

財經 Cafe

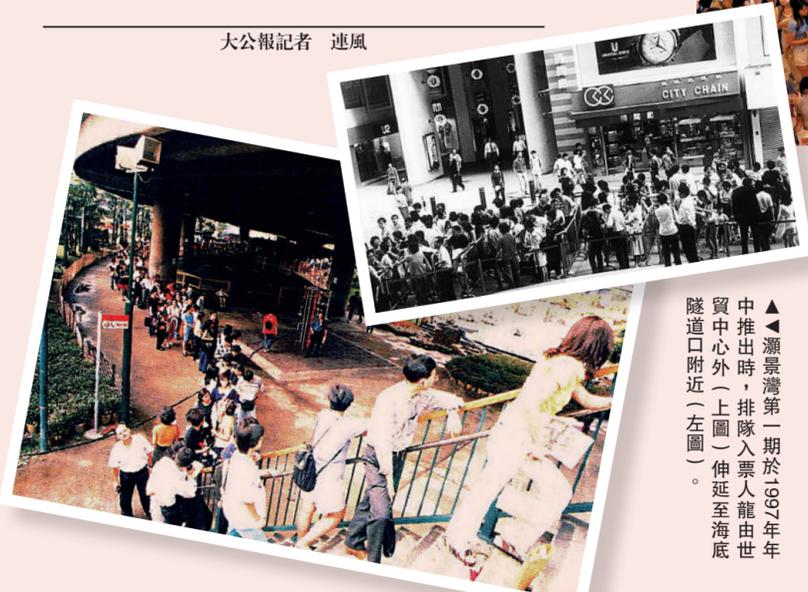
趣味樓市 搶購新盤篇

上篇《趣味樓市》(2023年10月30日A16版)分享小記個人的採訪軼事,大談賣地趣聞,引起坊間頗大的回響,今篇再接再厲,繼續道出樓市起伏的難忘經歷,冀能以第三者角度,帶領讀者重返昔日賣樓現場,直擊1997年前後期間樓市大起大落的買家瘋狂現象。

大公報記者 連風



親海駅II去年賣樓再現震撼場面,準買家及地產代理逼滿紅磡置富都會商場。



▲灝景灣第一期於1997年年中推出時,排隊入票人龍由世貿中心外(上圖)伸延至海底隧道口附近(左圖)。

97年灝景灣開售 入票人龍數公里

香港樓市的瘋狂程度中外聞名!如果要揀一樣經濟活動象徵香港的繁華,肯定非賣樓莫屬。綜觀全球推售新盤,都不會如香港買家「觀音借庫式」排隊買樓。過去每次樓市升浪,均出現震撼的排隊場面,最經典必然是1997年6月開售的青衣灝景灣。

新地(00016)、長實(01113)及華潤置地(01109)合作發展的青衣灝景灣第一期,推出時正值1997年年中樓市高峰,該盤平均建築呎價高見6700元,被封為青衣樓王。當時香港股樓暢旺,全民皆炒,茶餐廳阿叔、街市買菜師奶的熱門話題,離不開股票「睇巴」(號碼)和熱炒樓盤,賺錢甚易,大眾過着魚翅撈飯的紙醉金迷年代。正當股市及樓價連接創新高之際,卻暗暗埋下經濟泡沫爆破的炸彈。

收逾3萬票 紀錄保持26年

灝景灣推出後,隨即掀起全城入票搶購潮。當年發展商賣樓還不需要委託地產代理銷售,準買家要親自到入票站登記認購。記得新地當時設有三個入票站,其中一個位於銅鑼灣世貿中心。認購登記期限好像有三日,排隊人龍大打蛇餅,龍頭由世貿中心伸延至海底隧道口附近,場面相當壯觀。當年《大公報》館址位於灣仔,小記由公司步行約15分鐘左右,即可到世貿中心,拍攝準買家排隊人龍。可惜的是,當年小記是用俗稱「傻瓜機」的低階菲林相機,沒有專業攝影記者的廣角鏡頭,在排隊人龍延綿數公里不見隊尾之下,每次拍照都感到無從入手,加上個子矮小,舉高相機也未能拍得人龍全貌,只能拍下一堆人在街邊排隊,當時的上

司說笑叫小記自備木梯,爬高拍攝才能萬無一失。

灝景灣最終狂收3.04萬票,凍結資金106億元,凍資金額的紀錄至今仍未打破。最終,該盤首批713個單位,開售首日在萬人空巷下全數被搶清。不過,誰想到灝景灣之後接着開賣的第二期及第三期,撞正亞洲金融風暴衝擊,股市急瀉,樓價大幅下挫,呎價愈賣愈平,低至平均3000元,第一期業主即時淪為「樓蟹」,損失慘重。不少業主更慘被銀行「Call Loan」(即銀行向貸款人要求償還部分或全部貸款),屋苑因此一度被譏為「浩劫灣」。

事過境遷,翻查中原網上資料,屋苑放盤最新實用呎價1.5萬元起,當年買入單位的業主假如堅守至今,樓價已翻幾番,不過期間心情如坐過山車,着實驚心。

值得一提的是,灝景灣的收票王紀錄雄霸26年,終在去年被長實的油塘親海駅II所取代。該盤於8月以超低震感價開盤,首批折實平均呎價不足1.5萬元,較同區新盤平三成,頓成市場焦點,全城掀起入票潮。經過6日收票,親海駅II錄得3.8萬張認購登記,成為最新首輪收票王。

新票王親海駅 買家逼滿商場

親海駅II開賣當日重現大旺市場面,位於紅磡置富都會的售樓處,清早已有大批準買家到場,龍頭由商場伸延至紅磡港鐵站、行人隧道、理工大學天橋,龍尾一度接近半島豪庭。人龍花近兩小時始能消化,數以千計的準買家及代理逼滿整個商場。由於發展商採用即場抽籤賣樓形式,揀樓流程花近12小時才完成,當日推出的626伙即日沽清。

回顧新盤牛市 三大瘋狂現象

代理人海戰術兜客 為生意打鬥

各出奇謀

2013年一手住宅銷售條例生效前,新盤開賣制度未完善,樓盤可以在沒有樓書及價單情況下隨時出擊,買家也缺乏充足資訊,透明度嚴重不足。至於最重要的樓盤價格,也要在開賣當日靠代理即場「埋枱」查問及搶貨(昔日賣樓是由發展商向代理派貨,經紀再與買家配貨),準買家如覺得價錢合適便即時簽約,否則由第二位準買家補上,速度快過街市買菜,買家考慮的時間實在少得可憐。

當年新盤多是以此種形式開賣,若然在大旺日發售,數以百計的經紀及買家便要提早到場作準備,生怕發展商突然開盤,輸了「起跑線」。

不顧危險 衝出馬路派傳單

另外,在樓盤開賣前,地產代理行均派出一批俗稱「街霸」的經紀,以人海戰術方式在樓盤外、商場內、港鐵站口、街上瘋狂兜客,不管是路過的行人、在商場購物的情侶、在餐廳用膳的一家大小,又或是駕車經過的司機,均會被經紀重重包圍,硬向他們遞上樓盤宣傳單張及咭片(「街霸」爭客潛規則是客戶最先手握那個經紀咭片,客人便屬於該名經紀)。正常情況下,會有多於10個經紀爭一個客,不少路人會被嚇得花容失色,紛紛左閃右避;有時經紀不顧危險,衝出馬路向司機派傳單,實在非常擾民,故不時惹起途人反感破口大罵,經紀也時有爭客而互相毆鬥,在街頭大打「爛仔交」,令到地產代理的形象甚為不佳。

說回上述提及的新盤派貨配售情形,在當時甚為流行,當然每個政策也有利有弊。弊端是有時派出的貨就算經紀有客認頭,發展商也不一定出售,要經紀苦苦哀求才能有貨,個個怕執輸下,你爭我奪鬥快理揀樓,沒有秩序可言,發展商有時更會以各種方式拖延時間,通宵賣樓以營造暢旺氣氛,苦了一班準買家及經紀。如買家購得心頭好,經紀尚有佣金回報,如未能買入單位,全日白忙一場。

至於派貨配售方式的好處是對發展商有利,利用經紀營造樓盤熱賣氣氛,



▲地產代理為取得生意,把準買家層層包圍,嚇怕不少人。

在場準買家感覺樓盤搶手,非買不可,否則便「蝕底」了,所以到場的買家為免空手失望而回,普遍見貨即搶,但未必是心中的最理想選擇。

信和置業(00083)馬鞍山銀湖·天峰是比較難忘的爭崩頭新盤,項目於2009年中開售,首批38個單位,建築面積呎價4842元,大幅低於二手樓,入場費僅315萬元,旋即成為市場搶手貨。

通宵賣樓 場面混亂

銀湖·天峰開賣當日,安排在黃昏揀樓,大批準買家早於下午3時已集結在尖沙咀中心的售樓處,排隊人龍由商場地庫排到3樓,場面誇張。入夜後數百經紀迫爆售樓處搶貨,細細斗室聚集了數不盡的疊羅漢人球,有些更大聲咆哮,場面十分混亂,所有在內的準買家均交代其經紀一定要搶到貨,夜夜不願離去。買家及經紀群情洶湧,搶貨意欲極強,發展商即晚連夜加推通宵賣樓,結果不足兩天售逾千伙,成為2008年金融海嘯後最熱賣新盤,一個頂頂連泳池特色戶,呎價更達1.35萬元,創當時馬鞍山新高。

長實(01113)不少新盤於當時的大旺日均通宵達旦賣樓,並多數在尖沙咀港景商場的售樓處進行揀樓程序。該商場有兩間酒樓,其中一間恰巧賣樓當日舉行婚宴,在場「街霸」忘我兜客,見人即一窩蜂湧上,一眾到場飲宴的賓客也成為目標,不知就裏還以為是打劫人情(飲宴禮金),紛紛急急腳走入酒樓避難,就連新郎也成為目標,不記得如廁還是送客時被追「九條街」,場面非常滑稽。



▲銀湖·天峰(右圖)於2009年中開售時,即晚連夜加推通宵賣樓(上圖)。



本港新盤首輪收票排行榜

Table with 5 columns: Rank, New Development, Tickets (張), Developer, and Launch Date. It lists the top 8 property launches in Hong Kong based on their first round ticket sales.

90年代排隊黨橫行 霸位炒籌圖利

炒風印記

不少於上世紀90年入行的前輩,均愛與年輕一輩分享所見所聞,以及採訪軼事,印象較深刻及覺得有趣的,是90年代乍現的排隊黨。

話說80、90年代樓市炒風初起,當年的樓花盤普遍採用先到先得的方式開售,故每有大型樓盤開賣,往往出現排隊人龍,通宵衝街買樓更是平常事。最轟動是長實(01113)觀塘麗港城於1990年5月開售,建築面積呎價1657元略低市價,

頓成炒家肥肉。不但各路炒家全家全面進場,更惹起背景人士垂涎,戴上白手套組成炒籌黨到地盤(當時是賣樓花)生事,趕走排隊中人並霸佔整條隊伍,然後將籌號轉售圖利。這班炒籌黨個個兇神惡煞,普通市民自然敢怒不敢言。據講有見義勇為的市民直斥其非後遭到圍毆,有人報警求助,雙方更爆發衝突。其後麗港城第二次開賣時,警方亦不敢怠慢,派出大量警員到場維持秩序,並記錄在場排隊人士的資料,成為當時樓市炒風的一個印記。

類似的情況亦出現於同屬長實旗下的天水嘉湖山莊。該盤第1期樂湖居於1991年11月開賣,同樣遭到有勢力人士

「關注」,不過今次則由白手套換上飲管,飲管黨重施故伎,在嘉湖山莊霸位炒籌圖利。

浪澄灣重售曾現炒籌蹤影

至於要數較近期的為恒隆地產(00101)旗下大角咀浪澄灣,2013年第二季以先到先得形式重售,呎價約1.6萬元貼近二手,市場反應踴躍,惹來本港地產代理門南亞裔,兩邊早於開賣前兩日各自爭場。

小記曾到場採訪南亞裔人士,是否受僱到場排隊炒籌,他們能操流利廣東話,一律聲稱是自己或代朋友排隊買樓,強調沒有受聘炒籌(據指有人出日

薪1000元聘請這班炒籌黨)。最意想不到的是,所有聲稱是準買家的南亞裔人士,對記者提問的樓盤資料均十問九不知,最離譜是樓盤名也說不出。雖說該盤呎價在當年十分吸引,但一個單位至少也要數百萬元,買樓前完全不做功課,也難怪令人認為是炒籌黨。

有人排隊期間不自律,左右游弋企圖插隊,雙方秩序開始混亂,火爆場面升級,多次爭執及互相推撞,入夜後氣氛進一步僵持,兩邊一字排開互相對峙。在場保安無法確保安全,只好報警求助,警方當時更帶同警犬介入調解。事情最終搞大,發展商被迫叫停售樓,之後改以抽籤形式開賣。



▲麗港城於1990年開售時,有戴上白手套組成的炒籌黨到地盤生事。