

# 翰林峰兩日收900票超額13倍

香港文匯報訊(記者 顏倫樂)新盤市場近日焦點集中在西環新盤翰林峰,發展商昨日明言,項目將於今日加推第2張價單,涉及至少63伙,並會輕微加價,過兩天並再加推第3張價單,換言之,下周二樓盤銷售當天可以有約200伙發售。

翰林峰目前只公佈首份銷售安排,擬於下周二開售63伙,恒地營業(一)部總經理林達民昨表示,計及最新的加推及將會加推的單位,初步計劃下周二樓盤銷售當天,樓盤可以有約200伙發售。他又披露,翰林峰至今已錄得約900個認購登記,按已公佈銷售安排的63伙計算,超額逾13倍。

## 兩日合共參觀人流達1.5萬人

項目日前開始收票,吸引大批準買家入票,項目日前開始開放展銷廳參觀示範單位,昨日現場所見場面喧嘩,高峰期有逾百人等候入場參觀。林達民昨表示,前日(周六)首日參觀人數約5,000人,昨日至下午三時許已再有7,000人至8,000人,預計兩日合共參觀人流達1.5萬人次。

## 今日公佈第二張價單會加價

他續說,翰林峰自日前開始接受登記後,周六日兩天錄得約900個登記,公司正積極考慮加推,第二張價單今日公佈,根據目前入表登記的意向,開放式單位的受歡迎程度較高,佔登記人士約75%、有意買1房的則佔25%,故此今日加推時會推出更多開放式戶型。他又強調,加推時會加價,但加幅輕微。

而再隔一至兩日,即本週中段時間,項目或會再加推3號價單,即將加推的第2及

第3張價單都傾向於下周二(5月16日)同一天發售,因此預計到正式開售當天,項目可以推出約200伙供選購。他分析,由於樓盤所屬校網理想,吸引不少「想要地址」的準買家,亦有準買家是看好樓盤位置近中區核心商業區,令項目的開放式單位更受歡迎。

## 最平單位195呎 折實472萬

翰林峰上週開價,首張價單涉及130伙,實用面積195至427方呎,主打開放式至2房戶,首批單位價單定價497.6萬元至1,186.1萬元,呎價約2.3萬元至3.2萬元,平均實用面積呎價約2.75萬元,恒地是次提供120天即供4%連1%特別折扣,計及最高5%直減折扣後,折實售價約472.72萬元至1,126.79萬元,折實呎價約2.2萬元至3萬元,整批折實平均呎價2.61萬元。最平單位來自一個開放式戶型,面積只得195方呎,但折實入場費仍要472.72萬元。

由於過去兩日周末假期市場沒有大型新盤發售,只得零星一手貨尾新盤在售,新盤成交情況強差人意,兩日合共只得約50宗成交,與上週53宗相若。其中以新地旗下屯門珀御成交量最多,兩日錄得20宗成交,其中單計周樓盤已售出19伙,主要因昨日珀御有一批為數23伙的單位昨日發售,以售出19個單位去計算,即單日銷情佔可供發售單位的83%。



恒地營業(一)部總經理林達民昨表示,計及最新的加推及將會加推的單位,初步計劃下周二樓盤銷售當天,樓盤可以有約200伙發售。

## 準買家心聲



馬先生: 居於港島區,認為該盤開價「唔係好貴,但又唔係好值」,覺得一房戶型太細「好難住」,買入會投資居多,又坦言現在樓價已好高,要參觀完示範單位後再決定是否入市。



譚先生: 居住於銅鑼灣,認為新盤價格合理,而且位置近香港大學,周邊環境亦不錯,亦有好的校網所以入市,傾向買入自住。

記者 顏倫樂 攝

# 孝子母親節前488萬買奧柏贈母

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)今個星期日就是母親節,有孝子提早送禮物,斥資購入單位贈母親。港置輝偉源表示,該行促成一宗大角咀奧柏,御峰開放式單位成交,成交價約為488萬元,屬市場價。買家為同區住客,有感二手成交績旺,加上母親節臨近,見上述單位景觀開揚,購入同區細單位贈母親作自用用途。

## 呎售17244元 開放式間隔

成交單位位於1座高層F室,屬開放式間隔,實用面積約283平方呎,成交價約488萬元,實用呎價約17,244元。據悉,原業主於2012年4月以約351.1萬元購入上址,持貨約5年沽出,賬面獲利136.9萬元,期內升值39%。

## 嘉薈軒低層636萬交吉沽

另外,利嘉閣梁浩賢表示,市場近日錄得灣仔嘉薈軒低層16室二手成交,實用面積約350方呎,單位為開放式間隔,外望可享開揚都會景。業主原叫價650萬元,買家經零議價下,獲減14萬元,終以636萬元交吉承接,折合實用呎價約18,171元。

據了解,原業主於2016年11月,以約560萬元買入,至今轉售,賬面獲利約76萬元。



奧柏·御峰以獨特雙子塔為設計意念,設有空中花園。

元,升幅約14%。梁浩賢指,嘉薈軒由5月份至今暫錄上述一宗二手買賣,而整個灣仔區則暫錄得3宗成交,較上月同期有輕微升幅。但隨着港島區陸續有新盤推售,並主打開放式戶型,相信會分流客戶群至一手。現時該屋苑有50個放盤單位,最低入場費由650萬元起。

# 新盤吸睛 周末二手成交挫

香港文匯報訊(記者 周曉菁)多個新盤將在本月陸續推出,吸引市場注意力,二手交投氛圍受限。據統計,上周末四大代理分別錄得7宗至12宗二手成交,除港置維持前一周成交量不變外,其餘代理成交均有回落,下跌36%至60%不等。中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁陳永傑表示,整體樓市氣氛向好,買家入市態度積極,惟近日多個大型新盤接連準備推出,部分買家轉至新盤參觀示範單位,吸去部分二手注意力。

限制。美聯物業住宅部行政總裁布少明預期,五月份樓市將以一手主導,交投可望錄得明顯增幅,惟二手交投則有機會按月下跌。香港置業行政總裁李志成預料,相信二手成交量短期內低位徘徊,利嘉閣地產總裁廖偉強亦相信,買家購買力或會流入一手市場。

## 業主企硬 買家傾向揀新樓

除受一手新盤影響之外,二手盤源緊缺狀況仍在持續。布少明分析,二手業主叫價態度強硬,議價空間較少,市場缺盤情

況未得到改善,買家普遍傾向選購新盤,導致二手市場交投量一直受到掣肘。

多家代理表示新界區樓較為踴躍,嘉湖山莊交投表現良好。中原地產天水圍分區營業經理伍耀祖表示,嘉湖山莊上周末錄得5宗成交,其中一宗成交為美湖居1座高層A室,實用面積629呎,建築面積825呎,三房間隔,以548萬元成交,折合實用呎價8,712元。原業主於2001年3月以175萬元入市該址,現易手賬面獲利373萬元,單位16年間升值逾2.1倍。

各代理認為,二手成交量或於短期內受

# 「樓市自用性泡沫」殺傷力更大

## 置業錦囊

國森地產集團董事 許峻森 enq@nationland.cc



「敢於說出樓市泡沫」和「能夠證明樓市泡沫」是兩碼子的事。任何資產性的東西,都存在泡沫,泡沫對資產來說可以是好事或壞事,重點是在於該泡沫屬於什麼類型。泡沫包括三種,是自用性(消費性)泡沫;投資型和投機型泡沫,在樓市上這三種泡沫,一定會同時間出現,問題只在於哪種成份重一點。

早於二十年前,香港發生了一次地產泡沫爆破,當時香港的房地產市場,特徵是低稅率及市場極度自由。政府不會對地產投機者作出任何限制,只要有錢,就能買樓。投機者短出短入的行為,讓樓價就如坐過山車一樣,情況就像比特幣、普洱茶、紅酒期貨市場一樣瘋狂。當時投機性泡沫佔地產泡沫的成份很重,因為當時買

樓的人,大多數是短炒,都為了縮短持貨時間而去換貨,就算換不出,也盡量持貨一年半載後賣出套現賺錢,投機性泡沫就是這樣產生的,這種泡沫爆破後,差不多一切都化歸為零。

自用性(消費性)泡沫,顧名思義,泡沫是由用家產生出來的。十年前,美國爆發了次按危機,事實證明,當時無法支付供樓款項而選擇斷供的人,很多都不是炒家,而是用家,甚至是第一次買樓的人,所以我們可以看到自用性的泡沫,是可以帶來很嚴重的問題。

## 用家市場發生危機衝擊大

所以如果我們聽到有人說,香港現在的樓市大部分屬於用家市場,因此不會發生危機,這是一個嚴重錯誤的說法。其實自用性泡沫一旦爆破,它的破壞力絕不會比投機性的泡沫低,相反會更嚴重,因為用家總比炒家多,自用性泡沫所帶來的破壞,是三種泡沫中最廣和最深的。

而現在的中國內地,就是投資性泡沫。中國人買入房產,大都是為了作長期投資,他們購入房產後,很多都會持貨五年或以上,有些投資者,甚至是把房產留給下一代作儲蓄用的,在他們有生之年,也不想賣出。

## 投資性泡沫對市場最有益

這種投資性泡沫是對市場最有益,因為這種泡沫成份特徵是:具實力、很多現金、信用評級很高、很多是企業高管或擁有人,所以這種泡沫非常頑強,是三種泡沫中,最難爆破的一種。而且這種泡沫過了一段時間,變成硬殼,硬殼中再產生泡沫,就算泡沫一旦爆破,也不會化歸為零。中國房產最近這十年多間,就是靠這種投資性泡沫一直支撐市場。

而今天香港的房地產市場,又屬於哪一種泡沫類型呢?下期,筆者將會以住宅、商業、工業及商舖這四個板塊劃分。

(之一)

# 周黑鴨三招打假 今年擬開180店

# 推「小龍蝦」增收入



周黑鴨行政總裁兼執行董事郝立曉。

香港文匯報訊(記者 張美婷 武漢報道)周黑鴨(1458)上週宣佈推出新產品「小龍蝦」,並將瀆製品由餐廳銷售模式,推向品牌化的獨立包裝形式出售。周黑鴨行政總裁兼執行董事郝立曉上週於武漢的記者會表示,今年集團目標開設180間至220間自營門店,期望進一步滲透華中地區,冀未來打進本港市場。

周黑鴨源於武漢,為內地瀆製品龍



左起:周黑鴨行政總裁兼執行董事郝立曉,聯同其他主禮嘉賓包括中檢集團溯源技術服務有限公司總經理王成傑、潛江市委副書記舒敏,周黑鴨獨立董事胡志強,周黑鴨獨立董事陳錦程,主持周黑鴨新產品的發佈儀式。

頭,據廣發證券數據顯示,去年瀆製品市場規模已達2,230.59億元(人民幣,下同),市場競爭非常劇烈。早前曾有不少報道指出,內地幾乎各省都被發現有山寨周黑鴨的店子,有媒體報道指,深圳的山寨店數目更直逼自營店。

## 透過行政立法機關監控

郝立曉表示,集團一直受假貨問題

困擾,但近幾年開始找到「打假」方法。他說,對於剛開業的山寨店,集團會透過行政立法機關進行監控,即時制止山寨店經營;若山寨店開業已有一段時間,集團將透過律師收取證據,提出民事訴訟;此外,亦會透過立案偵查,保護商標權利。

另外,為了令消費者識別真貨與假貨,集團早早已教育消費者使用會員卡識別,現時則可從包裝上分辨,若

售賣散裝食品,即為假貨。

內地電商發展一日千里,不少內地企業紛紛加強線上平台的投資,去年集團來自網上渠道的收益按年上升53.1%至2.64億元。郝立曉表示,雖然電商服務為集團帶來盈利,若為線上線下服務設定生意佔比的死線,反而影響集團發展。

## 或設自動售貨機等方便顧客

「線上線下只是顧客跟我們發生關係連接的渠道而已,不是你讓他們選擇什麼便是什麼,作為企業應更多關注客戶需要什麼產品和服務。」他續指,除了線上線下服務外,集團亦會考慮外賣或設自動售貨機等銷售方式,增加顧客購買的方便度。

根據業績報告透露,集團於43個省市城市中,共778間自營門店,去年新開設190間自營門店,關閉53間。郝立曉表示,今年目標開設180間至220間自營門店,期望進一步滲透華中地區。

生產廠房方面,現時於武漢和上海有廠房,武漢的新廠房已進行第二期施工工程,而建築中的廠房,則位於東莞,京津和四川。海外發展方面,集團未來的目標是走出內地,第一個考慮的市場會是香港。

香港文匯報訊(記者 張美婷 武漢報道)周黑鴨(1458)擴大產品種類,今年推出新產品「小龍蝦」。周黑鴨行政總裁兼執行董事郝立曉上週於武漢記者會表示,期望新產品可以與其瀆製品產生協同效應,增加生意收入。據集團提供數據,去年內地小龍蝦市場規模約1,000億元(人民幣,下同),武漢每年於小龍蝦的消耗約1,500噸,而人均消費約84元。

郝立曉表示,現時小龍蝦的消費模式普遍在餐廳和酒樓,甚少進行品牌化改造,令小龍蝦於銷售改革上留有空間。小龍蝦於內地的群眾基礎較成熟,加上現時小龍蝦的銷售格局,與集團銷售的瀆製品相似,同時較少進行品牌化改造,亦甚少以獨立包裝出售,故相信將集團透過多年來大型連鎖店的運作模式,在供應鏈的運作上優勢,預計可優化小龍蝦在供應鏈的不足。

## 會續加大研發投入

他續表示,新項目籌劃了約兩年,現時已經有官方微博和微信等線上平台,可供消費者訂購,亦會利用集團已有的數百萬的會員名單進行推廣。他坦言,暫時尚未知道新項目可為集團帶來多少的盈利,仍需要時間觀察,不過集團會繼續針對市場的反響,繼續加大研發投入。

至於市場關注的小龍蝦衛生問題,郝立曉表示,集團小龍蝦產於小龍蝦之鄉湖北潛江,為稻田養殖,運用蝦稻的養殖模式飼養,較傳統於水塘中養殖方法可控,故此品質會較優質。小龍蝦是季節性的產物,春夏季為生產旺季,而冬季開始產量便開始下降,集團未來會運用冰鮮技術將小龍蝦保鮮,確保每個季度的生產量。

集團的小龍蝦現時只有一種麻辣口味,味道亦類似周黑鴨的瀆製品,被問及新產品如何與其他同類產品競爭,郝立曉表示,現時周黑鴨的味道於市場有一定粉絲群,相信將這種口味放入新產品,可達到協同效應,為新產品帶來競爭力。新項目的目標客群為年輕人,而小龍蝦暫時只在武漢和上海作試點推售。