

形薈143伙即日沽清

Grand YOHO原價加推121伙

新地(00016)推盤步伐不停,以「雙響炮」姿態登場的筭筭灣形薈及元朗Grand YOHO,俱大收旺場。其中,昨天打頭炮開賣的形薈,在大手客簇擁下,首推143伙即日沽清,套現超過10億元,有機會日內加推。而膺今年新盤票王的Grand YOHO,四天收票逾萬張,發展商趁旺原價加推121伙,折實入場費536萬元。

大公報記者 林惠芳

筭筭灣形薈昨天首輪銷售,推出143伙,儘管有指樓盤價格高於同區二手,但「磚頭保價」的大前提下,大手客一於照搶。該盤上午進行的大手時段,大批豪客早已到場等候,截至下午三時,消息指有逾70伙已獲大手客掃入,連地產代理高層也買入五伙長線投資。在大手客旋風式掃過半數單位後,餘下僅約60餘伙,則於下午進行的散客時段發售,僧多粥少,該盤首輪143伙於晚上八時前已經全數被認購。

新地代理(銷售及市務)助理總經理譚錫湛表示,形薈上午進行的A組大手時段,共有約79伙獲認購,大手買家分別買入二至五伙不等,考慮本周初加推單位。

美聯羅文駒3600萬買形薈

美聯物業高級區域營業董事羅文駒說,與家人居於北角城市花園,家人持有筭筭灣物業收租,對區內環境熟悉,所以斥近4000萬元買入形薈五伙單位,包括兩伙開放式及三伙兩房單位,物業以太太名義購入,折實共約3600萬元。

至於今年新盤票王Grand YOHO,上周公布首批226伙價單,最平折實呎價低於1萬元,引起全城入票熱,市場指,該盤昨天再收逾2500票,過去四天累積收票逾一萬張。

新地副董事總經理雷霆表示,Grand

YOHO參觀及收票情況非常踴躍,為回應市場熾熱需求,決定加推121伙,平均折實呎價12398元,價格與首批單位不同,扣除最高18.25%折扣優惠後,今批單位折實入場費僅536萬元,屬原價加推,計劃短期內公布銷售安排。

新地代理助理總經理胡致遠表示,Grand YOHO過去四天開放示範單位,平均每天錄逾萬人次參觀,不少為用家。

新盤氣氛升溫,元朗世宙也湊熱鬧。長實地產(01113)表示,旗下元朗世宙迄今累售逾1060伙,套現逾63億元,現僅餘最後6%單位發售,其中兩房單位只有15伙,為回應市況,發展商增加精選兩房單位28.8萬元現金回贈和兩房單位八萬元現金回贈優惠。此外,宏安地產(01243)馬鞍山薈昨天又加價加推130伙,單位面積221至411方呎,訂價330.7至675.3萬元,平均呎價15726元,折實平均呎價14153元,折實價297.6萬至607.8萬元,該盤過去兩天共加推260伙。

綜合市場消息,過去周末一手盤共售約194伙,除了形薈熱爆外,會德豐ONE HOMANTIN過去周末再沽五伙,項目累售144伙,套現逾17億元。中原地產亞太區住宅部總裁陳永傑指,多個新盤連環開售,八月首19天,一手成交宗數已錄約1450宗,料本月全月可達2800宗。



胡致遠(右)表示,元朗Grand YOHO示範單位平均每天錄逾萬人次參觀。旁為雷霆

大埔嵐山呎租48元媲美九龍站

【大公報訊】私樓短缺,個別割房戶租金媲美豪宅。大埔嵐山一個不足200方呎單位,剛以9300元租出,實用呎租近48元,創屋苑新高,媲美九龍站水平。

消息指,大埔嵐山6座低層A室,實用195方呎,開放式間隔,以9300元租出,實用呎租47.7元,打破了七座中層A室開放式單位,實用180方呎,於去年九月份造出的每呎44元紀錄,創屋苑呎租新高。

二手樓價不斷上漲,美聯物業高級分行經理劉浩勤稱,將軍澳新都城二期六座高層F室,實用面積363方呎,今年五月份開價500萬元,剛反價14萬元以

514萬元易手,實用呎價達14160元,創屋苑分層單位去年九月後呎價新高,較同類單位早前造價約480萬元,大幅反彈約7%。

新界區二手樓也追落後,粉嶺區過去周末連錄多宗樓價成交。中原地產分行經理黃啓立表示,花都廣場3座中層D室,實用370方呎,兩房間隔,以396萬元沽出,實呎10700元,創屋苑今年呎價新高。代理指,粉嶺居屋嘉盛苑B座高層11室,實用598方呎,以綠表價368萬元易手,實呎6154元,無論成交價或呎價同創粉嶺綠表居屋新高。

中原地產指,十大屋苑於過去周末錄17宗成交,按周回落5.6%。

滙豐珠三角續增聘

【大公報訊】記者黃裕慶報道:滙豐控股(00005)去年6月宣布加快投資亞洲,與香港毗鄰的珠三角是重點區域。滙豐大中華區行政總裁黃碧娟說,中國內地經濟增速放緩,滙豐去年在珠三角增聘數百名職員,速度「放慢咗」,但預期未來12至18個月的增聘人數較去年多,至今也沒有減少內地分支行數目。

滙豐現時在珠三角地區約有1300多名員工(不計支援集團整體業務的全球服務中心人手),主要集中在廣州和深圳;全中國僱員人數約為2萬人。翻查資料,截至去年12月,珠三角人手約1000多人。

展望未來12至18個月,黃碧娟預期增聘人手速度或「比較接近原來計劃」。她舉例說,滙豐擬於年底前在中國內地推出自營品牌信用卡,「到時實要再請人」。

黃碧娟透露,8月中已於內地推出信用卡先導計劃,首批目標客戶是滙豐在中國內地的職員。推出自營品牌信用卡的目的,除了可吸引新客戶,亦有助豐富零售銀行及財富管理(RBWM)業務內涵。

滙豐過去一年在珠三角增撥資源,初見成效。今年上半年,珠三角的RBWM新增客戶按年增加66%,工商金融業務(CMB)新增客戶亦升35%,按揭貸款增長超過35%。單計廣東省地區,上半年貸款金額47億美元,按年升14.6%。

根據原訂目標,滙豐冀中期而言,來自珠三角的稅前盈利可達10億美元。黃碧娟表示,該行沒有對外公開相關數字,但指進展「唔錯」,上半年的收入(revenue)亦錄得增長。她補充說,投資項目一般需時3至5年時間,才能評估其成效,而最初1、2年往往是投資期。滙豐今年在中國內地新增了3個網點,至今沒有縮減內地分支行數目。



黃碧娟表示,滙豐在珠三角增聘人手速度可望加快。大公報記者黃洋港攝

發展陷瓶頸 對手力拓自駕服務 特斯拉前路崎嶇險峻

電動車公司特斯拉(Tesla)在全球汽車業聲名大噪,但旗下電動車仍是叫好不叫座,在全球汽車市場中,仍僅佔1%而已,在部分地區的市場,尤其是美國,銷量更錄得下跌。此外,現在全球已把目光放在未來數年將推向市場的自動駕駛汽車中,令特斯拉的前景日益受到考驗,再加上該公司的發展已遇上瓶頸危機,特斯拉的前路絕不暢通。

國際經濟 >>>

大公報記者 李耀華

特斯拉近年的新聞時有所聞,它是自從美國佳士拿車廠在1925年成立以來,首家引人注目的、專門生產電動車的,目的是要節省全球的資源和改變整個世界。特斯拉現時正由曾發射火箭到火星的硅谷富豪馬斯克所操縱。

不過,汽車業界對於特斯拉未來的發展卻不看好,雖然該公司直至現在深受公眾人士,兼且傳統汽車業界所注視,但這不擔保特斯拉可以跨越所有障礙並急速成長。

福特研全自駕汽車

電動車的發展已有些老化,而且亦一直未能成為熱潮,不少與特斯拉同期組成的電動車公司現都已結業。傳統汽車巨頭雖然一直有意開發電動車的計劃,但是其業務仍主要是以內燃機為主。事實上,全球買電動車的人很少,佔整體銷量僅約1%,在一些地區,尤其是美國,電動車的銷量甚至更已出現下跌。

現時車壇的熱話已轉到自動駕駛汽車那裏,優步(Uber)剛宣布會在匹茲堡推出一隊以富豪自動駕駛車隊組成的叫車服務,時間比Lyft和通用汽車還要早。通用汽車與Lyft本來計劃在未來數月推出自己的城市無人駕駛車隊。福特汽車亦在去年表示,將於2021年在市場上推出一系列的全自動駕駛汽車,車內並無軀盤、腳掣。

當然特斯拉自己亦推出了首個半自動駕駛的系統Autopilot,可在高速公路和小路操作。但是馬斯克與團隊仍力優化半自動駕駛系統,而並非打算全力開發無人駕駛系統,無奈大環境已改變,特斯拉又能否適應新的變化呢?

大規模生產成最大障礙

而且,對於特斯拉來說,現正付出成一家成功汽車公司的代價,雖然其市值與福特和通用汽車接近,後兩者都擁有超過一百年的歷史,但是特斯拉在要成一家有能力大規模生產汽車的發展方面,遇上了很大的障礙。原因是汽車製造是一種資金密集式的投資,特斯拉現時已不再是一家創投公司,馬斯克希望大幅改善生產的程序,但是,自從1980年代的豐田以來,從未有人能取得這種成就。

要把生產汽車的數量成為一般工業產品的產量,對特斯拉那種先做快速行駛的汽車然後再解決其他問題的策路來說,是一種挑戰。事實上,要製造一輛4000磅重、時速80公里的龐然大物,與創造一個軟件平台或是一部手機來說,相差極遠。

因此可以說,特斯拉面臨的前路崎嶇,是該車廠成為一家大車廠的重大障礙,特斯拉必須越過這一段路,才可有更美好的將來。



特斯拉發展並非一帆風順,在美國的銷量更出現下跌

經濟放緩打擊汽車業

【大公報訊】美國汽車銷情在需求不斷增加和新興市場(如中國市場)等刺激下,一直都很理想。然而,近期的情況有變,美國汽車銷情將因為中國經濟放緩和強美元的打擊下,前景變得黯淡。

物流公司Pasha Group一直從事與三藩市港口付運汽車有關的業務,該集團汽車服務部高級副總裁John Pasha認為,全球汽車市場一直都很強勁,主要是受到內地需求不斷上升和新興市場國家的追捧。但今日的情況出現變化,全球汽車市場的前景已變得黯淡,原因是中國的經濟放緩,加上強美元令美國出口貨品,包括汽車等變得昂貴。

經濟師甚至估計全球最大汽車市場的北美洲,在未來數年的銷售額將會停滯不前。

事實上,全球汽車業的前景亦不容樂觀,IHS Global Insight的統計指出,全球今年汽車的銷售額只會上升2.7%,是六年以來最慢。在今年六月,在汽車前景研討

會中,芝加哥聯儲局經濟師William Strauss估計,汽車和輕型貨車在美國的銷量在2017年將為1720萬輛,較今年略為下跌。

麥肯錫最新一份報告中亦指出,原來視汽車為身份象徵的中國消費者,近年對其他選擇,例如買二手車、租車和叫車等服務的接受程度亦有所增加。該公司估計,由2010年至2015年,中國汽車每年的銷量均上升逾一成二,然而,由現在至2020年間,中國的銷售額只會增長5%。

然而,雖然中國汽車市場放緩,但是其他新興市場的汽車工業卻有不俗的發展。受到低勞工成本的吸引,全球各地車廠近年在墨西哥共投入了133億美元,令在日本、韓國和德國生產汽車的數量將會減少330萬輛。密歇根州汽車研究中心估計,墨西哥汽車工業的規模,在2010年至2020年間,將會大增超過一倍,至超過600萬輛汽車。另外,John Pasha亦認為印度亦表現理想。

高油價不再 電動車失賣點

財經觀察 大公報記者 李耀華

電動車這玩意雖然經過接近十年的推廣,但是至今仍未受大部分消費者青睞,不論賣出的新車,或是街上跑的汽車,主要仍是以汽油引擎驅動為主,而且,在這數年間,隨着油價回落,電動車的吸引力更有下降的趨勢。

電動車最受注目的是2010年和其後的數年,當時能源價格高企,布蘭特期油價格曾在2011年4月升至每桶126美元,較今天的高出一倍多。有見及此,當時各大車廠對新能源汽車渴求甚殷,一時間,全球車廠紛紛推出油電混合車、能源電池車,甚至是純電動車。每年各大車展中,電動車都成為了當年車廠的主力推介產品之一。

時至今日,油價從高位已回落至每桶接近50美元,最低更曾在年初創下27美元的低位,人們對於節約能源的意識大大降低。從近年熱賣的、各車廠主力推介的運動型多功能車(SUV)和皮卡車的銷情便會發現,最熱銷的主要是這些車種,其他形式的新能源汽車,特別是電動車方面,除了特斯拉可以獨佔鰲頭外,其他均難望其項背。

這證明了電動車的吸引力始終難敵傳統的汽油動力車,然而,這並非表示後者一定比前者優勝,而只是汽油發動機經過超過一百年的歷史以後,各車廠在這方面已投入了大量的資本,而製造汽車燃料的石油工業,早已成為人類經濟活動中一個很重要的部分,例如加油站和石油氣站等,都聘有大量員工,一時間這種傳統工業實在難以被取替。因此,在挾着這種優勢,加上油價回落,汽油發動汽車得以繼續拋離電動車,成為車壇的主流。



隨着油價回落,消費者重返傳統汽車市場,電動車熱情冷卻