

柏傲莊 I 收逾2000票 料成今年首日票王



▲昨日參觀只限額，下午5時額滿即截龍

【大公報訊】記者梁穎賢報道：新世界（00017）大圍站柏傲莊 I 全城追捧，睇樓及入票盛況重現樓市大時代的墟口！示範單位昨早11時正式對外開放，海量參觀客湧到炮製長達300米人龍，過千人迫爆偷景新城，龍尾要等六粒鐘，秩序一度混亂，警員多次到場分隔人流。資深電台節目主持車淑梅亦有到場入票，笑言能否中籤「同中六合彩機會無分別」。市場消息指，截至昨晚9時已錄逾2000認購登記，料成今年首日入飛票王。

柏傲莊 I 首批折實均價近1.9萬元，

雖比同區二手略高，但作為區內近8年首個大型新盤，吸引力不減，示範單位昨首日開放，四方八面的睇樓客及經紀，未到11時已迫爆示範單位所在的荃灣愉景新城一帶。

發展商指，為分隔人流，昨日及今日會分三個參觀時段，每個時段限600人，即昨日及今日每天最多可讓1800人進入示範單位。發展商公布，截至下午5時許，即日參觀額滿，並即時截龍。

柏傲莊 I 吸引名人捧場。電台節目主持車淑梅在大圍住了逾30年，知道大圍有大型新盤，故特地和家人參觀示範

單位，尤其心儀600呎單位。不過參觀示範單位的人龍大打蛇餅，預料必定超額，笑言「同中六合彩的機會差唔多」，唯有持平常心。對於疫市下的樓市前景，車淑梅亦表示不太擔心，毋懼入市。

SEA TO SKY累售逾900伙套95億

另一名參觀人士陳先生指，昨早11時到場，排約三粒鐘更完成登記手續，明言現場秩序良好，預算樓價1000萬元以下買入2房，睇好鐵路上蓋及大型商場，潛力好，價錢合理。現居九龍的盧小姐，睇中沙中線交通方便，預算1000萬

元以下買2房自用，但見排隊盛況，感覺有錢也未必買到，當來碰運氣。

其他新盤方面，長實（01113）將軍澳日出康城SEA TO SKY昨推售285伙，市場消息指全日售約57伙，項目累售逾900伙，套現共逾95億元。另中冶置業的荃灣逸環，龍灣加推全新20伙，折實價489萬元至701.1萬元，折實呎價14734元起，折實平均呎價16198元。

此外，萊蒙國際等的何文田128 WATERLOO，昨日再沽2伙，有買家斥資895萬元購入一個實用面積為342平方呎的單位，實用呎價約26170元。

外匯風險準備金率明起降至零 人行出手 釋穩匯市信號

人民幣在節後首個交易日急升近千點、並創年半新高後，人行出手。人行昨日宣布，下周一起，將遠期售匯業務的外匯風險準備金率從此前的20%調整為零，這是人行時隔26個月再度調整。下一步，人行將繼續保持人民幣匯率彈性，穩定市場預期，保持人民幣匯率在合理均衡水平上的基本穩定。受訪專家指出，上述政策有助於增強市場對人民幣匯率的信心，有利於跨境資金的流入和匯率的穩定。

大公報記者 倪巍晨

至於做出該調整的原由，人行解釋稱，今年以來，人民幣匯率以市場供求為基礎雙向浮動，彈性增強，市場預期平穩，跨境資本流動有序，外匯市場運行保持穩定，市場供求平衡。

增企業購匯需求

招商證券首席宏觀分析師謝亞軒認為：「在人民幣快速升值的情況下，放鬆對遠期購匯行為的限制，目的還是希望由外匯市場來決定人民幣匯率。」「匯率相關政策也是宏觀調控政策工具之一，外匯風險準備金率有或沒有，比例高或低，代表了人行對匯市風險的態度。」華實基金副總經理李慧勇指出，當人民幣匯率存在貶值預期時，匯市可能出現一種不正常的需求，此時需要提高風險準備金，從而令外匯流動更穩定可控。

人行此前曾對外匯風險準備金率進行過3次調整（見附表）。此次睽違逾2年再調整為零，蘇寧金研院高級研究員陶金稱，這表明人民幣出現明顯升值趨勢，由於匯率貶值風險較低，售匯業務面臨的風險也在下降。他說，人民幣本輪升值主要受基本面、利差，及資本流動等長期因素影響，鑒於人民幣國際化進程重新被市場和決策層所關注，在匯率形成機制日趨成熟背景下，放寬商業銀行對外匯相關業務的管制是大趨勢。交銀金研中心資深研究員劉健強調

，人行此前將外匯風險準備金率調升至20%，是在人民幣匯率貶值、資本外流壓力加大背景下做出的決定。目前美元指數不斷下跌，中國疫情防控形勢持續向好，中國經濟更領先其他主要經濟體率先復甦，在人民幣匯率穩步升值背景下，將該指標調整至零可促進匯率的平穩運行。

中國民生銀行首席研究員溫彬補充，人行此舉也有助於銀行降低遠期售匯成本，增加企業對此產品需求，以更好地利用衍生品管理匯率風險。

政策影響方面，李慧勇指出，中國經濟已從疫情中率先復甦，人民幣兌美元亦升至6.7左右，上述變化帶來了匯率相關政策的調整，「外匯風險準備金政策的變化，有助於增強市場對人民幣匯率的信心，有利於跨境資金的流入和匯率的穩定。」

人幣將趨雙向波動

陶金相信，外匯風險準備金政策的調整，不僅直接放寬了對商業銀行售匯業務的監管，同時更釋放了人行容忍人民幣合理波動的政策信號。他判斷，人民幣匯率短期內仍有升值空間，但匯率更多將呈現雙向波動走勢，人民幣匯率單邊升值的概率較小。

劉健指，中國經濟前景和美元指數走勢，是未來影響匯率的兩大重要因素，料人民幣將延續穩中有升的態勢。



▲分析指，人行此次調整助增強市場對人民幣匯率的信心，有利於跨境資金的流入和匯率的穩定 資料圖片

人行歷次調整

時間	外匯風險準備金率	原因
2015年9月	20%	助打擊人民幣做空
2017年9月11日	20%→0	人民幣貶值預期下降
2018年8月6日	0→20%	防範宏觀金融風險
2020年10月12日	20%→0	外匯市場供求平衡

大公報記者倪巍晨整理

何謂外匯風險準備金？

【話你知】外匯風險準備金，簡單地說，就是辦理外匯業務的銀行在為客戶做遠期購匯業務（還有其他類似的業務）時，向人行交存的準備金。所謂遠期售匯業務外匯風險準備金率，即在現行政策下，假設某銀行上月遠期售匯簽約額為10億美元，則這個月需要向央行繳納2億美元的準備金，一年後央行會原封不動還給銀行，而調整後，從周一起銀行不再需要繳納這筆錢。

各界評論

蘇寧金研院高級研究員陶金	華實基金副總經理李慧勇	中國民生銀行首席研究員溫彬	中信證券固定收益首席分析師明明
不僅直接放寬對商業銀行售匯業務的監管，更釋放容忍人民幣合理波動的政策信號	助增強市場對人民幣匯率的信心，有利於跨境資金的流入和匯率的穩定	有助銀行降低遠期售匯成本，增加企業對此產品需求，以更好利用衍生品管理匯率風險	可進一步平衡外匯市場供需，實現人民幣匯率在合理均衡位置上保持穩定

大公報記者倪巍晨整理

人幣急升 出口企業提前鎖匯應對

【大公報訊】記者盧靜怡廣州報道：人民幣匯率急升，讓不少出口企業捏了一把汗。廣東興發鋁業有限公司銷售總監黃學瓊告訴記者，人民幣升值，公司部分直接對外客戶訂單會帶來損失。「我們公司是做自主品牌的，有一定的議價權，所以損失並不大。不過，人民幣升值對於疫情下貼牌加工出口的企業而言，會是一記重擊。」

「不少外貿出口企業只是做代工生意，利潤微薄，因此人民幣匯率的波動也會影響其收益。」黃學瓊表示，不少出口企業訂單用美元計價，人民幣升值後，其收到的外幣貨款則相應貶值，造成匯率損失。「作為出口企業，基本都對匯率風險有一定的應對經驗。不少企業已經提前鎖定了匯率。」黃學瓊告訴記者，他認為人民幣

升值將是大趨勢。「不少企業現在一旦出貨了，就馬上收匯，盡量壓縮交易的時間，因為匯率變動不可控的因素太多了。亦有一部分企業可以提前調整價格，將預計的匯率損失反映在產品價格上，轉嫁到客戶手裏。」他說，匯率變動是不可控的因素，作為外貿企業，最基本的仍需要打好基本功。「一旦有了產品議價權，就可以靈活應對風險。」

消費新主體 小城青年捨花兩月人工去旅行

【特稿】【大公報訊】記者倪夢環上海報道：今年國慶假期期間，「小城青年」則成為消費的新主體。據阿里發布的「十一」消費報告顯示，小城青年愛出行，旅遊費用捨得花，同時全家團聚出行成了主流趨勢。飛豬數據顯示，三線及以下城市出遊人次佔比達60%，小城青年看世界越來越捨得花錢，國慶出遊人均消費同比漲超50%。今年國慶假期，來自安徽安慶的青年小楊與親友9人順利完成了國慶7日遊，滿滿的行程安排熱鬧也緊湊，「我們兄弟姐妹9人因為平時都有工作學業需要完成，只有國慶長假才有統一假期時間，總體感受很開心了，旅遊回來心情是蠻愉悅的。」考慮到人數眾多以及節假日遊客眾多等因素，小楊一行早早做好規劃，假期首日遊玩安慶範圍內景點天柱山，「我們盡量避開高峰，早上6點半出門，下午5點回市區，一路暢通，第二天便開始出城旅行，我們選擇

了自駕，分別遊玩了安徽省內的天堂寨、太平湖、西遞宏村等景點。」由於自駕，小楊一行「省」去了路費，「這次花費只算住宿門票和吃飯，不包括購物還有油費，7天大概花費了2萬元（人民幣，下同）左右，因為旅行主要是為了放鬆開心，我們也願意在旅行或者其他方面花費更多，最重要的是心情好。」他並透露，旅途中僅零食便花費超過千元，「我們還購買了不少地方特產，即使有些產品在景區價格會更高，但喜歡或需要的話依然會購買。」同樣來自安慶的小曾則表示：「景區的普通紀念品我並不願意購買，但除此之外的消費還是值得的，如果是國內的遠途旅遊，一次旅行我自己預算的花費大約1萬元左右，這是我差不多兩個月的工資。」不僅小城青年越來越願意走出去，小城或郊區也吸引更多前人前來消費。在上海崇明，農家樂、特色民宿等景點「供不應求」。上海崇明的花雨花畔民宿主



▲上海崇明民宿內，旅遊者進行遊戲、採摘活動 受訪者供圖

Vivian坦言：「因為預訂火爆，我們這次取消了淡季的促銷活動，例如訂房送採摘農作物的優惠，但訂購依然爆滿。」

Vivian直言：「現在節假日很容易出現郊區、鄉鎮的青年往外走，城市遊客來鄉村的情況，這對於我們旅遊相關從業者是一個很好的信號，誰說郊區就沒有消費呢？這可以說是旅遊發展的內循環吧。」

螞蟻上市的自我導流

【財經分析】李靈修

長假期間，內地消費市場全面向好，似乎也帶動了理財產品的銷量。10月8日晚，「華夏創新未來18個月封閉混合基金」宣布提前結束募集。這也意味着，五隻參與螞蟻集團戰略配售的公募基金已全部售罄。統計顯示，五隻基金累超千萬人認購，相當於每秒有八人申購，真正成為「全民打新」的時代註腳。但事實上，市場對於「螞蟻戰投基金」的前景抱有疑慮。自9月下旬以來，基金廣告在內地已是鋪天蓋地，佔據着公交地鐵機場的廣告「C位」，而在支付寶理財專區的首頁上，默認展示區長期出現也是這幾隻基金。然而，在9月25日凌晨開始發售當天，僅有易方達基金募足金額。業內預期中的瘋狂吸金場面並未出現。「螞蟻戰投基金」主打「1元打新、100%中籤」的噱頭，但基金僅承諾將10%的資金用於申購螞蟻新股，且須封閉18個月方能贖回。儘管螞蟻集團的破發概率基本為零，但較低的申購比例，以及超長的時間成本，的確容易令人望而卻步。更受外界質疑的是，戰投基金指定支付寶作為獨家線上代銷渠道，雙方合作背

後存在潛在利益衝突。蓋因戰投基金明言會申購螞蟻集團新股，又通過支付寶平台上的螞蟻（杭州）基金銷售有限公司進行產品代銷，而螞蟻基金銷售正是螞蟻集團子公司，後者合計持股75.9%。眾所周知，雖然現行法規沒有明文禁止，但證券公司IPO時通常不會承銷自家股票，為的就是規避利益輸送風險。螞蟻集團這次顯然是打了擦邊球。阿里巴巴多年來以傳統行業顛覆者的面目示人，螞蟻集團自然繼承了這部分基因。在基金銷售領域，過去公募產品的代銷渠道無外乎銀行、券商、第三方金融機構，銷量雖能得到保證，惟基金公司無法觸及終端客戶，亦無從建立起品牌忠誠度。其後螞蟻集團將淘寶模式移植過來，邀請基金公司在支付寶平台「開店」，直面投資者群體。截至今年6月30日，螞蟻集團旗下平台促成的資產管理規模為4.09萬億，並與約170家資管公司合作。螞蟻與公募的互相成就，形成了緊密的利益共同體，也為今次的「自我導流」埋下伏筆。螞蟻通過基金產品的銷售，將平台上的流量導出，為自己上市「充值」，可謂是金融界的全新玩法。