上月至今13度增持　李澤鉅持股升至32.88%

李嘉誠父子斥15億元掃長實

長和系資深顧問李嘉誠及長實集團（01113）主席兼董事總經理李澤鉅再度增持長實股份，據長實發言人表示，李嘉誠及李澤鉅各自持股50%的公司，於9月26日、9月27日及10月2日三度增持長實股份，此外，李嘉誠基金會亦在10月2日增持201.4萬股長實股份。完成後，李嘉誠及李澤鉅的持股分別由32.65%及32.72%，增加至為32.81%及32.88%。

大公報記者　王嘉傑

根據披露易顯示，李嘉誠及李澤鉅在9月26日、9月27日及10月2日合共買入384.85萬股長實股份，平均價分別爲59.97元、59.94元及57.83元，合共買入384.85萬股長實股份，總代價約爲2.3億元。另外，李嘉誠基金會亦在10月2日以平均價57.55元增持201.4萬股長實股份，代價約爲1.16億元。

平均買入價約57.42元

計及上述三次的增持，披露易顯示，自9月份起李嘉誠及李澤鉅一共13次增持長實股份，合共涉資15億元。當中由9月10日起連續9個交易日增持股份，最低位爲55.41元，最高位61.25元，連同基金會買入1.16億元，總買入金額15.25億元，買入2656.4萬股，平均買入價爲57.42元。昨日長實收報56.55元，下跌0.8元或1.4%。

截至昨日，李嘉誠今年以來共25次增持，增持活動最先在4月發生，當時買入價爲65.97元，當月共增持了8次，之後分別在6月、8月、9月及10月份，增持了3次、1次、12次及1次。持股量亦由4月份31.48%升至32.81%。當中買入最多次發生在8月23日，當時買入了約1.31億股，平均價爲55.8元。

地產商近日頻增持

地產商近日頻頻有增持動作，據披露易顯示，郭氏家族基金於今年4月起，便多次增持新地（00016），當時每股平均買入價爲123.57元。最新一輪的增持活動在9月17日開始，當時於9月17日起，以115.49元，買入11萬股，1270.39萬元後，至9月28日以每股平均價113.8元，買入6萬股新地涉資近682.8萬元。一共增持了八次，共3.31億元。昨日，新地收報109.6元，跌1.5元或1.35%。

朗廷酒店（01270）主席羅嘉瑞亦增持朗廷酒店，於9月26及27日，分別以每股2.869元及2.87元買入35.5萬及9.15萬股，共涉資近128.11萬元。

滙豐研究對地產股最新評級及目標價

股份	投資評級	目標價
發展商		
長實地產（01113）	買入	88.8元
恒基地產（00012）	買入	55.64元
新世界發展（00017）	買入	14元
信和置業（00083）	買入	16.2元
新鴻基地產（00016）	買入	165.4元
收租股		
恆隆地產（00101）	買入	24.7元
希慎興業（00014）	持有	38.8元
嘉里建設（00683）	買入	43.3元
港鐵（00066）	持有	42.8元
太古地產（01972）	買入	39.3元
九倉置業（01997）	持有	59.3元
房託		
冠君產業（02778）	買入	6.4元
朗廷（01270）	持有	3.27元

▲長和系資深顧問李嘉誠（右）與長實集團主席兼董事總經理李澤鉅上月起再次展開對長實的連番增持行動，合共斥資逾15億元買入股份　資料圖片

李嘉誠與李澤鉅近期增持長實

日期	增持股數（千股）	每股平均價（元）
9月6日	1417.5	56.1772
9月7日	2165.5	56.3493
9月10日	4370.0	55.4057
9月11日	2891.0	55.6436
9月12日	3068.0	55.7088
9月13日	557.5	57.4511
9月14日	1552.5	58.8803
9月17日	1171.5	59.2820
9月18日	2508.0	59.8197
9月19日	1000.0	61.2450
9月26日	2560.0	59.9704
9月27日	685.0	59.9405
10月2日	2617.5	57.6219

雷蛇推極速遊戲級WiFi路由器

【大公報訊】獲李嘉誠入股的雷蛇（01337）推出極速遊戲級WiFi路由器Razer Sila，針對高性能遊戲、直播及多媒體內容下載。雷蛇聯合創辦人兼行政總裁陳民亮表示，公司不斷爲硬件及軟件創造更高的性能，但如果WiFi信號中斷，即使有高準確度及低延時亦變得毫無作用，故決定爲雷蛇生態系統開發一個具備穩健基礎，即一個無論你身在何處都可使用的WiFi。

據介紹，Razer Sila內獲專利技術的多通道ZeroWait DFS技術令WiFi通道能避開流量擠擁的通道，即使在使用極高要求的應用程式時仍能維持最高速度，減低停機、掛機及斷線的可能性。

Razer Sila由Razer及無線家居網絡夥伴Ignition Design Labs合作開發，售價爲2199元。Ignition Design Labs是由網絡巨頭Qualcomm和Broadcom前工程師創立的科技及工程公司。

Ignition Design Labs行政總裁Terry Ngo表示，期望運用公司的工程專業知識和專利技術，爲雷蛇的遊戲和娛樂生態系統構建一個獨特強效的專業級路由器。

據Allion USA的第三方驗證測試顯示，在模擬眞實家庭環境中使用額外的WiFi網絡訊號，Razer Sila比其他網狀路由器和專用遊戲路由器表現更爲優勝。

◀雷蛇創辦人兼行政總裁陳民亮

▼雷蛇推出極速遊戲級WiFi路由器Razer Sila

蘋果小鎮創意產業初成型

太行山區的崗底村生產出了中國最貴的蘋果，一個蘋果賣100元（人民幣，下同）。不過比蘋果更值錢的是蘋果商標「富崗」這兩個字。河北省內邱縣崗底村黨總支書記楊雙牛對大公報記者說，現在「富崗」品牌系列農產品逾百種，連鎖專營店年底將超過30家。除了集體註冊的「富崗」，村民以國家地理標誌「富崗」為名註冊的家庭農場和網店已有10餘家。「有人給『富崗』商標出價2個億，給200億我們也不賣。」不過，楊雙牛現在不是藉着品牌擴大生產和市場份額，相反，要「穩定產量，保證質量，發展個性化創意產業園。」

河北鄉村經濟振興系列之四

大公報記者　顧大鵬（文、圖）

「上個世紀80年代初，日本富士山下的蘋果引種到太行山區。日本長富二號，嫁接到崗底村的甘棠一號，由此有了富崗蘋果。」楊雙牛說：「不過，中日農業合作在太行山結出正果我們等待了15年。」

蘋果園的魔術管理法

「1999年9月，被譽爲『太行新愚公』的河北農業大學教授李保國，帶着崗底果農到日本富士山腳下取經歸來，我們結合太行山地質水文和小氣候，制定了富崗蘋果『128道生產工序』。128程序既煩瑣又神奇，果農稱之爲蘋果魔術管理法。過去，農民種地靠天吃飯，憑經驗管理，現在像工業生產一樣管理果園。」楊雙牛說：「『128道工序』像個魔術棒，讓蘋果長大了，半斤以上的蘋果佔了一大半；讓蘋果好看了，我們給幼果套雙層保護袋，分兩次脫袋，果面光上色勻，果形端正，一個蘋果賣100塊錢，逼近日本世紀1號」。

崗底村有8000畝山坡地，3500畝建成了蘋果園，2000畝建成了板栗園。2017年，富崗蘋果特色小鎮，僅蘋果一項年銷售額超過1億元，人均年收入接近4萬元。同時，這個河北省「美麗鄉村」的示範小鎮，還帶動太行山區建起近百個蘋果產業園。

富崗蘋果小鎮，以工業化生產，標準化管理而聞名。不過，128生產管理程序，並沒有抹殺園區的個性。30年間，富崗蘋果小鎮活躍着中國農大、河北農大等十多所高等院校和科研機構的數十名農林水果專家。專家的活躍思想在太行山原住民樸實的心裏生根，孕育出個性奔放的花果園。

教授與農民同園獻藝

富崗蘋果集團生產技術部經理楊雙奎，是崗底村的本土專家，他手把手向農民傳授技術，還客串中國農大、河北農大等大學講堂。初秋的蘋果園剛剛泛紅，楊雙奎帶領記者穿行於「Y」字樹型園、「豐」字樹型園、「T」字樹型園等個性化園區。他說：「『Y』字是標準的中國傳統樹型，『豐』字是典型的日本樹型，『T』字則是『豐』字型的改造樹型。九龍崗下的崗底村，有七梁八峪九條溪，以教授和果農名字命名的果園有十幾個。站在高處往下看，藍天白雲映襯下的蘋果小鎮，就是一幅天然拼接的生態圖畫」。

楊雙牛對記者說：「正在規劃的太行山生態大花園，將是一個以蘋果產業爲核心，多個生態園區共生的創意產業群組。」他向記者透露，由河北農大起草的《太行山生態大花園規劃》，將復活《詩經》召公甘棠樹下講道，還要復活《聖經》撒旦引誘夏娃初嘗禁果的故事。太行山生態大花園，一園一風景，一景一主題。未來，蘋果產業在整個產業鏈中，比重會漸漸下降，旅遊觀光、創意產業比重會漸漸提升。

▲富崗蘋果小鎮貴堂家庭農場，主人王貴堂與妻子陳海英採摘早熟的蘋果

▲河北省內邱縣崗底村黨總支書記楊雙牛

►遊客到富崗蘋果小鎮集體示範園，體驗蘋果脫袋工作

非濃縮還原果汁年底上市

▲富崗蘋果連續通過綠色食品認證，獲得綠色食品標誌的使用權。圖右黃色紙片為生態除蟲版

記者來太行深處的富崗蘋果小鎮採訪時，中國農大專家組的教授，正在指導工人進行NFC（Not From Concentrate的縮寫）冷殺菌果汁生產線的安裝調試，產品將於今年底上市。孫志健教授向大公報記者介紹說：「NFC中文稱非濃縮還原汁，是將新鮮原果壓榨成果汁，經殺菌後直接罐裝。果汁不經過濃縮及復原，完全保留了水果原有的新鮮風味。」

孫志健教授進一步介紹：「超高壓滅菌技術就是在密閉的超高壓容器內，用水作爲介質，對軟包裝食品等物料，施以400至600MPa的壓力，從而殺死其中幾乎所有的細菌、黴菌和酵母菌。而且，這種技術流程不會像高溫殺菌那樣，造成營養成分破壞和風味變化。」

富崗果汁生產線，以太行山原產地蘋果爲主料，輔之以南方鮮果，調配成果粒、果醬、果汁等十餘種產品。產品可當液體水果直接食用，又可做酸奶調料。這條投資1500萬元的生產線，日消耗原果7噸，日生產NFC果汁5噸，年產值1億元。