

新iBond周四掛牌 首日每手料賺500元

【大公報訊】第8批通脹掛鈎債券(iBond 8)(04246)昨日正式公布分配結果。是次有70.92萬人申請，涉資539.49億元，超額1.7倍，無論申請人數及申請總額均創新高。iBond 8最終發行額為200億元，認購者最多可獲三手。該批iBond將於周四(24日)上市，由於通脹升溫，市場估計首日掛牌iBond或高見105元。即每手可賺500元，抽中三手可望賺1500元。

財政司司長陳茂波表示，是次發行通脹掛鈎債券，獲市民踴躍認購，無論申請人數及申請總額均創出自2011年首次發行以來的新紀錄。發

行通脹掛鈎債券除了在目前持續低息和不確定的投資環境下，為市民提供一項安全和回報穩定的投資選擇，亦進一步提高投資大眾對債券投資的興趣和認識，有助促進香港零售債券市場的發展。

71萬人認購破紀錄 最多派三手

是次iBond最終發行額為200億港元，政府按機制配發債券。5.5萬份認購兩手或以下債券的申請，均將獲全數配發所申請的債券；餘下的65.4萬份申請(即認購兩手以上者)，均將先獲發兩手債券，並進行抽籤，其中60.6萬份申請將獲配發多

一手債券。

新一批iBond將於周三(23日)發行，並於周四在香港聯合交易所上市。配售銀行及香港結算公司將根據發行通函中所列出的時間表，個別通知申請人配發的結果、適用的認購款項，以及申請款項中任何退款的金額。

中銀香港公布提供iBond退款優惠。該行表示，將陸續發送手機短訊及郵寄通知書予申請認購iBond的客戶，通知其分配結果，相關退款會於周三退回至客戶的結算賬戶，並提供iBond退款港元新資金定期存款、投資產品，以及人壽保費推廣優惠。

iBond歷來認購反應及首掛表現

	iBond1 (04208)	iBond2 (04214)	iBond3 (04218)	iBond4 (04222)	iBond5 (04228)	iBond6 (04231)	iBond7 (04239)	iBond8 (04246)
有效申請宗數	15.58萬	33.24萬	52.08萬	48.82萬	59.79萬	50.8萬	45.64萬	70.92萬
有效申請金額(元)	131.6億	498.4億	396.27億	287.92億	357.25億	225.26億	383.62億	約539.49億
超額申請倍數	約0.32倍	約4倍	約3倍	約1.9倍	約2.6倍	約1.25倍	約1.56倍	約1.7倍
獲配債券手數	1至45手	1至4手	1至2手	1至3手	1至2手	1至3手	1至4手	1至3手
首日掛牌收報(元)	106.7	105	103.15	105.15	105.5	103.35	102.75	—

息魔陰霾亞股腳軟 恒指失312點

專家：疫情變化更影響港股 28000點可穩守

風高浪急

憂慮美國提早加息收水，觸發亞太區股市震盪，主要指數普遍失1%。港股昨日跟隨下行，恒指跌312點，下跌股份超過1000隻。新舊經濟股同步向下，騰訊(00700)跌逾2%失守600元關口，滙控(00005)亦插水超過3%，惟證券業人士認為，加息至少在明年才出現，投資者不宜過分擔憂，加上半年結將至，恒指短期守穩28000點的機會很大。

大公報記者 許臨

香港股票分析師協會副會長潘鐵珊表示，美國最快明年才會加息，投資者的表現實在過分擔憂，而且美國發債數量驚人，即使加息，幅度也不會太大，現階段投資者要關注的首要因素不應是利率，而是疫情何時真正消退，內地和香港何時通關。目前港股的走勢其實不算太差，昨日只是受外圍股市影響，預計恒指仍能守穩28000點水平，一些未來將受惠通關的股份，如深圳國際(00152)及中旅(00308)，股價料會率先發力，投資者應先留意該類股份，待明年再為加息受惠股作部署。

息差擴闊 銀行保險股看俏

永裕證券董事總經理謝明光指出，臨近半年結，港股即使調整，幅度也不會太大，因跌太多反讓基金經理「執平貨」，大戶間很少有這樣做法。近日美聯儲的言論確實令市場對加息的憂慮增加，但真正加息的時間應是明年，而最多加息兩次，對市場的影響其實不算太大。傳統上，加息會利好銀行股及保險股，前者的息差在近年大幅下降，加息能令息差提高，有助提升盈利。而保險股理論上除可受惠美元升值，令美元保單在匯兌上獲利外，其所持有的債券亦可受惠息差持續擴闊。

證券界分析及投資建議

券商／專家	建議
香港股票分析師協會副會長潘鐵珊	美國最快明年才會加息，投資者過分擔憂，現階段應關注的並非利率，而是內地和香港何時通關
永裕證券董事總經理謝明光	即使美國加息，利率上升的幅度也不會太大，一些派息吸引的股份，如中移動(00941)、中電信(00728)仍值得吸納
國泰君安	中電信(00728)提升派息比例的政策將成為股價上升的催化劑，給予其買入評級，目標價3.3元

受惠板塊

- 銀行股
銀行的息差收入會增加
- 保險股
美元保單會因美元匯價上升獲利；保險公司所持債券可受惠息差持續擴闊

加息受惠與受累板塊

- ### 受累板塊
- 黃金股
美元匯價會上升，影響金價表現
 - 地產股
供樓成本會增加，影響樓市氣氛
 - 科網股
未有盈利企業的估值調整



焦點股份表現

股份	昨收(元)	變幅
中電信(00728)	2.59	↑11.16%
三生製藥(01530)	12.00	↑9.09%
四環醫藥(00460)	3.44	↑6.50%
長城汽車(02333)	24.60	↑5.13%
吉利汽車(00175)	25.05	↑4.38%
恒大汽車(00708)	29.10	↑2.29%
李寧(02331)	81.15	↑1.82%
美團(03690)	301.80	↑0.40%
阿里巴巴(09988)	205.40	↓0.77%
騰訊(00700)	590.50	↓2.07%

大公報製表

道指早段反彈537點 留意鮑威爾講話

【大公報訊】

美聯儲上周釋出可能提前加息的訊號後，風險資產承壓，道指上周下跌近3.5%，是自去年10月以來表現最差的一周。本周，穆迪首席經濟學家Mark Zandi發出警告，指美聯儲轉鷹恐導致美股出現10%至20%的回調，且這次大跌與過去數年內大幅下跌不同，不會迅速反彈，因為現時美股估值高企，或需1年才可恢復至原來漲勢。

市場關注美聯儲主席鮑威爾周二(22日)出席眾議院聽證會，屆時將會就疫情、經濟前景發表演講，投資者希望從中尋找未來貨幣政策動向的線索，道指在經歷了上周的下跌後，周一開盤早段曾升537點至33827點，

標指升1.26%，納指升0.74%。

美聯儲上周公布的利率點陣圖暗示，官員們預計將在2023年底之前加息兩次，較3月時預期的時間大為提前。不僅如此，立場一向「偏鴿」的聖路易斯聯儲行長布拉德(James Bullard)亦放出「偏鷹訊號」，預計美聯儲將在2022年底首次升息。

Zandi暗示，美股的調整可能已經開始，因為投資者已經開始感到恐慌。雖然Zandi對市場發出了警告，但他預計此次低迷更多是因為資產價格過度上漲，並非嚴重的基本面問題，他認為：「經濟將會非常繁榮，失業率將會很低，工資將會出現強勁增長。」

奈雪的茶暫錄逾900億孖展 超購178倍

【大公報訊】奈雪的茶(02150)和黃醫藥(00013)、中駿商管(00606)三隻新股搶食。當中，昨日是奈雪的茶第二日招股，認購反應仍然熱烈，綜合多間券商數據顯示，該股暫錄912.1億元孖展，超額認購178倍，其中富途借出230億元、耀才借出169億元、輝立借出133億元。但在市況轉弱情況下，其餘均未獲足額認購。奈雪的茶與黃醫藥將於今日截止孖展認購。

現時市場對奈雪的茶估值介乎350億至400億元人民幣，相對發行17.15億股，每股合理值為24.6元至28.1元，相對招股價上限19.8元，潛在升幅為24.24%至41.92%。另外，公司近年快速擴張，茶飲店數量由2017年12月底的44間增加至2020年12月底的491間，包括覆蓋內地66

個城市的489間茶飲店，以及分別位於中國香港及日本的各1間茶飲店。該公司並計劃在今明兩年分別再開設約300間及350間新店，因此令市場對其業務有所憧憬。

和黃醫藥ADR較定價上限高1%

另外，長和(00001)旗下生物科技公司和黃醫藥亦是第二日招股，但市場反應仍然冷淡。綜合多間券商數據，和黃醫藥孖展錄得約3億元，以公開招股部分佔5.85億元計算，只佔公開發售的一半。和黃醫藥目前在英國、美國已經上市，和黃醫藥ADR(HCM)昨日早段曾高見29.2美元，以每股ADR相當於5股計劃，較港股招股價上限45元，輕微溢價約1%。

昨日首日招股的中駿商管(00606)孖展認購最少，只有約500萬元，佔其公

開認購2%。市場消息指出，其國際配售已錄得足額認購。

新股孖展表現

新股	孖展認購額	超額倍數
奈雪的茶(02150)	912億元	超額認購178倍
和黃醫藥(00013)	3億元	佔公開認購51%，未足額
中駿商管(00606)	約500萬元	佔公開認購2%，未足額

大公報製表

優趣匯IPO成功闖關 擬籌11.7億

【大公報訊】

品牌零售及批發電商優趣匯通過上市聆訊，市場消息指，公司計劃集資1億美元至1.5億美元(約7.8億港元至11.7億元)，獨家保薦人為中金。根據初步招股文件顯示，公司分別以B2C及B2B模式營運及營銷，其收入來源主要是成人個人護理產品。在去年，公司收入按年增0.7%至28億元(人民幣，下同)；虧損收窄至109萬元。

優趣匯主要專注於日本品牌快速消費品，於2019年來自海外快速消費品品牌電子商務服務獲得40億元的GMV(網站成交金額)。截至最後實際可行日期，公司為28個品牌合作夥伴及其66個品牌提供品牌電子商務解決方

案，其中58個品牌來自日本，產品類別包括成人個人護理產品、嬰幼兒個人護理產品、美妝產品、健康產品及其他等。公司與品牌合作夥伴的合作期介乎1個月至10年，當中有40個品牌合作超過3年，包括尤妮佳、資生堂、高絲、盛勢達、小林等。

是次集資所得，逾五成用於投資社交媒體營銷及廣告、發展自主品牌、豐富品牌組合，以及加強供應鏈管理；15%用於豐富健康產品品牌及產品種類；13%用於尋求對技術公司及O2O服務提供商的戰略投資；7%用於加強技術系統及數據分析能力；餘下成為營運資金及一般企業用途。