

# 生意須增長 現金流充足 派息吸引 低市盈率 熨斗大王投資了得 靠選股四法則

有「熨斗大王」之譽的東保集團主席陳鑑光，其產品風行歐美多國，做生意了得，原來投資亦擁有多經驗，而且頗具心得。買股票，他有四項選股要求：生意持續增長、現金流充裕、派息吸引及市盈率不能太高。憑着這幾項原則，加上多年從商經驗，他培養出敏銳觸覺，所以在股市斬獲甚豐。他對工業概念股了解甚深，並透露有不少是「禾稈茁珍珠」的優質股，包括：亞倫國際（00684）、JS環球生活（01691）及創科實業（00669）。

## 投資人語

大公報記者 李永青

縱橫工業界多年的陳鑑光接受《大公報》專訪時表示，分析股票應留意公司的生意、派息增長多少，並關注現金流情況。正常而言，若公司生意增加，應該現金流隨之上升，若現金流不升，便要對有關公司提出疑問。若一家公司生意「好咗」，現金流卻少了，而且沒有派息，「咁當然唔得呀！」

## 睇中亞倫環球生活及創科

談起睇中的亞倫國際，他表示與該公司老闆相識30年，對方做工業管理十分出色，而且它是一家很實際很穩陣，業務逐步增長的公司。「佢主要做貼牌生產(OEM)與設計代工製造(ODM)項目，產品質量上佳，只要市況好，佢就賺錢，最近一年不大賺錢，係因為要做廠房改造，所以要投資，過兩年便開始收成，而且佢咗有技術，只要有市場有訂單，就一定掂。」亞倫上周五收報1.23元。

至於JS環球生活，陳鑑光對之讚不絕口。他表示，該公司的豆漿機在內地市場銷售表現很強勁，市佔率高達七成，即使只做內地市場都夠賺，故有一段日子經常留意該公司。「佢做豆漿機係最好，又係第一個做，售價由200至800元人民幣的豆漿機都做得好掂，要知道中國有14億人，平均每兩年換一部豆漿機，佢還做很多不同家電，有電飯煲、吸塵器、壓力鍋、電磁爐、空氣炸鍋等等，真係大小通做，而且做得出色。所以生意和盈利都很好，但市盈率（PE）就比較高。」JS環球生活上周五收報7.79元。

談及創科，他認為勝在管理層表現卓越，產品又適合市場需要，形容「質素幾好」，但與JS環球生活一樣，都是PE太高。「如果PE高過30倍就太貴，點買呀？」創科上周五收報79.5元。

## 股價升逾25%須審視沽出

他認為，以上三隻股勝在抗跌能力強，老闆都是認真做生意的人，都是在睇好的名單之列，只要價格合適便可考慮入市。他強調投資必須做足功課，需要經常瀏覽上市通告、年報，研究有關公司如何賺錢。「我比較鍾意一些成長股，唔使成日睇住，股價有增長又有息收。」

除了工業股外，他亦鍾情滙控（00005）。他說，滙控業務一向穩定，股價在30多元水平「好抵買」。他早在40多元的時候已沽出。談到止賺標準，他說，當股價升超過25%，會考慮是否沽出，若仍有機會再上，升到35%時便會視乎大市情況好壞，若仍然睇好後市，就繼續持有，若市況不好，就馬上收手，不會選擇高追，買股票亦不會借升展。

雖然在股市斬獲甚豐，但令陳鑑光最開心的，反而是在外國見到自己公司的產品，或有時到訪朋友家中，發現對方有購買其產品，便會問對方：「你知道誰人做這個產品？這是我做的。」那時心情會感到非常開心、滿足感很大。

## 點評板塊前景

### 看好

#### 板塊



香港地產股

#### 原因

不少香港地產股有升值潛力，且業務穩定，較鍾情新地（00016）。新地收入穩定，發展潛力佳，欣賞這公司做事不取巧

### 看淡

#### 板塊



零售股

#### 原因

目前香港旅客較少，但零售租金及工資頗高，而零售業低處未算低，不知道何時才見底

## 投資心得快問快答

問：有何心水股份？

答：港交所（00388）不錯，穩打穩扎，除非它出大錯，否則買該股不會出錯，近期它甚至較銀行股更穩陣。也頗鍾意阿里巴巴（09988）及騰訊（00700），但是市盈率（PE）太高，唔敢買。

問：哪些行業不會投資？

答：有些行業自己不喜歡，例如賭股就不會沾手。

問：如何評論物業市場走勢？

答：物業市場中，商舖才會真正賺到錢，但不要找最貴的，要選些位置好，人流夠多的旺區，做任何生意都掂，現時一般回報逾2厘已算穩賺。

問：投資物業，何時才是入市好時機？

答：一直有睇舖，但近期售價只跌幾個巴仙（%），希望跌得多些。目前利息好低，且未有重大事件發生，業主仍有持貨能力，若某天發生重大事件，銀行逼人還錢，可能出現骨牌效應，屆時一定會有平貨執。



## 陳鑑光簡介

東保集團主席

仁愛堂第四十一屆（2020-2021）董事局副主席

香港模具及產品科技協會第八屆（2019-2021）理事長

香港創新科技及製造業聯合總會第十二屆（2019-2021）副主席

醫院管理局新界區域諮詢委員會委員

屯門醫院管治委員會委員

屯門區撲滅罪行委員會委員

屯門育智中心理事

香港青年航空學會榮譽顧問

惠州市惠城區政協委員

香港公益金活動委員會聯會主席

「熨斗大王」之譽的東保集團主席陳鑑光

## 20年前深圳買地 現時月收租百萬

### 戰績彪炳

除了股票市場外，陳鑑光對投資物業亦頗有心得，不時採取逢低買入、人棄我取的策略，因而戰績彪炳。早在1989年，他買入了人生第一個物業——太古城680餘呎的單位，當時原價60萬元，只因當年出現移民潮，業主急於移民，最終減價至35萬元。2003年「沙士」期間，他再買入畢架山一號4個單位，主要是睇準樓盤校網良好，而且當時價格低殘，可以隨便選購。陳鑑光投資眼光獨到，多年來，這些優質物業給他帶來不俗的回報。

## 金融風暴低價掃車位商廈

若論趁低吸納的戰績，還有在亞洲金融風暴期間，低價買入數個商廈單位及60多個車位。他表示喜歡買「磚頭」，除了投資因素外，還因早年從事製造業，當需要向銀行申請貸款時，若有物業在手，會較易獲批，這也解釋了為何很多廠家都特別鍾情買樓。

另一成功投資例子，是大約在2000年用私人公司身份，購入深圳寶安一幅面積約3.8萬平方米的地皮，當年售價僅300萬元，建築費亦只是1000萬至2000萬元，但現時每月租金逾百萬元，租金回報頗豐。他坦言：「以投資來計，真係好好賺。」

對於近年有不少廠家到海外設廠，他表示，有些行業不適宜遷走，以家電行業為例，因為工序甚繁，搬往越南做幾乎是不可能。他又說，不擔心外國聯手對中國產品徵重關稅，因為許多原材料都由中國生產，並形容若沒有中國貨出口，全世界將會有很大麻煩，事實上，中國製造業在全球有舉足輕重的地位。

# 疫情催迫 社交媒體融合購物網

【大公報訊】記者張博睿報道：疫情刺激網購發展，購物網站融合社交功能，而社交媒體則瞄準電商業務，紛紛發展購物功能。Snapchat母公司Snap的前行政總裁Imran Khan創辦的購物網站Verishop，上周推出了一款嶄新主打「社交購物」的應用程式，用戶可以透過全新的互動方式購買物品。此外，Instagram及Pinterest等社交媒體平台亦在研究推出新的購物體驗，預計未來有更多集社交、娛樂、購物眾多功能於一身的「超級應用」出現。

## Verishop推新穎功能

Verishop推出的新應用程式，特別之處是將短視頻平台TikTok、圖片分享社交媒體Pinterest及Instagram集於一身的新穎購物平台。通過該平台，購物者可以像使用上述三個程式一樣瀏覽圖片及視頻，亦能夠瀏覽、關注商家或創作者及保存這些分享貼，若對分享貼中物品感興趣，可直接點擊視頻或圖片，即有「Shop The Post」頁面彈出，便可以進行購買。

這家已經融資約3000萬美元的初創公司，正在逐漸引入社交功能，用戶可以追蹤感興趣的品牌發布的最新動態並進行購買。未來，該公司還計劃推出個人用戶上傳商品圖片及視頻的功能，分享內容的同時也可以出售產品。



▲購物網站Verishop推出社交購物應用程式

自電商平台發展成熟以來，消費者只需要在搜索框中輸入物品名稱，就可以進行購物。對於那些清楚購物目標的客戶來說，這是十分理想的購買方式，但從電商的角度考慮，如何吸引那些沒有明確購物目標的潛在客戶群，就更加重要。

因此，Verishop透過AI技術，以「社交購物」的方式將娛樂及商業結合在一起，根據用戶的興趣及偏好、通過圖片及視頻分享方式向用戶推薦產品。創辦人Imran Khan表示，之所以創立該平台，是因為發現網上購物不如以前有趣，受到社交媒體平台的啟發後，在用戶的購物體驗中注入更多探索趣味及娛樂性元素。

與Verishop的新程式最接近的是Pinterest，惟Verishop融入了時下最流行的短視頻元素。Pinterest是一個為用戶提

供設計類圖片的視覺探索工具，用戶在該平台搜索房屋裝修設計、穿搭、化妝及髮型等圖片，以獲得設計靈感。

## Instagram直接點擊購物

社交媒體平台數據分析公司Sprout Social指出，Pinterest美國用戶中有高達89%習慣在購物或消費前，通過該平台搜索相關信息，因此該平台有大量消費資訊，為此Pinterest將點閱率轉化為導購力，推出「shop」功能，用戶可直接點擊圖片中相應物品的鏈接購物。

與此同時，社交媒體、圖片分享平台Instagram進一步完善電商業務，行政總裁Adam Mosseri表示，期望透過Instagram將買賣雙方及具影響力的人連接起來，目標是在查看到購物貼後，無需跳轉到第三方賣家的網站，而是直接可以在Instagram進行購買，進一步簡化流程。不過對於社交分享類的程式來說，Instagram的購物計劃是一項長期計劃，還需要技術支持。

Mosseri指出，Instagram還需加入消費者保護，以及各商家網站系統化管理的技術。他亦提出一個願景，即Instagram及其他社交媒體公司進入亞馬遜或阿里巴巴等電商巨頭的市場領域中後，未來會逐漸形成更多集社交、娛樂、購物眾多功能於一身的「超級應用」。

## 四大網絡平台電商業務對比

網絡平台	類型	電商業務發展
Verishop	網上購物平台	發布最新「社交購物」概念程式，用戶在瀏覽視頻及圖片後，可直接點擊貼文購買物品
Instagram	圖片分享社交媒體平台	除了加入商家廣告及鏈接之外，還研究無需跳轉到第三方網站，直接在Instagram購買物品的支付功能
TikTok	抖音海外版本、短視頻分享平台	為一些高質素、能穩定輸出短視頻內容的高權重創作者們，開通購物車名額，目標成為海外第一短視頻營銷平台
Pinterest	創意工作的視覺探索工具，或設計類圖片分享平台	新增「shop」功能，用戶在搜索到喜歡圖片，或心儀的設計類方案時，能夠直接點擊圖片中相應物品的鏈接進行購買

大公報製表

## 美電商業務今年料增長37%

【大公報訊】因疫情而實施封鎖措施期間，消費者支出進一步向電商領域轉移。摩根士丹利的分析師指出，看好可投放網絡廣告的Facebook、Snap、Pinterest等社交媒體平台的前景。

摩根士丹利分析師Brian Nowak指出，消費者支出從旅遊、餐飲及其他娛樂體驗向電商的轉移步伐加快，因為美國消費者在電商領域的支出從2月份的按年升13%加快至5及6月份的按年升

60%及65%。Nowak表示，在5月至6月期間新增的1000億美元消費者支出中，電商佔約30%，高於4月至5月時的13%。

摩根士丹利的分析報告指出，雖然美國的實體經濟正在逐漸重新開放，但預計愈來愈多消費者轉向網上購物，此行為的改變將推升電商繁榮發展，2020年美國電商業務的預計增長數字從20%提升至37%。