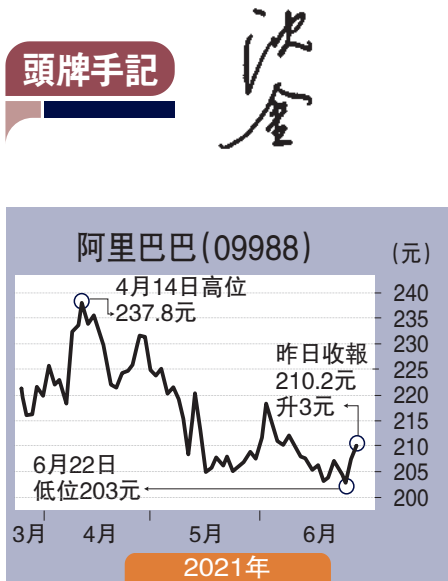


打好基礎 恒指伺機闖二萬九

港股昨日一度迫近二九〇〇〇關口，最高見二八九九三，只差七點子就到埗了！可惜投資者未有足夠的勇氣和凝聚強大的闖關能量之下，結果自然是過河不入，又悄悄地後撤。



我頭牌認為，大市還未準備好，故緩一緩，繼續玩上落市，有好處無壞處。這叫做「打樁」，又叫做讓你習慣新環境。畢竟前日勁升五〇七點，升得太多，短線客會腳軟者也。

美團成功優化營銷

政府新的債券上市，交易暢旺，一〇三元左右，是市場預期的合理價，每人最多分得三手，以三萬元成本而賺九百元（未計手續費），不止飲杯奶茶，而是可以食個大餐了。今次皆大歡喜，當有助下次銀髮債券的發行，受歡迎程度估計會更高。雖然申請年齡有限制，但息率料會比一般的政府債券高。

昨日新經濟股中，以美團（03960）和阿里巴巴（09988）表現較好。

上次我頭牌已經分析講過，美團為客戶免費提供管家服務，將使數以千計的外賣運營商得以優化營銷，實在是一個值得鼓勵的互惠互利模式，蓋外賣專門店銷售進展更快，對美團而言，亦是水漲而船高也。

阿里200元成支持位

至於阿里巴巴，最新的消息關乎大數據的使



◀ 螞蟻集團將與國企成立信用評分公司，以分享消費者數據，預期公司最快第三季成立，消息對阿里巴巴有正面作用。

用，外電報道阿里附屬螞蟻集團將與國企成立信用評分公司，以共享消費者數據，預期公司最快第三季成立。

若此議得以順利推行，則擾攘多時的大數據控制和分享問題，應可得到合理解決，這亦有助螞蟻集團回應監管當局的質詢，落得有個積極和正面的處理。正因為這樣，阿里已見走出二〇〇

元最後支持的谷底，昨日最高見二一二元六角，收二一〇元二角，升三元。

恒生指數昨收二八八八二點，上升六十五點。走勢最高見二八九九三點，最低則為二八七八二點，成交一千三百四十億元。此為第二日上升，兩日共進賬五七二點，離二九〇〇〇尚有一〇八點。

阿里巴巴 (09988) 中電信 (00728) 長城汽車 (02333)

心水股

內需增長強穩 小米上攻33元

經紀愛股

環顧港股的市勢，仍然處於長線走勢之中的整固階段，恒生指數多次挑戰30000點以下水平的阻力區，惟屢次攀上29000點心理關口水平之後，高位承接力虛，為對沖基金及動量基金等外資策略沽盤締造一個造淡的平台，多次在29000點以上水平大舉投入，尤其最近兩年，利淡因素頗多，由地緣政局、貿易摩擦、疫情反覆，以至經濟數據，均可闡釋為造淡的材料，因此承接力稍稍不足，已促成下行市況。

不過，由於舉足輕重的指數成份股，已落入強者手中，因此配合衍生工具淡倉的拋空活動，力度遠不及數年前，一旦遇上對撼局面，屢見反倉挾上，促成跟風造淡的力量更為退



減，是低位承接力穩，技術反彈力強的現象。而資金主要在新科技板塊、內銀股、電信股、汽車股以及內需板塊等交替流轉，料防守性較強的股份，表現勝大市。

小米集團（01810）較早前股價一度攀上30.45元高點後回順，股價步入整固期，日前下試50天移動平均

線後企穩，料已確認支持，目前此線在27元水平，成為下線支持，預測日內完成技術調整，一旦重返10天移動平均線的27.95元之上，則是延展中期升浪的啟示。

至於小米集團的業務，主要是電子相關的智能家電如電視及音箱，另外有智能工具及智能手機等，由於內地經濟已重拾正軌，內需增長強穩，市場預期內地經濟維持高增長，因此市場預期內需股盈利增長強。以現水平計算，此股的市盈率在26倍左右，市場普遍可以接受一個較高的預期市盈率，成為投資機構入市的根據。

伺機在27元水平吸納，第一個上線目標在前一個高點的30元水平，而下一個中期升浪高位可望在33元以上出現。而下線參考位在26.1元。

（作者為獨立股評人）

中電信逐步提高派息率 摩通睇4.5元

券商點評

摩根大通發表研究報告，引述中電信（00728）管理層指引2021至2025年間收入及盈利加快增長，預料工業數碼化收入增長期內加快至30%。中電信正探索5G的2B應用場景，預期移動ARPU持續復甦，受惠5G服務進一步滲透；其A股上市最快8月完成，當中50%新股將配發予戰略投資者。公司偏好引進機構投資者多於純粹投資者，以豐富中電信生態系統。

公司目標即使在A股上市帶來13%至15%攤薄後，維持每股派息數值。報告稱，本周較早時間公司宣布未來擬大幅提升派息比率，意味今

年股息率幾乎保證高於6.5%，未來三年並逐漸增加。該行維持予中電信「增持」評級，目標價4.5元，受惠派息前景改善及穩固增長展望。

瑞信：長汽下半年銷量年升24%

瑞信發表報告表示，長城汽車（02333）於6月首三周旗下哈弗及魏牌（WEY）錄得進取性銷售表現，按年升18%（按月升3%），料公司旗下越野車品牌「坦克」6月付運或達紀錄高位，而公司6月首二十天付運量按月升10%至4.9萬輛，該行估計長汽今年6月銷量可按年升10%至9萬輛（按月持平）。

該行指，長汽料6月銷量可錄雙

位數字增長，可優於行業按年下跌的表現，因全球部分行業巨頭受到芯片短缺的影響。瑞信料長汽今年可達到銷量149萬輛的目標，即估計今年下半年銷量按年升24%。

瑞信維持長汽「跑贏大市」評級及目標價40元，屬行業首選股之一，該行對中資汽車股喜愛的優先排列，第一位為蔚來汽車（NIO.US）、第二位為小鵬汽車（XPEV.US）、第三位理想汽車（LI.US）、第四位為長汽、第五位為比亞迪（01211）、第六位吉利（00175）、第七位東風（00489）、其後跟着依次序為廣汽（02238）、北汽（01958）、華晨中國（01114）。

底部橫行區待發力 神州控股可收集



恒生指數過去幾日缺乏方向，於28000至29000之間徘徊。美國兩黨在基建法案上似乎取得初步共識，目前正與白宮官員商討細節，但有關支出在未來8年攤開執行，相信無論成事與否都不會對市況有所衝擊。反而周中美聯儲局有多位官員接力演講，由內容得知目前會內對收水及加息與否的意見似乎各佔半數，造成大市日升日跌的走勢。

至於半年結方面，近日人行將逆回購量加碼至300億元人民幣，釋放流動性維穩的訊號，同時內房債價回升，中國恒大（03333）為短期內到期的美元債備妥所有還款資金，水緊

一事似乎暫時告一段落，資金面短期應該不會出大問題。

美股納指日前破頂，科技、醫藥等長線增長股特別強勢，有關股份來季很可能會跑贏大市，可作為選股方向。未來數日接近期結，爭持形勢應最少維持到月尾，相信市況將於7月頭變得明朗，屆時或有較好的入市時機。

神州控股（00861）「神旗」信創產業基地日前於延邊州正式開工，基地由延邊州人民政府以及集團共同籌辦，以研發設計、生產製造、創新集成、人才培養為核心，聯合打造自主可控的信創產業軟硬體生態體系，在政務、基礎、產業和社會等重點領域的應用示範，爭創內地信創第一品牌。

其實，集團旗下因特睿為吉林省

的獨角獸科技公司，其經營的「燕雲DaaS」一直協助地方部委匯集和融合大量數據，平均節省九成以上溝通協調時間，將項目實施周期縮短一半，過去中標多個大型智慧城市3.0項目。未來數日接近期結，爭持形勢應最少維持到月尾，相信市況將於7月頭變得明朗，屆時或有較好的入市時機。因此，公司早前獲吉林省委書記走訪調研並給予充分肯定，未來將全面對接「數字吉林」建設，積極參與吉林省冰雪經濟、智能製造、智能網聯、數字農業等建設，強化與吉林高校、院所、企業合作，打造數字經濟的標桿模型，為全國數字化轉型帶來示範作用。由此可知，集團亦有十分廣闊的發展空間，股價走勢早形成大型橫行區，現處底部位置，建議趁機收集。

（作者為獨立股評人）

洞悉喜好習慣 國貨海外爆紅

安里人語

徐佩芝

提起「快時尚」（Fast fashion），多數人會想起國外品牌如Zara、H&M或UNIQLO。正當外國品牌成行成市，中國的快時尚品牌如SHEIN卻在外國迅速崛起，成為美國下載次數最多的購物應用程序，打破長居首位的亞馬遜紀錄。

近年，越來越多時尚品牌採取DTC（Direct to Consumers）的經營模式，直接透過自家官方線上渠道例如網站或APP向消費者出售產品，大大降低營運成本之餘，更能完全掌握消費者數據，相較於依靠亞馬遜或其他電商平台銷售的時裝品牌更具優勢。此外，中國快時尚品牌的目標客戶群多為國外青少年，從歐美市場着手，然後擴展至中東及印度這類與中國相似的增量市場。由於外國主打價格低廉時尚的服裝品牌市場較少，中國快時尚品牌便能從芸芸競爭者中突圍，更容易打響知名度，殺出一條新血路。

內地品牌抓住青少年的特點，利用國外熱門的社交媒體投放大量廣告作宣傳，例如在Pinterest上載的產品照片是

以簡約的歐美風格為主，迎合客戶群組的喜好。

其次，品牌看準歐美市場網紅營銷的流量，在Facebook、Instagram、TikTok等平台與網紅合作，向支持者推銷產品，增加曝光率和潛在客戶群。

為了更精準地掌握用戶喜好，商家還透過Google Trend Finder實時追蹤各國與時尚產業的熱門搜索詞，了解年輕人的愛好，以低價位向消費者出售合適的產品。鑒於大部分年輕人喜歡追隨最新的款式而較少購買昂貴的單件商品，因此，內地的快時尚品牌的網頁上無時無刻都在減價，這些停不下的折扣使消費者開始「上癮」。商家利用人性弱點以低價商品招徠，在這點拿捏得相當巧妙。

雖然快時尚的產品質素一般，但基於價格因素及潮流迅速變化，消費者普遍不會嚴苛要求品質。由此可見，內地快時尚品牌精準的市場定位和了解客戶群組的特點，再配合適當的市場策略，使品牌在國外火速爆紅，並追上或甚至趕過國外品牌。

（安里控股董事總經理）

京東估值吸引 280元分段吸納

個股解碼

楊韻銳

京東（09618）的「618」購物節增長強勁，電子產品及超市貨品業務領導地位穩固，「京東到家」及「京東全城購」成為新增長動力，股價近日受科技股行業氣氛拖累而回落，給予投資者收集股份的好時機。

電商平台穩步增長

集團今年的「618」店慶購物節表現強勁，由6月1日至6月18日整個促銷活動期間的累計下單金額超過3438億元人民幣，在去年高基數下按年增長27.7%，並創新高。參與「618」的品牌及產品亦大幅增加，鞏固集團於超市貨品上的領先地位。「618」期間超市分部有超過3萬個新品牌或店鋪參與活動，有244萬件新產品於上架。

「全渠道」零售有望跑出

近年，電商平台均致力發展線上與線下結合的「全渠道」零售。京東推出「京東到家」及「京東全城購」兩項與第三方線下商戶合作的業務。「京東到家」與第三方零售商合作的平台，提供1小時送貨到家服務，主要包括超市商品、新鮮蔬果及藥妝等。

「京東全城購」進一步由京東向商戶提供智能營銷系統等。商戶可以在電商平台上進行營銷，配合實體分店的活動，優惠仔細至指定不同分店。業務可



以助京東擴大零售網絡；商戶則可以借助京東平台的流量，並精準分流至不同分店。兩項業務均有賴京東獨有的完善物流倉儲優勢，有望帶動京東在電商平台的「全渠道」零售戰中跑出。

政策風險細於個別同業

近日中資科網股的行業氣氛相對疲弱，京東的股價受到拖累。然而，集團於電商平台競爭規管中屬於受惠者（禁止「二選一」），於金融業務和社區團購方面擴張有序，政策風險相較個別同業小。股份現水平估值吸引，仍未完全反映增長潛力及「全渠道」零售中的優勢地位。投資者可以考慮於10天線約280元開始累積股份，上望4月初高位約338元，若出現大成失守前低位約260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）