菲律濱商報
CHINESE COMMERCIAL NEWS
于以同傳媒有限公司出版
Published every morning by
YUYITUNG COMMUNICATIONS, INC.
創社社長：于以同烈士
社長兼總編輯：于慶文
營業部：227 Dasmariñas St., Binondo, Manila
電　話：79606382·82411756
傳　真：82411588
電郵地址：siongpo@gmail.com
電子網頁：www.shangbao.com.ph
請掃描關注微信公眾號
Android 客戶端下載

商報生意場
Chinese Commercial News
Page9 Monday November 17 2025 二〇二五年十一月十七日（星期一）

第二十七屆高交會 台灣科技展團再拓新局

中新社深圳11月16日電　第二十七屆中國國際高新技術成果交易會（簡稱「高交會」）正在深圳舉辦。本屆高交會上，台灣科技展團再拓新局。

據瞭解，近三年來台灣科技展團的參展陣容穩步增長至今年的12家。此次展團採用「兩大核心展區」佈局，精準覆蓋高潛力科技賽道：3E消費電子展區匯聚4家企業，聚焦智能生活場景創新；半導體與集成電路展區集結8家企業，深耕核心元器件與材料技術突破，全方位展現台灣科技產業的多元實力。

在3E消費電子展區，第三次參加高交會的深圳市興華台手寫科技有限公司，聚焦原筆跡數字書寫與智慧教室工程。此次推出多款符合人體工學的新產品，產品廣泛應用于數字化繪畫、教學、政務等多個領域。

據該公司業務經理黃林勇表示，公司多次參加在大陸不同城市舉辦的中國教育裝備展，他對大陸人工智能領域的發展速度很有感觸，尤其驚嘆智能翻譯的高效，希望通過高交會更加瞭解市場融入市場。

半導體與集成電路展區集結行業骨幹企業，覆蓋電子零件、IC芯片、半導體材料及設備等核心環節。

「我們第一次參加高交會，希望藉此鏈接更多資源。」笙泉科技（深圳）有限公司工程部經理姚子揚說：「昨天人流量非常大，今天雖然時間尚早，但整體客流也還不錯。」

該公司帶來單片機芯片MCU及其應用產品，其32位MG32F系列MCU兼具高抗干擾性與低功耗優勢，同時佈局新能源與節能應用新產品。

姚子揚表示，目前已與部分潛在客戶建立初步聯繫，後續將持續跟進對接，爭取達成實質性合作。同時希望近距離觀察行業內其他廠商的最新發展動向，精準把握市場趨勢，推動自家芯片產品更加融入市場。

譜羅德電子科技（深圳）有限公司也是首次參加高交會，該公司是行業裡為數不多的擁有全產業鏈的電感製造商之一，此次參會主推新型一體成型電感技術。

據該公司經理邱炳憲介紹，該產品相較于以往成本更低、功率更高、性能更好，其應用場景覆蓋各類電源類產品，近兩三年市佔率持續提昇，在替代傳統電感方面成效顯著。他說：「來高交會的客戶群體很優質，而且他們的目標很明確，對我們的產品咨詢得很詳細。」

作為「中國科技第一展」，高交會已累計吸引超500家台灣企業參展，促成300餘項合作意向。

粵港澳以賽促融 體育消費與產業生態雙雙昇級

中新社廣州11月16日電　當「一小時生活圈」內的跨境賽事成為日常，從賽場內的激烈角逐到賽場外的消費熱潮，從場館改造的精緻昇級到產業生態的協同構建，十五運會作為首次由粵港澳聯合承辦的全國運動會，其紅利正推動區域體育產業融合邁入「加速跑」階段。

賽事熱度率先轉化為消費動能，吉祥物IP的爆發式增長成為最直觀的體現。以中華白海豚為原型的「喜洋洋」「樂融融」自亮相以來便躋身「頂流」，其主題盲盒在年輕消費群體中掀起搶購熱潮。

連日來，記者看到，廣州白雲國際機場、天河商圈等區域的多家官方特許商品旗艦店前持續排起長隊，盲盒系列文創產品頻頻售罄，商家不得不張貼售罄通知。

「吉祥物很有活力，我9點就來排隊，終于買到了。」香港遊客王文手持剛購得的盲盒興奮地說。線上端同樣火爆，吉祥物相關內容頻繁登上實時潮玩熱搜榜單，社交平台上的購買攻略引發大量收藏和評論。廣州市人民政府副秘書長、十五運會和殘特奧會廣州賽區執委會副主任朱小燚表示，目前已上市2800餘款特許產品銷售，總額突破6.8億元人民幣。

「體育+文旅」的深度融合更讓賽事流量高效轉化為產業增量。全運會期間，「一程多站」主題遊、票根享景區優惠等舉措全面鋪開，深圳寶安區的「港澳客專屬禮遇」、廣州南沙的「全運文旅大禮包」等特色服務，讓遊客實現「跟著賽事去旅行」。

美團旅行數據顯示，第十五屆全運會期間，前往廣州、深圳、珠海等地的機票預訂量同比增長26%；作為全運會賽事承接項目最多的賽區城市，廣州文旅消費整體增長20%。

暨南大學體育學院教授吳延年建議，未來還可打造跨境體育旅遊精品線路，推出「大灣區體育旅遊護照」，藉助AR/VR等技術拓展數字消費場景。

場館改造與運營創新築牢產業發展根基。廣東推動場館向全民健身開放，依託「15分鐘健身圈」實現資源普惠；香港計劃讓啟德體育園每年接待數百萬人次，承接高端賽事與商業活動；澳門則通過場館差異化運營服務特色文體需求，改造後的場館已開設120個公益體育培訓班，參與人數超8000人次。

暨南大學特區港澳經濟研究所副所長謝寶劍表示，提昇場館賽後利用效能，可以按照城市的定位，廣東場館側重全民健身、香港承接高端賽事及商業活動、澳門服務特色文體需求，進行跨境合作。

賽事積累的寶貴經驗更為長遠發展奠定基礎。三地聯合公佈的新一批「灣區標準」中，《民間龍舟競賽組織管理規範》《大型活動志願服務通用規範》等標準，讓「體育+」融合有了統一遵循。

香港賽馬會內地事務部主管陳岳鵬透露，將于明年在廣州從化馬場舉辦國際水平賽馬賽事及文體旅活動，打造「穗港馬產業經濟圈」。

廣東謀劃「體育+」生態的長遠佈局。廣州提出打造「國際頂尖、自主品牌、職業體育、全民健身」四級賽事消費矩陣，深化廣馬等本土IP內涵；江門聚焦體育製造業，招引山地自行車裝備龍頭企業，推動產學研合作開發高端產品。

三地體育產業的融合不是簡單疊加，而是通過全運會搭建的平台實現了優勢互補。粵港澳體育用品企業可以利用各自優勢協同「出海」，不斷通過賽事曝光，從而擴大自身品牌影響力。

「未來5年至10年，粵港澳體育產業融合將呈現數字化深度融合、綠色化協同發展、青少年一體化培養的趨勢。」吳延年表示，數字化需共建體育數據協同平台，研發AI遠程訓練系統及智能穿戴等新業態；綠色化要聯合制定發展指引，設專項基金，推廣場館節能改造，發展戶外體育旅遊；青少年培養需建立統一註冊、教練互認及校際聯賽體系。

TNC集團從電競走向房地產 隆重成立TNC地產公司

本市訊：在成功奠定其在電子競技及科技業界的先鋒地位後，TNC集團正將其勝利精神帶往另一個全新戰場——房地產。該公司正式進軍房地產領域，推出TNC Properties及其自家物業列表平台，標誌著其創新與多元化旅程中的重大一步。

於2025年11月8日在計順市TNC辦公室舉行的啟動活動，揭開了公司這令人振奮的新篇章。TNC集團及TNC Properties主席Eric Redulfin表示，此舉不僅是由機遇驅動，更源於一個更深層的目的——為一個常常笼罩著競爭及不信任氛圍的行業帶回誠信與透明度。

Redulfin說：「我洞察到房地產業的潛在機遇。固然這是盈利契機，但更讓我關注的是業內普遍缺乏交易誠信的現象。我們希望為民眾提供革新選擇：當您需要買賣物業時，存在一家始終堅守正道原則的企業。」

從領導全球電子競技帝國到開創全新的地產業務，Redulfin帶來了同樣成就TNC成功的核心原則——信任、關懷與創新。

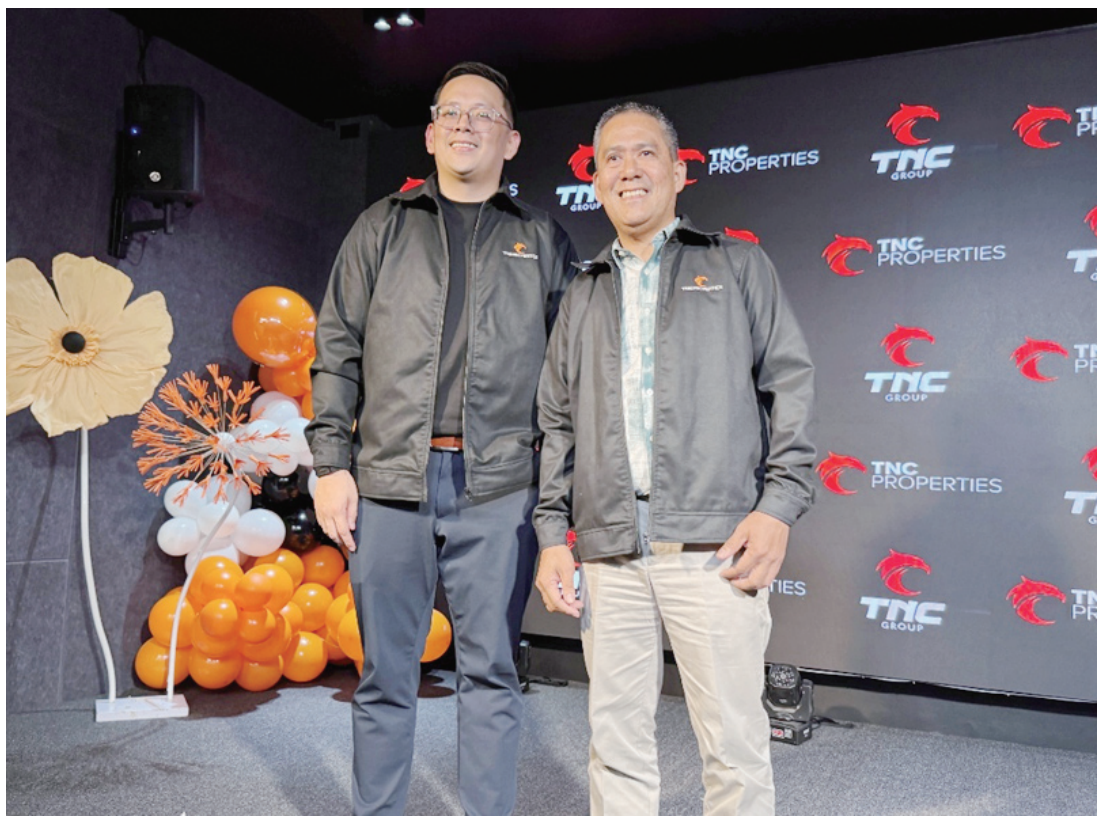
以科技建立信任

TNC Properties不僅有實體公司，更推出平台。集團的新物業列表網站旨在讓買賣和投資房地產變得更簡單、更透明、更易於為菲律濱人所接觸。

透過整合科技驅動的功能與TNC對道德商業實踐的承諾，該平台讓用戶能更輕鬆探索房源、聯繫經核實的經紀人，並作出明智的買賣物業決定——一切皆以「TNC方式」完成。

專業與使命的合作

加入Redulfin展開這項新事業的是TNC Properties副總裁Dindo Sarmiento，他擁有近15年房地產行業經驗。Sarmiento畢業於東方大學（馬尼拉校區），其職涯始於物業專員，並憑著毅力、奉獻與信念一路晉升成為持牌地產經紀。



Sarmiento表示：「我們希望將投資者、企業家及家庭與創造進步、強化社區的機會聯繫起來。」

Redulfin與Sarmiento攜手，正以以客為本的思維重新定義房地產行業，強調誠信、透明與長遠關係。

TNC核心理念：對話・協商・定案

TNC Properties以「對話・協商・定案・TNC之道」的理念為核心，象徵其對道德、透明、具使命感的商業交易之承擔。

在普遍充斥強勢銷售手段與隱藏費用的產業環境中，TNC Properties結合現代科技與人性化服務，矢志成為民眾可信賴的品牌標竿。

塑造未來

隨著TNC集團持續發展，其進軍房地產業務之舉，連同TNC Properties及其數碼物業平台，彰顯其致力於創新以改善人們生活——無論是在數碼空間或現實社群中。

從電子競技舞台到地產市場，從數碼勝利到實體進步——TNC集團進軍房地產領域證明，誠信與創新可在其涉足的每個行業並存。

從茶飲熱銷到潮玩圈粉：中國文創產品走紅海外市場

新華社北京11月16日電　從中式新茶飲的美學浸潤到中國潮玩的創意綻放，如今，越來越多中國品牌正通過創新設計承載文化內核，以多元形　新華社北京11月16日電　從中式新茶飲的美學浸潤到中國潮玩的創意綻放，如今，越來越多中國品牌正通過創新設計承載文化內核，以多元形態不斷走進海外消費者日常生活，讓世界更直接地觸摸到中國文化的獨特魅力。

中式新茶飲：從濃厚茶香中感受中國美學意境

午後時分，馬來西亞吉隆坡市中心的中國新式茶飲品牌霸王茶姬門店前，人潮湧動。店內，幾名正在喝茶暢聊的當地女孩身著色彩鮮豔的馬來服飾，與奶茶杯上的水墨圖樣相映成趣，構成一幅「中式奶茶+馬來服飾」的靚麗畫面。

「我最喜歡‘伯牙絕弦’這款奶茶，味道特別清香，熱量還不高。」22歲的馬來西亞大學生法蒂瑪笑著說，「它不像本地品牌的奶茶那麼甜，有一種濃厚茶香，更有‘文化味’。」

近年來，霸王茶姬、蜜雪冰城、奈雪的茶、喜茶等中國新式茶飲品牌走出國門，並憑藉「文化+產品」的模式在海外市場脫穎而出，以味覺為媒，推動中國文化的柔性傳播與「中國創造」的全球延展。馬來西亞《星報》評論說，中國茶飲品牌正迅速擴大在馬來西亞的市場份額，「中國品牌正從被動追隨轉為主動出海，展現出強勁的文化吸引力。」　記者觀察到，霸王茶姬在馬來西亞開設的門店多以木色家具、水墨壁飾與竹影設計為主，打造「中國美學意境」；以獨特旋律主題曲「出圈」的蜜雪冰城則以清新可愛的卡通形象和歡樂主題吸引年輕消費者。馬來西亞學者李佩敏指出，中國品牌奶茶在馬來西亞走紅，並非單純依靠口味，而是通過品牌形象、美學意象以及文化創新等途徑，讓消費者感受到源自中國的生活方式與獨特的創新韻味。

對於中國奶茶品牌主打的「文化+創新」發展路徑，馬來西亞瑪拉工藝大學發佈研究報告指出：將漢字、傳統圖紋和東方意象等中國特色視覺元素納入品牌形象，有助於增強品牌辨識度與消費者忠誠度，形成情感共鳴，「這是中國企業在海外市場展示文化自信與品牌創造力的生動體現」。

中國影視劇：「觸動不同文化背景觀眾的心靈深處」

從早期的《西遊記》，到《甄嬛傳》《瑯琊榜》，再到如今在當地未播先熱的《夢華錄》《長相思》，幾乎每一部在中國熱播的古裝劇，都會在越南迅速積累大量觀眾。

傍晚時分的越南河內古街，街角咖啡館裡飄出數年前中國熱播劇《三生三世十里桃花》的悠揚旋律，三五成群的年輕人正熱烈討論著當下熱播劇《天地劍心》的劇情。在河內一家設計公司工作的阮秋玄，每天下班後的第一件事就是打開視頻網站，追看中國熱播劇。

阮秋玄不僅能準確說出多部中國劇中人物的中文名字，還專門報名學習中文。「劇中人物的服飾、禮儀都美得讓人心醉。」她說，「更吸引我的是中國影視劇那些傳承千年的價值觀念——忠孝節義、家國情懷。」

在阮秋玄看來，《瑯琊榜》中梅長蘇的堅韌與智慧，《長安十二時辰》里張小敬的擔當與勇氣，這些人物形象所承載的精神內涵，能夠「觸動不同文化背景觀眾的心靈深處」。

像阮秋玄這樣的越南年輕人不在少數。河內師範大學的學生陳氏梅甚至組建了「中國古裝劇迷」社團，不時舉辦觀影活動。「《甄嬛傳》里精緻的宮廷禮儀，《知否知否應是綠肥紅瘦》中展現的宋代美學，《慶餘年》里巧妙的詩詞運用，都讓我們著迷。」陳氏梅說，「通過這些劇集，我們不僅欣賞到精美畫面，更深刻理解了中國人對歷史的尊重、對傳統文化的傳承。」

越中友好協會副主席阮榮光表示，越中兩國之間歷史淵源深厚，有著一條由文化編織而成的紐帶。「持續深化的文化藝術交流，不斷為越中關係注入活力，鞏固兩國人民的理解與友誼。」

中國潮玩：
「具有俘獲世界各國人心的魅力」

在英國倫敦卡姆登區，一名小女孩剛走出中國潮玩門店，就迫不及待地拆開手中的「拉布布」盲盒，臉上綻放出笑容。身旁的父親輕聲問道：「是不是很開心?」小女孩用力地點了點頭。

如今，在倫敦的地鐵、街頭，記者時常能看到揹包上掛著「拉布布」、哪吒等中國潮流玩具的行人，每有中國潮玩新店開業也總能吸引大量粉絲排隊等候。

據悉，中國潮玩品牌泡泡瑪特目前已在倫敦、劍橋、伯明翰等英國主要城市開設10家門店，並計劃2025年底前再新增4家門店，2026年再追加8家門店；另據英國《泰晤士報》近日報道，中國品牌名創優品的盲盒在英每3分鐘便售出一個，推動該品牌過去一年在英銷售額增長63%。

潮流玩具正日益融入更多中國文化元素。在泰國，中國玩具品牌52TOYS以國寶熊貓為原型創作的文化IP「胖嗤幼」和基於中國傳統神話瑞獸形象的變形機甲系列在當地熱銷。據介紹，泰國限定款「薩瓦迪卡胖嗤幼」一經推出便售罄，而青龍、白虎和玄武等瑞獸系列憑藉精巧設計和東方美學，深受消費者喜愛。

52TOYS副總裁金勛表示，融合中國故事與東方美學的文化創意產品在海外具有廣闊的市場潛力。「從傳統元素再造，到原創IP玩具，我們希望讓世界看到更多不一樣的中國設計。」

中國潮玩也進入了英國品牌金融公司董事長戴維·黑格的觀察視野。他說：「與此前電子產品、汽車等工程類中國品牌不同，這些可愛的玩偶精準擊中了目標受眾的情感需求，掀起了一股時尚風潮，這種傳播效果對中國品牌而言堪稱前所未有。」

「泡泡瑪特等中國潮玩品牌的成功，不僅彰顯了中國文化自信的力量，也體現了中國打造能為大家帶來歡樂、想象力與情感聯結的全球符號的能力日益增強。」泡泡瑪特歐洲區高級公關經理傑米·格里芬說，「我們的發展歷程證明，源自中國的創意，具有俘獲世界各國人心的魅力。」態不斷走進海外消費者日常生活，讓世界更直接地觸摸到中國文化的獨特魅力。

中式新茶飲：
從濃厚茶香中感受中國美學意境

午後時分，馬來西亞吉隆坡市中心的中國新式茶飲品牌霸王茶姬門店前，人潮湧動。店內，幾名正在喝茶暢聊的當地女孩身著色彩鮮豔的馬來服飾，與奶茶杯上的水墨圖樣相映成趣，構成一幅「中式奶茶+馬來服飾」的靚麗畫面。

「我最喜歡‘伯牙絕弦’這款奶茶，味道特別清香，熱量還不高。」22歲的馬來西亞大學生法蒂瑪笑著說，「它不像本地品牌的奶茶那麼甜，有一種濃厚茶香，更有‘文化味’。」