

# 三溝攜手遼寧足球達雙贏

香港文匯報訊(記者 符曉寧、特約通訊員 李明宇)「足球是世界第一大運動項目，它擁有龐大的參與人群，而球迷朋友往往都坦蕩、豪飲。」這是三溝酒業董事長吳錚說過的一句話。

今年3月，中超聯賽開戰前夕，遼寧三溝酒業與遼寧宏運足球俱樂部簽署合作協議，在喜迎建廠150周年之際順利成為遼寧宏運足球隊戰略合作夥伴。

儀式現場，吳錚難掩對遼寧足球的讚賞之情：「中國足球關注度在升溫，足球掃黑風暴基本結束，足球環境逐漸好轉。遼寧地區足球基礎好、球迷強大，有很強的品牌忠誠度和消費潛力，遼足去年還獲得了第三名的好成績。三溝酒業牽手遼足，不僅對足球事業有利，也是我們體育營銷的一個新嘗試，會助推三溝早日成為東北第一品牌酒！」

## 綿勁美酒給力體育

作為中國綿勁型白酒典範，三溝一直在用體育精神詮釋綿文化的內涵。值得一提的是，2012—2013賽季CBA聯賽，三溝酒業繼續成為新賽季CBA聯賽官方供應商，三溝雪蘭酒仍為官方指定聯賽慶功酒。一家東北白酒企業與CBA合作9年，三溝也刷新了中國白酒體育營銷的紀錄。

據吳錚介紹，三溝人的體育營銷理念，經過國營時期的摸索、均股制時期的創新，在2003年二次轉制以後，才進入到更具智慧和魄力的成熟階段。此時，中國足球本身出現了這樣和那樣的問題，於

是，三溝把體育營銷的重點放在了新興的籃球領域。在2004—2005賽季的CBA中，三溝酒業投入資金數百萬，借助330場甲A聯賽這一備受國人關注的平台，將三溝品牌推向了全國。

## 體育營銷創造奇跡

2005年，三溝酒業簽約著名籃球明星巴特爾以後，體育營銷觀念從傳統的「精明」走向了內涵更深、視野更遠、襟懷更廣的「高明」。當三溝酒業的廣告牌出現在CBA和WCBA賽場時，當三溝形象代言人巴特爾又雄風再現時，振奮的不僅僅是三溝人自己，也包括在場上拚殺爭戰的阜新籍球員，更包括180萬轉型振興大潮中的阜新人民。

2008年，三溝酒業又和中國籃協阜新籃球學校強強聯手，共同組建了遼寧三溝酒業籃球俱樂部，以經濟支持體育，用體育促進經濟，拉開阜新第一支籃球俱樂部征戰全國職業聯賽的序幕，也為阜新這座中國籃球城做出了卓越貢獻。

就是這樣，科學的體育營銷觀加上15年的艱苦努力，從玩轉籃球到開始玩足球，借着體育，三溝酒業已經吹響了「建設綠色三溝園，打造東北第一酒」的衝鋒號。

近年來，三溝酒業的品牌影響力、白酒銷量、銷



■吳錚董事長檢查產品質量。 ■三溝酒業形象代言人、籃球明星巴特爾在CBA賽場上縱橫馳騁。

# 國際牡丹花會四月荷澤舉辦

香港文匯報訊(記者 何冉 濟南報導)記者從山東省政府新聞發佈會獲悉，2012荷澤國際牡丹花會將於4月6日開幕，屆時將有來自歐盟、東盟、港澳台等多個國家和地區的560餘客商參會。期間還將舉辦投資項目洽談會等活動，目前已有300餘項目正在洽談對接中，其中有包括香港參與的涉外項目8個，涉資1.6億美元。另據荷澤市商務局局長胡欽暢透露，今年7月荷澤市將隨山東省政府赴港招商。

## 世界最大生產基地

據荷澤市副市長黃秀玲介紹，目前荷澤牡丹栽培面積已達12萬畝，九大色系、十大花型、1237個品種獲得國家質檢總局原產地標記註冊認證。荷澤牡丹遠銷日本、美國、韓國、俄羅斯、法國、荷蘭、澳大利亞等30多個國家和地區。是當今中國牡丹最大的出口基地，同時也是世界上最大的牡丹生產、繁育、科研、觀賞基地。該市計劃拉長牡丹產業鏈，開展深度研發，牡丹籽油、牡丹酒、牡丹茶、牡丹食用菌、牡丹營養食品及日用品成為研發重點，到2020年，牡丹總產值將達到122.5億元(人民幣，下同)。荷澤國際牡丹花會自1992年舉辦首屆以來，至今已屆21屆，累計經濟貿易成交額達856億元，簽訂利用外資合同400餘項。上屆牡丹花會簽約項目27個，其中外資項目10個，投資總額9.62億美元，合同外資6.53億美元。

## 7月隨省府赴港招商

荷澤市商務局局長胡欽暢介紹，荷澤投資項目洽談會自2004年起由山東省商務廳、山東省貿促會與荷澤市政府聯合主辦。已吸引如華潤電力、東明石化等企業參與的多個大項目落地。此次投洽會將於4月17日至21日在國際牡丹花會期間舉辦，目前已有300餘項目正在洽談對接中，涉及石油化工、煤化工、商貿物流、新能源新材料、風電一體化等領域。其中有包括香港參與的涉外項目8個，涉資1.6億美元。另據胡欽暢透露，今年7月荷澤市將隨山東省政府一同赴港招商。

# 烏魯木齊今年擬引資332億

香港文匯報訊(實習記者 楊威 新疆報導)2012年，新疆首府計劃實現招商引資到位資金增長25%、總額達332億元的目標任務，重點吸引大企業大集團來烏魯木齊設立國際總部、全國總部或區域性總部。

據悉，2011年，烏魯木齊共實施招商引資項目564項，引進區外到位資金266.3億元，同比增長26.9%，比上年提高了7.5%。截至2011年底，已有世界500強及知名企業18家，中國500強企業81家入駐烏魯木齊。

據烏魯木齊招商服務局負責人介紹，新疆將重點吸引世界500強、全國500強企業以及國內行業50強等大企業

大集團到烏魯木齊市設地區性總部或分支機構，同時將借助亞歐博覽會大力發展會展經濟，申辦大型展覽會，打造西部和歐亞會展之都和包括會展片區、高鐵片區和城北新區等若干現代綜合商務功能區。吸引總部經濟、高端商務、文化創意和現代金融、物流企業等進駐。

目前，烏魯木齊市已聯繫接洽了包括上海綠地集團、廣東恒大集團、大連萬達集團、綠城集團、萬科集團等一批商業地產開發、房地產行業的龍頭企業集團，並將建設一批地標性商業地產項目，快速提升城市新區的區域輻射功能和形象定位。

# 澳門推創意多元旅遊拓韓年輕族



■澳門旅遊局副局長白文浩(右二)、駐韓國代表柳桓圭(右四)、韓國旅遊發展局長金根壽(右三)及Mode Tour行政總裁洪起政(右一)向嘉賓祝酒。

香港文匯報訊(記者 李潔穎 澳門報導)澳門特別行政區政府旅遊局副局長白文浩，聯同澳門近25名旅遊業界代表日前在韓國的首爾和釜山舉辦多項旅遊推廣活動，鼓勵兩地業界攜手合作。同時首次開設「澳門愛創作品牌遊擊隊」，力推創意多元旅遊吸引韓國年輕一族來澳。

此外，澳門旅遊局又分別在首爾和釜山舉行旅遊洽談會，首次推出「澳門旅遊產品宣傳計劃」，鼓勵業界積極參與並落實合作。出席洽談會的韓國業界若推出全新澳門旅遊產品，將有機會獲贊助。首場洽談會成功吸引約二百名首爾業界與澳門的航空公司、酒店及旅行社代表洽商，為兩地旅遊業界的合作和交流建立有效平台。

# 本報攜日商赴豫參加投洽會

香港文匯報訊(記者 程相達、周小舟、沙苗苗 鄭州報導)香港文匯報日本辦事處主任梁鐘文、記者高田彰日前與來自日本株式會社OPT副社長音無紀彥、日本株式會社TSC社長長崎健一行到達河南，參加第七屆中國河南國際投資貿易洽談會。

投洽會期間，梁鐘文一行四人將參加兩場重大活動及11場專項活動。

第七屆中國河南國際投洽會是歷史上主辦協辦單位最多、參會客商層次最高、簽約項目金額最大的一屆投洽會，此次赴豫參加第七屆國際投洽會，香港文匯報日本辦事處積極聯繫日本知名企業，冀與河南企業共謀發展，同時吸引更多日本企業來中國投資。

責任編輯：劉偉良

## 投資理財

英皇金融集團總裁 黃美斯

# 金匯動向 馮強

## 逢高沽售壓頂 日圓弱勢持續

美元兌日圓匯價上週受制於84.10附近阻力後，其走勢已略為偏軟，在跌穿83.00水平後，更一度於上週五短暫失守82.00水平。到本週初時段，美元兌日圓已逐漸作出反彈，並且更一度反覆走高至82.90附近。雖然日本央行行長白川明已表示要警惕超寬鬆貨幣政策所衍生的缺點及副作用，但由於日本財金官員現時仍較為傾向消除通縮的情況下，日本央行現階段所推行的超寬鬆措施力度將不會輕易有所減退，再加上部分投資者還依然是持續逢高沽出日圓，因此美元兌日圓匯價暫時將不會遇到太大的回吐壓力，而美元兌日圓本週初能迅速重上82.90水平，亦已反映出該個狀況，所以預期美元兌日圓將會繼續有反覆上調空間。

另一方面，商品貨幣在經過上週早段的下跌後，近日已有穩步反彈的傾向，因此受到美元兌日圓以及紐元兌日圓等交叉匯價皆於本週初進一步向上作出反彈的帶動下，該情況將有助美元兌日圓的表現。此外，日本企業將於下周一開始其新的會計年度，所以當日圓近期的反覆下跌走勢還依然是沒有太大改變的影響下，不排除日本投資者將會傾向繼續把資金流向海外以取得較高回報，這將對日圓匯價構成進一步的下調壓力。故此預料，美元兌日圓將反覆走高至83.80水平。

## 金匯錦囊

現貨金價在經過上週尾段的反彈後，其反彈幅度已於本週初暫時受制於1,669美元附近阻力，並且更一度回軟至1,656美元附近。但由於美元近期的偏強走勢已略有趨於放緩的傾向，故此預料現貨金價將會反覆走高至1,675美元水平。



日圓：美元兌日圓將反覆走高至83.80水平。  
金價：現貨金價將反覆走高至1,675美元水平。

## 金匯出擊

# 歐債陰影漸退 歐元低位見支持

經濟智庫組織IFO周一公佈三月份德國IFO商業景氣指數為109.8，已連續第五個月上升，而二月份指數亦上修至109.7；同期IFO企業現況指數報117.4，二月份上修至102.7。分析指受惠於德國零售銷售好轉，加上通脹和油價未有對企業帶來重大影響，因而令指數造好。目前歐洲企業對歐債問題已經習慣，現時歐債沒有跡象會對企業帶來威脅，德國經濟有望避開衰退困擾。數據改變未有為歐元帶來上升，因單是德國數據改變不足以緩解投資者對歐元區整體經濟困境的擔憂，歐元周一早段仍處於1.3200水平徘徊。

過去一周，歐元兌美元方面表現頗為穩定，雖然上週中連日小幅承壓，一度低見1.3133，至上週五承著美元回弱下，而重新攀升，更觸及兩週高位1.3293，收報1.3271；只是仍見受限於近月的短期阻力1.33水平。迎接本週歐

元能否仍然平穩過渡，則要端視西班牙和意大利債券的標售結果，以判斷歐元區二線國家擔憂危機重燃是否具有依據。上週此兩國的公債價格均見下跌，因擔心西班牙在恢復財政方面進度緩慢。10年西班牙公債收益率周初曾升至兩個月高位的5.837%，指標10年期意大利公債收益率則於周五攀升至5.567%的三週多高位，雖然兩者在周五尾盤均見回落，但仍反映著投資人的部分緊張情緒。歐元區外交官上週表示，歐元區財長本週可能在哥本哈根就總計約7,000億歐元的救助資金更接近達成一致。至於美元方面，過往風險意願上升，美元會下滑，但今年這個局面似乎出現扭轉，美元更傾向得益於風險的發展，因美國數據近期基本上比市場廣泛預期的為好。

## 反彈阻力1.35水平

圖表走勢所見，歐元兌美元自上月尾接近1.35水平，反反覆覆跌落至本月中旬觸及1.30水平，但又見險守著這個心理關口，上週收盤至接近於中軸水平。當前隨着RSI及隨機指數的上揚跡象，以至MACD亦見利好訊號，可望歐元傾向尚見走高空間，而面臨挑戰的一大阻力則會是1.35關口。若以本週之短期走勢看，以1.33為頸線塑造了一個小型頭肩底，因此若可破位1.33，計算伸延幅度更可指向1.36水平，而在附近的1.3615亦見200天平均線位於此。同時，自去年10月末至今今年1月中之跌勢中，計算其61.8%之反彈水平則會於1.3625。因此，可見1.36附近區域又一較大考驗。至於下方較近支持則預估在10天平均線1.3160及1.3050水平，而本週中守住的1.30關口仍會是關鍵支撐參考。

建議策略：1.3180 買入歐元，1.3050 止損，目標1.3300，1.3480。

## 3月27日重要經濟數據公布

14:00	瑞士	2月UBS消費指標。前值：0.92
14:00	德國	4月GfK消費信心指數。預測：6.1。前值：6.0
		2月進口物價年率。預測：+3.4%。前值：+3.7%
		2月進口物價月率。預測：+0.9%。前值：+1.3%
14:45	法國	3月消費信心指數。預測：82。前值：82
18:00	英國	3月工業聯盟(CBI)零售銷售差值。預測：-6。前值：-2
19:45	美國	ICSC/高盛連鎖店銷售(3月24日當周)。前值：0.9%
21:00		1月標普/Case-Shiller經季節調整房價指數月率。預測：-0.2%。前值：-0.5%
		1月標普/Case-Shiller房價指數年率。預測：-3.8%。前值：-4.0%
		1月標普/Case-Shiller未經季節調整房價指數月率。預測：-0.7%。前值：-1.1%
22:00		3月經濟諮商會消費信心指數。預測：70.0。前值：70.8
		3月里奇蒙聯邦儲備銀行綜合製造業指數。前值：20
22:30		3月達拉斯聯邦儲備銀行服務業活動指數。前值：22.8

# 消費股基金具吸引力

雖然全球經濟復甦跡象的背後，經濟上行風險也顯而易見，然而隨着指標不斷向好，消費股基金開年以來累計漲了15.09%，居其間行業股基金排行榜的前列位置；還是全球最大經濟體的美國，由於消費佔GDP的70%，其經濟正逐步回暖，對消費板塊股將會起着舉足輕重的支撐。 ■梁亨

據基金經理表示，在尼爾森調查的全球56個國家消費者信心指數，雖然各國仍有明顯的差異，但去年第四季的指數已較前一季略為上升，而美國去年的消費增長率也來到2.2%，為相關板塊股帶來了助益。

## 美消費增長 消費股添動力

以在巴菲特的巴郡投資也擁有449.7萬股的折扣零售商Dollar General為例，不僅連續三季淨利潤增長，第四季淨利在客流量和平均交易金額的上升帶動下，收入來到41.9億元(美元，下同)，較預期的41億元為佳，盈利更是增長31%或每股0.87元；業績曝光後，股價上週四的兩天就累計漲了6.15%，可見基本面才是股價的堅實支撐。

以佔今年來榜首的荷寶全球消費新趨勢股票基金為例，主要是透過不少於2/3總資產投資於受惠與消費支出的公司股票管理組合，以達成長期資本增值的目標。基金在2009、2010和2011年表現分別為64.68%、26.76%及-7.9%。基金平均市盈率及標準差為19.01倍及22.55%。資產百分比為101.55%股票和-1.55%現金。資產地區分布為54.26%北美、20.15%已發展歐洲大陸、10.85%英國、9.35%新興亞洲、3.71%已發展亞洲及1.69%拉丁美洲。

資產行業比重為43.36% 周期性消費、18.35% 防守性消費、17.56% 科技、13.31% 電訊、7.08% 工業及1.9% 金融服務。基金三大資產比重股票為2.28% Dollar General Corp.、2.27% Time Warner Cable及2.25% Lululemon Athletica Inc.。此外，正當市場驚嘆蘋果股價增長之餘，佔2.08%權重的Priceline.com股價在去年10月4日見52周新低的411.26元後，上週五已來到52周高位的717.17元。

有分析師指，由於未來數年的預估每股盈利有超過二成的年增長率，當每股盈利達50元時，股價將比蘋果更快上看1,000元，為持股基金帶來更上層樓助益。

## 消費股基金回報表現

基金	今年以來	近一年
荷寶全球消費新趨勢股票	20.21%	9.18%
ING(L)消費品投資基金P Cap	16.39%	16.11%
法巴環球耐用消費品股票基金 Cap	14.73%	11.72%
摩根環球消費主題(美元)A股(累計)	13.94%	-1.19%
匯豐新興消費概念基金AD	12.19%	-3.63%
瑞銀亞洲消費股票基金	10.78%	8.18%
恒生消費行業動力基金A1	10.04%	-12.01%