

大眾化消費市場正龍抬頭

點金

晨露閃耀，綠茵鋪展，馬年的第一線春光乍現。冬練備戰的「白馬」，凝翠韜光的「黑馬」，此刻都已揚鬃奮蹄，一馬當先，超越對手，奔騰向前。惟有一馬當先，才能馬到功成。

搶開

大行觀點

在「城鎮化」浪潮下，未來有望獲得收入增加的農民工群體將給零售消費市場帶來顯著變化，大眾消費板塊即將迎來投資機會。中金公司日前進行了一項消費調研，認為在衣、食、住、行等領域，大眾化定位的行業龍頭企業將會受惠。

中金公司委托調研機構，在上月收集了農民工有效樣本1008份，覆蓋打工城市37個、家鄉所在地26個。調研發現，農民工對其收入增速預期樂觀，42%的受訪者認為未來3年的收入年均增速在5%至10%。收入的增加將對農民工群體的消費支出形成有利支撐。

在旅遊住宿方面，中金通過調研發現，農民工的出行目的地選擇多元化，開始「捨得花錢」。其中，61%的受訪者出行選擇100到200元價位的酒店，因此經濟型酒店大有可為，可關注在美國上市的如家、華住等相關公司；另外，56%的受訪者希望跟隨旅行社或從旅行社預定自由行，因此中金推薦具備可複製性的景區公司，例如中青旅、中國國旅。

至於餐飲方面，中金援引調研指出，平均消費在100元以下的大眾化餐飲品牌最有機會受益於新型城鎮化的大趨勢，相關公司之一是在美國上市的百勝。

至於零售購物，中金指出，農民工仍青睞實體店購物，對於網購興趣不大，91%的受訪者收入增加後會增加在百貨、超市、購物中心的消費。其中，在家電方面，農民工受到城市生活的影響，偏好外資品牌和國內大品牌，對於手機、空調、彩電的消費意願很強，喜歡在環境更好的家電連鎖賣場購買品質更好的產品。

服裝方面，大賣場、街邊店、百貨商場為該群體前三大消費場所。因此中金認為，經營生鮮超市、家電大賣場和零售百貨的大眾化品牌公司有長遠投資價值，例如永輝超市、蘇寧雲商、重慶百貨等，電器廠商方面則推薦格力電器、老闆電器和合肥三洋。

另外，數據顯示，被訪者收入增加後，願意購買的服裝品牌價位主要集中在「100至300元」和「300至500元」



■大眾消費板塊即將迎來投資機會。

海昌搶佔內地旅遊業增長機遇

海昌控股本周正式在香港掛牌上市，這也是首家赴港上市的內地主題公園運營商。為力爭成為中國領先的綜合主題公園發展商及運營商，海昌已積極進行重組，並會於今年年底前完成收購兩大新增主題公園，包括：大連發現王國和重慶加勒比海水世界。海昌控股行政總裁王旭光直言，「內地旅遊業正由選擇性消費邁入大眾消費，迎來高速增長的爆發發展，我們將搶先部署，而成長性就是我們的獨到亮點。」 ■香港文匯報記者 羅紫韻

為進一步拓展市場份額，王旭光透露，是次海昌在港上市將集資約22.96億元，其中50%用作發展上海海昌極地海洋世界，40%則用作發展三亞海棠灣夢幻世界。王旭光表示，位於上海的海昌極地海洋世界，雖然項目仍在審批當中，但他相信今年可以正式開工，並於2016年開幕。雖然項目開幕時間與上海迪士尼樂園相當，但王旭光認為這對集團影響不大，主要是兩個項目性質不同，且海洋世界的產品定位組合和迪士尼有差異，更多的只是競爭合作的關係，他希望能像香港迪士尼樂園和海洋公園一樣，為當地旅遊業帶來協同效應。

事實上，作為內地知名的主題公園及配套商用物業開發及運營商，海昌控股旗下的主題公園通過園內遊樂項目以及主題公園周邊的配套商用物業所提供的配套服務，為客戶提供集遊樂、休閒、餐飲和購物於一身的綜合性體驗。在多年努力經營下，集團已在中國多個人口密集的沿海及內陸旅遊城市總共建有8個主題公園。現時，集團專注發展大型海洋主題公園，並主要通過門票銷售、食物和飲品銷售，以及貨品銷售三大方面賺取利潤。

與配套商用物業協同發展

根據歐睿調查，若按2012年入園人次計算，海昌已是內地第二大主題公園運營商，並躋身全球十大主題公園運營商之列。王旭光表示，集團將繼續打造全國性主題公園品牌，不斷提高海昌控股現有主題公園的利潤，同時希望配套商業物業配合公園和社區的不斷成熟而發展，過往的收入比例亦一直處於合理水平。

據王旭光透露，按照國際主題公園運營商的做法，該集團的配套商用物業業務是其項目開發過程的一個重要組成部分。「通常做法是由同一個項目公司根據我們與當地有關政府部門協商制定的綜合項目設計，同時收購我們主題公園及配套商用物業的開發用地。項目設計通常的設想是先以主題公園來吸引遊客，促進該地區整體發展為主，而配套商用物業則主要是支持和配合主題公園業務。」王旭光直言，作為集團項目發展過程的一個重要組成部分，開發主題公園周邊的配套商用物業，一方面能豐富集團主題公園的產品及服務項目，另一方面又能從其投資物業的銷售及出租上獲得額外收入。

「可以說，我們主題公園的知名品牌已為在鄰近商用物業經營的商家帶來龐大及穩定的人流量，提高了配套商用物業的經濟價值。」此外，該集團還利用物業銷售及租賃收入所帶來的額外資金，進一步開發及升級集團的主題公園。據悉，在一座城市裡挑選項目地址時，海昌一般會選擇具有較大增長潛力的居住和商業區，以使集團的主題公園項目能夠拉動及受惠於該等場區的市場繁榮。

無容置疑，海昌控股這種獨特的業務模式在內地實屬罕見，談及可比同行业公司時，王旭光指出，美國海洋主題公園Sea World Entertainment與海昌控股的運營模式較為相近。Sea World Entertainment有超過50年的營運歷史，現已進入運營成熟期；至於海昌控股旗下運營時間最長的公園則為12年，最短的為3年，整體處於



■海昌專注發展大型海洋主題公園，成長性是集團的獨到亮點。

成長期。王旭光相信，憑藉集團遍佈全國各大城市的主題公園網絡、數量龐大、種類繁多的動物群種、廣為人知的品牌，以及集團為提升對不同背景遊客的吸引力的持續努力，定能把握中國旅遊業及主題公園市場的增長機遇。

打造香港品牌 幫助年輕企業成長

——專訪品牌發展局主席陳淑玲

人物專訪

香港文匯報訊（記者 陳勵）面對全球經貿格局的調整，很多本港企業已將業務從歐美市場逐步轉向內地和香港，無論是研發設計製造商（OED）抑或是代工廠商（OEM），都期望在這個龐大的內需市場有所作為。而一直以來通過搭建平台，以推動本港工商界立品創名的品牌發展局，在這波浪潮中又會有哪些與時俱進的行動？日前，我們採訪了該局主席、YGM貿易有限公司行政總裁陳淑玲。

品牌局於三年前設立「香港新星品牌選舉」和「香港新星服務品牌選舉」，旨在表彰本港新興品牌，激勵業界銳意進取，透過創建品牌提升香港產品和服務的附加價值和競爭能力。連同於早前創立，表彰本港傑出（服務）品牌的「香港名牌選舉」和「香港服務名牌選舉」，品牌局每年都會舉辦頒獎典禮表彰獲獎企業成就，歷年的得獎品牌累計已超過270個。

此外，品牌局還推出「香港名牌」、「香港名牌十年成就獎」、「香港卓越名牌」三項簡稱「TOP 嘜」標識的認證。相關得獎公司有資格申請加入「TOP 嘜計劃」，每年通過審核後，可獲准使用「TOP 嘜」標識推廣有關品牌、公司及核准類別的產品或服務。

搭建平台 提升品牌認受性

陳淑玲表示，香港企業一直體現了勇於創建品牌，善於打造及推廣品牌的精神。近年來，越來越多香港企業，特別是中小企業加緊轉型升級，面對龐大的內銷市場，沒有品牌的發展舉步維艱，所以越來越多企業開始向OED轉型，更加注重打造自己的品牌。同時，香港也具備成熟和優秀的服務業系統、完善的知識產權保障制度，使香港成為品牌通往亞洲及中國內地市場的最佳平台。

作為企業來說，會從產品、渠道、廣告宣傳等各方面打造自己的品牌，增強自己的市場認受性。作為品牌發展局來說，為這些企業搭建平台，幫助他們提升市場認受性是他們一直以來最主要的工作。而在激烈的競爭環境下，如何讓真正優秀的品牌脫穎而出，品牌局使用評判、比賽的方式，篩

選出優秀的品牌，授予獎項及「TOP 嘜」標識，幫助他們在香港、內地建立公信力，更利於開拓市場。

「香港名牌」以及「TOP 嘜」都擁有嚴格的審核程序，從知名度、經營特色、創新意念、品質、形象、環保及社會責任等六個方面進行考核，以確保每一名獲獎者都實至名歸。該獎項自1999年從工展會「香港十大名牌」選舉開始，內涵、參賽範圍、獎項類別和影響力不斷擴大，建立了強大的公信力。陳淑玲表示，評選舉辦至今走過15年，獲獎品牌都表現出卓越的專業精神，水準不斷提高。

全方位幫助年輕企業 倡建香港品牌園

近年來，香港湧現出一批新興創業的公司，由一批擁有新產品新思維的年輕人打造，也很急切希望能夠成就一番事業，推廣自己的品牌。陳淑玲很欣賞這批創業者的頭腦和勇氣，同時也理解一個品牌在發展過程中所面臨的各種困難和挑戰：「基於這種考慮，我們推出了香港新星品牌選舉，提升他們的影響力和公信力，幫助他們開拓市場。」

品牌局還將前往內地舉辦本港品牌的相關推廣活動。下月，由品牌局和廠商會聯合舉辦的「重慶 香港品牌節」系列活動即將在重慶舉行。在招商、選舉之外，品牌局還定期舉辦講座和群策營，邀請之中的獲獎者和同類型中小企業分享成功經驗，幫助他們渡過難關。

對於在此方面政府可以發揮的作用，陳淑玲表示，特區政府於2012年推出的「BUD專項基金」就是很好的嘗試，在資助企業推廣品牌、升級轉型和拓展內銷的項目，從而提升他們在內地市場的競爭力，促進他們在內地市場的發展方面取得了很好的效果。她還認為，政府可以牽頭，利用香港本身這個知名大品牌，像科學園一樣建立「香港品牌園」，做一些企業孵化器的工作，培養包裝本土品牌，對他們進行培訓、幫助進行展銷等等。



各大行抓緊「兩會」後政策性投資機遇

國策焦點

隨著「兩會」正式閉幕，內地政治及經濟的大方向已有定調，各大行亦捕捉新政策出台的機遇而作好投資部署。中信證券國際執行董事及企業及高資產值客戶銷售及業務發展主管林一鳴看好新能源、科技及互聯網、醫藥、家電、汽車五大行業。

林一鳴解釋稱，他之所以看好新能源行業，主要是內地空氣愈來愈差，例如北京空氣已惡化，預期中央會推出更多補貼，去推動新能源發展，降低污染。他指出，新能源包括水電、風電、太陽能等，當中較看好太陽能發電，因為在發展上，面對的困難及阻礙較少，例如不受地域限制，任何地方只要有太陽便可發展到。風電存在電網建設問題，水電需要大規模發展，而核電又存在輻射安全的憂慮。當然，關鍵始終在於政府的扶持力度，倘若政府加強力度支持的話，相信會有更多政策和補貼。

另外，科技及互聯網行業增長迅速，尤其是遊戲、手機遊戲、光纖網絡、軟件開發、電子商務平台、互聯網技術，市民在這些方面的應用愈來愈多，帶動需求，手機平台相關的產業，增長料較大。

林一鳴續稱，醫藥行業未來表現造好，主要是內地人口愈趨老化，60歲以上長者已佔人口14%，比例在上升中，對醫療和藥物需求自然增加，他預料醫藥企業今年營業額料增18%至20%，盈利則增長約15%至17%。

至於家電行業方面，隨着內地推行城鎮化步伐加快，加上戶籍改革，更多農民市民湧入城市，他們對生活素質的要求上升，便帶動家電需求增加，他預期家電企業今年營業額和盈利均增約10%。林一鳴又預計，戶籍制度改革細則快將落實，中小城市有序開放。現在內地有1.5億農民工，其中1.2億為單身到城市打工的人，目前城市消費需求極低；當他們得到戶籍之後，將釋放出巨大消費潛力，推動家電等開支。

此外，隨着內地人收入和財富趨升，將帶動汽車消費。林一鳴預測，汽車企業今年營業額和盈利均增約10%。他認為，中國仍處於汽車普及階段，在新需求及更新需求帶動下，相信今年內地整體汽車零售將保持增長，升幅約9%。

至於野村國際（香港）亞洲區（除日本外）股票研究部董事總經理劉鳴鏞則看好大眾消費品、環保以及產能過剩、有望復甦的行業。她指出，內地產能過剩的問題將逐步改善，中期來看，鋼鐵、造紙和水泥等行業將會復甦，因此看好有關行業的投資前景。與此同時，李克強總理在《政府工作報告》亦指出，中國要努力建設生態文明的美好家園，劉鳴鏞對此認為，未來中國對環保的重視程度一定會大幅提升，相信環保將成為考核地方政府政績的重要環節，因此對環保行業實屬利好消息。不過，她並不看好內房企業的發展前景，因為有關行業已進入結構性利潤下行的周期。

鄧普頓新興市場團隊高級執行副總裁及基金經理吳惠國亦看好消費類及醫藥相關行業。吳惠國表示，看好消費類行業，主要是基於中產收入增加，以及內地人均消費力加強。至於醫藥板塊，他認為，在人口老齡化等因素驅動下，醫藥行業依然會保持良好增長，而且2014年是藥品招標大年，隨着招標落地，基本藥物和新進醫保藥物銷售放量可期。其次，醫藥行業管理政策趨於理性，藥品降價幅度可能會低於預期，政策對行業的負面衝擊或在減弱。再者，醫療服務和醫療器械子板塊正迎來新一輪的快速發展期，為投資提供了較多標的。最後，醫藥板塊估值相對合理，在中國經濟結構調整的背景下，從行業比較角度，醫藥板塊具有較大吸引力。