



屯門新盤加推80伙 較首批賣貴3%

兩日收逾2000票 最快周末開售

焦點新盤低開市場反應理想。新鴻基地產(00016)旗下屯門NOVO LAND第3B期收票理想，發展商打鐵趁熱加推80伙，折實平均呎價約1.19萬元，較首批輕微賣貴逾3%，料本周初公布銷售安排，最快周末首輪發售。綜合市場消息及一手成交紀錄冊，上半月僅得兩個全新盤發售，一手市場共賣約290伙，多個新盤陸續於下半月參戰，料全月成交可達1000宗，撤辣後繼續保持4位數水平。

大公報記者 梁穎賢



▲NOVO LAND第3B期昨日繼續收票，天氣惡劣下仍無阻準客戶入票意欲。

1	批次	2
154伙	單位量	80伙
252至543方呎	實用面積	252至697方呎
298.77萬至634.01萬元	折實價	304.89萬至826.71萬元
11079至12290元	折實呎價	11502至12517元
11598元	折實平均呎價	11988元

大公報製表



▲NOVO LAND第3B期共提供769個單位。

昨日天氣惡劣，惟無阻NOVO LAND準客戶入票意欲，反應繼續理想，發展商伺機加推。根據價單顯示，在加推的80伙中，開放式單位佔2伙、一房戶24伙、兩房戶30伙及三房戶24伙，實用面積252至697方呎，折實價304.89萬至826.71萬元，折實呎價11502至12517元，折實平均呎價11988元，較首批11598元輕微賣貴3%。惟今批單位相對較多高層，撇除樓層因素，料屬原價加推。

發展商將於今日交代加推詳情，料最快本周初公布銷售安排，周末開賣。計及首張價單154伙，該盤暫共推出234伙，佔該期數769伙的30%。

市傳該盤兩日累收逾2000票，相對234伙超額認購7.5倍。

高臨累沽135伙 套現10億

其他新盤銷情方面，資本策略(00497)旗下鄰近佐敦高臨，昨日進行全新一輪銷售推出27伙。發展商公布，截至下午4時，暫約11伙獲認購，佔全日推售之單位約41%。

該公司執行董事何樂輝指，高臨銷情理想，自5月推出以來累售

135伙，佔已推出之單位約84%，套現逾10億元。

豪宅續有捧場客。華懋旗下薄扶林VICTORIA COAST以招標形式售出A座2樓單位2，實用面積1367方呎，兩房一套連工作間戶型，成交價2205.5萬元，呎價16134元。據悉，買家為本地用家。

新盤上半月成交僅290宗

綜合市場消息，主要新盤昨日錄近30宗成交。至於上半月僅得兩個全新盤登場，一手市場暫僅錄約290宗成交，按月大跌67%。其中上海商業銀行旗下堅尼地城吉喆銷情較標青，該盤於剛過去周二首度開賣，至今累售44伙，套現逾3.33億元。另外，恒基地產(00012)紅磡THE HADDON於端午節假期翌日開賣，即日售出13伙，套現逾7362萬元。

多個新盤部署下半月登場，除NOVO LAND第3B期外，新世界發展(00017)夥遠東發展(00035)的啟德柏蔚森、大鴻輝西營盤尚逸及恒和地產長沙灣恒珀等，有機會相繼參戰，料可望帶動全月成交達1000宗。



透視鏡 蔡樹文

最新發表的《國際住房可負擔性年度報告》，研究了全球94個都會住房成本的可負擔性，結果顯示，香港連續第14年成為全球住房負擔最重的城市，香港房屋擁有率僅為51%，人均房屋面積是全球最小之一。

平穩最有利

儘管香港樓價近期出現輕微下調，高樓價仍然讓許多人無法承擔，唯有望樓興嘆。然而，若樓價快速回調，恐會影響特區政府賣地收入，導致負債數字急升，對金融系統安全造成衝擊。樓價大幅波動，對社會各方弊多於利。

如何讓樓市走出困局？如何讓未置業人士有能力「上車」？如何增加居住面積？這都是港人關注的老大難問題。

綜合各種因素，樓市平穩發展對香港最有利，透過特區政府調控，維持私樓市場供應及樓價穩定，同時加快居屋建設速度，讓更多人實現「上車」夢。在協助低下階層上樓外，夾心階層住屋問題亦不容忽視，夾心階層的生活穩定，對社會穩定發揮重要作用。這方面特區政府應當更加重視，有貼地措施，同樣會贏得掌聲。

荃灣上半月租賃80宗 多買賣逾倍

租務旺季

二手樓交投低落，租務市場相反暢旺。荃灣區上半月錄80宗租賃成交。

四房戶以逾3萬元租出。環宇海灣



另外，長沙灣「西九四小龍」昇悅居一個兩房單位，放租5小時迅速被吸納。

中原地產市務經理凌活忠指出，踏入暑假租賃旺季，荃灣區上半月已錄逾80宗租賃個案，較買賣多一倍以上。環宇海灣1座高層F室，實用面積914方呎，四房間隔，享海景，日前叫租3.2萬元，最終以3.08萬元租出，呎租33.7元。業主於2015年4月以1811.4萬元買入，以最新租金計，回報率2厘。

其他地區租務同樣活躍，中原地產分行經理施蒂文稱，啟德新區本月至今

暫錄76宗租賃成交，新近龍譽2B座低層D室一房戶，實用面積306方呎，以1.6萬元租出，呎租52.3元。

昇悅居兩房5小時租出

租盤渴市，迅速被吸納。香港置業分行營業經理黎俊華表示，昇悅居1座中層A室，實用面積491方呎，兩房間隔。業主以約1.9萬元放租，僅5小時即獲外區客接洽，議價後以1.88萬元租出，呎租38.3元。資料顯示，業主於2021年4月以約915萬元購入，租金回報2.5厘。

中國車企去年銷1340萬輛 首超美國

【大公報訊】中國汽車品牌銷售快速增長。研究機構Jato Dynamics報告指出，中國汽車品牌去年全球銷售1340萬輛，首次超過美國汽車品牌的1190萬輛，而日本品牌仍以2359萬輛的銷量領先。在銷售增長上，中國品牌按年增速達23%，遠高於美國的9%。

性價比高 受新興市場歡迎

報告認為，傳統車企的生產成本持續居高不下，使消費者轉向更實惠的中國汽車品牌，且中國品牌汽車在全球擴張，特別是在新興經濟體取得巨大進展。分析指出，中國新能源車性價比高，且技術領先部分傳統車企，成為中國車企銷量上升的主要動力。

報告指出，去年新興市場共銷售逾1750萬輛新車，超過美國或歐洲的整體銷量。去年中國汽車銷量增長不俗，有兩大因素推動，一是本土品牌比亞迪(01211)等銷量的強勢增長，二是中國品牌在新興經濟體市場大受歡迎。然而，隨著歐美等採取保護主義措施，今年汽車業將面臨更大的貿易阻力。



▲中國新能源車性價比高，且技術領先，競爭力強。

國際評級機構惠譽分析稱，面對歐美加徵關稅，中國車企可能會在其他市場加大投資，推動生產基地多樣化。未來中國車企或將有更多資本開支，也會在相關市場建立合資企業，尋求更多當地合作。與此同時，出口市場相對更多元化的中國車企，能更好應對貿易壁壘上升帶來的挑戰。

對於中國車企前景，東吳證券報告指出，隨着中國車企近年出口量快速增長，各國貿易摩擦和保護加劇，中國車企的全球化來到了本地化生產運營研發的拐點。在眾多出口市場

中，俄羅斯將帶來頗大商機。因俄烏衝突後，部分電子零件短缺使俄羅斯汽車工業受到較大影響，中國汽車品牌對俄羅斯汽車生產鏈進行多方位的填補。

西方撤離俄國 華品牌填補空缺

市場人士指出，自2022年俄烏衝突以來，大量歐美車企退出俄羅斯市場，日韓汽車銷量也見下跌。其中，通用、福特、寶馬、本田、日產等跨國車企暫停向俄國出口新車，大眾在俄國工廠也陸續停產，令該國面對愈來愈嚴重的整車和零部件不足問題。而中國車企卻能善用這個機遇，快速填補空白。2023年，俄羅斯已成為中國汽車第一大出口市場，更有6個中國汽車品牌打入俄羅斯銷量前十大之中，可見其受歡迎程度。

關於歐盟對中國電動車進行反補貼調查之影響，乘聯會秘書長崔東樹強調，中國車企將繼續堅定不移地在歐洲發展，融入當地市場，又指歐盟臨時加徵關稅基本上在預期內，平均約兩成，對大多數中國車企不會產生太大影響。

歐盟反補貼的選擇性打壓

財經分析 李靈修

6月12日，歐盟委員會發布公告稱，計劃從今年7月4日起對進口自中國的電動車徵收臨時反補貼稅，稅率由17.4%至38.1%不等。若疊加歐盟針對進口車徵收的10%關稅，未來中國電動車出口歐盟的稅率將增長到27.4%至48.1%。

目前的加徵反補貼稅是臨時性的，如果與中國的談判未能達成解決方案，最遲7月4日，歐盟委員會將發布公告，詳細說明臨時調查結果。這也意味着，中國車企有機會進行抗辯和抗訴，歐盟委員會也會舉行聽證會收集各方意見，但最終裁定大概率還是會維持原有稅率。

當然，今次歐盟徵收反補貼稅的依據並不充足。中國的電動車補貼已於2022年底全面終止，反而是歐洲多國依舊保持着0.3萬至0.6萬歐元的電動車補貼，遠比中國最後一輪的電動車補貼規模0.48萬至1.26萬元人民幣更高。

根據去年的統計數據，中國在純電動乘用車方面對歐盟的貿易順差達到120億美元，而在所有汽車產品上，歐盟對中國仍有70億美元的順差。這也從側面證明了，為何歐盟的主要打擊目標集中在純電動乘用車。

按照這一邏輯，未來中資車企的其他產品，例如插混動力、燃油車、商用車被納入反補貼調查的概率較低。因為上述產品雖然在歐

洲市場具備競爭優勢，但尚未形成明顯的貿易順差。

中國車企料加快在歐建廠

對於眼下還沒有在歐盟建廠的車企，如東風風圖、小鵬和蔚來等，未來可能會加快在歐盟投資建廠的步伐，否則將直接面臨關稅的影響。目前在歐洲銷售的中國電動車主力車型，多為中資企業收購的歐洲品牌，例如上汽名爵、吉利極星/領克。其餘在中國內地生產的品牌，如比亞迪、長城、蔚來、小鵬，在歐洲的市場份額不足1%，銷量也只佔車企總銷量不足1%。

行業比拼

中國汽車市場競爭激烈，各大車企互相比拼。在北京舉行的第十六屆中國汽車藍皮書論壇中，哪吒汽車首席執行官張勇表示，在當下汽車業內卷的環境中，企業應該做好三件事，即明白用戶的真實需求、突破傳統的銷售和營銷模式、推動技術突破和技術創新。

關於市場對「哪吒」這個名字的討論，張勇回應，將繼續堅持哪吒，為品牌內涵作出新的詮釋，強調依舊有許多用戶喜歡這個品牌，總用戶數量已經超過42萬。他並透露，將在今年下半年重新發布哪吒品牌，另8月將發布一款新車，9月大批量交付。

至於流量，張勇認為，如果沒有流量便不會有關注、線索和交付，相信流量是必要的。不過，他並提及，流量多了也可能產生負面效果，例如不能說錯話、缺乏自由發揮的餘地等。

奇瑞汽車王瑤：向全球化品牌學習

談及行業內卷，奇瑞汽車副總經理王瑤對此表示反對，指出目前整個行業處於一種不健康的發展狀態。他認為，單靠自律很難解決內卷問題，還應當進一步向同行學習創新、成本管理，以及企業體系、能力、流程建設，將自身能力提升至一個新的高度，才能真正避免內捲。

汽車企業出海方面，王瑤表示，這並非可以一蹴而就的事情，業界應該向那些在全球化方面領先的企業學習，同時在面向國際市場時，中國企業應當合作維護中國汽車品牌的形象，不能比拼誰的價格更低。

王瑤並表示，業界應思考，如果中國汽車站在世界舞台的中央，能夠圍繞新能和智能化為全球帶來怎樣的時代價值。

中國汽車藍皮書論壇主席賈可表示，中國汽車行業存在多種內捲現象，對於用戶服務、產品可靠性、行業健康性造成巨大影響。

哪吒汽車三招應對內捲 積極創新



上發表演講。第十六屆中國汽車藍皮書論壇。