

主辦機構：



冠名贊助：



# 中銀人壽 第11屆黃金時代 展覽暨高峰會2026

## BOC Life 11th Golden Age Expo and Summit

### 展後報告 Post Event Report

2026年7月30日 – 8月1日 (週四至六) 香港會議展覽中心Hall 3FG

高峰會主論壇  
Summit Stage

**黃金時代 + 智匯・智合・智創**  
**Golden Age +**  
**Connect. Collaborate. Co-innovate**



# 贊助及支持機構 Sponsors & Supporting Partners

冠名贊助：



合作伙伴  
Partner:



主要贊助  
Major Sponsors:



策略內容伙伴  
Strategic Content Partner:



媒體合作夥伴  
Media Partners:



電訊伙伴  
Telecom Partner:



禮品贊助  
Gift Sponsors:



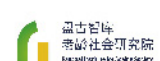
學術伙伴  
Academic Partners:



教育伙伴  
Education Partners:



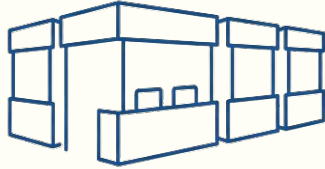
支持伙伴  
Supporting Partners:



# 展會亮點 Expo Highlights



入場人次  
Total Number  
of Visitors  
**55,000 +**



展位數目  
Number of  
Booths  
**200 +**



義工人數  
Number of  
Volunteers  
**400 +**



高峰會及工作坊  
Summit and  
Workshop  
**~ 50**



國際及本地講者  
International &  
Local Speakers  
**130 +**



國家／地區參與  
Countries / Regions  
Participating  
**18**



公關媒體價值  
PR Value  
**HK\$15M +**



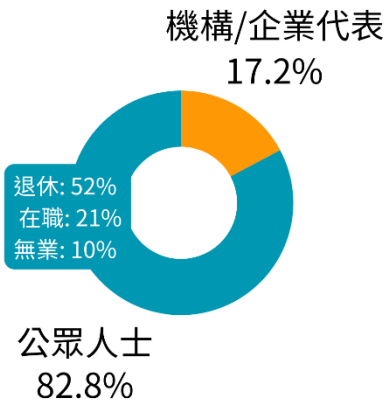
數碼及社交媒體曝光  
Digital and Social  
Media Impressions  
**2.5M +**



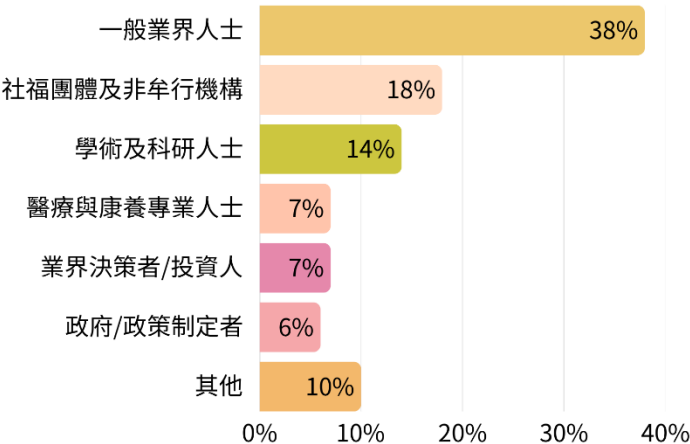
線下曝光  
Offline Exposure  
**50M +**

# 參觀人士統計 Visitors' Statistics

參觀人士類型  
Type of Visitors



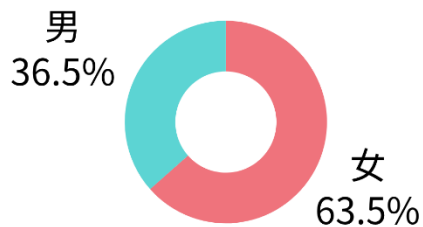
行業類別 Industry



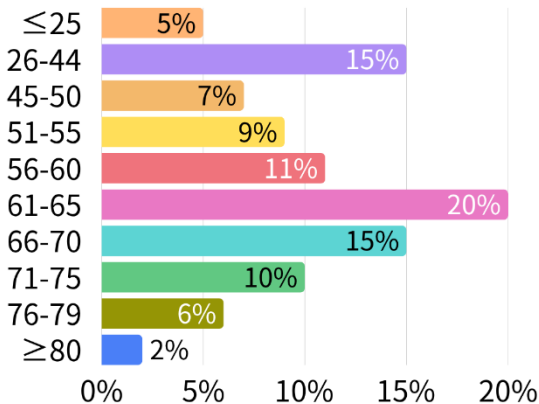
國家及地區（香港以外）  
Country/ District (Non-HK)



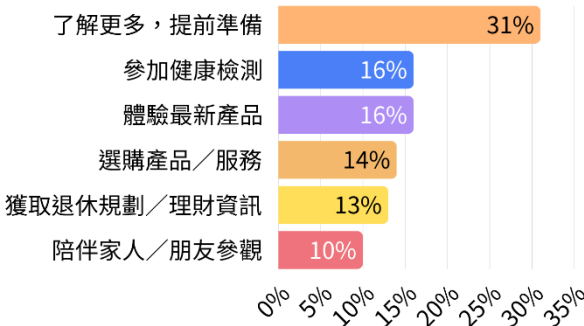
性別 Gender



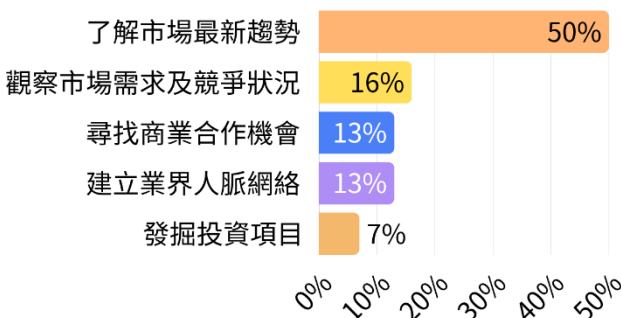
年齡 Age



參觀目的（公眾）  
Purpose of visit (public)

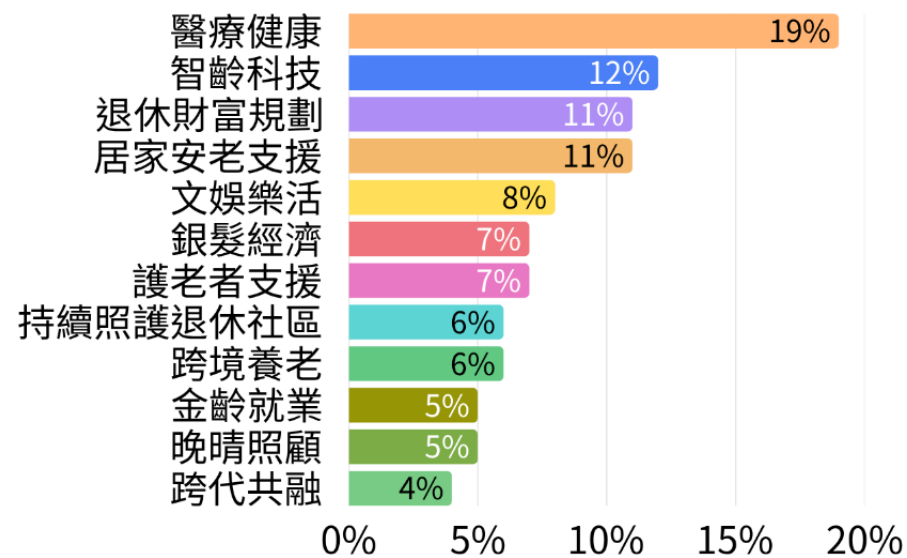


參觀目的（業界）  
Purpose of the visit (industry)



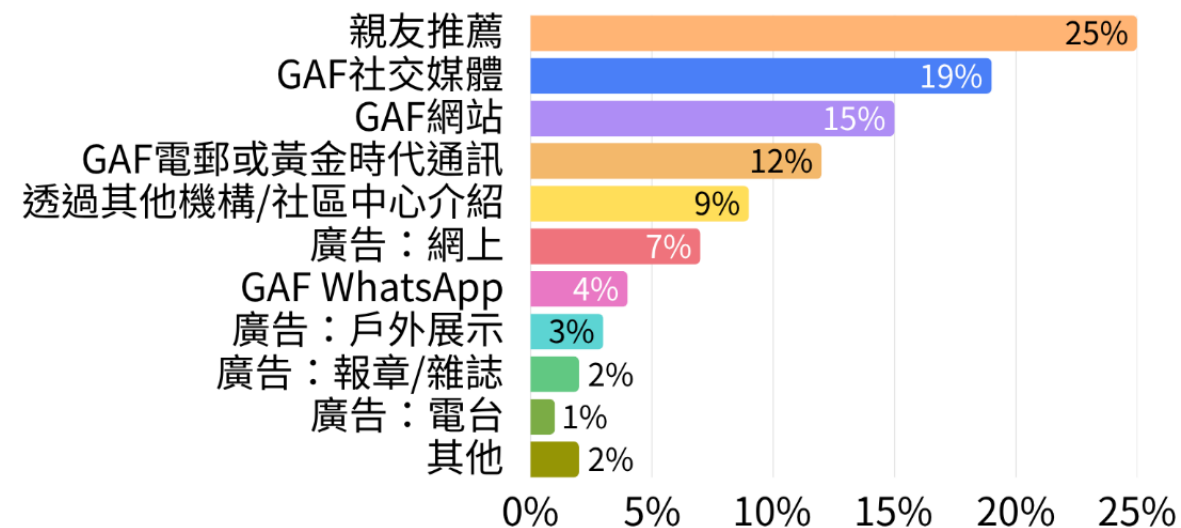
# 參觀人士統計 Visitors' Statistics

感興趣範疇 Interested Topics



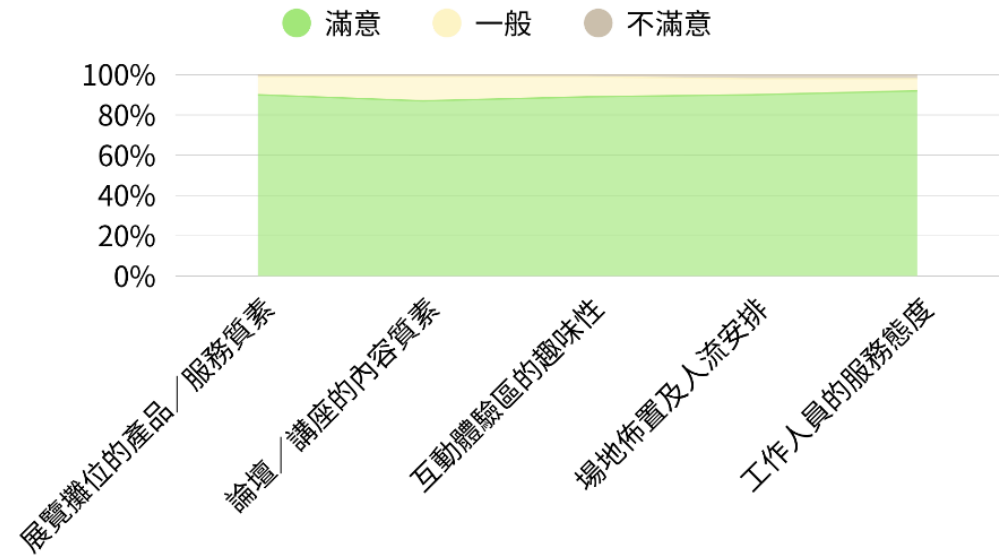
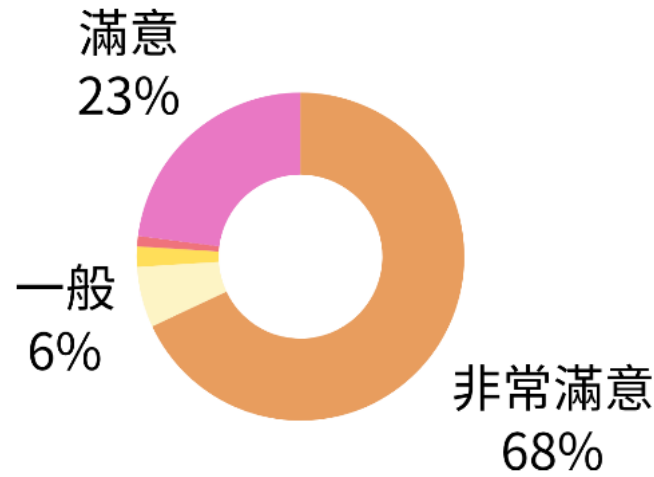
得悉活動渠道 Marketing Channels

\* 黃金時代基金會 Golden Age Foundation (GAF)

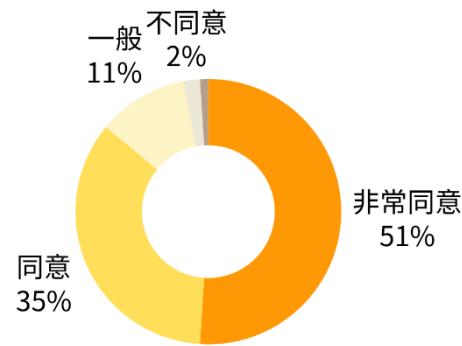


# 參觀人士意見 Feedback from Visitors

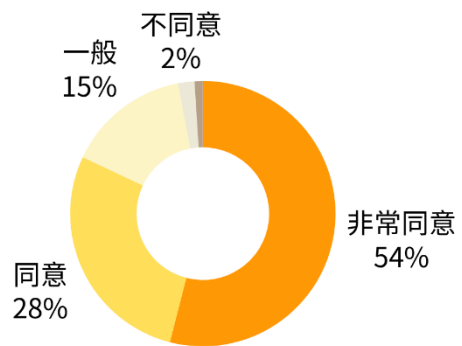
整體滿意度  
Overall Satisfaction



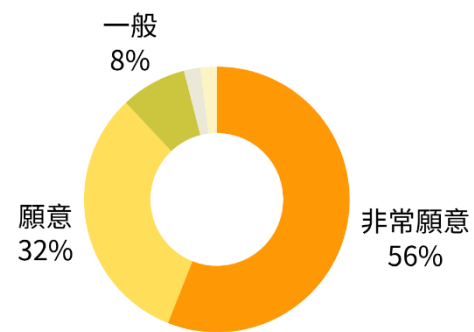
展會內容切合「黃金一代」  
(45歲或以上人士) 的需要  
The content is tailored to the needs of the "golden agers"



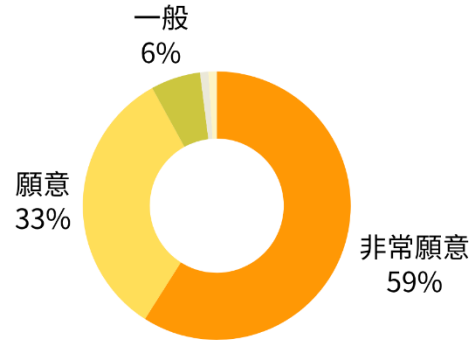
展會內容有效達到參觀目的  
Effectively achieved the purpose of the visitor



願意再次參與  
Willing to participate again

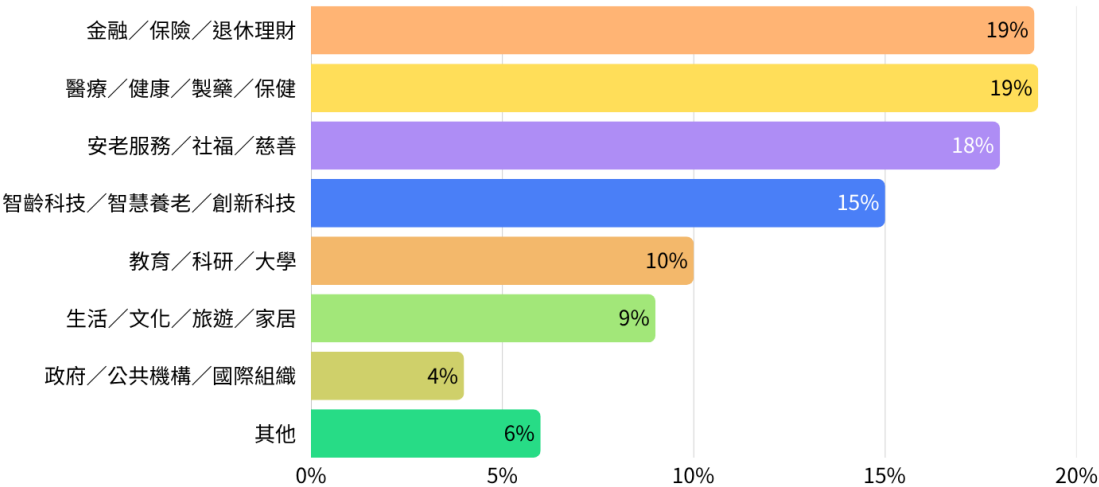


願意推薦活動給親友  
Willing to recommend the expo to friends and family

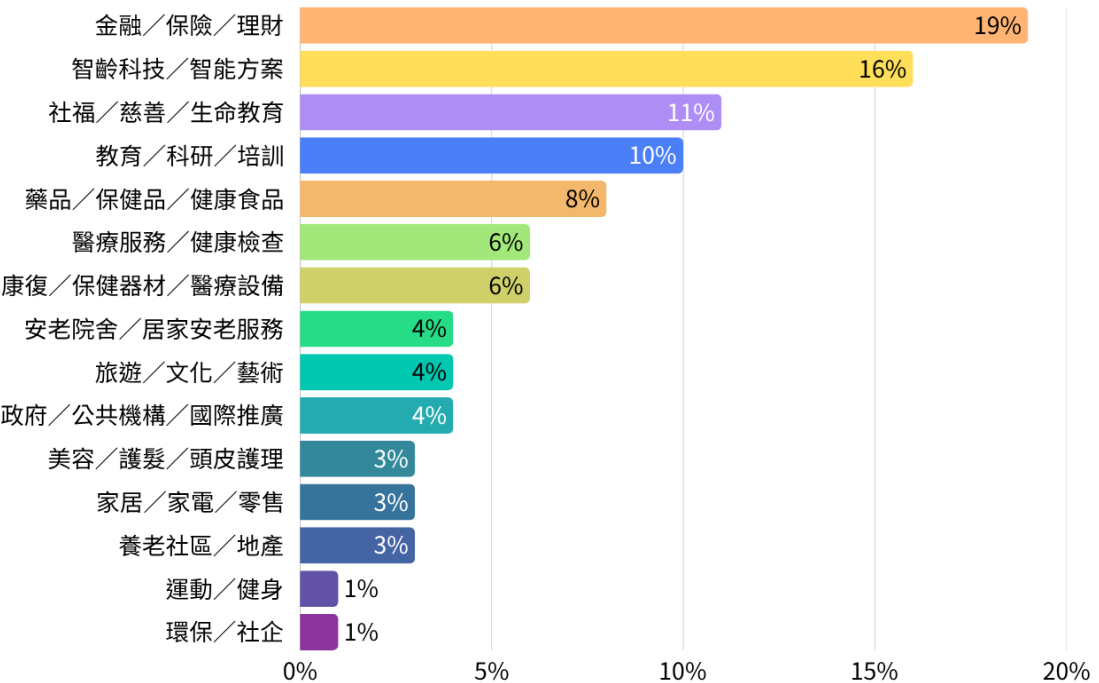


# 參展會員統計 Expo Members' Statistics

行業類別 Industry



展品／服務類型 Types of Exhibits/Services



# 參展會員意見 Feedback from Expo Members

## 整體評價 Overall Evaluation



86% 整體滿意度  
Overall Satisfaction



71% 願意再度參展  
Willing to exhibit again



71% 願意向業界推薦  
Willing to recommend the event



81% 認為人流充足  
The flow of people is sufficient



86% 認為觀眾質素良好  
The audience was well-behaved

## 品牌及市場推廣 Brand and Marketing

78%  
有助推廣業務

82%  
有助建立品牌形象

80%  
足夠展示機會

展會期間，參展會員共取得  
**2,400個** 新的業務及合作伙伴聯繫

## 客戶關係及市場洞察 Customer Relationships and Market Insights

78%  
了解客戶需求

82%  
有助與客戶建立關係

80%  
了解最新市場資訊

展會期間，參展會員平均收集了  
**117個** 具潛在合作或購買意向的用戶／客戶聯絡資料

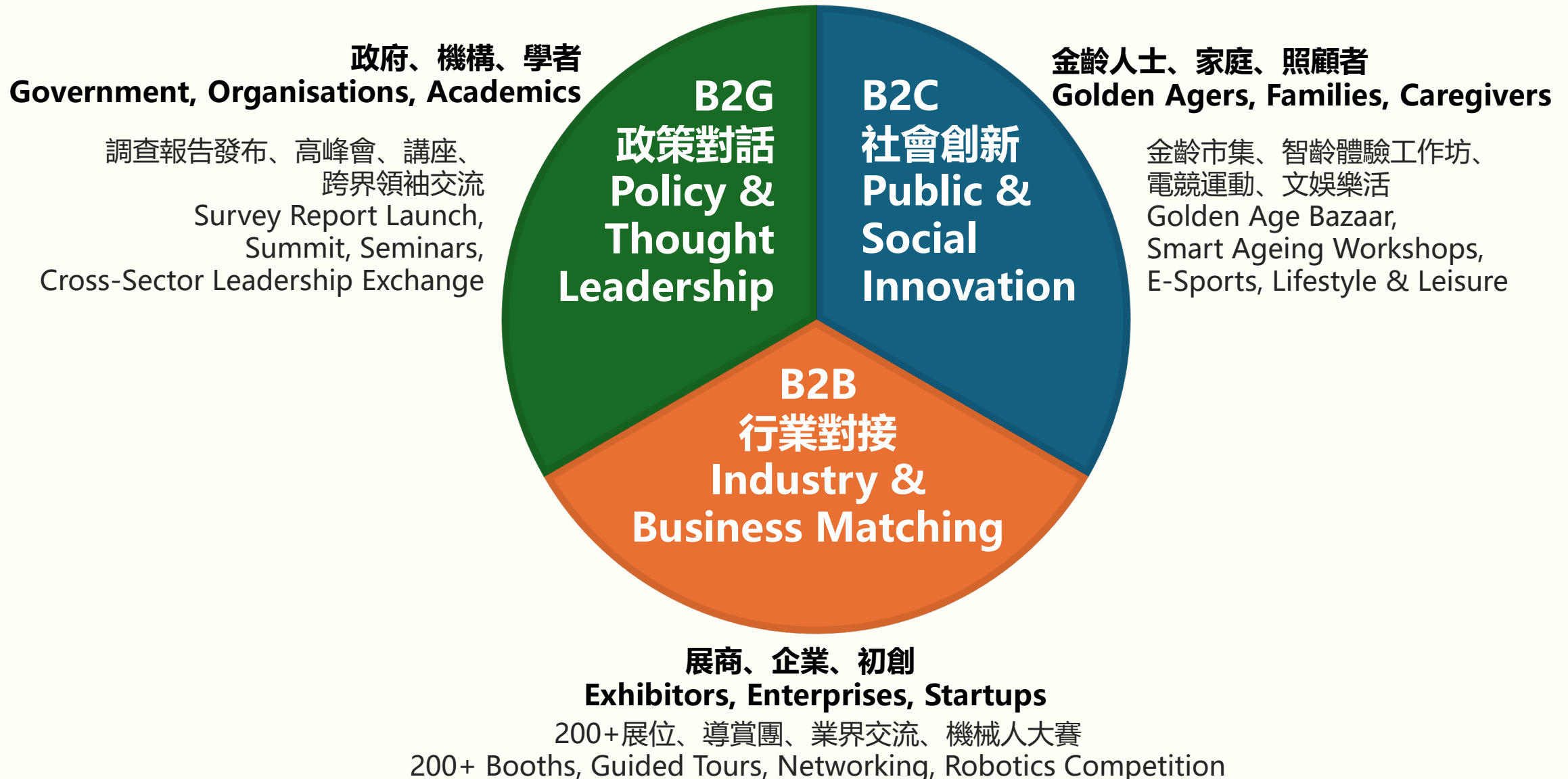
## 業務發展及合作機會 Customer Relationships and Market Insights

78%  
獲得良好的聯繫和合作機會

82%  
有助未來業務發展

# 超越展覽：多元互動創造社會價值

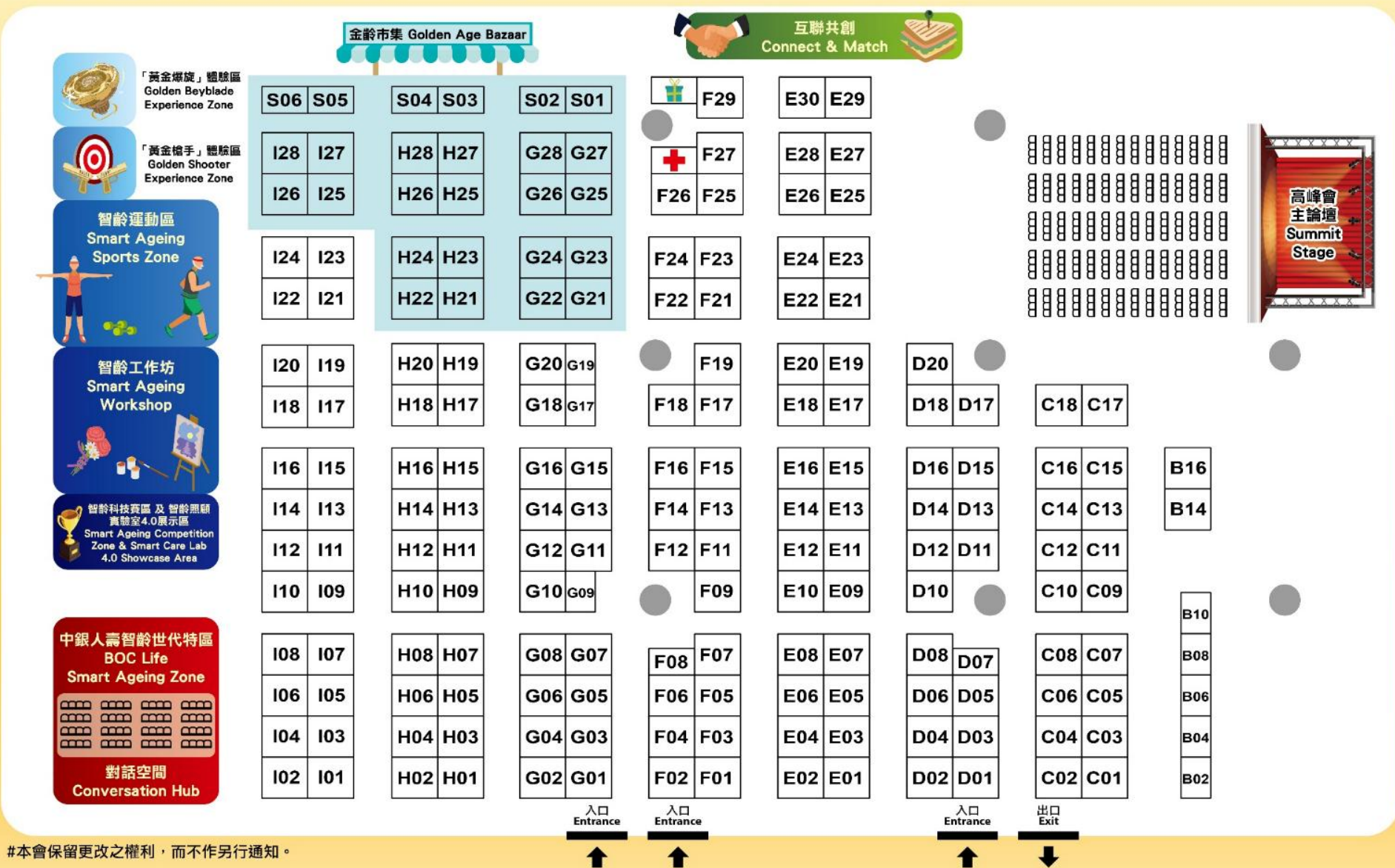
## Beyond the Expo: Creating Value Through Engagement



中銀人壽  
第11屆黃金時代展覽暨高峰會2026  
BOC Life 11<sup>th</sup> Golden Age Expo & Summit 2026

會場平面圖  
Floor Plan

2026年7月30日 – 8月1日 (週四至六)  
香港會議展覽中心Hall 3FG  
Hall 3FG, Hong Kong Convention and Exhibition Centre



# 高峰會主論壇 Summit Stage

舉行 9 場專題論壇，邀得來自香港、中國內地及海外的政府代表、企業領袖、醫療專家及學者擔任演講嘉賓，深入探討跨境銀髮經濟、人工智能應用、終身財務規劃、中西醫結合醫療、全球綜合照護及關愛社區等核心議題，為高齡化社會尋求創新良策。

Nine seminars with leaders from Hong Kong, Mainland China and overseas covered the silver economy, AI applications, lifelong finance, integrated medicine, and comprehensive care for an ageing society.



# 展會 Exhibition

設有超過 200 個展位，全面覆蓋退休財富安排、醫療健康、智齡科技、文娛樂活、長者住屋友善社區及安老服務六大範疇。

為不同照顧需求提供所需資源及服務，展現智齡產業的市場潛力。

Over 200 booths covered six categories: retirement wealth planning, healthcare, smart ageing technology, lifestyle, housing, and elderly care.

The exhibition showcased the market potential of the smart ageing industry.



# 金齡市集 Golden Age Bazaar

新增「金齡市集」，匯聚各類生活好物，涵蓋養生保健品、醫療用品、智能家電、煮食爐具、藝術文化及運動健康等產品及方案，一站式滿足金齡生活需求。

The new "Golden Age Bazaar" featured lifestyle products including health supplements, medical supplies, smart appliances, cooking equipment, arts, and sports, offering one-stop shopping for daily needs.



# 中銀人壽智齡世代特區 BOC Life Smart Ageing Zone

舉行超過 20 場專題講座及活動，涵蓋理財、醫療健康、生活時尚等範疇，貼合金齡人士切身需要。

The zone hosted over 20 sessions covering finance, healthcare, and lifestyle, tailored to the needs of Golden Agers.



# 香港國際康養機械人大賽 Hong Kong International Health & Elderly Care Robotics Competition

大賽分設企業 / 專業組及學生組，展示提升長者生活質素的創新科技產品及智齡科技方案，並向行業專家評審進行現場簡報。

The competition had Corporate / Professional and Student categories, showcasing smart ageing solutions with presentations to expert judges.



# 黃金評審 Golden Judges

特設逾 200 位「黃金評審」，涵蓋用家、照顧者及業界代表，從真實使用者角度評選作品，確保方案切合實際需要，同時促進跨界對話，推動智齡科技更貼近用家。

Over 200 "Golden Judges", including users, caregivers, and industry representatives, evaluated entries from a real-user perspective to ensure practical solutions and drive cross-sector dialogue.



# 智齡照顧實驗室 4.0 展示區

## Smart Care Lab 4.0 Showcase Area

透過教育及科技培訓學生與金齡人士，連結跨界別夥伴，建立社區支援生態圈，並展出聯校交流比賽的共創原型，展現跨代共融成果。

The Lab trains students and Golden Agers, unites cross-sector partners to build a community ecosystem, and showcases co-created prototypes for intergenerational inclusion.



# 智齡工作坊 Smart Ageing Workshop

與機構合作，將趣味運動、藝術表演及社交互動轉化為促進身心健康的非藥物介入方案，鼓勵金齡人士尋找兼具健康及成長的生活模式。

In partnership with organisations, we turned fun sports, arts, and social interactions into wellness interventions that encourage both physical health and personal growth.



銀髮芭蕾舞 Silver Ballet



健身 Fitness

# 智齡工作坊 Smart Ageing Workshop



混合體能運動  
Mixed Training



敲擊樂及色士風演奏  
Percussion & Saxophone Performances



寵物魔術表演  
Pet Magic

# 數碼運動區 及 第二屆金齡三項鐵人電競賽 Smart Ageing Sports Zone & 2nd Golden Age E-Triathlon Competition

結合創新科技與運動，透過電競賽事及多元互動體驗，提升金齡人士身心健康，展現活力。

Combining innovative tech with sports, the event boosts Golden Agers' wellness and vitality through e-sports and interactive experiences.



# 體驗區 Experience Zones



「黃金槍手」體驗區  
Golden Shooter Experience Zone



「黃金爆旋」體驗區  
Golden Beyblade Experience Zone

# 導賞團 Guided Tours

逾 30 場專屬導賞團，涵蓋 VIP 企業高管、NGO 及「黃金評審」，引導各界深入對接智齡創新方案與展會亮點。

Organised over 30 tailored guided tours for VIP corporate leaders, NGOs, and Golden Judges, connecting key stakeholders with smart ageing innovations and expo highlights.



# 智匯交流夜 Connect & Match Evening

為企業高管、專業人士及機構代表提供專屬交流平台，促進業界深度對話與合作對接，開拓銀髮經濟新機遇。

Offered an exclusive platform for industry leaders to foster dialogue, partnerships, and opportunities in the silver economy.



# 考察交流團 Study Tours

展會期間亦安排考察團，參觀香港的養老設施，助國內及海外機構深入了解本地養老服務的實況，並加強與各類型機構的對接。

Delegations also be arranged to visit elderly care facilities in Hong Kong to help Mainland Chinese and overseas institutions gain a deeper understanding of the local elderly care services and strengthen connections with various types of institutions.



# 整合營銷策略 Integrated Marketing Campaign

## • 展會前發布會 Pre-Expo Media Briefing

公布《退休生活規劃調查報告 2026》及展會詳情，引發媒體關注，為展會宣傳造勢。

Released the “Retirement Life Planning Survey 2026” and event details. The report generated media attention and promoted the expo.



# 整合營銷策略 Integrated Marketing Campaign

- 戶外 Out-of-Home



12.07.2026 – 01.08.2026

**巴士車身 Bus Body (20架 buses)**

平均每日觸及約110萬人次  
Approx. 1.1M daily impressions



17.07.2026 - 30.07.2026

**巴士站 Bus Shelter (30塊 panels)**

平均每日觸及約107萬人次  
Approx. 1.07M daily impressions

# 整合營銷策略 Integrated Marketing Campaign

## • 戶外 Out-of-Home



06.2026 - 07.2026

### 門票及海報 Tickets & Posters

派出共 60,000 張門票 及 共 4,000 張海報張貼於公共屋邨、社區中心及安老院舍

Delivered 60,000 tickets and 4,000 copies at public housing estates, community centres and elderly facilities



02.07.2026 - 01.08.2026

### LED 廣告 - 會展廣場

LED billboard - Shopping Arcade, Convention Plaza

平均每日觸及人流約 14 萬人次

Approx. 140,000 daily impressions

# 整合營銷策略 Integrated Marketing Campaign

## • 電台 Radio

聯同主流電台推出專題特輯與廣告，廣泛覆蓋金齡族群及家庭聽眾。

Partnered with major radio stations for feature series and ads, effectively reaching Golden Agers and families.

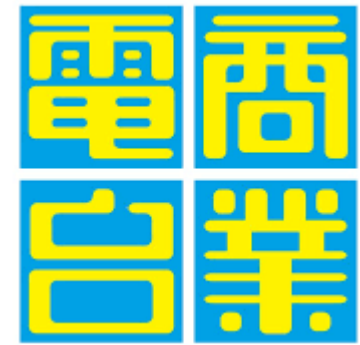


香港電台「香江暖流」  
RTHK "Hong Kong Warm Current"

- 《埋嚟介紹返》
- 展會及展後特輯（4集）



香港電台「新紫荊廣場」  
RTHK "New Bauhinia Square"



商業電台 CRHK

- 展會廣告
- 「一耆一會」名人廣告特輯（陳志雲、陸叔、波姐等）

- 報章 Newspaper

Advertisements and opinion pieces in major newspapers (print and digital) reached millions of readers across Hong Kong.

香港



港聞

狗鑒擊

娛樂

酒店優惠碼

天氣消息

即時

熱榜

國際

中國

觀點 / 01論壇

來稿 | 由「銀色經濟」走向「金質生產力」

撰文：01論壇

出版：2026-07-24 15:00    更新：2026-07-24 15:00

網名「ACRun」屬名於全球程式設計競賽外，活躍於 TopCoder、Google Code Jam 等國際賽事，被譽為中國最優秀程式設計代表人物之一。畢業後，他先後加入 Google 及百度自動駕駛團隊，並

印奇唐文斌及楊沐鵬 請齊囑祝  
人工智能浪潮興起後，《琥珀》亦成為創業者的重要資源。印奇、唐文斌及楊沐鵬於清華學期

麻省理工學院（MIT）攻讀博士，專注複雜性理論研究，體現「琥珀」重視基礎科學與原創研究的培養方向。鄭

黃敏耀獲頒「11<sup>th</sup> 黃金時代+」全性發明，被視為理論電腦科學的重要經典工具。鄭

中銀人壽  
第11屆黃金時代  
展覽暨高峰會2026

香港大型  
金齡生活博覽

11<sup>th</sup>  
黃金時代+  
智慧 · 智谷 · 智國

退休  
財富安排

醫療  
健康

安老服務

長者住屋  
友善社區

文娛樂活

智齡科技

2026年7月30日至8月1日  
上午11:00至下午7:00  
香港會議展覽中心Hall 3FG

請即登記  
免費入場

醫、食、住、行、創新方案 應有盡有  
適合銀髮族、照顧者及提早規劃未來的您

+ 超過10,000款  
智齡產品及服務

+ 50場論壇壇席  
及實用講座

+ 互動體驗+  
健康檢測

主辦機構 Organiser:

冠名贊助 Title Sponsor:

合作夥伴 Partner:

主要贊助 Major Sponsors:

現場內容伙伴 Strategic Content Partner:

facebook.com/gafhk

goldenagefoundation

Golden Age Foundation

Golden Age Foundation

# 整合營銷策略 Integrated Marketing Campaign

## • 數碼及社交媒體 Digital and Social Media

由展前至展後持續發放資訊，全年累積近 250 萬次曝光。

Social media updates from pre- to post-event generated nearly 2.5M impressions year-round.



展商及贊助商推介  
Exhibitor & Sponsor Spotlights



網上橫幅廣告  
Online Banner Ads



營銷電郵  
eDM

## 社交媒體短片 Social Media Reels & Videos

# 媒體報道 Media Coverage

電視台、報章及數碼媒體等廣泛報道，累積逾 130 篇報道，顯著提升展會聲譽及社會關注度。

Extensive coverage across TV, print, and digital media, with over 130 reports, significantly boosted the expo's reputation and public awareness.

## 港人料需500萬退休 調查指僅15%人達標

黃金時代基金會公布《退休生活規劃調查報告2026》，揭示香港在連續10年蟬聯全球最長壽地區的背後，市民在面對長壽時代的財務儲備、醫療開支及身心準備上，均存在顯著的「期望與現實」落差。調查顯示，逾半受訪者認為退休至少需要500萬元以上，但僅15%達標。

基金會在6月以網上問卷方式訪問了505名橫跨各年齡層香港市民，結果顯示，高達53%受訪者認為退休至少需要500萬元以上，然而實際上僅有15%擁有同等金額的流動資產；更有超過四成市民每月僅能撥出5000元或以下作退休安排，反映隱形養老危機逼在眉睫。逾九成受訪者強調「長壽之都」必須涵蓋完善的醫療及健康照顧，超過三成半人指醫療支出是退休後最重要開支。

### 隱形養老危機逼在眉睫

73%受訪者未有詳細退休生活規劃，但對退休生活有明確想像畫面，顯示市民缺乏轉化想法具體行動。退休規劃是否充足，取決於現有資產與預期退休資金差距。5%受訪者認為自己退休生活準備非常充足，22%及43%分別認為充足及尚可，22%及8%分別認為準備不足及完全未準備。



主頁 > 財經 > 投資理財

調查指港人期望退休至少要500萬 惟僅15%達標 隱形養老危機迫在眉睫

## 逾半人料退休需500萬以上方可安老 僅15%擁有同值流動資產

香港人平均預期壽命位居全球最長壽地區前列，退休規劃及長壽生活安排備受關注。有調查發現，逾半受訪市民料需500萬元以上方可安老，而僅15%擁有同等金額的流動資產。超過三成半認為醫療支出是退休財務規劃中最重要的考慮因素，另三成半市民每月僅能撥出1,000至4,999元或以下作退休安排。



黃金時代基金會公布《退休生活規劃調查報告2026》。

港聞

now新聞

登入



調查：近3成6人認為退休後醫療開支較重要 醫生指樂齡科技或有助減輕開支

# 媒體報道 Media Coverage



## 黃金時代展覽暨高峰會舉行 展出逾萬項樂齡科技及長者友善項目

2026年7月30日 12:24 [f 分享](#) |

【Now新聞台】第十一屆黃金時代展覽暨高峰會一連三日在會展舉行。

今年展覽以「黃金時代+智匯·智合·智創」為主題，設有超過200個展位，展示超過一萬項創新產品及服務，覆蓋退休財富安排、醫療健康、樂齡科技、文娛康樂、長者住屋友善設施、社區及安老服務等範疇。今年更新增金齡市集，匯聚養生保健品及智能家電等。



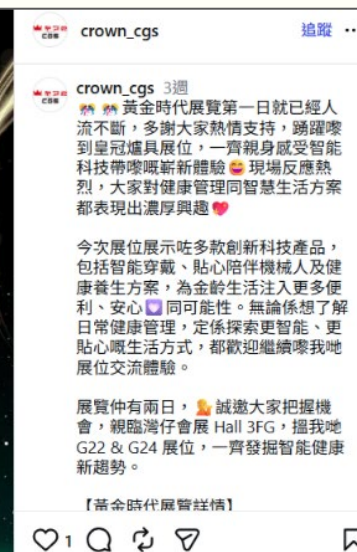
黃金時代展覽暨高峰會一連三日在灣仔會展舉行。



# 合作夥伴社群響應 Partner & Exhibitor Echo

政府、機構、合作單位及各大展商於社交平台發帖宣傳，展現強大跨界協作與社會影響力。

Government, partners, and exhibitors shared event posts on social media, showcasing strong cross-sector collaboration and influence.



感謝各界支持，共創智齡未來！  
Thank You for Your Generous Support!

# 第12屆黃金時代展覽暨高峰會 12<sup>th</sup> Golden Age Expo and Summit

08.07 – 10.07.2027 | 香港會議展覽中心 HKCEC

