



未受將軍澳日出康城MONTARA低開衝擊，億京大埔白石角海日灣II首度公開發售銷情保不失，惟因發展商缺乏賣樓經驗，揀樓進程一度甩轆拖慢節奏，全日揀樓龜速寸進。發展商表示，首日已沽219伙，佔74%，部署短期內加推第二張價單，帶動全月一手成交可達2200宗。

大公報記者 梁穎賢

新盤招標風波惹業界關注，地產建設商會為免事件發酵，指引會員旗下新盤2成單位必須以價單發售。億京亦乖乖聽話，旗下大埔白石角海日灣I全盤招標無出過價單，同系毗鄰的海日灣II即跟隨指示改以價單發售，今首度推出295伙開賣。

項目賣前收近5000票，超額15倍，發展商日前已進行抽籤編排分組揀樓。頭80號籌編到9時至9時半報到，大批準買家抵達設於石門京瑞廣場的展銷廳，陸續安排進入室內等揀樓，據目測代理連買家，人龍約200至300人。項目不設大手揀樓，每個人限購一伙。

據代理消息指，億京缺乏賣樓經驗，已找外援測量師幫手開單，未知是否錯估

實際形勢，部分工序出現人手不足，致揀樓進程一度甩轆，要「噬停」揀樓，直接拖慢揀樓流程，全日龜速寸進，全日沽219伙，佔74%，銷售數字或受「慢活」節奏影響未反映事實。

中原地產亞太區副主席兼住宅部行政總裁陳永傑表示，海日灣II主打細單位，樓價約400至600萬，最高借8成按揭，料細單位會先沽清，大單位未必清，因為同區大單位貨尾選擇多，而MONTARA低開會有部分客源被搶走。

本月底一手成交錄約1650宗，預計全月錄約2200宗。由於樓價持續上揚，買家怕遲買會貴，入市態度積極，交投氣氛持續向好。

王氏夫婦：盼不到跌 索性做業主

買家心聲

海日灣II買家王氏夫婦帶同22個月大團團到場揀樓，懷有身孕的王太



指，一家原本租住土瓜灣區2房戶，早前有睇過將軍澳二手盤，但覺樓價相近，新盤勝在慳裝修及家電費用，加上丈夫會

是大埔區居民，睇好該區升值潛力，反正租樓也要畀租，而且樓市多年來跌不落，索性入市做業主，斥資逾800萬元買入兩房

自住。對於該盤今次首度改以價單發售，王太明言有價單參考確

實較清晰，有時間作出準備，招

標發售只能單靠代理提示出價，故項目I招標發售時完全不作考

慮。

發展商缺乏賣樓經驗，揀樓流程緩慢，王太略有怨言，直指過程太慢兼有混亂。自言一家於9時15分到場，至中午12時始完成整個揀樓過程，足足用上三小時，「無諱過要搞咁耐」。

劉生：氣氛轉好 打算一博



居於元朗的劉生屬自僱人士，動用約500萬元購入約3厘。劉先生早年曾抽過其他新盤但無功而回，有見近期氣氛好加上手頭有資金，遂再博一博，結果抽中。

海日灣II 首批沽逾七成涉219伙



市傳MONTARA首日狂收約1800票，膺今年首日收票王

九龍新界兩盤上演收票前哨戰，會地將軍澳日出康城MONTARA搶盡風頭！MONTARA挾低開一成號召力強，示範單位大排長龍，由寫字樓大堂排到廣東道地面，墟冚情況極度誇張，發展商收票也收到手軟，市傳首日已狂收約1800票，創集團單日收票紀錄，膺今年首日收票王，料是同區緻藍天2015年3月首日收約2300票之後4年最勁，會地積極研究加推。另新世界(00017)牽頭的何文田臻樺兩日累收逾200票，超額1.3倍。

大公報記者 梁穎賢

MONTARA首批124伙折實平均價近1.4萬，逆市低開同區一成震撼市場，示範單位全面迫爆。項目昨日首度開放示範單位及同步收票，設於尖沙咀港威大廈的示範單位，中午時分已被大批睇樓客在場

內場外全面包圍，人龍由寫字樓入口大堂排到地下向廣東道伸延，墟冚情況如觀音借庫，加上大批街霸在場撈客，廣東道幾乎插針不入。

創集團單日收票紀錄

會地常務董事黃光耀表示，MONTARA昨日早上11時正式開放示位及收票，至近4時錄得5000參觀人次，料全日可達1萬人次；時間暫收500個登記，超額3倍，年輕客佔7成。項目反應理想，黃光耀預告短期加推應市，料推出伙數多於一成，若參考同系MALIBU最新成交呎價1.6至1.8萬元計，MONTARA具加價空間，但加幅溫和，維持最快本周末賣樓。

市場消息，項目全日累收約1800票，

主要新盤昨日銷情

| 新盤 | 售出伙數 | 發展商 |
|------------|------|-----|
| 大埔白石角海日灣II | 219 | 億京 |
| 大埔白石角嘉熙 | 9 | 嘉華 |
| 屯門弦海 | 3 | 莊士 |
| 元朗Napoli | 3 | 新地 |
| 大埔天鑽 | 2 | 中海 |
| 何文田明寓 | 1 | 佳明 |
| 紅磡啟岸 | 1 | 恒地 |
| 大埔白石角逸瓏灣8 | 1 | 信置 |
| 元朗尚悅·嶺 | 1 | 恒地 |
| 北角維峯·凌匯 | 1 | 恒地 |
| 油塘曦臺 | 1 | 宏安 |
| 長沙灣家壹 | 1 | 恒地 |
| 北角柏蔚山 | 1 | 新世界 |
| 總數：244 | | |



▲黃光耀(中)指，MONTARA短期加推，具加價空間。旁為助理總經理(業務拓展)楊偉銘(右)及市務助理總經理陳惠慈

十人瘋搶一伙 葵涌廣場586萬沽

【大公報訊】記者梁穎賢報道：近月樓市狂勢超乎想像，想買樓也要經歷「生死出價戰」。葵涌廣場一個放盤昨早開放睇樓，即惹來10組客參觀，業主見群情洶湧臨場改「玩法」以價高者得，經歷一場出價，最後由一名90後成功游說業主加多兩萬即場落訂，最後以586萬元成交，略高於市價，惟有買家不服氣折返拍門叫囂發泄不滿，最後要出動管理處驅散各人免事件惡化。

樓市瘋狂亂局失控，標售的新盤搶貨要猜「包剪揀」，二手也癲到10多人爭一伙。中原資深分區營業經理許偉業指出，葵涌廣場1座中層E單位，兩房間隔，實用面積318方呎，索價600萬元，若然價錢達585萬元也肯拍板成交。單位昨早10時半至11點為睇樓及公眾開放時間，引來約十數名客戶參觀，其中數名買家在單位內各佔一方不願離開，業主見場面難以控制，遂提出價高者得。

找管理處驅散人群

惟當時另一組買家越想越不忿，向業主聲稱「賣平咗」企圖阻擋成交，業主亦有所動搖，要求90後買家再添兩萬

元作為單位之前的裝修費，最終雙方以586萬元成交，呎價1.84萬元。

故事還未完，許續指，買賣雙方達成協議後，各人亦散去，惟中途有買家及代理不服氣折返，邊拍打大門邊大叫可出更高價，業主基於已簽臨約不想反口，並擔心人身安全，通知管理處驅散群衆，同時着令管理員別再放客上來，避免製造紛爭。

據悉，原業主為一手業主，於1990年以61.7萬元買入單位，持貨29年，是次出售獲利524.3萬元，單位升值8.5倍。

中原地產首席分區經理楊文傑表示

，康怡花園N座高層1室，實用面積490方呎，兩房向西北，剛沽990萬元，呎價20204元，創2房成交價新高。原業主2012年7月以530萬元買入，持貨7年，帳面獲利460萬元或升值87%。

美聯物業高級分區營業經理吳肇基表示，太古城順安閣高層H室，三房間隔，實用面積703方呎，今年3月放盤開價1550萬元，最後成交價1530萬元，呎價21764元，造價追平同月寶安閣高層B室，實用面積714方呎的同類型紀錄。

據悉，原業主1988年9月以98萬元買入，持貨31年，是次出售獲利1432萬元，單位升值14.6倍。

經濟企穩 工業利潤增13.9%七月高

【大公報訊】記者倪巍晨上海報道：國家統計局昨日發布數據顯示，今年前3個月，全國規模以上工業企業利潤總額1.2972萬億元(人民幣，下同)，同比雖下降3.3%，但降幅較前2個月大幅收窄10.7個百分點；其中，上月規模以上工業企業利潤總額5895.2億元，同比增長13.9%，增速錄7個月來新高。交銀金研中心高級研究員劉學智預計，當前宏觀經濟運行企穩的態勢較為明確，預計二季度工業企業整體利潤增長有望逐漸轉為小幅正增長。

降價及新品應市 汽車產銷彈

國家統計局工業司高級統計師朱虹表示，上月規模工業增加值和工業企業營收同比增長8.5%和13.7%，分別較前兩個月加快3.2和10.4個百分點；工業生產者出廠價格同比

漲0.4%，較前兩個月提高0.3個百分點，終結此前連續八個月漲幅回落態勢。

值得一提的是，

汽車、石油加工、鋼鐵、化工等重點行業利潤明顯回暖。上月受降價、新車型上市等因素影響，汽車產銷有所回暖，汽車製造業利潤同比增長1.0%，扭轉了首兩月利潤同比下降42.0%的局面；受工業品價格回升影響，石油加工、鋼鐵和化工行業利潤同比分別下降13.9%、15.2%和3.2%，降幅較首兩月大幅收窄56.5%、43.8和24.0個百分點。上述四個行業合計影響全部規模以上工業企業利潤增速比首兩月回升12.8個百分點。

交銀金研中心高級研究員劉學智認為，工業生產的加速和工業領域價格指標的回升，共同促進了規模工業企業利潤增速的加快。他並指，私企多集中在中小微企業，近期

禮品展開幕 新設美容保健展區

【大公報訊】記者李永青報道：由香港貿發局主辦的第34屆香港禮品及贈品展，於4月27至30日假灣仔會展舉行，今屆展覽吸引來自31個國家及地區，共4380家參展商，繼續成為全球規模最大的禮品行業展會。

今屆禮品展共設有19個產品專區。其中，備受讚譽的「卓越廊」匯聚超過140個環球品牌，包括香港品牌小黃鴨Duck、主打環保立體拼圖的Team Green、獲日本文具大賞的百年經典日本品牌Kokuyo、德國筆記本經典品牌Leuchtturm以及意大利創意文具品牌Pininfarina等。

香港貿發局副總裁周啓良表示，應近年美容及保健產品越來越多元化，企業選用作為禮品亦見上升趨勢，今年禮品展特別新設「美容、健康及保

健」展區，近50家來自中國香港、內地、台灣地區，以及韓國、印度、新西蘭的參展商，為買家帶來美容及保健產品，迎合市場需求。

生產藍芽音箱的Divoom Lab International銷售經理Frank稱，該公司以前參加電子展，但參加禮品展後，發覺公司產品更受禮品展買家歡迎，更在去年禮品展打開日本市場，故覺得該展覽助公司開拓更多不同客源，效果理想。

同時，由香港貿發局及華港國際展覽有限公司合辦的第14屆香港國際印刷及包裝展，亦將於亞博館與禮品展同期舉行。展會吸引6個國家及地區，逾500家參展商參與。重點展區包括「奢侈品包裝展區」、「創新零售陳列方案」和「綠色印刷及包裝方案」等，並新增「廣告及標識世界」。