

三單幢盤市旺出擊 366伙月內搶客

芳菲主打一二房戶 曼翹最細186呎

你
追
我
趕

樓市熾熱，就連老牌地產商也宣布連環參戰。繼銷聲匿跡超過10年的桂洪地產，於日前重啟旗下單幢盤曼翹即將開賣之後，扎根本港70年的協成行，蟄伏7年後復出，旗下何文田芳菲亦下戰書公告月內開賣，連同萬科的何文田VAU，3個九龍單幢盤共約366伙有機會月內開火，是新界東以外最熱鬧的另一個擂台。

大公報記者 梁穎賢

樓市瘋狂，老牌地產發展商也不甘後人起哄出貨，協成行在新盤兼銷售市場屬於量少分子，公司亦趁樓市大旺出擊，旗下何文田勝利道5號項目宣布月內開賣。協成行董事總經理方文雄指，項目命名芳菲，提供71伙，主打1房及2房戶，實用面積286至481方呎，有4伙連天台或平台特色戶，計劃月內上樓書、開價及發售，項目主要針對年輕族，價錢參考同區一帶一二手造價。

VAU設165伙三盤中最多

協成行總經理方文雄稱，項目最快月內開售，樓花期逾1年，預計關鍵日期為明年9月。同系筲箕灣項目可建樓面約6萬方呎，主打中小型單位，預計最快明年底推售。方文雄補充，公司會定期評估手上收租物業的重建機會，包括商業及豪宅，以減低風險，同時提升物業的發展價值及加強競爭力。港人崇尚置業，樓市有剛性需求，對後市走勢樂觀，料年底前樓價可望上升5%至7%。

協成行在港扎根70年，多年來興建不少商廈等保留長線收租，上一個推售新盤為2014年7月登場的筲箕灣東大街遠晴，同是單幢項目，只提供98伙。

老牌發展商逐個出，同於本港扎根50年的桂洪地產，於新盤市場銷聲匿跡超過10年後再重整旗鼓，旗下紅磡單幢盤名曼翹，日前公布趕月內上樓書，最快下月初開賣。項目提供130伙，主攻開放式及1房戶，實用186至250方呎。項目的關鍵日期為2022年6月30日。

桂洪地產對上一個新盤為北角和富豪庭，2002年推售，當時未立例規管一手銷售，市民自行埋枱與發展商傾價，市傳首批單位建築意向呎價3800元，現時二手實用呎價已升至逾1.7萬元。

至於芳菲隔鄰地盤，正是萬科香港的新盤項目VAU RESIDENCE，同為單幢項目，提供165伙，上月已率先預告今月推，意味九龍區將有3個單幢盤涉366伙月內開火。

柏傲莊III超額逾53倍

另邊廂，本月大戰重點戰場的新界東，兩個大盤將於月內接力出擊。其中今年票房冠軍的新世界（00017）大圍站頂柏傲莊III，截至昨日累收逾1.8萬票，超額逾53倍，54人爭1伙。至於中洲的火炭項目星凱，堤岸，目前正待批售樓紙，只要到手便連隨上馬月內出擊。

▲方文雄（左三）及方添輝（右二）父子檔上陣推介芳菲。



項目	何文田芳菲	紅磡曼翹	何文田VAU RESIDENCE
單位伙數	71	130	165
主打戶型	1及2房	開放式及1房	開放式至3房
實用面積	286至481方呎	186至250方呎	待公布
預計關鍵日期	明年9月	明年6月	2023年1月
發展商	協成行	桂洪	萬科

大公報製表



單日錄10宗捷訂 OMA提價重推

【大公報訊】永泰地產（00369）旗下屯門OMA OMA單日驚爆10連捷，涉及成交金額逾6565萬元，每伙成交價491.9萬至1053.9萬元。相關單位於2019年6月至11月期間賣出，並已終止交易。發展商連隨將該10伙及另外5伙

舊貨加價，部分單位加價逾一成，其中1A座17樓G室，實用449方呎，2019年11月首度推出時折實價628.3萬元，最新折實價702.7萬元，即加價11.8%。項目同時加推新價單，涉及22伙，折實平均呎價14678元，折實價

564.5萬至1174.2萬元，折實呎價13711至16082元，當中31伙折實售價低於1000萬元。永泰地產發展執行董事兼銷售及市場總監鍾志霖稱，項目臨近現樓，呎價相鄰平均上調約5%至7%。該批單位將於周日發售。

「舖王」家族再沽尖沙咀地舖 套逾二億

【大公報訊】「舖王」鄧成波上月辭世，家族成員陸續放售物業，最新落實出售尖沙咀漆咸道南鐵路大廈地下B舖，作價逾2億元，鄧氏家族過去半個月間已售逾13項物業，套現近11億元。上述鐵路大廈地舖新買家為發展商佳明集團（01271）。

佳明全取地舖地庫及一樓業權

佳明集團宣布以2.068億元購入尖沙咀漆咸道南39號鐵路大廈地下B號舖，舖位面積約6700方呎，連同毗鄰的商舖（現「明翹匯」售樓處），佳明全數擁有鐵路大廈地舖業權。佳明集團營業及市場總監顏景鳳表示，集團對是次成交價十分滿意，該物業已有穩定的租金回報，長遠可配合集團全力開拓物業發展市場的大方向，是次統一商舖業權將大大提升其投資價值及長遠發展機會。

據悉，上述物業現由銀行以每月

20萬元承租，估計租金回報逾4厘。物業原由鄧成波及有關人士持有，是於2016年以4.88億元向培新集團購入鐵路大廈地下B舖及深水埗福榮街電腦商場一籃子舖。

連同今次入市，佳明集團現已全數持有鐵路大廈地下連地庫，及1樓之商舖，總樓面約30500方呎；另集團總部亦設於同一辦公大樓的18、19及22樓，連同上述的商舖面積，合計總樓面約62900方呎。

事實上，鄧成波上月中旬辭世後，其家族沽貨消息不絕於耳，單計過去半個月間，市傳已賣出約13項物業，套現接近11億元。

基金嘉民兩月5.5億九龍灣掃貨

此外，據土地註冊處資料顯示，九龍灣三湘九龍灣貨運中心7樓A至D室，面積約6.97萬方呎，連同8個上落貨車位，在上月中以3.68億元易手，



▲鄧成波家族剛落實沽出尖沙咀漆咸道南鐵路大廈地下B舖。

呎價約5280元。買家為TAI YIP INVESTMENTS NO.2 LIMITED，公司董事包括HINCHEY，DAVID ANTHONY、李偉豪（LEE WAI HO STEPHEN）等人，為外資基金嘉民集團的相關人士。據悉，嘉民集團今年3月已斥1.82億元購入該廈2樓B室及4個上落貨車位，連同剛購入的4個倉庫，即2個月內共斥5.5億元入市該廈。

萬景峯6380萬沽 屋苑新紀錄

【大公報訊】樓市氣氛造好，再有人趁旺沽樓止賺。內地女演員鄭羅茜多年前買入的荃灣萬景峯複式單位，新近以6380萬元破頂價沽出，賬面勁賺1400萬元。

據土地註冊處資料顯示，萬景峯2座頂層1伙複式單位，實用2690方呎，最近以6380萬元沽出，實呎23717元，樓價打破6座頂層D室複式戶於2019年造出的5000萬元紀錄，成為屋苑最貴樓王。原業主鄭羅茜（ZHENG LUOXI），與內地女演員姓名相同，料為同一人。她早於2012年以4980萬元買入上述單位，持貨約9年，現沽出賬面獲利1400萬元，物業期內升值約28%。代理透露，該單位早於1年前放賣，索價達7800萬元，儘管劈價千萬賣出，但銀碼仍屬屋苑新高。

鄭羅茜活躍於內地演藝圈，拍攝多套電視劇。她早年已涉足本港住宅市場，曾經以逾1.1億元買入大埔逸瓏灣洋房，亦曾斥資6334.8萬元買入中環MY

CENTRAL的2伙高層單位。

二手升勢蔓延。中原地產分區營業經理鍾宏遠稱，屯門康利中心低層H室，實用294方呎，以423萬元沽出，實呎14388元，僅次於2018年由高層E室創下的445萬元紀錄。

香港置業市場經理（銷售）張正鳴表示，元朗御豪山莊8座低層A室，實用489方呎，成交價595萬元，實呎12168元，撇開同類單位連車位易手個案，是次成交價屬屋苑2房戶新高。然而，原業主2018年以580萬元購入，賬面只賺15萬元，料蝕使費難場。

此外，富誠地產營業董事林栢榮表示，新一批「白居二」陸續獲批購買證，公屋居未補地價成交增，黃大仙及鑽石山區於過去1周已錄最少10宗白居二入市，包括黃大仙東頭二邨安東樓中層15室，實用428方呎，因單位裝修非常殘舊，減價至283.5萬元終獲白居二購入，實呎6624元。

傳統結合科技 港初創研製智能尿片

app提示更換 感應線監測嬰兒睡姿

經營之道

【大公報訊】記者王嘉傑報導：傳統產業亦與新科技結合，嘗試開發新業務！香港本地老牌紙尿片生產商加美敦二代接班人李曉瑩，早年開發智能紙尿片，並在2019年成立新公司Wonderkin，繼續發展新業務。公司亦參加數碼港培育計劃，招聘科技人才，以持續改良產品，以及開發新產品。

成人裝攻安老院舍及醫院

李曉瑩稱，家族生意是傳統的紙尿片代工生產，但是個人對科技感興趣，因此當回到家族生意工作時，便想找出一種科技可以帶到去傳統行業應用。及後，透過與電容技術相關的夥伴合作，開發出智能紙尿片。該產品設有兩條感應線，以測量尿量以及睡姿，並將有關數據經藍芽傳送到雲端系統，讓使用者透過電腦或手機app得到相關資料，提醒是否需要更換尿片，或是透過睡姿

了解穿着尿片的嬰兒有沒有危險。

李曉瑩表示，公司現時的兩款產品分別是成人智能紙尿片，以及嬰兒智能紙尿片。當中成人智能紙尿片主打海外的安老院舍及醫院的客戶。因為，外國接受科技的程度會較香港為高。此外，外國安老院舍的看護一般都有護士資格，較熟悉系統的使用，現時在加拿大、歐洲以及日本都有客戶。至於香港方面，則有一間醫院使用成人智能紙尿片的系統，並有2至3間正在洽談中，只是尚未有院舍參與，因為部分院舍的網絡系統較為落後。

從家族生意分拆 發展更彈性

至於嬰兒智能紙尿片則打算進軍發展中國市場，目標將產品在中國內地、印度以及菲律賓推廣。至於發達國家因為已有很多嬰兒產品，進軍的難度會較大，現時在觀察時機之中。被問及在海外銷售的方法，李曉瑩坦言，由於各個海外地區的監管制度不一，公司透



◀Wonderkin的智能尿片能感應尿量提示換片。

▶Wonderkin創辦人李曉瑩。

過與當地分銷商簽獨家協議，以將產品在海外銷售。並與簽訂獨家協議的分銷商成立聯營公司，因此分銷商亦會投入部分資金於聯營公司，「現時，Wonderkin未有新的融資需要。」她說。

至於為何從家族生意分拆，成立獨立公司Wonderkin發展。李曉瑩稱，始終家族經營的是傳統行業，因此不能投資太多於新業務上。雖然在產品開發初期可以透過將產品設計外判，但是隨着

產品的不斷改良，需要有內部的設計及工程團隊，而家族生意亦有一些規範，較難招聘到科技人才，因此最終決定分拆一間新公司，並參與數碼港培育計劃，取得一些資金以及新的辦公室，建立新的公司團隊。

海外銷售已達收支平衡

過去一年，不少企業都受到新冠肺炎疫情的影響，放慢了發展步伐。李曉

Wonderkin簡介

成立年份：2019年

主要產品：Wondermom品牌的智能嬰兒尿片 智能成人尿片

業務模式：B2B(商戶對商戶)

主要客戶：安老院舍或醫院

大公報製表