

大市穩好格局未受破壞



股市大勢

葉尚志

第一上海首席策略師

港股昨天跟隨A股回吐，但穩好格局未有受到破壞，相信總體延續階段性見底後的彈升走勢，我們對港股後市維持正面看法。恒指跌近260點，以略低於16,800點收盤。而新年假日氣氛尚未消散，大市成交金額連續第2個交易日錄得不足800億元。



內地消費股走勢波動。

資料圖片

以恒指在去年12月11日階段性見底於15,792點之後，港股現時估值偏低，並看到有外資逐步回流，相信有利港股提升估值，繼續修正。

恒指目前企穩於16,600點初步支撐以上，保持反覆回升格局，估計短線有乘勢進一步向上試衝18,000點的機會，下一個突破點在50天線17,088點水平。

消息方面，內地近日公布的經濟數據表現分歧，上月官方製造業PMI指數報49，低於預期，但財新製造業PMI指數報50.8，連續第2個月回升至50以上的擴張水平。

目前，內地經濟復甦進程依然是市場關注點，估計在貨幣及財政政策逐步加強下，相信經濟能保持穩好發展狀態。

港股昨在盤中一度下跌322點，低見16,725點，未有失守初步支撐位16,600點。指數股走勢轉為分化，其中，近日觸底彈升的消費股仍見波動，華潤啤酒(0291)和李寧(2331)分別收跌8.33%和5.84%，站到恒指成份股最大跌幅榜前5位，市場對經濟周期相關股份信心有待進一步增強。

博彩旅遊股表現突出

另一方面，澳門旅遊局表示，聖誕假期期間旅客入境情況超越疫情前逾45.6萬人次，帶動澳門博彩旅遊股表現突出。

其中，金沙中國(1928)收漲3.94%，是升幅最大恒指成份股。

恒指收盤報16,788點，下跌258點或1.52%。國指收盤報5,672點，下跌

95點或1.66%。恒生科指收盤報3,714點，下跌49點或1.32%。港股主板成交金額逾766億元。

日內沽空金額101.9億元，沽空比率13.31%。至於升跌股票分別有603隻及983隻。漲幅超過12%的股票有45隻，而跌幅逾12%的股票共47隻。

另一方面，港股通連續兩日出現淨流入，昨錄38.54億元淨入，增加104.9%。當中，盈富基金(2800)獲淨吸14.24億元；南方恒生科技(3033)錄淨買6.36億元；中海油(0883)也有5.63億元淨入。

不過，遭北水淨沽最多股份為工商銀行(1398)，涉及金額1.29億元；中芯國際(0981)亦錄淨走1.08億元。



中東訂單帶動 中聯重科走強

投資者憂慮環球經濟放緩，港股在今年首個交易日下挫1.52%，惟工程機械板塊相對抗跌。海外市場如中東訂單持續增長成利好支撐，中聯重科(1157)承接力強，可續留意。

集團主要從事建築工程、能源工程、交通工程、環保工程、農用、救災用等所需重大裝備研發製造。

中聯重科管理層上月透露，已向澳洲、沙特阿拉伯、土耳其、印尼交付逾200台設備，共交付超過40台大噸位挖掘機、約40台全新G系列挖掘機和逾50台混凝土攪拌運輸車。

管理層表示，集團不斷擴大和深化在沙特、土耳其等中東地區，以及印尼等更多國家布局，推出多元化產品，提供全方位施工解決方案。

中聯重科月前公布，集團於阿聯酋迪拜和沙特達曼的新品推薦會中取得2億元人民幣訂單，超過5億元人民幣意向訂單，目前在海外市場拓展順利。

值得一提的是，集團針對沙特申辦世博會成功後的基建項目規劃，已形在沙特主要市場全覆蓋，成為當地行業領導者之一，參與多個重大項目。

摩根大通去年11月曾發表報告「美國本地的建築活動及訂單已見頂，2024年起需求料將放緩」，看淡中聯重科前景，予目標價3.4元。不過，目前沙特等中東市場的基建增長需求，已抵消美國市場放緩影響。

積極布局海外市場

另外，國泰君安亦發表最新報告，予中聯重科「增持」評級，2023年內地工程機械行業持續築底，作為工程機械龍頭企業，積極布局海外市場，產品深受海外市場認可，預計2023至2025年淨利潤，分別為36.98億、48.69億及60.73億元人民幣，每股盈利為0.43元、0.56元及0.7元人民幣，目標價7.98元。



中聯重科在建築起重機械銷售規模穩居全球首位，今年內地市場機械需求可望在去年建築業築底後迎來行業回溫，有利集團估值回升。

中聯重科昨收報4.29元，微跌1仙或0.23%，成交1,373.4萬元。股價企於10天、20天、50天線之上，仍處於黃金交叉上升走勢。

該股現價市盈率13.68倍，息率8.4厘，市賬率只有0.6倍，估值不貴，可順勢吸納，上望5元水平。

內地企業品牌出海

中國企業的出口是從為國際品牌做代工開始。全球超過70%的玩具產自內地，惟大多數消費者只關注玩具品牌。不過，在另外一些領域，企業開始為品牌出海。

我們跟蹤的一家內地公司是挖土機及混凝土機械全球排名第一的製造商。多年前這家公司初創時，內地工程機械市場基本被美國及日本品牌壟斷，但由於這家公司慢慢製造出比競爭對手便宜、具備質量、功能齊全的產品，配合優質客戶服務，在內地市場份額一直不斷上升，直至成為行業龍頭。

衝出內銷市場

此後，有關公司更衝出中國內銷市場，銷售到海外。從2022年年度報告可知，公司產品出口到全球超過50個國家及地區，增長最快地區是美國及歐洲，海外銷售已佔其總收入27.2%，海外市場毛利率更是高於內地市場。

整體來說，這些能以自家品牌成功出海的公司，無疑比為他人代工的玩具廠更具投資價值。對於一些對中國較悲觀、但又希望在市場估值吸引時吸納港股的投資者，不妨可以留意這類出海成功的公司，其實不止是工程機械行業，連醫療設備也有這類公司。

(逢周三刊出)

(以上只反映當時觀點，並非投資建議，如有更改恕不另行通知。)



投資TIPS

行健資產管理有限公司

H&H轉攻營養品



H&H國際(1112)從事嬰幼兒營養與護理用品(BNC)、成人營養和優質維生素補充劑(ANC)，以及寵物營養及護理用品(PNC)三項核心業務。

通過對4大高端品牌整合和布局，逐步完成市場全球化升級，現時於中國內地、歐洲、北美和澳紐，分別擁有品牌和研發中心。

受惠人口老化

集團近年成功轉型至以ANC營養品為主業。受惠人口老化、少子化趨勢，去年首9個月總收入102.8億元人民幣，按年增11.9%，其中，內地ANC分部收入增40.8%，因受消費者對美容、複合維生素及護肝排毒產品所推動，加上推出創新產品，將Swisse產品組合進一步擴展至Swisse Plus+、Swisse Me及Little Swisse，精準把握不同消費群需求。

另據Early Data研究統計，2022年9月至2023年9月，Swisse於內地線上維生素、草本及礦物補充劑市場穩居榜首，市佔率7.9%；該品牌來自一般貿易管道銷售額佔集團內地ANC業務總額23.8%，同比增74.1%，料可成為增長動力，前景看俏。

(逢周三刊出)

(筆者為證監會持牌人士，本人及/或有聯繫者未持有上述股份)

金碩良言

黃敏碩 註冊財務策劃師協會會長