

逾3300公司參展港電子展

香港文匯報訊(記者 曾敏儀)春季電子產品展及國際資訊科技博覽昨日開鑼,吸引來自24個國家及地區、超過3,300家公司參展,其中大會今年新增的「穿戴式電子產品」展區成為焦點,場內展商展出最新款式的智能手錶,另外也有專為音樂人而設的隨身節拍器,讓用家預先設定歌曲的節拍,在演奏的時候震動。貿發局組織共150個買家團,安排逾9,500名來自逾6,000家公司的國際買家參觀展會。

今年電子產品展亦增設「連網家居」及「無人操控技術」兩個展區。「連網家居」展示現代家居的物聯網應用系統,例如可利用手機應用程式,遙距操控家中電插座的開關及各項電器,並可監察使用電量。「無人操控技術」則展出高清晰航拍飛行器等電子產品。

國際資訊科技博覽服務初創企業

至於國際資訊科技博覽,為初創企業提供平台,讓他們與來自世界各地的潛在合作夥伴會面。今年,香港政府資訊科技總監辦公室設立「iStartup@HK」專區,集合20多家本地初創企業

項目。創業培育機構包括香港科技园和數碼港,亦展出其租戶和培育公司的產品。除了本地企業,亦有來自加拿大、印度及韓國的海外創業公司參與博覽,展示了他們研發的創新技術。

其中Apps Zone雲集近20家參展商,展出由大專院校、初創企業及新晉程式設計者等研發的流動應用程式。現場亦設有免費中小企IT諮詢服務,Google、微軟及Yahoo等專家會駐場協助企業選擇合適的資訊科技方案,幫助中小企增加營業額、提升業務效率及減省成本。

場內亦會繼續設置「貿發網小批採購」專區,集合逾300個專櫃合共超過3,000件產品,最低採購



圖為春季電子產品展及國際資訊科技博覽會場。

量由5至1,000件,迎合市場「單單量小」的採購模式。同時,電子商貿近年大行其道,貿發局於去年底正式開通「貿發網小批採購」網上交易平台,方便供應商與全球買家直接在網上完成交易。

安永料IPO市場受惠股市旺



安永亞太區上市服務主管合夥人蔡偉榮。張偉民攝

香港文匯報訊(記者 陳楚倩)安永亞太區上市服務主管合夥人蔡偉榮昨日表示,看好今年本港新股市場表現,最近上市的廣發證券(1776)首掛滿堂紅,而近日港股交投活躍,刺激整體投資氣氛。他預計,今年繼續有小型內地證券行及TMT企業來港集資。至於A股新股註冊制有助簡化企業上市程序,減低內企來港上市意慾,短期對香港新股市場有一定影響,但長遠仍需時觀察。

滬港通削雙幣雙股需求

計劃以雙幣雙股上市的香港航空只聞樓梯響,蔡偉榮表示,現階段難以估計年內有沒有新股以雙幣雙股形式上市。現時兩地交易方便,內地散戶可直接來港開設戶口或滬港通投資港股,無需透過雙幣雙股模式進行買賣。

至於擾攘多時同股不同權,他本人對同股不同權持開放態度,但亦明白現行的同股同權制度保障散戶權益。另外,昨日停牌的特變電工日前公布,有意將下屬公司分拆至香港交易所發行H股並上市。

永嘉:新政利中高端服裝業

香港文匯報訊(記者 張易)中央收緊深圳居民來港「一簽多行」為「一周一行」,零售股中的化妝品股、收租股應聲急跌,也有主攻中高端服裝市場的港商看到商機。永嘉集團(3322)首席財務官王志強昨會見傳媒時表示,新政策可吸引真正遊客來港消費,而若舖租因此回落,公司零售可進一步受惠。

經營「D-mop」、「Y-3」等潮牌的永嘉集團,零售業務佔總收入約二成,目前於本港有19間店舖。王志強認為,早前反水貨示威影響內地大城市遊客訪港意慾,希望新政策可紓緩兩地矛盾,對中高端服裝業是好事。

或年底關閉部分D-mop店舖

他透露,本港今年有7至8間店舖租約到期,大多位於商場,料減租機會微,不排除年底關閉部分D-mop店舖。與此同時,會於內地電商渠道推廣D-mop,亦會開體驗店提升品牌知名度。至於輕奢修潮牌Y-3,今年會於省會城市新增5至7間店舖。

佔收入80%的貼牌生產(OEM)業務方面,產能續由內地遷往越南及柬埔寨,王志強透露,目標年底時,將內地於總產能佔比降至30%,2至3年後,進一步降至10%。目前越南產能已用八成,今年會擴建廠房。

集團2011年入股Shine Gold集團進軍時裝業務,該筆交易至今對經營產生影響,今年仍有約3,000萬元經營虧損,料明年可轉虧為盈。若不計該筆分攤費用,集團去年經營利潤為1,330萬元。

安盛:財策人才需求殷

香港文匯報訊(記者 黃萃華)安盛首席經銷業務總監黎偉昨出席集團財務策劃課程系列畢業典禮後指,入行三十年來,即使本港曾經歷金融風暴及沙士,財務策劃人才一直都保持增長,特別是保險理財策劃方面,他相信未來兩年的財策人才的需求更加熱切,集團為吸納更多人才,已從大學入手,推出實習計劃吸納未畢業的學生投身行業。

深圳居民由「一簽多行」改為「一周一行」,他表示,集團的客戶目標並非「一簽多行」的旅客,而且多數客戶不是由街頭或電話接觸,因此政策對集團影響不大。

料恒指升至33000點

而股市大升,他指,一些年長的強積金持有人見股市升幅太厲害,會把帳戶內的資產重新分配,由股市基金轉為保守基金。亦有畢業學員指,在大時代下,一個月內於股票市場有20%的回報,他預計恒指會升至33,000點,並對財務策劃前景充滿信心。

南沙自貿區服務外包產業港辦投推會



廣州南沙開發區管委會副巡視員阮曉紅。張偉民攝

管委會副巡視員阮曉紅昨日表示,目前南沙服務外包產值佔港企佔約45%,期望未來增加軟件、檢測、製造生產、研發設計、技術先進型等服務外包,同時發揮本身電子、汽車、造船等產業優勢,及加強科技創新平台。有進駐南沙的企業大讚,南沙政府的服務效率較高,方便企業營商,相反上海自貿區的審批進度緩慢,申請逾一年仍未成功入駐。

從事雲端技術及移動互聯網的創博集團副總裁彭俊表示,集團自2012年進駐南沙自貿區,相對上海自貿區而言,南沙自貿區的政府行政效率較高,辦理牌照、證件及評估等過程迅

速,方便企業營商。另外,同於廣東省的前海自貿區,能源指標嚴謹,不適合數據中心經營。他又認為南沙鄰近廣州市,可吸引大學專才,直言人才方面不成問題。彭俊又指,本港營運成本高,隨着南沙的配套設施改善,他預期未來將有非常多數數據中心進駐。

貿發局下月領團赴南沙考察

香港貿發局研究總監關家明昨日表示,本港企業普遍關心廣東自貿區的營商機遇,特別是上海自貿區的發展仍未成熟令投資者另有寄望,因此下月該局將領團帶港商

前往南沙考察。但他承認南沙或如上海一樣,久久未見成果亦不出奇,暫時亦未有具體措施出台,需時間觀察。

香港貿發局昨於國際資訊科技博覽,舉行了南沙自貿區服務外包產業投資推會,向內地及本港企業介紹當地自貿區投資環境及發展機遇。據悉,現時於南沙投資的港企達800間,涉及138億元人民幣。南沙自去年獲批為自貿區,分為航運、金融、科技、教育及醫療等7個片區,現已建設資訊科技園等外包平台,以及港口、地鐵及公路等基礎建設迎接機遇。

瑞年國際擬併購零售藥店

香港文匯報訊(記者 陳堡明)瑞年國際(2010)主席兼行政總裁王福才昨於記者會上稱,集團剛進行的配股活動,未來資金將用於併購項目上。而首席財務官潘翼鵬就指,集團正留意一個擁有600間零售藥店的銷售網絡,相信今年之內可以落實收購,未來亦會進行其他收購,形容併購規模甚至會較去年中收購安徽雙科高幾倍。

瑞年自去年起大力發展旗下業務,潘翼鵬稱今輪配股的投資者主要來自中資保險公司,但不願透露任何公司名稱,未來冀與中資保險公司合作發展。是次配股較公告前最後一個交易日股價折讓12.9%,發行股份相當於擴大股本後的9.9%,集資額3.04億元。

根據集團3月30日公告的末期業績顯示,瑞年國際擁23.7億元現金,加上配股集資所得,即瑞年未來將擁有26億元現金進行併購,還未計算潛在的銀行借貸。

潘翼鵬於記者會上亦表示,集團目前於各地擁有約200家瑞年康健店,2015年目標最少增加30家,並徵收40萬名會員,以擴大用戶基礎。

匯豐紀念鈔認購結果今揭曉

香港文匯報訊(記者 黃萃華)匯豐150周年紀念鈔今日公布認購分配結果,申請人可用香港身份證或護照編號和電話號碼,或紀念鈔申請參考編號,登入網址:www.hsbc150banknote.com.hk,於網頁查閱是否成功申請。

4月付款6月領鈔

公眾認購的申請人如成功認購,會於本月24日前收

到確認通知書,以交代領取紀念鈔的詳情,成功認購者須於今日至5月7日期間,按指定方法全數繳付款項。而紀念鈔領取的日期為6月9日至6月28日,成功申請者須按確認通知書上所顯示的指定日期、時間及地點,親自前往領取紀念鈔。

至於未能成功申請的人士,若有提供有效的流動電話號碼或電郵地址,將於4月底或之前收到短訊或電郵通知。

匯豐:人幣2030年佔全球外儲12.5%

香港文匯報訊 匯豐銀行最近對全球外匯儲備管理機構的調查顯示,到2030年,人民幣有望佔到全球外匯儲備總額的12.5%左右。這表明,中國政府加速向外資開放本土市場的努力將開花結果。

調查是在3月份進行的,以72家央行作為調查對象,這些央行的外匯儲備規模總計5.9萬億(兆)美元,佔到全球外匯儲備總額的48%。

調查顯示,人民幣在外匯儲備總額中的佔比將逐步上升,預計到2015年底將佔據2.9%,到2020年達到6.9%,2025年佔10.4%,2030年達到12.5%。

佔受訪對象53%的35家央行表示,他們目前正在投資或正考慮投資人民幣資產,但是進入中國本土市場的渠道還很有限。

歐洲一家外匯儲備管理機構稱,市場流動性及市場內多元化方面的投資機會仍然有限,這主要歸因於信貸風險的考量。

據一家受訪的儲備管理機構稱,儘管許多央行已經開始增加人民幣曝險倉位,但人民幣要過多久才能成為主要儲備貨幣,還要取決於中國經濟的增長和穩定性狀態,以及中國金融市場的國際化步伐及深化情況。

昨日由工業和信息化部科技司指導的中國極具公信力的品牌機構——中國企業品牌研究中心實施的2015年C-BPI中國品牌力指數在京發布,涼茶領導者加多寶再次榮獲「涼茶行業第一品牌」,這是繼加多寶涼茶2014年再次銷量奪金後,加多寶品牌再贏好消息,有力地夯實了加多寶的涼茶行業領導者及飲料行業領先的品牌地位,繼續領跑涼茶市場快速發展。

香港文匯報記者 李一凡

繼銷量再次奪金後 權威機構發布加多寶再獲 「涼茶行業第一品牌」

加多寶(中國)飲料有限公司
榮獲2015年度中國涼茶行業
C-BPI品牌力第一名
特頒此證



記者從中國企業品牌研究中心了解到,2015年C-BPI調查區域覆蓋全國30個城市,歷時151天,覆蓋162個行業,從第一提及率、品牌形象、購買可能性、偏好度等多個維度去綜合評估品牌力指數。在涼茶行業,加多寶品牌力以620分再次榮獲「涼茶行業第一品牌」,品牌力再次奪金。

對此,加多寶品牌管理部副總經理王月貴對媒體表示,加多寶銷量與品牌力雙雙再次奪金,品牌升級推出主題紀念罐勢在必行。

20年傳承創新 助力2014再次奪金

加多寶集團品牌管理部副總經理王月貴從以下幾個方面向記者詳細闡釋了品牌力和銷量再次奪金背後的奧秘: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後,加多寶就肩負起弘揚涼茶文化,做大做強涼茶產業,把涼茶從嶺南一隅推向全國、全世界的使命。1996年,加多寶推出紅罐涼茶,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。同時,在保證涼茶傳統煮蒸工藝的情況下,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」。

加快推出主題紀念罐 打造新名片

從「銷量再次奪金」到「涼茶行業第一品牌」品牌力再次奪金,顯然當前的加多寶,並不滿足於在國內涼茶市場的領先地位,而是蓄勢待發為謀求世界級飲料品牌加大布局力度。與此同時,加多寶希望以中國傳統文化代表的身份,打造帶有民族印記的世界級飲料品牌,讓代表中國傳統養生文化的正宗涼茶成為世界認識中國的一張新「名片」。據悉,目前加多寶涼茶已出口全球40多個國家和地區,覆蓋廣度和速度都正在加快。

中國財聯商業研究院秘書長凌鷹指出,中國經濟進入「新常態」,產能過剩、內需不足的壓力日益顯現,另一方面「一帶一路」、「企業走出去」等重大戰略加快實施,將深刻改變中國區域經濟發展格局,也勢必重塑全球政經版圖。這對於加多寶這樣的行業領導者及中國文化弘揚者來說,更應該順應時代潮流,抓住機遇,持續向全世界推廣涼茶文化,把代表中國智慧、承載中國文化的遺產發揚光大,為「中國夢」的實現添磚加瓦。