

延續低息 佈局英法德REITs



歐洲央行今天(4月21日)議息，市場預料維持現行超低利率不變。資料圖片

由於歐洲央行3月擴大寬鬆計劃於4月開始生效，市場更加留意購債計劃，尤其購買投資等級公司債的執行狀況，而就利率政策部分應維持存款利率於-0.4%不變。不過券商多認為歐洲央行只是暫時觀望，摩根士丹利認為市場不確定因素多，增長仍有風險，預期下半年歐洲央行仍有可能再調降存款利率10個基本點至-0.5%，並延長購債計劃，2018年前都不太可能出現加息的現象。

收集歐洲大型股票基金

富蘭克林證券投顧表示，歐股評價面相對低廉，投資人可透過側重歐美大型績優股的全球股票型基金長期投資，或者以聚焦核心國家的歐洲大型股票型基金逢低佈局。

富蘭克林坦伯頓全球房地產基金經理人威爾森·邁吉表示，歐洲央行延續寬鬆政策將壓抑歐洲利率於長期低位，除了有助於降低不動產公司融資成本外，也將使追求長期穩定收益的資金轉向類似債券性質的資產，如能創造穩定收益來源的優質物業，現階段看好英法德大型REITs，多元佈局包括零售、辦公室以及住宅等次產業。

歐洲央行於4月21日召開利率會議，此次為3月擴大寬鬆購債規模並採取第二輪定向長期再融資操作(TLTRO)後首度召開會議，市場普遍預期維持現行利率不變。超寬鬆低息環境下，投資人可佈局歐洲大型股票型基金及英法德大型REITs等。

富蘭克林投顧

富蘭克林坦伯頓互利歐洲基金經理人菲利浦·博吉瑞表示，歐元區三月物價已停止下滑，雖然仍處於相當疲弱的水平，但已有落底回升，經濟也還在穩健增長中，尤其內需消費是趨動實體經濟的重要因子，歐洲央行已預先為投資人打了一劑強心針，有助於增加歐洲企業借貸及投資意願，預期歐洲經濟將維持復甦軌道上。



金匯 動向 馮強

美元偏弱

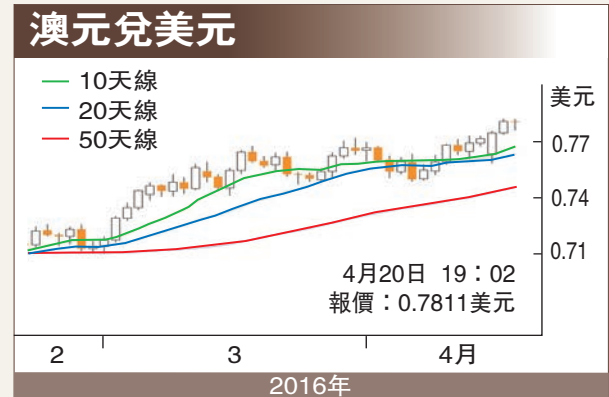
澳元本週初在76.30美仙附近獲得顯著支持後迅速轉強，重上77美仙水平，周二升幅擴大，一度上揚至78.25美仙的10個月以來高位，進一步延續上週的升勢。雖然產油國在多哈的凍產會議未能達成協議的消息，令澳元本週初早段承壓，但澳元明顯守穩76.30美仙主要支持位後便開始掉頭回升，反映投資者現階段依然是傾向逢低吸納澳元之外，美元近期反覆疲弱的走勢，將有助澳元維持反覆上行動力。

澳元升幅擴大

另一方面，美國繼3月份的零售銷售及工業生產數據表現偏弱，本週二公佈的3月份房屋動工率率下跌8.8%，顯示房屋市場有放緩傾向，鞏固投資者對美國聯儲局將推遲加息的預期，不利美元走勢。隨着布蘭特期油從1月的每桶27美元水平大幅反彈至近期的44美元水平，歐元區3月通脹率擺脫負值，而英國3月通脹率亦有0.5%升幅，同時新西蘭首季通脹率亦升0.4%，不排除澳洲統計局下周二公佈的首季通脹率可能高於第四季，令澳洲央行繼續偏向較為中性的貨幣政策，將有利澳元保持近期的反覆上升走勢。美國聯儲局下周二將公佈會議結果，若果聲明內容依然不確定加息時間，則預料澳元將反覆走高至79.30美仙水平。

金價急升上試1260美元

周二紐約6月期金收報1,254.30美元，較上日升19.30美元。受到美國周二公佈了偏弱的房屋數據影響，美元走勢偏弱，現貨金價周二曾走高至1,256美元附近，雖然周三未能衝破1,258美元附近阻力位後稍為回軟至1,245美元附近，但依然保持近日大部分升幅。此外，市場氣氛逐漸不利美元之際，美元指數近日未能持穩94水平，有進一步下行傾向，將有助金價保持偏強走勢。預料現貨金價將反覆重上1,260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：現貨金價將反覆重上1,260美元水平。

金匯 出擊

英皇金融集團(香港)總裁 黃美斯

英鎊遇技術阻力續走軟

英鎊兌美元自本月以來首次升穿1.44美元，因兩項關於6月份公投的民調顯示，英國留在歐盟的支持率遙遙領先，令英國可能脫歐的緊張情緒有所緩解。最近公布的調查顯示，民意有滑向退出歐盟的態勢，這表明支持派和反對派總體上不相上下。但ICM和ORB周一晚間發佈的調查顯示，留在歐盟的支持率分別領先8個點和11個點。風險情緒反彈也提振了英鎊，英鎊升見1.4418美元，為自3月31日以來最高水平。

加國央行研通脹目標門檻

技術圖表而言，英鎊兌美元在4月初守穩1.40關口後大步走高，但預料在1.4420將會遇到較強阻力，此區為延伸自一月份高位1.4668的下降趨向線，若突破英鎊兌美元將可望重拾強勢，其後目標預估在100天平均線1.4460，下一級將看至1.4650及1.48水平。下方支持回看1.4230及1.4080，進一步支持1.40關口。

加拿大央行總裁波洛茲表示，央行正在密切觀察通脹目標應設在何種水平，但調整通脹目標的門檻仍很高。該央行正在為與政府就更新央行職責的討論做準備。波洛茲在國會作證時重申，因為通脹目標框架看起來運作良好，調整通脹目標的門檻很高，不過通脹目標仍是「尚在爭論中的問題」。他還表示，加拿大央行還在考察衡量通脹的正確指標是什麼，以及如何整合金融穩定等問題。

加元自近期高位回落，因科威特石油工人罷工結束後，原油價格回落。技術走勢而言，自一月以來，美元兌加元受壓於25天平均線及下降趨向線而持續下滑，上周曾連日試行上破未果。目前趨向線處於1.2930，25天線處於1.2990，換言之，匯價需上破此區可望扭轉下跌趨勢，較大阻力見於250天平均線1.3190水平。然而，美元兌加元似乎更傾向於繼續下試，估計延伸跌幅會指向1.2560及1.2500，進一步探試1.24水平。

今日重要經濟數據公佈

07:50	日本	前周投資海外債券(日圓)。前值買超11,753億前周外資投資日本股票(日圓)。前值買超1,465億
14:30	中國	3月海關進出口主要商品統計資訊 3月銀行結匯數據 3月銀行涉外代客收付款數據
14:00	瑞士	3月貿易平衡(瑞郎)。前值40.71億盈餘
14:45	法國	4月商業景氣指數。前值101
16:30	英國	3月零售銷售月率。預測-0.2%。前值-0.4%；年率。預測+4.4%。前值+3.8%。
19:45	歐元區	4月指標再融資利率。預測0.00%。前值0.00% 4月存款利率。預測0.4%。前值0.4%
20:30	美國	一周初請失業金人數(4月16日當周)。前值25.3萬人 四周均值(4月16日當周)。前值26.5萬人 續請失業金人數(4月9日當周)。前值217.1萬人 3月全國活動指數。前值0.29 4月費城聯邦儲備銀行製造業指數。預測正8.0。前值正12.4 2月房屋價格月率。前值+0.5%；年率。前值+6.0% 2月房屋價格指數。前值230.7
21:00	美國	4月消費者信心指數初值。預測9.5。前值9.7
22:00	歐元區	3月領先指標月率。預測+0.4%。前值+0.1%

4月20日，「加速『互聯網+』、國際化戰略，開創涼茶黃金時代——慶祝金罐加多寶成功上市一周年」活動在北京隆重舉行。加多寶集團黨委書記龐振國對記者表示，2016年加多寶將繼續深入推進「移動互聯網+」和國際化兩大戰略，與深受全球年輕人喜愛的小鳥大電影深入合作，借助歐洲國家盃和奧運會等國際平台，整合資源強化消費者互動和溝通，不斷強化金罐加多寶「年輕、時尚」的品牌形象。



金罐加多寶與《憤怒的小鳥》大電影合作推出的四款限量裝涼茶，將於5月9日京東商城全球首發。

金罐加多寶攜手憤怒的小鳥 引領全球不上火風潮

中國食品工業協會副會長，廣東省社會組織黨委副書記、工委主席，廣東省食品(醫藥)行業協會黨委書記張俊修；中糧集團行業資深總經理，中糧包裝董事會主席兼董事總經理張新；「中國定位第一人」，特勞特中國區合夥人鄧德隆；京東商城消費品事業部總裁馮軼；涼茶創始人王澤邦第五代玄孫王健儀；加多寶集團副總裁王強；加多寶集團黨委書記龐振國等嘉賓及來自全國各地的加多寶供應商、經銷商、媒體朋友共200餘人出席了本次慶祝活動。

龐振國表示，加多寶戰略升級推出金罐不到一年的時間，就實現銷量、品牌力、口碑再次奪金，成功開創涼茶行業「黃金時代」，再次創造了世界商業史上的奇跡。他還宣佈加多寶收到「中國品牌走進聯合國」邀請，將代表中國民族飲料品牌走進聯合國，向世界展現中國涼茶文化的魅力和內涵，不斷強化國際化戰略行銷佈局，從而把加多寶打造成世界級飲料品牌，實現2.0版涼茶中國夢。

開創涼茶黃金時代

去年4月20日，在連續多年蟬聯銷量、品牌力、口碑奪金，牢牢佔據涼茶行業領導者地位的同時，加多寶積極響應中央「一帶一路」、「文化走出去」政策，宣佈實行品牌戰略升級，面向全球市場推出金罐加多寶。

年初，隨着《2015年度飲料行業整體運行報告》等權威機構發佈的數據顯示，金罐加多寶上市僅一年時間，就在銷量、品牌力、口碑方面再次奪金，成功開創了涼茶行業「黃金時代」。

加多寶的常年戰略顧問鄧德隆認為，加多寶戰略升級推出金罐後再次實現銷量、品牌力、口碑奪金，是加多寶又一次戰略決策的成功。從定位專業看，加多寶換成金罐之後才真正完成了更名，夯實了行業領導者地位，

並與競品鮮明區別開來。由於顧客在消費時會首選領導品牌，所以金罐加多寶的奪金是必然的，是做戰略決策時早就預計到的結果。

加速擁抱「移動互聯網+」

2015年國務院總理李克強提出「互聯網+」戰略後，加多寶聯合京東等互聯網行業領導品牌，率先在快消行業推出「移動互聯網+」戰略，拉近了金罐加多寶與年輕消費者的距離，使金罐加多寶品牌形象更加年輕和時尚。

京東商城消費品事業部總裁馮軼在講話中也充分肯定了加多寶的「移動互聯網+」戰略，他指出經過近幾年的合作，京東與加多寶的合作成功實現了互補共贏。未來，京東願與加多寶繼續加強合作，將京東的線上優勢和完善的服務配送中心網路開放給加多寶，讓金罐加多寶的「移動互聯網+」戰略更接近年輕消費群體的生活。

因此，加多寶在快消品行業第一個實施「移動互聯網+」戰略，通過二維碼上罐，創造性地賦予金罐加多寶「互聯網+」入口功能，啟動了每年銷售數十億罐的流量資源。

推動品牌年輕化

龐振國表示，中國涼茶文化要想到更好的繼承和發揚，抓住年輕消費群體至關重要，開創涼茶「黃金時代」的核心就是品牌年輕化，2016年加多寶決心要與年輕消費群體來個「大擁抱」。

首先是精挑細選，與深受全球年輕人喜愛的《憤怒的小鳥》大電影展開深入合作，其次借助歐國盃和奧運會等國際化平台，整合資源強化與消費者的互動和溝通，讓更多消費者享受到金罐加多寶帶來的精彩體育

賽事，不斷強化金罐加多寶年輕、時尚、活力的品牌形象，引領飲料行業消費潮流。

活動當天發佈了加多寶與《憤怒的小鳥》大電影合作推出的四款限量裝涼茶，並宣佈將於5月9日在京東商城全球首發。而胖紅作為《憤怒的小鳥》中最高為知名的IP，代表着「消解憤怒、釋放壓力」的大眾訴求，這與金罐加多寶的「不上火」屬性高度契合，共同傳遞出「年輕，不上火」的積極生活態度。活動當天加多寶宣佈聘任「胖紅」作為首個「全球不上火大使」，加多寶集團副總裁王強為其頒發了證書，「胖紅」將與消費者一起戰勝各種「無名火」。

深推國際化戰略

為把加多寶涼茶推向全世界，打造成世界級飲料品牌，加多寶一直在持續開展國際化戰略佈局。早在2006年，加多寶就開創了「涼茶文化全球行」活動，不斷借助廣州亞運會、北京奧運會、巴西世界盃、倫敦奧運會、北京APEC、米蘭世博會等國際舞台，持續向全球推廣中國涼茶文化，並積極參與國際飲料市場競爭，逐步建立起全球一體化行銷體系。

近期加多寶馬來西亞生產基地剛剛落成投產，為加多寶國際化戰略的推進再下一城。同時龐振國透露，金罐加多寶即將受邀作為中國民族飲料品牌代表赴聯合國總部，參加「中國品牌走進聯合國」系列活動，在聯合國的舞台推廣涼茶文化，展現中國傳統養生文化的深厚底蘊，為中國傳統文化在世界的傳播和發揚做出積極貢獻。同時借助2016年奧運會和歐國盃等國際賽事，加多寶將繼續開展「涼茶文化全球行」活動，向世界推廣涼茶文化。截至目前，金罐加多寶已在全球60多個國家和地區銷售產品，成為能與國際飲料巨頭相抗衡的世界級飲料品牌。