

瑞銀：港女投資要「飛甩」老公

全球「富婆」調查 長遠理財靠男人會後悔

香港文匯報訊（記者 馬翠媚）適逢今日是「3·8婦女節」，瑞銀昨發表最新投資者觀察研究，調查全球女性理財觀念，其中在香港發現逾7成港女會將長遠理財交由老公決定，遠高於全球平均58%比率。瑞銀財富管理中國業務主管呂子杰昨表示，有8成喪偶及離婚的港女後悔當初未有積極參與理財，建議港女及早作出財務規劃，以便日後面對生活不同階段時都有更大財務保障。

瑞銀訪問了全球3,700名高淨值人士，分別來自香港、巴西、德國、墨西哥、新加坡、瑞士、意大利、英國和美國在內的9個國家和地區，當中2,251名受訪者為已婚女性，並擁有至少100萬美元（折合約785萬港元）可投資資產，而其餘受訪者則是於過去5年內離婚或喪偶的單身女性，並每人擁有至少25萬美元（折合約196萬港元）的可投資資產，香港則有367名受訪者。

僅20%港女主導長遠理財

調查發現，超過7成的港女在管理日常開支及大額購物決定時，才會擔當主導角色或與配偶共同決策，而主導長遠財務規劃如投資及保險等的港女只有20%，比全球平均的23%為低，至於與老公共同理財的只有9%，亦遠低於全球平均的19%。

「老公理財老婆理家務」觀念濃

呂子杰認為，調查反映港女在長遠理財上相對依賴另一半，主要原因包括有80%港女認為與老公分工合作，老公負責理財，老婆則負責家務等事宜，而其他原因亦包括港女認為配偶在這方面比自己更加擅長，配偶有更多資產以及認為配偶是家

中的主要經濟支柱。不過呂子杰亦提醒，不少女性在婚姻結束後明白把財務決策假手於人的代價，其中有85%喪偶及離婚的港女後悔當初未有更積極參與長遠財務決策，比起全球平均的76%為高，然而在調查中表示會參與長遠財務決策的港女則情況大逆轉，有97%指對未來財務前景更有信心。

33%意國夫婦理財「有商有量」

呂子杰又指，現時該行在亞洲女性客戶約佔三分之一，並看好女性客戶市場未來增長潛力。至於在產品選擇上，她指女性投資時或會考慮家庭因素，因此大多傾向相對平穩的資產類別，如債券、平穩基金及全權信託等。另外，在全球9個市場的結果中，在理財上最依靠另一半為新加坡女性，當地女性交予老公作長遠財務決策佔比達72%，其次是香港的71%；至於在理財上最獨立的是墨西哥女性，會交予老公作長遠財務決策佔比只有39%，另外32%墨西哥女性更加主導財務決策，其次是意大利有29%女性會主導財務決策，當中配偶共同決定財務決策佔比最高的地方亦是意大利，有33%，其次是墨西哥的30%。



呂子杰（中）認為，調查反映港女在長遠理財上相對依賴另一半。



劉國權（中）指貿易戰對零售業負面影響未完全浮現。

香港文匯報訊（記者 岑健樂）佐丹奴國際（0709）昨公佈去年全年業績，錄得股東應佔溢利為4.8億元，按年下跌4%。每股基本溢利為30.5仙。派末期息16.5仙。全年派33.5仙，派息比率約110%。主席劉國權昨於業績會上表示，就如昨日下午的天氣一樣，由於中美貿易戰影響消費者信心，去年下半年對服裝零售業來說，是「風雨飄搖的日子」，因此去年業績錄得下跌實屬「比上不足，比下有餘」。

無大規模投資裁員計劃

劉國權表示，雖然現時中美貿易談判似乎進展良好，但貿易戰對零售業負面影響仍未完全浮現，加上中美雙方似乎正進行政治角力，故他坦言「睇唔透」今年的零售市道，亦沒有就今年的銷售表現訂下具體目標。他其後補充，為提振營運表現，公司將持續推出新產品，雖然價格較舊產品略高，但質量良好，物超所值。此外，今年公司會繼續嚴格控制成本，例如不會有大規模的投資，亦沒有大規模裁員計劃。

看好發展 設大灣區專責小組

劉國權又稱，看好大灣區發展，公司亦為此成立大灣區專責小組，計劃加快在大灣區開設門店步伐，今年可望在大灣區內淨增長20間至30間特許經營店。其中，由於深圳GDP已超越香港，而且當地人平均收入較珠江西岸的大灣區城市為高，故公司將於當地開設較高檔次的Giordano ladies門店，藉以增加收入。

不過他強調，公司並非單一依靠內地市場，如去年東南亞地區銷售錄得增長。因此他期望東南亞地區銷售增幅，能夠抵消內地因受中美貿易戰影響而造成的銷售下跌。

Lazada啟跨境賣家自助入駐

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報導）阿里巴巴集團旗下東南亞電商平台Lazada 7日舉辦跨境電商大會，宣佈一系列跨境業務戰略升級舉措，包括開放新的跨境賣家自助申請入駐系統，Lazada旗下6個站點分別培育300個優質品牌賣家，推出全球精選類型的2.0升級計劃，提升現有賣家的營運能力，以及提升物流時效、降低成本等。

今年4月起，有意加入Lazada的跨境賣家不再需要通過邀請入駐平台，而是可以在自助系統提交申請，審核完成後即可入駐成為Lazada商家。Lazada 跨境業務總經理荷莎莎表示，平台歡迎具有品牌優勢、服務能力和跨境營運經驗的商家，與Lazada一起服務東南亞消費者。

Lazada 現為東南亞最大的電子商務平台，覆蓋印度尼西亞、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國和越南6個國家，擁有超過40萬賣家、數千個品牌合作夥伴和逾100個物流合作夥伴。平台上的跨境商品主要來自內地及香港、韓國、美國和歐洲。

白手起家富婆 吳亞軍擺冠軍

香港文匯報訊（記者 孔雲瓊 上海報導）胡潤研究院昨日發佈《2019胡潤全球白手起家女富豪榜》，顯示內地女性創造財富能力強大，排名前10中4位來自內地，龍湖的吳亞軍以折合660億元（人民幣，下同）的身家，成為全球白手起家女首富。此外，全球57%最成功女企業家來自內地，是第二名美國的三倍。此次共有16個國家的89位白手起家十億美金女富豪上榜，吳亞軍以660億元成為全球白手起家女首富，財富比去年上漲13%，龍湖去年實現簽約金額超過2,000億元，同比增長29%。美國的戴安·亨德里克斯以折合505億元排名第二，財富上漲29%，她和已故丈夫共同創立ABC供應是美國最大屋頂與牆面批發分銷商。前女首

富陳麗華今次以505億元的財富並列第二，她在北京擁有數家房地產企業，包括長安俱樂部、麗苑公寓等。

胡潤：成功企業家 男女「不平等」

內地總共誕生了全球57%的白手起家十億美金女富豪，數量達51位。胡潤百富董事長兼首席調研員胡潤打趣，在全球最成功的企業家這一點上，內地的男女一點都不「平等」，因為女的要比男的「成功」一倍。全球最成功的男企業家百強中，三成是內地的，而全球最成功的女企業家百強中，六成是內地的。

最年輕白手起家女富豪多自內地

另外，財富漲幅最快的女企業家之中亦

有多位內地女性，包括海底撈兩位聯合創始人舒萍和李海燕，海天味業的程雪和黎旭暉，波司登的梅冬等。

9位新人上榜，其中排名最高的是從事化工行業的世界500強企業恒力集團的范紅衛，以260億元首登第10位；其次是公務員考試培訓機構中公教育77歲的魯忠芳，以220億元新上榜位居第16。

再看全球5位最年輕的白手起家女企業家中，4位來自內地，最年輕的是漢鼎宇佑38歲的吳艷；其次是申通快遞43歲的陳小英，韻達44歲的陳立英和裕同包裝45歲的吳蘭蘭。

胡潤表示，最年輕的成功女企業家都來自內地，說明內地女企業家的未來會很好。



吳亞軍以660億元成全球白手起家女首富。資料圖片

調查：內地中產女性消費趨「有品」

香港文匯報訊（記者方俊明 廣州報導）由電商唯品會與艾瑞諮詢、GQ實驗室共同發佈的《中國中產女性消費報告》指出，目前內地有約7,746萬中產女性群體，她們代表著內地最活躍的消費力量。

其中，一二線城市中產女性有近一半在29歲以下，在子女教育和旅遊方面支出更高，而小城中產在健身等體育類支出更高。

要求商品具高性價比

《報告》提出了當前各線城市中產女性消費的五大趨勢：對品牌和價格的敏感度最高；碎片化的信息獲取是主要途徑；消費更自主更悅己；消費選擇標準從「有用」到「有品」；對健身、教育等「無形消費」的投入力度越來越大。

以更合適的價格買到更好的商品，成為內地各線城市中產消費者的共同訴求。在消費時最關注因素中，46.6%的中產女性選擇了「性價

比」。其次是品質和需求程度。而「口紅經濟」是典型現象之一。《報告》顯示，2018年唯品會中產女性用戶平均每人每年購買4支口紅，美容品作為在一二線城市率先火爆的單品，開始在下沉市場風靡，2018年購買用戶數增長明顯超過一二線城市。

《報告》指出，當前女性消費市場仍蘊藏著無限可能，但對「性價比」與「品質」的重視將會是未來一段時間覆蓋大多品類市場的主流。



內地各線城市中產女性消費時，對品牌和價格的敏感度最高。資料圖片

兩成內地家庭老婆賺錢更多

香港文匯報訊（記者 張豪 上海報導）「女性對家庭的貢獻越來越大，不同於過去只是承擔更多家務以及育兒責任，現在在經濟支撐上也有了舉足輕重的地位。」有調查顯示，目前有23.61%的女性個人收入佔家庭月總收入一半以上，意味着在超過五分之一的內地家庭裡，妻子成為家庭經濟支柱。

融360《維度》聯合騰訊理財着眼女性生存消費領域推出問卷調查，共計回收11,556份有效樣本。根據調查，受訪家庭當中接近一半由妻子負責管錢，但只有18.97%是丈夫負責，其餘則都是各管各的。與此同時，有

39.08%是妻子主要負責家庭日常開支，還有近三成是夫妻雙方都會承擔一點。

逾半人認為女性要有工作

另一組數據也佐證了這個結論，當《維度》問及「您自己或身邊女性的經濟狀況」時，超過半數比例是女性與丈夫一起共同負擔家庭開支，只有7.37%是全職太太，由丈夫負擔家庭全部開支。

此外，無論男女，總計有56.14%的受訪者認為「無論什麼情況下，女性都要有一份工作。」而認為「配偶收入足夠多就可以不工作」的比例不到三成。

分析人士指出，內地進入近現代社會之後，隨着女性自我意識甦醒崛起，她們更加追求擁有自己的工作和愛好，能夠自由支配自己的時間，不再受制於丈夫和孩子，在很多女性看來，這意味着女性可以更好地實現自我價值。「而在這之中，有一份工作是最重要的，也是最為首要的。」

逾四成女性月花過1000元

如果說現階段女性的賺錢能力總體還拼不過男人，但花錢消費的能力絕對當仁不讓。根據調查，在每月日常消費的金額上，超四成男性在千元（人民幣，下同）以下，但幾乎同

等比例的女性每月花銷1,000至3,000元。其次，在個人消費佔家庭消費比例上，每月個人消費超過家庭總消費三成以上的，女性為27.01%，比男性多出近4%。

過去，出於多方面原因，作出犧牲的通常都是妻子。但從此次調查的數據來看，在業人羣的男女比例相差無幾，而全職主夫只少於全職主婦0.4個百分點，但處於待業狀態的男性多於女性1個多百分點。

在調查中，認為自身壓力多於對方的，男性比女性多出13.01%。但也有14.96%的男性認為女性壓力更大，既要工作又要承擔更多育兒責任。



有調查指，目前有23.61%的女性個人收入佔家庭月總收入一半以上。資料圖片