

灣仔重建項目劃入高限

城規會不斷為各區加入高限，繼網羅灣、大角咀及旺角後，重建價值頗高的灣仔亦受波及，其中鄰近太古廣場的多幢舊樓首當其衝，全數限建110米（主水平基準以上，下同）。不過，不少發展商率先替旗下重建項目，申請建築圖則，成功避過高限。

城規會昨日宣布修訂灣仔分區計劃大綱核准圖，為灣仔北邊吉士打道，東接波斯富街，南至皇后大道東、禮頓道及堅尼地道，西臨葛蘭里及軍器廠街引入高限，影響面積達89.18公頃。

近年積極在灣仔區收購舊樓的太古地產，旗下鄰近太古廣場3期的多幢舊樓，獲城規會加入100米至110米高限，當中永豐街12至18號永豪閣，太古今年5月份向城規會申請重建為1幢24層高商廈，高度近120米，惟今次被設高限100米。而集團於07年以13.6億元購入的灣仔大生商業大廈，以及該廈兩旁、市傳太古一直低價收購的晏頓街2至8號，以及蘭杜街1至11號多幢舊樓，高限為110米。另稍後將活化為酒店的灣仔警署限建4層，一街之隔的警察宿舍高限80米，樓宇左右各設非建築地帶。

另外，信置（00083）夥拍和與市建局共同發展的灣仔利東街重建項目，早已批則興建4幢30至40層高住宅，另設3至4層基座，提供1313伙，所以不受新增高限影響。同時，恒地（00012）灣仔吉士打道210至216號的國民、金國大廈重建項目亦已批則，今次避開一劫。另金朝陽（00878）持有的慶雲街17至19號舊樓，今年4月向城規會申請重建1幢25層酒店，高度約93米，較新增的100米高限還要低。

天巒及御·豪門獲滿意紙

國慶黃金周5盤混戰，新地（00016）及華懋的雙魚河天巒及九龍城御·豪門，昨日雙雙取得滿意紙，前者今派樓書下周中派價單，後者更急於今日即公布價單，兩盤連同灣仔 QUEEN'S CUBE、馬鞍山天宇海及沙田嘉御山將於國慶慶啟。

如箭在弦的新地（00016）雙魚河天巒，新地代理執行董事雷霆證實項目已取得滿意紙，連連即日派樓書，最快下周中派價單，十月一日國慶當日開價，維持首批40伙目標。另華懋籌備多時的九龍御·豪門昨日取得滿意紙，發展商即安排今日開記招公布價單及派樓書，最快可於7日後即下周日開價，早前有傳首批擬推中高層共54伙，AC及BD單位可自製相連，倘「打仔」買，呎價由最低約7300元至9500元。另外，南豐彩市建局發展的灣仔 QUEEN'S CUBE昨日正式派樓書，南豐發展地產部副總經理黎學良指出，最快下周開價及周六開價，578至582呎的一房單位供應僅得24個，供應偏少，開價會較開放式單位高5%至10%，入場費約900萬元，過去3周已接獲200個對一房戶的查詢，物業已為現樓，暫時只提供即供付款，45日成交，但考慮到換樓客需要，有意提供120日成交。

此外，開出筭價的天宇海反應不俗，長實地產投資董事黃思聰表示，示範單位中秋節假期及昨日共錄1.2萬參觀人次，部署今日加推單位，加推不乏天宇大宅及海畔花園等特色單位，加推單位將維持原價，但稍後加推會陸續加價，加推連首推單位安排下周中段一併開價。消息指該盤收票已逾400張。嘉華國際董事（營業及市場策劃）陳玉成指出，旗下沙田嘉御山將夥拍美聯，於國慶黃金周期間，安排內地聯樓團抵港，初步約有20人參加。

天匯呎價6萬售出一伙

高層特色戶獲洽購 呎價逾7萬元

撥開雲霧

恒地旗下一直備受不利謠言困擾的干德道天匯，終擺脫魔咒錄得成交，61B半複式單位證實售出，涉資3.3816億元，呎價6萬元締本港及亞洲最貴分層，接近恒地消息人士指出，該盤高層特色單位獲每呎逾7萬元洽購，倘成交，呎價將再破紀錄；另該集團今年至今已售約500個單位，套現70億元，有望達今年套現百億的目標。

天匯

匯61B成交的買賣合約已上載天匯的網頁，根據網頁顯示，有關買賣合約已於本月18日簽訂，成交價3.3816億元，面積5636方呎，呎價6萬元，發展商將支付半份釐印，即樓價的2.125%，等同718萬元。

接近恒地消息人士透露，買家需於30日內支付25%樓價作為首期，餘款75%於成交時付清，交易期為125日，乃恒地一般處理豪宅程序的慣常交易期限。至於最惹人關注的買家身份，則未取得買家同意，買家身份需要保密。

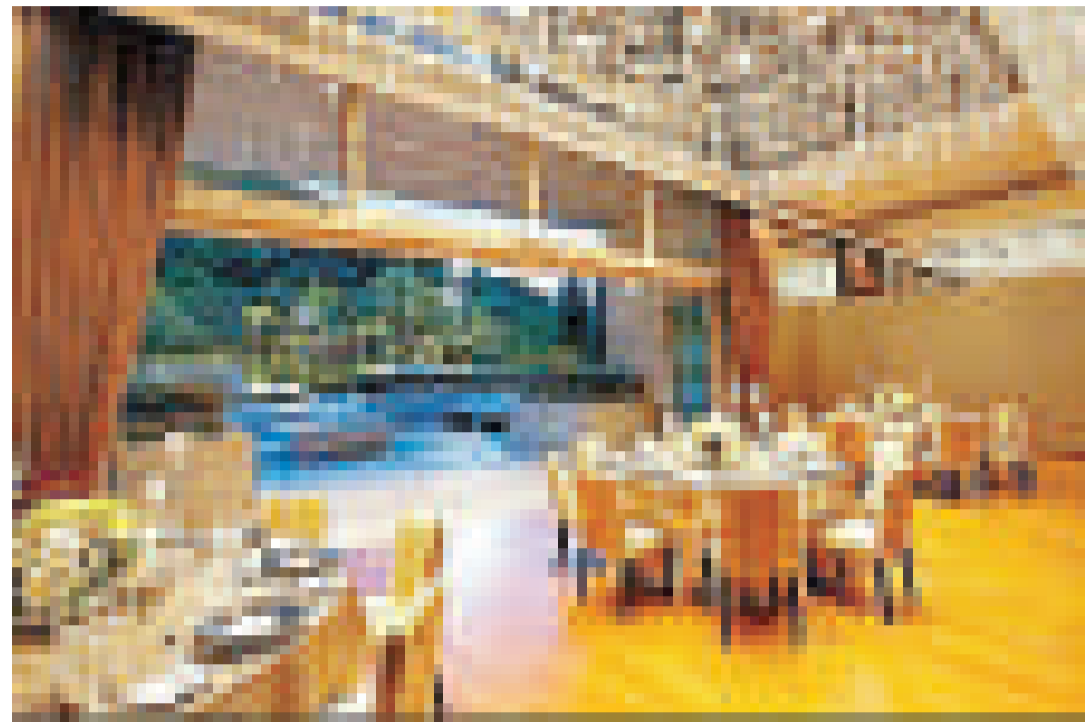
消息人士又稱，天匯再錄得成交反映超級豪宅確實有價有市，預計對樓價不會有影響，況且本港豪宅與中小型樓市出現兩極化已成鐵一般事實，以恒地同系油塘嘉寶居現平均呎價6000餘元，以及近期新界1個臨海新盤，平均呎價亦僅6000餘元，可見超級豪宅與中小型住宅互不相干，中小型單位乃普羅市民可負擔水平。

城市大學MBA課程主任曾淵滄指，星洲80%以上市民居住政府資助的組屋，豪宅活動從不影響中小型市場，兩者樓價差距雖大，但與市民的條件及生活質素無抵觸，與本港情況相類似。事實上，各個城市均出現豪宅及中小型兩極化現象，早前摩洛哥1個頂層複式單位以23多億港元售出，呎價超過10萬元，打破英國海德公園的紀錄，比天匯之前創出的7萬元高出一截。

天匯捷訂事件一直成為傳媒窮追猛打對象，個別傳媒更對天匯買家大起底，間接導致買家對樓盤心生忌避，避之則吉，更一度被認定論為「爛盤」，然而今個成交隨即為天匯大平反，之前困擾天匯的不明因素將隨今個成交一掃而空，天匯缺口打開，成交陸續有來，接近恒地消息人士證實，單位已陸續獲洽購，個別高層特色呎價已洽至尾聲，呎價必高於之前一度創世界紀錄的7萬元。

恒地料售樓達百億元目標

接近恒地消息人士又稱，集團今年至今已售出500個單位，全屬貴價樓盤，如南區赫蘭道2座獨立別墅套現10億、大埔富匯半島、天匯以及中環環球大廈1層商廈等，由於單位全屬貴價貨，最低消費亦要2000多萬，故即使售出單位伙數不多，至今已套現70億元，有信心未來一季有天匯壓陣下，再可有觀進帳，有能力達至年初今年套現100億元的目標。



▲天匯會所首度曝光

十個最貴分層呎價單位

日期	物業	成交價 (億元)	呎價 (萬元)
10年9月	半山天匯61B	3.38	6
10年9月	九龍站凱旋門摩天閣天際獨立屋77-79A室	3.1	5.7
10年3月	中半山雅賓利36樓複式	3.38	4.95
10年3月	中半山Branksome Crest51A	2.03	4.39
09年12月	西半山懿峯62A及B	1.76	4.1565
08年6月	九龍站凱旋門映月閣天際獨立屋	2.25	4.1
07年11月	西半山Branksome Crest 52-53樓	2.82	3.98
08年6月	九龍站君臨天下1座77A	0.8622	3.8
09年8月	尖沙咀名鑄59B	1.5	3.66
09年8月	尖沙咀名鑄58B	1.43	3.5



天匯

城市資訊

太古青年藝術坊現正舉行「創作體」獲獎作品巡迴展

太古青年藝術坊隆重呈獻2010年度「藝才群起！詩·相·感·秀創作體」（「創作體」）獲獎作品巡迴展。展覽於9月21日至27日假太古城中舉行，展出五個獲獎作品，包括：白金獎、金獎、傑出攝影獎、傑出中詩獎及傑出英詩獎。「創作體」是一個綜合攝影與詩歌寫作的跨媒體藝術項目，今年5月在香港、北京和上海同步展開，邀請三城的中學生參加，表現優秀的學生於8月中齊集香港，參加創作交流營及決賽，並由專業評審選出五項大獎的得獎團隊。是次展出為三城巡迴展覽的首站，讓香港的公眾人士先睹為快，近距離觀賞這些傑出的詩影作品。除展示得獎作品外，現場將會播放獲獎團隊在決賽時的演繹片段，讓人同時欣賞學生的藝術才華及創意演繹技巧。此外，屆時亦會播放創作交流營的精華片段及介紹太古地產於藝術文化工作方面的短片，藉此加深觀眾對「創作體」及太古地產的認識。展覽現場更特別設置「詩相誘發思想」創作專區，鼓勵公眾參與及體驗創作詩影作品的樂趣，他們只要選擇喜歡的照片，寫上所思所想，即可換領紀念品乙份，並有機會展示於展覽樹上予公眾欣賞。

為呼應「創作體」今年以「城市面孔」為題，展覽設計亦以突顯城市面貌為主，以3D技術重現高樓大廈、花草樹木及車輛馬路等，置身其中，感覺既熟悉又親切。

此外，現場設有多個影相位供公眾拍照留念。如有查詢，請致電21115882。



新世界集團及周大福VIP品牌活動展開



▲新世界中國地產（武漢）營銷推廣部總監陳亦南（中）、武漢新世界酒店總經理David Wicker（右二）、武漢新世界百貨中心店總經理趙維橋（左二）、K11中國南區營運助理總經理許耀新（右一）及周大福珠寶華中營銷管理部經理胡慧君（左一）共同出席武漢地區啓動儀式

新世界集團及周大福VIP計劃值成立一周年之際，新世界集團及周大福集團攜手舉辦「完美婚嫁 完美人生」系列活動，開啓「完美婚嫁」之旅，為「完美人生」獻上精彩厚禮！「完美婚嫁 完美人生」系列活動，由新世界

中國地產領銜，周大福珠寶、新世界百貨、新世界酒店、武漢K11新食藝及Moschino攜手打造。為配合整個系列活動的進行，新世界中國地產於內地七個城市同時啓動名為「完美婚嫁 完美人生」之現金券活動。

在9月1日至12月31日期間，新世界中國地產於瀋陽、鞍山、武漢、長沙、成都、廣州及順德地區舉辦「完美婚嫁 完美人生」現金券活動。活動期間，客戶成功購買新世界中國地產於七個城市的指定單位，即可獲享新世界中國地產現金券，憑此券可暢享新世界集團及周大福集團的珠寶首飾、百貨、酒店及飲食消費！

同時，武漢及瀋陽地區更舉辦精彩紛呈的大型品牌聯動活動，其中包括「啓動儀式」、「網路互動遊戲」、「國慶大型外展」及「完美婚嫁」等。通過不同形式的品牌聯動活動，讓客戶體驗新世界集團及周大福集團聯動打造的包括珠寶首飾、房地產、百貨、酒店、飲食及衣服品牌等領域的高尚及便捷的一站式婚嫁服務，讓人生最美的時刻更璀璨盛放！



▲新世界中國地產地區總監一瀋陽及鞍山劉松燦（右二）、新世界百貨區域總經理—東北區劉運廣（右一）、新世界發展企業事務副總監趙志方（左二）及周大福珠寶瀋陽辦事處高級主任鄭義熙（左一）共同出席瀋陽地區啓動儀式

「完美婚嫁 完美人生」活動也是自新世界集團及周大福VIP計劃啓動以來，新世界集團及周大福集團舉辦的首個全國性子品牌整合活動。而在未來，依託龐大的資源平台，新世界集團及周大福集團將為客戶呈現更多形式的品牌聯動活動，為尊貴客戶提供眾多領域的豐富品牌服務和產品優惠。

中銀銀聯雙幣信用卡推全新電視廣告

中銀信用卡（國際）有限公司（「中銀信用卡」）現正推出全新的「中銀銀聯雙幣信用卡」電視廣告，以當時代感和生活化的拍攝手法，介紹嶄新的信用卡消費優惠和服務。「中銀銀聯雙幣信用卡」是「銀聯」全球首張港幣及人民幣信用卡，在本地及海外簽帳以港幣結算；在內地簽帳以人民幣結算，通行全球逾90個國家及地區，特別適合經常穿梭香港和內地、或到海外公幹旅遊的香港居民使用。

「中銀銀聯雙幣信用卡」電視廣告強調雙幣信用卡的跨境消費優勢，包括：首推的跨境繳付服務和海外簽帳手續費優惠，並以獨特的創作手法，不斷交替轉移不同的消費場景，如商場、酒店、食肆、機場，以至日本的購物熱點等，彰顯雙幣信用卡受全球消費點接納的優點。與此同時，廣告採用港幣及人民幣符號演繹雙幣概念，清晰表達雙幣結算的特點。廣告取材生活化，切合我們日常消費模式，也充分體現中銀信用卡靈活創新的企業形象。這套全新電視廣告正好配合一系列「中銀銀聯雙幣信用卡」平面廣告，透過主角貫穿不同的場所，凸顯卡戶專享多項服務和禮遇，包括環球消費便利、節省匯率差額、海外簽帳手續費優惠和跨境繳付服務等，優勢獨享。平面與電視廣告訊息互相呼應，進一步為「中銀銀聯雙幣信用卡」確立雙幣結算的鮮明印象，強勢延續領先地位。

陽江召開濱海新城經濟發展論壇

陽江廣博園高爾夫一樓國際會議廳日前人潮湧動，陽江濱海新城經濟發展高峰論壇暨中惠、龍熙山新產品發布會在此隆重舉行。珠三角和香港各大媒體、陽江社會名流、地產行業精英齊聚一堂。廣東省社會科學院競爭力評估研究中心主任、復旦大學博士、經濟學教授丁力、《華夏時報》總編輯、著名財經評論家水皮，他們分別對陽江城市規劃、投資環境和固定資產投資做了權威解讀和分析，得到了現場觀眾高度欣賞和共鳴。

中惠龍熙山是中惠熙元在陽江繼中惠沁林內需市場，促進消費持續增長，拓展企業發展空間和利潤空間。時尚名品展銷會將使用順德展覽館中心三個館，展覽面積達到2萬多平方米，共設展位879個，分品牌折扣區、外貿精品區、內銷品牌區、大型家電賣場及汽車館。據悉，目前90%的展位已經訂出，來自廣佛兩地以及國內外的近500商家將攜旗下最優質的產出，組成最龐大的品牌陣營。黃裕勇

中惠龍熙山一期即將於10月面市，戶型面積為320㎡-445㎡，花園面積為240㎡-580㎡，戶型全套房設計，並有大家庭花園、大空間會客廳、大面積露台，旁邊已有廣博園高爾夫，陽東廣雅中學、龍山公園等。以其純獨墅的定位，佔據了陽江中央別墅區的制高點，其價值因稀缺而讚嘆。

▲廣佛歡樂購物節今秋開鑼 順德將辦時尚名品展銷會

TCL通訊搶灘內地市場

有關權威機構分析認為，2010年將有8550萬手機用戶通過移動終端登錄互聯網，2014年規模將達到1.42億。如此龐大的市場空間和機遇，引發了TCL通訊為代表的內地手機廠商高舉「互聯網手機領跑者」旗幟，與國際巨頭競逐全球市場。

TCL通訊亦強勢出擊內地市場，主攻移動互聯網手機，旗下阿爾卡特品牌，推出側滑全鍵盤、十項全能移動互聯網手機OT880，被譽為創新之作。據TCL通訊副總裁、電子商務中心總經理肖鋒介紹，憑藉產品技術與品質優勢，將通過阿爾卡特品牌力推一系列新技術、新功能、差異化的娛樂互聯網手機。如已推出的阿爾卡特OT880以全面、易用的互聯網娛樂應

用為賣點，內置中國第一的手機瀏覽器UCweb，簡化的郵件功能，以及與網易、淘寶等進行戰略合作，內置手機網易、淘寶網等。

此外，TCL通訊在電子商務終端的渠道建設也頗具遠見。肖鋒表示，基於目前內地電子商務每年以超100%的速度增長，TCL通訊也順勢成立了電子商務中心，在新的營銷模式和新的銷售方式下進行聯電子商務銷售模式的渠道建設。目前，TCL通訊正在整合行業鏈資源，與淘寶、京東、當當等行業內領先的網站及央視購物等電視台展開商業合作，將建立的統一高效的電子商務平台，力圖打造新型的傳統廠商電子商務模式。

梁茹