

是缺乏將創意轉化為商業價值的資源和能力。從BUD基金的角度看，當前的政府資助配套比例是1:3。這意味着如果企業要投資十萬，自己需出七萬，政府資助三萬，這還沒算上申請流程和時間成本。但我更希望政府能將資助比例從1:3優化為1:2，甚至恢復早期的1:1，從而將更多資金導向IP開發。

關於「情緒價值」的評估，政府不應採用單一方法。我建議建立一個多維度評估體系：

第一，市場驗證維度。評估一個IP的商業潛力，可看其是否已獲得市場真實反饋，例如社交媒體的互動量、用戶討論度、復購率等，這些數據相對客觀。

第二，產業鏈融合度。一個好的IP不應僅是玩偶，而應能跨界至旅遊、零售、教育等多個產業。BUD審核時可參考企業是否已建立此類跨界合作模式。

第三，科技應用能力。我特別看重IP的科技賦能與轉化能力，例如核心交互技術的應用。科技與情感價值結合的項目，才具備長遠的爆發力。

綜上，我的建議是：以用戶市場驗證為核心，以產業鏈整合為支撐，科技賦能可作為重要加分項，對此希望BUD基金在評估時能納入這些多元視角。

記者：您剛提到了情緒經濟的產業融合，並一直倡議構建大灣區IP生態，這是否意味着香港也應大力推動跨界IP？

黃永威：香港擁有豐富的文化資產，如電影、漫畫、音樂、老建築等，承載着獨特的歷史情懷。通過創新，可以將這些元素轉化為產品、地標或打卡點，進而孵化為有商業



知名IP「Molly」20周年特展在香港舉行傳媒預覽。「Molly」由香港設計師王信明在2006年創作，並於2016年授權中國內地潮流玩具公司泡泡瑪特商業使用。
圖源：視覺中國

價值的IP。例如，海洋公園以大熊貓為IP，並與Hello Kitty等合作推出聯名產品。這就是「1+1>2」的效果，傳統產業藉助新IP找到新賣點，增加收入動能，也能更好地向世界推廣香港特色。這既是一種推廣，也是一種發展出路。

記者：你曾提倡香港可打造類似美國CES的大型消費電子展。面對深圳、東莞等城市的製造優勢，香港應如何在情緒經濟的產業鏈中，發揮「香港研發、灣區製造」的獨特角色？對於您曾提到的展品清關稅務阻礙交流的問題，具體應如何推動政策創新，實現真正的「兩地通辦」？

黃永威：這正是香港在大灣區產業鏈中的獨特定位，我稱之為「香港研發，灣區製造」。香港的優勢在於前端創新，包括IP設計、用戶體驗研究、品牌故事構建，以及通過國際化平台將情緒價值產品推向全球。深圳、東莞的優勢則在於強大的後端先進

製造業、快速原型打樣和供應鏈整合。雙方是互補關係。

香港可以成為情緒科技產品的前端研發中心，例如開發AI驅動的陪伴機器人、沉浸式感官體驗裝置、個性化情緒管理應用等。這些產品的概念原型可在香港開發，驗證可行後，再依託大灣區的製造規模進行量產，從而將情緒產品從概念變成商品，從商品發展為產業。

關於清關稅務問題，關鍵在於促進研發樣品和展品的快速流動。我建議探索建立「綠色通關」機制，借鑑或參考國際經驗，為在香港研發、前往灣區生產的科技原型或展品，提供便利通關安排或簡化程序。例如，目前內地機器來港參展，運來費用低，但展後運回卻可能被徵稅，形成兩難。我們可推動在香港舉辦大型IP或科技展（如CES），並在大灣區配套舉辦機器人、無人機等體驗活動或賽事，通過政策創新確保展品、樣品在區內高效流通，降低協作成本。