

兩新盤出擊 賣逾200伙套15億

買家加快入市 一手本月成交料撲千宗



▲藝里坊・2號上午11時開始報到

9月新盤大戰掀戰幔！新地（00016）天水圍Wetland Seasons Park第3期及恒地（00012）西營盤藝里坊・2號，昨日分途出擊，兩盤開價態度迥異但銷情同報捷。市場消息指，兩盤全日分別售出127伙（佔95%）及74伙（佔93%），合共賣逾200伙，吸金約15億元，帶動新盤全日共賣逾220伙，按周勁升逾7倍。代理指，料本周末過後一手成交本月暫可達500宗，全月料錄約800至1000宗。

銷情理想

大公報記者 梁穎賢



▲Wetland Seasons Park第3期B組排隊情況

疫情趨溫和，發展商重新發動推盤攻勢，本月最少4盤交鋒，揭幕戰再由新地及恒地火併，是兩公司繼上月屯門御海灣及帝御，金灣之後，一個月內兩度交手，銷情平分秋色。

兩盤首輪皆沽逾九成

首批折實均價近1.3萬元的Wetland Seasons Park第3期，雖較2期5月賣貴14%，惟連日收票反應仍不俗，周四截至登記累收逾3100票，並已於周五進行抽籤決定揀樓次序，昨日分兩組共多個時段開賣133伙。早上A節時段報到時間為上午9時半至9時40分，撥出指定4伙大單位供揀樓。綜合市場消息及記者現場直擊，該組別銀碼較大，吸引力稍遜，僅得1組家庭客到場買入其中一伙逾千萬單位自住。

儘管疫情放緩，新地防疫無鬆懈。B節再拆分多個組別揀樓，每50人一組，避免過多人聚集於密閉空間，每組距離1.5米。第一組客於早上9時45分至10時報到，目測出席率頗高，大批準買家魚貫到場排隊。該組別最多可購4伙，中原有一組客購入1房及2房各一伙，涉資約1050萬元，1伙自住、1伙收租。

新地除Wetland外，同系南昌站上蓋匯璽Ⅲ亦售出2伙大單位，成交價分別4280萬及3736.48萬元，套現逾8000萬元，全日料共吸金近10億元。

SEA TO SKY首小時收逾百票

藝里坊，2號首批折實均價逾2.76萬元，較兩年前毗鄰同系姊妹盤的藝里坊，1號賣平8%，與Wetland賣貴截然不同。項目昨開賣首輪80伙，第一節報到時間上午11時至12時，報到者眾。據悉，初段最少錄得3組客買入2伙，涉及金額由逾1300萬至逾1500萬元不等。恒地公

布，項目共售74伙，佔可發售單位約93%。

恒基物業代理營業（二）部總經理韓家輝先表示，對項目銷情非常滿意，首輪共沽出74伙，包括7伙開放式及67伙1房戶，套現逾5.2億元。他補充指，項目客源以本地年輕買家為主，當中亦不乏投資客，並有外籍人士入市。韓家輝指，項目獲市場追捧，反映市場對市區中小型單位需求殷切，將會在短期內加推應市。

此外，長實（01113）日出康城SEA TO SKY早前預告2房加價2%及新增「換樓更EASY」付款辦法後，市場反應踴躍，示範單位迫滿人潮。長實地產投資董事郭子威表示，售樓處氣氛熱鬧，首小時已收逾百登記，短期內公布全新銷售安排，最快速度進行新一輪銷售。

本周成交逾220宗勁飆7倍

綜合市場消息及一手成交紀錄冊，上述兩盤大戰力撐下，帶挈主要新盤昨共錄逾220宗成交，較上周不足30宗大升逾7倍。

中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁陳永傑表示，本月一手成交暫錄約250宗，疫情持續緩和，限聚令逐步放寬，發展商紛紛加快推盤，市況進入復甦初期。Wetland Seasons Park第3期及藝里坊，2號兩盤昨日同步開售，料本周末過後本月一手成交約500宗，全月料錄約800至1000宗。二手方面，部分業主議價空間擴大，樓價今年累跌約3%，隨疫情緩和，買家積極出動執平貨，近期睇樓及成交量大增。市場剛性需求強，樓價輕微下跌，即現承接。

美聯物業住宅部行政總裁布少明指，限聚措施進一步放寬，帶動睇樓活動轉旺，加上美國聯儲局日前宣布維持利率不變，料低息環境持續，準買家入市步伐加快。樓市氣氛向好，本月一手市場成交料約1200至1300宗水平。

Wetland Seasons Park 3

買家心聲

黃庭鋒：台慶大獎可應付首期

孝順仔TVB藝人黃庭鋒，昨日陪同爸媽一同現身Wetland Seasons Park 3期售樓處大堂報到，準備上寫字樓揀樓。黃等候期間接受記者訪問時指，鍾情項目有濕地公園概念，空氣好環境不錯，媽媽又鍾意，覺得價錢合理，可以接受，所以與家人商討後，決定扑槌入市，預算400至500萬元買入1至2房自用，與家人由九龍搬入天水圍。黃直言今次買樓會動用自己積蓄，加上兩年前贏得台慶大獎過百萬獎金及獎品，包括51萬銀行存款，可以應付首期，供樓亦由其負責。



梁生：樓價屬預算 尚可接受



從事銀行業的首置客梁先生指，一直留意Wetland Seasons Park，有幸能於今次首輪便一擊即中，以逾450萬元買入1房。雖然價錢比首兩期顯著調升，樓價仍屬預算之內，尚可接受。選擇現時置業，梁先生笑稱，自己已投身社會工作，希望有屬於自己的空間，加上住於同區多年，了解區內交通。

何小姐：自住不太擔心樓價波動

份屬同區的街坊何小姐，因為結婚要築愛巢，遂以逾650萬元買入一伙2房單位自用。於疫情反覆下仍入市，何明言自住，因此不太擔心樓價波動。



主要新盤昨日銷情

新盤	銷量	發展商
天水圍 Wetland Seasons Park第3期	127	新地
西營盤藝里坊・2號	74	恒地
屯門恒大・瑤瓏灣II	7	恒大
大埔天鑽	4	中海
南昌站上蓋匯璽Ⅲ	2	新地
屯門御海灣	2	新地
元朗錦田山水盈	1	路勁
將軍澳日出康城 SEA TO SKY	1	長實
屯門Oma by the sea	1	永泰
長沙灣愛海頌	1	長實
屯門恒大・瑤瓏灣I	1	恒大
旺角利奧坊・曦岸	1	恒地
東九啓德嘉峯匯	1	嘉華
油塘海傲灣	1	九建
西營盤Western Street	1	萬科

總數：225伙

三成90後消費逾60%高奢美妝

【顏值經濟】

【大公報訊】記者俞畫杭州報道：年輕人更要美更怕老。小眾、奢華美妝品牌越來越多的出現在年輕女孩們的化妝桌上。記者從《2020高端奢華美妝品牌消費趨勢報告》中了解到，高端奢華美妝品牌用戶呈現年輕化趨勢，以九五後、〇〇後為代表的年輕消費者成為高奢美妝的重要「守護者」。通過線上、線下的高端奢華美妝消費趨勢變化，報告從一定程度上也折射了顏值經濟的升温。

報告顯示，隨着國內疫情態勢的放緩與轉好，化妝品行業4月同比增幅轉正，6月同比增幅超兩成，護膚類目同比增144%，預計2020年化妝品類消費將達到3164億元人民幣。即使是在疫情影響的上半年，銀泰百貨內高端品牌仍持續大幅增長，同比增幅達到30%至50%，尤其是以護膚為主打的高端品牌。Sisley、LA MER、Guerlain、CPB、Pola、SK-II、HR等品牌成為上半年同比增長幅度突出的前

十。

「截至今年8月，CPB武林銀泰店的銷售額同比增長了20%，其中七十後、八十後是主力軍，九十後的貢獻也十分突出，有些注重保養的九十後甚至開始涉足抗衰系列。」CPB區域經理Patty坦言，在中國，CPB的主力消費人群比歐美及日本市場都更年輕化，她們對產品的後期服務有着精準的需求，這也是我們在武林銀泰推出美容坊的原因。

數字化擊破增長瓶頸

記者發現，整體高端奢華美妝品牌用戶呈現年輕化趨勢，更注重顏值的九五後、〇〇後年輕消費者已成為高奢美妝消費的重要「守護者」。佔比不到三成的九十後在高奢美妝消費中佔比超六成。YSL、CHANEL、GIVENCHY和DIOR等高端奢華美妝品牌的消費者超過四成是九五後。這跟「銀泰新增用戶中過半數是九十後」不謀而合。

報告顯示，近半年奢華美妝品牌

備受消費者喜愛，平均增幅達21.29%。YSL和阿瑪尼粉絲數從700萬大關邁入800萬關注，保持16%的增長幅度。CHANEL、Sisley則以40%+加速成長中。從2015年起，高端奢華美妝消費佔化妝品市場價值的比重平均每年增長3%至4%，到2019年，這個比重已經達到48%。

業內分析，高端奢華美妝市場持續走俏的主要推動因素包括居民收入增長、國際品牌營銷力度加大、代購（轉售）提升消費便捷度，以及線上渠道和跨境電商渠道蓬勃發展。預計到2025年高端化妝品市場份額將超50%。

「數字化將是奢華美妝擊破增長天花板唯一路徑。」業內人士表示，今年的黑天鵝事件也將加速奢華美妝品牌開啟重新調整消費者策略的動作。通過打造新的購物場景和消費體驗，建立以消費者為中心的數字化運營體系，在長線周期中提升品牌數字化資產，延長消費者生命周期的數字化運營理念，將成為奢侈品牌的發展目標。



日本品牌CPB十分重視中國市場的維護，每年都會邀請會員做主題分享。

人臉識別與隱私邊界

【財經觀察】李靈修

李開復上周出席活動時透露，曾在曠視科技創業初期幫助公司找到美圖和螞蟻金服等合作夥伴，並從後兩家公司獲得大量的人臉數據。此番言論再次挑動大眾對於網絡隱私的神經。正處於上市衝刺階段的螞蟻集團急忙澄清，從未提供任何人臉數據給曠視科技。李開復亦在微博致歉稱這是一次「口誤」。

據筆者了解，如螞蟻集團這種體量的客戶，通常不會將關鍵數據直接與技術服務機構「共享」。曠視科技很可能只是提供算法，在螞蟻集團的私有雲平台上採集數據，並按照客戶需求進行優化。但這並不意味着，公眾的人臉數據完全沒有洩漏的風險。因為很多中小客戶並沒有螞蟻集團的平台資源，而是直接使用CV（計算機視覺）公司的公開雲服務，相當於擴大了後者的數據積累。

對於CV公司而言，人臉識別算法需要大數據的「餵養」，才有進一步提升的空間，此舉無疑會牽扯到隱私邊界的問題。在中國內地的互聯網產業環境下，個人隱私長期處於被忽視的狀態。2018年，百度董事長李彥宏曾在中國發展高層論壇上稱，「中國人對於隱私問題沒有那麼敏感，很多情況下他們願意用隱私交換便利性。」但更準確來說，內地用戶多數時候是因為「沒有其他選擇」，被動接受了「隱私換便利」的交易。



▲曠視科技在服貿會展台的智能機械臂 中新社

由於科技的發展快過社會倫理的演進，現代人時常要對技術應用做出糾偏。2019年，美國三藩市、薩默維爾禁止了人臉識別應用；微軟刪除了旗下人臉識別數據庫；谷歌更是中止了與美國國防部的合約，即利用無人機的拍攝內容進行AI分析，同樣是涉及人臉識別技術。

前文提及的曠視科技較為香港市場所熟知。該公司2019年向港交所遞交了招股書，但由於上了美國商務部的「實體清單」，IPO事宜一度沒下文。曠視科技此前已經歷四輪融資，最新估值達113.92億美元，其中螞蟻金服和阿里巴巴合計持有近三成股份，算是半個「阿里系」。

去年9月，曠視科技對外展示一項AI輔助教學應用，通過智能攝像頭監控課堂環境，識別與記錄學生舉手、聽講、睡覺、玩手机等行為。相關報道隨即引發廣泛爭議。

