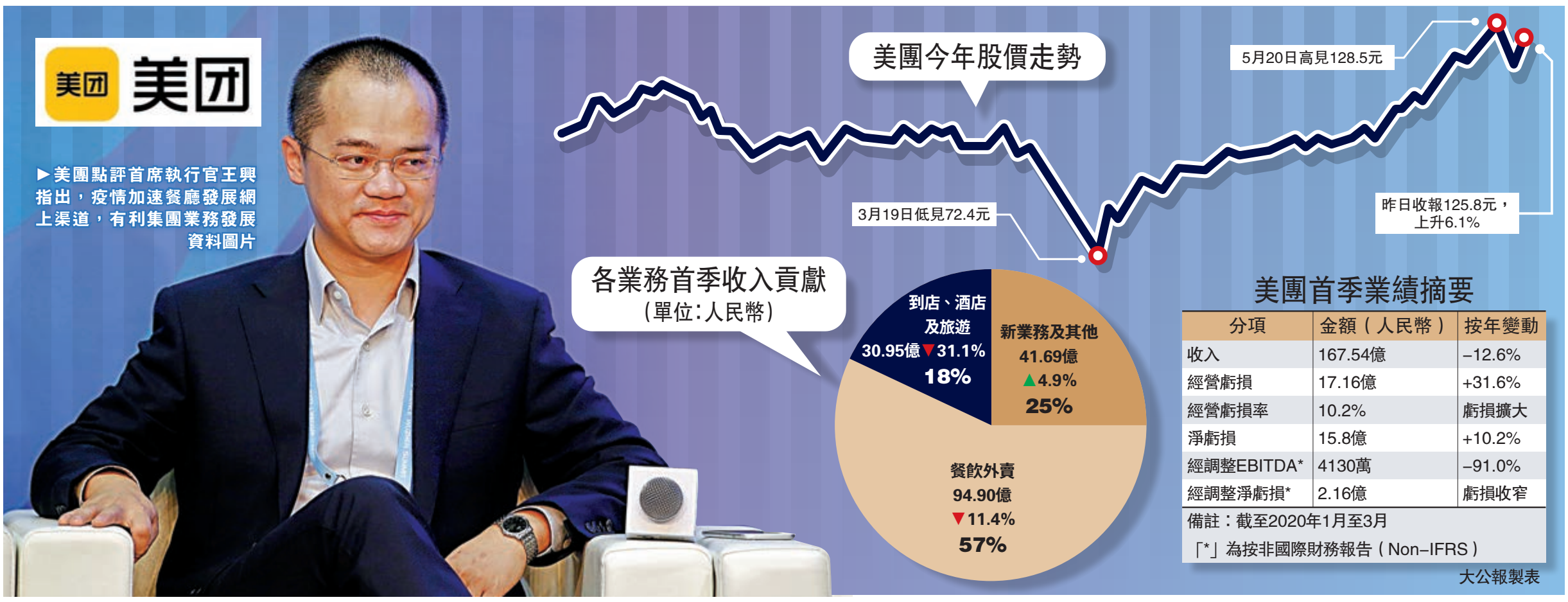
疫下生意減 美團首季蝕15.8億

5月訂單量回復90% 變現率仍有壓力



▶美團點評首席執行官王興指出，疫情加速餐廳發展網上渠道，有利集團業務發展 資料圖片

美團首季業績摘要

分項	金額（人民幣）	按年變動
收入	167.54億	–12.6%
經營虧損	17.16億	+31.6%
經營虧損率	10.2%	虧損擴大
淨虧損	15.8億	+10.2%
經調整EBITDA*	4130萬	–91.0%
經調整淨虧損*	2.16億	虧損收窄

備註：截至2020年1月至3月
「*」為按非國際財務報告（Non–IFRS）

大公報製表

有機會「染藍」的美團點評（03690）昨派成績表，受疫情爆發影響，衝擊餐飲外賣和到店、酒店及旅遊業務，首季虧損擴大至15.8億元（人民幣，下同）。首席財務官陳少暉直言，面對返還佣金以扶助商戶，加上對連鎖餐飲店的佣金折扣，預期第二季餐飲外賣業務的變現率仍有壓力。

焦點業績

大公報記者 李潔儀

疫情影響各行各業，美團點評亦不例外。集團首席執行官王興在業績電話會議中表示，自5月中旬開始，外賣訂單量已回復至疫情前的90%水平，其中，低線城市的外賣訂單復甦情況較快。

王興認為，疫情加速餐廳更多投入發展網上渠道，消費者亦意識到外賣及配送其他物品的便利性，長遠有利集團的業務發展。不過他表示，估計包括持續的疫情預防措施、消費者對線下消費活動的信心不足，以及商家關閉的風險等因素，將繼續對美團點評業務表現產生潛在影響。

外賣平均單價按年升14.4%

按非國際財務報告，美團點評首季經調整EBITDA急挫91%至4130萬元，惟受惠投資公允價值錄得收益，抵銷摩拜重組計劃的減值及撥備開支，首季經調整淨虧損收窄至2.16億元。集團決定一改以往呈報各業務毛利或毛虧表現，今年首季起改為披露各業務經營溢利或虧損表現。首席財務官陳少暉認為，此舉更能反映各業務的實際指標。

期內，集團總收入只有167.54億元，按年下跌12.6%。雖然外賣業務平均單價按年升14.4%，但受服務供給側短缺影響，加上餐飲外賣日均訂單交易減少18.2%至1510萬宗，餐飲外賣收入同比下跌11.4%至94.9億元，惟業務經營虧損收窄至7090萬元。

餐飲外賣業務的首季變現率由14.2%降至13.3%，陳少暉承認，第二季變現率仍有壓力，惟給予餐廳商家的佣金折扣，長遠有望助吸引優質商家加盟平台。

至於到店、酒店及旅遊業務，首季收入貢獻僅30.95億元，下跌31.1%。經營溢利錄得6.8億元，按年減少57.3%。

捉緊數碼化轉型機會

另外，王興表示，長遠會繼續進行投資，包括捉緊行業數碼化轉型的機會。

美團點評昨收市後派成績表，股價在交易時段先跌後升，開市低見116.1港元後迅即反彈，尾市觸及126元高位，收市報125.8元，抽升6.2%。

美團管理層言論重點

- 疫情刺激線上服務、在線營運等的應用
- 自5月中旬開始，外賣訂單量已回復至疫情前的90%水平
- 低線城市的外賣訂單復甦情況較快
- 預期第二季餐飲外賣業務的變現率仍有壓力

大公報製表

經營現金流負50億

▶美團外賣訂單量已回復至疫情前的90%水平 資料圖片

虧損撥備

【大公報訊】記者李潔儀報道：在疫情衝擊下的美團點評（03690），經營現金流量由正轉負，今年首季錄得經營現金流出近50.4億元（人民幣，下同），去年第四季則錄得正數31億元。

期內，美團點評需要為金融資產減值虧損撥備淨額高達2.38億元，按年急增近2.8倍，主要由於小額貸款業務增長，導致貸款虧損撥備有所增加。同時，因應回款受疫情影響，相關減值虧損撥備佔收入比重達1.4%，上升1.1個百分點。

順豐加入戰團 破阿里美團壟斷

新聞分析 李潔儀

儘管內地疫情受控，惟人群聚集性較強的餐飲行業，已成為重災區。艾媒諮詢數據顯示，今年首季全國餐飲收入只約6026億元（人民幣，下同），按年下跌44.3%，呈現斷崖式下挫的局面。

傳統的餐飲行業正面臨嚴峻考驗，包括成本和現金流壓力。不過，在餐飲線下銷售渠道受阻，餐飲業界轉陣開拓網上外賣渠道，以彌補線下的生意不足。

外賣平台美團點評（03690）首季業績仍然「見紅」，餐飲外賣收入受疫情影響而下跌，主要因為訂單量減少，還有臨時佣金返還及豁免政策，導致變現率下降，惟從經營層面來看，分部虧損有所收窄，反映疫情期間平均單價和營銷效率提高。

事實上，內地的外賣市場發展成熟，目前，以美團及阿里巴巴（09988）旗下「餓了麼」幾近壟斷全國個人外賣市場，但新競爭者仍望分一杯羹，包括順豐較早前推出「豐食」微信小程序，主打企業送餐服務。

雖然順豐的豐食並非針對個人外賣市場，未必會與美團、餓了麼正面開火，否則只會再次迎來燒錢惡戰的格局。

相反，豐食以企業團餐作為切入點，既不會與兩大巨頭對着幹，同時亦可為整個外賣行業帶來一點「新血」，打破行業壟斷的詬病，為消費者帶來更多選擇，讓外賣行業發展得「健康點」。

阿里累捐逾33億助全球抗疫

【大公報訊】記者李潔儀報道：阿里巴巴（09988）公布，截至今年3月底止，整個集團經濟體參與國內及全球抗疫，累積投入33.56億元（人民幣，下同）。其中，阿里巴巴投入27.63億元，關聯公司螞蟻金服投入5.93億元。

阿里巴巴今年1月成立抗擊疫情和商家扶助兩個專門小組，提出六大方面20項扶助措施，通過減免商家經營費用、提供資金及低息免息貸款、開放數字化服務能力、提供靈活就業崗位等，支持中小企渡過難關。

首季績優 大行紛升目標價

另外，阿里巴巴上季業績勝預期，獲大行上調目標價。花旗報告指出，阿里巴巴預期2021財年收入達6500億元，屬於穩健的指引，有助紓緩市場對宏觀經濟、疫情影響等憂慮。

花旗維持對阿里「買入」評級，上調目標價近9%，由原先的275港元升至299元。高盛認為，疫情加速數字化技術的應用，重申對阿里的「確信買入」評級，目標價273元。

不過，美銀發表報告表示，考慮到市場競爭，以及雲業務及新零售的收益佔比增加，降低淨利潤對EBITDA率，因此把阿里下調阿里目標價3.7%，由244元降至235元，重申「買入」評級。

至於阿里美股評論，摩根大通認為，內地零售市道表現強韌，配合雲服務收入增長勢頭，預料阿里有望獲多次估值重估，故把其美國預託憑證（ADR）目標價由280美元上調至295美元，評級為「增持」。

瑞銀報告提到，關注阿里巴巴對商品交易額（GMV）的指引，以及美國上市地位的風險。該行認為，阿里預期今個財年GMV達1萬億人民幣，只是目標下限；至於美國上市問題，隨着阿里已在港第二上市，有助分散風險。

瑞銀把阿里ADR目標價上調近一成，由265美元升至290美元，維持「買入」評級。

阿里巴巴昨日股價先跌後升，早段跌近4%，低見190.3元，隨後持續收復失地，尾市止跌反彈撲近200元關口，高見199.6元，收報198.2元，無升跌。

▲阿里巴巴上季業績勝預期，獲大行上調目標價 資料圖片

券商對阿里最新目標價

券商	評級	目標價
港股（09988）		
花旗	買入	299港元
傑富瑞	買入	294港元
瑞信	跑贏大市	274港元
美銀	買入	235港元
美股（BABA）		
摩通	增持	295美元
瑞銀	買入	290美元
野村	買入	249美元
大摩	增持	245美元

大公報製表

騰訊斥5億入股日遊戲商20%

【大公報訊】記者李潔儀報道：日本遊戲開發商Marvelous宣布，獲騰訊（00700）斥資70億日圓（約5.04億港元），入股20%，成為最大股東。

Marvelous表示，騰訊是通過子公司Image Frame Investment入股，以每股作價576日圓（約41.5港元），收購862萬股新股，同時，Marvelous現有股東Amuse Capital，以及Sega遊戲公司創辦人中山隼雄（Nakayama Hayao），將分別向騰訊以相同價格，出售283萬股和70.86萬股。

今次引資，將為Marvelous提供資金發展，以及在未來3年推出新遊戲。目前，Marvelous旗下熱門遊戲包括《牧場物語》（Story of Seasons）及《機甲戰魔》（Deamon X Machina）。

Marvelous與騰訊早有合作關係，去年3月，雙方簽訂IP許可議，容許騰訊在手機平台推出《牧場物語》遊戲，打造《牧場物語》系列手遊《牧場物語OL》。

物美擬再來港上市

【大公報訊】據外媒引述知情人士表示，內地零售集團物美科技集團擬來港上市，現已就上市事宜與潛在顧問進行初步磋商，惟該計劃還處於初期階段，集資細節仍可能有變。另外，據內地媒體報道，早前市傳計劃於6月18日在港第二上市的京東（JD），擬於本周四（28日）由上市委員會審查上市材料，並且會在6月4日前後開展招股活動。

物美集團創立於1994年，業務涉及零售貿易、電子商務、互聯網及物聯網科技、物流運輸等，旗下擁有「物美」、「百安居」、「新華百貨」等品牌，在內地擁有逾1500間超市。集團旗下的物美商業曾於2003在創業板（GEM）上市，於2011年轉往主板交易，2016年1月物美集團以約31億元完成私有化後退市。據知情人士透露，物美上個月完成了收購麥德龍（METRO）中國子公司80%股權的交易。