

港鐵巨無霸項目屯門第16區站第二期物業發展項目昨日（9月2日）截標，共收到4份標書，符合市場預期。已奪得第一期項目的新地，以及長實、恒地獨資入標，信置則聯同嘉里建設、中國海外及鷹君合組財團入標。項目預計可興建約5,510伙單位，是港鐵40年來最大單一招標項目，市場估值約97億至136億元，樓面地價每呎3,200至約4,500元。港鐵常務總監（物業及國際業務）鄧智輝昨對招標反應表示滿意，港鐵將審視市況，擬未來三至四季推出兩個各提供約1,000伙的項目招標。

●香港文匯報記者 岑健樂、蔡競文

就屯門第16區站第二期物業發展項目的入標反應，美聯測量師行董事林子彬昨日表示，鑑於是次項目投資及規模龐大，市場普遍預期入標以大型發展商為主，是次入標反應亦合乎市場預期。是次招標的鐵路上蓋項目坐擁屯門南延線的發展優勢，並會結合大型商場及公共交通交匯處一併發展，交通及生活配套齊備，發展潛力優厚。若連同非住宅部分，以每呎樓面地價約3,300元計算，他對項目初步估值約99.8億元。

林子彬續稱，承接項目第一期的招標反應不俗，是次推出的第二期項目繼續受發展商垂青，項目總發展樓面逾300萬平方呎，投資金額亦將相當龐大，料可供應的單位數目高達約5,510伙。另外，入標財團可選擇是否保留商場營運權，為項目競投增加投資彈性及吸引力。

料享屯門南延線通車紅利

他指，屯門南延線第16區站目標於2030年竣工，故是次第二期項目落成時，可享鐵路優勢，且該區已有不少發展成熟的屋苑，料對大型商場有一定需求及支持，商場部分價值亦不容忽視。

他表示，港鐵已很久未有如此大型的單一招標項目推出，是次項目的發展規模比十多年前的港鐵大圍站、荃灣西站及南昌站之上蓋項目更大，既有住宅部分，亦有大型商場及交通配套。鑑於項目發展規模龐大，料投資額及風險較大，投資期亦較長。估計項目住宅部分亦會以提供中小型戶為主，迎合大眾化市場需要。

中原測量師行執行董事張競達原本預計屯門第16區站第二期項目可收到4至5份標書，他同樣認為招標反應符合預期。他指，由於項目發展規模及涉及投資額龐大，所以只有大型發展商或財團才具實力競投。張競達同樣指出，屯門南延線目前正在興建，是次項目位於將來第16區站上蓋，並設有大型商場，毗鄰屯門河道，兼具交通、景觀、社區配套等優勢，發展潛力優厚，預計大部分單位可享開揚景觀。張競達估計項目每呎樓面地價約4,500元，估值約136億元。

與洪水橋片區地價無可比性

至於港鐵鄧智輝昨於項目截標後對記者表示，對是次項目招標反應有信心，因為香港對房屋有需求，而屯門是相對成熟社區，再加上項目又連接港鐵站，景觀、配套、設施、社區等都非常齊全，因此對項目發展審慎樂觀。

當被問到近期洪水橋片區開發項目的中標價偏低，會否擔心成為發展商就屯門第16區站第二期物業發展項目的出價參考時，鄧智輝表示兩個項目不論在發展規模還是性質等方面，都存在不同之處，因此不能夠直接相提並論。他相信市場會有合適的估價方式。另一方面，鄧智輝表示港鐵未來三至四季將視乎市場情況，擬推出兩個規模較小的項目招標，合共提供逾2,000伙單位，具體時間須考慮技術範疇等因素，強調會和市場作溝通。

屯門第16區站第二期物業發展項目摘要

總樓面面積	約302.6萬平方呎
住宅樓面面積	約269.1萬平方呎
商場樓面面積	約33.5萬平方呎
可建單位數量	5,510伙
競投方案	發展商須一併發展住宅及基座商場，項目發展完成後，中標財團可選擇保留商場部分；若發展商選擇不保留商場部分，則會由港鐵公司以13.8億元回購
整理：香港文匯報記者 岑健樂	

屯門「巨無霸」收4標書 估值136億可建5510伙

港鐵：未來一年再推兩個千伙項目



●鄧智輝指出，對屯門第16區站第二期項目招標反應有信心。
香港文匯報記者黃艾力 攝



●屯門第16區站第二期項目由於商住總樓面逾300萬平方呎、住宅提供單位逾5,000伙，被外界譽為「巨無霸」。圖為屯門第16區站地皮。
資料圖片



●屯門第16區站第一期物業發展項目昨截標，有發展商代表趕於截標前遞交標書。
香港文匯報記者黃艾力 攝

新地去年投得第一期項目 總投資60億

目錄得9份標書後逾3年來最多。

規模較小 提供不多於1280伙

屯門第16區站項目屬於興建中的屯門南延線的車站上蓋項目，為屯門泳池舊址位置，第一期屬於整個項目東北面部分，住宅總樓面約60.1萬平方呎，提供不多於1,280伙。目前預計2031年竣工。

至於昨日截標的第二期項目，毗鄰屯門河道及興建中的港鐵屯門南延線第16區站，總樓面面積約302.6萬平方呎，當中住宅部分佔約269.1萬方呎，

預計可興建約5,510伙單位。據悉，是次項目的分紅比例固定為15%，發展商須一併發展住宅及基座商場，項目發展完成後，中標財團可選擇保留商場部分，最高可建基座商場樓面面積約33.5萬方呎；若發展商不保留商場部分，則會由港鐵公司以13.8億元回購。

另外，資料顯示屯門南延線將屯馬線由屯門站經第16區站延伸至屯門南社區，目標於2030年竣工。屆時居民可經屯馬線接駁港鐵網絡，並於錦上路站轉乘未來將會落成的北環線。

樓市交投回升 代理料本月註冊重上6500宗

香港文匯報訊（記者 岑健樂）土地註冊數字顯示8月整體物業（包括一手私樓、二手住宅、一手公營房屋、工商舖、純車位及其他等）註冊量共錄得5,768宗，較7月的6,715宗，按月減少約14.1%，亦是18個月新低。不過，有代理行指出，近期香港樓市交投回暖，預計9月整體物業註冊量有望回升至6,500宗。

美聯物業分析師岑頌謙昨日指出，土地註冊數字屬滯後數據，8月註冊個案主要反映7月的實際市況。當時樓市處於整固階段，住宅交投放緩，因而拖累8月整體物業註冊量回落；惟踏入8月後，市場氣氛轉趨活躍，一手及二手住宅交投均見回升，預期相關成交將逐步於9月註冊數字中反映。連同非住宅一併合計，估計9月整體物業註冊量有望回升至6,500宗。

該行指出，回顧8月註冊量，撇除一手公營房屋後，一手私宅及二手住宅註冊量合共錄4,691宗，較7月5,433宗，按月減少約13.7%；值得留意，過去兩個月均錄得大埔宏福苑的收購登記，

若扣除相關註冊個案，8月住宅註冊量則為4,075宗，較7月同類扣除相關登記後的4,645宗，按月減少約12.3%。

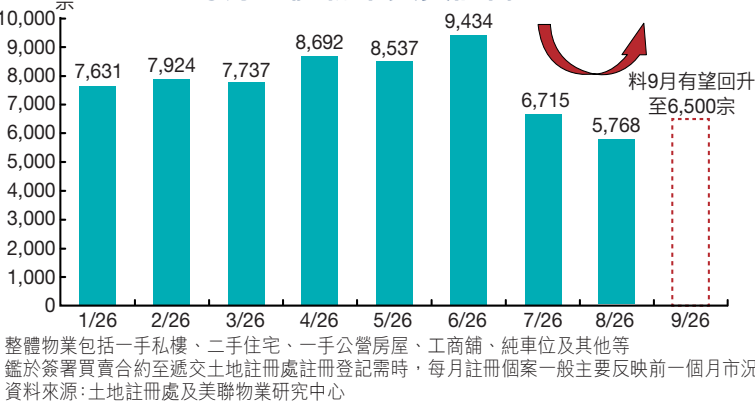
一手成交錄升35%至近1100宗

至於8月實際市況，岑頌謙補充，住宅市場已出現回暖跡象。一手方面，據美聯物業研究中心綜合《一手住宅物業銷售資訊網》資料及市場消息，8月一手成交量錄近1,100宗，較7月大幅回升逾三成半，並在相隔兩個月後再次重上1,000宗水平。

中原地产研究部高級聯席董事楊明儀則指出，受7月美伊緊張局勢升級影響，港股波動，而且樓價自低位已回升近兩成，買家轉趨保守審慎，導

致整體成交放緩。今年首8個月整體物業註冊量數字錄62,438宗及5,065.54億元，已相當於2025年全年80,702宗及6,142.77億元的77.4%及82.5%，估計2026年全年約88,000宗，料為2021年96,133宗後的5年高位。

每月整體物業買賣註冊量



內地客「一筆過」豪付百萬租天璽·天4房戶

香港文匯報訊 市場錄得多宗內地客租務成交。利嘉閣地產啟德匯分行鍾偉民促成啟德「天璽·天」2期2座低層A1室的二手租賃成交個案，單位實用面積約908平方呎，月租7.8萬元，呎租86元創啟德城中心同類新高，租客更一次過支付全年租金及2個月按金，涉資逾一百萬元。

折合面積呎租約86元

該行表示，新租客為內地客，早前透過該行平台搵租盤，經代理介紹上址放盤及睇樓後，客人鍾情屋苑位置便利兼起居配套完善，加上單位間

隔合用，景觀理想，決定洽租。業主原叫租8.7萬元，議價後以7.8萬元成交，並一次過支付全年租金及2個月按金，涉資逾一百萬元，而折合實用面積呎租約86元，呎租創啟德城中心同類單位新高。據悉，業主於2025年10月以3,064.1萬元一手買入單位，現租金回報約3厘。

若以每個月租金7.8萬元及14個月（12個月租金加2個月按金）簡單計算，上述租賃成交涉資約109.2萬元。

嘉湖三房戶1.35萬承租

另外，祥益地產謝利官表示，該行剛促成一宗

嘉湖山莊麗湖居的租賃成交個案，成交單位為5期（麗湖居）8座低層C室，實用面積546平方呎，三房兩廳。

謝利官續指出，新租客為內地家庭客，由於子女於香港讀書，決定暫時定居香港，主要鍾情該屋苑鄰近學校，方便往返，而且單位寬敞合理，連少部分家電，加上業主有議價空間，減租1,500元至1.35萬元，租客便決定租入。以實用面積計算呎租為24.7元。

就租金回報，謝利官指出，如以業主2012年購入價約205萬元作計算，該單位是次交易租金回報率達7.9厘。

鐘錶業倡港成品牌建設與收藏樞紐

香港文匯報訊（記者 陳鍵行）於香港鐘錶展昨日舉行的亞洲鐘錶研討會，以「香港國際鐘錶貿易中心：聯通世界，創新未來」為主題，與會嘉賓探討鐘錶業未來發展趨勢，聚焦區域全面經濟夥伴協定（RCEP）及粵港澳大灣區帶來的市場機遇。研討會中，業界領袖分享了如何善用香港作為國際鐘錶貿易樞紐的優勢拓展全球市場，而電商專家剖析了行銷策略及電子商貿發展趨勢，協助業界開拓亞洲及國際市場。

歐睿國際（香港）資深顧問黎穎芊表示，雖然香港人均鐘錶支出位居全球第二，僅次於瑞士，但香港市場的真正價值不在本地市場規模，而在其作為通往粵港澳大灣區，整個中國內地，乃至更廣亞洲市場的門戶，應被視為區域平台。增長最快的市場

在菲律賓、越南、老撾、柬埔寨等基礎較小但呈雙位數擴張的地區，以及印度、中東等。她強調，最大機會不是只在香港銷售，而是以集中於此的價值與專業為基地，經香港伸向周邊快速增長市場。

貿易優勢助產品銷向全球

談及香港在其中的角色，黎穎芊表示香港定位應是區域品牌建設與收藏樞紐，而非靠本地銷量撐起來的大市場。日本、香港地區、韓國等成熟市場的共同經營理念應是高接觸服務（high-touch service）、獨家發布、旅遊合作與經認證二手平台，以體驗、傳承與信任競爭，而非以量取勝。

同場的Chrono24亞太區業務增長與拓展主管Francesca Lam亦表示，國際買家看重本地深厚庫

存、交易經驗、強大採購網絡，以及作為自由開放貿易樞紐的歷史；香港處於區域鐘錶貿易中心，不必重建地位，需要的是更寬的「櫥窗」。她強調，加入全球平台不是取代現有生意，而是延伸；專業、採購、庫存與客戶關係仍屬經銷商，平台則提供國際能見度，以及接觸可能從不到港的買家。

Lazada HK商務拓展經理劉志浩則從東盟市場角度指出，東南亞是目前全球電商增速最快的區域之一，去年電商交易額預估突破1,850億美元；2024年增速約18.6%，高於全球平均約9.4%。預計2030年交易額增至3,800億美元。其中印尼增速最快，中產及高淨值人群上升，31%受訪東南亞消費者願意為正品及信譽保障支付10%至30%溢價。



●亞洲鐘錶研討會為香港鐘錶展活動一環。
香港文匯報記者陳鍵行 攝