

「獅王」季績增市場信心 高盛睇78元

港股倒升 重上3萬關

香港文匯報訊(記者岑健樂)「獅王」季績勝預期,帶動港股昨日由跌轉升,恒指重上3萬點收市。匯控(0005)昨收升2.1%,報69.7元,大行普遍看好匯控後市,高盛予以78元目標價。有分析指,匯控首季的經調整收入增長較經調整支出增長為高,反映管理層的改革初見成效,加上市場對匯控再回購股份有憧憬,均有利提升投資者對匯控的信心。



匯控業績勝市場預期利好港股,恒指午後由跌轉升,其後更愈升愈有,重上30,000點大關。
資料圖片

大行予匯控最新投資評級

大行名稱	評級	目標價
高盛	買入	78元
摩根士丹利	增持	73元
瑞信	中性	—
美銀美林	中性	66.78元
瑞銀	中性	64元
花旗	沽售	約56元(5.5英鎊)

製表：香港文匯報記者 岑健樂

匯控股價去年底以來走勢



受隔晚美股下跌拖累,恒指昨早低開125點後跌幅持續擴大,最多跌逾260點,低見29,678點,但中午前已近乎完全收復失地。受惠匯控業績好過市場預期與恒生銀行(0011)增加派息,恒指午後由跌轉升,其後更愈升愈有兼重上30,000點大關。恒指最終以全日最高位30,081點收市,升137點。惟主板成交進一步縮減至667億元,為3個月最低。至於國企指數收市則報11,575點,升18點。

匯控曾見70.5元逾8個月高

個別股份的表現方面,匯控昨天中午公佈的首季業績好過市場預期,消息刺激其股價於午後一度高見70.5元,重上250天線,並創逾8個月新高。匯控收市升1.45元或2.12%,報69.7元。

恒生銀行宣佈派發今年第一次中期股息1.4元,按年增加逾7%,消息刺激股價抽升,其後更以全日最高位212.6元收市,升8.2元或4.01%。

金利豐證券研究部執行董事黃德几昨接受香

港文匯報訪問時表示,匯控昨日下午曾一度突破70元,某程度上已反映了首季業績好過市場預期、管理層銳意進行改革與年中或將有股份回購等利好消息,因此他認為匯控短期內再顯著上升的機會不大。不過由於市場仍對匯控股份回購有憧憬,因此短期內匯控亦難以大跌。

大摩維持增持投資評級

至於鼎成證券董事總經理熊麗萍則表示,匯控首季的經調整收入增長亦較經調整支出增長為高,幅度為6%。反映管理層的改革初見成效,有利於提升投資者對匯控的信心,再加上市場對匯控股份回購有憧憬,因此年內匯控仍有上升空間,最高或可見73元至75元。

大行方面,高盛發表報告指,首季經調整收入增長率與支出增長率之差重返正數,達到6%,對比去年為負數,相信市場會對業績反應正面。報告重申匯控的「買入」投資評級,上調目標價由原來77元升至78元。摩根士丹利發表報告表示,匯控首季業績各方面均優於預期,故決定維持對匯控「增持」的投資評級及

目標價73元。

地產股受捧 領展創新高

另一方面,有資金流入地產相關股份。其中,領展(0823)一度高見96.25元,再創歷史新高。該股最終升0.95元或1%,收報95.95元。恒隆地產(0101)升0.28元或1.58%,收報17.98元。新世界(0017)升0.14元或1.07%,收報13.24元。新地(0016)升1.2元或0.88%,收報137.1元。長實集團(1113)升0.25元或0.39%,收報63.7元。

踏入「五窮月」,港股連升兩日,帝鋒證券及資產管理行政總裁郭思治表示,5月暫時只過了兩個交易日,從走勢上看,恒指暫時由前日之低位29,643點升至昨日之高位,即形態屬先低而後高,由於一個月之高低位是不該同時出現於兩個交易日之內,因此只要恒指暫時沒有跌穿29,643點,相信更高指數應該仍在後頭。郭思治分析稱,目前處於5月初,之後變數仍然很大,畢竟在交投偏疏下,好淡雙方只要稍作主動,大市已可出現明顯反覆。



尹紫薇稱出價會因應市況及土地條件而定。 記者顏倫樂 攝

香港文匯報訊(記者 顏倫樂)啟德第4C區2號臨海地盤昨日截標,地政總署公佈收到7份標書,入標財團以本地財團為主,其中會德豐地產再次合組財團入標,今次的組合包括新世界、中海外、華懋、恒地、帝國集團,合共6個財團合作。項目望全維港景,可建樓面約64.1萬方呎,參考旁邊今年初售出的同質素地皮,市場對地皮估值約105.8億元至115.4億元,每方呎樓面地價約1.65萬元至1.8萬元。地皮位於機場跑道區內,景觀開揚,望全維港海景,亦因此成為發展商今年重點囊括的地皮之一。項目可建樓面約641,163方呎,發展期止於2024年12月31日。昨日到場入標的財團包括長實、新地、嘉華國際、信置等。市傳內房合景泰富亦有遞交標書。而會德豐地產則與新世界、中海外、華懋、恒地、帝國集團等合資入標。

6發展商財團 協同效應大

值得留意,這個組合中的發展商,目前已在該一帶中標了3幅地皮。首先在去年11月,會德豐地產首先夥拍新世界、恒地、帝國集團以83.33億元中標第4B區3號地盤。之後在今年3月尾,會德豐地產與恒地、新世界、中國海外組成的財團則以98.93億元投得第4B區1號地盤。至於中國海外則獨力於去年12月以約80.34億元投得第4B區2號地盤。

新地旁邊插旗 料將力爭

上述第4B區1、2、3號地皮,位置相鄰,而昨日截標第4C區2號地皮則位於三幅地的附近,因此業界普遍認為,上述6個發展商所組成的財團對今次第4C區2號地皮的興趣極濃,中標呼聲相當高。不過黃雀在後,今年1月以112.6億元投得旁邊第4C區3號地皮的新地,估計亦會積極出價競投,讓兩個地盤取得協同效應。

嘉華香港地產發展及租務總監尹紫薇昨日入標後表示,地皮擁有市區維港海景,較為罕有,因此入標,出價會因應市況及土地條件而定。問到後市,她指現時樓市平穩,近期市況氣氛好轉。

根據賣地章程,項目私人住宅建築部分將分為高低層發展。總樓面中用作私人住宅發展的總建築面積不得超過620,130方呎。並須於指定日期前於地盤西南面向海旁一段,修建路面以作海濱長廊用途,並在地盤與長廊之間提供一段4.5米闊的行人通道。發展商亦須負責修建一道有蓋行人天橋,以連接由政府負責興建的高架園景平台。

啟德第4C區2號地盤小檔案

地盤面積	105,110方呎
地積比率	約6.1倍
可建樓面	64.1萬方呎
市場估值	約105.8億元至115.4億元
每方呎樓面地價	約1.65萬元至1.8萬元
標書數量	7份
入標財團	長實、新地、嘉華國際、信置; 會德豐地產、新世界、中海外、華懋、恒地、帝國集團合組財團

專家教路 藉大數據建品牌增盈利

香港文匯報訊(記者 莊程敏)企業之間的競爭一向激烈,不少企業會採取折扣等的誘因去「搶客」,但有專家指出,一個品牌如果能夠比競爭對手提供更好的服務,它就更易成功,而大數據正是箇中關鍵。本地行銷科技(martech)公司MaLogic聯合創辦人暨聯席行政總裁袁文俊近日出席香港禮品及贈品展研討會時,教路企業利用大數據建立品牌及提升盈利。

利預測銷情促「留客」

袁文俊指出,第一,大數據讓企業可以按市場預測銷售情況,更有效管理庫存,為顧客提供所想,提升顧客忠誠度及公司利潤。第二,大數據也能用以發現問題,品牌可以利用大數據觀察顧客的行為及記錄曾經發生的問題,預防問題再次發生。他強調:「保留顧客是持續成功的關鍵」,因為留住現有顧客的成本,遠較尋找新顧客的成本為低。

第三,大數據可進一步發揮消費者推薦系統的力量,他說:「相比廣告,消費者推薦系統對實踐進攻型營銷策略公司的推動力更大,例如亞馬遜和Netflix分別就有35%及65%的銷售來自推薦。」第四,大數據有助令盈利最大化。數據有

助品牌瞄準「顧客終生價值」,從交易模式轉為關係模式。他提到20/80定律,即平均有兩成顧客會帶來品牌八成收入,也解釋大數據可以借此為不同類型的顧客提供不同的誘因,集中服務該20%的顧客。

提供誘因服務「關鍵20%」

第五,大數據有助建立品牌連結。他認為,假如顧客關係只建基於折扣,那是有風險的。因為總有另一家公司可以提供更低的價格。然而,正確運用大數據,品牌就能知道顧客需要什麼,將品牌包裝為方案供應商,令顧客感受到公司對其有真誠的了解及重視。第六,大數據令目標營銷變得可能,公司可以追蹤顧客的喜好及已購買的產品,包括競爭對手的產品。大數據也能提供市場情緒分析,從社交媒體上收集社群的意見,檢視市場普遍的看法。

促企業社會參與文化轉變

另外,營運分析也能從大數據中獲益,將大數據納入營運工序,自動化下達無數的決定,而深度機器學習程序更能逐步完善這個工序。大數據也能用以編制包括行業銷售數據的指標性報告,



袁文俊表示,大數據可使企業更了解現有及潛在的顧客,預想他們的需要及期望。

而社媒聆聽則能提供分析,了解品牌目前的市場佔有率及喜愛程度。大數據亦有助企業確保自己在社會的參與度,包括制定企業社會責任策略,緊貼市場,與社會發展保持連繫。

袁文俊建議,企業要開始檢視自己的內部及社交媒體數據,以及進行公司網站分析等,從而分析趨勢、發掘機遇、發現危機。他們也需要培訓處理數據的人員,與有成功經驗的專業人士合作,以確保公司的數據運用可以導向更高的盈利能力,而非只是擴大公司規模。他指出,這些措施或會令公司整個架構有重大的文化轉變。

數碼營銷重點：莫說教 要「講故」

香港文匯報訊(記者 莊程敏)大數據有助公司了解市場及顧客,並知悉趨勢起落的原因。MaLogic聯合創辦人暨聯席行政總裁袁文俊指出,數碼營銷內容的要點在於成為一個說故事的高手,透過真實可信的故事展示同理心和體諒,「今日的消費者不希望被說教,亦不為膚淺的訊息所動,反而期望能得到即時的滿足。」

袁文俊解釋,大數據要求公司改變營銷思維,從3C——溝通、承諾、轉化——改成3E,即互動、賦權、實現。與顧客互動不能僅限於廣告宣傳,因為今日的顧客更相信用戶推薦。賦權指消費者必須感受到品牌的承諾。實現則聚焦於現有顧客,讓他們覺得自己是品牌家庭的一分子。

「四要素」助運作順暢

他續指,要令大數據運作順暢,有四個關鍵條件:包括評估;計劃,即主要集中在提升盈利能力而非提升規模;實踐,即指採用大數據滿足顧客需要,並預測顧客想要什麼;監察,即持續參與及投入大數據操作,以確保大數據能夠有效使用,提升營商效率。大數據要運作順暢,就必須經過整合,當中牽涉將不同渠道得來的數據融合,管理雲端及內部伺服器中的巨量數據,以及透過簡化程序分析數據,減低數據複雜性。另外,數據也必須整合以認清市場趨勢及整體發展,確定目前品牌在市場的地位,以及與其他競爭對手的關係。