

香港及內地股票指數

	上日收市價	單日(%)	本年(%)
恒生指數	25089.17	0.5	-11.0
恒生國企指數	10203.57	0.7	-8.6
上證綜合指數	3214.13	0.1	5.4
深證成份指數	13114.94	0.9	25.7
美國股票指數			
	上日收市價	單日(%)	本年(%)
道瓊斯工業平均指數	26671.95	-0.2	-6.5
標普500指數	3224.73	0.3	-0.2
納斯達克指數	10503.19	0.3	17.1

數據來源：彭博

每日投資策略
「國潮」風形成為內需主題帶來投資機遇

上周恒指下跌 638 點，或 2.5%，全周每日平均成交金額按周下跌 22.5% 至約 1,687 億元。恒指反彈至 0.618 倍約 26,100 點便反彈乏力，初步支持位為反彈 0.5 倍約 25,100 點。科技板塊創新高後見有獲利回吐壓力，ATMX 中以美團點評 (3690) 及小米 (1810) 下跌幅度較大，兩股一周跌逾 8%。剛於香港第二上市掛牌的網易 (9999) 及京東 (9618) 亦跌超過 7%。其他二線科網股包括金蝶 (3888) 及微盟 (2013) 跌幅較大，一周分別跌 17.1% 及 12%。過去一周科網板塊回調壓力較大，加上舊經濟股表現未如理想，以致整體大市普遍偏弱。不過，部分內需概念股逆市升，蒙牛 (2319) 一周累計升 1.3%；我們於一周前推介的華潤啤酒 (291) 及青島啤酒 (168) 分別升 11% 及 9.2%。

近年來內地年輕人中掀起了一股熱衷國內品牌的「國潮」風，根據 CBNDATA 發佈的《2018 中國互聯網消費生態大數據報告》顯示，國內 90 後對內地原創品牌服飾方面消費金額貢獻高達 65%，按年增長 4.5 倍。數據反映國內年輕消費群不再盲目追求外國潮牌，相反更成為內地品牌的消費主力群之一。

內地品牌經過多年努力及變革後，已逐步走向年輕化路線，當中不乏已於香港上市多年的內地品牌，行業包括體育用品、智能手機、移動及終端線上遊戲及食品飲料等。根據國際研究機構 IDC 數據，今年首季國內華為智能手機出貨量約 2,840 萬部，市場佔有率由 2019 年同期的 35.5% 增加至 42.6%，遠超蘋果的 7.6%。從數據可見，國內品牌已取得消費者認同，消費偏好逐漸傾向國內品牌多於國外成熟品牌。

內地經濟率先從新冠肺炎疫情復甦，第二季度國內生產總值 (GDP) 按年增長 3.2%，由一季度的下降 6.8% 轉負為正。上半年社會消費品零售總額按年跌 1.8%，連續第四個月跌幅收窄。其中，實物商品網上零售額更錄得 14.3% 增長。數據顯示，內地消費市場或已見底並出現反彈，加上內地品牌逐步取得年輕消費者市場，而線上購物正是年輕消費者主要消費渠道之一。在消費意欲好轉加上「國潮」風對於國內消費品牌有提升作用，預料以國內消費品牌為投資目標的基金或將受惠。由於「國潮」風的形成或改變消費態度，從基本因素看或成為未來增長動力，我們預料將為投資國內消費品牌主題的基金帶來投資機遇。



申萬宏源香港微信公眾號

市場摘要

美股上周震盪，內需主題或成為港股焦點

上週五美股三大指數漲跌不一，美國消費者信心指數不及預期，另外科技股及金融股亦表現不佳。道指收跌 0.2%，報 26671 點，標指及納指均升 0.3%，道指及標指上週分別升 2.3%、1.2%，納指上周跌 1.1%。國際油價下跌，紐約 8 月期油收市跌 0.4%，每桶報 40.59 美元，按周計幾乎平收。紐約 9 月期金收市升 0.5%，報 1810 美元/安士，按周計升 0.5%。

恒指上週五高開後震盪，市場對新冠肺炎爆發的憂慮加劇，內地股市走勢反覆亦拖累港股表現。恒指上週五收報 25727 點，升 118 點或 0.5%，按週跌 2.5%；國企指數收報 10203 點，升 69 點或 0.7%，按週跌 3.2%。大市成交額 1295.3 億元。食物飲品、醫療保健服務及半導體板塊升幅靠前。

需要關注的五則消息

- 中國人民銀行、中證監決定同意銀行間債券市場與交易所債券市場相關基礎設施機構，開展互聯互通合作，以提高市場運行效率，促進內地債券市場發展。
- 乘聯會中國乘用車市場信息聯席會(乘聯會)預計，7 月狹義乘用車零售市場銷量 153 萬輛，按年增 3%。
- 新城悅服務(1755)發盈喜，預計截至今年 6 月底止中期歸屬公司權益持有人的合併淨利潤按年增長至少 50%。去年同期錄得盈利 1.17 億元人民幣。公司表示，該增長主要由於集團的在管面積增加；完成收購成都誠悅時代物業服務有限公司 61.5%股權；以及增值服務收入上升，尤其是社區增值服務及智慧園區服務。
- 國際貨幣基金組織(IMF)預期，美國經濟今年將萎縮 6.6%，主要是受到新冠肺炎大流行與經濟活動暫停等因素所衝擊。有關預測值優於上一月預期的萎縮 8%。
- 密歇根大學公佈，7 月美國消費者信心指數初值為 73.2，預期為 79，6 月終值為 78.1，因新冠肺炎新增病例在全國各地再次急升。



圖表來源：Investing.com

精選港股

股份名稱	中教控股 (0839.HK)
公司背景	主要在中國運營高等教育及職業教育學校，及於澳洲和英國提供教育服務。
建議	買入
上日收市價	14.00 港元
持有時限	中 (兩星期至一個月)
分析	教育部等六部門印發《關於做好 2020 年高職擴招專項工作的通知》，要求進一步穩定高職擴招規模；公司為高職教育龍頭，學生規模有望進一步擴大。



圖表來源：Investing.com

精選美股

股份名稱	阿卡邁科技公司 Akamai Technologies, Inc. (AKAM.US)
公司背景	公司提供的服務可加速並改善內容及應用程式透過網路的傳輸，涵蓋即時及隨選串流視訊、傳統網站內容。
建議	買入
上日收市價	112.65 美元
持有時限	長 (一至三個月)
分析	2020 第 1 季度每股盈利為 0.75 美元，按年升 15%，收入升 8.2%。預測市盈率只有 22.5 倍，較同業中位 81.5 倍低，現時估值仍較同業低。

精選理財產品

產品名稱	中銀香港中國豐盛消費基金 A 類 港元
投資目標	將不少於非現金資產的 70%投資於業務與香港及 / 或中國內地的本土消費增長有關的公司的相關證券，以尋求為投資者提供長期的資本增長。
基金回報*	6.20% 1M / 19.65% 3M / 6.96% 6M / 16.75% 1Y
基本貨幣	港元

(*基金回報為截至 2020 年 7 月 17 日)

披露

分析員及其關連人士並沒有持有報告內所推介股份或產品的任何及相關權益。

免責聲明

只供私人翻閱。本報告（連帶相關的資料）由申萬宏源研究（香港）有限公司撰寫。申萬宏源研究（香港）有限公司為申萬宏源集團成員，本報告不論是向專業投資者、機構投資者或是個人投資者發佈，報告的資料來自申萬宏源研究（香港）有限公司相信可靠的來源取得，惟申萬宏源研究（香港）有限公司並不保證此等資料的準確性、正確性及或完整性。本報告部份的內容原由上海申萬宏源研究所撰寫並於國內發表，申萬宏源研究（香港）有限公司對認為適用的內容進行審閱並翻譯，然後採用。本報告內的資料、意見及預測只反映分析員的個人意見及見解，報告內所載的觀點並不代表申萬宏源集團的立場。本報告並不構成申萬宏源研究（香港）有限公司對投資者買進或賣出股票的確實意見。報告中全部的意見和預測均反映分析員在報告發表時的判斷，日後如有改變，恕不另行通告。申萬宏源集團各成員公司（包括但不限於申萬宏源研究（香港）有限公司和申萬宏源證券（香港）有限公司）及其董事、行政人員、代理人 and 僱員可能有在本報告中提及的證券的權益和不就其準確性或完整性作出任何陳述及不對使用本報告之資料而引致的損失負上任何責任。故此，讀者在閱讀本報告時，應連同此聲明一併考慮，並必須小心留意此聲明內容。倘若本報告於新加坡分派，只適用分派予新加坡證券及期貨法第 4A 條所界定的認可投資者和機構投資者，本報告及其內容只供相關認可投資者或機構投資者翻閱。任何人於新加坡收取本報告，並對本報告有任何疑問，可致電 65-6323-5207 聯繫 Shenwan Hongyuan Singapore Private Limited 申萬宏源新加坡私人有限公司。

版權所有

聯繫公司：申萬宏源研究（香港）有限公司，香港軒尼詩道 28 號 19 樓

其關連一方：申萬宏源研究所，中國上海市南京東路 99 號 3 樓