

女人股Beauty Group籌23億

擁多個化妝品時裝品牌 零售店遍內地本港

香港文匯報訊(記者 劉璇)近年來,來港上市的企业類型五花八門,包括資源、餐飲,以及近两年大熱的奢侈品牌企業等。此外,本港近年來不斷湧現教育股,如現代教育(1082)、兒童用品股如好孩子(1086)、博士蛙(1698),是次又有賺女人錢的美容、服飾及生活休閒的Beauty Group計劃今年上半年來港上市,再一次證明了俗話「女人和小孩的錢最好賺」。是次「女人股」Beauty Group集資3億美元(約23.4億港元),摩根大通及瑞銀負責安排有關交易。

據湯森路透旗下IFR消息,Beauty Group在內地及本港兩地開設零售店舖,旗下擁有多個國際知名品牌,包括Bioscreen(保仙健)、Ingrid Millet(英格蜜爾)、女裝Maud Frizon等自家品牌;除此之外,又同時持有意大利名牌Piero Guidi(皮爾古迪)及范思哲(Versace Collection)的經銷權。

Beauty Group源於廖輝臣於1920年創立弼臣銀行,之後其子廖桂昌創立啟時有限公司,主要業務為服裝出口及鐘錶經銷貿易。廖桂昌之子廖敬邦於1988年成為該集團董事長。1994年起,啟時以YVES ROCHER美露芝品

牌旗下於香港開設其首間美容中心,開始涉足美容事業。目前,該集團在內地已有17個地區辦事處,亦籌備於濟南和重慶加設地區辦事處。

陽光油砂引中投中石化母

多隻曾延遲上市的新股蠢蠢欲動。路透消息稱,押後上市計劃的加拿大石油勘探商陽光油砂擬引入中投公司、中石化(0386)母公司,及以華盛頓為基地的基金公司EIG Global Energy Partners作為其價值7億美元香港IPO的基礎投資者。消息稱,上述三名投資者將合

共認購價值3.5億美元的陽光油砂IPO股份,相當於其IPO規模的一半。其中,中投公司和中石化集團將分別認購價值1.5億美元的股份,而EIG將認購5,000萬美元股份。

中國有色分拆贊比亞銅資產

中國有色(8306)擬分拆旗下位於贊比亞的核心銅資產來港上市,集資約78億元。公司於贊比亞國內4個部門分別有Chambishi銅礦、Luanshya銅礦及贊比亞的兩個銅冶煉廠。去年該公司礦業在贊比亞的粗銅產量為15萬噸,而其自有銅礦產量則接近5萬噸。中國有色原計劃去年將贊比亞資產上市,籌資規模為10億至12億美元,但受市況不明朗影響延遲計劃。

此外,於去年延遲上市計劃的中大礦業,視市況研究於今年首季重提來港上市。有消息稱,中大礦業不會在首季重新來港上市,現階段未有任何上市時間表。中大礦業於河北及遼寧經營鐵礦石礦場,原計劃在2011年11月在港掛牌,集資約15.6億元,惟受市況波動影響決定推遲上市計劃。



Beauty Group擁有多個國際知名品牌,包括Bioscreen、Ingrid Millet等。圖為Ingrid Millet金鐘分店。

貿發局:留意金磚國風險



財政司司長曾俊華(左八)及中國外交部駐港特派員公署領事部主任朱桃英等主持《直擊金磚五國》節目啟播儀式。

2011年香港對金磚五國出口表現

金磚五國	中國內地	印度	巴西	俄羅斯	南非	
價值(百萬美元)	240,612	224,020	11,989	2,042	1,748	812
變幅(%)	+10.2	+9.3	+25.6	+23.2	+18.0	+8.9

資料來源:香港貿易統計、政府統計處 製表:香港文匯報記者 黃詩韻

2011年金磚五國經濟指標

	巴西	俄羅斯	印度	中國內地	南非
2012GDP預測(%)	3.0	3.3	7.0	8.2	2.5
2007至2011年平均經濟增長(%)	4.2	2.8	8.0	10.5	2.7
GDP(億美元)	25,179	18,849	18,434	74,851	4,220
人口(百萬)	195	142	1,207	1,348	50.6
人均收入(美元)	12,900	13,200	1,500	5,200	8,300
儲蓄佔GDP比例(%)*	17	28	34	53	16

*註:2010年數據 資料來源:國際貨幣基金組織、世界銀行、國家統計局 製表:香港文匯報記者 黃詩韻

香港文匯報訊(記者 黃詩韻)歐美經濟不振,全球復甦步伐不穩定,不少港商希望借開拓新市場發展業務,為企業闖出一條新路,政府及貿發局近年也大力推廣及加強與新興市場合作。不過,貿發局昨日提醒企業,新興市場雖然商機處處,BRICS(金磚五國)提供的投資機會吸引港商進駐,惟需留意潛在風險及挑戰。

曾俊華:降低歐美不景影響

香港出口到金磚五國數字不斷上升。財政司司長曾俊華昨指,2008年,香港對印度出口增長達50%;2010年,香港對俄羅斯出口數字更增加超過1倍;同年,港對巴西及南非出口分別增長逾40%及20%。去年底,港交所開始與巴西、俄羅斯、印度及南非證券交易所成立聯盟,加強香港與金磚五國之間經濟聯繫。本港將會與俄羅斯展開促進和保護投資協定談判,亦會利用CEPA框架,加強各地合作,減低歐美經濟轉弱對香港造成影響。

究竟新興市場有何優勢?據國際貨幣基金組織數據,新興經濟體今年平均有5.4%經濟增長。貿發局助理首席經濟師潘永才表示,就各國而言,中國推動內需市場、奢侈品消費強勁;俄羅斯隨能源與商品價格攀升,有較佳前景;印度人口料於2025年超越中國,中產人口將破5億;巴西將有2014世界盃及2016奧運等國際盛事支持;南非資源豐富,中產人數增長快,優勢皆吸引。

ODM及OBM模式較佳

但潘永才指出,與已發展市場相比,新興市場中小型進口商更關注成本,除非獲資

助,否則遠赴外地採購不划算,中國仍是大部分產品首要採購地。此外,新興市場潛在風險及挑戰尚存。例如,文化及喜好差異、語言障礙、官僚作風、基建不足等都需留意。業務方式若以OEM(代工生產)進行,似乎不太受落,貿發局總結,ODM(委託設計生產)及OBM(自有品牌生產)成功勝算較高。

在印度,由於多品牌發展遭受反對,印度政府強行收回計劃,故多品牌發展商家目前還難以拓展該地。但當局終於通過進一步向外資開放零售市場,單一品牌投資可由51%增至全資,惟較多企業選擇特許經營或合資方式,降低營商風險。貿發局助理首席經濟師何達權指,現時香港對印度出口產品近半是玉石、珠寶。但自2005年至2011年,增長速度最快的是銀及銅產品,幅度達208.9%。

鴻福堂:北上宜先做足功課

中國市場方面,貿發局高級經濟師黃醒彪表示,政府除鼓勵私人消費外,亦推動專業服務及生活性服務業發展,餐飲、美容、健身等囊括其中,至於各城市傳統百貨公司,趨向重新定位及重整產品結構,湧入新品牌,商機就在眼前。惟鴻福堂集團執行董事司徒永富提醒,中國各城市消費模式存在差異,經商亦遇不少困難。若選擇開設門市店舖,申請證照、審批等程序無適當配套,有旗下店舖曾立空租,亦有分店選址人流不足,仍處投資期,故他認為有協同效應的推廣、進入中國市場前做足功課為重要。他不排除日後以合資形式擴充業務,尋找實力與該集團相當的企業,共同進駐。

港去年珠寶出口額升35%



香港珠寶玉石廠商會會長劉偉光昨日表示,去年香港貴金屬、珍珠及寶石首飾的出口總值達466億元,按年升35%,雖然今年歐美經濟不振,但相信香港貴金屬、珍珠及寶石首飾出口額,保守估計可保持一成升幅,出口表現較其它行業為佳。

鑽石價格看升近10%

香港鑽石總會會長馬耀宜表示,由2003年起,鑽石價格一直跟隨黃金價格穩步上升,至2008年底,重3至5卡的貴價鑽石升值幅度已達到兩倍,雖然在金融海嘯期間價格回落,但在去年第三季,貴價鑽石價格再次上升,並超越08年的價位。馬耀宜又指出,重量為10份或以下的碎鑽價格,近年亦升值八至九成,主因是現時市面上

有不少鑽飾,均需要以碎鑽襯托,令碎鑽需求持續上升。他預期,貴價及細價鑽石,未來升值幅度將介乎5%至10%,但仍要視乎未來市場需求。

3100展商參展創紀錄

「香港國際珠寶展2012」吸引48個國家和地區共超過3,100家展商參加,為歷屆之冠。香港貿發局副總裁周啟良表示,新興市場如金磚五國的經濟持續增長,其消費者的購買力有增無減,對珠寶首飾的需求殷切,為業界造就了不少商機。香港國際珠寶展不但為參展商打開進軍新興市場的門戶,也為本地和海外業者提供了理想的交流平台。他說,環球市況不景,海外買家出外採購的次數可能減少,將集中參加一些較大型的展覽,相信不少海外買家會來港參展。

是屆珠寶展設有多個主題展區,包括集中展示品牌珠寶首飾的「品牌精粹廊」、凝聚工藝傑作的「珠寶精粹廊」、集中展示未鑲嵌珍珠、鑽石和寶石的「自然瑰寶」、網羅香港生產商華麗首飾的「瑰麗珠寶館」等,方便買家尋找所需產品。此外,享譽國際的Paspaley南洋珍珠拍賣會(2月14至16日)及Robert Wan大溪地珍珠拍賣會(2月18至19日)亦將在會場舉行。同時,安特惠普世界鑽石中心、以色列鑽石協會、以色列出口與國際合作協會、國際寶石協會、日本珠寶協會、日本珍珠出口商會國際鉑金協會7個業界組織,將分別設有展館。

天貓冀今年交易額2000億



天貓國際業務總經理黎文表示,本港品牌及零售商可借助天貓打入內地市場。香港文匯報記者劉璇攝

香港文匯報訊(記者 劉璇)阿里巴巴(1688)母公司阿里巴巴集團旗下天貓國際業務總經理黎文表示,香港市場對天貓而言非常重要,從2009年至今香港會員數已有接近2倍的增长,消費額亦持續增加。2011年天貓商品交易額超過1,000億元(人民幣,下同),較前一年增3.5倍,希望2012年交易額翻倍達到2,000億元。天貓為阿里巴巴集團旗下的B2C購物網站淘寶商城。

莎莎周大福等首批進駐

黎文表示,天貓作為打通商家和消費者的平台,提供一個最短的橋樑。對於香港出口放緩,許多中小企希望打入內地市場,黎文稱,天貓是一個開放平台,向所有合資格的公司開放,公司在香港商家和

內地消費者之間建立橋樑。同時,天貓將在工業總會等機構協助下,與本地品牌和零售商合作,借助天貓平台將香港產品推向內地市場。他續說,雖然天貓是網購平台,但對進駐的商家要求與線下一致,因此香港商家需要申請相關牌照、有銷售權等要求。莎莎(0178)、周大福(1929)和周生生(0116)及I.T(0999)等本港品牌已經作為第一批商家進駐天貓,反應均很理想。

黎文指出,人民幣升值對本港消費者網購內地產品的影響較大,但當本港物價都在上漲的情況下,相信本港消費者仍會選擇價格始終比商場優惠的網購渠道。至於消費者關心的假貨、退貨等問題,黎文回應稱,淘寶網和天貓現時擁有8億個產品,兩者均致力打擊假貨,去年合共刪除6,500萬件假貨。同時又建立投訴機制,若消費者買到假貨可得到5倍的賠償。

致力打假 買假貨獲賠5倍

內地網購市場每年都有接近100%的增長,但總交易額對比線下消費數字佔比僅為4%-5%,相比歐美7%-8%的佔比仍有大的發展空間。公司現時已與逾200家國際品牌合作,其中包括Coach等,未來會有更多的國際品牌進駐天貓,希望更多賣家參與網購,為消費者提供更多的選擇。現時消費者在天貓購買的消費品除傳統的女裝、鞋包,以及童裝外,消費模式亦發生了轉變,大型傢俬和燈飾等也成為消費者在網上購物的目標。

財金動態

港外儲資產2928億增2.59%

香港文匯報訊 金管局公布,本港於今年1月底止的官方外匯儲備資產為2,928億美元,較去年12月底增2.59%,相當於香港流通貨幣的8倍。連同未交收遠期合約在內,本港的外匯儲備資產為2,932億美元。

亞太雲計算聯盟成立



甲骨文公司亞太區執行副總裁歐陽保國(左三)、羅兵威永道亞太區科技業主管昂斯沃斯(右二)等為亞太雲計算聯盟成立剪綵。香港文匯報記者卓建安攝

香港文匯報訊(記者 卓建安)「Asia Pacific Cloud Alliance」(亞太雲計算聯盟)昨日在港宣布成立,希望積極推動亞太區的互聯性雲計算合作。首批加入亞太雲計算聯盟的企業包括甲骨文、羅兵威永道、香港的和記環球電訊、馬來西亞的VADS、韓國的LG CNS、澳洲的AAPT和澳洲電訊(Telstra)。

甲骨文和電LG等加入

據公布,亞太雲計算聯盟將廣泛聯合亞太地區的電信運營商及行業合作夥伴,積極推動合作,消除不同國家和地區、不同電信運營商之間的應用門檻及服務差異。

羅兵威永道亞太區科技業主管昂斯沃斯(Greg Unsworth)昨日出席亞太雲計算聯盟成立大會時表示,目前企業用戶對雲計算服務有一些擔憂,其中涉及安全、隱私以及與現有IT系統及應用的整合等方面,使得企業用戶尤其是跨國企業在廣泛區域內對雲計算的跨區域與跨國家的應用心存疑慮,但雲計算的重要優勢就是能夠幫助企業跨越地理界線與物理距離。

目前不少企業正積極邁向虛擬私有雲服務,其好處是為不同業務帶來更大的靈活性,為用戶提供最佳的服務,使IT部門成為優質的內部服務供應商。這樣的好處是不但能充分發揮運算資源,更可降低成本。

SK E&S增持中燃至10.54%

香港文匯報訊(記者 涂若奔)證監會資料披露,中國燃氣(0384)本周一獲主要股東韓國SK E&S以每股3.61至3.65元價格,增持500萬股股份,涉資約1,800萬元,持股比例升至10.54%。去年路透社曾引述SK控股新聞發言人透露,計劃斥資1,200億韓圓增持中國燃氣。而由去年12月中以來,該公司已累計增持近2.35億股股份,涉資8.5億元(約1,226億韓圓)。中國燃氣昨日升0.275%,收報3.64元。

港金出口內地年增2倍

香港文匯報訊 政府統計處的數據顯示,本港去年12月流入中國內地的黃金量環比下降62%至38.60噸。而統計去年全年,由本港流入中國內地的黃金數量達到427.877噸,較前一年的118.904噸大增逾兩倍。