

太古布局香港及大灣區

續售非核心資產 漸進式增派股息

太古公司(A:0019/B:0087)昨公布上半年業績。主席白德利表示，集團業務整體表現穩健，將繼續維持漸進式股息政策，目標每年股息以中單位數幅度增長。同時維持長期投資及積極的資本流轉策略。展望下半年，核心市場或持續出現不明朗因素。然而，特區政府近期的營商環境報告顯示，經濟開始改善，集團將繼續布局投資香港及大灣區內地城市。



■白德利(中)表示，零售市場因消費者信心疲弱而充滿挑戰。

太古中期股東應佔盈利8.15億元，按年減少79.18%；基本溢利54.76億元，降1.8%。撇除重大非經常性項目後，經常性基本溢利47.12億元，跌1.1%。太古A股中期息每股派1.3元，B股派0.26元。

至於太古地產(1972)上半年虧損12.02億元，去年同期則賺17.96億元。每股虧損0.21元，派第一次中期息0.35元，增2.9%。

期內，太古地產股東應佔基本溢利44.2億元，同比增14.6%，得益於出售美國邁阿密 Brickell City Centre 商場、車位、若干共用設施權益，以及 Brickell City Centre 商場毗鄰土地所得溢利。股東應佔經常性基本溢利34.2億元，跌4.2%，主要反映香港辦公樓租金收入下降，以及準備在未來數年推出多項住宅買賣項目所涉及的銷售和市場推廣開支增加。

白德利表示，出售 Brickell City Centre 相關資產，有助更有效分配資源，以增加中國內地、香港及東南亞具有較高

增長潛力的核心項目。

售邁阿密資產套現60億

太古地產行政總裁彭國邦指，出售美國邁阿密非核心資產共回收約60億元，累計回收資本總額580億元。未來繼續在適當時候出售非核心資產，相信下半年有出售機會，以維持強勁財務投資內地及香港等核心市場。

白德利稱，零售市場因消費者信心疲弱而充滿挑戰，但公司零售物業組合維持高租用率。隨市場恢復利好氣氛，旗下住宅發展項目將能充分把握機遇。而在內地，太古地產商場表現相對整體市場出色。未來將專注推動多元且具吸引力的零售項目，並對內地市場發展具長遠信心。

千億投資計劃進展理想

白德利提到，太古地產推進的1,000億元投資計劃現時進展理想，67%的資金已經投放，公司正專注落實執行這項策略，焦點在於拓展核心市場的可持續增長。

太古上半年業績概要

項目		按年變幅
收益	457.74億元	+15.7%
股東應佔基本溢利	54.76億元	+1.8%
經常性基本溢利	47.12億元	-1.1%
每股股息(A股)	1.3元	+4.0%
每股股息(B股)	0.26元	+4.0%

至於香港寫字樓市場，彭國邦預計，下半年前景持續受壓，由於市場競爭激烈，同時缺乏持續新需求。不過，本港資本市場復甦，首次公開招股(IPO)市場日趨活躍，市場亦追捧優質物業，公司收到的寫字樓租賃查詢量，同比增31%，其中太古廣場寫字樓查詢量顯著上升，認為「這是非常積極的信號」。

彭國邦指出，太古廣場出租率達94%，旗下香港寫字樓組合整體出租率為91%，相信出租率可以維持高水平，惟料租金短中期仍受壓。

新世界澄清未獲收購接觸

彭博社引述 Octus 報道，新世界發展(0017)、其控股股東鄭家純家族，正與美國私募基金公司黑石集團，商討25億美元(約195億港元)融資，鄭家純家族和黑石或利用款項聯手私有化新世界。黑石拒絕置評。

新世界其後發公告澄清，尚末有任何人士，包括控股股東及黑石，就收購公司股份的要約與公司接觸。

股價曾炒高逾兩成

年內多次傳出債務告急的新世界，外電早前引述消息報道，公司正尋求出售在香港機場附近的大型商場項目11 SKIES，以緩解流動性壓力。公司已與香港機管局就相關計劃進行初步討論。該商場估值介乎150億元至170億元。以新世界在該項目投資200億元計，意味將虧損出售。上月亦有傳公司放售多項內地資產，包括杭州、深圳及上海的K11大廈等地標項目。

受私有化消息帶動，新世界昨曾飆20.37%，收漲10.19%，報7.14元，成交額10.61億元。



■新世界年內多次傳出債務告急。

中移動:AI為行業帶來新機遇

中移動(0941)上半年營收5,437.69億元(人民幣,下同),按年跌0.5%。純利842.35億元,升5%,勝預期。每股盈利3.9元。派中期息2.75港元,增5.77%。

集團董事長楊杰表示,傳統通訊需求逐漸飽和,加上近年人口呈負增長,以及市場競爭加劇等,均為集團帶來挑戰。然而,隨着內地推出多項刺激消費政策,加上人工智能(AI)發展,為行業帶來新的機遇,並支持公司穩健增長。

料與香港寬頻協同發展

期內,中移動EBITDA為1,860億元,同比增2%。其中通訊服務收入4,670億元,增0.7%。

上半年,移動客戶達10.05億,淨增56萬。其中,5G網絡客戶達5.99億,淨增4,691萬,滲透率59.6%。移動ARPU保持行業領先,為49.5元。

此外,對於中移動香港進一步增持香港寬頻(1310),管理層相信,香港寬頻可以與中移動香港協同發展。



■范婉兒(中)指,內地消費者十分習慣網購。

香港貿發局昨發表《港商深耕內地電商零售市場—消費者調查報告》,結果顯示香港產品普遍受內地網購消費者歡迎。內地消費者對香港品牌信任度高,對產品有高度評價,為港商開拓內地電商市場提供穩健基礎。港商可善用香港品牌優勢,選擇合適平台進行電商業務銷售。

貿發局研究總監范婉兒表示:「內地消費者十分習慣線上購物,平均每月網購9.4次,尤以一線及大灣區內地城市為然。他們在網購時最重視產品是否『真

拓內地電商市場 港貨具品牌優勢

品』,而非單純追求低價,正好啟示港商可善用香港產品優良品質,及香港品牌在內地的良好信譽方面優勢,拓展內地電商市場,靈活運用綜合與『興趣型』平台,及直播、短視頻等方式進行推廣,利用精準營銷策略在競爭激烈的市場中脫穎而出。」

近八成受訪者曾購港產品

調查發現,78%內地受訪者在過去一年曾網購香港產品。當中,一線城市比率達85%,大灣區內地城市有81%,二線城市有78%,而三線城市則有74%。

此外,香港產品較受年輕消費者歡迎。調查顯示,有83%的18歲至29歲受訪者表示,過去一年曾網購香港產品;其次為30歲至49歲消費者(82%);而50歲及以上消費者比率相對較低(65%)。