

中秋送禮與互惠心理

當驚喜變成招財貓

上星期五的中秋節是中國傳統四大節日之一，月餅是中秋節應節食品，不少企業趁中秋送禮給合作夥伴、顧客及員工。

送禮和互惠心理有關。康奈爾大學心理學家丹尼斯·雷根(Dennis Regan)曾經在1970年代做過一個推銷員實驗，巧妙地利用人們的互惠心理。他讓助手指導參與者填寫調查問卷，完成後宣布實驗結束，「順便」請參與者幫忙買幾張彩票。參與者不知道這時候才是實驗的關鍵時刻，還以為只是助手的私下行為，他們平均每人花25美分買1張彩票。

互惠能起強制消費作用

之後，研究員改變了安排，在新安排下，助手趁參與者填寫問卷的時候出去買了兩罐飲料，回來隨手分給參與者一罐。雖然只有10美分，但參與者還是感受到交往中的逆差，買彩票給了他們一個機會去平衡這



不少企業趁中秋節送禮予合作夥伴。

種心理上的不適。最後他們平均每人買了2張彩票，甚至有人買了7張彩票。簡單來說，互惠無形中起到強制消費的作用，就是得了別人的好處就不好意思不有所回報。如果不送飲料，參與者購買彩票的數量基本取決於他們對助手的喜愛程度，而送了飲料後，那些對助手印象不好的人也會購買彩票。此外，關於互惠，另外還有一個有趣的研究。2010年，密歇根大學市場營銷學教授斯科特·里克(Scott Rick)讓參與者在功能性核磁共振成像儀(fMRI)中想像自己用50美元買一杯水，精打細算者比揮霍者感到更多痛苦；然而，如果讓他們想想水是買給別人的，精打細算者的痛苦則減小到跟揮霍者差不多的水平，而揮霍者幾乎沒有變化。

港交所要搽面懵膏

上期本欄才叫港交所(388)不用花心機爭取沙特阿美IPO大生意，豈料今期又要寫港交所，因為前幾天港交所突然提出收購倫敦交易所。必勝正想指出這宗收購九成九不會成功，構思標題：港交所癡心妄想。豈料上周五晚，倫交所即公布拒絕收購建議，港交所今次認真失威！

企業收購用婚姻來比喻最適合，上週三(9月11日)港交所「唔聲唔聲嚇你一驚」，突然提出以2045便士加2.495股新股，換取1股倫交所股票，作價近300億英鎊(即約370億美元、約2903億港元、約2635億元人民幣)收購倫交所。

收購前沒深入溝通

是次收購出價雖然比倫交所收市價約有22.9%溢價，但並不特別吸引，僅屬合理水平，難令股東非常心動，當然第一次出價會較保守，因為通常會預留進一步提高收購價的空間。然而，這宗收購事前竟沒有

深入跟倫交所管理層溝通，其實是一宗霸王硬上弓的敵意收購。港交所在公告用了許多美麗詞語，勾畫這宗收購美好的前景，例如「強強聯手」、「連接西方成熟的金融市場及東方新興的金融市場」、「一個前所未有的全球市場互聯互通平台」、「世界領先的跨資產類別金融基礎設施集團」等等。可惜，這些都不是重點，問題是這宗收購如何達到你情我願雙方都滿意，港交所似乎只一廂情願，站在自己立場考慮，沒有替倫交所想一想，自然無辦法取得對方歡心。市場上大部分成功的商業收購都是大企業併購小企業，即大食細，對小企業而言，有大企業收購，好似窮家女遇到有錢佬求婚，由於預期日後將有更美好的前景，小企業大多數樂於被收購。面對規模相當的企業，要敵意收購，就要提出非常優厚的收購條件，才會令對方心動，除出價要夠吸引外，如何安置被收購一方的管理層最為重要。

最壞時候已過 趁低吸納瑞聲

蘋果公司(Apple)在秋季發布會上宣布，推出新款手機iPhone 11(採6.1吋顯示器)、iPhone 11 Pro(採5.8吋顯示器)與iPhone 11 Pro Max(採6.5吋顯示器)，售價分別為699美元、999美元、1099美元起，而本港售價分別為5999港元、8599港元及9499港元起。

iPhone 11有六種顏色：白色、黃色、綠色、黑色、紅色及紫色，後端鏡頭為雙鏡頭模組：1200萬像素的廣角鏡頭，以及1200萬像素的120度超廣角鏡頭，前端鏡頭為1200萬像素。而iPhone 11 Pro與iPhone 11 Pro Max配置全新三相機系統(超廣角、廣角、長焦距)。

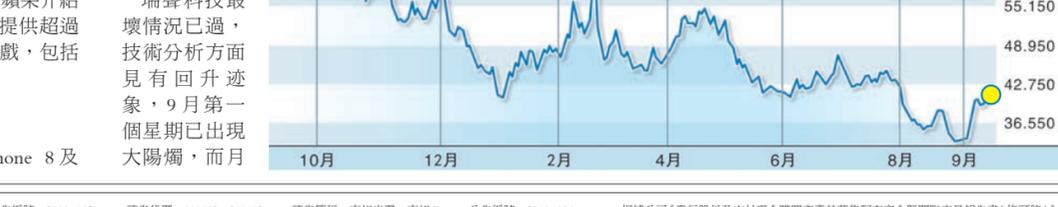
Apple TV+原創視頻訂閱服務將於11月1日推出，定價每月4.99美元。在秋季新品發布會上，蘋果介紹AppStore中新增Arcade分類，Apple Arcade提供超過100款遊戲的定製服務，展示每個月的新遊戲，包括推薦、遊戲預告片等。

瑞聲由高位跌逾八成

從供應鏈的角度來看，iPhone 11、iPhone 8及

iPhone XR的零售價格可以帶動下半年需求，並顯示蘋果公司繼續願意於定價上採取較靈活的政策。此外，購買新產品將送12個月Apple TV+服務，料可刺激需求。

蘋果公司宣布推出3款新iPhone後，因iPhone 11意外減價，在內地多個電商平台掀搶購潮，刺激手機設備股造好，瑞聲科技(2018)獲資金追捧。瑞聲科技最壞情況已過，技術分析方面見有回升迹象，9月第一個星期已出現大陽燭，而月



證券代碼: 000413, 200413 證券簡稱: 東旭光電、東旭B 公告編號: 2019-085
東旭光電科技股份有限公司九屆四次董事會決議公告
本公司及董事會全體成員保證信息披露的內容真實、準確、完整，沒有虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。
東旭光電科技股份有限公司(以下簡稱“公司”)第九屆董事會於2019年9月11日上午10:00在公司辦公會議室召開了第四次會議。會議通知於2019年9月8日以文本方式送達各位董事。本會議應參加董事7人，實際參加董事7人，實際由董事長王立鵬先生主持，本會議事會議的召開及程序符合《公司法》和《公司章程》的有關規定。會議審議通過了以下議案：
一、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》(詳見同日披露的《關於使用募集資金向全資子公司增資的公告》)
二、審議通過了《關於使用募集資金向全資子公司增資的事項無異議》
三、審議通過了《關於同意公司控股股東東旭光電科技股份有限公司變更向中國光大銀行股份有限公司申請貸款支行的議案》
為了支持公司的發展，董事會同意將八屆五十九次董事會審議通過的公司控股子公司蘇州東旭光電科技股份有限公司向中國光大銀行股份有限公司申請的銀行貸款3,000萬元，期限一年(詳見公司披露於巨潮資訊網的2019-017號公告)的貸款支行由長沙浦府路支行變更更長沙浦府支行。
表決結果：同意7票，反對0票，棄權0票，通過。
特此公告。
東旭光電科技股份有限公司 董事會 2019年9月12日

證券代碼: 000413, 200413 證券簡稱: 東旭光電、東旭B 公告編號: 2019-086
東旭光電科技股份有限公司九屆三次監事會決議公告
東旭光電科技股份有限公司(以下簡稱“公司”)第九屆監事會於2019年9月11日上午11:00在公司辦公會議室召開了第三次會議。會議通知已于2019年9月8日以文本形式向全體監事發出。本會議應到監事5人，實到監事5人。本會議事會議由監事會主席曹海軍主持。符合《公司法》和《公司章程》等有關的規定。
會議審議通過如下議案：
一、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
二、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
三、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
四、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
五、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
六、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
七、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
八、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
九、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
十、審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》
表決結果：同意5票，反對0票，棄權0票，通過。
特此公告。
東旭光電科技股份有限公司 監事會 2019年9月12日

根據公司《發行股份及支付現金購買資產並募集配套資金暨關聯交易報告書(修訂稿)》，本次非公開發行股票募集配套資金用於以下方向：

序號	項目名稱	擬使用募集資金金額
1	新能源客車及物流車生產項目	220,000,000
2	支付本次交易現金對價	40,000,000
3	曲面顯示用基板玻璃生產項目	110,000,000
4	支付交易費用及中介機構費用	5,000,000
合計		375,000,000

根據公司2017年第四次臨時股東大會授權，公司于2019年9月11日召開第九屆第四次董事會，審議通過了《關於使用募集資金為募投項目公司廣西申龍汽車製造有限公司增資的議案》，同意由公司全資子公司上海申龍客車有限公司(以下簡稱“申龍客車”)使用其收到的2017年發行股份購買資產配套募集資金增資款中的65,000萬元為募投項目實施主體廣西申龍汽車製造有限公司(以下簡稱“廣西申龍”)進行增資，增資款全部計入廣西申龍註冊資本，用於募投項目“新能源客車及物流車生產項目”建設。
表決結果：同意5票，反對0票，棄權0票，通過。
特此公告。
東旭光電科技股份有限公司 監事會 2019年9月12日

人類從未停止過對未知的渴求，並引領着每一個年代的潮流和話題。80後的少年，在收集「小浣熊乾脆麵」裏水滸卡中度過；90後的青春，充滿了各式各樣的扭蛋。如今，「盲盒」擁有數十萬計的擁護者，用數十元(人民幣，下同)換一個驚喜，是這一代潮男潮女的小確幸。

今年料售800萬盒

創造了Molly、畢奇等等潮玩的頭部潮玩集團泡泡瑪特，董事長兼創始人王寧表示，2018年Molly系列產品一年內賣了400萬個，在內地的銷售額超過2億元，今年預計最少銷量翻番，賣到800萬個。另外，公司曾表示，Molly現在每年可以出10個系列。泡泡瑪特於2018年上半年實現營收1.61億元，同比增長155.98%；實現歸母淨利潤2109.85萬元。

盲盒的生長力速度是驚人的：電商平台數據顯示，在剛剛過去的2019年618購物節，泡泡瑪特旗艦店1分鐘成交額就超過了去年618全天的銷售。在2018年的雙十一，泡泡瑪特天貓旗艦店24小時銷量就高達2786萬元，位居模玩/動漫/周邊/COS/桌遊商品領域的第一。

遊走於驚喜與沮喪之間

盲盒為何那麼火？關鍵詞：單價低、複購率高、出新品快。盲盒價格從39元至79元不等。對於白領而言就是一杯咖啡+一塊蛋糕，完全不需要儲蓄和考慮。花數十元買一個樂子，是很多娃友(盲盒用戶的自稱)的心態。

就是這樣的娃娃，能讓發燒友一個月花上2萬元，「沒有集滿全套的時候想要集齊，普通款都有了想要隱藏款」。「上癮」、「玩的就是心跳」，是絕大多數娃友的感受。很多娃友在打開盲盒的一刻，要麼驚喜，要麼沮喪，帶給用戶的體驗遠超過了商品本身。從中可以窺探到，泡泡瑪特早已從銷售商品，進化為銷售情感，用「驚喜」緊緊籠絡住娃友的心，相比傳統零售，確實棋高一着。

變轉手獲利工具

一套Molly系列的盲盒通常有12個常規造型，每一盒的款式沒有介紹圖。公司還推出限定隱藏款，抽中隱藏款的概率約為1/144。物以稀為貴，這無疑勾起了盲盒愛好者的好奇心和收藏慾，不少限定隱藏款在網上被炒至上千元。

搜索泡泡瑪特，就會發現不少人在轉賣絕版或限量的玩具。據閒置交易平台閑魚的統計數據，盲盒漲價最迅猛的款式包括泡泡瑪特的潘神聖誕隱藏款，原價59元，閒魚價2350元，狂漲39倍；Molly胡桃夾子王子隱藏款，原價59元，閒魚均價1350元，漲幅22倍。此外，Labubu的宇航員隱藏款原價699元，閒魚價已經漲到3000元，漲幅3.3倍。

李逸嘉 (逢周一刊出)

大行報告

滙豐削新地目標價至145.2元

滙豐證券指新地(016)2019財年業績穩健，基礎溢利按年升6.6%至324億元。全年每股派息上升6.5%至4.95元，意味派息比率44.3%。雖然由於市場的不確定性，或會令租金收入表現有放緩，但其強勁的合同銷售表現應會為公司創造良好的盈利前景。

該行預期已有超過73%的2020財年物業銷售已鎖定，並預期核心盈利將會按年增長7.3%至348億元，並認為公司是少數數在目前的環境抓住投資機會的本地發展商。在8月份，公司成立了一家合營公司，並以133億元人民幣在杭州收購了一項綜合項目。該行重申其「買入」投資評級，惟下調2020至2021財年盈利預測11%至13%，目標價相應由163.2元降至145.2元，以反映該行對其平均售價及銷售預測的修訂，以及租金收入較低的預期。

摩通予中海油「增持」評級

摩根大通表示，中海油(883)今年來的表現基本持平，並較大市的表現差3%。該行繼續預期布蘭特期油在2019至2021年會在每桶60美元水平，現時看到中海油的股價在此水平附近定價。維持公司「增持」投資評級，目標價由原來的16.19元上調至17.23元。

該行預期，公司將會在2019至2025財年實現6%的年產量增長，大約是公司2019至2021財年的指引上限。相比起其他同業，對公司維持首季的股息收益率有信心，預料2019至2021財年的收益率約6%。