

世界盃開賽在即 點燃消費需求

家電股揀海信 青啤看高一線

悠閒理財

B2
經濟

大公報

2022年11月13日
星期日

責任編輯：龍森娣
美術編輯：蕭潔景

四年一度的世界盃將於11月20日在卡塔爾舉行，球迷的熱情正不斷升溫，帶動相關產業的消費需求，例如不少人會添置一部現場感強的電視機，對電視銷售有一定拉動作用，而海信家電（00921）作為世界盃全球贊助商，可借助世界盃增強全球知名度，增加市場份額。同時，賽事期間，啤酒消費可望得到激活，青島啤酒（00168）料成為市場關注股份之一，股價看漲（詳見另文）。

大公報記者 李永青



▲四年一度的世界盃，將帶動市場高質素電視機的需求，海信家電料受惠。

香港股票分析師協會主席鄧聲興對大公報表示，世界盃作為全球體育盛事，特別是內地球迷數量龐大，料世界盃前夕及期間的消費可為相關企業帶來可觀的收益。他表示，隨着內地消費力不斷增強，居民願意花更多錢享受生活，相信不少人願意購買畫面超高清、動作流暢的高質素電視機，觀看球賽，增加現場感，相關家電股可以受惠。

海信出貨量逆市升5%

在眾多家電股中，他認為，海信家電為理想之選，它是全球超大規模以家電製造為主的企業。Omdia最新數據顯示，2022年第二季度海信電視出貨量份額全球排名第二，僅落後於三星；全球出貨量、出貨額份額均位列中國品牌第一，持續領跑。從第二季度數據看，全球出貨量環比下降11%，海信出貨量卻逆市升

5%，出貨量份額環比增長1.9個百分點，是全球增長最好的品牌。同時，該公司業績不俗，第三季度實現營業收入187.19億元（人民幣，下同），按年增加6.1%，獲利4.5億元，增長44.6%，首三季度錄得淨利潤10.7億元，增長15.5%。

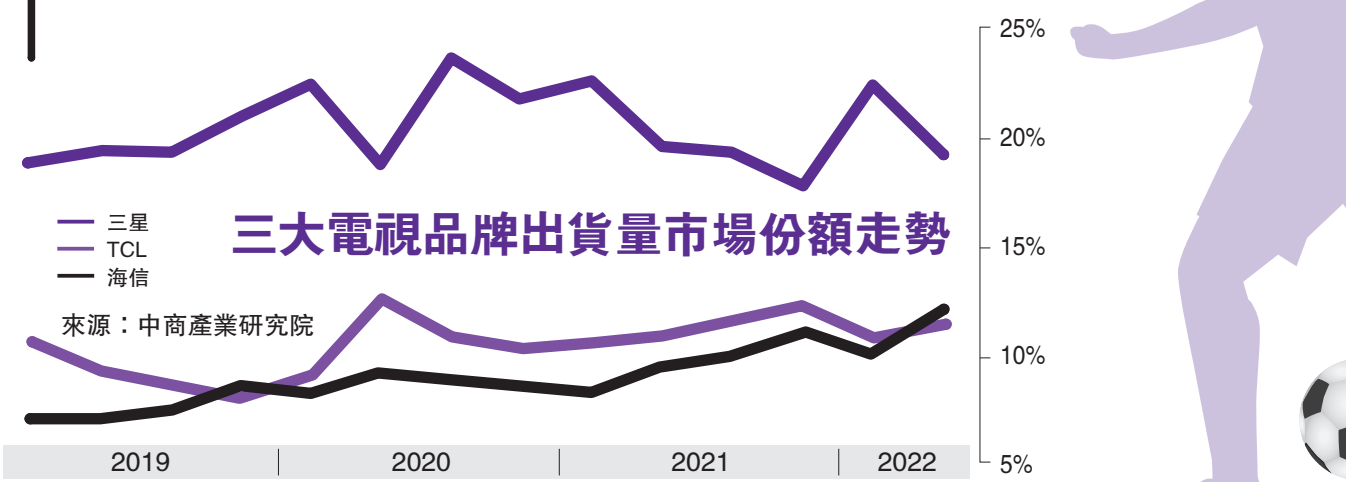
鄧聲興指出，海信產品涵蓋海信、科龍、容聲、日本「HITACHI」、美國「YORK」（中國區域）、gorenje古洛尼、ASKO、三電「SANDEN」八大品牌，並在順德、青島設立了研發中心，又在美國、日本、英國等地設立了科研機構，由上千名技術人員組成研發團隊，曾兩次獲得國家科技進步二等獎，及聯合國節能明星大獎、中國專利獎外觀設計金獎、IF設計獎等殊榮，多次獲得省級以上科技大獎；公司生產基地分布於山東青島、廣東順德、廣東江門、江蘇

揚州、浙江湖州、四川成都等多個城市。

贊助賽事 提升知名度

因此，不論技術、規模、營銷等方面，海信均具實力，預料世界盃效應將推高其季度銷量，加上作為世界盃全球頂級贊助商，將有助提升全球知名度，有利中、長線業務發展。

另外有分析指，企業品牌往往可借助國際體育大賽來提升知名度，並帶來效益。舉例說，2016年，海信成為歐洲盃56年歷史上第一個中國贊助商，僅僅用了1個月時間，便將海信的全球知名度提升了6個百分點，當年二季度在歐洲市場銷量更大升65%。因此，海信可望成為世界盃受惠者。



海信家電 目標價與評級

券商	目標價 (元)	評級
廣發證券	15.3	增持
中信証券	15.0	買入
中金公司	9.0	跑贏大市
華泰證券	8.95	增持

炒波幅 瘋狂體育小注買賣

世界盃概念股，除了海信家電（00921）、青啤（00168），有一隻股價波幅較大的瘋狂體育（00082）可關注。分析指，該股勝在市值小，入場費低於千元，投資額夠低，適宜炒波幅，宜小注買賣。

香港股票分析師協會主席鄧聲興對大公報表示，瘋狂體育為內地數字體育娛樂社區運營商，透過線上線下體育娛樂生態圈，開發及運營體育知識付費平台、體育社交互動平台、體育賽事及互動競猜娛樂平台、經營及發行體育及休閒遊戲，及透過零售渠道在內地提供彩票銷售服務。他預期，世界盃可刺激該公司業務，特別是彩票業務，料在一定程度上受惠。

千里碩證券指出，今年上半年，瘋狂體育加快拓展數字

體育娛樂業務，推出元宇宙遊戲及數字藏品平台，圍繞數字體育、元宇宙和遊戲電競，加入體育文化愛好者及年輕時尚的用戶群，推動收入按年上升25.1%至2.9億元。

該行認為，世界盃決賽周舉行期間，對瘋狂紅軍、社交互動平台及零售彩票業務短期產生刺激作用，更重要的是，為長遠業務發展帶來深遠影響，例如積累更多用戶基礎和提升知名度。借鏡2021年歐洲國家盃及東京奧運會經驗，大型賽事結束後，平台總用戶數和每月活躍用戶數並未因體育盛事氣氛消退而下滑，反而持續向上，成為該公司內生增長動力。

值得注意的是，今年第二季度，作為布局元宇宙業務的重要里程碑，該公司旗下數字藏品平台「乾坤數藏」正式上線，與多個知名IP合作，例如「中國航天博物館」、「敦煌」等，單一季度已錄得2000萬元收入。

中長線方面，隨着平台引入更多體育項目和賽事，該行認為，相信待疫情消退，各類型賽事恢復，公司業務將得到更好發展。

青啤力推中高端產品 賽事期間銷量看漲

世界盃決賽周，不僅是球迷狂歡，也是啤酒企業的盛宴，大家觀看賽事之際，少不免「啤一啤」，賽事期間，啤酒股可望炒作一番。香港股票分析師協會主席鄧聲興表示，啤酒股料在世界盃決賽周期間短炒一轉，青島啤酒（00168）高端化勢頭正盛，中高檔產品規模持續壯大，引領產品消費升級，前景不俗。

中信建投證券食品飲料首席分析師安雅澤指出，10月以來隨着氣溫降低，啤酒消費進入淡季。但今年恰逢世界盃舉行，第四季度啤酒企業銷售費用預計將環比增加，可重點關注啤酒企業世界盃前後營銷活動以及高端產品提價效果。

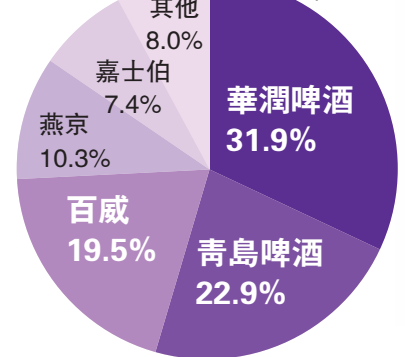
安雅澤認為，雖然市場對消費力及消費升級有所擔憂，但啤酒企業高端化趨勢持續，集中度提升依然穩健。由於餐飲、娛樂渠道高端產品佔比高，修復階段順價提升將釋放更多利潤彈性。此外，主要啤酒企業已通過長單等方式鎖定大麥、鋁材等主要材料價格，若大宗原材料價格回落，利潤率有望進一步提升。

鄧聲興表示，四年一度的世界盃吸引力非凡，收看賽事成為內地數以億計球迷之必不可少的活動，按以往經驗，賽事期間啤酒銷量有理想增長，當中較看好近年致力產品升級的青島啤酒，料成為世界盃受惠股，惟近期港股偏淡，只宜作短炒部署。

除了世界盃因素外，青島啤酒基本因素不俗，第三季度實現營業收入98.37億元（人民幣，下同），按年增加16%，歸屬股東淨利潤14.15億元，增長18.4%。今年首三季度，累計營業收入291.1億元，增加8.7%，錄得淨利潤42.67億元，增長18.2%。

興業證券指出，青島啤酒是內地歷史悠久的啤酒製造廠商，擁有啤酒行業唯一的國家重點實驗室，有多項自主知識產權的核心技術，該公司加快推進實施「1（青島啤酒）+1（崂山啤酒）」品牌戰略，豐富和提升品牌國際化、年輕化、時尚化內涵，以「體育營銷+音樂營銷+體驗營銷」為主

中國啤酒行業企業市場份額 (2020年)



線，積極培育時尚消費業態，持續提升品牌影響力和溢價能力。

該行又認為，青島啤酒抓住啤酒市場消費升級的有利機遇，堅定不移的推進中高端產品戰略，實現企業高質量發展，中高檔產品規模持續壯大，該公司2022年初新研發上市的藝術典藏超高端產品「一世傳奇」繼續貫徹公司高端化戰略。該行認為，青島啤酒產品結構升級趨勢不改，業績將穩健提升。



▲在青島西海岸金沙灘的「青啤時光海岸精釀花園」餐廳，顧客可品鑒數百種啤酒風味。

父母宜盡早引導子女建立正確理財觀念



富足家庭教與練
林昶恆 (Alvin)

美國一間金融服務公司的一項調查發現，有35%的「有成年子女在家的父母」為了在經濟上幫助子女而動用了自己的退休儲蓄。另一個理財服務網站的研究發現一半受訪父母每月都會給成年子女1000美元或以上的金錢作為生活費，而25%的父母甚至為了支付子女這筆生活費而動用了自己的儲蓄和退休金。

以上的調查亦發現70%的父母沒有和子女討論過理財問題，也沒有要求他們一起參與了解家庭的財政狀況。研究還發現父母和子女間普遍存在有關金錢的誤解，原來有72%搬回家和父母同住的成年子女相信父母在經濟上可以支持他們，但只有21%的父母認同這種想法。導致這種溝通誤解的原因可能是家庭成員之間沒有認真討論過家庭財政的問題。

如果能力容許的話，相信父母亦不會和子女斤斤計較，可惜不少人都沒有為自己的退休做好準備，無可奈何下被迫要動用有限的退休儲蓄來照顧成年子

女，這只會是對準備退休的人士造成災難性的影響。而且今天正準備退休的人不少都是「三文治」一代，他們既要照顧年長的父母，又要照顧子女。當父母年事已高，在長期護理方面已需要花費不少，假如仍然要照顧成年子女，這對他們退休準備不足產生了「複式效應」，可想而知情況絕不樂觀。

讓子女多了解家庭財政狀況

對子女履行供書教學的責任是為人父母的義務，但在子女已成年而應該獨立的時候仍然要照顧他們的生活便說不過去了。為何有些父母不如實和成年子

女說出他們的財政狀況呢？有理財專家指出原因是父母眼見子女正在經濟問題上掙扎令他們感覺內疚，因此更不想落井下石。如果已成定局，才想去改變是非常困難，但不代表要接受現實，起碼要和子女開始訂立條件，不要讓他們習以為常而忘記了應有的責任。最好是趁子女年輕時，例如剛開始進入職場，父母便開始引導他們建立正確觀念，有正確的理財態度，教育他們如何面對自己的人生，如何理解父母能夠給予支持的程度。

當父母尋求理財顧問建議的時候，鼓勵能夠攜同成年子女一同出席，讓他們

們多了解父母的財政狀況及理財目標，可以更具體地了解應怎樣理財。當然有些人會擔心讓子女知道了自己的「身家」之後可能會出現反效果，令子女向父母的「老本」打主意。為減少這情況發生，父母可以和理財顧問見面先溝通清楚，父母的財務組合中有什麼是子女應該清楚的，有什麼是將來才會向他們披露的。子女從年輕便打好基礎，他們才能有更大機會擁有理想人生，不做啃老族。

（作者為家庭理財教育學會會長及認可理財教練，任何查詢可發電郵到info@ffeih.com.hk）