

金匯 動向 馮 強

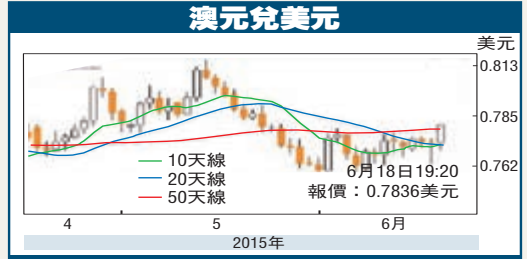
美或押後加息 澳元走高

澳元本周三在76.50美仙附近獲得較大支持後迅速反彈，重上77美仙水平，周四升幅擴大，一度向上逼近78.35美仙附近3周多高位。美國聯儲局周三晚下調今年經濟增長評估，顯示聯儲局的升息步伐將較市場預期為慢，雖然聯儲局主席耶倫表示今年仍有機會升息，不過要看未來數月經濟數據的表現才能決定，反映聯儲局現階段的政策立場依然溫和，投資者還未能確定聯儲局是否會在9月有升息行動，消息導致美元兌各主要貨幣掉頭下跌，帶動澳元周四再度觸及78美仙水平。

另一方面，澳洲4月份零售銷售按月增長停滯，並且是連續兩個月下跌之際，澳洲統計局本周四公布5月份國際商品進口值按月下跌5%，顯示澳洲內需有逐漸放緩傾向，不過數據未有對澳元造成下行壓力。此外，澳洲央行行長上周三對進一步寬鬆貨幣政策持開放態度之後，澳洲央行本周二公布的6月份會議紀錄重申澳元匯價仍有機會進一步下跌，但澳元反而持穩77美仙水平後繼續反彈，凸顯澳元正受惠於美元的疲弱走勢，該因素將有助澳元短期表現。預料澳元將反覆走高至79.30美仙水平。

空倉回補 金價上試1210美元

周三紐約8月期金收報1,176.80美元，較上日下跌4.10美元。現貨金價周三持穩1,174美元水平後迅速反彈，周四升幅擴大，一度向上逼近1,200美元水平。美國聯儲局下調美國經濟成長幅度，升息步伐可能放慢，美元迅速受壓，投資者迅速掉頭回補黃金空倉，導致現貨金價周四向上衝破1,190美元水平後升勢轉急。現時市場將關注美國本周四公布的5月份消費者物價指數，若果數據升幅遜於預期，增加美元下行壓力，則預料現貨金價將反覆走高至1,210美元水平。



金匯錦囊

澳元：澳元將反覆走高至79.30美仙水平。
金價：現貨金價將反覆走高至1,210美元水平。

市場震盪 慎選美小型股

美國小型股經歷了第一季亮眼的表現之後，第二季一開始便受到不如預期的製造業活動指標、疲軟的第一季GDP成長率等疲弱的經濟數據拖累。不過近期公布的數據顯示美國經濟逐漸擺脫第一季疲弱不振的陰霾開始趨穩，像是優於預期的非農就業人數增加、職位空缺數等皆呈現美國勞動市場仍在穩健復甦的步伐當中，而最新公布的5月份NFIB美國小型企業信心指數則攀升到今年以來的高點。隨着經濟情況轉佳，市場反應聯儲局加息的預期，美國股市出現上下震盪的局面。

■駿利投顧

展望未來，駿利預期在聯儲局今年稍晚可能開始升息的情況下，可能會導致小型股市盈率乘數略為縮減。駿利同時也預期雖然今年美國小型股的潛在報酬可能不若前兩年，但是慎選之下，市場上仍存在具潛力的投資標的，有關近期美國小型股的投資主軸，駿利認為有三大機會值得留意：

避開景氣連動性較強公司

1、能增加市佔率的公司：許多循環性公司有機會擴大市佔率，尤其是提供周到服務給過去由小型家庭企業服務的終端市場；我們傾向避免一些跟景氣變化連動性較強的公司，並聚焦於能夠產生經常性營收、具有長期成的製造商，及能夠增加市佔率及將零碎市場整合的公司。

2、創新醫療保健公司：看好具有改變遊戲規則的儀器或藥品，或是於具有成長性的市場擁有專利技術的公司，像是為醫療產業提供科技服務的公司。由於這個產業長期以來對科技項目投資不足，如果可以對這塊市場帶來新科技或是更好服務的公司，將會掌握龐大的潛在市場。

金融創新服務公司具潛力

3、對金融產業提供服務的公司：駿利看好能對金融產業提供創新服務的公司，因為這樣的企業模式可以產生經常性營收以及具有可觀的成長空間。例如有些科技公司

為銀行、經紀商、共同基金業者或公司提供投資者溝通或是科技導向解決方案，將公司的委任表決書傳遞給經紀商、財務顧問或是共同基金。駿利認為這樣的公司建立的投資者網絡是一項利基，因為對於潛在競爭者而言這是一個龐大的進入障礙。因此當愈來愈多企業有需求要將公司資訊提供給投資者時，便可能轉與這種公司合作。

駿利認為目前的市場對於正面消息或是負面消息皆有過分反應的情況，因此採取耐心投資法。尤其在市場對負面消息過度反應時，反而提供機會布局於一些高品質的公司，日後等到這些公司股價大幅反彈到目標價位再縮減投資部位。以目前本益比乘數來看，未來股價要進一步上漲必須要靠盈餘成長來支撐，這時候慎選公司十分重要，投資者應聚焦於盈餘成長趨勢較為穩定的公司方能受惠。



圖為紐約交易所交易員忙於買賣。資料圖片

英皇金融集團（香港）總裁 黃美斯

今日重要經濟數據公布

14:00	德國	5月生產者物價指數(CPI)月率：預測+0.2%。前值+0.1%；年率：預測-1.1%。前值-1.5%
16:00	歐元區	4月末經季節調整經常帳。前值249億盈餘 4月經季節調整經常帳。前值186億盈餘 4月淨投資。前值淨流出421億
16:30	英國	5月公共部門淨借款(PSNB)。預測101億。前值60.38億 5月公共部門收支短差(PSNCR)。前值40.44億盈餘
20:30	加拿大	5月消費者物價指數(CPI)月率：預測+0.5%。前值-0.1%；年率：預測+0.8%。前值+0.8% 5月央行核心消費者物價指數(CPI)月率：預測+0.3%。前值+0.1%；年率：預測+2.1%。前值+2.3% 4月零售銷售月率：預測+0.5%。前值+0.7%

出口的經濟體可能滑入通縮的擔憂。瑞士央行還引入了負利率，並向儲存在央行的存款收費。

圖表走勢所見，過去兩日美元兌瑞郎於0.92至0.95的窄幅區間內爭持，隨着美國及瑞郎的議息會議雙雙即將來臨，估計短期爭持走勢仍會持續，若果下破0.92這個整固底部，料延伸技術跌幅約有300點，即可至0.89水平。較近支持亦可參考五月份兩度守穩的0.9060水平。至於上方阻力0.94水平及200天平均線0.9530。

聯儲局降利率展望 美元回挫

美國聯邦儲備理事會(FED)暗示升息時間可能晚於市場預期，並下調經濟增長預估，令美元承壓。在為期兩天的會議之後，美聯儲政策制定者暫時維持當前接近零的利率不變，並稱只有就業市場進一步改善、通脹率會上升的信心更強之後才適合升息。與3月份相比，聯儲官員略為調降了2016年和2017年底的利率預估，且有更多政策制定者目前傾向於今年僅升息一次或不升息。

薪資數據理想 英鎊走高

隨着美元下滑，英鎊觸及七個月高位1.5930水平。英鎊受到支撐，此前英國薪資增長數據是反映英國經濟正處於通脹攀升和升息軌道之上的最強信號。圖表走勢所見，英鎊近日在50天平均線獲見支撐，並在上周持續反彈。預計當前下方支持在1.55及1.5360，至於50天平均線目前位於1.5260將續為關鍵，需慎防後市跌破此區，將見英鎊再陷走弱，下級支持將直指1.50關口。另一方面，目前上方阻力預估在1.60關口及100天平均線1.6040，下一級預估在1.62水平。

瑞士央行周四稱將活期存款利率維持在負0.75%不



變，並表示央行將繼續活躍在外匯市場上以保持瑞郎匯價在低位。在其季度政策會議上，瑞士央行維持三個月Libor目標區間在負1.25%至負0.25%不變，一如路透調查分析師給出的預期。瑞士央行在一份聲明中稱，央行在制定貨幣政策時，考慮了匯率形勢及其對通脹和經濟發展的影響。因此如有必要，央行仍將活躍在外匯市場上，以影響貨幣狀況。瑞士央行1月15日突然取消1.20的瑞郎兌歐元匯率上限，導致瑞郎飆升並引燃對該依賴

http://www.wenweipo.com

工商資訊

創新：光纖傳酒酒「更香」

前段時間，青啤科研中心負責研發的王明很忙，通常要「雙線」作戰。一條是「生產線」，一款全新的產品「青島啤酒全麥白啤」正在試生產；另一條則是「網線」，他整日泡在青島啤酒的「消費者自媒體歡聚聯盟」的微信社群裡，關注這些深度「粉絲」的評論，他如獲至寶，並根據真實的「口碑報告」，不斷對產品風味進行「調整」。

就在有人說「互聯網+」離傳統企業有點遠時，作為已經誕生了6000多年的啤酒釀造，卻嘗到了「互聯網」帶來「光纖傳酒更香」的效率與效益。

廣州球迷「小橙子」難掩心中的驚喜：「周五下班前在網上下單，沒想到周六還在睡着懶覺時，連夜生產出的啤酒已經趕早班飛機送到了！」

這本是一款保質期很短、號稱「只有釀酒師才能喝到」的啤酒，在啤酒誕生後的六千多年，從沒有機會運到千里之外。借助互聯網，青島啤酒讓原漿啤酒得以走上尋常百姓的餐桌。24小時內網絡訂單、當日生產、當日配送，幾乎是「在生產線上喝啤酒」。

另外，在營銷方式創新上，青島啤酒也開始有了「新玩法」。這種玩法，歸結為「用手機自釀一款青島啤酒，然後送給朋友」，這種「遊戲+社交+電商」的移動互聯售賣模式，打造出一個娛樂中心、互動中心、購物中心融合的銷售網，為用戶的「買酒」體驗增添許多趣味，連微信的開發者們都大呼「腦洞大開」。而「青島啤酒1903社區酒吧」的出現，也讓這一「有趣的互動」出現在了與消費者線下溝通的「最後一公里」。

互聯網、大數據，讓生產者和消費者之間不必再「瞎子摸象」，它給傳統製造業帶來的改變，絕不只是智能製造的新機遇，更是涵蓋了從消費者調研、產品定義、研發、供應鏈協同、製造、物流、市場推廣等全產業鏈條。

當手機一點，新鮮的原漿啤酒送到家，哪個區域喜歡喝奧古特，需要增加新啤酒；哪裡的婚禮需要「鴻運當頭」喜氣洋洋……光纖傳酒香，青島啤酒與消費者的需求無限接近零距離。青島啤酒的互聯網轉型證明：傳統產業與新技術不是對手，而是益友。當互聯網的「快功夫」，遇上百年青啤釀造的「慢功夫」，迸發出了時代的火花。

創新釀出了青島啤酒品牌價值的新高度。正如評委在品牌價值發佈現場所言：「青島啤酒無疑是中國進入現代化進程以來，最早的也是最成功的企業典範。歷久彌新的青島啤酒之所以如今依然熠熠放光，不僅是她的香醇早已融入到了消費者的血液中，更重要的是她的創新引領了時代的步伐，契合了越來越多消費者多元化的需求，只有把準時代的脈搏，才能常青永駐。」

青島啤酒新突破：千億品牌價值 全球舌尖共享

——青島啤酒品牌價值1055.68億元 行業唯一世界級品牌

6月16日，世界品牌實驗室(World Brand Lab)在北京發佈了2015年(第十二屆)《中國500最具價值品牌》排行榜，青島啤酒以1055.68億元的品牌價值成為首個突破千億價值的啤酒品牌，連續12年蟬聯中國啤酒行業首位，也是唯一入選的世界級啤酒品牌。青島啤酒公司旗下的崂山啤酒、漢斯啤酒以及青島啤酒博物館分別以115.68億元、94.61億元和33.25億元同時上榜，再創新高。

■香港文匯報記者 魯音 山東報道



正如美國《新聞周刊》6月2日的文章所言，中國在全球最具價值品牌名單中「攻城略地」，而中國品牌能以獨立姿態在全球崛起的背後，是苦練內功、創新求變、中國文化影響力提升的支撐。以青島啤酒、茅台、五糧液等為代表的中國品牌向世界同時遞上了值得信賴的「中國食品的舌尖名片」，為中國品質得到全球「舌尖認可」創造了難能可貴的品牌榜樣。

大國品質 「智造」離不開「質造」

瑞典留學的Coco，學習之餘在斯德哥爾摩的一家餐廳打工。她最引以為傲的事情，是這家店裡賣的最貴的啤酒，是來自中國的青島啤酒，而且喜歡它的消費者還不少。

消費者認可的基礎是產品的品質與特色，而製造業的回歸也已是勢所趨。美國要重返製造業；德國提出了工業



■2014年美國紐約時代廣場的青島啤酒。

4.0；中國推出了「中國製造2025」，這些戰略異曲同工之處，就是要實現製造業的升級和轉型。而由「中國製造」向「中國質造」再到「中國智造」跨越，「以質取勝」是基礎，這是不可以逾越也是要堅守到底的「內功」。

作為最早走出去的中國品牌，青島啤酒遠銷世界90多個國家和地區，並多次在國際啤酒大賽中榮獲金獎，這杯堅守了112年好啤酒背後嚴苛的釀造細節卻鮮有人知。

下午兩點左右，青島啤酒廠品管部的李英嫻嫻的將取樣的瓶蓋墊片，放進了正在行進隊列中的酒瓶中，這瓶加了瓶蓋墊的啤酒，一會兒將和普通產品一起，在生產線上走一遍完整的生產流程。接下來，李英就要對這瓶「加料」的啤酒，進行品評。

李英說，「所有與酒接觸的任何東西，不管原材料、包裝物料、成品、半成品以及任何東西，都要經過理化指標的儀器檢測以及釀酒師的親口品評，甚至連沖洗瓶子後的刷瓶水也不例外。」

在快速發酵方法因其時間短、成本低而早已被啤酒企業廣泛採用的今天，青島啤酒堅持行業中唯一實行「超長低溫發酵工藝」。而這份為極致而精細，以雕琢求完美的「慢的堅持」，是「急速」互聯網時代下的「匠人精神」。

「精益求精」的質量控制體系，得到了來自德國啤酒專家的高度認可。「德國一些啤酒廠也面臨着規模化和質量監控同步提升的挑戰，而青島啤酒在質量控制、檢測指標和監控體系的應用方面讓人刮目相看。」德國杜門斯啤酒學院教授Michael.Eder表示。

2014年青島啤酒實現銷量915萬千升，大約銷售182億瓶青島啤酒。而青島啤酒在拉美市場實現50%以上的增長；西歐、北美市場實現20%以上的增長；亞太地區的韓國市場增長近50%。青島啤酒在美、英、澳、日、韓五國的中國品牌「產品使用率」中，已然位列第一；中國外文局發佈的《中國國家形象全球調查報告2014》顯示，在海外受訪者對中國品牌的熟悉程度調查中，青島啤酒是唯一在發達國家比發展中國家更被熟悉的中國品牌。

或許中國品牌價值的提升與突破，就是對「大國品質」的最好代言。



■作為最早走出去的中國品牌，青島啤酒遠銷世界90多個國家和地區。