

港股造好 MPF上月人均賺5200元

全數股票基金獲利 平均賬戶結餘破25萬逾兩年高

歐美市場走強，加上港股基金連續4個月上升，帶動強積金(MPF)造好。積金評級及GUM公布的強積金調查顯示，5月強積金回報率約2%，打工仔平均賺約5200元，今年以來則進賬1.06萬元，平均賬戶結餘突破25萬元。GUM常務董事陳銳隆表示，強積金市場在5月錄良好表現，各類股票基金均正回報。其中，中央政府5月推出措施刺激內房市場，重建投資者信心，有利內地及香港市場長遠發展。



▲投資市場好轉，帶動強積金成員年初至今人均獲利逾萬元。

大公報記者 邵淑芬

GUM公布，5月「GUM強積金綜合指數」上升2.1%，報235.3點，強積金成員人均賺5208元，年初至今獲利1.0658萬元。GUM常務董事陳銳隆表示，內地及香港市場造好，同時美股亦受科技大股業績向好支撐，標普500指數再次挑戰5300點。他指，儘管5月末股票市場出現調整，但整月表現仍維持正回報。然而，在近期地緣政治及俄烏衝突不明朗因素下，或將影響投資情緒，他對未來數月就強積金表現將持觀望態度。

GUM:進取者可選平衡配置基金

資產配置方面，GUM策略及分析師雲天輝指出，港股4月表現反彈，部分資金開始有回流跡象，增加了其投資價值。同時，市場預計歐洲將早於美國在6月啟動減息，有利於歐洲股市表現。他建議，較進取的強積金成員可考慮平衡配置相關基金，而風險承受能力較低的成員可留意「強積金保守基金」，因市場普遍預期美國聯儲局要到9月才會減息，「強積金保守基金」仍能繼續受益於高利率環境。

首五月回報率4.3% 進賬萬元

至於積金評級調查顯示，美股基金以4.72%的回報率位居強積金5月份投資回報表榜首，而5月強積金總投資收益約2.08%，年初迄今強積金累計回報約4.36%。積金評級估算，強積金5月總投資收益約為247億元，即475萬名強積金成員平均獲利約5200元，年初迄今的累計總投資收益約為504億元，即每位成員平均收益約1.06萬元。

積金評級主席叢川普表示，5月所有資產類別投資回報均是正數，今年以來累計投資收益約504億元，以及成員平均賬戶結餘是自2022年1月以來首次超過25萬元。他稱，強積金成員平均賬戶結餘超過25萬元是一個重要心理關口。根據他們的經驗，這是強積金成員開始相信自己擁有堅實的退休計劃支柱。

叢川普指，儘管有跡象顯示在穩健的企業業績公布後，市場情緒有所改善，但預計不確定性將持續，再加上全球通脹仍然頑固及地緣政治緊張局勢，英美大選迫在眉睫，投資永遠存在不確定性，但可以通過定期儲蓄、多元化投資和專注長線投資來減輕不確定性。

積金評級主席 叢川普
市場情緒有所改善，但預計不確定性將持續，可以通過定期儲蓄、多元化投資和專注長線投資來減輕不確定性。

強積金投資建議

GUM策略及分析師 雲天輝
市場預計歐洲將於6月減息，有利歐股表現，較進取的強積金成員可考慮平衡配置相關基金，而風險承受能力較低的成員可留意「強積金保守基金」。

積金評級指數回報率		
積金評級指數	今年5月	年初至今
股票基金(美國)	▲4.72%	▲10.33%
股票基金(歐洲)	▲4.10%	▲7.45%
股票基金(環球)	▲3.73%	▲8.01%
股票基金(日本)	▲2.89%	▲12.38%
混合資產基金(目標期限)	▲2.73%	▲5.82%
預設投資策略基金(核心累積基金)	▲2.71%	▲4.60%
股票基金(香港及內地)	▲1.85%	▲5.26%
股票基金(亞洲)	▲1.52%	▲5.84%
債券基金(亞洲)	▲1.28%	▼0.54%
債券基金(環球)	▲1.04%	▼3.31%
保證基金	▲0.50%	▲0.58%
貨幣市場基金(強積金保守基金)	▲0.32%	▲1.63%
貨幣市場基金(港元)	▲0.32%	▲1.27%
貨幣市場基金(人民幣及港元)	▲0.12%	▼0.01%

資料來源：積金評級

恒指醞釀突破 短期上望19000點

估值吸引

港股連升兩日後，昨天高開低收，最多升280點，見18724點，惟尾市跟隨A股向下，收市跌19點，報18424點，全日成交1156億元，較上日減少6億元。光大證券國際證券策略師伍禮賢向《大公報》表示，大市昨日表現牛皮，恒指再度18500點關前受阻，相信與部分企業趁市況好轉而集資有關，影響投資市場氣氛。他估計，因港股估值仍相對吸引，短期恒指將於18000至19000點之間上落。

伍禮賢表示，雖然昨日公布的財新中國通用服務業經營活動指數(PMI)數據理想，但僅在早段刺激市況向上。午後受A股走弱影響，最終錄得6月以來首個下跌。他說，目前恒指連

續多日橫行的走勢表現，料港股短線或會選擇突破方向，投資者可先觀望待變，待突破信號出現再入市。中長期來看，在內地經濟復甦，以及港股估值仍相對吸引的大背景之下，預期下半年仍有力向上。

FSMOne:大市已見底

他又說，由於市場較為關注內地經濟復甦表現，因此本月中內地「三駕馬車」數據將較為關鍵，投資者不妨重點關注。投資板塊方面，預期大型科技在第一季度業績普遍表現不俗之下，估值仍有向上復甦機會；而近段時間出現配股集資的股份，料短線氣氛或仍受影響，投資者不妨先作觀望。

FSMOne(香港)投資組合經理錢炯昊則認為，短期恒指已見底，後市再下行幅度有限，相信一旦大市再接近低位，當局會進一步推出政策支持。以9倍目標市盈率計算，該行今年的恒指目標價為18500點水平。

個股表現方面，蘋果公司將舉行全球開發者大會(WWDC)，部分蘋果概念股造好，舜宇光學(02382)升4.7%，報46.9元，為表現最佳藍籌及科技成份股，但中升控股(00881)卻急跌6.9%至14.56元，為表現最差藍籌。

另外，內地推出智能網聯汽車准入及上路通行試點，汽車股靠穩，比亞迪(01211)、吉利汽車(00175)及長城汽車(02333)齊升超過1%。

數碼基建企Colt拓亞太 3年投資8.5億



▲水谷安孝(左)表示，Colt提供具競爭力的定價，在全球提供全面的點對點網絡服務。右為劉嘉鳳。大公報實習記者蔣夢宇攝

積極擴張

數碼基礎設施公司Colt Technology Services昨日宣布全球發展策略，其中於六個亞洲市場擴展業務，包括菲律賓、中國台灣、越南、泰國、馬來西亞和印尼。公司首席業務發展總監Annette Murphy表示，亞太地區是Colt業務發展的關鍵所在，預計未來3年在該區投資額為1億歐美元(約8.5億港元)。

港業務年複合增長25%

受惠於資本市場解決方案業務帶動，2018至2023年間，Colt在港業務錄得複合年增長率

(CAGR)超過25%。Colt區域銷售總監兼香港主管劉嘉鳳表示，期待繼續透過加強數碼基礎設施來支持特區政府發展數字經濟的願景，同時利用本地人才庫積極推動Colt在香港的業務及全球平台。

亞洲市場外，Colt早前收購電訊公司Lumen的歐洲、中東及非洲(EMEA)的業務，並透過策略合作關係將其業務覆蓋範圍擴大至北美市場。Colt亞太區總裁水谷安孝表示，透過策略合作夥伴關係，公司能利用規模經濟提供具競爭力的定價，在全球提供全面的點對點網絡服務。

大公報實習記者蔣夢宇

內地服務業強勁 連續17月擴張

【大公報訊】記者倪巍晨上海報導：中國服務業景氣度加速恢復。財新昨日發布的5月中國通用服務業經營活動指數(PMI)較前值提升1.5個百分點至54，創去年8月以來新高，連續17個月保持擴張。財新智庫高級經濟學家王喆介紹，上月服務業供需兩旺，就業指標也終結此前連續3個月的收縮，實現「由降轉升」，表明中國經濟延續回升向好勢頭。分析稱，五一假期消費推動服務業景氣度環比繼續改善，鑒於近期經濟恢復進度略有放緩，未來更多增量政策有望落地。瑞銀的經濟學家預計，中國今季GDP按年增速或保持在5.3%左右。

服務業活動加速增長，財新5月服務業新業務增速錄得去年6月以來新高，新接出口業務量也創近一年來最顯著增速。為應對持續增加的業務量，5月財新服務業用工規模錄得輕微擴張，不僅終結了此前連續3個月的收縮，更刷新去年10月以來新高，用工量的增長也帶動積壓業務量繼續下降。

服務業價格方面，5月平均投入成本繼續上漲，漲速增至11個月來新高。為應對成本壓力，部分企業將成本負擔轉嫁給客戶，服務業平均銷售價格創下2022年2月以來最高漲速。

展望未來，5月財新服務業企業對未來市場發展持樂觀態度，但樂觀度降至近7個月來最低，樣本企業普遍對全球經濟前景和通脹形勢感到憂慮。

瑞銀料今季經濟增長5.3%

瑞銀亞洲經濟研究主管及首席中國經濟學家汪濤指出，得益於政策支撐力度的持續加碼，特別是房地產領域去庫存措施的進一步落實，內地樓市銷售和新開工面積有望在未來2、3個月內實現觸底。

汪濤表示，年內人民銀行或繼續使用降準及其他政策工具確保流動性的充裕，貸款市場報價利率(LPR)也有10至20個基點的下行空間，惟中期借貸便利(MLF)利率或按兵不動。她並預計，低基數因素有望支撐第二季度中國GDP按年增速保持在5.3%左右。

申萬宏源策略首席分析師王勝認為，中國經濟仍處在恢復階段，近期恢復進度或略有放緩，為有效對沖經濟壓力，未來更多增量政策將陸續有來。

各界看好中國經濟前景

財新智庫高級經濟學家 王喆
申萬宏源策略首席分析師 王勝
瑞銀亞洲經濟研究主管及首席中國經濟學家 汪濤

財新中國服務業PMI創去年8月以來新高，服務業就業指標結束3個月收縮，預示服務業景氣度加速恢復
預計未來有更多增量政策，今年中國GDP大概率實現「5%左右」的目標
年內人行或繼續使用降準及其他工具確保流動性充裕，第二季度中國GDP按年增速有望保持5.3%左右

大公報記者倪巍晨整理

品牌局夥廠商會 助港企進軍灣區

【大公報訊】為協助港商打入粵港澳灣區市場，品牌局與廠商會推行「『香港·進·品牌大灣區』系列活動」的大型推廣和研究項目。該計劃分為兩期，圍繞着促進香港品牌「走進」大灣區和推動品牌升級「進步」兩個主旨，舉辦一系列面向整個大灣區、多站式的品牌形象塑造、推廣與消費者參與活動，配合多地點、多維度的市場探知與策略研習，協助港企把握區域消費文化的發展趨勢，提升香港品牌的集體形象和市場影響力，強化大灣區消費者對香港品牌優勢的認同感。

品牌局已於2020至2023年期間完成「品牌大灣區」第一期項目(澳門站活動)，今年在「工商機構支援基金」資助下，推行「品牌大灣區」項目的第二期。第二期項目繼續由廠商會展覽服務公司擔任執行機構，亦已在4月1日啟動，為期12個月。

廠商會會長盧金榮表示，現今營商環境充滿變化和挑戰，廠商會一直致力協助業界掌握最新形勢，並支援企業打造新的競爭力，以高品質發展來迎接新業態和新模式。

盧金榮認為，香港品牌在大灣區擁有聲譽、溢價等優勢，惟需加強推廣才能提升競爭力。他很高興項目再次獲得工貿署資助，並期望項目能承傳第一



▲盧金榮表示，香港品牌在大灣區擁有聲譽、溢價等優勢。

期的目標，進一步助力港商打響在大灣區的知名度，並實現「品牌大灣區」的願景。

在廣州舉行品牌推廣

品牌局主席陳家偉表示，第二期項目以廣州為落腳點，將舉辦「廣州站」品牌形象展示、互動體驗營、舞台表演、微信小程序等多形式、高效的推廣活動，輔以商務考察、市場動態簡析、經驗分享研討會等緊湊精煉的市場探知與研習，協助香港業界以大灣區為依託來擴闊業務增長的空間，並以品牌為「進道」來提升發展層次和長遠競爭力。

