

新肺炎抗疫戰危中有機

內地新型冠狀病毒肺炎確診病例已超過沙士感染個案，實體經濟難免受到一定程度影響，但在抗疫戰之中，將燃起更大生物醫藥的研發動力以及推動5G與大數據更廣泛的應用，促進內地新經濟產業進一步向前發展。

金針集

大衛



港股昨日在鼠年首日交易日紅盤低開，全日急挫近八百點，險守二萬七千一百點，成交逾千一億元，可見大市沽壓沉重，主要是內地新型冠狀病毒肺炎疫情擴散，感染人數已超過沙士。投資者憂慮武漢封城與延長春節假期等防疫措施，影響正常生產，對今年首季內地工業生產與外貿出口造成較大負面影響，繼而拖累全球經濟。

新經濟股逆市上升

事實上，摩根士丹利預期疫情將拖低今年上半年內地經濟增長零點六至一點一個百分點。由於內地對全球經濟貢獻率約三成，世界經濟也無可避免受累。

大摩報告認為，若然內地疫情持續三至四個月，今年首季全球經濟增幅將減少零點一至零點三個百分點，然後次季增幅再減少零點二至零點四個百分點，反映外資投行異常擔憂內地新肺炎疫情，對全球經濟影響隨

時比2003年沙士為大，當年世界經濟損失三至四百億美元，增長減速零點一個百分點。

不過，內地新型冠狀病毒肺炎新增確診病例出現按日首次下跌，可見防疫措施開始發揮作用。內地有能力、有信心打贏這場防疫戰，繼續保持經濟穩定。

激發生物醫藥研發

值得注意的是，儘管港股昨日急挫近百分之三，為區內跌幅最大的市場，但仍有不少股份在大跌市之中逆市上升。例如騰訊、平安好醫生與京信通信，都是互聯網新經濟股與5G概念股，可見內地經濟依然充滿活力與動能，有能力抵禦疫情影響。

事實上，這場新肺炎防疫戰，將燃起內地更大的創新藥物、基因排序等研發的動力，推動生物醫學工程發展，而香港也可以發揮自身優勢，助國家一臂之力。例如香港大學醫學院微生物學系講座教授袁國勇透露，已



▲分析認為，5G與大數據可在這場防疫戰中大派用場、廣泛應用 法新社

研發出新肺炎疫苗的種子，將進行動物測試，確定疫苗的有效性之後，下一步將進行臨床試驗，與內地疫苗公司合作。

5G大數據助控疫情

另外，5G與大數據可在這場防疫戰之中大派用場、廣泛應用。例如在武漢火神山醫院和雷神山醫院的5G建

設，便可為患者開展遠程醫療，又可以視頻會議進行專家會診，有助於疫情控制。同時，運用大數據與區塊鏈技術，分析人員流動數據，可作出更精準的疫情研判、監察與防控。

總之，新型冠狀病毒肺炎陰霾籠罩之下，港股跌幅比預期一千點為少，當中內地新經濟股強勢表現，起着重要支撐作用。

走勢轉弱 先守二萬七

頭牌手記

沈金

鼠年的第一個交易日，市場籠罩在疫情恐懼的陰霾中，甫開市即低見二七一〇一，挫八四八點，其後反彈，最高見二七三三三便乏力再上，在輾轉回軟下再迫二七〇〇〇關。收市報二七一六〇，跌七八九點，成交一千二百四十億元，又是一個買賣大易手的交易天。

一如我頭牌預期，昨日是對二七〇〇〇關的首度考驗。由於疫情仍在演變中，投資信心難以一時之間恢復，國人的生活也未能復常，所以作為敏感的投資市場受到沉重打擊，是無法避免的事。

現時，恒指已跌破五十日及二五〇天平均線，走勢進一步轉弱。現指數為二〇一九年十二月十二日

收二六九九四點之後最低。這亦符合二七〇〇〇關是首個重要支持的評估。「依書直說」，若這一關失守，支持將退至二六四〇〇至二六六〇〇水平。

大家不要忘記，去年十二月份的大反彈，就是恒指跌至二六四三六點之後展開的，現在已抹去升幅的大部分。從這一點看，只要疫情沒有太驚人的發展，二六四〇〇水位應該是一個「雙底」。

當然，變化還是很多的，這包括內地股市還沒有復市，這是一個具指標性的因素，大家應該知道，休市對一些急需結算的個人和企業，都是一個不想見的「坎」，所以到復市時，這一關所面臨的衝擊絕對不能輕視。

昨日，絕大多數的股份都跌，

初段騰訊曾逆流而上，原因是其遊戲軟件獲得破紀錄的玩家下載。不過這個「蜜月期」到末段就結束，騰訊亦由升轉跌。

逆市上升的板塊是個別的醫藥股，有的是其出品的藥物獲國家列採購名單，所以有刺激，亦有的是投機性的揣測，未必真的有「大生意」。

自然，在一般人的心理上，會產生一種「預防物質短缺」的恐懼，這便引發市面上有些物品被搶購。由口罩到消毒藥物以至超市的一些食品，均屬如此，不過我相信食品不會短缺，廁紙、抹手紙也是如此，勿人嚇人嚇死人也！

心水股

途屹控股(01701)

平安好醫生(01833)

微盟集團(02013)

東奧概念 趁低吸途屹

股壇魔術師

高飛

受到新型冠狀病毒肺炎疫情的影響，港股昨日大跌。然而，有危亦有機，對於一些強勢股份，投資者可多加留意。如近年來受惠愈來愈多中國人到日本旅遊的途屹控股(01701)，股價自去年八月起持續上升，昨日雖然亦曾受拖累而急跌，但由低位急速反彈，跌幅明顯收窄。相信疫情過後，加上今年日本舉行奧運，途屹前景仍可看好。

應對近期出現的新型冠狀病毒肺炎，各行各業均採取防疫及防疫措施，當中旅遊業更是站在前線，盡力做好防疫措施以保障旅客。途屹控股是中國華南地區其中一間最大提供往日本出國旅遊的旅行社，亦在日本東京、大阪及伊豆擁有及經營三間酒店，公司為防疫作出以下升級防護措施：

公司已為旗下所有日本出行服務車輛提供紅外線測溫儀等設備，並執行行前體溫檢查，對存在發熱

及咳嗽等呼吸道疾病症狀的客人予以勸退，確保每一位客戶的安全。另外，所有服務車輛也提供免洗高效殺菌消毒液供客人使用，並定期進行全面消毒。

而在日本的酒店除了執行嚴格的清潔及消毒程序之外，亦會安排會中、日、英三國語言的工作人員駐守提供服務。更重要的是，為方便一些旅客因可能受疫情影響而要暫留日本，酒店會調配一定數量的房間以優惠價格供所有非日籍遊客預訂和使用。

對於參加公司的日本一日遊服務，客戶需提供護照首頁照片及往返機票訂單截圖，在下單前以圖片形式發至平台的客戶及銷售確認，以保障出行遊客可安心及安全在日本旅遊。

以上措施已開始執行直至疫情結束，相信公司的這些措施能給予出行旅客安心及保障，亦對防疫及抗疫產生一定作用。畢竟日本是世界最受歡迎的旅遊景點之一，相信當疫情結束，日本的旅遊業將會重拾快速增長。

業績看俏 中線待破頂

板塊尋寶

贊華

作為騰訊(00700)社交網絡服務平台中小企業精準營銷服務提供商的微盟集團(02013)，2019年度中期業績已扭虧，全年佳績可期，預計2020年及2021年更有三、四成增長。作為新經濟股一員，不妨逢低吸納，中線有力再創新高。

微盟作為SaaS(軟件服務)電商解決方案的龍頭供應商，同時也是騰訊平台上提供營銷服務，開拓內地高達3200萬個中小企業對數碼化需求的巨大市場。集團去年上半年營業額6.57億元(人民幣，下同)，按年增長97.8%；虧轉盈賺2.89億元，上年同期蝕6.2億元。

集團共有十多款SaaS產品貫穿垂直細分行業，涵蓋電商、零售、餐飲、酒店和旅遊等領域。SaaS支付商戶共70006個，按年增長24.3%；每用戶平均收益3129元，按年升13.5%；精準營銷廣告客戶



19537個，按年升37.7%；每廣告客戶平均開支91997元，按年升35.1%。

騰訊旗下微信小程序運營三周年商業化成績近日首次曝光，去年小程序日活躍用戶超過3億，累計創造逾8000億元交易額，按年大幅增加160%。

在小程序商業化中，廣告和交易變現雙雙齊升。在小程序、企業微信、小遊戲、微信支付等多條業務線分頭推進下，微信的商業模式已具雛形。

微信在廣告方面仍處於上升周期，微盟又是微信生態圈中的營銷龍頭，現在微信更加入短內容功能，小程序新功能可建立用戶購物信心，能夠帶動微盟的營銷。

需求旺 黃金有力上攻

指點金山

文翼

過去一周，國際黃金持續上攻，漲幅達到32.2美元，金價錄得8月以來最佳周漲勢；美元連續多日收跌，一度跌破97。儘管西方國家迎來重要節日，但假期期間實物黃金買盤旺盛推升了金價，加上市場對貿易局勢的擔憂等因素支撐金價，投資者普遍看好金價後市前景。眼下本周，將迎來新年，周內最受關注的是聯邦公開市場委員會(FOMC)公布的12月會議紀要及全球貿易局勢；數據方面有限，重點關注美國經濟數據。

上周，西方國家迎來耶誕節，儘管多數交易員會延續休假，但金價仍連破多關，成功企穩每盎司1510美元上方。據CFTC近兩周數據顯示，對沖基金及大型投機者看漲黃金，押注增加8.9%；全球最大黃金ETF——SPDR Gold Trust



▲本周市場情緒可能會給金價帶來較大波動 資料圖片

黃金ETF持倉量連續增加；數據表明人們普遍偏愛實物黃金；世界黃金協會(WGC)最新發布的2020年展望報告中稱，全球央行淨黃金購買量仍保持強勁；世界黃金協會數據顯示，截至2019年11月，全球央行官方黃金儲備接近3.45萬噸，近一年累計增持黃金超過620噸。從諸多資訊來看，黃金消費需求旺盛。

眼下本周，歐美市場投資者將從假期中歸來，市場情緒可能會給金價帶來較大波動。此周重點留意美國ISM製造業採購經理人指數(PMI)等系列重要經濟數據，以及美聯儲紀要及全球貿易局勢等。在12月的政策決議中，美聯儲按兵不動，利率點陣圖顯示2020年不再降息；鮑威爾表示要看到通脹持續顯著回升才會加息，因此美聯儲12月貨幣政策會議紀要需密切關注。全球貿易局勢方面，重點關注兩大國貿易進展，對此目前市場對完成國際貿易協議前景充滿期待；另外，美歐貿易、美日貿易、韓日貿易等仍存不確定性，若貿易風險惡化將給全球經濟增長帶來下行風險。

技術分析，黃金反攻升至阻力區附近，不排除金價短期有震盪修正，如有效突破企穩，有望繼續上攻。

(作者為第一金(福而偉金融控股集團成員)高級分析師)

雷士力拓海外前景佳

聚焦中環

甄榮

隨着內地產業集中度進一步提升，以及海外LED替代市場的打開，全球LED照明滲透率仍有翻倍空間。中國領先的照明產品供應商雷士照明(02222)通過加大海外市場開拓力度，以尋求在國際照明市場的新突破，各項業績指標大幅提升。去年發布的2019年中期業績報告顯示，公司上半年取得銷售收入為26.97億元人民幣，較同期增長36.6%，其中國際銷售與去年同期比較增長43.8%，實現了業績的快速增長。

作為商業照明領域的龍頭企業，雷士照明於去年11月8日宣布出

售中國區照明業務(雷士中國)給KKR，作價55.6億元人民幣。去年12月12日，雷士照明宣布交割完成，KKR持有雷士中國70%的股權，雷士照明持有剩餘30%股權。此外，公司在出售中已將「雷士照明」商標轉讓，並於去年12月27日舉行的股東特別大會上通過特別決議案批准更改公司名稱及開曼群島公司註冊處發出更改名稱註冊證書後，將其中文雙重外文名稱由「雷士照明控股有限公司」更改為「雷士國際控股有限公司」，並同時宣布採用新公司標誌。

2019年12月，雷士照明累計漲幅40.1%，創下自2010年香港上市



以來單月最大漲幅。未來，雷士照明將繼續深耕現有渠道及業務，繼續保持創新領先、快速反應的特點和優勢，將產品線做深做廣。堅持產品性價比較高的國際市場定位，前景可期。