

每周精選

小米力拓海外市場 續帶來可觀收入



鄧聲興博士
香港股票分析師協會主席

市場調查機構報告指出，小米集團(1810)8月份手機銷量超越蘋果，成為全球第二大智能手機品牌，僅次於三星。小米在低端價格區間尤為強勢，Redmi系列廣受歡迎，助力小米在所有關鍵市場，特別是在印度、拉丁美洲、東南亞及中東和非洲地區的市場份額顯著提升。

小米早前發布2024年第二季業績，收入及盈利均再次實現了顯著增長。期內錄得收入889億元(人民幣，下同)，創歷史新高，同比增長32%。其中，「手機×AIoT」分部收入為825億元，同比增長22.5%，分部毛利率為21.1%；「智能電動汽車等創新業務」為64億元，分部毛利率15.4%。經調整淨利潤為62億元，同比增長20.1%，其中包括智能電動汽車等創新業務經調整淨虧損為18億元；整體毛利率達到20.7%。

全球智能手機出貨量穩居第三
第二季度，集團全球智能手機出貨量達

到42.2百萬台，同比增長28.1%，創下2021年四季度以來單季度新高。Canalys數據顯示，季度內集團全球智能手機市場出貨量同比上漲11.9%；全球智能手機出貨量排名穩居第三，全球市佔率進一步提升至14.6%的高位。

與此同時，集團用戶生態持續擴大。2024年6月，其全球月活躍用戶數再創歷史新高，達到675.8百萬，同比增長11.5%。截至2024年6月30日，AIoT平台已連接的IoT設備(不包括智能手機、平板及筆記本電腦)數增長至822.2百萬，同比增長25.6%。

電動車方面，集團二季度交付Xiaomi

SU7系列新車達27,307輛。集團更預計將於2024年11月提前完成Xiaomi SU7系列累計交付新車10萬輛的目標，並將衝刺2024年全年Xiaomi SU7系列累計交付新車12萬輛的新目標。

「人車家全生態」戰略續看好

值得注意的是，小米在海外市場亦錄得強勁反彈，二季度收入381億元，同比大增37.1%，佔總收入的42.8%。加之集團表示小米新零售要全面進軍海外市場，相信會為集團持續帶來可觀的收入。持續看好小米集團「人車家全生態」的發展戰略。

總結上周，滬指升1.2%。恒指上周按周升889點或5.1%，全周在17,177點至18,355點間波動，上下波幅1,178點。本周關注：9月23日，美國將公布製造業PMI及服務業PMI。9月25日，美國將公布MBA採購指數。9月26日，美國將公布持續申請失業救濟人數及銷售GDP。

(筆者為證監會持牌人士，未持有上述股份)

心水股

股份	*收報(元)	股份	*收報(元)
小米集團(1810)	19.88	攜程集團-S(9961)	381.60
騰訊控股(0700)	388.60	中通信(0552)	3.87
長和(0001)	44.00	青島啤酒(0168)	42.95

出麒 致勝

出行需求強勁 攜程具增長潛力



林嘉麒
元宇證券基金投資總監



美國聯儲局減息半厘給投資市場一個驚喜，市場風險胃納上升，美股或中概股皆出現了不俗的資金流入及股價上升。儘管港股今年表現一直落後，惟今次環球股市的派對應可以支持部分股份，其中旅遊股基本比較強，值博率因此較高。

根據國家文旅部披露的資料，2024年上半年，內地出遊人次27.25億，同比增長14.3%；內地遊客出遊總花費2.73萬億元(人民幣，下同)，同比增長19%。數據反映，中國今年出遊人次和總花費仍在增長，旅遊產業持續復甦。近日中秋的旅遊市場表現相對平穩溫和，測算全國國內出遊1.07億人次，按可比口徑較2019年同期增長6.3%；國內遊客出遊總花費510.47億元，較2019年同期增長8%，就算短途旅遊佔多數，但短期旅遊成為了旅遊股新一輪股份催化劑。

攜程集團-S(9961)今年上半年業績表現強勁，期內住宿預訂收入按年增長29.2%；交通票務業務收入增長20.3%；旅遊度假業務收入增長更是驚人，高達129%；商旅管理業務收入增長14.8%。可見攜程在不同業務領域都有亮眼的表現。

前景方面，分析亦看得非常樂觀，有投行認為，集團在強勁的出行需求和本土消費需求的推動下，未來三年的盈利複合年均增長率預計達到16%。原因是國家旅遊需求仍有上升空間，而攜程作為內地的線上旅遊龍頭，有望最受益。

酒店領域市佔率具上升空間

事實上，攜程一直在內地市場有主導地位，透過其平台的擴張，滿足了本土消費者的需求，成為了行業的風向標。此外，攜程在機票預訂方面的市佔率較高，但在酒店領域的市佔率有上升空間，攜程正在通過增加銷售中高價酒店來減輕酒店平均房價下跌的影響，並保持每用戶平均收入的穩定。

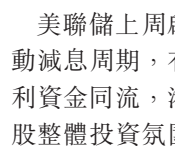
值得注意的是，攜程對併購有明確的策略，除了自身業務成長外，在市場激烈競爭下，通過訂下併購目標的三個標準：與旅遊相關、處於行業的領導地位，以及嚴控財務紀律，鞏固自己在行業的領導地位及競爭力。公司股價早前橫行整固，近日出現突破，升穿100天線水平，料短線動力持續，可予留意。

(筆者為證監會持牌人士，無持有上述股份權益)

股市 縱橫

韋君

萬物智聯新機遇 中通信回穩可追



美聯儲上周啟動減息周期，有利資金回流，港股整體投資氛圍改善。智能及AI通訊基建領域領先的中國通信服務(0552，簡稱中通信)呈現技術回升走勢，可跟進。中通信在港上市18周年，市值92.54億元。中國電信(0728)持48.99%；中國移動(0941)持股8.78%。

集團主要提供包括設計、建設及項目監理在內的電信基建服務、業務流程外判服務及應用、內容及其他服務。智能通訊基建行業迎來新的黃金發展期。工信部9月11日印發《關於推進移動物聯網「萬物智聯」發展的通知》。《通知》立足移動物聯網產業發展節奏、各行業領域移動物聯網應用現狀，明確了移動物聯網發展目標。

到2027年，基於4G(含LTE-Cat1，即速率類別1的4G網絡)和5G(含NB-IoT，窄帶物聯網；RedCap，輕量化)高低搭配、泛在智聯、安全可靠的移動物聯網綜合生態體系進一步完善。5G NB-IoT網絡實現重點場景深度覆蓋。5G RedCap實現全國縣級以上城市規模覆蓋，並向重點鄉鎮、農村延伸覆蓋。移動物聯網終端連接數力爭突破36億，其中4G/5G物聯網終端連接數佔比達到95%。支持全國建設5個以上移動物聯網產業集羣，打造10個以上移動物聯網產業示範基地。培育一批億級連接的應用領域，打造一批千萬級連接的應用領域。

上半年新興業務合同380億

中通信執行董事、總裁閔棟日前表示，中通信近年推動數字基建、智慧城市、綠色低碳、應急安全等戰略新興業務發展，今年上半年超過1,080億元(人民幣，下同)新簽合同中，戰略新興業務佔逾380億元，按年增長超過四成。

「萬物智聯」將提供集團黃金發展期，加上智聯安全領域更受企業重視，集團訂單增長前景樂觀。中通信今年6月底上半年業績，營業額744.12億元，按年升1.7%；股東應佔溢利21.25億元，按年增4.4%。每股盈利30.7分，不派中期息。期內，毛利率微增0.2個百分點至10.9%。

中通信上周五收報3.87元(港元，下同)，升8仙或2.7%，成交2,860萬元。該股自7月攀上4.63元創3年多高位後，經歷3個月調整，上周跌至3.71元獲承接回升，期間累跌19.8%。該股上周五重上10天線，呈技術回升走勢。中通信現價預測市盈率6.68倍，息率逾6厘，市賬率0.57倍，估值吸引，可跟進，上望4.30元，跌穿3.70元止蝕。

本版文章為作者之個人意見，不代表本報立場。

新舊遊戲表現佳 騰訊續看漲



張賽娥
南華金融副主席

回顧上周，恒指全周升889點，收報18,258點；國指升309點，收報6,381點；上證指數升32點，收報2,736點。美國聯儲局如期進行了自2020年疫情以來的首次降息，這預示着自2022年3月開始的加息周期和2023年7月停止加息後的緊縮周期結束。

市場一般對於此次降息幅度感到意外。在議息會議之前的晚上，利率期貨仍然有一定分歧。減息50基點的幾率一直沒有達到80%以上，即市場到最後一刻仍然沒有對於這次利率決議的共識。50個基點的減息在歷史上並不常見。自上世紀九十年代以來，僅在2001年1月、2007年9月和2020年3月出現過類似情況。

美股反應熱烈，市場認為聯儲局在就業數據開始轉壞的初期便開始減息，加上降幅50基點較市場預期高，美股三大指數星期四晚大升，道指和標普500指數均創下

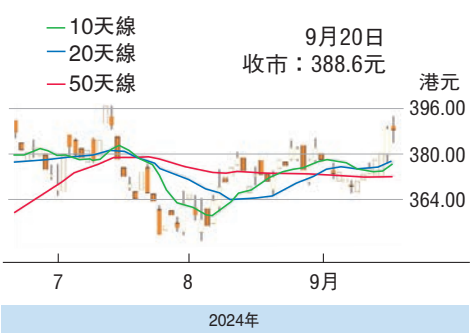
歷史新高。港股方面，雖然走勢仍然大幅落後於美股，但也突破18,200點水平。早前因為MSCI換馬，加上最近兩天成交量增加的關係，18,200點成為重要水平。萬一失守，將會形成較大的沽壓。減息將會導致部分資金回流新興市場，或對港股形成利好。

股份方面，騰訊控股(0700)最近勢頭轉好。基本方面，市場上不少大行預計遊戲收入方面同比將會回復增長。旗艦產品「王者榮耀」和「和平精英」遊戲設計和內容有所提升，加上新遊戲「地下城與勇士」表現良好，早前公布的日流水達到50億元人民幣。

可望受惠外資重回港股

海外遊戲方面，多款新遊戲推出，包括Supercell的「荒野亂鬥」等均獲得不錯的成績。最近新推出的「黑神話：悟空」反應熱烈，大受好評。至今，遊戲已經賣出超過一千萬套，收入預計已經超過30億元

騰訊控股(0700)



人民幣。

估值方面，現時騰訊的預測市盈率為12.7倍，處於2年均值左右。如果減息引導國際資金重回香港股市，將會進一步獲得資金支持。若恢復至14倍市盈率，股份可以反彈至450港元以上。因此仍然有一定水位，投資者可留意。

(筆者為證監會持牌人士，本人及其關連人士沒有持有報告內所推介的證券的任何及相關權益。)

長和略少賺 港口零售歐洲III穩



黎偉成
資深財經評論員

長和集團(0001)的「IFRS 16」後的股東應佔溢利於2024年上半年，達102.05億元，同比減少9%，相對於2023年同期撇除2022年一次性收益後達112.8億元同比减少13%的幅度稍低，而上年更首度採取「IFRS 16」作基準評定業績所涉利潤為110.8億元同比减少41%，可見今年的中期業績表現有所回穩。

該集團的核心業務發展和表現，惹注目的是，(一)「港口及相關業務」，表現不錯：營業額於2024年上半年達215.94億元同比增加9%；而EBITDA達79.3億元增加33%，上年同期則減少20%和EBIT57.85億元更增加33%非上年同期之減27%。

是項業務有改善，乃因各地貨運量增加主要由當地內消強勁、因預期消費需求上升導致之庫存補充，以及貿易緊張及地緣政治風險有增無減促使供應鏈遷移所推

動，令亞洲及拉丁美洲港口尤其受惠。儘管整體有理想變動，惟荷蘭鹿特丹之吞吐量減少及香港貨物轉運量亦持續下降。

港口及相關業務第三季仍樂觀

該集團的管理層稱：第三季之需求前景仍然樂觀，惟預計第四季將逐漸放緩，航運公司已提前補充因應假期旺季之貨櫃訂單。此部門期望整體貨運量將於2024年溫和增長，其中亞洲、歐洲及拉丁美洲地區之增幅相對較高。至於長和所營運的港口泊位，於2024年6月底時持平於上年的293個，吞吐量4,230萬個標準箱同比增加7%，上年同期則剛好減少7%。

(二)「零售」業務，營業額於2024年上半年達914億元同比增加3%，與上年同期886.19億元所增4%大致相若，而EBITDA及EBIT分別持平於2023年同期的70.89億元及54.33億元，此二數於上年中期分別上升17%和25%，零售業務所擁的

店舖於2024年6月底時達1.6548萬間，同比增長2%，2023年6月底則有1.6164萬間同比减少1%。

保健及美容產品分部佔「零售」部門2024年上半年收益88%，同比店舖銷售額穩健增長5%，EBITDA及EBIT較去年同期均增6%。其中(1)歐洲保健及美容產品業務表現持續錄得顯著增長，主要由於英國、波蘭、德國及比荷盧三國之表現強勁。(2)亞洲保健及美容產品業務EBITDA及EBIT同告增加11%，主要受到東盟地區主要市場之穩定銷售增長所推動。(3)中國保健及美容產品業務於2024年上半年錄得之EBITDA為2.5億元，而EBIT水平則接近實現收支平衡。

(三) 電訊業務CK Hutchison Group Telcom中的歐洲III集團，營業額399.35億元同比增加3%，而2023年持平於上年之數，EBITDA減少10%。(筆者為證監會持牌人士，無持有上述股份權益)

張怡

紅籌企窩輪

青啤消化沽壓續可跟進

青島啤酒(0168)於今年5月17日曾攀高至64.7元，離52周高位的65元只是一步之遙，但內需股於第三季出現較明顯的回調，該股也未見倖免。青啤上周四曾造出52周低位的40元，較高位已回落了61%，而美國減息的消息落實，市場氣氛好轉，備受沽壓的內需股回勇，其也見補倉盤收集，周五收報42.95元，升2.38%。由於該股較年內低位回升的幅度不大，在資金追落後下，料青啤後市回升的空間仍在。

業績方面，截至今年6月底上半年，青啤營收200.68億元(人民幣，下同)，按年下跌7.1%；純利36.42億元，上升6.3%；扣非淨利潤34.27億元，增長6.15%。第二季度毛利率按年提升2.71個百分點至

42.79%，主要得益於產品結構優化及成本下降。

期內，集團產品銷量463萬千升，按年下跌7.8%，啤酒噸價下跌0.9%。在被視為旺季開端第二季，該公司啤酒銷量244.6萬千升，按年減少8%，降幅較首季為大；第二季中高端以上產品銷量93.6萬千升，下跌5.5%，降幅同樣大過首季。銷售下跌主因市場消費力弱、大雨頻發，以及去年比較基數較大。

麥格理則指出，青啤面對銷售去槓桿的不利因素，但次季毛利率仍按年增長2.7個百分點至42.8%。該行認為，公司營運效率優於同業。該行亦提到，青啤去年10月受到酒廠食安事件影響，收入基數較低，

料下半年業績應相對會有改善。該行將評級升至「跑贏大市」，目標價上調至62.5元(港元，下同)。

就估值而言，青啤連續市盈率12.48倍，市賬率1.95倍，估值尚處合理水平，而息率5.1厘，論股息回報也不算低。趁股價仍低迷部署收集，上望目標為50天的46.05元，惟失守近日低位支持的40關則止蝕。

看好美國留意購輪25559

美團-W(3690)近期連日走高，上周五曾漲上138.1元，創52周新高，收報135.9元，升1.57%。若繼續看好該股後市表現，可留意美國瑞銀購輪(25559)。25559上周五收報0.153元，其於2024年12月13日最後買賣，行使價147.1元，現時溢價13.87%，實際槓桿45.01%，引伸波幅7.15倍。