

穗新盤長假火爆 黃埔區銷售升37%

銷售員：市場信心回暖 發展商推優惠吸客

樓市趨旺

「五一」樓市黃金週，全國樓市開展了一輪「搶客」大戰。在一線城市廣州，各大開發商賣力攬客，不少樓盤都打出了實在的優惠折扣，亦有不少開發商提前在「五一」入市搶客。記者走訪發現，不少樓盤既有人氣又有成交。其中，廣州市科創發展潛力區域、黃埔區全區47個在建在售樓盤，在「五一」期間首兩天累計到訪超2000組，認購量較去年同比上漲37%，到訪轉成交率顯著提升。有銷售人員表示，今年「五一」的到訪人流和意向成交量均好於預期，不少客戶表現出較強的入市誠意，說明市場雖處調整期，仍具一定活躍度。

大公報記者 盧靜怡

走在廣州街頭，尤其是在多個地鐵出入口，幾乎被各大樓盤廣告「刷屏」。位於海珠區的君曜府搶先在「五一」期間開放看房，「凍資」（即買方將購房資金凍結在銀行）五萬元可享額外97折。「我們其實還未完全準備好在『五一』就開盤，但為了搶在黃金週滿足客戶看房需求，就提前在假期首日安排了部分定向客戶看房。」君曜府項目策劃副總監邱紅鋒透露，每天基本穩定有200台客來看房，不少街坊客戶甚至是「踩盤式」上門。「已經有十多戶交了意向定金。」

16房企辦大型促銷活動

「周邊兩公里範圍內幾乎沒有可選擇的新樓盤。」邱紅鋒介紹，君曜府所在區域鄰近越秀區，配套成熟，房價卻明顯低於越秀在售項目的千萬級水平，主力戶型售價區間在400萬至700萬元之間。「項目目前已完成封頂，預計將在明年8月30日前交樓。」他補充說，由於項目交付周期遠短於市面上不少仍處於地基階段的新盤，這意味着客戶可以節省兩三年的過渡期成本，保守估計能省下20萬至30萬元開支。

「五一」假期期間，廣州市黃埔區住房城鄉建設局聯合區內16家房企，在蘿崗萬達廣場啟動「宜居黃埔·惠聚五一」大型促銷活動，推出「98折限時折扣」、「特價清倉房源」、「家電車位禮包」等六大主題優惠。未來方洲營銷中心在「五一」期間連停車場車位都不夠用。中建玖合·未來方洲樓盤負責人表示，他們趁着

「五一」限時推出20套總價300萬起的特惠房源，僅在「五一」假期首日，已迎來200批購房者前來實地看房，成交超15套。

科企高管帶驗樓師即檢即買

廣州黃埔長嶺片區的開控城投·雲錦售樓處日均到訪量突破100組，成交套數领跑片區。「現在入市時機好，不單折扣優惠多，而且新入市的樓盤面積得房率更好。」來自黃埔區科技企業CTO王先生帶着驗樓師逐間檢查後，當即滿意地簽下一套4房戶型。廣州地鐵地產瓏岫上城項目亦在假期首兩天內認購22套，表現亮眼。

中原地產研究發展部數據顯示，在「五一」前夕，廣州市累計有16個項目搶跑推貨，全市推貨數量為2652套房，達到近5年的最高紀錄。多位樓盤銷售人員向記者透露，「五一」期間購房者對價格依然極為敏感，為此開發商在定價時顯得格外謹慎，往往需結合到訪登記、誠意金繳納等現場數據，細緻評估客戶的實際購房意願。

政策落實料加快 成交續看俏

中國指數研究院研究副總監李益峰表示，今年兩會政府工作報告首次將「穩住樓市」寫進總體要求，為市場傳遞信心，預計二季度各項政策落實將加快，核心城市成交量有望繼續修復。

廣州中原地產項目部總經理黃韜則指出，當前廣州樓市整體仍處於供大於求的狀態，「以價換量」依舊是主流策略。



▲五一期間，廣州黃埔區的廣開雲翰項目迎來大量看房客。受訪者供图



▲廣州一樓盤樣板間的看房者絡繹不絕。大公報記者盧靜怡攝



▲海珠區君曜府搶先開放，樣板間內看房客眾多。大公報記者盧靜怡攝

購房補貼加碼 吸引人才南下

【大公報訊】記者盧靜怡廣州報道：今年廣州「五一」樓市熱度升溫的背後，也離不開廣東持續在全國招攬人才。廣東自3月開始就在全國舉行「百萬英才匯南粵，百萬補貼住長嶺」人才購房補貼活動中，本科以上學歷人才可享受認購額外98折，碩士及以上學歷人才更是可享受認購額外96折優惠，只要符合標準，最快1個工作日就能獲批。

多區出台人才安居政策

此外，廣州多個行政區同步出台人才安居政策，對高層次、緊缺及創新創業人才提供購房補貼、房租減免，甚至

安排免費入住人才住房。非本地戶籍的高層次人才，其子女也可享有與戶籍生同等的入學待遇。

廣州的人才住房保障政策中，最受關注的是廣州對配售型保障房的「低門檻」政策。大學畢業生只要在廣州工作兩年，就有機會以每平米1萬元申請地鐵房源。申請戶型不設婚姻或育兒限制，單身人士也可申請三房單位。廣東省住房政策研究中心首席研究員李宇嘉認為，這些年輕人購買了配售房以後，可以降低住房消費成本，為後續購買商品房，實現住房消費升級奠定基礎。

上海徐匯濱江新盤超購9倍

【大公報訊】「五一」假期期間，上海新房市場上多個在售樓盤銷售火爆。在徐匯濱江，每平米單價達19.5萬元（人民幣，下同）的綠城「潮鳴東方」一次性推出了20套房源，收穫了超200組認購（超購9倍）。位於浦東新區新楊思板塊的「翡翠悅府」開放第二批次

房源，160套住宅已認籌509組，認購率約318%（超購2.1倍）；「國貿中國鐵建·西派海上」新推出的82套住宅的認購數量也超190組，認購率高達232%（超購1.3倍）。

綜合內地媒體報道，儘管上海部分樓盤單價較板塊前期價格有所上漲，但

購房者仍湧躍入場，多個樓盤樣板間出現同時擠滿3至4組家庭的火爆場景。業內人士認為，五一期間上海樓市的表現體現出購房者的信心，「好房子」具有廣闊的市場潛力。相信在政策利好、市場供應充足等因素影響下，上海樓市將保持平穩健康的發展態勢。

Lalamove拓歐洲市場 主攻在地化業務

【大公報訊】記者李潔儀馬來西亞報道：在全球13個市場設有業務的即時送貨平台Lalamove，近期正式進軍中東市場，管理層透露，正部署進一步拓展歐洲市場。對於關稅戰難免影響貿易活動，惟Lalamove強調，會在不同市場發展在地化業務，暫未見關稅戰造成的直接營運壓力。

不靠「燒錢」搶市場

在香港起家的Lalamove（內地業務為貨拉拉），過去12年陸續拓展多個市場，其中，越南市場近年增長迅速。集團首席運營官盧家培表示，一直沒有「燒錢」搶市場，菲律賓、馬來西亞、泰國等大部分市場已錄得盈利，墨西哥和孟加拉仍然處於增長期，去年才進駐的日本及土耳其亦處投資期。

盧家培提到，早年開拓東南亞地區業務，部分市場回本期要4至5年，畢竟當時規模效應有限，雖然日本市場仍然虧損，但當地單價較高，相信很快可達到收支平衡，土耳其則受當地貨幣貶值影響。

Lalamove在今年2月開始發展阿聯酋



▲盧家培表示，希望協助中小企減低物流成本。大公報記者黃洋港攝

迪拜市場，截至4月約有1000至2000名司機。「集團在東南亞有不少發展經驗，過去在『一帶一路』市場亦發展不俗，中東是很自然的下一步。」盧家培解釋，中東市場會與本地車隊合作，加上當地用家相對集中，因此部分批發市場、傢俬中心將是Lalamove主攻的用戶。

沙特申請經營牌照

盧家培透露，目前正在中東沙特阿拉伯申請經營牌照，預期今年7至8月在沙特開業，甚至將業務延伸至歐洲。他續說，

在進入新市場前，會有一定的考量，包括當地市場的宏觀經濟、手機滲透率、獨立司機的市場供應、法例和牌照要求等。

Lalamove於2024年全球總交易額（GTV）約111.4億美元（約869億港元），按年增長18.3%，促成已完成訂單近7.8萬筆，平均月活商戶約1670萬個，平均月活司機約170萬名。

被問到中美關稅戰對業務發展的影響，盧家培回應指，暫未見對Lalamove業務的直接影響，惟對各行業的影響程度尚待觀察，畢竟若關稅提高，勢影響當地出口貿易，令當地經濟活動減少，惟未必影響內需市場，因此Lalamove透過在不同市場實施深度在地化，希望協助中小企減低物流成本。

馬來西亞榴槤商「帝一榴」活動與公關經理呂濟漢表示，公司擁有自家車隊配送榴槤，考慮到時效性及成本，5年前開始採用Lalamove車隊，令落單客戶可於1小時內收到新鮮榴槤，大幅增加公司的生意額，由以往每日配送2000隻榴槤，提升到5000至5萬隻不等，視乎季節而定。



掃一掃有片睇

►Lalamove在2018年拓展馬來西亞市場。大公報記者黃洋港攝



Lalamove拓展市場進程

年份	市場
2013年	12月在香港成立，原名Easyvan，翌年改名為Lalamove
2014年	在中國內地以「貨拉拉」品牌發展，同年進軍新加坡及泰國
2016年	業務拓展至菲律賓
2017年	業務拓展至越南
2018年	在中國擴展跨城市業務，並在馬來西亞及印尼開業
2019年	進入首個拉美市場巴西，亦拓展墨西哥市場
2022年	開展孟加拉業務
2024年	進一步開拓日本、土耳其
2025年	進軍中東市場，在阿聯酋迪拜、沙特阿拉伯發展

港無人機送貨 日後拓至海外

【大公報訊】特區政府積極發展低空經濟，作為「監管沙盒」首批試點項目名單其中一員的Lalamove，首席運營官盧家培直言，無人機業務未必賺大錢，唯一旦在香港成功推出，便可複製到海外市場，包括沙特阿拉伯，以及島嶼較多的泰國和馬來西亞。

「並打算搵大錢，只是想做到use case（使用案例），如果這裏（香港）試點做得好，全世界有這麼多市場，也可以做到。」盧家培表示，本月夥拍寧

波翼新智能，在數碼港往離島試飛配送藥品、保健品及文件等，以南丫島為例，無人機到達碼頭降落地點，再配合車輛運送。根據民航處2022年生效的《小型無人機令》，限制無人機的載重負荷為25公斤，當局有意進一步放寬至150公斤。盧家培相信，當局會採取發牌制度，透過航線制監管業界。他指出，目前只處於沙盒測試模式，飛行航線、里數限制、無人機充電時間等，還有不少需要周詳考慮。

了解當地文化 拓新市場事半功倍

新聞分析

李潔儀

根據弗若斯特沙利文的資料，2024年全球物流支出約11.8萬億美元（約92萬億港元），其中公路貨運支出佔3.8萬億美元（約30萬億港元），按年增長4.7%。

按總交易額（GTV）計算，中國公路貨運市場2024年GTV達1.27萬億美元（約9.9萬億港元），佔全球市場33.2%。雖然如此，但市場調查顯示，境外同城公路

貨運市場規模相等於中國同類市場的3倍。

全球即時貨運服務需求有增無減，快速配送成為重要的一環，尤其針對網購熱潮，令公路貨運服務數字平台興起，解決行業運輸成本高、效率低、司機分散的痛點。

無疑，科技解決不少傳統行業的難題，不過，不同市場的經營情況存在差異，因此服務提供商需要因地制宜，提供

切合當地文化的服務。以貨運為例，東南亞市場多數以摩托車配送，做到「即call即到」的安排，巴西市場則以整架重卡車為主。

地緣政治環境變幻莫測，亞洲地區相對穩定，中東成為新的資本及貿易中心，吸引商家。要留意的是，中東的官方語言為阿拉伯語，屬亞蘭字母體系，習慣從右到左連筆書寫，對於商家在當地開展業務是一大挑戰。