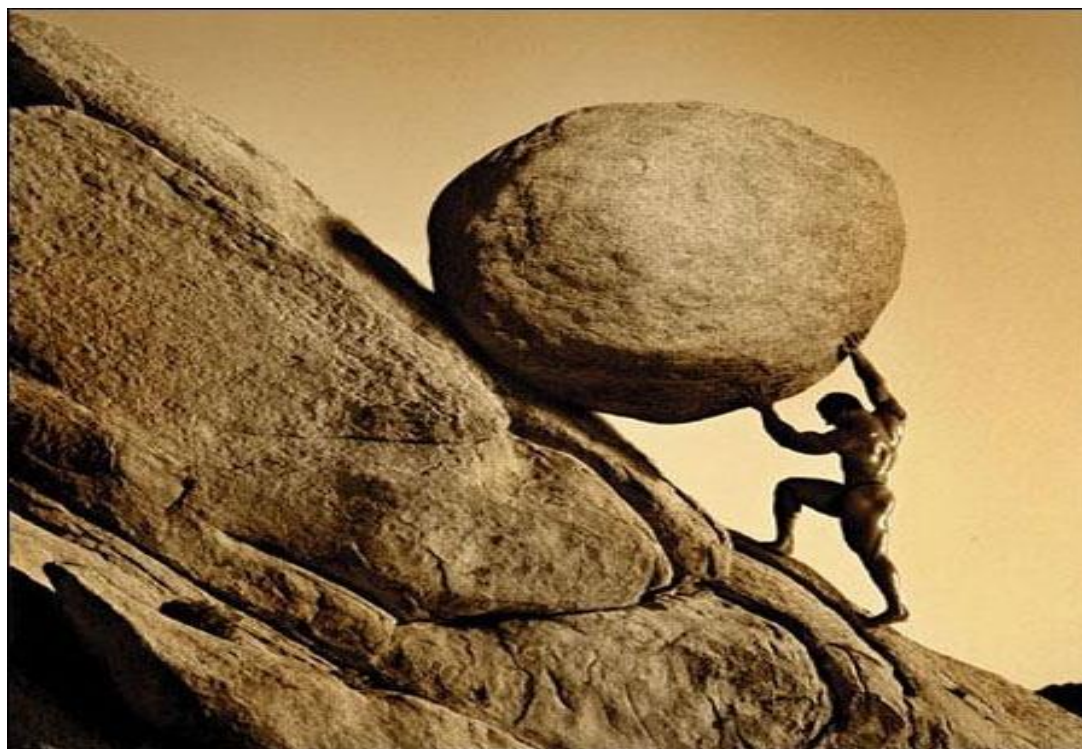




Date: 2021 年 8 月 8 日

By: ZEFF TAN

****以下资料纯属教育用途，不含有任何 Buy or Sell Call 的意图，买卖请自负。这份报告只提供给 Subscribe 的会员，所有的报告拥有权属于 SHARIX, 禁止分享出去。**

复苏领域探讨

更应被重新定位“受惠于经济开放领域”

~~ 资讯充电站 ~~

上星期 7 月 20 日的时候，我们的特许金融分析师 TzeYang 与大家分享了关于复苏领域的分析，还没看的订阅会员们记得花 10 分钟去看看下。

Date: 2021 年 7 月 20 日
CFA

By : Ho Tze Yang,
特许金融分析师

****以下资料纯属教育用途，不含有任何 Buy or Sell Call 的意图，买卖请自负。这份报告只提供给 Subscribe 的会员，所有的报告拥有权属于 SHARIX，禁止分享出去。**

复苏领域研讨案例

人民购买力永久性受损
经济复苏可能没有想象中的那么乐观

Exchange . Sharing . Investment

由于马来西亚近期的疫苗接种表现亮眼，单日最高接种剂量已经达到 50 万剂，而目前截至 8 月 8 日，已有多达 25.8% 的国民完成两剂接种，假设以这个速度前进的话，那么我国可在 9 月底就达到 70% 国民集体免疫的目标。参照英美两国的作风，基本上如果接种人数达到 40% 以上，那么我国就会有“放宽经济活动”的底气。那我国多久后会达到 40% 接种人数呢？答案是 ... 14 天左右

股票市场里的复苏行情何日再来？我们相信是值得期待的，这一期，我们将为“经济开放受惠领域”进一步作出补充。

过去许多投资者对“复苏”领域的认知，大多数局限在旅游、航空、零售、博彩和建筑，而忽略了一些在 FMCO 里被限制人手而重创的一些制造业。

首相在 8/8/2021 下午 4.30pm 也宣布了针对已经完成接种疫苗的人可享有的便利，当中包括放宽经济活动的措施，于 8 月 10 日生效。

完成疫苗被定义为：

- 1) 完成 2 剂 Pfizer / AZ / Sinovac 第二剂疫苗的 14 天后
- 2) 完成 Cansino / J&J 第一剂疫苗的 28 天后

被允许放宽的经济活动包括：

- 1) 可堂食（已进入第二阶段 Fasa 2 的州属）
- 2) 可户外运动（已进入第二阶段 Fasa 2 的州属）
- 3) 可进行社交活动（已进入第二阶段 Fasa 2 的州属）
- 4) 一旦全马所有州属进入第二阶段即开放国内旅游

实话说，以上的这些经济重新开放活动，**并无任何特别大的惊喜**，因为当中并没有提到对一些被限制的大型商业活动，比如卖场/mall 里的其他零售业务是否被批准开业、之前被限制的非必需品制造领域可否回归投产。

但我们相信，随着时间的推移，两个星期后，也就是全国疫苗接种人数达到 40%，政府会有更进一步的经济开放措施。

第一阶段 FASA 1 的州属

SELANGOR

NEGERI SEMBILAN

MELAKA

JOHOR

KEDAH

KUALA LUMPUR

PUTRAJAYA

第二阶段 FASA 2 的州属

PERAK

KELANTAN

TERENGGANU

PAHANG

PULAU PINANG

SABAH

第三阶段 FASA 3 的州属

SARAWAK

PERLIS

LABUAN

截至 2021 年 8 月 8 日

受惠于经济开放的个股

- 选择受惠经济开放个股的时候，思路必须是有 **“受到 FMCO” 影响** 这条路线去寻找
- 须知并不是所有深受打击的领域都会以同样的速度复苏前进，比如说比较依赖来自外国旅客的公司比如航空、旅游业的复苏或许在明年才会看到；一些经济一旦开放马上可受惠的零售业，在复苏回血的道路上也会比那些背着庞大债务的大财团来得更具弹性。

遭疫情打击的行业	个股
旅游业	GENM (经营酒店, 主题乐园, 博彩) GENTING (经营酒店, 主题乐园, 博彩) SHANG (经营酒店) OWG (经营小型娱乐园和餐厅) DSONIC (护照发放)
航空业	AIRASIA (短程飞行航线) AAX (长途飞行航线) AIRPORT (机场营运)
点评：以上两个领域的公司，都比较依赖 “跨境”“开放” ，国内经济开放， 内需起不了太大的作用 ，因此业绩盈利的复苏，会在比较后期阶段。	

零售消费领域
(百货商场、
零售品)

PAVREIT IGBREIT SUNREIT KIPREIT (商场租赁)
PADINI (可负担服装连锁店)
AEON (经营百货商场)
KHJB (零售母婴产品连锁店)
INNATURE (零售美妆产品 Bodyshop, Natura 直销品牌)
FOCUSP (经营 FocusPoint 眼镜店, Komugi 甜品店)
QL (经营 Family Mart 便利店与食品原料制造)
MYNEWS (经营 Mynews, CU 便利店)
SDS (经营 SDS 面包堂食餐厅, 糕饼制造)
RGTECH (提供零售、餐饮业所需的终端销售点软件)
REVENUE (零售无现金电子支付方案供应商)
BONIA (零售时尚产品, BONIA、BRAUN BUFFEL 品牌)
TOMEI (零售首饰)
POHKONG (零售首饰)
KTC (经营东马百货店)
DKSH (百货商品代理商)
EIG (美妆产品代理商)
YOCB (经营床褥家私店和床褥制造)
LEESK (经营床褥家私店和床褥制造)
MAGNI (名牌衣服的代工)

点评：以上领域的公司会在经济开放后受到内需的刺激而回春，唯独国民购买力在 FMCO 后应该会受到一定程度的打击，奢侈品消费比起**必需品消费**会比较难复苏。

汽车销售

BAUTO (MAZDA, KIA 汽车代理和组装)
 MBMR (PERODUA, VOLVO, VOLKSWAGEN 汽车代理, 零件制造)
 TCHONG (NISSAN, SUBARU 汽车代理和组装)
 UMW (PERODUA, TOYOTA 汽车代理和组装)
 NHFATT (汽车零件制造)
 APM (汽车零件制造)
 EPMB (汽车零件制造)
 MCEHLDG (汽车零件制造)
 SOLID (汽车零件代理销售)

点评：以上领域的公司会在经济开放后受到内需的刺激而回春，但是比较高档的汽车品牌应该会面临挑战，**价廉物美的品牌**会比较备受消费者青睐。

Exchange . Sharing . Investment

建筑材料
制造

ANNJOO (长钢上游钢铁生产)
 MASTEEL (长钢上游钢铁生产)
 HIAPTEK (拥有上游钢铁生产的联营公司)
 MCEMENT (洋灰制造)
 OKA (混凝土产品加工制造)

点评：本地建材商，如果有**出口能力**的话（比如上游钢铁制造商），可以转嫁掉内需的疲弱压力；反之，没有出口能力的建材制造商或者加工商，相对面临比较大的复苏压力，毕竟国内建筑的需求依然是疲弱。

建筑	KIMLUN (建筑承包-房地产和基建, 房地产开发与建筑材料制造)
	PTARAS (建筑承包-打桩, 建筑材料制造)
	SUNCON (建筑承包-房地产和基建, 建筑材料制造)
	AME (建筑承包-房地产, 房地产开发与建筑结构加工制造)
	GADANG (建筑承包与房地产开发)
	MITRA (建筑承包与房地产开发)
	GDB (建筑承包-房地产)
	INTA (建筑承包-房地产)
	ECOHLDG (建筑承包-房地产)
	KERJAYA (建筑承包-房地产和基建)
	GKENT (建筑承包与房地产开发)
	TRC (建筑承包与房地产开发)
	ECONBHD (建筑承包-打桩)
	ADVCON (建筑承包-推土)
	SLVEST PEKAT SAMAI DEN (太阳能工程承包)

点评：本地建筑领域，可分为房地产建筑（commercial and residential）以及基础设施建筑（infrastructure），在政局不稳定的情况下，那些**依靠社基建设施工的公司，在复苏的道路上会比较充满挑战**，除非政府释放出大型建筑合约，马来西亚的建筑活动，从 2018 年以来，走着下坡道路，2020 年至今，甚至出现负增长的局面。一些建筑公司早前获取的建筑工程，也会超出预算，因为建筑材料现在的价格处于高位。

电力	TENAGA (电力配送与销售)
	MALAKOF (独立发电厂)

点评：商场的重新开放，以及多数工业的复工，会令用电量上升

房地产	MATRIX (可负担城镇发展商)
	LAGENDA (可负担廉价房屋发展商)

点评：可负担以及廉价房屋的销售依旧可以维持

结论

受到 FMCO 影响的行业，终究会迎来复苏的时刻，这也是人尽皆知的，问题是，这些公司的盈利复苏，在什么时候才会进来，是值得投资者深思的。

直接关系到民生的消费型行业，即将成为“回血”最快的；反之，属于奢侈型消费的，则会需要更久的时间。

巴菲特在股东方大会里曾经发表意见，他认为，航空领域预计会在 2024 年才回到疫情之前的鼎盛水平。

马来西亚的 FMCO，某种程度上打击了国民的消费能力，开放后，人民的购买力 (buying power) 能否营造出“报复性消费”，仍然是个未知数。