



▲馬雲將率高層赴荷里活與多間製片商會面，尋求達成在中國轉播美國電影電視的協議

馬雲赴荷里活洽合作播片

繼落戶美國上市，阿里巴巴主席馬雲緊盯美國的電影市場。《彭博》引述消息人士指，馬雲將率領公司高層人員赴荷里活，與多間製片商會面，考慮與內容供應商合作，提供荷里活節目，以擴展網路電視機頂盒提供的娛樂節目內容。報道指，馬雲於未來數天，將與獅門娛樂、華特迪士尼、派拉蒙電影（Paramount）、時代華納等製片商會面，集團會尋求達成協議，獲得在中國轉播美國電影電視的權利，亦可能尋求入股。

據悉，與馬雲同行的還有阿里巴巴數字娛樂事業群總裁劉春寧、阿里巴巴影業集團首席執行官張強。

正如復星國際（00656）及大連萬達等中國企業，阿里巴巴在加強與荷里活聯盟的同時，亦要克服內地盜版及內容審查等問題。集團7月時，已與出品電影《飢餓遊戲》的獅門娛樂簽署協議，在中國合作推出訂閱式流媒體服務。

市場分析員認為，娛樂及影業是阿里巴巴生態系統的重要一部分，電影行業有助提供豐厚利潤，有望成為阿里未來的重要增長動力。自今年3月以來，阿里巴巴在娛樂事業的投資已超過30億美元（約234億港元），包括入股阿里影業（01060，前稱文化中國），以及投資優酷土豆。

事實上，馬雲的故事已成為電影界的新點子，今年9月底，曾經監製《性書大亨》及《喜福會》等電影的美籍華裔製作人楊燕子，找來《新鐵金剛之明日帝國》及《新鐵金剛之黑日危機》編劇Bruce Feirstein，負責撰寫新片《阿里巴巴》劇本。

另外，《騰訊科技》報道，正在中國訪問的蘋果行政總裁庫克接受訪問時表示，下周一將會與阿里巴巴主席馬雲會面，希望商討合作。庫克表示，蘋果公司視中國為一個重要的市場，目標在兩年內，把蘋果分店在中國的數目，由現時15間擴充至40間，並積極與中移動（00941）及聯通（00762）建立並深化合作發展。

中興受惠4G 料盈利倍增

中興通訊（00763）發盈喜，預視2014年全年淨利潤按年增長約1倍，高達28億元（人民幣，下同），其中披露第三季淨利潤按年增長1.9倍至7.03億元，第三季營業總收入錄得211億元，較去年同期增近24%。

董事長侯為貴在業績公告指出，受惠中國4G市場的建設，預期今年合同盈利能力持續改善，以及資產質量提升等因素帶動，中興通訊預期全年淨利潤介乎25億至28億元，按年增長84%至1.1倍，每股基本盈利升至約0.73元至0.81。

總結今年首三個季度，中興通訊1至9月份股東應佔淨利潤錄得18.3億元，年增2.3倍，營業收入升7.8%至588億元。

金山軟件開支增溢利大跌

金山軟件（03888）發出盈警，預期截至9月底止三個月營運溢利按年大幅下降，期內營銷開支大幅增加，主要因在全球市場不斷擴大移動互聯網滲透率並為推出手機遊戲增加營銷開支；研發成本大幅增加，主要由於移動應用開發團隊擴大；股份酬金成本大幅增加，主要由於向選定僱員授出期權及獎勵股份。儘管營運溢利或會大幅下降，但除稅前溢利則較去年同期增加，因出售快盤個人版有關的業務及資產獲得一次性收益。

新銳料首9月賺逾1900萬

新銳醫藥（08180）發出盈利預告，預期今年首9個月未經審核綜合純利不少於1900萬元，去年同期則為380萬元。盈利大幅增長，主要歸因於注射劑藥品銷售額增長，及去年發生融資成本及上市開支，而今年度同期並無產生相關成本及開支。

三三傳媒收入大降發盈警

中國三三傳媒（08087）發出盈警，預期今年首9個月會錄得虧損，主要由於期內收入大幅下降，涉及到期刊《旅伴》的廣告客戶流失，同時火車站燈箱及LED廣告位顯著減少。此外，機場航空交通管制塔的廣告位數量大減，公司固定成本，包括代理費的攤銷、印刷費的支出較大。

安莉芳上季銷售升8%

安莉芳（01388）公布今年7月至9月期間銷售數據，期內整體銷售較去年同期上升8%，同店銷售亦錄得單位數增長。截至九月底止，總零售點2272個，與去年底數目相同；銷售專櫃及專門店數目分別佔2091個及181個。安莉芳維持今年度淨增加約50個零售點的目標。

天津港6億增資合資公司

天津港發展（03382）宣布，旗下A股公司天津港股份與中國神華（01088）共同增資雙方成立的合資公司「神華天津」。天津港股份出資6.29億元（人民幣，下同），而中國神華則出資7.69億元。完成增資後，天津港股份與中國神華於「神華天津」的持股比重維持45%及55%不變。神華天津主要從事散雜貨裝卸及其他港口配套服務。另外，天津港發展表示，旗下三間附屬公司合計斥資6251萬元，購買5台門座起重機。

金風供貨目標400萬千瓦

據內地媒體引述金風科技（02208）總裁王海波表示，今年出貨目標為400萬千瓦。分析師指出，該項目標應該未包含金風對子公司天潤新能的供貨。若包含天潤新能，金風供貨量將達到470萬千瓦，按年增加25%。

國泰君安壯大研究團隊 覆蓋港市場33行業165上市公司

國泰君安國際（01788）（簡稱「國泰君安」）在本港一直作為具領導地位的中資券商之一，各項業務包括證券期貨外匯交易、投資銀行、固定收益和資產管理等，每年均穩定高速增長，國泰君安研究部絕對功不可沒。正因為有專業且迅速反應的研究部作為強大後盾，國泰君安其業務上才能無後顧之憂。

大公報記者 徐寶文

國泰君安研究部早於2000年成立，董事總經理（研究部主管）劉谷憶述，成立初期整個部門只有寥寥數人，亦沒有一套完整的研究機制，故當時只對零售投資者作出個股表現分析。不過時至今日，依靠公司源源不絕的支持，國泰君安研究部已經今非昔比，不可同日而語。

劉谷表示，現時國泰君安研究部的研究範圍，覆蓋了以香港市場為主的33個行業及相關165間上市公司，主要包括大型國企、紅籌、優秀的民企、大型本港藍籌股，甚至美國上市的中國概念股，涉獵絕大部分的行業，如消費、金融、資源、製造、地產等。

共有19名分析員

當然，研究部門最重要的，還是分析員。目前國泰君安研究部共有19名分析員，均來自內地與香港兩地，全部皆從碩士課程中，取得優勢成績畢業，可謂精英匯聚。劉谷指，現時他們每人負責研究1至2個行業，而她自身則是負責大市及石油化工。

除了分析員外，一套完善的研究機制，對一個研究部門來說，同樣重要。劉谷表示，香港上市公司有千多間，但他們並不會每一間亦對其進行深入了解。她闡述道，他們會透過初步篩選，選出符合以下4大條件的企業再進行研究，包括在行業內擁有領先優勢、不具高的風險、穩定的盈利能力及未來具增長潛力。她續道，其後國泰君安研究團隊將首先深入了解該行業，然後調查公司的業務及財政狀況，建立對應的研究模型，再與管理層會面加深認識，最後則是實地考察。劉谷表示，他們的目的只有一個，就是讓客戶財富長期增值，故在守護其研究機制時，



▲圖為國泰君安研究部2014年港股中期展望及美股簡評

他們寸步不讓，無論任何「大客」要求研究部對某個股進行分析時，若該股不能通過上述的調查，則不能進入國泰君安研究部的研究列表當中，這亦造就了從未有國泰君安研究部覆蓋了公司，被沽空機構狙擊。劉谷又補充，策略報告每月中均會更新，而每半年報告更會刊印實體版本。

料恒指全年升9.5%

談到未來大市的走勢，劉谷認為「佔領」運動及即將通車的滬港通，將會是今年餘下時間其中兩個重大的影響因素。她解釋，短期來說，「佔領」運動影響一些資金從本港市場流走，不過經過一段時間的消化，「佔領」運動對港股的影響已經逐漸減弱，只要不惡化，相信對香港作為國際金融中心的地位沒有太大影響。而且，標誌著內地金融市場開放，引領人民幣走向國際化的滬港車即將通車，中央為防止內地經濟繼續下行，將繼續傾向推行寬鬆政策，利好港股。加上，歐洲開始新一輪量寬，美國加息會較遲，預期全年恒指可有9.5%的升幅，見25500點。

展望未來，劉谷表示，國泰君安將會繼續支持研究部的成長，擴大團隊，把握滬港通帶來的機遇，與母公司的A股團隊互相交流，繼續為客戶創造長期穩定的財富增值。

靚華半年賺3682萬增1.4倍

靚華押業（01319）公布截至8月底止6個月中期業績，營業額增長63.8%至6882.4萬元，半年純利3682.2萬元，按年升1.43倍，每股基本盈利8.2仙，中期息2.4仙。中期息將於12月23日派付，截止過戶日11月28日。

期內，典當貸款業務繼續為集團主要收入來源之一，利息收入輕微增長2.1%至約2870萬元。已發放新典當貸款總額約2.864億元，交易平均典當貸款金額則增長至每宗交易4900元。

按揭抵押貸款方面則在不斷擴大貸款組合下錄得快速增長，營業額貢獻更超越典當貸款業務，期內利息收入大幅上升190.8%至約3780萬元，新按揭抵押貸款宗數為113宗，



▲靚華押業中期盈利大增逾倍，左起：財務總監兼公司秘書鄭耀衡、主席兼行政總裁陳啓豪、高級經理伍啓文

先施中期虧損擴至6908萬

受兩家主要店舖結業拖累，加上新店舖仍處於發展階段，先施（00244）截至今年8月底止半年虧損擴大至6908.2萬元，去年同期為虧損3279.7萬元；每股虧損0.22元，不派中期息。公司指出，期內內地訪港遊客數量減少，使零售行業備受壓力，加上競爭對手競相降價，預計未來香港核心零售業務仍持續面臨挑戰。

業績期內，綜合收益跌26%至1.67億元，

其中百貨業務收益跌22%至1.62億元。公司表示，新開的三間新店尚處於發展階段，僅能達到已結業的中環店和新世紀廣場店過去約六成的收益，該公司已就存貨做出1300萬元的減值撥備。三新店中，以中環李寶椿店表現最佳，至於銅鑼灣店則受到周邊店舖競爭激烈影響，銷售漸趨放緩。

該公司透露，下半年將推出網上電視頻道的新購物方式。



▲國泰君安將繼續支持研究部，擴大團隊，把握滬港通機遇

國泰君安推薦股份名單

公司名稱	行業	評級	6至18個月目標價（港元）
比亞迪（01211）	汽車	收集	83.50
東方航空（00670）	航空	買入	3.00
農業銀行（01288）	銀行	收集	4.10
達芙妮（00210）	消費、服裝	收集	4.45
小南國（03666）	消費、飲品食材	買入	1.65
如家酒店（HMIN US）	消費、酒店	買入	48.00美元
高鑫零售（06808）	消費、零售	買入	11.47
海爾電器（01169）	消費、零售	買入	28.73
東方電氣（01072）	電力設備	收集	15.00
中國電力（02380）	電力設備	買入	4.00
永利澳門（01128）	博彩	買入	34.00
中國平安（02318）	保險	買入	86.00
中國太保（02601）	保險	收集	31.50
騰訊（00700）	互聯網	買入	157.00
中集安瑞科（03899）	機械	買入	15.00
南車時代（03898）	工業製造	買入	40.00
招商局（00144）	碼頭	買入	33.00
華潤置地（01109）	地產	收集	23.20
中海發展（01138）	航運	買入	6.50
深圳高速（00548）	公路	收集	5.50

長汽上季盈利16億跌21%

長城汽車（02333）公布今年首三季度錄得盈利55.86億元（人民幣，下同），按年倒退9.49%，期內營業額425.86億元，則同比增4.44%。若單計第三季盈利，則為16.32億元，按年跌21.7%，期內營業額140.6億元，同比減少2%。

期內，長城汽車旗下哈弗H2連續兩個月實現月銷量翻一倍，環比大幅增長。而自2014年7月以來，其他改款車型，包括長城C50升級版、2015款長城C30、2015款哈弗H5等6款車型也已陸續上市。

繼時尚百搭SUV哈弗H2上市之後，小型SUV哈弗H1和高端越野SUV哈弗H9，則計劃年內上市。至於哈弗H8，由於發現該車型傳動系統存在敲擊音，公司決定將繼續整改。



▲長城汽車首三季度盈利55.86億元人民幣，倒退9.49%

歐舒丹半年銷售增8.9%

受惠日本、美國、中國內地和香港地區銷售帶動，歐舒丹（00973）截至今年9月底止半年銷售淨額止跌回升，按年增長8.9%至48.59億歐元，按固定匯率計，則按年增長11.9%；同店銷售增長6.1%，去年同期僅0.9%。期內，得益於可比較店舖及不可比較店舖貢獻，直銷銷售額按年增長8%至3.53億歐元，佔銷售淨額72.8%。

歐舒丹主席兼行政總裁Reinold Geiger表示，公司選擇性開設及翻新店舖，同時在數碼方面進行投資，成功支撐銷售增長。期內，公司自營店淨增長38間，去年同期為76間；翻新或搬遷店舖73間，去年同期為50間。他續說，網上零售渠道銷售按年增長34.7%，表現出色。

公司指出，巴西、香港、中國及俄羅斯是增長最快的市場，按固定匯率計，銷售額分別增長19.5%、19.5%、16.6%及13.4%，但是，香港同店銷售卻下跌4.2%。至於日本的可比較店舖銷售表現亦有改善，按固定匯率計的同店銷售增長10%，銷售則增長13%。

亞洲富人設家族辦公室成趨勢

隨普亞太地區經濟急促發展，不少家族所擁有的資產價值不菲，需要成立「家族辦公室」（family office）去管理有關資產。瑞銀及Campden Wealth Reserach發表研究報告指，在亞洲愈來愈多家族把家族架構制度化，其中部分家族還設立了家族辦公室，為家族和資產設立管理架構，研究訪問了區內40個平均管理資產值為4.8億美元（約37.44億港元）的家族辦公室，發現亞太區內的投資組合已趨多元化，不過表現仍略遜於歐洲及北美。

Campden Wealth行政總裁Dominic Samuelson表示，由於亞太區的家族辦公室在其投資組合中，買入已發展國家的股票比例只有14%，少於歐洲及北美家族辦公室的20%及24%。反而，亞太區的家族辦公室較多投資於發展中國家的股票市場，比例達10%，反觀歐洲及北美的家族辦公室則只有4%及7%。

基於2013年已發展國家股市回報率達24%，高於

同年發展中國家股市回報率負4.9%，故亞太區家族辦公室的表現較失色。

Samuelson又指，亞太區家族辦公室的營運成本高於全球同業，主要因要貫徹執行成本高昂和增長主導的投資策略。報告亦發現，雖然全球各地的家族辦公室大多採取較進取的增長投資策略，但表現卻未符預期。

Samuelson強調，亞太區設立家族辦公室已成為一個主要的趨勢，能讓家族的第二代及第三代接班人去肩負領導家族業務的重任，同時相關接班人亦可透過此與其他家族的同輩，加強連繫，並對本土市場有更深入的了解。而亞太區的家族業務發展時間較短，普遍處於第二或第三代，家族辦公室主要由家族主導，家族資產與業務資產分別不大。反觀歐洲家族辦公室已為第五或第六代家族管理財富，情況與亞洲截然不同。

去年各地「家族辦公室」表現

地區	收入（億美元）	回報率
歐洲	3.60	9.75%
北美	2.48	9.87%
亞太區	2.88	7.56%
發展中國家	3.8	4.07%