

金匯 馮強

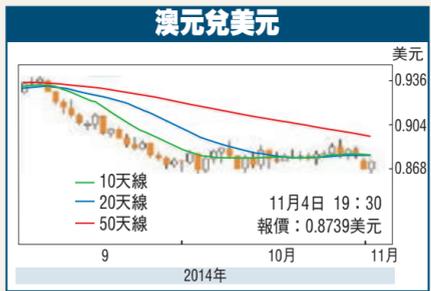
央行認為匯價偏高 澳元反彈後料再跌

澳元上周受制89.10美仙阻力後跌幅擴大，一度於本周二反覆走低至86.45美仙附近1個月低位。澳洲本周二公布9月商品及服務貿易逆差按月大幅擴大123%至22.61億美元，同時將9月就業人數向下修訂，較原初公布的數字減少2.44萬人，9月失業率更上修至6.2%，顯示澳洲就業市場仍然不振，出口未有明顯好轉，帶動澳元周二曾下挫至86.45美仙附近。雖然澳洲周二公布9月零售銷售按月攀升1.2%，大幅好於8月0.1%升幅，顯示澳洲內需略有改善，但隨着澳洲9月失業率被上調，反映澳洲礦產投資大幅減少之後，其他領域的行業現階段依然未能消化澳洲就業市場的閒置產能，該因素將限制澳元反彈幅度。

澳洲央行本周二宣布維持貨幣政策不變，認為澳元匯價仍然偏高，未來兩年的通脹率將會繼續介於2至3%的目標區，預示澳洲央行明年將會保持澳元利率不變。此外，澳元兌日圓交叉匯價近日持穩98水平後迅速重上99水平，有機會延續上周的升勢，帶動澳元周二略為反彈至87.50美仙，不過商品價格的下跌走勢，將對商品貨幣構成一定下行壓力，澳元反彈幅度不容易過於擴大，預料澳元將反覆回落至86.40美仙水平。

空倉回補 金價小幅反彈

周一紐約12月期金收報1,169.80美元，較上日下跌1.80美元。雖然美國10月ISM製造業指數大幅高於市場預期，再加上紐約期油本周初跌穿每桶79美元支持位後，一度於周二反覆下挫至76美元附近3年來低位，但現貨金價周二持穩1,163美元水平後，反而掉頭反彈至1,174美元附近，反映美國本周五公布10月非農就業報告前，部分投資者傾向先行回補黃金空倉獲利，有助金價短期反彈，預料現貨金價將反彈至1,185美元水平。



金匯錦囊

澳元：澳元將反覆回落至86.40美仙水平。
金價：現貨金價將反彈至1,185美元水平。

大加息挽狂瀾 俄股基金小注值博

俄、烏關係緊張，加上近期油價又持續下滑，導致盧布兌美元匯價自年中至今已大幅貶值20%，俄羅斯央行行為圖力挽狂瀾、阻止盧布崩盤，上周孤注一擲，大舉加息1.5厘。倘若可承受單一金磚國家風險的投資者，對已大跌的俄國股市再跌空間有限，可小注吸納俄股基金博反彈。



美歐以烏克蘭事件為由加碼制裁俄羅斯後，熱錢爭相出走俄羅斯市場，使得其股市第四季起累計就跌了8.46%，股市表現也與新興市場脫鉤之餘，大盤約6倍市盈率與超過4%股息率，已優於全球多數主要國家股市。即便俄股波動指數於3月內升上63.4的高水平，不過在經濟前景和企業盈利因歐美的制裁有所下調，讓未來12個月預估值市盈率降至4.1倍、市賬率來到0.6倍的歷史低水平。

大摩指估值太殘料反彈2成

因此，在9月建議投資者沽售俄股的摩根士丹利，已認為俄、烏危機趨於穩定，油價應該很快會走出低谷，將有助於俄羅斯能源公司股價上漲，加上俄股估值很低，估計未來有望有15%至20%的反彈幅度，在上月已將俄羅斯股市的整體評級調升為增持。比如佔近三個月榜首的匯豐俄羅斯股票基金，主要是透過俄羅斯的上市公司或在主要公司業務來自俄羅斯的公司證券管理組合，以實現長期資本增長的投資策略目標。該基金在2012和2013年表現分別為11.02%及-2.2%。基金平均市盈率、近三年的標準差、夏普比率與貝他值為6.29倍、26.46%、-0.03及1.11倍。

資產行業比重為34.3% 石油與天然氣、21% 基礎原材料、14.7% 電信、9.9% 消費服務業、4.7% 金融業、4.7% 工業、3.6% 其他行業、2% 消費用品及1.4% 公用事業。資產百分比為97.863% 股票及3.7% 貨幣市場。基金三大資產比重股票為9.9% 盧克石油、8.7% 俄羅斯天然氣工業股份公司及8.4% OJSC Magnit。或許政治不確定因素短期還會影響俄股表現，但不確定性因素不會一直存在，短期俄股再大幅下跌空間相對有限。隨着盧布超跌回穩、經濟轉型及海外投資人持有俄羅斯外債比重仍高，加上俄國企業發放的股息率明顯提高等正面利好因素逐漸浮現，中長線將有機會扭轉頹勢。

俄羅斯股票基金表現

Table with columns: 基金 (Fund), 近三個月 (Last 3 months), 今年以來 (YTD). Lists various Russian stock funds and their performance metrics.

英皇金融集團(香港)總裁 黃美斯

今日重要經濟數據公布

Table listing economic data releases from various countries including New Zealand, Japan, Switzerland, Italy, France, Germany, Eurozone, and the UK, with dates and indicators.

金匯 出擊

紐元跌破通道 續承壓下試

美元周二徘徊在四年高位，兌幾乎所有其他主要貨幣都上漲，鞏固了在投資者中頗受歡迎的地位。美元仍處於強穩走勢中，因為日本央行和歐洲央行繼續實施刺激措施，而美國聯邦儲備理事會(FED)則剛剛結束了大規模的債券購買行動。另一邊廂，對中國經濟增長放緩的持續憂慮打壓了市場對紐元等商品貨幣的興趣，美元買興顯得格外突出。美元指數周一升至2010年6月以來的高點87.406。紐元兌美元則跌穿0.77美元，為15個月來首次。周一公布的數據突顯了美國與其他國家經濟狀況的差距，美國製造業活動加速與亞洲和歐元區製造業頹勢形成鮮明對比。

信會為紐元下試的一個重要支撐位，破位延伸支持力為0.75水平。另一方面，上方阻力預估在25天平均線0.7870及0.80，下一級可看至50天平均線0.8050水平。

英鎊陷弱勢 下試1.5875

英鎊周一持穩，此前公布的英國製造業採購經理人指數(PMI)優於預期。Markit/CIPS英國10月製造業PMI傳來利好消息，突顯出英國仍是歐洲成長穩健的經濟體之一。10月PMI從51.5升至53.2，觸及7月以來最高水平，高於路透調查分析師預估的51.2。上周英鎊兌美元走勢艱困，因英國央行官員強調利率維持在紀錄低點的時間可能比原先預想的更長。

自10月至今，英鎊走勢處於橫盤整固，其間三個頂部分別見於10月9日的1.6226、10月21日高位1.6186及10月28日的1.6182，逐級下調的高位，顯現着英鎊再陷弱勢的傾向。下方支持預料會先測探10月15日低位1.5875及去年11月12日低位1.5854，進一步支持料為1.5720水平。另一方面，上方阻力可參考25天平均線1.6090，較大阻力則為1.6226，此區同時亦為50天平均線位置。

尚失守0.77 關跌勢加速

紐元兌美元已從7月中觸及的三年半高位下跌了約10%，新西蘭貿易加權指數則較央行9月預估低了2%左右。圖表走勢分析，紐元兌美元已告跌破通道底部，需慎防後市走勢會加大回調力度。現階段0.77水平將作為第一層支撐平台參考，在9月29日紐元低位0.7708，10月6日低位0.7715，兩度逼近0.77而未下破。同時在2013年8月5日亦曾低試至0.7670，由於在同年6、7月份亦多次固守此區之上，故相

加多寶走進 APEC 民族品牌做好東道主

2014年APEC會議時隔13年重回中國主辦，中國力量作為世界舞台的核心，為全世界所矚目。作為涼茶行業的領導品牌，加多寶歷經18年致力於正宗涼茶的生產和推廣，並將涼茶和以其為代表的中國傳統養生文化在全球發揚光大，逐漸發展成為各國熟識的中國知名品牌。加多寶能夠成為世界級的APEC會議官方指定飲品，不僅說明加多寶得到了世界級的認可，也為實現品牌國際化和踐行涼茶中國夢提供了一個強有力的平台。

推動全球經濟發展為核心宗旨的APEC不僅是亞太地區政商精英的面對面交流的有利時機，更是巔峰盛事與頂尖品牌的對話的重要時刻，能夠登上APEC這一世界級舞台，無一例外都是行業的翹楚。那麼，在APEC主辦權時隔13年重回中國的關鍵年，加多寶走進APEC，民族品牌做好東道主，有哪些原因呢？

正宗涼茶品質受APEC青睞

上世紀90年代初，涼茶創始人將祖傳涼茶秘方和工藝獨家傳授給加多寶集團。加多寶從此肩負起推廣正宗涼茶、壯大涼茶產業的責任和使命。1996年加多寶首創並率先推出涼茶行業第一罐紅罐涼茶，為涼茶從嶺南一

隅走向全國、為涼茶行業的大發展奠定了基礎。其後，加多寶依靠精準和創新的定位，讓加多寶紅罐涼茶紅遍全國。加多寶集團依托「大品牌、大平台、大事件」戰略並積極聯手鳳凰衛視、央視等重量級合作夥伴，隨着影響力的不斷擴大，一系列世界級的品牌活動也選擇與加多寶牽手合作。在2008年北京奧運會、2010年廣州亞運會、2012年倫敦奧運會和2014年巴西世界盃上，都能看到加多寶的身影；從2012年起就火爆刷屏的《中國好聲音》連續3季邀請加多寶冠名合作；今年，厚積薄發的加多寶更成為2014年夏季達沃斯論壇的合作夥伴，吸引了全球政要和新領軍者的目光，帶領涼茶走向世界、成就了涼茶產業今天的規模。

為了讓全世界的每一位消費者都品嚐到高品質、口味如一的正宗涼茶，加多寶不斷摸索創新，首創研發了涼茶濃縮汁技術，開創了涼茶「集中提取、分散罐裝」的現代工業生產模式，實現正宗涼茶配方的標準配比、罐裝，進一步提升工業化、規模化生產水平。2010年，加多寶紅罐涼茶榮獲「食品工業界奧斯卡」之稱的全球食品工業獎，成為當時國內唯一獲此殊榮的民族飲料品牌。18年來加多寶始終以提供高品質、口味如一的正宗涼茶為己任，為整個涼茶行業建立了標杆，同時也確保了消費者對整個行業的品質預期和現實體驗，贏得了廣大消費者的信賴。對正宗涼茶的一貫堅守，讓加多寶不僅奠定了涼茶領導者的行業地位，也贏得了APEC的青睞。選擇加多寶涼茶，是APEC對其正宗品質的褒獎和肯定。

加多寶作為中國民族飲料的第一品牌

在包括碳酸飲料、茶飲料、果汁、涼茶在內的飲料四大品類中，只有涼茶專屬於中國。近代以來，傳承千年的涼茶逐漸式微，其在現代的重新發光，則始自上世紀90年代加多寶首創的第一支紅罐包裝涼茶。由此而發軔，涼茶這一世界飲料界的「新銳力量」開始攪動傳統飲料巨頭壟斷的市場。伴隨而來的全新涼茶消費潮流，



讓加多寶甚至火到了美國唐人街，讓世界不得不重新審視中國——這個全球最大的飲料消費市場帶來的口味創新。

2006年5月加多寶推動涼茶進入首批國家級非物質文化遺產名錄，為涼茶走向世界鋪開了一條大道。隨着勢能效應的不斷放大，加多寶涼茶成功行銷全球40多個國家和地區。2007年加多寶紅罐涼茶在國內罐裝銷量就已經超越可口可樂，目前已連續7年成為中國飲料第一罐，被消費者譽為「東方的可口可樂」，成為國人的驕傲。在涼茶領導者加多寶的帶領下，現在涼茶已成為繼碳酸、果汁和茶飲料之後的中國第四大飲料品類，市場整體規模已突破400億元（人民幣，下同）大關，這讓世界巨頭都對加多寶在中國飲料市場的領導影響力刮目相看，也是作為APEC會議受邀的關鍵要素。

民族文化的閃光名片

以涼茶為代表的民族傳統養生文化和仁愛文化理念，是加多寶涼茶在強手如林的世界飲料市場縱橫自如的深厚底蘊，也是APEC選擇其作為國家形象代表的最根本因素。其吉祥喜慶的紅罐包裝，也處處傳達着中華民族傳統文化裡「和為貴」的精髓，非常契合APEC國際盛會的交流、合作主旋律。除此之外，加多寶還有另一種「最中國」的味道，那就是其對「仁愛、慈善」傳統文化的繼承和發揚光大。

加多寶倡導「以善促善，人人公益」的理念，嘗試以企業小善帶動社會大善，讓公益正能量循環不竭。加多寶在公益助學領域十幾年如一日堅持愛心助學行動，截至今年，已累計出資6000多萬元，幫助上萬名貧困高考應屆生圓夢大學。

而更為人津津樂道的則是，在2008年四川汶川地震、2010年青海玉樹地震、2013年四川雅安地震中，加多寶三次向震災區一次性捐贈超過1億的善款，創下了中國民營企業史上最高的單筆捐款數額，被很多人親切地稱為「賑災專業戶」。當2008年APEC發表《利馬宣言》就企業社會責任問題達成共識之際，加多寶榮獲了由民政部頒發的「中華慈善獎」，成為加多寶對發揚仁愛文化、傳遞公益力量的一個最佳注腳。2014年10月，加多寶又獲得了國務院扶貧開發小組授予的「全國社會扶貧先進集體」榮譽獎項，除諸多在扶貧方面有卓越貢獻的政府機構外，加多寶作為涼茶行業唯一獲此國家級殊榮的企業受到了國務院副總理汪洋的高度評價及認可。

如今，在APEC這樣一個全球性官方論壇上，加多寶涼茶再次以「國飲」的身份出現在會場內外，充分表明APEC對其作為民族飲料第一品牌地位的信賴，更是國家及社會對加多寶集團涼茶事業的認可，作為「國飲」的民族品牌，加多寶將以高品質、深厚傳統文化底蘊的正宗「中國味道」迎接盛會的開啟！

