

阿里分拆年半料3公司上市

張勇：雲智能以股東分配股息方式分拆

阿里巴巴「1+6+N」改革大刀闊斧，董事會主席兼首席執行官張勇18日於分析師會議宣布，擬在未來12個月內將阿里雲智能集團從阿里完全分拆並完成上市，形成一家與阿里完全獨立的新公司，盒馬最快有望6個月完成上市，菜鳥也將按計劃在12至18個月內完成上市。他透露，董事會下新設資本管理委員會，後者會從股東回報的角度出發，負責對各個業務的各類重大資本事項進行管理。

◆香港文匯報記者 周曉菁



阿里巴巴業務分拆融資進展

雲智能集團分拆

◆目標在未來12個月完成分拆和上市計劃，分拆將會按照對股東最為節稅的方式進行。

阿里國際數字商業集團對外融資

◆啟動探索對外融資，助力該業務集團的進一步發展和增長。

菜鳥集團上市計劃

◆目標在未來12至18個月完成上市，目前阿里巴巴持有菜鳥67%的股權。

盒馬上市計劃

◆已啟動上市流程，預計在未來6至12個月內完成上市。

整理：香港文匯報記者 周曉菁

◀阿里巴巴改革大刀闊斧，擬將阿里雲智能集團從阿里完全分拆並完成上市，盒馬與菜鳥也有望按計劃上市。資料圖片

阿里巴巴早前宣布新的組織和治理架構，目的是推動各項業務更加敏捷，讓決策鏈路變短，更快響應市場變化，通過抓住各自市場和行業機遇，進一步釋放股東價值。在新架構下，阿里巴巴作為控股公司持有六大業務集團和其他業務公司。除淘天集團仍將繼續由阿里巴巴集團全資擁有外，另外五家業務集團均可靈活地籌集外部資金，並可能尋求單獨上市。

菜鳥盒馬等將推進上市

張勇指出，全球局勢日益複雜，集團主動實施組織變革，給予業務更大獨立性以增強其競爭力，滿足不同客戶持續變化的需求，捕捉新市場機遇。阿里採取具體措施以釋放業務價值，集團董事會批准通過向股東分配股息的方式，實現雲智能集團的分拆，尋求成為一家獨立上市公司。

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「我們在阿里巴巴集團董事會層面設立資本管理委員會，負責全面的資本管理籌劃，提升股東價值。阿里巴巴致力通過強勁的資本配置框架來持續提升股東回報。我們高興地分享，集團董事會已批准阿里國際數字商業尋求對外融資、菜鳥探索上市流程，以及盒馬實施上市計劃。」

產品降價擴大用戶規模

張勇強調，在分拆雲智能前將先引進外部戰略投資者，分拆將會按照向股東分配股息的方式進行。作為雲智能董事長兼首席執行官，他相信雲智能可以完全獨立面向市場，在向內部員工發出的信件中呼籲「再創業，再出發」，鼓勵大家「有機會共同打造一家世界級的科

技公司。」

近期雲市場競爭激烈，阿里亦推出核心產品降價、提高合作夥伴佣金率等措施，張勇回應指，新策略實施以來，整體客戶反響不錯，尤其能降低使用門檻令中小企和大學生受惠，進一步擴大公共雲的客戶數量和用雲規模。最新財報顯示，雲智能2023財年錄得總收入772.03億元（人民幣，下同），同比增長3.5%，經調整EBITDA升24%，連續兩年實現盈利。

業績方面，截至今年3月31日止季度，集團收入增長2%至2,082億元，非公認會計準則淨利潤同比增長38%至273.75億元，經調整EBITDA同比增長37%至321.23億元，略勝市場預期。截至3月底年度，全年收入按年增2%至8,686.87億元，歸屬股東淨利潤升17%至725.1億元。

內地消費仍需進一步動能

就今年一季度而言，張勇認為，內地消費正在逐步恢復中，惟消費信心和消費能力仍需要進一步的動能，大部分消費者都更傾向選擇高性價比的商品和服務。第一季度數據顯示，內地商業收入同比縮減3%至1,360.7億元，淘寶和天貓的線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）同比錄得中單位數下降。

不過，值得注意的是，本地生活服務逐漸恢復常態，該分部一季收入增長17%至125.5億元。城市內出行和城市間旅遊需求上升所帶動，高德地圖3月份日均活躍用戶數量創新高，達到1.5億，飛豬3月份國內酒店預訂價值較2019年同期相比增長逾70%。

阿里巴巴18日收報87.75港元，升2.7%。

長和：今年或續回購股份



◆李澤鈺表示，長和今年可能會持續將出售英國發射塔後的部分收益用作回購股份，但要視乎市況。

香港文匯報訊（記者 黎梓田）內地與香港全面復常通關後，香港營商活動逐步回到正軌。長和及長實18日舉行股東會，主席李澤鈺表示，長和今年可能會繼續回購股份，過去兩年集團的派息都有逐步增加，但會否持續派息則不作預測。他又指香港放寬入境限制後，商務或旅遊人數增加，今年系內各項業務都見到改善勢頭，預計國際貿易於今年下半年逐步改善。

李澤鈺表示，長和去年回購公司股份共約450萬股普通股，涉資約2億元（港元，下同），今年集團可能會持續將出售英國發射塔後的部分收益用作回購股份，但亦要視乎市況。另外，集團2022年股息是2.926元，上升了10%；2021年股息是2.660元，上升14.95%，過去兩年集團派息都有逐步增加。至於會否持續派息則不可作預

測，要視乎很多因素，包括公司業績、經濟環境、外來因素等，但股東可以看到集團的往績。談及復常通關後集團的業務情況，李澤鈺表示，香港持續面臨全球經濟衰退、鄰近港口競爭及加息的嚴峻挑戰，但預計國際貿易於2023年下半年將逐步改善，香港貨量有望回升。管理層現時着重於改善運營效率和成本管理，以提升貨櫃碼頭的競爭力。

屈臣氏擬內地增設逾300新店

集團指出，香港經濟活動逐步復常，旅客人數持續上升，對本地零售業是好事。屈臣氏將繼續專注於通過實體店和線上網絡招募新的O+O顧客，建立優質的會員基礎。屈臣氏亦計劃今年在內地增設超過300家新店。

至於長和旗下香港聯合船塢集團的建屋

申請，集團會針對項目的交通規劃方面作研究，務求尋求合適、可行的解決方案，一定於解決後才會開始項目，希望計劃能為香港市民及政府提供多一個選擇，項目涉及超過1.5萬個住宅單位，相信是一個好的選擇。而根據計劃，在聯合船塢的地皮上興建超過1萬個的私人單位，而毗鄰的政府土地大概可建約5,000個公屋單位。

「集團從來沒有撤出過香港」

在長實股東會上，李澤鈺回應公司近年於香港投得多幅地皮，未來會否把投資重點放回內地及香港的提問時，他表示，集團作出每一項投資，最重要的考慮因素是項目的質素、穩健性及回報率。作為跨國企業，整個長江集團每日都面對很多投資選擇，涉及不同地域，以及不同行業。他強調從來不是選擇投資地點，而是揀選項目。對於能產生理想回報的優質資產，不論在香港、內地或其他地區，都會考慮。

他又指，長江集團旗下的公司於全世界50多個國家投資及經營多元化業務，對他們來說每一個地方都是本地市場，從來都沒有撤出過香港、內地、英國、歐洲、加拿大、澳洲，每一個地方都是本地市場。而對於進行投標或收購時，不論項目位於哪個市場，都從不會抱有「志在必得」的心態，「我們不會追價」。

被問及對香港特區政府推進交椅洲人工島的說法時，李澤鈺說，很多人已發表意見，不想多說，但希望政府能夠「算好賬」。他稱，希望正如政府所料，樓價和地價上升至政府現時的成本價，希望「回到本」。

友邦香港：通關後內地訪港客業務穩健



◆梁莉斯指，內地客對儲蓄及保障型產品的興趣較大。香港文匯報記者岑健樂攝

香港文匯報訊（記者 岑健樂）年初香港與內地全面恢復免檢通關，帶動保險公司業務表現。友邦香港及澳門首席產品主理及策劃官梁莉斯18日表示，復常通關後內地訪港客戶業務有穩健表現，對全年業務表現持樂觀看法，公司今年保險經紀目標招聘人數維持5,000人不變。

梁莉斯表示，公司今年來在迎接復常通關一事上作了不少準備，以迎接業務機遇，包括於早前設立了財富管理中心。她表示，內地客對儲蓄及保障型產品的興趣較大，而危疾及醫療保障產品均受客戶歡迎，下半年會陸續推出更多新產品。

另外，友邦香港早前進行一項危疾保障的客戶調查顯示，在18至29歲的受訪者中，近半數表示未有迫切需要購買危疾保障，近六成在添購危疾保險時最關心的因素是保費，為全部客戶群中最高；已持有危疾保障的受訪者中，近三成受訪者仍覺得保障不足，平均缺口184萬港元。有七成受訪者表示若可度身訂造危疾保障，則能提供他們的投保意慾，當中以18至29歲的年輕受訪者比例為最高。

中國車市恢復生氣 銷量重錄增長

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報導）較早前的汽車價格戰近日得到緩解，盲目大幅度的降價行為不再繼續。特別是進入5月後，中國工信部公告使得百萬輛的國六老款車型獲得半年銷售緩衝期，而特斯拉宣布漲價也釋放重要拐點信號。多家機構表示，4月車市逐漸走出價格戰的影響，疊加5月出行用車需求，汽車消費有望迎來復甦。

今年4月，車市銷售數據出現了難得一見的信號：據中國乘聯會數據顯示，2023年4月乘用車市場零售銷量為163萬輛，由於去年同期疫情影響，同比增速55.5%，環比增長2.5%，這也是自2010年以來僅有的兩次環比正增長之一。新能源車方面，4月新能源車零售銷量為52.7萬輛，同比增長85.6%，環比下降3.6%；今年以來累計零售銷量為184.3萬輛，同比增長36%；中國零售滲透率為32.3%，較去年同期25.7%的滲透率提升6.6個百分點。

觀望情緒緩解 釋放需求

對於4月的數據，乘聯會分析認為，因4月價格戰熱度逐漸消退，經銷商恐慌心態逐步穩定，消費者恢復理性消費，觀望情緒得以緩解，前期壓抑的需求有所釋放；疊加「五一」小長假出行用車需求增長，帶動4月購車消費前置，整體車市企穩修復。乘聯會秘書長崔東樹還指出，「通常汽車3月份的零

售表現一般都好於4月份。今年4月的環比增長，進一步證明了市場的回暖。」

特斯拉全系加價2000元

車市暖意一現，就有車企宣布漲價。5月2日，特斯拉對全中國產車售價上調2,000元（人民幣，下同），同時也上調了其在北美和日本市場的售價。由於特斯拉的車價定位，向來被視為同類競品的風向標，天風證券分析指，此前兩個月特斯拉訂單轉化率約在60%，消費者觀望情緒重，只下訂不提車。此輪漲價釋放重要拐點信號，有望刺激訂單轉化，同時減緩其他車企降價壓力，下游消費有望迎來復甦。而崔東樹亦表示，特斯拉漲價是一個很好的信號，他指出，「漲價體現車企對經營質量的關注，有利於改善消費觀望心態。讓消費者走出過度期待降價的預期，恢復正常的購買節奏。」

今年一季度的中國汽車價格戰，不少業內人士指始於特斯拉1月起的降價行為，引發眾多車企紛紛跟進，最後甚至出現無序盲目的價格戰。對此，崔東樹稱，「此次特斯拉價格上調後，或為3月份以來的車市價格戰降溫，其他車企的壓力變小，可以考慮可持續生存問題。」另外，一季度的大規模促銷，亦被指與舊款車型清庫存有關。5月9日，工信部等五部委聯合發布《關於實施汽車國六排放標準有關事宜的公告》，公

告指出，今年7月起全國範圍內將全面實施國六排放標準六b階段，不符合該排放標準的汽車將被禁止生產、進口、銷售與註冊上牌。此前3月份大批經銷商清庫存的，正是不符合標準的國六a車型，但進入到5月，多家經銷商表示已基本完成舊款去庫存工作，因此不會再出現大規模的降價。

公告提到了對於符合國六b標準但RDE實驗為「僅監測」的輕型汽車（國六b非RDE車型），允許銷售到今年年末，也就是意味著這批車型仍然有長達半年的銷售緩衝期。崔東樹表示，截至今年2月，全國範圍內國六a車型庫存僅

幾萬輛，當月國六b非RDE車型庫存還有200萬輛。但據中國汽車流通協會副秘書長郎學紅表示，經銷商正常的庫存周期在40至50天左右，這也意味著2月還存有200萬輛的國六b非RDE車型，到年底是可以比較從容地完成庫存清理。

此前汽車業界認為，國六老款車型的延期銷售政策未明朗，同樣導致價格戰，但隨著上述公告的明確，得以讓「靴子」落地，車企與經銷商懸着的心亦得以放下，業內人士認為這也可以極大地減輕經銷商的恐慌，同樣會有效遏制無原則的降價去庫存行為。



◆消費者在汽車超市裏體驗smart汽車。