

# 出售資產未成事 營運資金見不足 有線一供一撲水近7億

持續錄得虧損的有線寬頻（01097）周日宣布，供股集資最多6.77億元以應對營運支出，集資用途包括增強網絡基礎設施，提升廣播設備及外購節目等。是次供股，發行不少於62.06億股及不多於63.46億股，每股供股價為0.109元，較上周五收市價0.177元，折讓38.42%。另外，公司亦建議更改每手買賣單位，由現時1萬股改為2萬股。該股上周收報0.177元，跌7.81%，成交量有2.35億，成交額約4400萬。

大公報記者 陳玉蓮

耀才證券研究部總監植耀輝表示，是次有線供股是由於資金不足，加上營運支出大，需要維持營運。他認為，最主要是基於業務營運的考慮下提出供股。從供股價上看，是次的大折讓，可見有線在資金上的缺乏。另一方面，雖然有大股東包銷，但整體而言，有線的基本財政狀況並不樂觀，公司的業務發展前景亦不理想，不建議投資者入貨，有貨的投資者亦要考慮清楚。

至於，有市場猜測，有線會否想藉此為私有化或出售作出部署，植耀輝認為這是言之尚早，因為該公司的財政情況不算吸引，當然不排除可能性，但要轉售給潛在收購者是言之尚早的事。

## 財政不樂觀 分析籲不入場

有線自從被新世界發展（00017）主席鄭家純、遠展（00035）主席邱達昌等人入主後，今年上半年業績並沒有因此改善，經營虧損由去年同期2.22億元，擴大至2.84億元，收入下降8.4%至5.87億元。邱達昌去年亦曾表示，計劃裁員一成人手，而上半年公司公布的業績顯示，員工人數由1940名，下降至1898名，減幅為2%

。該公司表示，一直專注制定不同措施以節省成本，增加盈利能力。當中包括實行節省成本計劃，例如減省人手，亦推出新節目及頻道等，期望改善財務表現，但從該公司上半年業績可見，策略未見成效，虧損更有見進一步擴大。

## 大股東包銷 持股可升至71.6%

另外，公司亦有計劃出售虧損業務，以減少業務之現金流失。雖已展開早期磋商，惟無法確定能否就任何交易得出任何令人滿意之結論。故此為讓公司能正常運作，故提出供股，建議重整營運資金，從而獲得充足時間執行重組計劃。控股股東永升（亞洲）現持有該公司約43.2%股份，已承諾悉數接納供股股份，永升（亞洲）並會出任包銷商。是次供股，若不被股東接納供股，控股股東會永升（亞洲）承購包銷股份，而於完成供股後，永升（亞洲）持有之股權總額將相當於經配發及發行所有供股股份擴大之當時已發行股份總數約71.6%。

## 預算三億半購買節目

有線寬頻公告資料顯示，是次供股，預計供股集資所得淨額不少於



▲有線寬頻宣布供股集資近七億元；圖為早前該公司宣布與中移動香港結盟，於電訊及多媒體市場合作，左起為有線寬頻營運總裁梁淑儀、有線寬頻主席邱達昌、中移動香港董事長李鋒、中移動香港行政總裁李帆風

## 有線寬頻集資用途

4100萬元	用作增強網絡基礎設施
2000萬元	用於提升廣播設備
3600萬元	用於提升轉換器及調製解調器
4300萬元	用於租賃物業裝修、傢具、裝置及辦公設備
3.5億元	向獨立第三方外購節目及製作節目
1.71億元	一般營運資金

6.62億元，當中約1.4億元用作資本支出，包括增強網絡基礎設施、提升廣播設備、提升轉換器及調製解調器，租賃物業裝修、傢具、裝置及辦公設備。

另外，約3.5億元用作向獨立第三方外購節目及製作節目，亦包括有1億元用於直播節目，電影與戲劇及其他娛樂節目等。約1.71億元用作一般營運資金。

## 券商預測十月金融數據表現

（單位：人民幣）			
券商	新增信貸（億元）	新增社融規模（億元）	M2變幅
中金公司	1萬	1.2萬	+8.3%
華泰證券	8000	1.2萬	+8.3%
天風證券	8500	1.1萬	+8.4%
招商證券	—	9500	+8.2%
民生銀行	8000	—	+8.4%

## 內地國慶長假效應 十月新增信貸料降至8000億

【大公報訊】受國慶長假致工作日減少因素，十月內地新增人民幣信貸或較上月大幅減少至約8000億元（人民幣，下同）水平，但與去年同期的6632億元比較，升幅仍然明顯；社融規模普遍預期在1.1萬至1.3萬億元水平；當月M2增速將介乎8.2%至8.4%。九月內地新增人民幣信貸達1.38萬億元，由於十月是傳統信貸「小月」，季節因素令數據回落較大屬正常。天風證券料當月新增貸款約8500億元，雖高於去年同期水平，但考慮監管引導銀行加大信貸投放，8500億元的新增信貸額只屬一般。華泰證券首席宏觀分析師李超指出，央行貨幣政策在十月表現較為積極的寬鬆信號，但考慮到政策效果的滯後效應，預測當月信貸新增8000億元，同比增速13.2%。

## M1增速低 信用寬鬆較難

央行上月將專項地方債納入社融統計口徑，中金公司指出，十月專項地方債的發行量只有1300億元，較八、九月大幅回落，也低於去年同月份的1800億，預料十月新口徑社融增量在1.2萬億元，或與上月持平，仍處於歷史最低水平。中金公司續稱，當月信貸投放受限、制約存款增長，同時人民幣售價需求大、外匯佔款流出，而財政存款投放較大。預計十月M2增速持平於8.3%。交通銀行金融研究中心報告指出，內地貨幣政策維持流動性合理充裕基調，促使十月M2增速維持穩定甚至小幅上升，該行估計十月M2增速反彈至8.4%。華泰證券料當月M2增速8.3%、M1增速5%。天風證券估計，當月M1增速降至3.6%的低位，並指社融低迷與M1增速維持低位，反映了企業融資環境未明顯改觀，信用寬鬆較難。

## 重組架構換舵手 致力產品年輕化

# 菲拉格慕革新品牌重新上路

受到中美貿易戰的打擊下，奢侈品牌的盈利和股價在近期均連續受壓，意大利名牌鞋匠菲拉格慕（Salvatore Ferragamo）亦不例外，上季業績整體表現較差，但由於個別環節有較出眾表現，再加上該公司早前重組了管理層，業界憧憬其營運將變得更有效率，產品亦會變得更年輕化，吸引到更多年輕客戶。



## 管理有道

大公報記者 李耀華

貿易戰打擊下，菲拉格慕截至2018年9月為止整體營業額錄得9.72億歐元，較去年同期下跌了1.6%，計及匯率因素後，跌幅則為3.3%。同期稅前盈利錄得9100萬歐元，下跌了14.1%，而包括小股東利益在內的純利，同期亦下跌了17.5%至6500億歐元，集團純利亦下跌了22.1%至6400萬歐元。

## 上季銷售揚 市場份額見底

驟眼看來，菲拉格慕盈利表現較差，然而，上周五各大品牌大跌之時，該公司股票價卻不跌反急升了逾4%，其他如路易威登、Moncler、Prada、開雲集團等卻錄得急跌，這反映出菲拉格慕的業績亦有一定亮點給市場看好。

首先，菲拉格慕第三季業績便相對亮麗，整體營業額增長了3.9%（計及匯率因素），至2.98億歐元，盈利上升了5.1%，雖然除息稅折舊及攤銷前盈利下跌7.9%，至1.49歐元，但卻優於預期。更重要的是，第三季亞太區銷售額整體上升了8%，皮具銷售亦上升了9%，意味着該公司市場份額的下跌已屆尾聲。Jefferies分析師Flavio Cereda認為，上季業績是過去一段時間以來，首次有增長的跡象。

此外，菲拉格慕的前景亦不俗，主要原因是該公司在早前公布了重組管理層的安排，前時裝雜誌人Riccardo Vannetti被任命為新的首席市場總監。菲拉格慕前行政總裁Eraldo Poletto亦已在三月份離開公司，當時菲拉格慕正要尋求把產品年輕化，吸引更多年輕消費者之路。另外，市場

及通訊部主管Antonio Burrello亦告離開，該公司稱是要強化管理架構。

## 高層大洗牌 強化管理

事實上，自Eraldo Poletto離任後，主席Ferruccio Ferragamo在四月份便一直充當臨時行政總裁一職；同時，Gucci一名高層在四月份亦被委任為該公司總經理。外界對這些安排普遍接受，單看股價表現，自從奢侈品牌在十月初進入大跌浪以來，一衆品牌，路易威登、Moncler、Prada、開雲集團等無不大跌超過一成以上，只有菲拉格慕卻仍可錄得升幅，可說難能可貴。

彭博社情報組資深產業分析師Deborah Aitken表示，菲拉格慕的管理層現正集中在重建品牌的形象和改善盈利能力，在第三季的業績中便見一斑，其中在亞洲地區的復甦更較其他地區為佳，原因是品牌能吸引到更多年輕顧客。

## 菲拉格慕發跡史

●1898年，幼年時家境貧窮，九歲時便為自己製造一對高跟鞋

●1927年，開始在佛羅倫斯為不少著名荷里活巨星，包括瑪麗蓮夢露等設計皮鞋，並開設工場

●1950年代，菲拉格慕不斷擴展，聘用近700名專業鞋匠，日產350對手造皮鞋

●現已發展成跨國大集團，在全球經營名貴皮鞋、手袋、手表、香水等業務



▲菲拉格慕早前重整架構，致力尋求把產品年輕化，吸引更多年輕消費者；圖為該公司於瑞士蘇黎世分店

## 創辦人為荷里活明星造鞋成名

### 話你知

【大公報訊】記者李耀華報道：常被香港人戲稱為「飛甩雞毛」的意大利名牌菲拉格慕（Salvatore Ferragamo），原來是一個意大利皮鞋設計師的名字，是他在上世紀二十年代建立的零售店的名字。菲拉格慕由於在當時曾為不少美國荷里活巨星設計鞋而成名。

菲拉格慕出生於1898年，幼年時家境貧窮，他早在九歲時便已為自己製造了一對高跟鞋，從此便和鞋業結下了不解之緣。

其後，菲拉格慕在那不勒斯學習造鞋，並在父母親的家中開設了一家小舖。其

後他曾離開意大利，到美國波士頓謀生，並在那裏幫助兄長造牛仔皮鞋。在1927年，他重返意大利，並開始在佛羅倫斯為不少著名荷里活巨星，包括瑪麗蓮夢露等設計皮鞋，並自己開設了一家工場。

憑着精湛的木工，加上高知名度，菲拉格慕的公司在五十年代不斷發展，當時已聘用了接近700名專業鞋匠，每日生產350對手造皮鞋。

菲拉格慕在1960年去世，終年62歲，以他名字命名的公司已發展成為跨國大集團，在全球經營名貴皮鞋、手袋、眼鏡、絲綢、手表及香水等業務。他身故後，由妻子Wanda和後來的六名子女繼承家業。



▲菲拉格慕時裝繼續展現創意，以開拓年輕客路；圖為該公司品牌於意大利米蘭時裝展公布明年春季女裝款式

## 奢侈品銷售遜 全球經濟無運行



## 財經觀察

大公報記者 李耀華

奢侈品牌股份踏入十月便一直下跌，其中有不少的跌幅更超過兩成，很多人認為，這主要受到中美貿易戰令亞洲客戶減少消費的關係。不過，奢侈品牌股份亦是全球經濟風向標，股份下跌意味着全球高增長時期即將結束，未來將會走下坡。

十月以來，奢侈品牌股份一直急跌，路易威登累跌一成三、Moncler累跌兩成一、開雲集團累跌一成六，Prada亦累跌兩成四，主因市場憂慮貿易戰將為全球經濟帶來不明朗因素，拖累奢侈品牌消費。

事實上，自從中美貿易衝突不斷加劇以來，反映全球奢侈品牌股價表現的標普全球奢侈品牌股份指數，從六月十六日至今便已大跌了逾一成半，快將跌入熊市；自從這個指數於2005年開始統計以來，只有兩次曾有這樣深度的調整，一次是在2014年中至2016年中，另一次則是在2007年底至2009年初。在這兩次大跌中，奢侈品牌的股份均曾跌至四腳朝天。

更重要的是，這個指數對全球經濟未來升跌起着風向標般的作用，例如2014年初指數下跌後，全球經濟增長率便一直由2014年不斷跌至2016年方停止；又例如在2007年的跌市後，全球經濟在2008年底至2009年初間，便一直急跌，根據國際貨幣基金組織（IMF）對全球GDP（國內生產總值）統計發現，最差的時期是在2009年初，當時曾錄得負2%的增長率。標普奢侈品牌指數現正經歷第三次大跌市，意味着全球經濟未來一年將難望看好。皆因人們只有在增長環境理想、收入不斷增加時，才會有開錢買高消費品，如今中美貿易戰和全球央行收緊貨幣政策的年代，可預見經濟轉弱，奢侈品的銷售亦將愈來愈差。