

李寧：考慮任何提升股東回報方案

上周路透社引述消息指出，李寧管理層認為公司市值被嚴重低估，正考慮私有化上市公司。集團執行主席及聯席行政總裁李寧20日於業績會回應時表示，任何可以提升投資者回報的方案都會考慮，暫時沒有任何可透露的事項，他也未正面回應是否正在與財團磋商私有化。年初至今，李寧股價累升9%，但若以近一年高位61.9元（去年3月31日；港元，下同）計，已大幅縮水65.35%，市值蒸發近1,600億元。

◆香港文匯報記者 周曉菁

李寧直言，「股價表現不是我的責任」，就回饋股東而言，公司2023年派末期息0.1854元（人民幣，下同），全年共派0.5474元，派息比率為45%，在同業中已不算低。若增加派息等方案，只要能提高投資者的投資回報，公司都有機會去考慮。

他相信，大部分投資者都是看好公司的未來發展及行業前景，強調管理層會做好產品，為員工提供良好的工作環境，即便面對市場激烈競爭，令投資者投有所報。今年適逢巴黎奧運會，李寧稱奧運年是推廣體育運動的好時機，會加大相關的投入。

去年少賺21%遜預期

李寧20日公布的2023年全年業績報告中顯示，收入按年上升7%至275.98億元，股東應佔淨溢利下跌21.6%至31.87億元，毛利率保持在48.4%未有

浮動。執行董事及聯席行政總裁錢焯評價，去年業績不達預期，但整體經營環境穩健，目標今年收入錄得中單位數增長，淨利潤率有低雙位數增長。

門店客流未達標

他續指，公司會堅持「單品牌、多品類、多渠道」的策略，持續深耕功能科技，為消費者提供全方位專業運動產品。去年同店銷售增長受壓，主要因為下半年門店客流未達預期，今年會採取措施吸引客戶進店及消費。期內，經營現金淨流入上升19.8%至46.88億元，現金餘額達179.75億元，與2022年底相若。截至去年12月末，李寧旗下所有銷售點數量同比增加65家至7,668家，經銷商減少6家至46家。

展望未來，公司在業績報告中指出，2024年全球經濟仍在恢復過程中，中國宏觀經濟的復甦也顯示



◆李寧執行主席及聯席行政總裁李寧(中)和執行董事及聯席行政總裁錢焯(左)。

記者周曉菁攝

出蓬勃的生機，預計中國經濟將保持恢復態勢，中國將進一步擴大內需，穩步提振消費，以此保持長期向好的發展趨勢。

將聚焦七大業務變革賽道，並有序推進關鍵戰略任務的實施，加快改革步伐以持續促進李寧品牌的成長和盈利能力。七大賽道包括：一、實施商品與

產品雙驅動策略；二、加強研發投入，推動創新驅動發展；三、提速大電商業務體系建設；四、優化零售模式；五、供應鏈體系升級；六、構建營銷整合與消費者閉環運營；七、進行全面的人事制度革新。通過優化內部管理流程和激勵機制，激發員工的創造力和積極性。

騰訊回購加倍至逾千億

香港文匯報訊（記者 曾業俊）騰訊控股20日公布截至2023年12月底止全年及第四季業績。按國際財務報告準則，集團全年純利1,152.16億元（人民幣，下同），按年跌38.8%，每股盈利12.186元；按非國際財務報告準則淨利潤1,576.88億元，按年升36.4%，每股盈利16.678元。每股派末期息3.4港元，較上年度的2.4港元增加約42%。公司宣布，計劃2024年回購股份增至逾1,000億港元，較上年的490億港元翻倍。

董事會主席兼首席執行官馬化騰表示，去年視頻號總用戶使用時長按年增長逾一倍，而廣告AI模型的改進亦提升精準投放效率，推動集團毛利增長23%，有力支持加大資本回報計劃。

網絡廣告收入增23%

去年公司收入6,090.15億元，按年升9.8%。增值服務收入2,984億元，按年增長3.8%。當中國際市場遊戲及中國市場遊戲收入分別增長14%及2%，達到532億及1,267億中國元；社交網絡收入增長1%至1,185億元；網絡廣告業務收入達1,015億元，增長23%；金融科技及企業服務業務收入則增長15%至2,038億元。截至去年底止，微信及WeChat的合併月活躍賬戶數增長2%至13.43億元，QQ的移動終端月活躍賬戶數則下跌3%至5.54億元。

馬化騰指出，在總用戶使用時長翻番及推薦算法優化下，視頻號去年日活躍用戶數（DAU）及人均使用時長增長，推動全年視頻號總用戶使用時長按年增長超過一倍；同時，廣告AI模型的改進顯著提升精準投放的效果，使國際市場遊戲在遊戲收入的佔比達到30%的新高。這些發展帶動了高質量的收入來源，推動毛利增長23%，並成為集團對股東加大資本回報計劃的有力支持。騰訊混元已發展成為領先的基礎模型，在數學推導、邏輯推理和多輪對話中性能卓越。

騰訊總裁劉熾平表示，相信視頻號業務DAU及使用時長仍有較大提升空間，有計劃打造視頻號直播與電商生態，預期透過匹配創作者與品牌營銷活動等方式，可促進該業務變現。

對於集團計劃將股份回購規模至少翻倍，劉熾平指出，集團未有制定未來既定的提升股東回報

(ROE)目標，惟認為當前整個中國科技行業的股價都處於相當低水平，騰訊價值亦被低估，相信加大回購規模是對股東最有利的方案。他強調集團現金狀況強勁，每年自由現金流超過240億美元，去年底在手總現金達570億美元，相信未來會進一步增加，有信心及有能力可持續回饋股東。

料網遊新規對遊戲業務影響不大

對於中國國家新聞出版署去年底發布《網絡遊戲管理辦法（草案徵求意見稿）》，劉熾平表示，當局已多次重申監管方針是為了推動行業健康發展。他強調旗下現有及擬推出的遊戲均符合法規，且與行業相比ARPU仍處於較低水平，因此相信即使網遊新規最終落實，對騰訊的遊戲業務也不會有太大影響。他續指，去年首季因疫後開放，故遊戲業務

流水有較大增長，形成高基數，將導致今年首季遊戲出現緩和。惟相信去年高基數效應消退，以及公司持續推出新遊戲的帶動下，年內遊戲業務可重拾增長動力，估計今年第二季遊戲業務會向好。他透露，焦點遊戲作品《地下城與勇士》目標於今年次季推出，年內亦將持續推出較有競爭力的遊戲產品。

按國際財務報告準則，騰訊去年第四季純利為270.25億元，按年跌74.6%，低過市場預期。公司解釋，主要由於2022年同期錄得視同處置美團的收益約1,066億元。非國際財務報告準則下，公司去年第四季純利為426.8億元，按年升43.7%，符合券商預測。

期內總收入1,551.96億元，按年升7.1%。第四季增值服務業務收入下降2%至691億元。當中國際市



◆騰訊管理層20日以網上會議形式公布業績。右二為主席馬化騰、左二為總裁劉熾平。

場遊戲收入增長1%至139億元，本土市場遊戲收入下降3%至270億元，社交網絡收入下降2%至282億元。

騰訊2023年全年業績表現

	表現 (億元人民幣)	同比變幅
總收入	6,090.15	+9.8%
毛利	2,931	+23%
非國際財務報告準則：		
經營盈利	1,919	+34%
年度盈利	1,617	+36%
年度公司權益持有人應佔盈利	1,577	+36%
國際財務報告準則：		
經營盈利	1,601	+44%
年度盈利	1,180	-37%
年度公司權益持有人應佔盈利	1,152	-39%

分析：股價短期向好

香港文匯報訊（記者 周紹基）騰訊去年盈利跌39%，但去年按非國際財務報告準則計盈利為1,576.8億元人民幣，按年升36%；若單計第四季則賺426.81億元人民幣，按年升44%，略高於市場預測，惟按季盈利卻跌5%。市場人士指出，騰訊業績有亮點也有令人不滿意的地方，但公司大派末期息每股派3.4元（港元，下同）按年增42%，並計劃將其股份回購規模至少翻倍，從去年的490億元增至今年逾千億元，或有助今日騰訊企穩。財報公布後，騰訊在德國市場曾跌2%，較港股低約2.4%；騰訊最大股東Naspers旗下的Prosus也向下。

中國消費好轉將利好業績

意資本亞洲執行合夥人鄧聲興認為，騰訊在外圍下跌，主要是外地投資者不滿騰訊第四季業績向下的表現，但他認為，相對於科技股，騰訊、阿里巴巴、美團及京東等，更偏向於消費股屬性。故此，內地的宏觀經濟與消費氣氛對有關股份的影響非常大，他相信騰訊等股份的業績若要好轉，必先等待內地經濟復甦，這是大環境使然。認為外地投資者對此反應過大。相反，鄧聲興估計騰訊短期內的港股價，會因

為該股增加派息及回購而有一定的刺激。他指出，早年買入騰訊都是因為其高增長的預期，而在內地呼籲上市公司進行「估值管理」下，很多公司的派息都增加，騰訊增加派息及回購，自然會提高股份的吸引力，不單令原股東滿意，也可能吸引投資者加倉或配置騰訊，有助騰訊短期表現。若中國經濟在下半年復甦，騰訊全年的股份投資回報並不俗。騰訊在業績公布前向好，在港股升1.3%報288.8元，推動科指升0.7%報3,551點。騰訊旗下的騰訊音樂則急升11%，閱文亦有近11%的進賬。

洪九果品押後公布業績急挫

其他業績股中，李寧去年動用10.5億元回購股份，全日回升5.7%，藍籌中表現最好。其他如聯通續後復富瑞調升目標價，全日升2.2%；潤電續後挫3.9%，是表現最差藍籌。另外，洪九果品表示或延後公布業績，股價最多曾挫40.7%，下午中途更停牌，涉及內幕消息，停牌前報1.74元，跌幅35.6%。個股方面，理想連跌4日累挫15%後20日終反彈4.5%。友邦5連跌，以即日低位56元收市，5日累跌13.6%。新股聖信生物首掛收報24.5元，較招股價升23.7%，一手賺940元。

舊換新政策 瑞銀：利內需股

香港文匯報訊（記者 岑健樂）

中國國務院總理李強於兩會期間發表的政府工作報告中提到，要鼓勵和推動消費品以舊換新。對此，瑞銀投資銀行大中華消費品行業研究主管彭燕燕（圖）表示，內地消費品行業正處於恢復的過程中，據該行估算約80%的大型家電需求來自於存量的更新換代，預期該政策方向一旦落實，可以有效激發出存量需求，利好內地消費表現。

她坦言，內地中產階級的消費表現受房地產市道下滑出現負面影響，但內地消費表現「沒有想像中那麼差」，例如內地服務業表現有改善，相關行業的人力需求出現明顯的上升趨勢，預計將可帶動年輕人就業及消費，成為未來消費增長的重要推動力。由於內地消費者更看重產品的性價比，該行今年相對看好必需消費品板塊。

近期內地高端白酒產業出現反彈現象，彭燕燕表示是因為企業的接待需求增，如團建活動與宴會等穩步提升。雖然內地白酒公司企業主要在A股上市，啤酒股同樣受惠內地社交活動增加。在消費板塊內，她對香港上市的啤酒股看高一線。



吉利今年打「價值戰」目標賣190萬輛

香港文匯報訊（記者 岑健樂）吉利汽車20日公布去年全年業績。其中，收益約為1,792.04億元（人民幣，下同），按年增長21%。股東應佔溢利約為53.08億元，按年增長1%，每股基本盈利0.5136元，每股派末期息0.22港元。2023年吉利汽車的總銷量為1,686,516輛，按年增長18%。

吉利汽車副總裁趙暘20日於記者會上表示，2024年吉利汽車全年銷量目標為190萬輛，較去年總銷量增長約13%。

吉利汽車行政總裁及執行董事桂生悅20日則表示，吉利汽車將打「價值戰」，堅守作為汽車製造商的根本，堅持智能精品車戰略，不斷為用戶帶來高價值的產品和體驗，有充足信心在汽車市場的激烈競爭中取得最終勝利。

完成新能源車布局

另外，吉利汽車表示已在2023年已完成新能源轉型和混動、純電等多元的新能源汽車布局。2024年，集團將繼續堅定落實兩個藍色吉

利行動計劃的戰略實施，及推進智能吉利2025成果落地。吉利品牌將進一步聚焦銀河系列，一方面提升品牌知名度及擴充銷售渠道的覆蓋，另一方面推出更多新款產品打造該系列的口碑。

吉利在燃油車業務方面，將集中在中國星系列的明星產品，進一步提升該系列的效益。领克品牌新產品正朝着新能源化發展並將首度推



◆吉利汽車行政總裁及執行董事桂生悅(右二)和副總裁趙暘(右一)。

記者岑健樂攝

出純電動汽車產品。極氪也將推出三款新產品進入更多細分市場，以加速提升豪華智能電動汽車市場佔有率及影響力。

加速深耕拉美市場

此外，集團表示將加強技術輸出，以更加靈活多樣的出海模式，穩步提升國際競爭力與影響力。集團將利用自身的技術和產品優勢，加強產品和技術輸出，推動東盟戰略的落地，以及雷諾韓國的新產品推出。此外，集團通過剛在墨西哥成立的海外附屬公司，加速深耕拉美市場。同時，集團將持續探索與不同市場的當地合作夥伴合作強化海外業務本地化能力。

另外，集團表示领克品牌在歐洲的業務模式將聚焦於汽車銷售以提升其盈利能力，同時該品牌也將繼續開拓亞太及中東市場，至於極氪將持續在歐洲、中東、亞洲等主要國家和地區深化布局，並推出多款右軀車型。

吉利汽車20日收報8.83港元，跌0.04港元或0.45%。