

無視季績優 大選未明朗 美股倒跌

【大公報訊】雖然新冠肺炎疫情惡化威脅美國經濟復甦，但是，美國企業業績整體繼續理想，抵銷了部分不利因素，美國股市早段繼續上升，惟受大選不明朗因素困擾，道指很快已倒跌126點報28237點。與此同時美元再次下跌，美債孳息則續升。

美國標準普爾五百指數連升兩天，令全周跌勢收窄至約0.5%。直至今日，公布了第三季業績的美企共有135家，有八成四的成績優於預期，平均盈利比預期好一成八。

美國時裝品牌店舖Gap昨日宣布，在

未來數年將會關閉北美洲350間店舖，其中有220家是Gap商店，另外130家則屬於北美洲的Banana Republic店舖，令Gap旗下的店舖，日後將有八成是在商場以外的地方營運。該公司股價早段上升近2%至21.55美元。

Gap關350店股價揚

Gap表示，削店的時間是在2024年以前，而受到影響的店舖為現有的三分之一，該公司將會把業務集中在電子商貿方面。

事實上，在新冠肺炎疫情下，Gap和

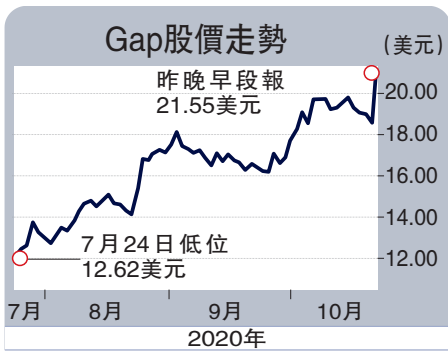
其他零售店正努力重組業務，因肺炎在春季和初夏曾令不少店舖，例如服裝零售店等被迫關閉，招致重大損失。美國經濟早前曾一度幾乎完全封閉，令不少購物者被迫轉為網上購物，分析員相信，這個改變將會是永遠的。

Gap創辦於1969年，該品牌行政總裁Mark Breitbard在昨日表示，他們一向過於依賴低生產力和高租金的店舖，因此在過去六個月以來，一直研究未來的物業政策，現決定加快轉變為一家多元化的機構。

然而，Gap卻計劃投放更多資源在廉



價的Old Navy和Athleta品牌的店舖上。該公司高層職員表示，Old Navy在最近一年錄得年銷售額80億美元，預期在



2024年將會增加至100億美元。現在的計劃是在未來三年內，加開30至40家新店。Old Navy目前共有約1200家店舖。

疫下居家 芭比娃娃銷售大升三成

美泰收入十七年最好 股價飆12%

疫情之下，除了居家工作，如何照料孩子亦成為家長們的難題。事實證明，芭比、孩之寶 (Hasbro) 及Lego等玩具成為了疫情下家長們的首選，因為想讓孩子們避免過多依賴電子產品。玩具大廠美泰 (Mattel) 集團公布業績，受惠於旗下經典品牌芭比娃娃銷售額飆升三成，帶動美泰第三季收入增長一成，公司指，這是芭比自2003年以來最佳單季表現。美泰股價開盤後大升12.15%報14.49美元。

購物季熱點

大公報記者 劉嘉儀

受惠於旗下芭比娃娃銷售額按年增長29%，Hot Wheels等品牌生產的汽車玩具銷售額增長6%，以及可動人偶、積木玩具及紙牌遊戲的銷售額按年增長14%，美泰銷售額按年升10%至16.3億美元，超過分析師預計的14.6億美元。盈利更是升逾3倍，至3.16億美元。

樂高大富翁等親子玩具大賣

電商業務方面，由於消費者擔憂染疫風險不願意前往實體商店，季內網上銷售額按年大升50%，且網購銷售額佔總銷售的比例大約為三成。

疫情期間，居家隔離措施推動了芭比娃娃的銷情，美泰指，由於需要長期居家，家長們更願意找尋電子產品之外、令孩子獲得快樂的娛樂方式。芭比娃娃作為擁有62年歷史的品牌，是家長們孩童時期熟悉的玩具之一，因此很多家長都選擇購買美泰旗下的芭比，又或者



▲美泰集團行政總裁Ynon Kreiz表示，預計芭比第四季的銷售額將增長50%

玩具產業出版物《Toy Insider》及《The Toy Book》資深編輯James Zahn亦指出，今年，由於居家隔離措施，父母可以參與孩子一起玩耍的玩具大受歡迎，例如芭比、大富翁等棋盤類遊戲，以及Lego積木等。

美泰指，集團目前將重心放在假日購物季，正與零售商密切合作，確保商店有足夠的玩具以供出售。美泰集團行政總裁Ynon Kreiz表示，預計芭比第四季的銷售額將增長50%，推動集團整體銷售額以兩位數的速度強勁增長。

事實上，芭比不是唯一一間受惠於居家隔離措施的玩具品牌，不久前摩根大通的分析師就指，在前往沃爾瑪及Target門店實際調研後，發現芭比、孩之寶 (Hasbro) 及Lego等經典玩具品牌的貨架有所增加，因此看好這些玩具品牌在假日購物季期間的銷情。

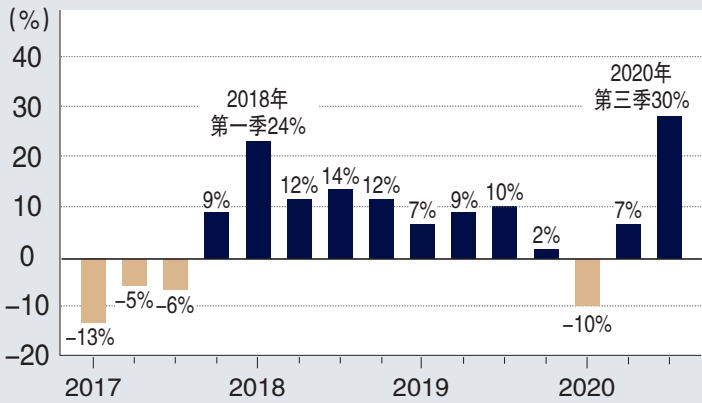
孩之寶目標價升至100美元

行業分析師表示，芭比娃娃將是今個假日購物季中最受歡迎的禮物。摩根大通分析師在報告中指出，鑒於美泰會在假日購物季前推出更多新產品，例如芭比家庭及其他遊戲套裝，因此預計芭比的銷售勢頭將持續整個購物假日季，成為購物季最受歡迎的玩具。另外，分析員還看好另一間主打棋盤類遊戲的玩具公司孩之寶，將其目標價從73美元上調至100美元，美股開盤後，孩之寶曾升2.4%報92美元。

美泰股價走勢



美泰旗下芭比娃娃銷售增長



美泰近年來緊跟潮流推出新產品

時間	推出新產品
2019年3月	推出韓國流行音樂 (K-pop) 男團BTS芭比娃娃
2019年2月	推出椅輪芭比及裝有可拆卸義肢的芭比
2017年	芭比旗下「時尚達人」系列推出40種涵蓋11種膚色、28種髮型及7種體型的新玩偶
2016年	芭比擁有了嬌小或高挑的豐富體型
2015年	推出以全球不同領域的傑出女性為原型的「Shero」娃娃系列

大公報製表

▲芭比娃娃在疫情下大受歡迎

零售商積極補貨 不再錯失良機

【財經觀察】李耀華

美泰昨日公布了第三季業績較預期佳，並比次季好得多。然而，美泰和孩之寶等玩具公司，其實在次季的銷情也不俗，但由於當時零售商不積極補充存貨，以至需求雖然熱熾，但以批發數量計算的營業額卻要下跌。美泰在第三季吸取教訓，要求零售商積極補充存貨後，營業額因而顯著反彈。

美泰和孩之寶兩大玩具商在次季公布業績時，曾表示疫情爆發期間，全球零售商的玩具銷售額大增，然而，其整體營業額卻大跌。美泰營業額在次季按年下跌了一成半，至7.32億美元，孩之寶更曾錄得29%的跌幅，至8.6億美元。

究其原因，零售商因當時新冠肺炎疫情被迫關店，所以即使消費者對美泰

和孩之寶的玩具有強勁需求，零售商卻不積極補充存貨，當存貨售罄後，店舖再無新貨供應以滿足消費者需求，令該公司白白失去了銷售良機。

以美泰旗下暢銷的芭比娃娃為例，次季在零售商層面的銷售年增了35%，但該公司當時公布的銷售額，卻僅錄得7%而已，原因是當時公布的，主要批發銷售，而非零售商的銷售額。相比起來，美泰昨日公布的芭比娃娃銷售額急增30%，相信是因為零售商已懂得積極補充存貨，以解決原來供不應求的問題。

美泰集團行政總裁Ynon Kreiz在接受訪問時表示，公司現在零售店的存貨仍然較去年同期少，所以正努力解決問題，避免再次出現過於供的情況。

其實美國新冠疫情在第三季，反

而比次季嚴重，若美泰的玩具銷情因疫情而銷量大跌，第三季的跌幅應比第二季嚴重才是，但銷售額卻不跌反升。由此可見，玩具需求一直未因新冠疫情而顯著下跌。

究其原因，肺炎肆虐美國後，各地大部分地區仍然關閉，各地學校亦相繼停課，家長為了孩童不致呆在家裏發悶，於是便多買些玩具，例如芭比娃娃等，以供他們玩樂。所以說，自從疫情在美國爆發後，芭比娃娃等玩具，一直大受歡迎。

直至年底，隨著感恩節、聖誕節等大節將至，在疫情未有緩和下，學童將被迫繼續停課，留在家裏接受網上課程。家長亦不可能如往年般帶同他們到海外度假，於是便唯有再多買一點玩具以作彌補。故相信美國玩具銷情在年底將會進一步興旺。

港虛銀Mox滿月 吸客3.5萬

【中環絮語】

【大公報訊】由渣打香港牽頭組成的虛擬銀行Mox自上月正式營業以來，至昨日剛好「滿月」。Mox表示，至今已吸有3.5萬名香港市民成為其客戶，平均戶口結餘超過7萬元。最快的開戶時間僅為2分57秒，「比煮一包即食麵更快」。

Mox是本港八家虛擬銀行之一，由渣打香港聯同電訊盈科、香港電訊及Trip.com攜手建立，於9月22日正式投



▲Mox是本港八家虛擬銀行之一，由渣打香港聯同電訊盈科、香港電訊及Trip.com攜手建立

入服務。Mox指出，由於客戶毋須花長時間排隊候開設銀行戶口，以該行為例，55%客戶是在傳統銀行營業時間以外開立Mox戶口。大部分客戶在開戶首天便存款到Mox，平均戶口結餘超過7萬元。

客戶消費行為方面，Mox指超過50%客戶已把Mox Card加到電子錢包；每10宗交易中，有6宗是實體店交易，有4宗是網上交易。Mox Card是一張全功能無號碼銀行卡，實體卡不會印上卡號、到期日或CVV驗證碼，令客戶遺失個人資料的風險得以降低。

疫情持續之下，Mox發現不少客戶着重培養自己的身心健康，使「身心健康」和「旅遊」（留港度假Staycation）成為最高消費項目。

目標儲蓄是Mox其中一項特色服務。客戶可以建立「目標」戶口把存款妥善分類，並為每個「目標」命名和實時追蹤儲蓄進度。Mox指出，客戶的整體「目標」儲蓄額高達74億港元，以應付將來的稅務、旅遊、保險和電子器材開支。客戶最多可建立5個「目標」。

歐商業活動轉弱 今季恐陷衰退

【大公報訊】歐洲疫情持續升溫，令原本緩慢復甦的歐洲經濟倒退一步，並增加了經濟再次陷入衰退的可能性。IHS Markit提供的數據顯示，歐洲的月度商業活動指標從9月份的50.4降至現時10月份的49.4，降至4個月低點。報告顯示，歐洲的製造業及服務業正走向不同的方向，製造業在復甦的同時，服務業卻因第二波疫情

受到打擊。

儘管目前，歐洲的經濟疲軟主要因為服務業，但這對於就業的影響以及對其他經濟部門產生的間接影響都令政策制定者感到擔憂。惡化的經濟前景增加了歐洲央行將擴大緊急購債計劃規模的可能性，各國政府亦將不得不延長援助計劃。IHS Markit警告稱，歐元區經濟可能在本季度再次陷

衰退，就業情況在10月份再次走低，人們的信心惡化，企業的訂單減少。IHS Markit首席商業經濟學家Chris Williamson表示，雖然總體經濟跌勢仍然不大，且低於第二季度預期的幅度，但經濟有可能再次轉為衰退，這令歐洲央行及各國政府面臨更大的壓力，因為要再推出財政刺激措施，以緩解封鎖措施對經濟的影響。