

元朗二手交投重拾升軌



元朗區二手交投回暖，本月至今錄得41宗二手買賣成交。地產代理表示，區內二手成交近期重拾升軌，業主願意減價促成買賣。

中原地产元朗區域營業經理王勤學表示，剛錄得元朗GRAND YOHO 9座高層G室交易，單位實用面積544平方呎，兩房間隔，減價30萬元，以900萬元易手，實用呎價16,544元。原業主持貨10年，賬面獲利173.8萬元，單位升值24%。另外，分行早前並錄得GRAND YOHO 8座高層F室交易，單位實用面積907平方呎，四房套房間隔，叫價1,494萬元，議價後以1,485萬元成交，實用呎價16,373元。原業主持貨14個月，賬面獲利135萬元，單位升值10%。

王勤學續稱，新近促成元朗世宙5座高層E室交易，單位實用面積430平方呎，兩房間隔，叫價670萬元，議價後以657萬元成交，減價13萬元，實用呎價15,279元。買家為上車客，心儀世宙位置便利，鄰近港鐵站，上址層數高，景觀開揚，遂承接自用。而



■元朗GRAND YOHO兩房戶業主減價30萬後，終以900萬易手。

資料圖片

原業主持貨11年，賬面賺105.2萬元，升值19%。

王勤學又稱，元朗YOHO TOWN最新錄得6座高層B室交易，單位實用面積637平方呎，三房套間隔，叫價950萬元，減價22萬元，以928萬元成交，實用呎價14,568元。同座高層同室戶一星期前以同價沽出，今次最新成交單位低4層，買家遲一星期入市，同價只能買低數層。原業主持貨19年，賬面獲利643.2萬元，升值2.3倍。

王勤學表示，元朗尚豪庭近日單日連錄2宗成交，包括3座中層B室，實用面積440平方呎，兩房間隔，叫價620萬元，減價45萬元，成交價575萬元，實用呎價13,068元。原業主持貨15年，賬

面獲利227.6萬元，升值65.5%。而屋苑同日亦錄1座中層E室交易，實用面積858平方呎，三房間隔，業主叫價1,000萬元，以950萬元易手，實用呎價11,072元。原業主持貨15年，轉手賬面獲利268萬元，單位升值39.3%。

世宙三房戶908萬沽

美聯物業元朗形點II分行營業經理郭展鵬表示，該行最新促成世宙5座高層K室交易，單位實用面積643平方呎，三房套間隔。單位原本叫價938萬元，獲區內用家議價30萬元，以908萬元承接，實用呎價14,121元。原業主持貨10年，賬面獲利147.1萬元，升值19.3%。

寫字樓復甦因經濟提速

寫字樓市場的復甦，往往先見交投回暖，再逐步反映於租金及價格。今年首三季商廈買賣額量齊升，指標甲廈空置率亦回落，顯示買賣承接與樓面吸納同步改善。現階段值得關注的，已不止是價格何時見底，而是如何令成交及租務持續增加，為下一階段升勢累積動力。

根據美聯工商舖資料研究部綜合土地註冊處數據，首三季商廈註冊量錄得1,015宗，按年增加19%；金額約200.2億元，上升15.6%，是工商舖三大板塊中唯一累計額量齊升的類別。這組數字意義，在於市場承接較去年改善，買賣雙方逐漸在價格與回報之間找到成交空間。而金額增幅暫時落後於宗數，未必是削弱復甦信號，反而符合市場修復初期「量先價後」的特徵。當成交持續累積，可為買賣雙方提供更清晰的估值參考，逐步收窄預期差距。隨着承接增強，價格便有條件由企穩走向回升，毋須期待量價同時急升，才確認市況改善。

租賃市場亦見積極變化。據傳媒報道，浙商銀行承租國際金融中心一期兩層樓面，反映中資金融機構對核心區優質商廈仍有需求。即使部分租務涉及搬遷，也有助帶動樓面流轉；若業主配合市場提供合適租賃條件，便有機會將企業選址需求轉化為更多成交。

重點鞏固交易增長

9月份指標甲廈空置率降至8.5%，創2020年12月後新低，東九龍、葵涌及沙田亦見回落。各區空置水平雖有差距，但改善並不限於核心地段，是較值得重視的方向。因此，當前重點是鞏固交易增長，而非催促價格上升。業主維持合理叫價及租務彈性，有助促成交易；融資條件若進一步改善，亦可讓有實際需要的買家及企業更易落實部署。9月份商廈買賣額量雖按月回落，惟只要中期成交基礎持續擴大，短期波動便不必過慮。真正決定復甦力度的，始終是經濟增長。經濟向上爬升愈快，企業對收入及業務前景的信心愈強，擴充、增聘與增購樓面的意慾才更易轉化為實際需求。

工商舖學堂

李鎮龍

美聯商業董事

深圳禮品展料吸30萬採購商

第34屆中國(深圳)國際禮品及家居用品展覽會昨日開幕，來自歐美、中東等地的大量國外採購商雲集。此次展會匯聚4,500家優質展商，現場展出超100萬款創意禮品與家居用品，預計展期內將接待超30萬人次全球買家到場參觀採購。

記者在現場留意到，不少貿易商、代理商、跨境電商和國外客戶紛紛前來採購。從事咖啡機、廚房家電等小家電產品研發生產的深圳聯創科技工作人員表示，公司年銷售額有數十億元(人民幣，下同)，今年出口平穩增長，出口產品以加濕器、電暖氣、風扇等「兩季產品」為主，還有咖啡機、榨汁機等，按客戶需求出口。目前出口一個月有幾十個貨櫃。不過，歐洲和美國都有明顯的通脹，出口會受到一些政策影響。

在消費電子展館，來自中東的多位客商聚集在



■迪拜客商對樂森機器人展位十分感興趣。

深圳樂森機器人展位，諮詢其智能變形玩具機器人，並商談在中東代理銷售和批發業務。該公司工作人員稱，公司產品包括正版授權的變形金剛擎天柱、迪士尼授權機器人、迷你機器人等。迷你機器人最大特點是可連接大模型，實現人機自由對話，價格在149至399元之間。至於擎天柱變形機器人則內置芯片，能語音控制，既可以當機器人也可以變為玩具汽車，售價8,999元。該產品獲得美國孩之寶正版授權，可動、可走、可自動變形變成卡車，還可編程操作。該工作人員稱，公司產品全球出海，在北美和歐洲都有分公司，一年銷售額有數億元，每年業務增長30%至50%，今年出口情況不錯，年底數據還沒出來，預計也有30%至50%的增長。產品重點出口美國、英國、法國、西班牙等歐美國家，並通過傳統貿易出口。

港發揮四大功能 助力灣企出海

近年愈來愈多內地企業「走出去」拓展海外市場，特區政府投資推廣署署長劉凱旋昨出席一個論壇時表示，大灣區企業要建立國際品牌，產品出口暢銷只是第一步，要令海外客戶信任、認同、願意長期選購，才叫做品牌，而這正是香港發揮作用的地方。她認為，在助力大灣區企業出海方面，香港可發揮合規、財資、營銷，以及孵化四大功能。

改善企業跨境資金池

劉凱旋認為香港作為內地企業「出海首站」，早已超越單純融資窗口的角色，而是全面承擔了支撐企業走向世界的四大核心功能：第一個功能是合規底座與全球營運中樞，香港與國際會計、法律及監管規則無縫接軌，協助企業在國際化布局中穩健合規；第二個功能是全球財資中心與供應鏈樞紐，助力企業調配全球資金、改善跨境資金池，並依託香港的國際

商業網絡，對接全球供應鏈與物流樞紐。

第三個功能是高端品牌與國際營銷門戶，藉助香港的國際化平台與標準，包括知識產權保護、國際化的設計及市場推廣人才，協助大灣區企業由「借港賣產品」躍升為「借港打造全球高端品牌」；第四個功能是創新模式的孵化器，企業不斷創新發展出「A+H資本驅動型出海」、「香港統籌、海外落地」，以及「內地製造、香港跨境結算」等豐富的營運模式。

劉凱旋表示，未來投資署將繼續發揮香港內聯外通的獨特優勢，繼續為企業做好三件實事，包括在企業來港之前了解它的出海目標，協助規劃在港設立地區總部、財資中心或品牌，以及知識產權管理平台；按企業需要對接合適法律、會計、融資及市場推廣等專業服務機構；在企業落戶之後持續跟進，協助它以香港為平台拓展海外市場。