

# 藍灣半島成交價量齊升



隨着市況持續升溫，本月港島小西灣藍灣半島繼續價量齊升，本月至今已錄得七宗成交，較上月同期的六宗有所增加。地產代理表示，區內業主沽售單位均獲利甚豐。

世紀21Q動力藍灣半島分行執行董事招潔冰表示，剛促成藍灣半島8座高層D單位交易，單位為三房套設計，實用面積845平方呎，業主早於去年九月放盤求售，原叫價1,580萬元，放盤10個月輕微降價20萬元，減幅僅1.3%，近日終以1,560萬元成交，實用呎價達18,462元。買家為本區客，單位屬於罕有特色戶樓層，客廳巨型落地景觀玻璃窗，向東外望開揚山海雙景，享受日出東方晨曦，吸引買家即時購入自住，單位業主賬面大幅獲利650萬元。

招潔冰續稱，剛促成藍灣半島2座高層G單位交易，兩房設計，單位實用面積455平方呎，單位原叫價為850萬元，最終業主減價32萬元成交，最終成交價818萬元，實用呎價達17,978元，再度逼近18,000元的今年呎價高位。買家為本區客，心儀此單位為極高層兩房則王，飽



■小西灣藍灣半島四房複式罕有頂層連天台特色戶，獲買家零議價2,900萬承接。

覽開揚山海景及城市景，加上間隔方正實用，故一見傾心立即購入。單位原業主持貨12年，賬面獲利153萬元。與此同時，該行另促成藍灣半島6座低層D單位交易，三房套設計，實用面積847平方呎，剛以1,680萬元成交，實用呎價達19,835元，再創同類單位呎價新高，原業主於上月底放盤僅三日便獲買家出價承接。

## 頂層特色戶業主賬賺1099萬

中原地產藍灣半島分行高級資深分區營業經理李偉寧表示，分行最新促成藍灣半島7座頂層特色戶交易，單位實用面積1,420平方呎，屬複式四房間隔，附333平方呎空中花園平台及482平方呎天

台，屬極罕有供應，全屋苑不足20伙。單位當初叫價3,300萬元，最近下調至2,900萬元，期間獲多組買家還價洽購，惟業主對後市信心十足，不為所動，最終獲買家「零議價」以2,900萬元成交，實用呎價20,423元。新買家為外區用家，鍾情單位為特色單位並自設平台和天台，坐擁壯闊海景，可一覽將軍澳及跨灣大橋美景，遂決定入市自用。原業主是次沽出單位賬面獲利1,099萬元。

李偉寧續稱，分行新近促成藍灣半島2座中低層F室租務成交，單位實用面積457平方呎，兩房間隔，最新以月租23,000元成交，實用呎租50.3元。原業主租出單位可享高達7.1厘租金回報。

## 核心商舖未全面復甦

核心零售舖位市場在2026年初出現回穩跡象，但若將數據拆細觀察，是次「復甦」並不全面，個別區域仍然出現高空置率的情況。以四大核心區之一的旺角為例，內街舖空置率在首季仍維持於9.9%的偏高水平，未見實質回落，反映區內經濟動力仍然不足。

旺角的空置率之所以高企，與其定位有關。旺角屬於民生、旅遊與零售交錯的「夾心區域」，市旺時可盡享三大領域帶來的人流，但市靜時則同時受到多方面的影響，而且旺角雖然也有大量的寫字樓，卻不是大型企業落戶的首選，因而未能受惠於金融業擴張，暫時也未能完全承接旅遊消費紅利，加上北上消費及網購持續分流本地需求，令整體舖位吸納能力受壓。

更值得留意的是，即使在同一區域內，街道之間的分化亦愈見明顯。再次以旺角為例，園藝街及圍園街幾乎出現「零吉舖」，但洗衣街空置率卻升至13.5%，創下自2016年以來新高，空置舖位增至17間，較去年第三季大幅上升。這種「一區兩市」的情況，反映零售人流與消費模式正快速重塑，傳統地段優勢未必再具普遍性。

如果選錯街道買入舖位投資，「損手」的機會極大。早前有投資者看好洗衣街一帶發展，斥資約2,080萬元購入舖位，原本期望透過收租及升值獲利。然而，租客其後轉投租金較低的新舖，令該物業短期內面臨空置風險，甚至需要減租求客。該案例說明，若錯判區域復甦節奏，亦可能由「收租資產」變成「坐實壓力」。

## 新一輪調整是結構性轉變

這一輪舖市調整，已不再是單純周期上落，而是結構性轉變。人流來源、消費模式及行業組合正在重塑，不同區域與街道的表現差距將進一步擴大。對投資者而言，過往依賴「核心區必勝」的思維已不合時宜，更關鍵的是判斷個別地段的實際需求支撐及產業動力。

工商舖學堂

江靜明

美聯旺舖董事

## 內地迎汽車後市場快速增長期

商務部等部門昨日發布兩項通知，大力推動全鏈條擴大汽車消費。在昨日的國新辦發布會上，商務部副部長盛秋平表示，從消費看，汽車類商品零售額佔社零總額的比重約為10%；從投資和出口看，汽車業佔製造業投資、汽車及零部件佔貨物貿易出口的比重均在6%左右。截至目前，中國汽車保有量達到了3.7億輛，汽車銷量連續17年位居全球第一，是名副其實的汽車大國。

他透露，近年來，中國在成為全球第一大汽車消費市場的基礎上，還先後實現了新能源汽車產銷量第一、汽車出口總量第一、中國車企全球銷量第一。汽車已經成為消費市場的熱點、外商投資的重點和對外貿易的亮點。

商務部等8部門昨日發布通知，公布了40個汽車流通消費改革試點城市及其重點改革創新方向。與此同時，商務部等9部門同步發布了關於培育壯大汽車後市場消費若干措施的通知。

盛秋平介紹，國家層面出台專項政

策，圍繞汽車改裝、汽車賽事、房車露營、汽車維修、汽車租賃、傳統經典車等後市場領域存在的管理制度不完善、標準體系不健全、優質供給不充分等問題，提出系列對策舉措。

## 成為惠民生擴消費「新藍海」

關於汽車後市場，盛秋平表示，圍繞汽車使用形成的後市場，是一個萬億產業，據國際專業機構的報告，全球汽車後市場規模已經突破一萬億美元，預計今年亞太地區將成為全球最大的區域市場。中國乘用車平均年齡7年以上的佔比已經突破50%，將迎來後市場快速增長期。汽車後市場已成為惠民生和擴消費的「新藍海」。

今年出台2.0版政策，聚焦汽車改裝、房車露營等六大領域，提出17條具體舉措。在優化服務供給上，盛秋平說，該舉措鼓勵汽車租賃品牌化、連鎖化、規模化發展，推廣「異地還車」「以租代購」等多元化服務模式。

## 鏈博會開幕 首設AI專區

為期五天的第四屆中國國際供應鏈促進博覽會（鏈博會）正在北京舉行，本屆鏈博會設置「6鏈1展區」，其中「數字科技鏈」升級為「數智科技鏈」，並首次設立人工智能專區，集齊了從基礎算力到終端落地的完整AI產業圖譜。英偉達、英特爾、高通等AI領域國際巨頭攜手內地生態合作夥伴亮相，中外人工智能企業在這裏串連一條科技鏈，推進技術對接、生態合作和應用落地。

當前，人工智能正在從屏幕延伸到物理世界，汽車、機械人、工業系統等，都在成為智能體AI技術落地的關鍵載體。展會現場，美國巨頭英偉達攜手聯想、比亞迪電子、文遠知行、銀河通用、智元等多家國內企業，完整呈現從能源、芯片、基礎設施、模型到應用的AI產業「五層蛋糕」。

展台工作人員向記者介紹，英偉達正將物理AI引入汽車行業，提高車輛安全性、加快開發和生產效率。國內物

理AI企業五一視界作為公司在AI加速汽車產業轉型領域的合作夥伴，其SimOne4.0產品級融合英偉達技術，構建了面向L4自動駕駛的數據驅動閉環仿真基礎設施，已服務全球超百家車企及科技公司，賦能L4自動駕駛規模化量產。

英特爾展台以「AI落地，芯築基石」為主題，展示內容覆蓋AI服務器、具身智能、智能汽車等領域。英特爾還與長安汽車聯合發布搭載AI Box Ultra的AI座艙解決方案，該方案將端側AI能力與安卓應用生態引入汽車座艙。

高通公司更是連續四年「全勤」參展，攜手榮耀、小米、vivo、聯想等生態夥伴，集中展示基於驍龍移動平台的智能手機、AI眼鏡等終端產品。展台上，一台北汽極狐問道V9是明星展品之一，該車型的車載AI智能體可覆蓋超過500種場景模式，為用戶帶來更智能、更一體化的駕乘體驗。