

三里屯太古里忙擴充招潮店



■三里屯太古里總經理余國安 記者梁悅琴攝



■N8樓改裝為具開放空間及租予5個不同潮流食肆。 記者梁悅琴攝

■陳冠希旗下時裝品牌JUICE店舖 記者梁悅琴攝

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)面對網購及內地人出外遊消費增加的衝擊，開業十年、太古地產旗下北京三里屯太古里總經理余國安接受本港傳媒訪問時坦言，如今經營商場一定要有網上無法買到產品，甚至是限量版店，令消費者得到不一樣的服務及購物體驗。而奢侈品牌於各地的產品差價正收窄中，有利內地人留下來消費。他指，該商場上半年銷售額按年升9.7%，對前景仍感樂觀，下一個目標是將商場發展成為全國潮流地標。

今年引50潮戶登陸

三里屯太古里是太古地產於內地首個項目，如今是百分之百控股，由總面積逾12萬平方米的零售物業和包括99間客房的瑜舍酒店組成，分為南北兩區。余國安表示，項目過去十年已斥資10億元

人民幣進行優化，未來仍會繼續。要令三里屯太古里保持最「潮」地位，自然要不斷演變。他指出，過去3年該商場引入60個北京以至全中國首店租戶，單是今年已有50個，大部分是他們主動出擊找來新租戶，不乏引用明星效應。如本港藝人余文樂創建的網上時裝品牌MADNESS，經他們主動找余文樂商討終在該商場開設全球首間實體店。另一位藝人陳冠希的時裝品牌JUICE亦於此開設首店。

此外，還有來自北京網紅的首間甜品店青山研究院；喜茶則開設黑金店，部分食品只此一家買到。來自韓國的眼鏡店GENTLE MONSTER則會每半年翻新一次其裝置，以帶來新鮮感。至於已在該商場開業十年的adidas全球旗艦店，一直租用其中一幢共3,170平方米店面，其剛完成重新裝修，並加入不少體驗元素。

為令顧客有不一樣的體驗，去年該商場亦將原本由單一租戶Montblanc承租全幢5層密封式的N8樓，改裝租予5個不同品牌潮流食肆。該5間食肆生意額不俗，因此商場計劃將N3樓及N4樓馬上改裝，但將租予時裝及零售商戶。余國安表示，該商場食肆租戶比例保持20%已足夠，時裝及零售行業租戶比例佔80%，目前最大租戶為電影院。

強化年輕女性時裝

另外，南區及北區分別有160個及100個租戶，假日人流約10萬人次，10%為旅客，比例正上升中。南區目標客戶群為18至26歲青少年，當中60%為女性，北區目標客戶群為24至35歲的年輕人，同樣60%為女性。他稱，因應過去三年女性消費者比例提高，她們對品牌更了解，對潮流越來越成熟，故商場強化年

輕女性時裝租戶。

西區擬明年底開幕

去年底太古地產和北京昆泰房地產開發集團就三里屯雅秀大廈優化升級達成合作協定，太古地產將向昆泰長期租用雅秀大廈，並重新改造。他指，該座坐落於三里屯太古里西側，建築面積約3萬平方米，將有15個租戶，以小店為主，現已租出一半，預計明年底開幕，成為三里屯太古里西區。

他坦言，冬季下雪及霧霾期間的確會令該開放式設計商場生意額有所下滑，但該商場亦有室內部分可供客人消費。他指，該商場去年銷售額達36億元人民幣，按年升4.3%，今年上半年銷售額則升9.7%，對該商場前景仍樂觀，下一個目標是將三里屯太古里發展成全國潮流地標。

天鑄洋房登九龍雙料樓王

1號屋3.2億沽 呎價近9.5萬

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)市場觀望中美貿易戰對經濟影響之際，九龍豪宅洋房呎價再創新高。近期積極賣現樓的新地旗下何文田天鑄標沽出1號洋房，成交價逾3.176億元，呎價高見94,965元，無論呎價、銀碼都打破九龍區住宅紀錄，登上九龍新樓王寶座。

■新地雷霆(左)相信天鑄洋房有機會再創新高成交。



■天鑄1號、5號及6號洋房先後創出九龍呎價最高紀錄。 資料圖片

天鑄1號洋房，面積3,345方呎，成交價逾3.176億元，呎價94,965元，打破九龍豪宅成交價及呎價紀錄。對上九龍呎價最高紀錄保持者亦為天鑄，其5號及6號洋房剛於本月中同樣以呎價8萬元成交，短短兩星期再上一層樓，造價再推高18.7%。

造價兩星期推高18.7%

新地副董事總經理雷霆表示，天鑄洋房一直受不同身份的買家歡迎，由於項目位於九龍豪宅地段，市場傳統洋房供應不多，配以優越質素及配套的優勢，相信有機會在未來有更高成交個案。

匯璽II周四售14伙4房

另外，新地於南昌站匯璽II前日發售364伙，沽出逾97%單位後，前晚即隨加推119伙，價單

定價由803萬元至4,654.3萬元，最高折扣維持20%，折實價由642.4萬元至3,723.4萬元，折實平均呎價26,005元。雷霆表示，是次屬原價加推，價格只受樓層及景觀因素影響。

新地代理總經理陳漢麟表示，將於本週四晚先發售14伙高層4房單位，以登記形式推售，剩餘單位於週末推售，有機會隨即加推，項目尚餘約100伙未在價單推出的單位。

愛炫美四房呎價試3萬

其他發展商方面，長實地產投資董事郭子威表示，荃灣海之戀·愛炫美昨以3,104.9萬元售出第5A座45樓B室，呎價26,720元，鑑於該盤近期接連錄得高價成交，決定加推兩伙極高層天際單位於本週五發售，分別為5A座49樓A及B室，皆為四房戶型，售價由3,334.6萬元至3,535.3萬元，呎

價由28,697至30,433元，呎價首次衝破3萬元。

Belfran Peak擬招標售

此外，盈信控股副主席及行政總裁游國輝表示，何文田Belfran Peak已上載售樓書，最快9月初上載首張銷售安排，將以招標發售，價錢將參考九龍區物業。他表示，項目早前已取得滿意紙，今日將安排公眾預約參觀。

該盤提供7伙，面積由1,559方呎至2,058方呎，全部連同車位發售，每方呎管理費約7元。其中17至18樓為連裝修複式戶，面積1,600方呎，採三房三套間隔，裝修費逾300萬元。19樓為住客會所，面積約1,000方呎，設施包括閱讀室及健身室等。

他又指，同系西半山Pokfulam Peak早前透過公司轉讓形式沽出最後一伙。

蔡柏能3.2億購大圍停車場



■美松苑停車場大樓涉及385個車位及一個商舖。 資料圖片

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)市場消息稱，大圍美田路美松苑停車場大樓及其商業部分以3.28億元易手。該項目提供約385個車位連一個商舖，舖位面積約1,100方呎，現經營便利店，停車場車位及商舖年租金收入共約1,200萬元。新買家為資深投資者蔡柏能。

蔡柏能近年多次購入大型商場及屋苑的停車場，對上一宗入市要追溯到今年6月，以1.665億元購入將軍澳南豐廣場共111個車位。在車位不足及市場交投熾熱情況下，近年車位升值速度急速，吸引不少投資者出動爭相吸納，預料今次蔡氏亦會把整批車位拆售。

徽商行料利潤續穩增長



■徽商銀行董事長吳學民 實習記者鍾吳華攝

香港文匯報訊(記者 馬翠媚、實習記者 鍾吳華)徽商銀行(3698)董事長吳學民昨在中期業績記者會上表示，受惠於投資業務及貸款增長，該行上半年業績表現理想，主要資產亦錄得穩定增長。他指，下半年在民生金融、普惠金融方面或有重大投資安排，預計收益及利潤會維持穩定增長。

項業務於上半年分別錄得1,536億元(人民幣，下同)及1,250億元貸款額，佔貸款總量近七成，未來會繼續專注兩項業務的發展，特別是普惠金融中的消費貸款、個人經營性貸款以及微貸業務。

浙商行賺64億人幣

另外，浙商銀行(2016)昨公佈中期業績，受惠於非利息收入增長帶動，上半年多賺15.54%至64.86億元，每股盈利34分，不派中期息。問到關於內地企業貸款槓桿率高的問題，浙商銀行副行長劉龍在記者會上表示，在該行前十大融資客戶中，並沒有企業面對流動性問題，加上佔比不大，該行有應對方案處理融資較大的客戶。對於回A上市計劃，他指有關程序仍在穩步推進中，而集資所得將用於補充一級核心資本。

貿戰未礙 港出口美國勁升一成

香港過去兩年出口表現



■本港7月錄得有形貿易逆差471億元。 資料圖片

香港文匯報訊(記者 蔡競文)市場憂慮7月開打的中美貿易戰對本港出口帶來影響，惟以政府統計處最新數據看，暫時未見衝擊。該處昨日公佈本港7月出口金額同比上升10%，較6月的3.3%同比升幅更強。其中，出口美國大升10.1%，較6月的10.3%升幅僅微跌。而7月來自美國的進口升15.1%，6月時則僅升2%。

中美貿易戰7月6日正式開戰，當日美國對第一批清單上818個類別、價值340億美元的中國商品加徵25%的進口關稅，中國同日對相同規模的部分自美進口商品加徵關稅措施亦開始正式實施。市場關注中美貿易戰對本港出口帶來影響。

首7月整體出口升9.4%

政府統計處昨公佈，繼6月份錄得3.3%的按年升幅後，本港7月商品整體出口貨值為3,591億元，同比上升10.0%。同月商品進口貨值4,062

億元，同比升14%。7月錄得有形貿易逆差471億元，相等於商品進口貨值的11.6%。首7個月的商品整體出口貨值同比上升9.4%，商品進口貨值同比升11.1%，首7個月錄得有形貿易逆差3,215億元，相等於商品進口貨值的12.2%。

政府：外貿下行風險增

政府發言人昨表示，受環球經濟仍然穩健和區內製造及貿易活動蓬勃所支持，7月商品出口貨值錄得雙位數的按年增長。輸往多個主要市場(包括內地和美國)的出口有明顯的增幅。展望未來，外貿環境的下行風險在最近數月已顯著增加。雖然美國與內地的貿易摩擦至今對香港出口的影響似乎有限，但或會在今年較後時間變得更加明顯。倘若貿易摩擦持續或進一步升溫，環球經濟增長亦將會受影響。

按國家或地區作分析，本港7月輸往亞洲的整

體出口貨值同比上升10.6%。此地區內，輸往部分主要目的地的整體出口貨值錄得升幅，尤其是馬來西亞(升44.0%)、越南(升23.3%)、中國內地(升12.8%)、印度(升11.2%)和韓國(升6.8%)。另一方面，輸往台灣和日本的整體出口貨值則錄得跌幅，分別下跌15.6%和7.5%。

除亞洲外，輸往其他地區的部分主要目的地之整體出口貨值錄得升幅，尤其是美國(升10.1%)和德國(升1.8%)。同時，輸往英國的整體出口貨值則跌3.6%。

馬來西亞進口值倍增

同期，來自大部分主要供應地的進口貨值錄得升幅，尤其是馬來西亞(升111.5%)、韓國(升26.4%)、美國(升15.1%)、內地(升10.2%)、日本(升10.1%)、印度(升9.7%)和菲律賓(升9.1%)。

申洲多賺21%增派息

香港文匯報訊 下月10日將晉身恒指成份股的申洲國際(2313)昨公佈2018年中期業績，為應對當前全行業的艱難經營環境，集團期內一方面積極擴充海外基地產能，保障整體業務的穩定增長；另一方面通過更新國內面料工廠的生產流水線，有效降低資源的消耗水準，並且進一步提升集團的生產效率，成功減輕了成本上漲所帶來的經營壓力。

馬建榮表示，展望未來，中美貿易爭端有升級之勢。集團重視客戶於中國市場的需求之同時，亦會進一步擴充海外基地之產能規模以降低國際市場之貿易政策變動風險。面對不確定的貿易環境，申洲國際立足於增強企業競爭力為發展策略之首要考慮，提升對客戶的服務能力，為消費者生產更優質的服裝產品。

中國服裝競爭力微降

申洲國際主席馬建榮昨表示，今年上半年，全球經濟復甦態勢尚未改變，國際市場的需求繼續呈穩中有升之趨勢。儘管國內市場需求仍錄得穩定增長，但受制於相對較高的勞動力成本及環保和菲律賓(升9.1%)。

馬建榮表示，展望未來，中美貿易爭端有升級之勢。集團重視客戶於中國市場的需求之同時，亦會進一步擴充海外基地之產能規模以降低國際市場之貿易政策變動風險。面對不確定的貿易環境，申洲國際立足於增強企業競爭力為發展策略之首要考慮，提升對客戶的服務能力，為消費者生產更優質的服裝產品。