



小樓神趙朗

趙朗認為，市場其實早已消化美國加息的預期。張偉民攝

無懼加息 有錢就要買磚頭



Zing!的租戶不乏人咖咖啡店、茶室及日本串燒餐廳等。張偉民攝

股市炒到熨熨，有錢買股好還是買樓好？「有錢當然買磚頭保值，但買樓上車就要量力而為，自住及換樓在任何時間都可以入市。」說話的不是超人李嘉誠，也不是四叔李兆基，而是樓神之子——長和執董趙國雄的兒子趙朗。

果然有乃父風範，樣貌與父親有七成相似的趙朗小樓神上身：「雖然最近金管局出招收緊中細價物業的按揭成數，但長遠對樓價影響不大，今年整體樓價將維持平穩上升。」洋名Ronald，現職里昂證券亞太恒富房地產基金投資經理的趙朗，其對樓市的看法與父親趙國雄如出一轍。

美加息預期早已消化

市場普遍相信美國加息會增加買家置業成本，本港樓價面臨壓力，但Ronald認為美國加息雖勢在必行，惟市場其實早已消化美國加息的預期，故相對對樓價的影響有限。

Ronald分析，上一個加息周期在2004年至2007年，樓價卻不跌反升，加上現時本港環境與當年相差甚遠，失業率又偏低，市民的防守力甚強，政府亦有足夠財力應付未知變化。至於今次加息之下樓價的表現，他就指要視乎加息的速度和幅度。事實上，本港自2007年進入低息周期後，2010年至今的按息平均低至僅約1.77厘，以現時水平，他認為銀行息率最多只會提高25點子或50點子，可謂影響輕微。

既然加息無有怕，Ronald今年又有何投資大計？他透露一直留意山頂、中半山及南區等港島區豪宅物業，有機會便會主動出擊，或以發展商形式加入競投已統一業權的舊樓重建項目。始終物以罕為貴，未來九龍及新界區的豪宅供應量漸多，故暫時未有考慮港島區以外的項目。

嘆工作忙無暇談女仔

時下樓價高企，年輕人埋怨置業無門，Ronald早前接受訪問時亦指自己並未持有物業，但原因竟未找到女朋友結婚一齊夾首期供樓；又謂兩

公婆一齊供樓才夠浪漫，席間又叫記者給他介紹女朋友。提到人生大事，Ronald笑指平時工作實在太忙，有空閒時間會去健身做運動，故此真的沒有機會識女仔，個人置業亦一直未有著落。

至於個人興趣，Ronald表示除了健身，自小就熱愛建築，以及對地產交易有濃厚興趣，更反問記者，「難道妳不覺得香港的建築與眾不同嗎？起碼在美國、加拿大找不到相同的設計。」他指著辦公室外金鐘的高樓大廈，「日潤咁咁地方都可容納咁多人，不論建築及圖積都令人著迷。」看來小樓神還是住慣了豪宅，未曾嚐過民間疾苦，小記就寧願住美國大屋多過欣賞香港的建築美學了。

內房來港競爭促進步

對於近年內房公司大舉進軍本港的舊樓項目，成交價格愈搶愈貴。Ronald對此則另有一番見解，認為市場有少一點競爭不失為好事，成交活躍刺激流通量，就好比現時的股票市場，頻頻成交的優質股份，股價屢創新高；偏低成交量的仙股就十年如一日。再者，各發展商有不同的發展計劃，計好合理回報率才會出擊，並不存在惡性競爭。

里昂房產私募基金以發掘及增值物業的模式獲利，與傳統上市房地產信託(REITs)無異。對於同行競爭對手，Ronald認為REITs近年投資更為進取，以領匯(0823)及置富產業信託(0778)為例，發展內地項目及置富收購麗港城均反映其積極入市。市場普遍視REITs為保守的收息股，Ronald則認為要看投資經理的決策，實際上去年兩者表現跑贏恒指。里昂基金近年亦積極發展海外市場，在東京及上海均有大型房地產項目投資。

一鳴驚人 拆售羅素街8號成名

里昂在2014年初以18億元買入銅鑼灣羅素街8號，當時擅旗的趙朗拍板將本來的服務式住宅分拆為多個舖位出售，此舉為基金在兩個月內翻倍獲利，淨賺16億元。耀目戰績加持，趙朗除升任為里昂證券房地產基金投資董事，成為基金最年輕董事外，更因此在基金界一戰成名。

羅素街8號前業主在2013年以約12億元買入項目，趙朗最後拍板以18億元購入，坦言當時曾大費唇舌說服基金出資掃貨。羅素街8號在銅鑼灣核心地段，升值潛力仍未被發掘，當時市場亦有不少競爭者搶奪項目。

時快刀斬亂麻，在完成交易後，旋即妥善遣散原本服務式住宅大廈的員工，在順利收樓後馬上拆售。

拆售過程有如庖丁解牛，剛開始先放售全層，首月成功套現約25億元。最後再割細低層樓面，拆開以6個舖位放售，平均呎價約3.2萬元，面積由591方呎至912方呎，售價介乎1,929萬至2,978萬元，當時更出動7%代理回佣以盡速去貨。最後項目成功在逆市套現逾33億元，淨賺16億元。

說服里昂出手 大賺16億

由於交易在樓市辣招的背景下進行，當時雙倍印花稅導致工商舖成交大幅減少，非住宅物業市道陷入冰封。基金即

再下一城 包裝Zing!初戰告捷

趙朗(Ronald)在分拆羅素街項目一舉成名，今年再擔旗負責最新項目銅鑼灣羅素街的「Zing!」，反應不俗，低層舖位已全部租出。問及會否放售Zing!套現，他笑指當項目成為「銀座式商廈的IFC」、銅鑼灣地標時，便可功成身退。

目標顧客年輕本地專才

雖然現時零售數據疲弱，但趙朗認為主要是旅客消費下降，並不影響本地消費增長，健身、美容等零售服務業更持續錄得

增長。未來看好銀座式商廈發展，預計將來樓上舖的租金升幅達雙位數字增長。

他舉例，銅鑼灣羅素街一帶多數是年輕本地人消費，年齡層界乎25歲至40歲的專業人士，消費力強勁又喜愛嘗試新鮮事物。經調查發現，大部分銀座式商廈人均消費達500元至1,000元，比時代廣場的食通人均消費500元更多。

新經營概念獲市場受落

Zing!樓高30層，現正對外招租15層的中高層樓面，當中7層為零售服務舖位，其他全為食肆，意向租由50元起。訪問當日已同新潮水煙酒吧簽約，其他租戶不乏人氣咖啡店及日本串燒餐廳等。

全天候24小時開放

全天候24小時開放的Zing!是以「Day to Night Energy」的概念經營，顧客任何時候來到Zing!，「就梗有一間營業中的店舖在左近」。為克服一般樓上舖商場缺乏的停車場，管理者更自掏腰包免費為顧客提供數個銅鑼灣的泊車地點。

都市麗人購歐迪芬助增毛利率

香港文匯報訊(記者黃萃華東莞報道)都市麗人(2298)上周五(17日)於東莞舉行大型秋冬產品發布會。集團副總裁兼首席財務官余振球指，下半年是銷售旺季，故舉行發布會向加盟商、投資者及外界展示下半年新產品，是次發布會投資逾八位數。

集團經營模式不是用分銷商模式運作，用分銷商模式運作一般會有訂貨會，讓分銷商訂購下半年的產品。是次舉辦的發布會並非訂貨會，會後只有一些季節居家服可以訂購，一般常規貼身用品則未供訂購。余振球指分銷商模式運作難以了解產品的市場反應，分銷商訂購下半年的產品很難預計產品在市場的銷量，甚至會出現早前有體育用品存貨嚴重囤積的狀況。他表示，集團加盟商一般會於集團自設的訂貨系統平台訂購產品，由訂貨至送貨一般是7日內完成，集團可以訂貨量了解產品在市場銷售，同時了解客戶的需求，以決定生產量。



余振球指，集團正整合歐迪芬。黃萃華攝

整合業務節省成本

集團早前收購一內衣品牌歐迪芬，余振球稱歐迪芬屬高級產品，單價約於400元至1,000元左右；集團原本擁有的品牌屬中級，因此不會造成競爭。現時集團正整合歐迪芬，包括節省成本、改善與分銷商合作及重新與

分銷商簽署合約，同時要梳理銷售渠道。毛利率方面，歐迪芬的毛利率為70%，都市麗人則為40%，相信收購歐迪芬有助提升集團毛利率。

余振球又透露，集團會於第二季推出一個全新品牌，新品牌出售兒童內衣，希望銷售額可佔整體10%，但未有透露新品牌名稱。

中國家居推出智能機器人

香港文匯報訊(記者李昌鴻深圳報道)智能家居產業蘊藏巨大機遇，為爭奪這一領域的蛋糕，中國家居(0692)昨聯合旗下公司高利在中山小樓舉行了「智取未來·能動世界」新聞發布會，首推用於智能家居的機器人、手紋開門以及遠程遙控開門等移動終端智能產品，吸引全國200多位經銷商到場。

6月量產 賣4000元

中國家居執行董事吳均毅表示，投資了700萬元(人民幣，下同)至800萬元，以7個月時間研發出一款高利智能機器人，其可針對家庭住戶的智能生活項目，提供更精準完善的遠程對講、雙向視頻、安防系統、遠程開鎖、小偷進入報警應急功能等。另外家中老人或小孩如有不適，只需通過遙控便可與遠處的子或父母取得聯繫。

該款智能機器人與市面上許多智能家居和手機兼容，將於6月底開始量產，售價為4,000元。

擬10億投資產業園

在中山市政府支持下，中國家居高利還在板芙鎮獲得了300畝智能家居產業園用地，前期擬投資10億元，將引入中國家居與麥盛基金聯手在中山市設立20億元的「智能家居產業基金」。

另據專業機構調查預測，中國智能家居市場規模2015年將達到1,240億元，到2020年，中國智能家居產值將會達到2萬億元。

未來3年，中國家居高利通過與國內一知名電訊營運商簽訂戰略合作協議，通過該戰略夥伴，中國家居高利智能將獲得7,000多萬客戶資源，智能化進程的唯一智能設備商，從而可以獲得2,000億元的商機。



吳均毅指，新研發的智能家居機器人將於6月底量產。李昌鴻攝