# 新盤旺場 瓏門單日沽68伙

## 迎海錄20宗成交 今推8伙悉獲預留

香港文匯報訊 (記者 黃嘉銘) 新界兩大新盤繼續熱銷，新地發展的屯門站瓏門加推25伙，平均呎價7,931元至13,323元，當中24伙為不設套房的3房戶。發展商表示，瓏門昨日推售第1及2座A及H室共85伙3房戶，截至昨晚9時30分已售出八成，即68伙；今日推售的62伙3房戶預留情況亦見理想。另外，由恒地及新世界等合作發展的烏溪沙迎海，今日開售的8伙2座B及G室全獲預留，該盤昨日錄得20宗成交。

■屯門站瓏門昨日加推25伙，當中面積1,128方呎單位每呎叫價13,323元。 記者黃嘉銘 攝

瓏門昨開賣的85伙3房河景單位，以用家為主導，區內及外區客比例為7:3，並承接首批的氣勢，即日沽出八成單位。該批單位面積923方呎或924方呎，平均呎價8,514元，較上一批推出的同類型單位調高5%。

### 代理看好瓏門小型3房

據發展商昨日最新第四批可供出售的單位的第二張價單顯示，加推24伙為778方呎至779方呎的3房戶，全數位於3座C室，平均呎價7,931元，單位不設套房。有代理預期上述單位更切合區內部分用家需求，估計反應更熱烈。

另外，第三批可供出售單位的第二張價單加推1伙，單位為1座39樓G室，面積1,128方呎，定價1,502.88萬元，平均呎價13,323元。而今日推售的62伙的「入場版」3房戶，預留情況亦甚為理想，大約有8成的單位已獲認頭。

### 迎海區內客佔比6成

至於迎海昨日單日錄得20宗成交，當中區內客佔6成左右。區內代理表示，今日開售的8伙2座B及G室，為622及643方呎的2房戶，對用家而言吸引力高，據悉全數獲預留，即日沽清機會甚大。

### 雲暉大廈傳重推7伙

另外，市場流傳近日重推的南豐跑馬地雲暉大廈7伙價單，平均呎價介乎1.85萬元至2.33萬元，定價由3,783萬至5,750萬元。其中定價最低的單位為B座3樓1室，定價3,783萬元，平均呎價1.95萬元；而定價最高為A座4樓2室，定價5,750萬元，平均呎價2.33萬元。

# 港企爭內地億元嬰童商機

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）由勵展華博展覽舉辦的2012中國（深圳）孕嬰童用品展於21日至23日在深圳舉行，吸引貝因美、貝親等數百家企業拓展內地市場。據中國孕嬰童研究中心發佈的研究報告稱，中國0歲至12歲的嬰童已達2億人，其市場增長率逾20%，規模達2萬億元（人民幣，下同）。為爭奪內地巨大的嬰童市場，港企俏蜻蜓、聯力源等紛紛拓展內地嬰童用品如環保沐浴和床上用品等。

### 父母重質量輕價格

此次展覽面積達3萬平方米，主要有嬰兒、孕婦及服飾、孕嬰童食等十多種。80年代中國出現第五次嬰兒潮，將會帶動其相關產業發展，促使孕嬰童產品的持續熱銷，帶來2萬億市場規模。據權威機構調查數據顯示，影響父母選擇孕嬰童產品的7大要素中，質量、安全和環保佔據74.3%，價格僅佔9.3%。

為把握巨大市場機遇，港企也紛紛踴躍爭奪。俏蜻蜓（香港）公司有關負責人張小姐表示，其公司生產的環保型系列產品，受到許多家長的歡迎，其環保海綿可以使用一年，環保驅蚊產品目前佔公司銷售8成，公司銷售額已逾億元，今年內銷增長將逾20%。他們公司正借助展會尋找代理商，並與大型連鎖機構合作促進環保產品銷售。

港資深圳聯力源則主要生產兒童床上用品，其工廠在深圳平湖，目前工廠有30多員工，在深圳、湖南和四川有20多家連鎖專賣店，去年銷售金額3,000萬元。目前公司在展會上尋找更多合作夥伴，預期今年業務增長50%。

■港企俏蜻蜓推出的環保嬰幼兒產品受到市場歡迎。 記者李昌鴻 攝

# 中原：二手登記料數額齊升

■黃良昇指出，美國新一輪量化寬鬆出台，以及延長超低息，10月二手登記將續上揚。 資料圖片

香港文匯報訊 中原地產研究部高級聯席董事黃良昇指出，9月二手私人住宅買賣合約登記暫錄（截至19日）4,070宗，總值207.0億元；預測整月登記6,500宗及325.0億元，較8月的6,145宗及283.6億元分別升5.8%及14.6%，宗數及金額齊創四個月新高，反映8月期間用家入市意慾強勁。

大型屋苑方面，嘉湖山莊月內（截至19日）累計錄得72宗登記。太古城、沙田第一城及美孚新邨暫時分別錄得48宗、41宗及37宗。

另一方面，9月一手私人住宅買賣合約登記暫錄376宗，總值48.8億元，預期整月有550宗及70.0億元登記，較8月1,362宗及97.7億元，分別下跌59.6%及28.4%。主因8月期間沒有大型新盤推出，令9月一手宗數將為2011年9月207宗後的十二個月新低，而金額將為今年2月61.5億元後的七個月新低。不過，兩大新盤9月開售，數字將會在10月開始反映。

### 海內外因素帶動上揚

黃良昇指出，8月底政府推出十大穩定樓市措施，沒有打壓樓市，二手市道氣氛維持平穩暢旺。9月中美國新一輪量化寬鬆出台，以及延長超低息，預期刺激10月的二手登記上揚。

# 車位註冊急升逾9成

香港文匯報訊 土地註冊處資料顯示，9月首20日純車位註冊量錄734宗登記，較上月同期急升92%。由於月內迄今宗數比起上月全月799宗僅相差8%左右，預料本月最終數字勢破上月水平，創4個月以來新高。

按屋苑劃分，何文田半山壹號以127宗最多，緊隨其後的美孚新邨錄得57宗，而沙田帝堡城亦有51宗登記。事實上，資料顯示純車位註冊量佔整體物業註冊量的比率去年已升至7.6%的紀錄新高，今年更打破去年高位紀錄，年內迄今(截至9月20日)達至8.9%，宗數則有7,121宗。

美聯物業首席分析師劉嘉輝表示，近年純車位註冊量比重持續攀升，顯示此類物業受市場歡迎。原因相信與買賣車位所涉及的銀碼普遍為各類物業市場之中最少，故需要按揭借貸的金額相對不大，風險自然亦會較低。再者，年內發展商又積極拆售旗下屋苑的車位物業，亦有助推高純車位買賣。



# 葡萄酒「蓬萊產區」品牌初現

## 法國拉菲入駐 年產12萬瓶優質酒

以「八仙過海」、「海市蜃樓」聞名的人間仙境蓬萊，如今因為世界頂級奢侈名酒拉菲（Lafite）的入駐再次引發關注。作為「世界七大葡萄海岸」中唯一的亞洲地區，蓬萊借助其得天獨厚的自然環境打造葡萄酒「蓬萊產區」的名片。但洋酒的衝擊、不合理的行業銷售結構，以及成本高企等也給當地中小型酒企帶來生存壓力。蓬萊通過延伸產業鏈的方式，力圖在葡萄酒產業裡闖出一片天。 ■香港文匯報記者 于永傑

■羅斯柴爾德男爵中信酒業（山東）有限公司奠基儀式。

今年3月份以後，蓬萊葡萄與葡萄酒局局長叢雁鵬變得很忙，內地多家媒體到蓬萊採訪。而這一切，源於世界頂級紅酒「拉菲」(Lafite) 紅酒的製造者——法國羅斯柴爾德男爵拉菲集團與中信(華東)集團有限公司共同投資，在蓬萊木蘭溝建設種植、釀造基地。

### 土壤盛產優質釀酒葡萄

該項目的法國總經理熱拉爾．高林（以下簡稱高林）接受本報記者採訪時介紹，為在中國選定一處生產基地，集團已經在中國考察了15年。他們認為蓬萊的氣候接近於法國的朗多克地區。經過200個土坑的取樣化驗後確認，這裡的土壤能種植出優質的釀酒葡萄。蓬萊因此成為繼阿根廷、智利之後，成為目前亞洲唯一的拉菲酒生產基地。

在拉菲入駐之前，蓬萊已經是葡萄酒重鎮。近十年間，中糧長城、天津王朝等一大批內地知名葡萄酒企業，以及英國蘇格蘭酒莊、澳大利亞沃族酒莊等國外著名葡萄酒莊紛紛「搶灘」蓬萊，建立原料基地。截至目前，蓬萊已經擁有各類葡萄酒企業72家，蓬萊產區已發展優質葡萄基地16萬畝，年產葡萄酒14萬噸，成為中國最大的葡萄酒生產區，被授予中國優質釀酒葡萄生產示範區。

高林稱，此次羅斯柴爾德男爵拉菲集團將在蓬萊建成一座中西合璧的葡萄酒堡和25公頃葡萄種植園，預計2016年第一瓶酒將問世，此後每年將有12萬瓶高品質葡萄酒從蓬萊產出。這些酒將主要供給中國市場。

世界葡萄酒品牌雲集於蓬萊，與這裡得天獨厚的自然條件密不可分。在世界葡萄酒界有一條法則，要釀出美味的葡萄酒必須符合「3S」法則，即：充足的陽光（Sun）、沙礫土壤（Sand）、海洋性氣候（Sea）。世界公認有七個地區完美地符合這3S法則，而被稱為世界七大葡萄海岸，而其中唯一位於亞洲的是中國的蓬萊。叢雁鵬向本報記者介紹：蓬萊的自然環境使得當地的葡萄酸甜比例協調、風味物質豐富；冬天無須埋土防寒，可種植嫁接葡萄苗。而嫁接葡萄生命周期長，結出的果實更為醇厚。

### 對培育優質苗木企業予補貼

2005年蓬萊市在內地率先成立了正科級的葡萄與葡萄酒局。產區推廣成為該局工作的重中之重。叢雁鵬說，為了突破葡萄酒產業種植與釀造分離造成的果農追求產量、造成葡萄品質低下的矛盾，蓬萊鼓勵企業建立自有基地。六年多來，累計投資2,000多萬元，對於培育優質苗木的企業給予補貼，改變了釀酒葡萄「赤霞珠」、「霞多麗」扎堆的局面，使得蓬萊葡萄酒風味更為豐富。又組織「新酒節」等活動，通過技術交流提高釀酒企業技術水平。

■蓬萊葡萄與葡萄酒局局長叢雁鵬。

# 「酒莊」推進產業鏈升級

香港文匯報訊 蓬萊市很早就預見到了這一局面，因此較早提出了整個產業由低端向高端邁進的規劃。其中精品酒莊的建設將葡萄酒的產業鏈，從一、二產業延伸至旅遊服務業。叢雁鵬稱，在這些風情各異的酒莊裡遊客不僅能觀看葡萄酒生產的整個過程，還可以住宿、餐飲以及享受葡萄籽精油SPA。

尤其值得一提的是具有投資屬性的產權式酒莊。遊客可以擁有酒莊裡部分客房和小量葡萄園的產權；產權式酒莊的業主可將房間租給酒莊，獲取收益；還可擁有葡萄園釀造出的葡萄酒，享受一定時期後的溢價收益。

# 中小型酒企籲減稅

■熱拉爾．高林

香港文匯報訊 70多歲的高林已經在中國從事了十餘年同葡萄酒有關的工作。談到近年來的葡萄酒產業快速膨脹，高林坦率的說，以蓬萊為例，如果中小型酒企不在品質上提升，5年內將有一批在競爭中消失。

對此叢雁鵬局長也並不諱言。在他看來，蓬萊當地的葡萄酒企業，尤其是中小企業面臨的最大的競爭壓力來自於洋酒的衝擊。

叢雁鵬說，國際主要的葡萄酒產出國都將葡萄酒列入農產品深加工產業，不但沒有高昂的稅負，而且會給予各項補貼。在國外的土地私有制下，一些傳承上百年的酒莊已經無須承擔土地成本。加之先進的釀造技術，這些洋酒進口到中國市場後極具競爭力。

反觀中國本土酒企的境遇：內地將葡萄酒列入輕工業製成品，在消費環節中需徵收10%的消費稅。土地成本方面，一間酒企若要建設自己的種植基地，則需要從農民手中租賃土地。在蓬萊，一畝地的年租金在600至1000元之間，此外前三年每畝還需投入萬元的養護管理費用。一般的小型企業很難負擔這些費用，他們多選擇從果農手裡收購葡萄。果農為了增產增收，無法保證果品質量。用這種葡萄釀出的酒，其競爭力可想而知。

### 自建基地 降低成本

■煙台海市羅迪酒業公司副總經理楊貽功。

與意大利合資的煙台海市羅迪酒業公司副總經理楊貽功告訴記者，為了降低成本，他們公司採取自建基地、採購葡萄和進口原酒國內灌裝出售的綜合策略。他們從智利等地進口的原酒，由於中國與智利有關稅協定，不但總體質量優於國產，而且價格也極具競爭力。作為蓬萊葡萄酒行業的主管部門，叢雁鵬局長就希望通過媒體呼籲為葡萄酒消費減稅。

此外，酒類銷售結構不合理，也一定程度抑制了內地葡萄酒的需求。楊貽功告訴記者，以他們公司的進口酒為例，一支品質中等的紅酒成本價只需20多元，但在商場賣到近300元。「有媒體說我們是暴利，其實一支酒我們生產企業的利潤只有個位數」。楊貽功說，這其間的巨大差價其實包括了層層經銷商的利潤，而更多的則是商場超市所收取的進場費、條碼費、店慶費等名目繁多的收費。

位於蓬萊的威泰莊園葡萄酒公司總經理吳長座告訴記者，在歐洲，超市裡一歐元的葡萄酒非常普遍，賣到三歐元就屬於品質很好的酒。這樣的價格，使得葡萄酒在歐洲成為一種日用消費品。他稱目前國內葡萄酒終端價格的畸高嚴重阻礙了行業的發展。