

# 中遠太平洋半年盈利大跌74%

香港文匯報訊 (記者 涂若奔) 中遠太平洋 (1199) 昨日公布截至2014年6月30日止6個月中期業績，錄得股東應佔利潤1.47億美元 (約11.45億港元)，同比跌73.8%。但若撇除2013年出售中集集團21.8%股權的單項因素，則股東應佔利潤上升2.1%。期內，每股基本盈利5.04美仙，擬派中期息15.6港仙，可以股息，派息率為40%。

董事副總經理王海昨日於業績會上表示，雖然今年上半年內地外貿欠佳，但7月出口急增逾一成，料對公司業務有一定幫助。本港碼頭吞吐量今年首7個月亦錄得回升，反映香港仍是一個重要的中轉中心，故看好香港碼頭前景，對今年整體碼頭業務表現持審慎樂觀態度。

## 碼頭業務增長

業績報告披露，期內碼頭業務利潤上升17.5%至1.09億美元，增長動力主要來自於集裝箱吞吐量增長。權益吞吐量增長13.2%至928.54萬標準箱。控股碼頭方面，希臘比雷埃夫斯碼頭業績表現良好，吞吐量同比增長26.7%，錄得利潤1,507萬美元，同比增加21.9%。廈門遠海集裝箱碼頭經營亦有所改善，期內航線增加令集裝箱吞吐量大幅上升36.7%，上半年虧損收窄降至286.8萬美元。

## 集裝箱利潤跌

集裝箱租賃、管理及銷售業務利潤下跌30.2%至5,328萬美元。整體平均出租率為94.8%，較2013年同期大致保持平穩。集裝箱箱隊規模上升3.3%至193.63萬標準箱。於6月30日，自有及售後租回箱隊箱量分別為116.83萬標準箱及25.03萬標準箱，前者同比略有增長，後者保持不變。

## 美聯虧損收窄至3578萬



香港文匯報訊 (記者 梁悅琴) 經過今年上半年一年連串管理改革，加上本港一手盤推售增加，美聯集團 (1200) 昨日公布，截至今年6月30日止半年稅後虧損按年大減62.4%至3,578.2萬元，每股基本虧損4.98仙，不派中期息。

## 逐步抽走管理層「污水」

美聯集團主席黃建業昨日於記者會上表示，今年上半年旗下分行，有部分續租時多了出現原租或減租，特別是一些獨立業主之舖位，但大型發展商目前仍然繼續加租，未能體諒地產代理行業困境。他指發展商對租金反應一般有一年至三年的滯後時間，才可反映市況。

黃建業表示，目前與APEX的爭物問題已進入法律程序，所以難以評論，但歡迎他們循正常渠道與公司分享有關公司管治意見。又用「污水」比喻公司以往的管理層，現時「污水」已逐步抽走，準備飲得。他期望「滬港通」可以為股票市場帶來希望，並帶動樓市交投暢旺，惟目前仍需觀望。

另外，黃建業指本港今年第二季中小型樓宇因剛性需求暢旺，加上本港目前仍有很多資金，在低息環境下，預期未來樓價會高價牛皮。本港住宅樓市方面，自今年4月起樓市正呈現「小陽春」，但能否持續成疑，尤其是自由行減少，本港經濟放緩，美國將加息，未來本港住宅供應量持續增加。

## 受惠4G建設 俊知料收入續升

香港文匯報訊 (記者 黃萃華) 俊知 (1300) 執行董事兼行政總裁蔣唯昨表示，受惠4G網絡需求增加，上半年銷量上升。內地6月發FDD-LTE試點牌照，有利行業未來發展。內地6月發出FDD-LTE試點牌照，他指出未來將會為公司提供良好發展機遇，拓展業務。預期下半年開始至2016年是4G建設高峰，有利集團業務增長，因此預計下半年收入有雙位數增長。集團於4月引入海爾電器 (1169) 為股東，並建立基金公司，以發展智能家居、互聯網及光通訊等業務，未來發展增值業務，但未有確實時間表。

## 冀發展韓國業務

此外，海爾在韓國有傳感芯片業務，因此集團希望可以透過合作以發展韓國業務。蔣唯表示，韓國4G網絡水平高，期望能在韓國通訊業上尋找機會。

他又指未來會投資海外市場，但內地市場增長空間較大，因此主力仍在內地市場發展。公司上半年曾到俄羅斯、德國及東南亞等地參與通訊展覽，惟俄羅斯、金磚五國及東南亞等地業務，現佔海外業務部分不多於3%。他又補充指，未有考慮發展香港業務。對於內地3大電訊營運商合作發展鐵塔公司，蔣唯指雖然會因此減少興建鐵塔的數量，但並不會對其業務有影響。

另外蔣唯表示，毛利率未有受鋼價下跌影響，預料未來毛利率仍維持平穩發展。並補充指，末期息派息比例仍維持不少於利潤的20%。

## 安莉芳網上直銷收益減7.94%

貨源不足

香港文匯報訊 (記者 陳楚倩) 安莉芳 (1388) 首席財務總監馮錦麗昨日於業績會上表示，集團下半年的資金開支約1億元 (人民幣，下同)，主要用於兩間廠房建設。濟南廠房於今年第一季已落成，現階段仍餘少量工程尾數未付，廠房佔整體產能約六成。至於另一常州廠房預計於明年落成及投產，整個項目花費1.8億元，尚餘1.2億元未付。

期內來自零售的營業額增加9.26%至10.46億元，佔總收益84.51%。網上直銷收益則減少7.94%，主要由於貨源不充足。上半年零售點數目淨增加10個，維持全年開設50間分店的目標不變。另外，於去年下半年推出的男士內衣品牌IVU反應理想，平均內褲單價為300元至600元。IVU下半年會推出新款式。

集團早前公布截至6月底的中期業績，股東應佔純利為1.25億港元，按年升0.51%。每股基本盈利29.9港仙，派中期息4港仙。

## 金鷹或與其他電商合作

香港文匯報訊 金鷹商貿 (3308) 董事長王恒昨日於中期業績記者會上表示，今年開店開支將減少至12億元 (人民幣，下同)。未來公司將參與電商業務，不排除與其他電商合作，惟暫時未有良好的合作模式。

## 續開店擴商場業務

王恒續稱，未來數年將會繼續開店，預期至2017年底，店舖數目將由26間增至38間，樓面面積由120萬平方米增

至270萬平方米，每年資本開支約為15億元。

上半年同店銷售按年下跌6.7%，若剔除南京新街口全生活中心整體升級改造和黃金珠寶投機需求等單次因素影響，則同店銷售增長基本持平。王恒表示，未來專注點並非同店銷售增長，而是每平方米的盈利增長能力。

在談及電商競爭時，他指雖然集團會受到一定的負面影響，但不會積極發展電商業務，認為商場業務對於部分產品

仍有優勢，如化妝品及鞋等。此外，商場的平均消費較電商高出很多倍，反映線上與線下消費人士屬於兩個不同的群體。

上半年盈利按年下跌23.2%至4.83億元，每股盈利0.265元，派中期息0.088元。目前公司手頭現金約50億元，未動用銀行貸款額度達160億元，資金相當充裕，未來會留意合適的收購機會。

另外，董事會公布，委任蘇凱為公司行政總裁，於本周一生效。

# 網購熱席捲內地 擋不住潮流 實體店「築」網禦敵

網上購物的概念源自英美，遠自1981年已有英國公司提供網上交易服務，亞馬遜 (Amazon) 和億貝 (ebay) 亦早於20年前面世，然而這一偉大發明卻於中國內地發揚光大。根據畢馬威會計師事務所今年的研究，中國網購金額已超越美國成為全球最大網購市場。然而，這個新的商業模式來勢洶洶，令傳統零售店鋪節節敗退，內地百貨公司一間又一間地倒閉。在商業世界流行一句「有危必有機」，面臨考驗，商界各出其謀，不但要保着地盤，更要創出新天。

香港文匯報記者 曾敏儀

新模式的購物體驗，對傳統實體店而言，是巨大的挑戰。從商業地產服務投資公司世邦魏理仕本月初發佈的報告可見，由2008年到2013年，網購規模在零售總額中的佔比已從1.1%大幅上升至7.8%。儘管實體店仍佔有大部分的零售業餅塊，但絕不能輕視網購冒起的速度。根據中國互聯網信息中心統計顯示，2013年內地網絡購物市場交易金額達1.85萬億元人民幣，比2012年大增40.9%。對內地人而言，網購已進佔他們的生活，成為習慣。在線支付平台PayPal本月公布了一項消費者網購行為調查報告，發現內地消費者對網購的熱忱程度位列全球首位。

## 服裝鞋帽品類最受影響

內地多個零售行業都承受了網購的重重一擊，服飾、百貨、酒釀、藝術品甚至是原材料都給網購攻城掠地。當中，最普遍的網購產品是服飾，就

2013年數據，用戶購買率達76.3%，預計今年服裝鞋帽類用戶網購率將逾8成。瑞銀今年初發布的中國消費品行業報告甚至指出，導致內地零售銷售增長放緩的主要原因，是低價網購衝擊。

## 網店沒有租金成本壓力

瑞銀消費品研究分析師梁裕昌認為，網絡購物對實體零售衝擊巨大，網店沒有租金成本負擔，能標價極低，更甚的是，網店冒牌貨大行其道，實體店難以與之競爭。他預測在2014年，鞋類和服飾的市場份額會繼續被網購蠶食。另外，由於鞋類和服飾佔百貨店約一半銷售額，因此百貨店可能亦會承受巨大影響。世邦魏理仕發布的報告顯示，由2010年開始，百貨業的營業利潤已連續三年下降。

## O2O 並駕齊驅大勢所趨

在內地，多間百貨公司都不敵網購攻勢相繼倒閉，不過十分諷刺的是，



■坐落於成都最繁華商業圈，已經營20年的太平洋百貨春熙路店較早前也正式關門停業。圖為民眾從即將停業的太平洋百貨春熙路店購物後離開。

實體店要生存，卻不能不走向網購。世邦魏理仕報告就建議百貨公司增加網購服務，與網店分一杯羹。分析認為線上線下 (O2O) 並駕齊驅乃大勢所趨，以包攬消費者的需求。事實上，除了百貨業，其他零售行業也積極發展網上購物平台。藝術品拍賣行蘇富比為了吸引年輕買家，已設立網上拍賣服務，去年已有約17%的拍賣於網上成交。有實體店甚至是與網購平台合作，以酒業為例，在今年春季糖酒會上，瀘州老窖、五糧液、蘇酒集團等11家企業與天貓達成戰略合作，酒商向天貓獨家發放酒類新品，天貓則為酒企提供網絡營銷服務，互惠互利。

## 網購熱擴至三四線城市

■現時內地網購的目標客戶群集中於一、二線城市，不過有網購平台正向三、四線城市進攻。中國最大的網購平台淘寶網去年發佈的《縣域網購發展報告》顯示，與一二線城市相比，縣域地區的人均網購次數和金額更多，每個人網購花費近6,000元人民幣，這比一二線城市居民的支出足足多了1,000多元人民幣，而且他們更肯花費於名牌貨品。



資料圖片

## 縣域勢成下一個搶灘地

縣域網購需求旺盛，將是網購商下一個搶灘地。在本月中，阿里巴巴集團旗下的淘寶、天貓電器城和聚划算就透過一場「下鄉」運動，在全國2,600多個縣市提供「全國包郵、送貨入戶」服務，吸引更多中國三、四線城市的網購消費者。



■市場普遍認為，網購事業要成功，必須要有物流業支援。圖為內地某物流中心。

網購事業要成功，必須要有物流業支援。現時網購正以高速前進，然而內地的物流系統卻未能追上。中酒網董事長賴勁宇曾言：「未來電商的競爭焦點不是價格，而是物流速度與服務質量」。不過現況是，內地物流總費用與GDP的比率多年來徘徊在18%左右，比發達國家高出1倍多，物流成本昂貴，主要原因有幾項：稅項繁瑣、物流建設難以落地，及開啟物流網絡行政繁複。要有利網購發展，就需要解決以上問題，為物流企業網絡化經營創造條件。

## 阿里建「菜鳥網絡」減成本

內地不少網購平台深明物流的重要，如阿里巴巴集團先於去年5月成立「菜鳥網絡」，進軍物流業，又在今年6月與中國郵政集團公司合作，計劃藉助中國郵政遍佈全國的社區服務點、三農服務站、村郵站等網點資源，向更廣泛的城市及農村市場延伸服務網絡。又例如，中酒網與另一個酒釀網購平台1919達成戰略合作，分享物流資源，凡在1919可配送的地區，中酒網所銷售的商品交由1919配送，以減低物流成本、提高物流效率。

## 香港也要進軍內地網購市場？

回望香港，網購亦與港人息息相關，不少人熱衷於瀏覽內地網購平台。儘管網購尚未威脅本港零售業，但仍有專家提議商家發展網購平台。畢馬威會計師事務所合夥人李家能本月中就提出，商家要提升營業額一倍，就要拓展內地網購市場。

根據畢馬威今年的調查，已有逾50%內地消費者有興趣在網上購物，內地網購金額已超越美國，成為全球最大網購市場。調查報告又預料到明年內地網民人數攀升至7億人，網購金額達33,426億元人民幣。

## 或可從中得到新機遇

民政事務局長曾德成本月中亦撰文指，香港已有不少共享型經濟服務，例如發起網上團購，與不認識的人一起以較低的價錢購物。他認為與不認識的人分享某種物品或服務的共享經濟，在全世界正成為趨勢，香港或許可以從中得到新機遇。近期有消息指，港府擬計劃削減內地個人訪港人數20%，引起市場憂慮，進軍內地網購市場，或許是零售業發展的下一個里程碑。