

紀文鳳

廣告智慧打造「築福香港」

紀文鳳被譽為廣告界的火鳳凰，在70年代末至90年代初縱橫廣告市場，創造出劃時代的品牌宣傳。儘管已淡出廣告業多年，她的廣告觸覺依然敏銳。為時6個月的「築福香港」於今年七月底圓滿結束，每個活動由籌備至舉行，紀文鳳一一參與其中，把她的廣告智慧用諸公職。

■記者 曾敏儀、顏倫樂

「築福香港」的福字標誌深入人心，記者指着標誌稱讚有趣，紀文鳳笑言一開始怕「福」字讓人聯想起揮春，老套倒胃，所以請設計師花點心思創作出時尚感覺。不僅如此，她還要求設計要耐看，標誌由4個方向的福字組成，中間可見「+01」符號，寓意人人行多步，做得更完美。「設計要有內涵、有深度，方能教人難忘。」

「築福香港」活動隸屬扶貧委員會，卻以「守望相助」包裝，半字不提扶貧。紀文鳳徐徐道出原因：「窮人都有尊嚴，我們不想標籤貧窮。」貧富懸殊要解決，窮人要幫，如何入手才不損受助者自尊心？紀文鳳深明包裝之道，即使做同一件事，換了包裝可以有更好的效果。「築福香港」是「祝福香港」的諧音，表達能夠幫人是福氣，鼓勵商界為善，換個角度做扶貧工作。

凝聚商界力量 助基層市民

商界時有舉辦慈善活動，紀文鳳更坦白地說「nothing's new」，從第一天她做廣告企業時已強調社區參與，現時也常說社會責任，商企為善不是新的概念，但她看到的問題是，分散做、力量小。「我之做廣告常把impact versus frequency掛在口邊，impact意謂重拳出擊，築福香港是一個平台凝聚商界。」她舉例說，如團結了四個飲食協會，舉辦飲食派對敬老，又團結了19間商場讓基層市民免費觀看世界盃賽事，讓活動的規模可以辦得更大，更多人受惠。而frequency就是說要密集地做，每個月集中做一個主題的活動，令人印象更深刻。

半年辦700項目 10萬人受惠

在今年半年間，「築福香港」牽動了260多個商界單位，舉辦了700多個項目，超過10萬人受惠，但紀文鳳堅定地說這活動將無「續集」。「見好就收，加續集就不好了，做宣傳新鮮感很重要。」截至8月8日，「築



■紀文鳳以她的廣告智慧用諸公職，造福基層。

張偉民攝

福香港」出現在傳媒的報道有915個，廣告價值等值高達1.13億元，如果活動再多來一輪，她認為大家就會失去興趣。見好就收不僅是紀文鳳的廣告策略，更是她的人生哲學，1995年退出本業，因她有感已達事業高峰，難有突破。信仰見好就收，不代表「築福香港」真的就此完結，紀文鳳很高興有好些活動都會延續下去，期望業界自發地繼續共襄善舉。

「築福香港」得到商界響應，紀文鳳的人脈為其最好的資本。多年來縱橫廣告、商界、政界及慈善團體，建立廣泛人脈，她笑言自己有「千眼千手觀音」之稱，「觀音就不敢當，但我真的有千眼千手，好像探射般，四出去籌錢和聯絡企業。」整個活動的資金只有480萬元，宣傳片經費也是籌募得來的，所有活動費用皆由商界出資。說起眾人恩惠，至今紀文鳳仍難掩激動，「國泰航空主動致電給我，說想幫忙做活動的序幕，公民體育會主席貝鈞奇向我提議舉辦足球賀歲盃……他們尚未看到成果，就如此支持我，十分開心。」

親自參與每項目 做到最好

不過，非全部項目都唾手可得，令記者驚訝的是，原來「築福香港」每一個項目，都由紀文鳳一手一腳

促成。自去年11月，她就四出聯絡企業，拾級而上接觸管理層，會面兩、三次才可落實計劃，嗓子都沙啞了。凡事出心出力，是紀文鳳成功的原因。你是個追求完美的人嗎？「是，一條唔做，做就要做到最好」，要建立一個品牌的形象，起點要高，她過去半年多，每一項細節都去盡。

冀出書講述背後故事

「築福香港」已正式完結，紀文鳳在閉幕之時代表工作小組作了一番總結，但她自己也有些話要說。首先她想感謝各界幫忙，特別是新世界發展董事總經理鄭家純先生，支持她處理「築福香港」的工作。不過，事情總留有遺憾，她感到可惜的是，這次活動照顧不了外僑的權益，而且活動只有民官商參與，她期望可擴展至專業及學界。

問到忙過後有何計劃？喜歡寫書的紀文鳳說，希望出一本書，講述「築福」背後的故事。這段日子，她看到許多貧窮的問題，腦海泛起了些思緒，需要好好整理。

黃金傾向逢高沽出

恒生銀行投資顧問服務主管 梁君辭

大行透視

美國公佈第二季度國內生產總值年率初值為4.0%，超出市場預期中值3.0%。數據顯示，美國經濟已完全走出第一季受惡劣天氣影響之陰霾。此外，美聯儲局公佈7月份會議記錄顯示就業人數增加或使加息周期提前，且局內加息爭論漸增。加上，美國聯儲局主席耶倫於Jackson Hole全球央行年會的發表講話中，立場由過去一直強調過早收緊貨幣政策的風險，轉變成對加息的一些擔憂。

美元走強 中印需求減

耶倫依舊表現了其均衡的立場，認為觸及通脹目標後立即加息可能是不合適，因此她表示在通脹達到目標後就收緊貨幣政策，可能會阻礙勞動力市場完全復甦。但一向鴉派的耶倫於立場上略改變情況下，再度加深市場對聯儲局提前收緊貨幣政策之預期。同時，使較早前量寬政策流出海外的美元資金回流美國，美元走強，對黃金走勢不利。

此外，從世界黃金協會發佈的第二季度報告顯示，全球兩大黃金消費國中國和印度第二季度黃金需求雙雙下滑。其中，中國第二季黃金消費需求同比下降52%至192.5噸，印度下降39%至204.1噸。當市場趨險意愈大時，一般投資者亦傾向投資黃金。但回顧近期黃金走勢與全球地緣政治風險發生時間，往往出現滯後情況，亦即避險資金並非第一時間選擇以黃金避險。而是選擇重回美元、美債、日元及另一貴金屬「鉑」。

投資者似乎更看好鉑金

鉑金是世界上稀有的貴金屬之一，從本年初至8月27日以來貴金屬如黃金、白銀及鉑金只錄得單位數值的升幅，但鉑金升幅卻超越24%。南非是第二大的鉑金生產國，上半年經歷了長達五個月的鉑金礦業罷工至本月底才宣告結束。隨後至七月份發生馬航機於烏克蘭被擊落事件，使歐美對俄羅斯作出新一輪的經濟制裁措施，導致俄羅斯與西方關係更趨緊張，而俄羅斯是最大的鉑金生產國，令鉑金今年比黃金更受避險資金及投機者青睞。

筆者認為在美元走強，中印需求下跌，以及鉑金較黃金更受避險資金歡迎的影響下，金價暫時較難找到上升動力。預期金價短期將繼續受制於1300美元，筆者傾向逢高沽出。

(以上資料只供參考，並不構成任何投資建議)

中國動力：借港影響力拓內地



■張朝稱，電動巴士打入香港市場有助拓展內地和東南亞市場。

張偉民攝

中國動力(0476)年初中標「香港品牌」電動巴士項目，負責設計、供應和製造馬達系統及動力蓄電池。主席張朝日前接受本報專訪時表示，本港巴士安全標準全球最高，故打入香港市場有助拓展內地和東南亞市場。「香港品牌」明年首季通過路試後，有望壟斷

香港電動巴士市場，意味未來10年需求達7,000架以上。公司亦正為港府研製16座電動公務小巴，未來或將經驗推廣至內地。

港電動車10年需求料7千架

前稱中鋼資源的中國動力，過往主營金屬、礦物買賣及原礦石處理業務，年初開始轉型發展環保電動車。張朝估計，港府目標10年內替換約7,000架燃油巴士，明年將先購買36架單層電動巴士予九巴、城巴和新巴路試，每架約500萬港元。

他預計，年底可交付4架巴士，現已進入內部測試階段。至於價格則未有定斷，直言「倘市場承接力強，價格上不會客氣」，或較對手賣貴50%以上。

為港度身定造 正攻電動小巴

香港過往多次掀起電動車風潮，但市面至今未有一架正式營運。九巴早前引入比亞迪(1211)的K9A電動巴士試運，效果並不理想。中大從五洲龍引入的電動巴士，亦疑不堪校園斜坡，

投運首日便「跪低」，究其原因，乃未找到「適合香港的車型」。

具體而言，香港山多路窄，氣候濕熱，電動巴士若非為香港度身定造，就要在使用前作大量調整。張朝表示，公司中標生產力促進局(HKPC)的電動巴士項目，正是因為採用的固態電池較市面液態安全、效率高，且能抵禦零下70度的低溫。

他指出，香港市場規模雖不及內地，但因巴士安全標準全球最高，且要求永久保用，中標本港電動巴士項目後，即有不少內地政府官員找上門洽談合作。公司亦已訂製一架16座電動小巴予港府試用，以期拓展電動小巴市場。

下一步擬打入亞洲富裕市場

「能在港府中標，代表經得起考驗」，鑑於香港在東南亞影響力甚大，張朝計劃下一步打入台灣、日本、韓國、新加坡、馬來西亞、印尼等富裕地區的電動巴士市場，包括3年內向台灣推出500架大中型電動巴士，及新加坡100架演示巴士。

■記者 張易

內地電動巴士市場料年增近倍

香港文匯報訊(記者 張易)內地過往多次推廣新能源車均告失敗，今次寄望於公車成功運作。中國動力(0476)2月中標香港電動巴士項目後，4月即與北汽京城成立合營公司中鋼首航環保動力，主攻北京和重慶電動巴士市場。主席張朝直言，內地新能源車市場巨大，但鑑於私用電動車成本過高，近年只會專注於電動巴士業務。

私用電動車成本無意涉足

內地新能源汽車發展史出現過至少3個「產業元年」，張朝認為，國家今次推動新能源巴士不會後勁不足，主因霧霾天氣產生巨大市場需求，政府補貼政策激發市場，以及政府強制開放以往由國家電網壟斷的充電裝置市場，釋放市場潛能。

不過，除了公交巴士，中鋼首航近年暫無意涉足其他新能源車領域。例如包括比亞迪在內多間汽車企業摩拳擦掌進入的私用電動車市場，在張朝看來便是「軍閥混戰」的低端市場，電池成本高昂之餘，技術難度和社會關注亦不及電動巴士。

他又直批，混能巴士簡單將傳統燃料轉化作電能，是「偷換概念的偽命題」。至於燃料電池則「爆炸威力堪比核武器」，不適用於人口密集的內地城市。

張朝認為，內地電動巴士現僅處於啟動階段，市場潛力巨大，未來多年的年增長率都會接近100%。公司過去多次進行配股等融資活動，資金已足夠首期擴產計劃之用，未來希望增加中長線機構投資者的比例，減少散戶投資者。

天晉 IIIA 加推 169 伙

香港文匯報訊(記者 張易)近期多個發展商積極推盤，帶動一手盤銷情轉熱，其中新地(0016)將軍澳天晉 IIIA 第二批206伙在上周六全數沽清，並隨即在昨日加推169伙。二手方面，不少業主叫價強硬，令盤源大幅減少，據各地產代理統計，過去兩日十大屋苑成交僅錄8宗至13宗，部分屋苑更零成交。

新地副董事總經理雷霆昨於記者會表示，已於周日凌晨推出第三張價單共169伙，加推單位加入不少新戶型，包括連花園及頂層特色戶，呎價約1.4萬元至1.8萬元。

天晉 IIIA 至今累計已售出近400伙單位，套現逾35億元。新鴻基地產代理助理總經理陳漢麟表示，加推的169伙單位基本以原價加推，當中12伙屬高層平台特色戶，5伙屬頂層平台特色戶，其餘152伙為分層單位，包括三房連套房等新戶型。

陳漢麟指，上周六沽售的第二批單位中，有一名買家購入2伙「天晉至尊」，合約價超過2,300萬元，為項目迄今最大額單一合約成交。

K Hill 傳入票超逾3倍

至於將於明日推售首批30伙的西營盤Kensington Hill，市傳入票已逾120張，超額逾3倍。會德豐地產助理總經理(市務)陳惠慈昨表示，入票的準買家有6成至7成為用家，其餘為投資者。

另有市場消息透露，信置觀塘觀月，樺峯過去兩日售出4伙，其中1名本地買家剛斥資約1,400萬元，購

入一個極高層C單位，呎價17,244元，再創項目新高。

中原「十大」半數捧蛋

由於市場焦點落在新盤上，過去兩日二手屋苑交投轉淡。據中原地產統計，十大屋苑過去兩日錄得12宗成交，成交量按周減少一宗，幅度下跌7.7%，其中半數屋苑捧蛋，與上周相若。中原地產亞太區住宅部總裁陳永傑表示，隨着歐洲央行宣佈減息及進一步量寬，市場預期會帶動入市熱潮，同時亦令二手業主更為心雄，叫價過分進取，窒礙準買家入市。同時，發展商近日推盤步伐不減，市場焦點被一手搶去，亦令二手交投放慢。

十大屋苑過去兩日表現

代理	成交宗數	上周表現	變幅
利嘉閣	13宗	12宗	+8%
中原	12宗	13宗	-7.7%
港置	8宗	4宗	+100%
美聯	14宗	10宗	+40%



■新地雷霆表示，天晉新加推的單位有不少新戶型。

嘉華滬盤下月來港路演

香港文匯報訊 嘉華國際(0173)上海豪宅項目「嘉天匯」昨日於上海舉行揭幕儀式。該盤計劃月中推出首批48個單位，10月中將安排來港路演，包括兩天的展銷會，屆時將為香港買家提供特別優惠。市場預期「嘉天匯」將以每平方米11萬元人民幣發售。

「嘉天匯」位處上海靜安南京西路CBD核心中央商務區，由六幢建築組成，其中以面積約170平方米至340平方米的三房、四房、五房戶型為主。

國藏染指日本度假村

香港文匯報訊 國藏集團(0559)昨宣佈，旗下附屬公司與Integrated Capital Investments Limited訂立不具法律約束力之諒解備忘錄，計劃認購由後者發行的4.5億港元可換股債券。該公司的主要業務為投資控股，其全資擁有的日本公司，在日本北海道新雪谷經營酒店、餐廳及配套娛樂設施，並擁有及經營位於當地的度假村大樓。

有關4.5億港元可換股債券期限3年，年息2%，可兌換目標公司因全面兌換時配發及發行目標公司股份而擴大之已發行股本97%。國藏集團已在簽訂諒解備忘錄時，支付1.8億港元可退還訂金予目標公司。

國藏集團主席王顯顯表示，集團過去一直積極尋找多元化發展商機，以提升收入及資產基礎。集團相信該認購事項為國藏提供吸引且獨一無二的投資機會，讓集團可以捕捉日本酒店及度假行業增長趨勢帶來的機遇。

壹號總站逾半舖位沽出

香港文匯報訊 美聯旺舖項目總監廖文傑表示，由該行獨家代理的屯門青山坊「壹號總站」(ONE TERMINAL)，自9月4日開售後，截至9月7日為止，共有154個單位已獲認購，預計中秋節假期應將累積售出逾200個單位。項目日前更獲前立法會議員李華明到場洽購，業主林曉毅更親自到場接洽。

該商場位處青山坊步行街，開售300個單位，建築面積由48方呎至162方呎，入場費由99.9萬元起。