

# 港出口 15 連跌 刷新紀錄

## 上月挫 5.1% 四個月最大 英「脫歐」美加息令外貿添變數



政府發言人指，外貿環境仍然充滿挑戰。

資料圖片

統計顯示，繼6月份錄得1.0%的按年跌幅後，7月份轉口與港產品出口合計的商品整體出口貨值為3,045億元，同比下跌5.1%。其中7月份轉口貨值為3,006億元，下跌5.1%，港產品出口貨值為39億元，跌幅為5.8%。同時，繼6月份錄得0.9%的按年跌幅後，7月份商品進口貨值為3,378億元，同比跌3.3%。7月份錄得有形貿易逆差333億元，相等於商品進口貨值的9.9%。

### 首7個月出口貨值跌4.1%

至此，本港出口連續15個月下跌，刷新了本港最長連續下跌紀錄。在1998年4月至1999年6月，本港出口曾錄得連續15個月下跌，是本港有該統計數字以來的最長連續下跌紀錄。

今年首7個月的商品整體出口貨值較同比跌4.1%。其中轉口貨值下跌3.9%，港產品出口貨值則下跌14.5%。同時，商品進口貨值下跌5.2%。首7個月錄得有形貿易逆差2,329億元，相等於商品進口

貨值的10.6%。

經季節性調整的數字顯示，截至7月止的3個月與對上3個月比較，商品整體出口貨值錄得5.3%的升幅。其中轉口貨值上升5.3%，而港產品出口貨值上升0.2%。同時，商品進口貨值上升5.6%。

### 外貿環境仍然充滿挑戰

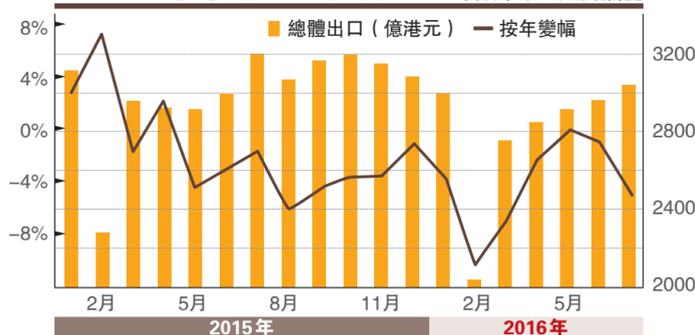
政府發言人昨表示，商品出口貨值的按年跌幅在之前數月收窄後，在7月份稍為擴闊，反映全球需求情況並不穩定。然而，經季節性調整的數字顯示，5月至7月與對上3個月比較，商品出口貨值則稍為上升。

發言人進一步指出，展望未來，外貿環境仍然充滿挑戰，全球經濟增長短期而言料依然溫和，並且仍有許多變數，包括英國「脫歐」、美國利率正常化、主要中央銀行的貨幣政策走向分歧，以及不少地區的地緣政治局勢緊張所衍生的不確定性。政府會密切留意有關情況。

香港文匯報訊 本港出口連跌15個月，跌幅並擴至4個月最大。政府統計處昨發表的外貿數字顯示，7月份本港整體出口和進口貨值均錄得按年跌幅，分別下跌5.1%和3.3%。其中輸往中國內地整體出口貨值跌6.4%，輸往英國的更跌19.4%。政府發言人指出，出口貨值擴闊反映全球需求情況並不穩定，仍有許多變數，外貿環境仍然充滿挑戰。

### 2015年來本港出口表現

資料來源：政府統計處



按國家/地區作分析，7月份與去年同期比較，輸往亞洲的整體出口貨值下跌5.4%。此地區內，輸往部分主要目的地的整體出口貨值錄得跌幅，尤其是越南(跌10.7%)、印度(跌9.3%)、菲律賓(跌8.5%)、中國內地(內地)(跌6.4%)和馬來西亞(跌1.8%)。另一方面，輸往台灣、新加坡和韓國的整體出口貨值則錄得升幅，分別上升18.1%、8.7%和4.5%。

### 出口內地跌6.4%英挫19.4%

除亞洲的目的地外，輸往其他地區的部分主要目的地的整體出口貨值錄得跌幅，尤其是英國(跌19.4%)、德國(跌5.8%)和美國(跌1.7%)。

同期，來自部分主要供應地的進口貨值錄得跌幅，尤其是瑞士(跌19.3%)、馬來西亞(跌16.1%)、內地(跌6.2%)、日本(跌5.4%)、美國(跌4.5%)和韓國(跌0.7%)。同時，來自台灣和新加坡的進口貨值則錄得升幅，分別上升10.5%和10.0%。

## 貿發局增宣傳 助本土成衣品牌發圍

香港文匯報訊(記者 張美婷)貿發局副總裁周啟良於昨天記者會表示，截至上半年香港成衣業出口按年下跌12.5%至559億元，主因是環境經濟下滑，歐洲和日本等國家通貨膨脹嚴重，令貨物成本上漲，非必需品如成衣類銷售首當其衝。他料成衣業下半年將面對挑戰，貿發局期望於下半年多加宣傳，冀助更多本港品牌衝出國際。

### 旅客對港產品牌有興趣

周啟良表示，近期來港旅客回穩，開始有上升的趨勢，他們除購買國際品牌亦會留意一些規模較小的本土品牌，他相信，來港訪客各有不同的消費力，未必只會光顧國際品牌，可為本土品牌帶來機遇，若香港個人品牌能乘勢擴大銷售地段，而價錢定位相對國際品牌較具競爭力，料未來本土品牌會有增長。

根據貿發局截至6月底的統計顯示，香港出口市場以美國、日本和內地為多，當中美國按年下跌12.2%至204億元，另外內地按年下跌8.5%至38億元，日本亦按年下跌5%至39億元，意味着香港成衣業出口有下調的趨勢。有見及此，貿發局特為時裝品牌策劃一個名叫「香港國際時尚匯展」(CENTRESTAGE)，料將吸引20個國家及地區約200個品牌參加，料買家人數逾800個單位，展會於9月7日至10日連續4日於會展舉行。



周啟良指，近期訪港旅客有上升的趨勢。張美婷 攝

## MegaBox 砌 LEGO 料生意人流增 10%

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)已誕生9年的九龍灣MegaBox於今日起至9月30日夥拍LEGO合作推出LEGO城市創意冒險展覽及騎士訓練學堂。MegaBox總監文靜芝表示，今次宣傳活動共動用了逾30萬LEGO顆粒砌成不同的LEGO人物及場景供顧客欣賞，更將會免費送出總共逾20萬LEGO顆粒給顧客作消費獎賞禮品免費換領，預計人流及營業額比平日增加逾10%。

她指，LEGO粉絲可親睹首次於商場免費展出的LEGO「香港昔今」模型展，由多位香港LEGO達人用LEGO顆粒砌出多個昔日與現今香港對比場景，包括山頂、大排檔、街市、課室及火車站，而於L5設置LEGO City 城市創意冒險大型展覽及遊戲區，包括有近12呎高的

LEGO City 消防局、消防員及消防車。L9童真天地會由以LEGO顆粒砌出全港首度曝光的LEGO小丑JESTRO 及 LEGO NEXO KNIGHTS 騎士克雷 CLAY。Mega Club 會員更可憑積分換領特別版LEGO禮品。

被問及剛開業一周於旺角朗豪坊的香港首間認證LEGO Store生意表現，樂高香港有限公司總監馮憲偉表示符合預期，反映品牌於香港的受性，及市場成熟程度，與經濟表現無關。

### 啓德住宅入伙有利生意

暑假快完結，文靜芝表示，7月份如運動用品、食肆及傢品的的人流及生意按年升5%至10%，隨着啟德開發區已有住宅入伙及推售，該商場亦吸引到啟德開發區的住戶成為消費群。



九龍灣MegaBox於今日起至9月30日夥拍LEGO合作推出LEGO城市創意冒險展覽。後排左二為MegaBox總監文靜芝，後排左三為樂高香港有限公司總監馮憲偉。記者梁悅琴 攝

## 香港電訊與阿里雲擴合作

香港文匯報訊 阿里巴巴旗下阿里雲與香港電訊(6823)旗下PC-CW Global 昨聯合宣佈進一步拓展雙方的策略合作，攜手為企業提供以雲端為基礎的anti-DDoS(反分散式阻斷服務攻擊，anti-Distributed Denial-of-Service)安全產品。

DDoS 攻擊是目標系統被多重系統同時佔用接入量。近年，精密的DDoS 攻擊頻率、規模及複雜性明顯上升。阿里雲在2014年12月20日成功阻擋了其中一項世界上最大型的網絡攻擊，協助一個遊戲應用程式企業抵禦了歷時14小時的DDoS 攻擊，該次攻擊的最高峰流量高達每秒

435.8GB。

### 將產品擴至國際用戶

阿里雲與PCCW Global 自2015年6月已於香港展開合作，提供網絡以及互聯網數據中心服務。今次的合作能夠將阿里雲全球領先的anti-DDoS 產品透過PCCW Global 擴展至國際企業用戶。阿里雲的anti-DDoS 安全產品透過PCCW Global 銷售及交付，為企業提供全面保護，抵禦不同類型的DDoS 攻擊，包括複雜的Layer 7 應用層攻擊。此雲端服務可自動監測任何違反法規的行為及安全漏洞，以提供有關威脅的實時資訊威脅。

## 恒安中期多賺5%增派息



業績公佈 Interim Results Announced



主席施文博(右)表示，下半年全球經濟仍將充滿挑戰。陳楚倩 攝

香港文匯報訊(記者 陳楚倩)恒安國際(1044)昨公佈中期業績，期內，股東應佔溢利錄得16.35億元(人民幣，下同)，按年升5.16%，每股基本盈利1.346元，中期息85分，按年增加8.97%。主席施文博表示，下半年全球經濟仍將充滿挑戰，但內地人均收入持續上升，城市化步伐加快及消費者的健康衛生意識上升，將推動個人衛生用品市場長遠發展。集團將繼續因應市場環境優化產品組合，並密切關注原材料價格趨勢，以提升整體毛利率。

### 削人幣資產減匯兌風險

去年公司曾出現人民幣匯兌虧損，公司財務總監盧康成表示，公司已大量減持人民幣資產，已做好措施減低風險，避免再受到人民幣波動而影響。另外，由於上半年造紙木漿等原材料價格下調，令毛利率有所提升，但認為未

來價格上落難以估計，就算其價格反彈，集團已制定一系列措施應付。另外，公司亦計劃將進一步拓展電商銷售渠道。

### 有意拓家居快速消費品業務

集團早前已分拆親親集團業務，盧康成表示，現時無其他分拆計劃，也「都拆無可拆」了。目前亦未有明確收購目標，若有消息會即時公佈。公司一直有留意收購家居快速消費品，例如洗手間內使用的產品。

期內，集團持續經營業務收入約95.77億元，按年上升4.1%。紙中業務收入45.68億元，上升約4.7%，佔集團持續經營業務收入47.7%。衛生中業務銷售約32.1億元，增長約9.1%，佔總收入約33.5%。毛利率48.1%，按年上升1.4個百分點，受惠原材料價格下跌、產品組合優化，及擴大規模效益的正面影響。

## 安莉芳半年少賺38.5%

香港文匯報訊(記者 陳楚倩)安莉芳控股(1388)昨公佈半年業績。期內，純利錄得8,934.8萬元，按年下跌38.47%；每股基本盈利21.44仙，派中期息2.5仙。

業績報告披露，期內收益為11.75億元，比2015年同期減少15.57%；毛利率下跌2.71個百分點至79.55%；其中來自零售的營業額為9.85億元，佔總收益的83.8%，同比跌16.99%；批發業務的營業額為1.34億元，同比下跌10.73%；網上直銷的營業額為

5,293.6萬元，微跌0.12%，對總收益的貢獻增加至4.5%。

### 零售點料年內減縮

集團表示，今年將繼續審慎衡量市場環境和店舖網絡，清理低效益的門店，預期零售點數目於2016全年將會有所減少。雖然淨開店數目下降，但相信網點結構將會更健康，整體營運效益亦得以提升。截至今年6月底，集團經營合共2,186個零售點，數目淨減少30個。

## 轉型帶動 晨訊半年多賺88%

香港文匯報訊 晨訊科技(2000)昨公佈中期業績，期內股東應佔溢利錄得88.4%至3,100萬元(港元，下同)，而收入較去年同期增長17.9%至13.26億元。毛利則上升13.3%至2.01億元，整體毛利率為15.2%。每股基本盈利為1.2仙。今年上半年，集團四個主營業務包括手機及解決方案、無線通訊模塊、物聯網及智能製造業務的收入均錄得理想增幅，成績

令人鼓舞，標示着集團的業務已成功轉型。

期內，手機及解決方案業務的銷售額增加10.0%至6.87億元。隨着物聯網和B2B市場高速發展，行業應用終端市場需求不斷增加。有見及此，集團加強傳統終端業務，同時積極開拓二至三個重點新行業，致力成為該等行業解決方案的領先開發商。

## 國藝夥騰藝佛山建水上樂園

香港文匯報訊 國藝集團(8228)昨宣佈，全資附屬公司盛麟有限公司與佛山市騰藝文化傳播有限公司於本週三訂立合作協議，成立一間有限責任公司，於國藝影視城旁一幅佔地約368.33畝的儒溪地塊，建設一個佔地約280畝的水上樂園生態旅遊項目，總投資額不少於2億元人民幣。

國藝集團與騰藝文化傳播將分別持有合營公司20%及80%股權，國藝集團將以土地使用權作價出資，而騰藝文化傳播則自行籌集資金並承擔相關債權債務。該項目投入營運後，騰藝文化傳播保證國藝集團可分配的淨收入不少於每年人民幣1,000萬元。

國藝集團主席沈國林表示，該項目令集團在

不需要投入資金的情況下得到穩定現金流入，亦將影視城項目發展至更完善，並打造成廣東省最多元化及最具特色的影視旅遊景點之一。該項目能與現時影視城景區產生極大之協同效應，預計遊客人數將有顯著上升，為影視城帶來可觀的門票收入及二次消費收入，從而增加集團盈利。