廣交會採購商成交額雙降

發言人：外需未根本好轉

香港文匯報訊（記者 古寧、李叢書）廣交會新聞發言人劉建軍4日介紹，第114屆廣交會累計出口成交1,946.1億元人民幣（折合316.9億美元），這是廣交會舉辦50多年來首次以人民幣公布出口成交額。與上一屆廣交會相比，本屆採購商與會人數及成交額雙雙下滑。第114屆廣交會的出口成交額環比上屆、同比去年秋交會出現雙降，分別下滑10.9%和3%。與此同時，本屆廣交會境外採購商與會人數環比下滑6.5%，同比僅微增0.1%。

劉建軍表示，本屆廣交會的背景是全球貿易呈低速增長狀態、國際市場競爭加劇、貿易摩擦形勢依然嚴峻。本屆廣交會總體運行方面，採購商與會人數基本保持穩定。他又指，出口成交的下滑表明，目前外需尚未根本好轉。

美成交增 金磚國大幅下滑

廣交會官方數據顯示，本屆廣交會境外採購商與會189,646人，來自212個國家（地區），與會人數比第113屆減少6.5%，比第112屆微增0.1%。與上屆同期相比，歐洲增長6.76%，亞洲減少6.16%，美洲減少10.8%，大洋洲減少10.1%，非洲減少21.8%。與第112屆同期相比，大洋洲增長3.5%，非洲增長1.08%，亞洲增長1.06%，歐洲增長0.50%，美洲減少0.53%。

從成交上看，美國市場開始復甦。在中國出口最主要的貿易夥伴歐盟、美國、日本、金磚國家和東盟中，美國是唯一增長的，較去年同期增幅超11%，環比上屆則增長1.7%。其中，對歐盟和日本成交環比分別下降8.3%和3.5%。

值得注意的是，對以往一直是出口增長點的金磚國家的成交則出現較大幅度下滑，較去年和今年春季下滑分別超過12%和17%。

■第114屆廣交會到會採購商出口成交雙降。

成交中短單為主 長單偏低

統計顯示，本屆廣交會成交以中短單為主，長單佔比依然偏低。成交訂單中，3個月以內的短單佔48.9%，3個月至6個月的中單佔34.9%，6個月以上的長單佔16.2%。劉建軍表示，本屆展會品牌展區成交比重提高，企業更加注重培育以技術、品牌、質量、服務為核心的外貿競爭新優勢。品牌展區成交環比下降4.5%，同比下降2%，成交比重提高6.1個百分點。

工總助「Q嘜」港企攻內地

■香港優質標誌局名譽主席鍾志平、工業總會主席劉展灝（右）參加Q嘜資助計劃起動禮。 涂若奔 攝

香港文匯報訊（記者 涂若奔）雖然港企在內地面對日益激烈的競爭壓力，但不少內地人對香港品牌情有獨鍾，從中帶來大量商機。工總昨宣布，推出香港「Q嘜」資助計劃，向首次申請「Q嘜認證」的本港企業提供一筆過最高達2萬元資助，進行產品測試和尋求顧問服務，提升產品和服務質素。計劃旨在透過提供現金資助，鼓勵更多香港企業認證品質，建立品牌，作為開拓內地市場的其中一個策略。

2萬資助鼓勵認證品質

工總主席劉展灝昨日在「香港『Q嘜』資助計劃起動禮暨產品與服務質量提升及如何成功打進國內市場研討會」上表示，工總很高興得到政府「BUD專項基金」的支持開展項目，為港商開拓內地市場提供具體支援。項目包括兩部分，分別是資助香港品牌進行品質認證的測試費用；以及在內地舉辦展覽和優質品牌推廣活動。

劉展灝又稱，雖然內地並非人人知道「Q嘜認證」，但知道「Q字頭」代表產品質素較高，故相信該計劃有助增加香港品牌的說服力。他以自身從事的鐘表業為例，稱在香港生產的手表售價可達三四千元，但內地生產的相同款式卻只有1,500元，證明內地消費者認為「在內地生產的產品質素相對較低，或是對產品信心不太高」，兩地售價的差額即是「香港品牌的增值部分」，港產品應用資格認證的方式向內地市場推廣。

不過，僅有資助計劃和品牌認證，似乎仍不足以減輕港企面對的諸多壓力。劉展灝其後在接受本報訪問時表示，珠三角的各項法規、收費愈來愈多，經營成本大幅度上升，不少港企考慮將部分業務搬回香港，之所以仍未行動，是因為擔心香港「無地無人」。他稱，工總雖未正式統計，但相信起碼有「三幾千」的港企有此種打算，「不是整間廠搬回來，而是5,000人的廠仍然留在內地，四五百人的核心部門搬回來」。他希望港府推出更多扶助措施，包括進行工業園建設、外勞輸入、稅務優惠和研發費用資助等，令業界增強競爭力。

「無地無人」阻港企回流

另外，知名品牌在內地頻頻遭受「山寨」困擾，也是港企面對的一大難題。金至尊珠寶集團副總裁林國興對此笑稱，有內地商家故意用類似名稱推銷產品，證明港企自身的產品具有一定知名度。因遭遇此種情況，集團每每有相應的法律行動，並時常與當地的工商部門和執法部門聯絡。此外在推廣產品時更注重VIP客戶，因為這些客戶的消費能力較新客戶高，且是忠實客戶，不會將集團品牌與山寨貨混淆。

中國家居明年開200新店

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）中國家居（0692）董事局主席黃文彬接受香港文匯報專訪時透露，目前許多地產商均推出精裝房，擁有整體家居產品和線上線下等優勢的中國家居正與多個知名地產商合作。該公司目前在中山三鄉設一大型體驗店，明年將在全國新增200多家加盟體驗店，以拓展每年高速增長市場規模達萬億的中國家居業市場。

推線上線下新商業模式

中國家居位於中山市板芙總部的大型生產基地，佔地面積達385畝，已建成新的廠房8棟，每棟面積達6,000平方米，還有不少新的廠房仍在建設。黃文彬表示，公司將一些新的廠房擴充整體傢具產品生產線，並吸引其他合作傢具廠商進駐，按照公司要求進行OEM生產，滿足客戶需求，形成可管控的完善產業鏈。

公司目前在智能發熱木地板、中高級櫥櫃、沙發等形成整體家居競爭優勢，加上擁有線上網絡線下體驗店相結合的模式，實現「家居+軟件」的新商業模式。消費者可以通過其線上軟件訂製新房裝飾，方案選擇多達125種以上，定能獲得滿意的裝飾效果。該公司迅速擴展內地市場，現在內地已有35家加盟檢驗店。其網絡家居解決方案吸引搜房、新浪地產頻道的合作，並將與內地另一大型門戶網站合作，通過其線上家居裝飾體驗以滿足客戶需求，公司借此可獲得大量客戶。

擬收購五金衛浴等企業

黃文彬續指，中國家居在2014年底前將要在內地的大中型城市，以及百強縣中完成280家左右的終端店布局，形成完善的銷售網絡體系，再配以大區域的物流中轉倉，減少物流成本，加快出貨期。中國家居早前進行了系列併購，在談到未來有無併購時，黃文彬指中國家居目前大致完成在木製品行業的收購，未來可能涉及到電子五金、衛浴、布藝等行業的收購。他強調，公司通過收購、合併等業務拓展，已經從原材料供應的大型木材交易市場、整體家居生產、製造、至納米碳晶紅外智能發熱技術的運用，再到線上電子網絡商城及線下的一體化營運模式，中國家居已形成了一個完整的產供銷家居產業鏈優勢。

■黃文彬指公司整體家居銷售形勢很好。 李昌鴻 攝

黑石購深國投商置40%股權

香港文匯報訊（記者 黃嘉銘）月前曾有傳計劃年底前赴港上市的內地商場開發商深國投商置昨宣布，私募股權投資公司黑石集團及工商銀行（1398）旗下工銀國際，分別同意收購該公司40%及6%股權，惟作價未有披露，公司只表示在交易完成後，總資產價值將超過20億美元。

■左起：工銀國際房地產投資主管郭凱龍、深國投商置董事長兼CEO丁力業、黑石高級董事總經理及亞洲房地產主管Chris Heady。

對深國投商置上市正面

有分析認為，黑石一般傾向收購上市公司的股權，估計有關消息對於推動深國投商置上市呈正面作用，但不一定會急於年內選擇香港上市，投資者亦要注意相關消費股類別之公司是否抓得緊內需市場。

深國投商置業務於購物中心的投資、開發及營運超過10年，累計開發及管理的購物中心建築面積超過400萬平方米。集團目前擁有和管理購物中心共19家，項目重點分布在珠三角、長三角以及環渤海經濟圈。事實上，月前曾有傳公司計劃年底前赴港上市，集資10億美元。此外，美國私募股權投資公司凱雷亦於5月與深國投商置建立戰略合作夥伴關係，並收購其旗下兩間內地大型購物中心的49%股權。

有分析指，如今公司出售近五成股權，對上市一事呈現了一些啟示。獨立股評人施俊威認為，以黑石過往的投資作風而言，一般傾向收購上市公司的股權，相信有關消息對於推動深國投商置上市呈正面作用。

中鋁江西銅競購秘魯銅礦

香港文匯報訊（記者 方楚茵）據路透報道，秘魯能源及礦業部長Jorge Merino Tafur於昨日表示，江西銅業有意競購嘉能可斯特拉塔（Glencore Xstrata）價值59億美元的秘魯拉斯邦巴斯（Las Bambas）銅礦，並指已親自和中鋁、五礦、江銅等有意競購的主要公司會面，本周將與有意競購的中國業者討論這筆投資。

初步競價約60億美元

但報道指，Tafur並未明確說明競購是由江西銅業集團還是上市的江銅股份（0358）提出，但Tafur預計拉斯邦巴斯銅礦出售計劃將在2014年截止期限前確定，該銅礦項目建設已完工40%。據數位消息人士指，對拉斯邦巴斯銅礦的初步競價在60億美元左右，其中包括迄今已投資在建設中的花費。該銅礦將於2015年開始生產，是近些年待售的最大銅礦之一。

另一方面，彭博報道指，中國鋁業高級副總裁劉祥民在出席中國國際礦業大會期間表示，由中國鋁業牽頭的集團進入了競購嘉能可斯特拉塔秘魯Las Bambas的候選名單，整個過程競爭激烈，但對集團的投標有信心。

據知情人士透露，中國鋁業牽頭的財團對Las Bambas銅礦的出價約為50億美元。為獲得中國監管機構批准其今年以290億美元收購斯特拉塔的交易，嘉能可同意出售Las Bambas銅礦。而消息人士指，中國鋁業牽頭的財團中還包括中國第三大銅生產商金川集團。

嘉能可執行長Ivan Glasenberg今年9月曾表示，預計將有多達4家中國企業參與Las Bambas項目的競購。知情人士於上月透露，中國五礦集團牽頭的另一個財團也參與了投標。但嘉能可發言人Charles Watenphul拒絕置評。

調查：中小企拓新市場挑戰多

香港文匯報訊（記者 涂若奔）DHL Express香港昨公布早前委託生產力促進局進行的調查，結果顯示253家受訪本地中小企中，有79%現正進行國際進出口貿易，當中超過一半（54%）表示打算來年參與本地或海外的貿易展。但中小企在開拓新市場時面對一定程度的困難，最主要的兩項困難為財務安排及缺乏當地市場資訊（同為29%），其他挑戰包括政府政策及物流營運等。

乏財力及當地市場資訊

該調查又披露，即使中國內地經濟增長放緩，逾半（55.5%）受訪中小企仍致力開拓當地市場，務求佔一席位。他們亦專注發展其他市場包括美國（21.5%）、台灣（12.5%）及日本（12%），以及其他新興市場如泰國、越南、菲律賓及巴西等。

DHL又宣布，在生產力局支持下推出「DHL環球拓展攻略計劃」，任何香港中小企只須在計劃網站內以各種形式展示如何向海外買家推銷其品牌或產品的賣點，將有機會獲得合共總值達15萬元的資助，包括速遞運額、旅費及物流的相關費用，計劃由即日起至2013年12月31日接受報名。參賽申請由生產力局專家組成的評審團審閱，並由DHL Express香港於六家入圍企業中選出最後優勝者。

李超人買中漫畫App

擅長投資新科技的長和系主席李嘉誠，今次又押中寶，這次是投資近期在Facebook上大熱的漫畫創作App——Bitstrips，該程式目前玩家達2,000萬人，用家使用Bitstrips可以輕易創作一個與自己真人極為相似的漫畫公仔，以漫畫形式表達心情，甚至製作成多格漫畫。

李超人私人持有的創投基金維港投資（Horizons Ventures）於網頁上披露，Bitstrips已成為其投資組合的一員，亦是維港投資在加拿大的兩項投資中之一。超人對新科技的眼光確有獨到之處，Bitstrips早在2008年成立，但當時主要針對電腦用戶，直至去年12月才推出Facebook應用程式，並在今年9及10月分別推出蘋果的iOS及谷歌的Android版本後，才真正爆紅，試過一周內下載量達100萬人，至今用戶已逾2,000萬，被分享漫畫更達1億張。

未知超人自己又會否同孫仔用Bitstrips玩下自畫像呢？

■香港文匯記者 梁悅琴

■莫祖權指在爭取新客戶的同時，可能使第四季毛利率受壓。 張偉民 攝

瑞聲首三季多賺65%

香港文匯報訊（記者 陳楚倩）瑞聲科技（2018）公布今年首三季業績，純利按年增長65%至19.73億元（人民幣，下同）。每股基本盈利160.7分。期內總收入按年增長38%至59.14億元。

公司今年首三季的毛利率為42.7%，按年跌1個百分點。公司執行董事莫祖權表示，在爭取新客戶的同時，可能使第四季毛利率受壓。但相信波動不大，仍可維持毛利率在40%以上。另外，於常州的自動化生產線於年底完成，料自動化設備有助提高生產效率而令毛利率提升。

進一步發展中低級產品

問及公司收入集中在首三大客戶，他回應指，公司未有受個別客戶的訂單減少而影響收入，因一直採取分散客戶的發展模式，將大客戶轉移至客戶群。未來計劃維持內地與海外客戶的佔比，並且再進一步發展中低級流動裝置市場，相信其產品價格增長空間大於高級產品。

他續指，公司將繼續拓展天線接收及光學攝影零件等非聲學業務，現時已完成研發進入投產階段，該業務亦得到客戶的認可。雖今年非聲學業務僅佔收入5%，但隨着明年訂單增加，收入亦會逐步提升。公司目前未有併購計劃，會透過內部調整發展非聲學業務。

綠地香港逾6億奪滬兩地

香港文匯報訊（記者 黃嘉銘）綠地香港（0337）昨表示，通過其全資子公司鑫茂，以總價6.09億元（人民幣，下同），競得上海浦東新區合慶集鎮13-01地塊和14-01地塊，兩地塊為商業用地，總建築面積約為15.3萬平方米。公司指，兩地塊將會一併建成一個大型商業綜合體，以滿足上海自貿區成立以來當地對商業和辦公樓物業的需求。

其中13-01地塊的出讓面積為2.46萬平方米，容積率為1.7，建築成交價為1.78億元，溢價率1.16%，每平方米樓面價為4,249元；14-01地塊的出讓面積為4.45萬平方米，容積率為2.5，以底價4.31億元成交，每平方米樓面價為3,870元。

光大3.29億奪東莞商住地

香港文匯報訊（記者 何花 東莞報道）近日，光大地產奪得東莞國土交易網掛牌出讓的一宗編號為2013WG050的商住用地。該地塊位於東莞高埠鎮，最終成交價格為3.29億元（人民幣，下同），溢價率達165.24%，折合樓面地價每平米3,449.62元。

資料顯示，該地塊為商住用地，佔地面積為49,425平方米，建築面積9.53萬平方米，交通便利。該地塊拍賣過程爭奪激烈，5家公司經過204輪叫價，最終由光大地產奪得。光大地產是東莞本土最大的開發商，在東莞有豐富的土地儲備。