

金匯
動向

馮強

歐元兌美元



歐元上周五受制1.1850美元附近阻力後走勢偏軟，本周初跌穿1.18美元水平，周二曾回落至1.1720美元附近。美元指數上周尾段曾短暫失守93水平，本周初呈現反彈，加上朝鮮本周二表示推遲向關島附近試射導彈，消息導致市場的避險氣氛迅速降溫，美元反彈幅度進一步擴大。

此外，歐盟統計局本周初公佈6月份工業生產按月下跌0.6%，較5月的1.2%升幅顯著轉弱，而德國聯邦統計局本周二公佈第2季經濟按季增長0.6%，遜於首季0.7%升幅，反映第2季經濟增長略有放緩，數據暫時限制歐元的反彈幅度。

美國聯儲局決策官員杜德利本周初表示聯儲局快將有縮表行動，並預期今年仍有加息機會，言論導致美國10年期長債息率以及美元指數皆於本周早段連續兩日出現反彈，部分投資者不排除美國周二公佈的7月份零售銷售數據將較6月份明顯改善，有助美元短期表現。隨着德國大選正逐漸臨近，距今僅有5周多的時間，市場對過於推高歐元抱有戒心，而且歐元過去兩周均未能持穩1.18美元水平，可能增加歐元的回吐壓力。預料歐元將暫時上落於1.1650至1.1850美元之間。

美元反彈 金價遇沽壓

周一紐約12月期金收報1,290.40美元，較上日下跌3.60美元。現貨金價本周初受制1,290美元附近阻力後迅速遇到獲利沽壓，周二未能持穩1,280美元水平後跌幅逐漸擴大至1,272美元水平。朝鮮暫時不向關島附近發射導彈，令朝鮮半島局勢暫時緩和，市場避險氣氛下降，將增加金價的下行壓力，同時美國聯儲局官員杜德利本周初的發言亦對美元構成支持，不利金價走勢。預料現貨金價將反覆走低至1,265美元水平。

金匯錦囊

歐元：將上落於1.1650至1.1850美元之間。
金價：反覆走低至1,265美元水平。

基本面良好 亞洲股債逢低佈局



投資攻略

美國與朝鮮局勢緊張拖累全球股市，亞股近期也呈現回調，但亞洲市場基本面良好，建議投資者可逢低佈局亞洲股市與債市。今年來亞洲股市的上漲有基本面支撐，近期因地緣政治風險升溫，導致亞股面臨漲多回落調整。但中長期來看，在企業獲利和經濟基本面沒有出現大風險的背景下，亞股短線若受到非經濟因素影響的調整整固，恰好可以消化市場擔心的評價面已高及技術面上超買的擔憂，再次替亞股創造不錯的進場時點。

■凱基投信

凱基亞洲護城河基金經理人劉大平指出，目前亞太不含日本股票未來12個月預測市盈率(P/E)14倍、股價市賬率(P/B)1.6倍，評價面未過熱，加上亞洲國家或地區經濟穩健成長，通脹下滑有利維持低利率寬鬆政策。此外，亞洲各國或地區政府致力於改革、推動基礎建設，帶動亞洲經濟及企業獲利增長，下半年亞股後市仍是一片光明，相對看好內地A股、港股及

印度股市。

港股在全球股市中仍便宜

去年底內地政府開始透過施行略微緊縮的貨幣政策來穩定經濟發展，預期此趨勢下半年將延續，且接下來十九大會議將為市場亮點，相對看好A股中具備競爭優勢的大型龍頭產業。劉大平強調，港股今年來漲幅雖大，但市場認為這還只是「底部的頂部」，

朝鮮局勢降溫 日圓再走低

金匯出擊

英皇金融集團(香港)營業部總裁 黃美斯

美元兌日圓周二上漲，脫離近來創下的四個月低點，因圍繞美國和朝鮮緊張局勢的擔憂暫時緩解，支撐了風險偏好，促使投資者重新買進此前遇挫的風險資產。據朝鮮官方媒體周二報道，朝鮮領導人金正恩收到軍方關於向關島發射導彈計劃的報告，表示他要再觀察美國行動一段時間，然後再做出決定。美國總統特朗普對於朝鮮沒有發表最新言論。

美國官員和韓國總統近日來淡化了立刻爆發衝突的風險，但同時強調他們隨時準備對朝鮮的任何襲擊做出軍事回應。美國國防部長馬蒂斯周一表示，如果朝鮮向關島發射導彈，美國軍方將予以攔截。韓國總統文在寅周二在擺脫日本殖民統治72周年紀念日發表講話稱，不經韓國同意，不能在朝鮮半島採取軍事行動，韓國政府將盡一切手段阻止戰爭。

美元兌日圓周二漲至接近110.50水平，脫離上周五所及4月19日以來低點108.72。技術走勢所見，雙頂形態的兩個頂部分別為5月11日的

114.36及7月11日的114.49，頸線位置即6月14日108.81，視為一個關鍵水平，而上周的低位108.73，未能明確跌破的情況下，近兩日稍作反彈，並帶動RSI及隨機指數回升，示意美元有回穩傾向。

美元技術走勢有回穩傾向

預計當前向上阻力參考25天平均線111.05及112.20水平，較大阻力則留意114.50水平。下方支持仍會矚目108.80，下試目標預估可為108以至107.20，關鍵直指105關口。

紐元兌美元方面，走勢所見，相對強弱指標及隨機指數均已告回挫，同時MACD指標亦已下跌訊號線，預估紐元兌美元正開始出現修正回調。下方支持預估於0.7260，關鍵則為250天平均線0.7140以至0.70關口。倘若以5月至今的累積升幅計算，38.2%及50%的回吐水平會分別看至0.7270及0.7190水平，擴展至61.8%則在0.71。另一方面，上方阻力則矚目於100個月平均線0.7570，若可破位走高，下個目標則會看至0.7745及0.78水平。

近期亞股調整提供買點

指數	近一周漲跌幅(%)	今年來漲跌幅(%)
MSCI 亞洲 不含日本	-3.15	24.72
台灣加權	-1.68	11.63
韓國KOSPI	-3.16	14.47
上證綜合	-1.64	3.38
香港恒生	-2.46	22.19
印度SENSEX30	-3.44	17.23

資料來源：彭博，2017/8/11

淨發行量約102億美元，較去年全年的淨發行量129億美元反而減少，未來在市場資金依舊寬鬆及需求持續大於供給下，預期亞洲信用債的需求仍將強勁。

今日重要經濟數據公佈

09:30	澳洲	第二季薪資價格指數季率。前值+0.5%；年率前值+1.9%
11:00	新西蘭	7月外資持有新西蘭公債比例。前值58.6%
16:00	意大利	第二季國內生產總值(GDP)季率初值。預測+0.4%。前值+0.4%；年率初值預測+1.4%。前值+1.2%
16:30	英國	7月申領失業金人數。預測增加0.37萬人。前值增加0.59萬人 截至6月三個月按國際勞工組織(ILO)標準計算的失業率。預測4.5%。前值4.5% 7月平均每周薪資所得年率。預測+1.8%。前值+1.8%；(不包括獎金)年率。預測+2.0%。前值+2.0%
17:00	歐元區	第二季國內生產總值(GDP)季率二次初估值。預測+0.6%。前值+0.6%；年率二次初估值。預測+2.1%。前值+2.1%
19:00	美國	前周MBA抵押貸款市場指數。前值418.7 前周MBA抵押貸款再融資指數。前值1,433.2 7月建築許可年率。預測125.0萬戶。前值127.5萬戶；月率前值+9.2%
20:30		7月房屋開工年率。預測122.0萬戶。前值121.5萬戶；月率前值+8.3%



青啤新全球化戰略出爐 力拓「一帶一路」市場

■青島啤酒遠銷100個國家暨「一帶一路」市場拓展發布會啟動儀式



■青島啤酒股份有限公司董事長孫明波

化更賦予了品牌無限的活力，透過品牌看中國，中國的風景別樣精彩。」在本次活動現場，來自尼泊爾的Neel夫婦驚喜地說。

作為本次全球舉杯共分享活動的重要一環，近日青島啤酒正式啟動「跟着中國品牌看中國」主題活動，邀請來自來自尼泊爾、肯尼亞、斯里蘭卡等「一帶一路」沿線國家的國際友人，來到中國、走近中國，跟着青啤看中國。

此前，青島啤酒布局「一帶一路」戰略化發展的藍圖已經展開。2016年，斯里蘭卡首都科倫坡成功舉辦「青島啤酒斯里蘭卡之夜」上市活動，進一步提升了青島啤酒在南亞地區的品牌影響力，為青島啤酒布局「一帶一路」奠定重要的基礎。而青啤在菲律賓、墨西哥、阿根廷亦迅速進入當地高端酒店或主流連鎖商超。



■黃曉明客串酒保

海外知名度調查

青啤排名食品飲料第一

作為最早走出去的中國品牌，青島啤酒現已遠銷100多個國家和地區。在全球啤酒市場持續萎縮的大背景下，2016年青島啤酒海外銷量同比增長12%。正如青島啤酒總裁黃克興所言，「平均1分鐘，全球消費者飲用4萬瓶青島啤酒；每年，全球消費者消費的青島啤酒瓶連起來，可繞地球119圈，地球往返月球7次」。

中國外文局對外傳播研究中心基於近3年開展的6次調查數據，並結合2017年5月10日-6月30日新華網英文版、中新網facebook平台開展的《誰是最知名的中國品牌》調研投票專題，以及海外「Facebook」、「Twitter」、「Instagram」、「Youtube」的輿情分析數據，形成的《中國品牌與中國國家形象調研報告》顯示，海外受訪者日益積極看待中國企業的到來；中國在G20國家的整體國際形象正在受到越來越多人的認可；國外年輕人群對中國有更好的印象；海外知名度調查，青島啤酒排名食品飲料第一。尤為值得一提的是，近三年的調查均顯示，青島啤酒在發達國家的知名度高於發展中國家。特別是在2014年的調查中，青島啤酒成為所有品牌中唯一一個發達國家的熟悉程度超過發展中國家的品牌。

全球百名代言人首次亮相

發布會上，全球百位消費者代表從青島啤酒股份有限公司董事長孫明波、總裁黃克興、紀委書記李艷、副總裁樊偉手中接過全球消費者代言人的榮譽獎牌，標誌着青啤「全球代言人」正式亮相。

來自澳大利亞的消費者代表Bryn說：他在2014年的時候，在墨爾本在一個中國飯店第一次喝青島啤酒，很棒！來自加拿大的消費者代表Carson說，在加拿大的山上，第一次喝了一杯青島啤酒，頓時神清氣爽。來自阿根廷的代表Sebastian故事更有趣，他的家族是做生意的，幾年前，在家中吃飯的時候偶爾喝到青島啤酒，家人一致認為很好吃、很新鮮。於是，他們計劃進口青島啤酒到阿根廷來，一年之後，他們真的把青島啤酒賣到阿根廷全國。「我們很驚訝，這個啤酒在我們國家擴散得這麼快！」……



■青島啤酒各國消費者代表

據悉，從6月份開始，青島啤酒全球舉杯共分享「全球代言人計劃」面向全球公開徵集100位消費者「代言人」；通過微博、微信、Facebook、Twitter、Instagram等平台，全球億萬喜愛青島啤酒的消費者，分享與青島啤酒的小故事、「親密照」，爭先加入青島啤酒「全球代言人」的行列。

新國際化戰略瞄準「一帶一路」

「能以這次活動的形式來到中國很榮幸，也很開心。中國的品牌影響着中國的文化，中國的文