

金匯 動向

馮 強

經濟數據疲弱

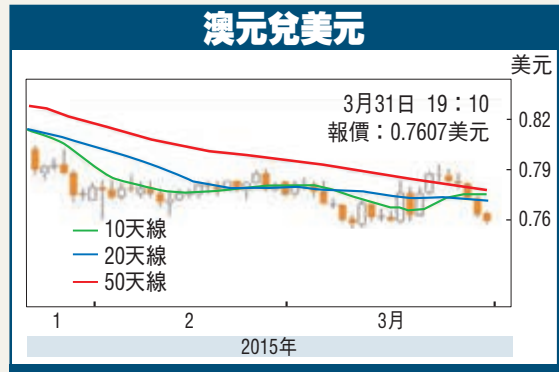
澳元跌勢加速

澳元上周受制79.40美仙附近阻力後走勢偏弱，迅速跌穿78美仙水平，本周更相繼續失守77及76美元水平，並於周二反覆下挫至75.90美仙附近兩周低位。美元近日持續偏強之際，金價及原油價格亦雙雙下跌，不利商品貨幣，再加上美國周一公布2月份消費者支出按月上升0.1%，較1月份0.2%跌幅有改善，同時2月份個人消費開支按月攀升0.2%，顯著高於1月份的下跌0.4%，數據帶動美元升幅擴大，澳元周二失守76美仙水平。

澳洲2月份失業率稍為回落至6.3%，不過仍接近6.4%的12年半高點，顯示就業市場沒有太大改善。雖然澳洲統計局本月公布1月份零售銷售按月上升0.4%，高於12月0.2%升幅，但隨著澳洲2月份國際商品進口值下降至200.19億澳元，連續多月下跌之外，更是去年3月以來的最低進口值，該因素將對零售銷售構成負面影響，不利澳洲內需表現，不排除澳洲下周二公布的2月份零售銷售可能遜於1月份表現。受鐵礦石價格大幅下跌拖累，澳洲第4季經濟明顯遜於第3季表現，而澳洲央行在2月份的單次降息行動，將不足以推動經濟及就業市場的持續改善，增加市場對澳洲央行下周二的降息預期，不利澳元表現。預料澳元將反覆走低至75.00美仙水平。

金價反彈乏力續偏軟

周一紐約6月期金收報1,185.30美元，較上日下跌15.40美元。現貨金價本周初受制1,198美元水平後走勢偏弱，周二更一度走低至1,178美元附近一周多低位，延續上周尾段跌勢。市場對美國聯儲局今年升息預期升溫，美元繼續轉強，同時布蘭特及紐約期油近日再度處於反覆下跌走勢，均對金價造成負面影響，而現貨金價未能重上1,200美元水平，將不利金價短期表現。預料現貨金價將反覆走低至1,170美元水平。



金匯錦囊

澳元：澳元將反覆走低至75.00美仙水平。
金價：現貨金價將反覆走低至1,170美元水平。

股息增加 金融股基金可捧

金融行業在經濟周期敏感度高，當美國GDP和就業增長升溫，標普金融股份派發的股息，再度超越其他標普行業板塊，只要美國經濟持續向好，預期美聯儲年內加息將有利標普金融板塊，上升動力日益明顯。

■梁亨

在2008年雷曼兄弟倒閉前，美國金融業發放的股息，都高於標普其他行業板塊，不過雷曼兄弟倒閉後，美國金融業為滿足美聯儲更高的監管標準大幅削減派息計劃，專注於建立自己的儲備，以提升資產負債表的健全體質。

美多間銀行紛增季度股息

隨著美金融業資產負債表接連通過美聯儲的監管壓力測試，摩根士丹利在壓力測試報告出爐後，上月宣布增加季度每股普通股股息50%至每股15美分；至於美國運通、高盛、富國銀行、US Bankcorp的股息也分別增加12%、8.3%、7%以及4.1%。

而去年不能通過壓力測試的花旗集團，今年則通過壓力測試，也將每股股息從1美分，增加至5美分。隨著季度派息增加，金融板塊股份在這個財年派發股息545億美元，佔標普500成份股派發股息總額的14.6%。隨著美聯儲預示下半年後加息，銀行貸款利潤將能夠從過往幾年的低利率，回復至正常貸款利潤之餘，過剩現金將能夠投資具收益率吸引的產品。當利率上升，也意味着經濟活動增加，債券市場

金匯 出擊

英皇金融集團（香港）總裁 黃美斯

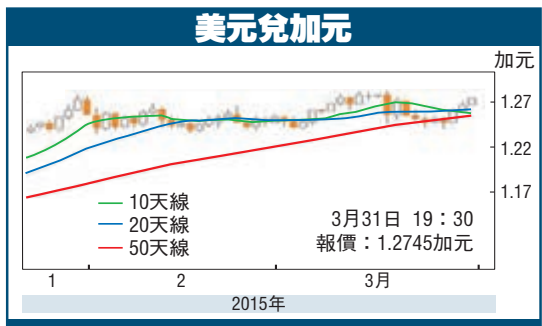
商品貨幣普遍承壓

澳元兌美元跌至接近0.76水平美元，向本月稍早觸及的近六年低位0.7561回落。商品價格持續疲軟，對中國經濟增長放緩的擔憂以及澳洲國內減息的預期一併打壓澳元下跌。相比而言，周一公佈的美國數據利好美元。數據顯示，美國成屋待完成銷售指數回升，2月核心個人消費支出(PCE)物價指數較去年同期上升1.4%，前月為上升1.3%。

技術圖表分析，澳元自1月底至今持續受壓於0.80關口，甚至0.79水平亦僅短暫突破而未可穩企其上，包括在二月底以及上周均在破及0.79附近水平後而再度回挫，預計當前首個參考仍會是3月11日觸及的低位0.7561，估計跌破此區或會引發一些止損盤，從而導致澳元跌破更為加劇。預估其後支持可看至0.75及0.74水平。上方阻力見於50天平均線0.7780，較重要阻力仍會看0.79及0.80水平。

美元兌加元爭持待變

金融時報(FT)周一報道，加拿大央行總裁波洛茲稱，油價下跌對國內經濟產生「嚴重負面」影響，但加元貶值及美國經濟復甦，應有助於出口帶動國內經濟復甦。波洛茲稱央行仍有許多選擇可以在必要時扶助經濟。這些選擇包括承諾維持利率在較長時間維持在低位，即所謂的「前瞻性指引」，還可



以實施資產購買。波洛茲為1月央行意外降息辯護，稱油價下跌意味着經濟不太可能在兩年內恢復產能。這篇文章寫道，波洛茲對加拿大經濟持謹慎論調。

圖表分析，自於1月底至今，美元兌加元處於區間爭持，上方頂部大致在1.2840，下方底部約為1.24水平，而中短期平均線現則集結於1.26水準，示着美元兌加元目前的待變局面，亦醞釀着若果上述區間出現破位，則或會衍生出一波較顯著的延伸波幅。上方破位，則目標可看至1.29及1.30水平，以此輪爭持幅度計算，進一步目標料為1.3280。至於若果向下破位，延伸目標估計為1.2310。即市較近支持料為50天平均線1.2550。

東阿阿膠敖漢旗建毛驢基地

香港文匯報訊（記者 楊奕霞 敖漢旗報道）東阿阿膠股份有限公司近日與內蒙古赤峰市敖漢旗政府簽訂肉驢產業發展合作協議，東阿阿膠將在5年內投資10億元(人民幣，下同)，以敖漢旗為中心建設100萬頭毛驢良種基地，以滿足公司日益增長的原料需求。

打造百萬級全產業鏈

驢皮是阿膠的主要原料，近年來驢皮短缺導致的資源緊張讓作為龍頭企業的東阿阿膠開始在全國佈局規模化養殖供應。公司已在山東、遼寧、甘肅、河北、雲南、新疆等地建立20個養驢示範基地。東阿阿膠總裁秦玉峰表示，此次在敖漢旗

設立基地並贈送十頭優良烏驢種公驢，主要為打造烏驢良種繁育基地、科研基地、培訓基地、示範基地，並延長種子、改良、繁育、飼料、肉、皮、奶、骨、胎盤等產業鏈。通過活體循環深度開發，打造東阿阿膠除山東聊城本部外的另一個百萬級全產業鏈。同時，借助訂單養驢模式，還可帶動當地農民增收致富。據了解，由於驢皮原料短缺，一張驢皮價格兩年內已由500元提升至兩、三千元。

內蒙古赤峰市敖漢旗有着悠久的養驢歷史，目前肉驢存欄量已由2012年前的16萬頭，發展到目前的21.5萬頭，居全國縣級之首。當地飼草資源豐富，養驢成本較低，為大規模養殖提供良好



■東阿阿膠總裁秦玉峰(左)向敖漢旗贈送優良烏驢。本報記者楊奕霞攝
條件。根據敖漢旗方面規劃，到2017年敖漢旗肉驢存欄量將達28萬頭，養殖戶達到5萬戶，其中養驢大戶500戶，年出欄肉驢14萬頭，農民在肉驢產業中獲得的利潤將超過4億元。

前海設跨境保稅購物展示中心

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）騰邦國際日前在前海率先推出400平方米「騰邦前海國際保稅跨境購物展示中心」。據該中心負責人告訴記者，目前日均接待1,000多人次。騰邦集團有關人士稱，4月中旬將在福田保稅區開設面積1,700平方米的跨境購物展示中心。

商品500元以下不需交稅

前海的展示中心共分兩層，第一層主要經營母嬰用品、化妝美容、零食快消、清潔護理、家居日用等，主要來源地為日本、韓國、澳大利亞等國家。第二層經營紅酒，70%為法國生

產，其餘來自澳大利亞和德國等地，價格從88元至7000多元人民幣(下同)不等。據介紹，店內一樓的展示區分為「保稅區」和「完稅區」，「保稅區」的商品購買500元以下不需要交稅，500元以上需按照商品類別進行交稅。「完稅區」的商品價格為稅後價格，不需要另外交稅。

中心採用「線下體驗+線上購買」的O2O模式，前海實體店暫時只有進口商品展示功能，消費者通過其微信下單和付款才能購買，目前只支持微信支付。上周日均顧客數維持在1,000人以上，每天微信下單數平均超過100單。

工商資訊

3月29日，由財新傳媒和中山大學聯合主辦的第四屆嶺南論壇在廣州隆重召開。廣東省委常委、常務副省長徐少華，最高人民法院副院長李少平，財政部財政科學研究所原所長賈康等嘉賓出席並發言。徐少華與龐振國進行了親切會談，肯定了加多寶為壯大涼茶行業，弘揚涼茶文化所做出的貢獻。

香港文匯報記者 李一凡

徐少華與龐振國親切會談

徐少華開場致辭

加多寶黨委書記龐振國出席嶺南論壇與眾政商嘉賓共話「創新」

嶺南論壇是華南地區規模最大、級別最高的經濟與金融類論壇之一，影響輻射全國。「大眾創業、萬眾創新」今年首次被寫入政府工作報告，「創新」也成為嶺南論壇上政商學屆共同關注的最熱詞彙。龐振國在論壇上介紹，加多寶自1996年以來，順應經濟改革大潮，遵循市場經濟規律，專注創新，以涼茶領導者身份，一步步把涼茶帶到全國，推向世界。他表示，「創新是激發企業競爭力、保持市場活力的金鑰匙，而公平的市場環境是保障市場活力的穩定器。」得到與會領導、專家的高度贊同。

加多寶全面創新 激活涼茶市場

龐振國作為受邀嘉賓參與嶺南論壇分論壇會議，與眾多政商界嘉賓共話「新常態下，如何激發市場活力」。他表示：創新是中國經濟新常態的要義之一，加多寶20年來所取得的諸多成績得益於改革開放以來，以政府為首，全社會努力營造的最好的經濟發展機遇，也源於我們遵循市場規律，不斷創新，激活了整個涼茶市場。

上世紀90年代初，涼茶創始人王澤邦第五代玄孫王健儀將祖傳涼茶配方獨家傳授給加多寶，從此加多寶肩負起傳承和弘揚涼茶文化的責任和使命。龐振國在論壇上從原材料、生產工藝、品牌營銷、公益活動等方面向與會嘉賓分享了加多寶全面創新的心得。

首先，作為正宗涼茶的傳承者、領導者，加多寶始終把為消費者提供高品質的正宗涼茶作為企業最大的社會責任。加多寶的正宗基因是從種植源頭起就一脈相承的。加多寶創造性的採用「公司+基地+農戶」合作種植和定向採購的模式，全面確保了加多寶涼茶純正、安全的原料供應。

其次，在保證涼茶傳統蒸煮工藝的情況下，加多寶開創了「集中提取，分散灌裝」的大工業化生產模式，並通過360度品質管理體系，有效地保證了涼茶生產的標準化和產品新鮮度、品質、口感的一致性，為此獲得了有「食品界奧斯卡」之稱的「全球食品工業獎」。

再次，除了正宗配方和高品質管理，加多寶在品牌推廣上也是不遺餘力。1996年，加多寶創造性地推出了涼茶行業紅罐標識涼茶，為涼茶突破地域限制，走出嶺南奠定了基礎，並由此打造了涼茶行業經典的紅罐標識。2002年底，加多寶通過大量調研，於2003年提出了「預防上火」的創新定位，從此「怕上火」的廣告語響遍大江南北，紅罐涼茶銷量一路攀升，成功開創了飲料行業第四品類，實現了涼茶產業的大發展。

同時，加多寶多年來一直堅持「大品牌、大平台、大事件」的營銷戰略，從2004年起便與品牌傳播最高點的央視、鳳凰衛視等強勢平台進行合作，並且不失時機地借勢世界盃、奧運會、「中國好聲音」、APEC、達沃斯等一系列重大賽會活動，進行高層次、多元化營銷，不僅讓加多寶的正宗內涵根植消費者的心裡，成為最受青睞的飲料品牌，還成就了加多寶涼茶飲料行業領先品牌的市場地位。

加多寶一直視公益為企業的重要社會責任，從2008年汶川地震，到後來的青海玉樹、雲南魯甸，從資助貧困大學生就學，到幫助農民工「鐵騎大軍」春節返鄉，加多寶在公益活動中不斷創新。「我們不僅僅是捐錢就算了，而且提出『以善促善人人公益』的理念，讓公益最大範圍，最有效傳遞出去。」龐振國說。

論壇上，圍繞創新與激發市場活力，與會嘉賓從傳統產業與互聯網結合、國家稅收政策、知識產權入股等眾多方面分享了寶貴的經驗和獨到的觀點。原廣東省發改委主任

李春洪表示，「經濟發展，行業發展都需要創新。創新需要的條件很多，需要科技創新，體制機制創新，需要政策創新，還有思路等等，最重要的創新還是靠人。」

打造國際品牌 實現涼茶中國夢

與會嘉賓認為，進一步激活市場活力，還需要有全球化的大視野和大格局。「國家正在加快實施走出去戰略，在這種背景下，中國企業要善於走出去，要在打造國際品牌上，進行不斷的創新，用全球紅利激活市場活力。」龐振國說。

不久前，普華永道的研究報告顯示，中國企業海外併購交易活動在2014年創歷史新高，各類型併購交易增長勢頭強勁，交易量及交易金額均激增55%。作為涼茶行業領導者，加多寶一直致力於推動涼茶文化走出去。加多寶自1996年推出紅罐涼茶以來，引領涼茶這一中國特有的飲品走向世界各地，目前已經成功行銷全球40多個國家和地區。

龐振國表示，20年來，由於加多寶人對於涼茶行業的熱愛、專注以及不斷的創新，使之已經成為涼茶行業的領導者，但加多寶絕不滿足於在國內飲料市場的領先地位，加多寶的競爭對手始終瞄準國際上最優秀的飲料同行。

「在經濟新常態和走出去的時代主題下，加多寶面臨的是國際市場的挑戰，必須要有要有大胸懷、大視野、大格局，走向國際舞台。將更快調整以適應新形勢，優化資源配置，升級產品硬件配置，率先做出嘗試性改變，作為涼茶領導者，加多寶的使命是將涼茶這一嶺南文化魁寶、中國養生文化推廣到全世界，將加多寶打造成世界級飲料品牌，實現涼茶中國夢。」龐振國表示。