中國，以減輕關稅帶來的影響。

同時，報告建議，車企應採取兩項關鍵舉措，以應對未來的挑戰。首先，必須全面理解並掌握出行升級帶來的機遇，包括高級駕駛輔助系統（ADAS）。中國如今在車載技術領域處於領先地位，不僅體現在成本優勢，更在於新能源汽車和ADAS等技術創新。

報告指出，全球ADAS市場的增長速度已超過傳統汽車，預計2030年市場規模將達到500億美元。其次，是充分利用AI賦能的解決方案，提升整車廠和供應商的營運效率，這能夠將傳統研發周期和驗證成本降低20%。



▲艾睿鉅發表最新全球汽車展望報告。