

通脹預期穩定 央行年底政策會議引關注

本報訊：菲律賓中央銀行（BSP）行長埃利·雷莫洛納對我國通脹前景表示樂觀，稱今年持續低通脹下，消費者價格預期「大致穩定」。

雷莫洛納在週一新聞發佈會上指出，今年1月至10月，通脹率平均為1.7%，低於政府設定的2%至4%目標區間。

他表示通脹預期「大致錨定」，聲明中稱錨定良好，且期望與目標差距不大，尤其看兩年後情況」。

雷莫洛納對年初至今的通脹表現滿意，強調央行目標就是保持消費者價格上漲低且可控。他還稱，雖通脹表現讓人安心，但仍在努力更精準測量錨定。

不過，他拒評通脹預期低迷是否會導致下月再次下調政策利率，重申貨幣委員會將依據數據決策。

央行主管丹尼斯·拉皮德稱，近期對專業經濟學家的調查顯示，今年通脹或略低於目標，明年將逐步回升至約3%。他還表示，可通過消費者預期調查等，從預期分佈和未來

通脹數字角度看待預期，用錘形曲線繪製回答可見，曲線正慢慢向2%靠近、遠離4%。

央行今年的最後一次政策會議定於12月11日召開。

在10月，因擔憂重大防洪工程等基礎設施持續腐敗問題對經濟的影響，央行曾表示有進一步寬鬆空間。

菲股在四連漲後首次下滑 披索匯率橫盤整理

本報訊：投資者在經歷為期四天漲勢後，週二獲利回吐主導，致使綜合指數（PSEi）收盤走低，不過菲律賓披索兌美元匯率基本持平。

基準綜合指數截至收盤時下跌0.75%，收於5976.17點；而涵蓋範圍更廣的全股指數則上漲1.12%，報3574.82點。

各行業指數表現分化，多數行業指數下跌。其中，房地產業跌幅最大，下跌2.54%；工業指數下跌1.71%；服務業指數下滑0.42%；控股公司指數下降0.17%。不過，採礦和石油業指數、金融業指數分別上漲5.70%和0.47%。

當日成交量達11.7億股，成交額為95億元。共計89只個股上漲，93只下跌，另有66只股票保持不變。

菲律賓股票金融公司報告：「因投資者從經歷為期四天的上漲後選擇出售獲利，因此今日市場橫盤走勢，以收跌告終。」

匯率方面，披索從前一天的58.87元，輕微下跌0.04元，收於58.91元。

當天披索開盤於58.93元，弱於前一個交易日的58.83元。全天披索在58.93元至58.84元之間交易，平均交易價格為58.89元。

成交額達到11.7億美元，與前一日相比變化不大。

競爭委員會批准 退伍兵銀行收購 聯合椰農儲蓄銀行

本報訊：菲律賓退伍兵銀行收購聯合椰農儲蓄銀行（UCPB Savings）多數股權一案，已獲菲律賓競爭委員會（PCC）批准，菲律賓競爭委員會認為此次收購不會破壞競爭。

菲律賓競爭委員會週二在新聞稿中稱，退伍兵銀行以27億元，收購了該聯合椰農儲蓄銀行約97.55%的已發行股份。

此次交易基於一份2025年7月8日的股份購買協議，協議雙方為退伍兵銀行與菲律賓土地銀行（聯合椰農儲蓄銀行的最終母公司），該協議是在聯合椰農儲蓄銀行根據2024年8月6日費迪南德·馬科斯總統發佈的第28號備忘錄命令私有化後達成的。

菲律賓競爭委員會介紹，退伍兵銀行是私營商業銀行，提供多項金融服務，還擁有描東岸省阿貢西略新農村銀行；聯合椰農儲蓄銀行則是一家提供存款、貸款、國內資金轉賬和國庫管理服務的國內儲蓄銀行。

基於此，菲律賓競爭委員會表示，在退伍兵銀行與聯合椰農儲蓄銀行之間未發現橫向或垂直關係。報告解釋，二者服務於不同客戶群體、銀行分類不同，退伍兵銀行是綜合性和商業銀行，聯合椰農儲蓄銀行則是儲蓄銀行。

菲律賓競爭委員會還表示，即便在涵蓋核心銀行服務的廣泛市場定義下，鑒於各方市場份額小且各細分領域競爭者眾多，此次交易也不太可能顯著減少競爭。

世界義賣節歡慶25週年 傳承菲式聖誕精神

本市訊：每逢聖誕時節，空氣中總瀰漫著熟悉的溫馨氛圍——星燈閃爍、聖詩悠揚、團聚歡欣。二十五年來，唯一一場盛事能凝聚此般精髓，並將其昇華為菲律賓深受愛戴的傳統：世界義賣節。

2025年，世界義賣節歡慶銀禧紀念，銘刻將購物化為分享、聚會化為永恆回憶的四分之一世紀歷程。

自2001年以簡樸節日市集啟航，如今已發展成國內規模最宏大、歷時最悠久且持續運作的聖誕慈善盛事。每年於大岷區世界貿易中心，將家庭、友伴與社區凝聚於同一屋簷下。經年累月，它已超越純粹的地，成為菲律賓民眾慶賀佳節的重要部分。

2025年12月12日至21日，世界義賣節將再次為數以百計本地企業家、國際品牌與創意工匠敞開大門。訪客可探索琳瑯滿目的手製心意禮品、節慶裝飾與佳餚美饌，每個角落皆洋溢著賦予菲律賓聖誕獨特意義的視聽盛宴與風土滋味。

然而，在璀璨購物體驗之外，這場盛典始終蘊含更深層意義：饋贈之悅。由Worldbex Services International為ABS-CBN基金會籌辦的活動，持續堅守「購物即行善」使命，每次到訪與消費皆助力支持全國慈善計劃。

本屆銀禧慶典將呈獻充滿懷舊情懷的展覽、現場表演與互動裝置，致敬二十五年來塑造世界博覽輝煌的人物與故事。訪客既可重溫初訪市集的魔法時刻，亦能與摯愛共創新回憶，同時參與持續創造影響的公益事業。

二十五年來，世界義賣節從不僅是購物活動，更是菲律賓慷慨精神、創意火花與情



命，每次到訪與消費皆助力支持全國慈善計劃。

本屆銀禧慶典將呈獻充滿懷舊情懷的展覽、現場表演與互動裝置，致敬二十五年來塑造世界博覽輝煌的人物與故事。訪客既可重溫初訪市集的魔法時刻，亦能與摯愛共創新回憶，同時參與持續創造影響的公益事業。

二十五年來，世界義賣節從不僅是購物活動，更是菲律賓慷慨精神、創意火花與情

感連結的慶典。這裡是廳堂洋溢歡聲笑語、禮物承載深遠意義、聖誕精神最鮮活躍動的所在。

第25屆世界義賣節將於2025年12月12日至21日舉行，每日上午10時至晚上10時假座大岷區世界貿易中心開放。

購票及詳情請瀏覽 www.worldbazaarfestival.com，或追蹤臉書Facebook及Instagram帳號 @WorldBazaarFestival 獲取最新動態。

Solaire度假娛樂城Finestra餐廳 隆重呈獻加州美酒晚宴

本市訊：晨麗度假娛樂城（Solaire Resort Entertainment City）的Finestra餐廳呈獻薈萃加州葡萄酒產區——納帕谷（Napa Valley）、門多西諾（Mendocino）和洛斯卡內羅斯（Los Carneros）——的意式佳釀之夜。於11月27日下午6時舉行的豐盛配餐晚宴中，透過每道品酩探索各產區獨特風土與文化底蘊。由行政總廚Andrea Spagoni匠心設計的六道菜單，佐以珍稀葡萄酒，誓將締造美食、瓊漿與良伴交織的難忘夜晚。

六道菜的美食之旅始於洛克菲勒生蠔（Rockefeller Oysters），配搭來自納帕——門多西諾（Napa-Mendocino）的2020年份「Norgard Vineyard」白詩南（Chenin Blanc）。接著是配上辣椒蛋黃醬的波士頓龍蝦餅（Boston Lobster Cake），以來自納帕谷（Napa Valley）貝靈哲酒莊（Beringer）的2022年份「Private Reserve」霞多麗（Chardonnay）作襯托。

第三道菜是烤鴨胸配南瓜及薑蜜釉，與來自納帕——洛斯卡內羅斯（Napa-Los Carneros）黑駒酒莊（Black Stallion Estate）的2021年份「Heritage」黑皮諾（Pinot Noir）和諧搭配；隨後是配以雞肝鮑、杏脯和黑椰菜的巴塔哥尼亞犬牙魚（Patagonian Toothfish），佐以來自納帕——門多西諾的2021年份「Ophelia」品麗珠（Cabernet Franc）。



（左起）來自納帕——門多西諾縣（Napa-Mendocino County）T. Berkley 酒莊的 2021 年份「Ophelia」品麗珠（Cabernet Franc）；來自納帕——洛斯卡內羅斯（Napa-Los Carneros）黑駒酒莊（Black Stallion Estate）的 2021 年份「Heritage」黑皮諾（Pinot Noir）；以及來自納帕谷（Napa Valley）紅杉林酒莊（Sequoia Grove）的 2016 年份 Cambium。：晨麗度假娛樂城的Finestra餐廳。

主菜是美國頂級牛柳配焗愛達荷馬鈴薯，與納帕谷紅杉林酒莊（Sequoia Grove）的 2016 年份 Cambium 完美搭配，最後以奢華的黑朱古力批配櫻桃、焦糖蜜桃和納帕雪糕作結，並配上來自納帕谷黑駒酒莊的 2019 年份 Bucephalus 紅酒。

這場精心策劃的晚宴旨在頌揚加州餐飲的玩味精神和奢華優雅，為賓客提供一個難

忘的美食與佳釀之夜。

此專屬活動專為美酒、珍饈與奢華體驗的鑑賞家而設，彰顯晨麗度假娛樂城為具品味的賓客創造難忘夜晚的承諾。

預訂請致電 (02) 8888-8888 或電郵 restaurantevents@solaireresort.com。查詢詳情或線上預約請瀏覽 <https://sec.solaireresort.com/offers/dining/finestra-california-wine>。

披 索 匯 價		
（二〇二五年十一月廿五日）		
外匯市場	開盤	58.930
	收盤	58.910
	成交額	\$1169.5M
自由市場	美元	58.99
	港元	7.850
	人民幣	8.510
美元兌台幣匯率		31.446元
紐約黃金期價		4134.1美元

意大利品牌攜手菲律賓公司 能量飲料即將登陸市場

本報訊：意大利生活方式品牌托尼諾·蘭博基尼與生活方式公司Velza Global達成合作，將在菲律賓獨家推出其能量飲料。兩家公司於週二宣佈這一戰略合作，標誌著該飲料首次專門進軍菲律賓市場。

托尼諾·蘭博基尼在新聞稿中表示：「我們很高興迎來菲律賓的新合作夥伴，將攜手把品牌活力、決心與堅定精神，帶入這個充滿活力且增長迅速的市場。這標誌著由雄心

與卓越驅動的共同旅程開啟。」

這款托尼諾·蘭博基尼能量飲料在意大利設計，面向「拒絕妥協」的消費者，彰顯品牌標誌性的風格、活力、大膽特質及獨特意大利態度。Velza Global首席執行官阿吉特·納拉帕雷迪稱，此次合作融合了「意大利的表現與菲律賓的雄心」。

他指出，該能量飲料的定位契合菲律賓消費者對高端生活方式產品日益增長的需

求。他還表示：「很自豪能把蘭博基尼品牌的活力與熱情帶到菲律賓。我們不只是推出一款奢侈飲料，更是為菲律賓市場提供高辛烷值生活悉的燃料。」

據悉，該產品將推出原味和零糖兩種版本。菲律賓消費者預計從2026年2月起就能買到這款能量飲料，其分銷重點在Velza Global的高端網絡，涵蓋豪華酒店、專屬會員俱樂部。