

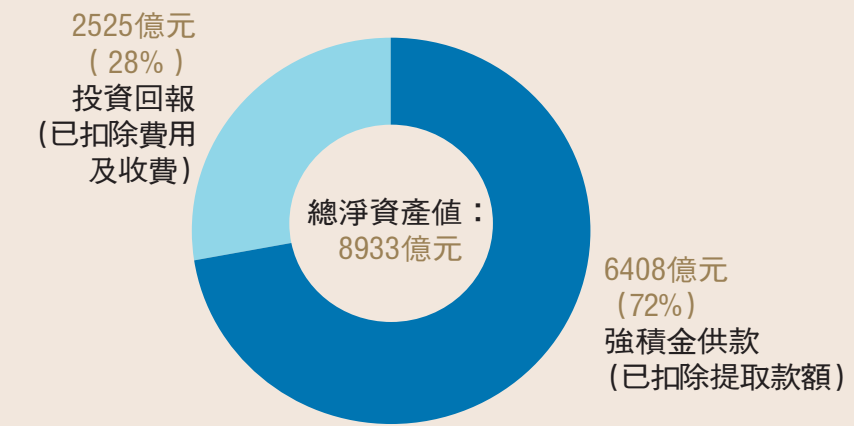
強積金十九年 回報4% 贏通脹

滾存資產8933億 相當港財政儲備74%

香港文匯報訊（記者 殷考玲）強積金實行19年，多年來回報追得上同期通脹，積金局昨發表年度報告指出，強積金制度自推出至今取得合理的投資回報，由2000年12月1日至2019年3月31日，強積金制度整體的年化回報（已扣除費用及開支）為4%，高於同期的每年平均通脹率1.8%。



強積金資產的增長



截至2018年底強積金概要

- 淨資產值：
\$8,933億元[包括投資回報\$2,525億元(已扣除費用及收費)]
- 強積金制度實施以來年率化回報率(已扣除費用)：
4.0%
- 已登記參加強積金計劃的估計比率：
僱主(100%)
有關僱員(100%)
自僱人士(71%)
- 為僱員討回強積金拖欠供款：
共1.72億元
- 超過一半(234個)的活躍強積金基金屬低收費基金
- 在982萬個強積金賬戶當中，大約20%(190萬個賬戶涉及354億元資產)局部或全面選用「預設投資」策略或投資於該策略的成分基金
- 2017-2018年度「積金好僱主」嘉許計劃共有1,102名僱主獲嘉許

資料來源：積金局

積金局主席黃友嘉於報告中指出，截至今年3月底，強積金制度已滾存8,933億元資產，當中72%即6,407.7億元為供款(已扣除提取款額)，有28%即2,525.3億元為投資回報(已扣除費用及收費)，這筆由強積金制度累積的資產相等於本港財政儲備的74%。

自願性供款佔比升至16%

總結2018至2019年度市況，由於強積金資產高度集中於股票投資，所有強積金資產的市值在2018年1月底隨市況向好走高；但其後隨着環球股市逆轉，強積金資產的市值在2018年年底回落至8,130億元(已扣除收費)；在2019年3月底，強積金制度已滾存8,933億元資產，反映強積金制度穩健，經得起市況波動的考驗。此外，打工仔選擇自願性供款的比例也有所提升，過去十年來，自願性供款佔總供款的比例，已由12%穩步攀升至16%。

「預設投資」賬戶增至兩成

另一方面，積金局副主席及行政總監羅盛梅在報告中表示，「預設投資」已達到預期的目的。由統計資料可見，按「預設投資」進行投資的強積金賬戶穩步增長。今年3月底，在982萬個強積金賬戶當中，約有190萬個賬戶，約佔強積金賬戶總數20%，選擇把部分或全數資產按「預設投資」進行投資，或投資於

「預設投資」的兩個成分基金。

此外，「預設投資」基金的0.75%管理費用上限，預料可發揮基準作用，有助加強市場上其他強積金基金的互相競爭，最終促使收費進一步下調。自有關「預設投資」的法例在2016年5月獲通過後至今年3月底，已有138個強積金基金下調收費，羅盛梅稱積金局於今年稍後時間會展開檢討收費上限的工作。

全年追討僱主欠供款逾1.7億

為簡化強積金制度，提升運作效率和降低行政成本，積金局將建立積金易平台，目標是在2022年底前完成構建積金易平台。羅盛梅指出，今年3月，積金

局展開了徵求資料書的程序，目前積金局已收到不少由本地、區域以至國際金融服務提供者及科技公司提交的資料，反應十分正面。她認為強積金計劃的行政程序一旦標準化及自動化，便可為進一步下調收費創造空間，也可為日後進行其他改革鋪路。

此外，為加強強積金中介人服務水平，積金局於2018至2019年度舉辦了兩個系列的導師培訓工作坊和業界簡介會，共有逾1,000人參與。執法工作方面，2018至2019年度，積金局成功為僱員追討被拖欠的強積金供款，總額1.72億元。逾50名僱主及有限公司董事由於違法而被定罪，主要為沒有為僱員供款或沒有為僱員登記參加強積金計劃。

港燈中期可分派收入減20%

香港文匯報訊（記者 莊程敏）港燈電力投資(2638)昨公佈截至今年6月底止中期業績，中期末經審核溢利按年跌27.8%至7.09億元，每股份合訂單位派發中期息15.94仙，按年跌19.98%。公司稱，在新一份《管制計劃協議》下，電力公司的准許利潤回報率大幅下調約20%。因此，期內可供分派收入跌約20%至14.08億元，將全數分派予股份合訂單位持有人。受業績拖累下，該股昨午後一度跌2%至7.83元，收報7.92元，微跌0.88%。

期內營業額50.03億元，按年跌8.3%。稅息折舊及攤銷前盈利(EBITDA)錄32.87億元，同比跌13.7%。其

實港燈早在三月已預告，未來數年派息約有20%減幅，因新《管制計劃協議》准許利潤回報率將大幅下調約20%，及正進行266億元的資本投資計劃。

上半年售電量同比少逾1%

港燈採用了更頻密調整燃料調整費的機制，適時並以更透明的方式在電費中反映實際燃料成本的變動。受惠於上半年燃料成本下降，6月份淨電費較2019年1月份，低3.3%。

而相對2018年5月份破紀錄的高溫，2019年上半年天氣較為溫和，售電量因此較去年同期的六個月減少1.1%。

燃氣發電佔比將升至七成

港燈指，隨着2019年至2023年度發展計劃獲政府批准，港燈會投資162億元以興建新燃氣發電機組和其他發電設施，以更換舊燃煤發電機組，並同時減少碳排放。在年內餘下時間，首要工作是要穩妥地完成L10所有施工、測試及投產的工序，確保機組可在2020年一月投入運作。此外，亦全速進行L11和L12兩台新機組以及海上液化天然氣接收站的工程，務求順利如期落成，港燈可望在2023年前把燃氣發電佔總發電量的比例提升至約70%。

展望將來，公司將繼續推出智能電



■港燈指2019年至2023年度發展計劃已獲政府批准。

資料圖片表及投資合適的新科技，以助達至《香港氣候行動藍圖2030+》釐定的目標。隨着轉型所需的基礎建設和資產陸續建立，港燈可為股份合訂單位持有人締造長遠價值。

和電下半年加速部署5G

香港文匯報訊（記者 莊程敏）和記電訊香港(0215)昨公佈截至6月底止中期業績，股東應佔溢利1.88億元，按年跌5.05%。每股基本盈利3.9仙，派中期息2.93仙，按年減少5%。

按年少賺逾5% 派息2.93仙

公司指出，流動通訊市場競爭仍激烈，窒礙服務收益增長和削弱服務毛利。和電控股執行董事及行政總裁古星輝表示，下半年度集團將全力為發展5G作好準備，已積極研究由通訊

辦發出的投頻資訊備忘錄，並加速5G的部署工作。

期內，收益25.15億元，按年大跌37.45%。其中服務收益跌3.31%至17.82億元，主要是由於本地數據月費計劃的價格受壓所致，然而，漫遊數據收益持續增長，上升了17%而抵消部分跌幅。硬件收益為7.33億元，按年下跌66%，反映客戶對新智能手機的需求放緩。

由於2019年上半年市場競爭持續激烈，服務EBITDA（IFRS 16前基準）下跌6%，而服務毛利亦依然受

壓，集團不斷致力嚴謹控制開支，提升營運效率及加強靈活度。

專注留客 流失率減至1.1%

於2019年6月30日，香港及澳門的客戶總數約為330萬名，與2018年持平，後繳客戶佔客戶總數45%。集團專注於保留客戶計劃，在競爭激烈的環境中，後繳客戶流失率較2018年下半年的1.4%減少至1.1%。

古星輝指，其中高端客戶的流失率減幅較為顯著，可見3Supreme品牌，以優越服務出發的革新服務策略

已初見成效。而綜合後繳總ARPU則下降6%至205元，主要原因是縱使流動數據需求急升，月費計劃價格卻受市場競爭激烈所影響。

展望未來，集團致力提升網絡容量及確保流動通訊連接流暢可靠，將持續與長和集團的電訊營辦商及其他夥伴合作開創新收益來源，提升採購力及加強產品開發。去年開始進行數碼轉型，設計並推行提升業務效率及精簡程序的計劃。新興數碼技術為集團帶來改革營運模式、提升整體客戶體驗及重塑成本基礎的各種機會。

之現金、銀行結餘及已抵押銀行存款為174.87億元。

公告又指，澳博佔澳門博彩收益14.1%，當中包括佔中場賭枱博彩收益之18.2%及貴賓博彩收益之10.7%。

集團於2019年繼續興建位於路氹的綜合度假村「上葡京」，並致力於今年年底前完成項目建設，並隨即申請相關牌照以盡快開始營運。

國美5G體驗廳下月登場



■國美夥中電信打造5G智慧體驗廳，全年將建300家。

香港文匯報訊 國美零售(0493)昨表示，與中國電信聯合打造的5G體驗廳正在建設中，其中位於國美北京西壩河店的智能體驗廳已實現5G信號覆蓋，將於8月初正式亮相，年底前將打造300家以上5G智能體驗專區。

據了解，國美西壩河5G體驗廳由國美與中國電信聯手打造，將成為國美首個由5G賦能的智能家居样板间。智能客廳、智能廚房等場景一覽無遺，融合了家電智能互聯、App服務、全屋WiFi與智能看家系統，涵蓋了生活的每個細節，在5G千兆全屋WiFi下，國美5G智能體驗廳在享受極速暢快網絡的同時，更讓智能電器的聯動變得更加迅捷輕鬆，充分體驗智能操控生活帶來的暢快感。

續加速智能化場景升級

自今年3月以來，國美陸續與追一科技、雲從科技、科大訊飛、世紀互聯、紫光新華三等前沿科技類公司達成戰略合作，以人工智能、雲計算、物聯網切入，繼續加速智能化場景升級，此次5G體驗廳的出現，也正是國美在智能領域發展的全新成果之一。

日本城母企全年利潤增逾17%

香港文匯報訊 日本城母公司國際家居零售(1373)公佈截至2019年4月30日止年度業績。集團收入再創歷史新高至23.5億港元，較去年同期增加5.4%；利潤增加17.1%至1.18億港元。董事會議決建議派發末期股息每股9.0港仙，連同中期股息每股5.3港仙，全年股息合共每股14.3港仙，同比增加17.2%。

期內香港繼續為集團的主要市場，佔集團總收入88.2%(上年度為87.0%)；香港市場收入再創新高，增長6.7%至20.7億港元，同店銷售增長4.8%(上年度為4.5%)。

香港以外地區，新加坡收入減少4.5%至2.38億港元(按港元貨幣計算)，零售店數量從上個財政年度的48間減少至44間，同店銷售增長錄得6.1%，低於上年的9.2%。國際家居指新加坡仍是集團重要的市場，期望在該區持續增長和取得盈利。澳門市場收入增加3.0%至4,120萬港元。