

通關有利飲食業

內地即將全面通關，市民生活逐步復常，相信對外出飲食帶來正面作用。百威亞太(1876)生產和銷售啤酒品牌超過50個。截至2022年9月底止九個月，集團收入53.13億美元(下同)，按年下跌0.9%。純利增8.7%至9.25億元，惟整體毛利率跌2.52個百分點至50.9%。總銷量增1.4%至72.72億公升，每百升收入增2.9%。

單計第三財季，集團收入18.6億元，同比跌1.1%，純利跌13.8%至3億元。總銷量增6.3%至27.489億公升，每百升收入增0.8%。

百威股價見突破

第三季度，內地實施防控措施，影響百威高端業務，包括東南、華北及西北地區，及夜場和中餐館等高端銷售渠道。核心和實惠品牌組合銷量仍增3.7%。

此外，韓國市場去年第三季收入錄雙位數增長，每百升收入錄中個位數增長。印度業務去年第三季度和首三季表現均優於行業水平。

走勢上，百威昨日呈大陽燭見突破，各主要平均線呈順向排序屬利好，STC%K線續走高於%D線，MACD熊轉牛差距，可考慮25.5港元(下同)以下吸納，反彈阻力29元，不跌穿23.5元續持有。

(筆者為證監會持牌人士，本人並無持有上述股份)