

阿里傳96折詢價 月底港上市

消息指將「1拆8」 每股約175.83港元

香港文匯報訊（記者周曉菁）阿里巴巴來港上市進入大直路。外電引述消息人士指，阿里巴巴將於本月最後一周掛牌上市，下周四將尋求上市聆訊，並進行上市前路演。另有報道稱，公司以美股價格4%的折扣進行詢價。若以其周四美股收市價186.66美元的九六折，加上此前公佈的「1拆8」計算，在港定價會在每股22.39美元（合約175.83港元）上下。

阿里巴巴美股2014年以來走勢



阿里巴巴集團2014年起在美國上市。圖為阿里巴巴在上海一展會上的展位。資料圖片

在此基數之上若以每手50股計，入場費約為8,800元；如每手為100股，入場費約為1.76萬元。消息稱上市團隊已開始與部分香港投資者溝通，查詢定價能否以現時美股價格提供4%的折扣。但部分投資者似乎對於4%折扣並不滿意，希望至少折扣在8%至10%，而阿里巴巴對投資者反饋稱，在4%折扣的基礎上願意下調至5%左右。故最終定價或再下調空間。

定價或再下調 機構態度謹慎

不過對於阿里巴巴在港二次上市，機構投資者多持相對謹慎的態度。一些大型投資機構表示，對阿里巴巴港股有興趣，但仍會以其最後估值折扣，再決定是否申請額額。若折扣不理想，就不會買入，因為已經持有阿里巴巴的美股股票。

二次上市 申請或獲「豁免權」

即便各路消息滿天飛，阿里巴巴方面都始終保持低調。作為二次上市公司，據悉其已經申請了「豁免權」，即在通過港交所聆訊前無須披露其招股書，也不需要像首次IPO的公司再進行分析師路演。只要阿里巴巴的聆訊順利通過，就能立刻確定掛牌上市日期。

7月15日，阿里巴巴進行了拆股，即將每股普通股拆分為8股，拆分股份後，其普通股數將從現在的40億股，擴大至320億股。方案在7月中舉行的股東大會上獲通過，公司有權於2020年7月15日前生效拆股方案。此舉被認為是為上市鋪路的準備之一。

上市助港交所保「集資王」地位

根據Dealogic數據顯示，這筆交易將會是全球史上最大跨境二度上市交易，市傳集資額100億至150億美元（約785億至1,570億元港元），中金及瑞信擔任上市保薦人。

同時，阿里巴巴的及時上市，也可能有助港交所（0388）穩固今年全球集資王地位。據港交所日前公佈，今年首季共有108家公司在港上市，總集資額1,339億元，暫列全球第三。

阿里巴巴早前公佈截至9月底為止的季度業績，收入按年增長40%至1,190億元人民幣，好過市場預期。

拓低碳紡織旅遊 港企桂覓發展新途

香港文匯報訊（記者曾萍 廣西報道）據聯合國歐洲經濟委員會公佈數據顯示，生產一件棉襯衫需要約2,700升水，生產一條牛仔褲需要約7,500升水，而一個人一年的飲水量僅1,000升左右。紡織服裝行業已成為全球耗水量第二大的行業，而每年所產生的廢水量佔全球廢水量20%左右。除此之外，紡織服裝行業的溫室氣體排放量已經超過國際航空及海運的總排放量。

昨日在桂林舉行的「十如對話」上，來自世界各地紡織服裝行業代表及不同領域專家圍繞可持續發展目標及《可持續發展企業倡議》，就如何提升企業對可持續發展目標的影響力進行深入交流。

廠商：冀促綠色可持續發展

已在桂林扎根多年的香港溢達集團，為探索紡織服裝行業的綠色可持續發展，近年投資20億元人民幣在桂林興建一個集紡織、製衣、物流、體驗中心等元素於一體的低碳型生態旅遊工業園區。集團副董事長兼首席執行官車克肅告訴記者，「雖然紡織行業整體發展放緩，但是做這個環保的投入我覺得值。以後我們還將下大力氣堅持貫徹環保發展的理念，並期待可以藉此帶動整個紡織服裝行業的可持續發展革新。」

國產動畫票房觸底反彈



內地國產動畫電影票房今年市場出現逆轉，僅《哪吒之魔童降世》一部影片就超過去年全部票房。網絡圖片

香港文匯報訊（記者賀鵬飛 南京報道）從年初《白蛇：緣起》的4.5億元（人民幣，下同）到暑期《哪吒之魔童降世》的50億元，國產動畫電影票房在今年觸底反彈，也讓人們看到了這產業巨大的市場空間。之前內地動畫電影市場已經連續兩年下滑，2018年動畫電影票房為42億元，較2016年高峰時的71億大跌41%。不過今年市場出現逆轉，僅《哪吒之魔童降世》一部影片就超過去年全部票房。

《哪吒之魔童降世》票房50億勝去年整體

南京（國際）動漫創投大會正在南京舉行。曾創作出《白蛇：緣起》等多部優秀動畫作品的追光動畫聯合創始人于洲在會上說，雖然最近一兩年內地電影市場遇到很大的挑戰，行業經歷重新洗牌，但實際上市場對於優秀作品的期待和回報大家都可以看到。

動畫製片人、中國傳媒大學動畫與數字藝術學院院長助理高薇華表示，當內地動畫電影作品需要更多的跨文化傳播的時候，需要尋找一種全世界，無論是在任何的文化背景下，都能夠理解的講故事方式。

業界：故事及IP推廣最重要

加拿大漫畫家、作家和電影編劇Samuel Porteous舉例指出，漫威（Marvel Comics）從一家瀕臨破產的公司走向巨大成功，很重要的因素是做了很好的角色描述和故事線；Hello Kitty最初只是日本三麗鷗公司使用的450個角色之一，被成功推廣為經久不衰的大熱IP。「這兩者給我們的啟示是，在當今時代進行內容創作，故事本身和IP推廣的重要性遠大於公司大小和體量。」

德勤高科技企評獎 HKTaxi 奪冠

香港文匯報訊（記者莊程敏）德勤昨公佈2019年「德勤-香港高科技高成長暨明日之星」評選得獎企業，客路旅遊科技有限公司榮獲「2019德勤-香港高科技高成長領軍企業」獎項，HKTaxi、逸動科技有限公司和無限科技有限公司榮登榜單前三甲。另有15家高潛力企業獲選為「明日之星」。成功入選的企業將有資格參加德勤高科技高成長中國50強項目。與高科技高成長評選同時進行的明日之星評選則是希望發掘具備高成長潛力的行業領先企業。

15高潛力企獲選「明日之星」

另外有15家高潛力企業獲選為「明日之星」，入選兩排行榜的公司覆蓋包括互聯網、軟件、新媒體、硬件、生命科學以及新能源科技。德勤一直支持女性領導力發展，也分別向日日和Lynk 兩家企業頒發「高科技高成長女企業家」獎，以示對其成就的認可。

調查：港監管法律完善具優勢

德勤中國亦發佈高科技高成長系列調查報告，是次調研的受訪對象來自不同行業，77%的企業家和58%的創業學生視香港成熟完善的監管環境和法律框架為創業

的重要優勢，另一受到普遍認同的因素是進入中國內地市場的渠道，五成受訪者將此項選為香港的優勢之一。報告還指出，香港須提升市場活力，以支持成熟及有志創新企業的發展，半數受訪者表示這都是創業的重要挑戰，其次為成本。

報告又指，在創新方面，香港雖然被視為金融科技領域的領先者，在人工智能領域的領先勢頭則相對較



德勤昨公佈2019年「德勤-香港高科技高成長暨明日之星」評選得獎企業。莊程敏攝

弱，認為香港在人工智能和生物科技領域具有優勢的受訪者佔比分別僅19%和15%。

國泰優化機隊 新客機明年上場

香港文匯報訊 國泰航空（0293）昨宣佈，將優化旗下國泰航空、國泰港龍及香港快運的客運機隊，同時通過增強整體航線網絡，務求充分發揮各公司的獨特優勢，實現其發展潛力。集團指出，一直積極進行機隊現代化，並將於2024年前接收已訂購的65架新飛機，包括21架科技先進的波音777-9客機、12架新一代空中巴士A350客機、以及於2020至2024年接收32架全新空中巴士A321neo客機。

經詳細評估旗下航空公司的機隊後，集團決定由2020至2022年接收的首16架A321neo客機，將由國泰港龍營運；而其餘16架客機將於2022年起陸續加入香港快運機隊。國泰航空行政總裁鄧健榮表示，集團擁有四家航空公司，各有清晰的定位。國泰將繼續為全服務的國

際航空公司，國泰港龍為集團的地區全服務航空公司，而香港快運繼續以廉航模式獨立運作，集中服務休閒旅遊航線。華民航空為集團的全貨運航空公司，專注貨運速遞業務，集團將繼續投放資源於旗下各航空公司，提升其產品和服務。

區塊鏈技術 助大閘蟹「通行無阻」

香港文匯報訊（記者章蘿蘭 上海報道）內地電子商務發達，諸多老饕早已習慣動手指上網即盡攬天下美食。眼下正是大閘蟹銷售旺季，惟因鮮活蟹運輸對保鮮要求極高，如何安全及時運抵並不是一件簡單的事。最近，有大閘蟹產區與快遞公司合作，運用區塊鏈技術處理運輸過程，令物流程序更暢順，並可全程溯源。

掃碼「知蟹」 服務全程溯源

豐農科技是順豐快遞旗下全資子公司，亦是順豐農業板塊的運營主體。該公司與浙江湖州市農業農村局合作，豐農將以農產品銷售平台協助湖州湖蟹拓寬銷售渠道，並協調參與物流網絡建設，助力湖州湖蟹新鮮直達，並降低物流成本。豐農科技相關負責人對香港文匯

報透露，合作中，順豐應用區塊鏈技術，提供湖州湖蟹全程溯源服務「豐溯」，通過置於包裝中的特製溯源卡，消費者可以掃碼獲取湖蟹從捕撈、預處理、包裝物流運輸等關鍵信息。

大數據助準確市場投放

湖州市政府相關負責人接受香港文匯報採訪時稱，與順豐合作，不但看中其冷鏈物流優勢，還看中其渠道優勢，順豐旗下電商平台如順豐大當家、順豐小當家、順豐優選等等，均可在線上為湖州湖蟹多做推廣，進而開拓新銷售平台。與此同時，順豐的大數據亦可清楚顯示大閘蟹在每個地區的銷售情況，「哪個省份、哪個地區大閘蟹電商收單最多，我們也會有的放矢，針對那些市場多做宣傳與投放。」

浙江順豐速運生鮮負責人王新建表示，今年順豐將持續整合內外部資源，以產品溯源、品控為基礎，通過「順豐圍蟹物流方案+」，從人、車、場三方面，全面提升湖州湖蟹的攬收、中轉及派送能力。

具體在人員投入方面，在原基礎上增加特種收派員，保障圍蟹收寄質量和攬收及時率；設置專項客服跟進圍蟹妥投問題；並在中轉運輸環節提升運輸能力，在圍蟹寄遞高峰期於攬收點開通直發車輛，設置寄遞綠色通道，實現隨到隨卸、優先中轉。同時增加攬收接觸點，在寄遞集中區額外投入多個攬收點，方便蟹農蟹商寄遞，縮短圍蟹



圖為湖州蟹。資料圖片

寄遞前運輸時間。去年順豐快遞湖蟹10萬餘件 湖州市農業農村局提供的數據顯示，全市現有湖蟹養殖面積3.9萬畝，年產量4,700噸，年產值4.8億元（人民幣，下同），2018年湖州湖蟹通過順豐速運寄往各地的快遞件達10萬餘件。

冀B2C模式減少中間環節

香港文匯報訊（記者章蘿蘭 上海報道）位於太湖南岸的湖州，素有「中國淡水漁都」和「浙江省淡水漁業第一市」之稱。優質的太湖水系、悠久的養殖歷史，令湖州湖蟹成為湖鮮中的上品。在日前的首屆湖州湖蟹文化節上，湖州市政府相關負責人接受香港文匯報採訪時坦言，其實湖州湖蟹品質並不遜色於陽澄湖，只因品牌戰略起步較晚，市場知名度、佔有率不及後者。

為推廣當地湖蟹，湖州市將用母子品牌的方式：由政府着力打造湖州湖蟹母品牌，企業各自打出子品牌，共同打響湖州湖蟹的知名度。「以前湖州湖蟹一般都是流入批發市場，由蟹農賣給經銷商。若能做好湖州湖蟹品牌，品牌蟹就可以走B2C模式，減少中間環節，令蟹農得利。」

「母子品牌」策略增知名度

這位負責人還提到，針對互聯網受眾，湖州湖蟹也要創新營銷模式，講究文創與設計，例如通過短視頻、網紅直播等等方式，讓湖蟹文化觸及更多年輕人。湖州市農業農村局局長楊中校表示，在培育「漾蕩」、「廟港人」等一批知名企業品牌的基礎上，湖州市正積極推進湖蟹產業由單純的養殖業，向產、供、銷一體化方向發展。目前「湖州湖蟹」正申報註冊國家地理標誌證明商標和國家地理標誌農產品。