

美打金融戰反害華爾街

美國將收緊外國公司財務審計規則，意圖阻撓中國科創企業在美上市，此舉實際上損人不利己，靠害華爾街，並打擊全球投資者對美國全球金融中心的信心。

金針集

大衛



美國眾議院通過法案對外國公司財務審計與信息披露作出額外要求，規定企業要允許美國監管當局審查財務審計底稿與披露是否由外國政府擁有及控制，明眼人都看出這是美國政治打壓中國企業最新行動。早前參議院已通過該法案，預期美國總統特朗普會簽署成法。

阻上市損人不利己

值得注意的是，法案規定，若然外國企業三年內未能符合財務審計新規則，將會禁止在美上市交易，意味新規不但影響計劃赴美上市的中企，即使已在美上市的中概股，也面臨退市威脅。

美國居心叵測。由於在美上市的中企以國科創企業為主，收緊審計規則，背後目的就是拖慢中國創新發展步伐，但這樣實際上損人不利己，既不能阻撓中國科技進步與發展，且會弄巧反拙，隨時觸發在美上市的中概股大範圍退市，到頭來損害華爾街利益，影響美國作為全球金融中心的龍頭地位。

損美金融中心地位

根據資料顯示，截至今年十月止，在美上市的中概股合共有217間，市值達到2.2萬億美元，規模不算小，有不少中國科創龍頭企業，包括阿里巴巴、京東與百度等，部分已買保險在港作第二上市。如果美國繼續咄咄逼人，相信中概股回歸港股與A股以至索性從美退市陸續有來，勢必動搖美國作為全球創新融資中心地位。

事實上，中芯國際、廣深鐵路已先後撤銷在美國預託證券的交易，中概股退市潮一觸即發。至九月底止，今年共有二十多間中概股在美上市，佔美股跨境上市總數的一半。一旦中國科創企業捨美取港上市，華爾街將成為大輸家，交易所、投資銀行失去大單。

同時，繼阻礙中企在美上市之外，市場盛傳美國加強限制投資中國企業股份，計劃將更多中企列入出口與投資黑名單，限制美國投資者參與買賣，此舉



▲美國扭盡六王都要打壓中國企業，只會自傷經濟與金融。阿里巴巴等中概股昨日不跌反升，顯見投資者不買賬。

無疑斷了華爾街財路，全球經濟最大引擎在中國，不買中企股份，還有其他高增長、高回報的替代投資嗎？

華爾街恐失大單

限制美國基金與資產管理公司持有中國企業股份，美國金融業蒙受損失難以估計，基金界將面臨大型走資潮。儘管美國升級金融戰、擴大至資本

市場，但阿里巴巴等中概股股價昨日不跌反升，顯見投資者不買賬。美國無理針對中企，藉此阻撓中國經濟壯大與科技進步，終必注定失敗。可以預期新一輪中概股回歸潮將至，為香港資本市場帶來更大發展空間，可望打造成為新經濟股融資上市中心，從而有助吸引私募基金與風險投資基金落戶，逐步形成一個完整的科創生態圈。

業務重心移向亞太 滙控復勇

頭牌手記

沈金

港股昨日走勢反覆上揚。好與淡有如楚河漢界，頗為分明。總的概念仍然是：過去升得多者，有回吐而偏軟；跌得多者有趁低吸納而反彈。由於短線操作者多，所以要一隻股份「永續強勢」並不容易。

我想舉滙控為例。此股於九月底曾低見二十八元水平，然後緩慢收復失地，到昨日，已升上四十三元水平，亦即在兩個月左右的時間內，滙控回升了十五元之多。當然，若計到今年初滙控的六十元價位，現時仍有一段距離，不過能達到這個狀況，依然給揸家留下深刻印象。我想，主要原因是滙控管理層肯下決心改革，將業務重心重新移至包括中國內地而在內的亞太區，減少甚至

關停一些美歐業務。目標對頭，業務自然大有改善了。

滙控的堅挺，使得本地上市銀行股也齊步造好，渣打亦步亦趨，恒生、中銀也有捧場客。同本地銀行股比較，內銀股昨日的走勢就明顯轉弱，幾乎「全軍盡墨」，四大行跌幅均逾百分之一，頗為罕見。

再看本地地產股，昨日領導上升的是領展，漲百分之五，而在這以前，領展曾有過多日下跌的紀錄。

至於長實、新地、恒地、信置等股，亦一律下跌。

新經濟股在騰訊、小米帶動下再掀升浪。小米前日公布配股，股價下挫百分之六，昨日已告反彈百分之四，相當強悍，並排名十大成交額個股之第三位。

阿里的「壞消息」漸漸消化

，相信二五〇元這一關可以守穩，並挑戰二六〇關。有消息說，阿里的螞蟻將會重組，分拆不同業務，特別是線上金融這一塊，不宜與其他業務綁在一起，因為當局要監管的，正正是網上借貸和槓桿比率。撇除線上金融，螞蟻仍可以再申請上市。所以，有人估計螞蟻二〇二一年也來不及上市之說，未必可靠。另外，亦有消息說馬雲減持阿里巴巴，套現八百多億港元。馬雲靠「同股不同權」來控制阿里，論持股，最多的是軟庫，佔逾二成。軟庫並無減持，大股東紋風不動，這才重要。

恒指昨收二六七二八，升一九五點，成交一千三百五十四億元。

強勁復甦 蒙牛睇46.3元

大行點評

高

高盛發表報告指出，蒙牛乳業（02319）在今年下半年的銷售增長較行業及同業為快，主要是受到滲透率進一步提升，及乳酪類需求復甦

所支持。

該行表示，蒙牛近期的產品折扣持續收窄，反映集團及伊利在原奶價格上升的環境下，降低了推廣開支比率。展望明年，該行認為蒙牛在消費者板塊中有良

好定位，由於銷售增長依然強勁，及即使奶價成本增加，但毛利率仍有上升，因此估計集團明年盈利可有強勁復甦。高盛上調蒙牛股份目標價，由40.3元升至46.3元，重申「買入」評級。

樂遊私有化 利騰訊全球化地位

財語陸陳永陸

美國兩院跨黨派提出規模達到9000億元的新刺激法案，雖然參議院共和黨黨魁麥康奈爾仍堅持只接受約5000億元的規模，但眾議院、參議院民主黨黨魁及財政部長均已首肯，而兩大黨於大選過後暫時沒有爭拗，加上日前公布的ADP新增職位跌至7月以來新低，且幾乎所有行業的招聘都放緩，更迫切的是延長失業保險、暫緩繳學貸、房租保護令等多項包含在CARES Act 中的計劃會於年底到期，所以兩黨今年內都有機會四四六六拆拆數。

另外，美國聯儲局很大機會將於今個月議息後公布會否擴大買債，以及明年指引。目前市場對於經濟前景極度樂觀，異常亢奮，孳息率曲線較前幾個月明顯變得陡峭，顯然不是聯邦公開市場委員會樂於所見，因此有機會增加購買長債，再度壓平孳息率



曲線，將企業融資成本維持於低水平。

由此可見，直至今年年終前都有憧憬支撐股市，近日美股、韓股、台股就已屢試歷史新高，日股更是重返三十年前高位，資金全面擁抱風險資產，短期恒生指數於高位都會有所支撐，由指數換馬或基金再平衡導致的下跌，都會是為明年作部署的良好時機。

不過投資者要留意，近日資金主要流入舊經濟股，新經濟股明顯乏力。屬新經濟股一員的遊戲開發及發行商樂遊科技（01089）早前獲騰訊（00700）旗下公司

提私有化，作價每股3.3219元接近兩年高位，而且較公布前一個交易日收市價溢價約三成。除小股東可套現外，私有化有利樂遊和騰訊的長遠發展。

對樂遊而言，撤銷上市地位可省卻與遵守上市監管規定相關之行政成本及管理資源，變相可投入更多資源於遊戲開發，此對於一家需要投入大量時間、資源及金錢打造新遊戲和更新遊戲內容的公司來說非常重要，因此私有化成功將為樂遊的運營增添彈性。

而對騰訊而言，樂遊的收益主要來自加拿大市場，加上擁有國際知名的AAA遊戲開發工作室，私有化成功有利騰訊擴展全球化遊戲地位。

長遠來說，樂遊和騰訊整合所產生的協同效應有效提升管理與運營效率，對兩者有利無害。同時，在私有化方案作價相當理想的前提下，是次私有化對樂遊小股東而言亦是一個重整旗鼓的好時機。

（作者為獨立股評人）

心水股

寶尊電商(09991)

小米集團(01810)

騰訊(00700)

環保包裝勢成新趨勢

安里人語

徐佩芝

近日，美國知名影星Will Smith的兒子Jaden Smith的礦泉水品牌Just Water打入中國市場，引起熱話。估值超過1億美元的Just Water主要以環保作為賣點，以環保紙盒代替市面上常見的塑膠樽裝，即使塑膠部分也採用再生資源植物基塑膠，在生產過程中較同業減少排放74%的有害物質。

不止Just Water，越來越多品牌推出環保包裝。法國牛奶品牌Candia使用無鉛紙盒包裝的有機牛奶；經常見到的品牌可口可樂（NYSE：KO）、達能（EPA：BN）及雀巢（SWX：NESN）則推出植物基及生物基PET塑膠瓶，三者更宣布於2025年實現包裝環保化。除了品牌作出努力，包裝生產商也在環保領域有所貢獻。知名包裝品牌利樂在去年於歐洲率先推出新紙質飲筒，應用於兩款兒童飲品的包裝上，而且未為紙飲筒領域的創新申請專利保護，與同業共同探索

生物分解材料；德國罐裝及包裝系統供應商KHS亦推出首個由100%再生PET製成的可回收果汁瓶。

對消費者而言，隨着全球對環保和環境永續越來越重視，越來越多人開始關注有關食品及飲品包裝所產生的環境問題。調查數據顯示，植物基、可分解、可食用等永續性包裝與產品相關內容的透明度都逐漸列入消費者的考量，報告指出只要快速消費品在產品包裝上展現對「環境可持續發展」的支持，會獲得更加豐厚的回報。除此之外，38%的印度、德國及英國消費者希望了解所購買的食品飲料對地球的影響，大多數受訪者更指出，此類信息會相應增加他們與品牌的黏着性。

雖則「環保」二字往往帶來高成本的聯想，但隨着技術的革新，相信環保包裝日後會變得更觸手可及，未來可以期望食品與飲料品牌進行產品和服務創新，更容易地包裝回收或再利用，有效實現環境可持續發展的目標。

（作者為安里控股董事總經理）

內地電商增長勁 寶尊上望120元

個股解碼

鄭浩男

中國線上購物市場相當龐大，而且增長快速，交易總額由2015年的38039億元（人民幣，下同）增至2019年的99043億元，年複合增長率為27%，世界各地品牌都想進軍中國市場，相關需求下造就寶尊電商-SW（09991）的誕生。

集團是內地最大的品牌電商服務商，專注提供以品牌電商為核心的一站式商業解決方案，涉及店舖運營、數字營銷、IT解決方案、倉儲配送及客戶服務五大服務。集團現時主力向大型跨國企業提供服務，其中包括耐克、微軟和星巴克等大品牌。

同時，集團近年致力吸納內地品牌成為客戶，尤其中小型企業，因為在電商軟件和服務方面佔有優勢，有助中小型企業提升營運效率，加上新冠肺炎疫情加快中小型企業對電商業務的需求和增長，在疫情後期時代仍會持續，為集團帶來新增長點。

集團上月底公布今年第三季業績，淨營收按年升21.7%至18.3億元，純利按年升66.7%至6460萬元。於傳統電商淡季下，集團之商品成交金額按年升19.4%至108.5億元，合作夥伴的數目則按增加



16.6%至260個，充分顯示其業務及實力正在不斷獲得市場的認可。同時於雙11期間，商品成交金額全面打破歷史紀錄，同比增長54.8%至165億元，第四季業績增長料進一步加速。

集團已經有持續的盈利，加上其2020年預測市盈率（16.58x）處於合理水平，考慮到內地電商市場長遠增長空間巨大，估值仍有上升空間。技術走勢上，集團於今年9月來港作二次上市，上市後緩緩走高，投資者可考慮於10天線（約100.37港元）作初步買入，目標價為120港元，若果大成交易長期確認跌穿11月11日陰燭底部（約93.2港元）則止蝕。

（作者為招商永隆銀行證券分析師、證監會持牌人士，並沒持有上述股份）