

# 港股六窮月料先低後高

## 歷年升多跌少 分析建議趁整固吸納

港股於「五窮月」下挫708點或2.5%，惟跌幅未算大。踏入六月，由於外圍和中國內地面對連串不明朗因素，市場預料港股短期內仍將面對調整壓力，市況亦會較為波動，但估計未至太差，較為樂觀的預測，是出現先低後高的走勢。分析員對港股下半年表現相對樂觀，建議投資者可考慮趁低買貨。

大公報記者 黃裕慶

雖然有「五窮六絕」之說，不過參考歷史數據，在過去十年間，港股於六月錄得下跌的年份只有三年（詳見附表），惟跌幅顯著，介乎5.43%至9.91%；另一方面，上升的年份雖有七年，惟升幅有限，只是介乎0.47%至5.52%之間。

港股於今年一至四月期間連升四個月，累積升幅達4528點或19.1%，當中四月份勁升3232點或12.9%，表現最佳。恒指於五月下調，新鴻基金理財富策略師溫傑視之為港股急升後出現的調整，又形容上月的調整只是剛剛開始，預料港股短期內仍將面臨整固。

### 內險內房基建股獲看好

溫傑估計港股若下跌，首先將下試27000至27200關口；一旦跌穿，第二個支持位，是26300至26700水平。不過他對港股前景樂觀，建議投資者可趁低位吸納，當中較為看好受惠於A股上升和政府政策的內險股，此外亦看好內房股和基建股。

君陽證券行政總裁鄧聲興亦指港股經過急升之後，或需面對調整；此外，港股最近跟隨A股走勢，相信在六月期間的動力不會太強，料於27000至28500點之間上落，最低或下試26700點水平，惟相信表現「不會太差」。

港股於四月底會升上28000點水平，以此水



平計算，恒指的市盈率約為12至13倍。溫傑指出，不少基金雖然看好港股，惟認為港股於該水平屬於偏貴，追貨意欲不大；不過，假如港股出現回調，或會趁低吸納。鄧聲興亦說，在半年結前，基金傾向「粉飾櫥窗」機會較大，利好港股。

本港股市近期受內地A股的影響較大。摩根士丹利將於六月九日（美國時間）公布是否將A股納入MSCI指數的研究結果，或影響A股表現。鄧聲興認為，A股市值龐大，獲納入指數的機會是「一半一半」；不過亦有市場人士指出，由於外資公司買A股時仍有限制，料今年仍難以被納入指數，而市場的期望亦不高。

### 美議息對港股影響不大

雖然A股於六月初將面對較規模的新股集資活動，或凍結八萬億人民幣資金；惟溫傑說，內地並不缺乏資金，加上現時每月都有兩輪新股

於偏貴，追貨意欲不大  
不少基金雖然看好港股，惟認為港股於該水平屬於偏貴，追貨意欲不大；不過，假如港股出現回調，或會趁低吸納。鄧聲興亦說，在半年結前，基金傾向「粉飾櫥窗」機會較大，利好港股。

### 六月影響港股因素

- 1 美聯儲將於月內議息
- 2 希臘或出現債務違約
- 3 摩根士丹利公布是否將A股納入MSCI指數的研究結果
- 4 深港通有機會公布實施細則
- 5 人民銀行可能宣布進一步減息或降準
- 6 基金半年結，或有「粉飾櫥窗」行動

### 過往10年恒指於六月表現

年份	變化(點)	變幅(%)
2014	+109	+0.47
2013	-1588	-7.10
2012	+811	+4.36
2011	-1286	-5.43
2010	+363	+1.84
2009	+207	+1.14
2008	-2431	-9.91
2007	+1138	+5.52
2006	+409	+2.58
2005	+333	+2.41

上市活動，對內地A股的影響已漸趨淡化。

外圍方面，美國聯儲局將於16至17日連續兩日議息，市場普遍預期美國不會於六月加息，最快亦要等到九月，短期內對港股影響不大。不過，六月期間最大的不明朗因素，或與希臘債務違約風險相關。由於希臘須於月內償還合共四筆債項，故外圍市況於整個六月期間，相信都會受到困擾。



▲峻濛II示範單位，昨日吸引不少投資者排隊參觀

## 峻濛II收五千票 尚築超購82倍

【大公報訊】全城聚焦上車新盤，長實(00001)將軍澳峻濛II將於明天「晒冷」盡推471伙兩房戶，短短三天料收近5000票，超額近10倍；而最快今日加推的元朗尚築則收逾5000票，保守估計兩盤合共錄得逾一萬個認購登記，上車需求非常強勁。

英國國際學校將登陸峻濛II旁邊地皮，昨日參觀該盤的家庭客明顯急增，投資者亦積極入票。消息指，該盤昨日新增近2000個認購登記，估計三天收票近5000張，以明天開賣的471夥計，超額達9.6倍，發展商將安排今日截票。

長實地產投資董事郭子威稱，受到國際學校選址拍板刺激，該盤參觀人士之中，佔約20%是因有關消息而來，當中包括家庭客及收租客，原因是樓盤鄰近國際學校，可吸引家長客及教職員，租值看高一線。他相信，受國際學校刺激，新一批兩房單位投資者比例會增至30%以上，比之前發售的三房單位佔約20%，大幅上調10個百分點。

他又提到，峻濛II公布售價後，政府才公布有關安排，現階段已無法改價，惟有順勢推出，但明天發售後若有個別漏單，發展商必會加價，情況就如上批甩漏的五伙三房單位，已提價3%。

被問到峻濛II收票比三房單位放慢，是否受到元朗尚築影響，郭子威回應指，一般上車客入市是審慎的，不像外間所傳的數百票、百多票，公司從來不會以票數來宣傳，發展商當然希望471個單位，剛好有471個客買，以免向隅客傷心，所以一直以來公司沒有公布票數，無謂借此宣傳。

### 何文田新盤加價1%至4.5%

另邊廂，元朗尚築上周公布首批60伙價單，幾乎全數300萬元以下，連日來吸引大批上車客，消息指，項目四天累計收票逾5000張，超購82倍，發展商擬今日加推單位。此外，據一手銷售資訊網顯示，豐泰地產旗下何文田棄梨雅道3號更新價單，當中4伙單位加價約1%至4.5%，包括5樓C室，售價由1303.9萬元調升4.5%至1362.1萬元。

兩大上車盤盡吸客源，其餘新盤只有零星成交，其中元朗尚悅11伙已屬最標青，另信置(00083)九龍城The Avery壓軸一伙沽出，象徵該盤78伙全數沽清，連同其餘貨尾，過去周末一手實達40伙。

## 十大屋苑周末成交升23%

【大公報訊】二手方面，中原亞太區住宅部總裁陳永傑謂，受新盤及新居屋向隅客回流推動，二手持續復甦，過去周末十大屋苑共錄16宗成交，按周升23%，至於5月至全月十大屋苑共錄247宗成交，按月增加37%，除細價樓活躍外，中價屋苑成交亦急增。然而，美聯物業住宅部行政總裁邵明表示，隨着6月份有大型新盤陸續加入戰團，二手交投仍會受壓。

與此同時，消息指將軍澳天晉3座高層D室，實用536方呎，建築693方呎，以780萬元沽，實呎1.45萬元，創天晉1及2期兩房銀碼新高。此外，消息指，鯪魚涌康怡花園N座中層04室，實用616方呎，建築762方呎，業主開價888萬元，見市場缺盤，首日即反價至910萬元，放盤只五天即議價至904.8萬元，屬同類三房銀碼新高。美聯首席高級營業經理吳肇基謂，鯪魚涌太古城太瀾閣中層B室，實用489方呎，建築585方呎，以753萬元易手，實呎15399元為同呎造價新高。

### 陽光網絡分店分布



▲陽光網絡創辦人陳龍盛(左)與楊智亮

## 不斷求變 將來或「打機唔使錢」

隨着科技日新月異，消閒娛樂活動五花八門，網吧的黃金時代早已過去，Eddy作為「網吧」洪流中的一員，亦慨嘆經歷各種的挑戰及轉變後，網吧亦在變身，最終可能變成「打機唔使錢」。

整個網吧行業基本上經歷了兩次重大危機。第一個是當年政府訂立28元最低工資時，除了最低工資帶來的即時壓力外，亦引發了「連滙效應」，即當一名新人工資達8000至9000元時，經理只有一萬元，經理亦因此要求加薪，如此類推；而第二個危機是通過室內全面禁煙條例，令當時很多人擔心會導致大量客源流失。

雖然兩個危機最終的負面影響比預期中小，但全港網吧數目仍然持續減少；巔峰時期，全港共有超過400間的

網吧，現今只剩下不足50間。Eddy預料，本港最終只餘下二至三間大型連鎖網吧品牌。消費者類型亦一直在變。由一開始的具有消費能力的人士，變成「學生哥」為主，再到後來，隨着市面出現各式各樣的消閒娛樂活動，加上手機、平板電腦的出現，以往會到「網吧」打發時間的人，現在已經消失得無影無蹤，只餘下熱愛打機或專業打機的人士。展望網吧的未來，Eddy作了一個大膽的假設，將來的網吧，打機是不用收費的，取而代之是要完成一些任務以換取錢數，如到一些網站「按讚」、「打卡」、下載Apps等，「網吧」經營者從該網站或Apps中獲得收入，而後者亦得到宣傳效果，消費者又能免費打機，達成「三贏」。

# 維他奶推特別版抗行業競爭



### 專訪

於競爭激烈香港飲品市場，要令到一個品牌歷久不衰。維他奶(00345)香港行政總裁齊松接受本報專訪時表示，「注入新元素之餘，並要與時並進，更要創造潮流。」近年維他奶每逢特定節日均推出不同包裝或味道的「限定版」，每當推出均引起朋友間「先飲為快」，「要time to time(時刻)給消費者打興奮劑，特別版有一定作用。」

維他奶於1940年創立，至今已75年。維他奶的兩大旗艦產品，維他奶及VLT維他檸檬茶，是全港豆奶及茶類飲品市場的「No.1」。要保持維他奶的領導地位及品牌形象，集團近年可謂下了不少工夫。「現時香港消費者的口味

大公報記者 邵淑芬

與過去相比，十分多元化，故集團亦要保持新鮮感。」齊松稱。

集團於2010年慶祝成立70周年時，一口氣推出70款特別版，引起市民儲藏收藏的熱潮。齊松形容「未有品牌可以做到一日間推出70款不同包裝」，指全靠集團有一個專業團隊做市場推廣。今年集團踏進75周年，近日推出36款英文字母及數字的特別版維他奶，勢必又引起熱潮。事實上，為迎合年輕一眾消費群，維他奶於Facebook、Instagram均設有專頁，以新科技配合推廣宣傳。

### 產品要好飲才會推出

特別版確能刺激集團銷量，另一方面，維

他奶近年亦推出不少新口味。齊松表示，集團研發隊伍一直有研究新產品，但強調要好飲才會推出，不會盲目推新產品。「飲品屬快速消費品，新產品未必成功，現時最好賣的產品，都有十多年歷史。」他繼續稱，新產品要有，但要好飲之餘，亦要有新元素。如集團去年推出「港式奶茶」，大受市場歡迎，今年再接再厲推出「港式鴛鴦」及「特濃港式奶茶」等，反應亦十分理想。

### 伴隨不同年代港人成長

除推出新產品外，維他奶近年亦因應不同節日推出不同包裝及味道的「特別版」產品。「如於萬聖節推出特別包裝的限量版朱古力味維他奶，及戀愛季節的Tiramisu維他奶。」

維他奶推出75年，可謂家傳戶曉，無人不識。齊松表示，維他奶每個產品均有其特定的市場定位，「維他奶可謂陪着不同年代的香港人成長，無論是公公婆婆、父母、子女均會飲，毫無代溝。」

他指，維他奶的定位是如朋友般一直在身邊支持你，故是「stand by me」；VLT維他檸檬茶則是主攻年輕人，是「瀝得就係我」，亦是「VLT Race to Win」(朝着目標、全力爭勝)。

### 維他奶於香港推出的品牌

- 維他奶 豆奶及麥精豆奶等
  - 維他 檸檬茶、菊花茶、奶茶、鴛鴦、各款果汁、蒸餾水及牛奶類飲料等
  - 山水 豆漿、豆腐花及各種豆腐產品等
  - 鈣思寶 多款健康豆奶飲品
  - 清心棧 竹蔗茅根及蘋果茉莉等飲品
- 資料來源：維他奶集團網頁

◀維他奶香港行政總裁齊松，集團近年下了不少工夫，為的是保持維他奶的領導地位及品牌形象

大公報記者麥潤田攝

# 陽光網絡拓廣告增收入

大公報記者 徐寶文



### 專訪

「網吧」曾經是全港年輕人放學後流連的熱門地方之一，「三五成群」聚在一起打機，無不大呼過癮。全港大型連鎖「網吧」：陽光網絡，這個名字相信一眾新界及九龍「九十後」，亦不陌生。創辦人陳龍盛(Eddy)感嘆，陽光網絡是因緣際會下誕生的。

Eddy於2000年已經創立了自己的事業，主要從事電腦硬件批發。Eddy憶述，當時有一名台灣客戶，向他訂購大量電腦硬件。好奇心驅使之下，Eddy查詢了原因，原來該名台灣人，欲在香港開設網吧，而因此需要購買大量硬件組裝一台又一台的電腦，而正是這一個問題，令Eddy對網吧有了初步認識。

當時，在電腦品牌機與「砌機」的價格差距逐漸收窄的情況下，Eddy有感生存空間減少，遂萌起搞網吧的念頭。他於2002年在青衣正式成立第一間陽光網絡。Eddy表示，選擇青衣作為「試水溫」的地方，是因為本身青衣沒有網吧，而且成本較低，同時亦可避開與大型網吧競爭。出乎他意料，陽光網絡青衣店取得極大的成功，短短三至四個月已經回本，而陽光網絡於往後兩年快速發展，增至四個分店。

網吧行業發展蓬勃，故當時越來越多人「參一脚

」搞網吧，價格戰及人才戰因而爆發，陽光網絡迎來第一個挑戰。Eddy談道，為了迅速擴展版圖，2004年公司決定採「加盟店」形式，將八至九成利潤分配給加盟者，自己則拿一至兩成；加盟者負責營運，自己則提供技術支援及訓練。

「加盟店」策略果然奏效，2005年陽光網絡的分店數目已經升至15間，不過此時卻迎來第二個挑戰。Eddy記得，由於分店數目上升得太快，但後方支援的增長速度卻追不上，故當時決定停收加盟者，先鞏固好基礎；並於2006年重新出發，繼續增加加盟者。2006年至2007年間，由於台灣網吧商人因為「三高」：租金高、電費高及人工高，而撤離香港，陽光網絡趁此良機進軍市區，高峰時期最多有30多間分店。

時至今日，陽光網絡已經由「加盟店」改為「合夥人」制度，全港分店數目亦降至15間，不能再單靠租機作為主要收入，廣告收入慢慢地變成不可或缺的利潤來源。Eddy稱，若單靠租機收入只能「圍皮」，只要業主一加薪就會立即「玩完」，故陽光網絡積極開拓廣告收入，目前廣告收入佔比已達三成半，冀未來能超過五成。「花無百日紅」，網吧行業逐漸走下坡，Eddy坦言希望陽光網絡繼續「做下去」，除了賺取回報外，亦希望為年輕人提供多一個他們負擔得起的消閒活動，成為他們其中一個聚腳的地方。