

# 誰的新城市廣場？

李育燕

就讀於香港中文大學文化及宗教研究系相互文化研究文學碩士學位課程

## 前言

沙田是一個全面發展的新市鎮，人口約有六十三萬。<sup>1</sup>新城市廣場居於其中心地帶，是政府規劃下一個重要項目。新城市廣場一期最近進行了大型翻新，之後的內部空間大大不同，本文擬就翻新的功能和文化再現的效果，作一簡單探討。

## 新城市廣場緣起

史學家相信早在明代，沙田已經有人居住了。而沙田最早的村落：大圍村大約在1574年已經建立。<sup>2</sup>昔日的沙田墟市，於1956年正式建立<sup>3</sup>，鄰近火車站，商舖食肆林立，是為當時的心臟地帶，在規劃沙田的時候，政府就選取了沙田墟市，即今日的沙田正街一帶，作為新市鎮的市中心位置。<sup>4</sup>

八十年代初，政府開標競投一幅位處沙田市中心的商業用地，結果由新鴻基地產投得。當時政府規劃，該地只作全商場發展，上蓋不興建住宅。假如興建住宅，商場的地價會因住宅樓面價值而大大提高。新鴻基地產執行董事陳啓銘曾說：「座

---

<sup>1</sup> 沙田區議會網頁 <http://www.districtcouncils.gov.hk/st/chinese/welcome.htm>

<sup>2</sup> 香港地方網頁 <http://www.hk-place.com/view.php?id=106>

<sup>3</sup> 沙田故事，見沙田·香港網頁 [http://shatin.hk/page.php?main\\_cat=2&sub\\_cat=18&id=53](http://shatin.hk/page.php?main_cat=2&sub_cat=18&id=53)

<sup>4</sup> 2005年「鄉土沙田啟動禮」，律師及城市規劃師陳炳釗先生演講講辭，見沙田·香港網頁 [http://shatin.hk/page.php?main\\_cat=2&sub\\_cat=23&id=73](http://shatin.hk/page.php?main_cat=2&sub_cat=23&id=73)

落市中心黃金地段的商場，上蓋不設住宅十分罕見……等同是平賣土地。」<sup>5</sup> 可見政府當時決意以平價土地，吸引地產商投資發展商場，作為整個沙田發展的核心。

政府當時的委曲，與客觀社會環境很有關係。在 1982 年，中英因香港回歸問題談判未決，前景不明朗，投資氣氛觀望。且當其時大型購物商場都集中在市區，具規模的區域性商場只有太古城，其面積也僅為三十餘萬呎，比規劃中佔地 100 萬平方呎的新城市廣場小得多。地產商要花費三億三千萬，發展新界區第一個大型區域性商場，確實有其風險。<sup>6</sup>

中英談判於 1984 年結束，雙方於年底交換《聯合聲明》文本，大局既定，人心趨穩，沙田新城市廣場亦在同時間開業。在開幕前後，新城市廣場的主要租客八佰伴百貨公司和沙田區議會，分別籌辦大型花火匯演，吸引市民注意，廣收宣傳之效。其中由沙田區議會籌辦的一場，花火串更由烏溪沙開始一直伸延到沙田第一城。<sup>7</sup>足見政府銳意扶助這個大型區域性商場順利開業。

### 新城市廣場簡介<sup>8</sup>

新城市廣場位於沙田市正中心地段，分為一、三期及新城市中央廣場三個部份。商場總面積約 200 萬平方呎，擁有超過 360 家店舖及近 50 家食肆。

---

<sup>5</sup> 陳啓銘訪問，見沙田·香港網頁 [http://shatin.hk/page.php?main\\_cat=2&sub\\_cat=27](http://shatin.hk/page.php?main_cat=2&sub_cat=27)

<sup>6</sup> 陳啓銘訪問，見沙田·香港網頁 [http://shatin.hk/page.php?main\\_cat=2&sub\\_cat=27](http://shatin.hk/page.php?main_cat=2&sub_cat=27)

<sup>7</sup> 同上

<sup>8</sup> 新城市廣場網頁 <http://www.newtownplaza.com.hk/>;  
新鴻基地產網頁 <http://www.shkp.com.hk/>; 及  
《新界樓宇名稱》[http://www.rvd.gov.hk/tc/doc/nt\\_2005.pdf](http://www.rvd.gov.hk/tc/doc/nt_2005.pdf)

## 各期簡介

新城市廣場一期 —— 於 1984 年開業，共有十層商場，佔地 100 萬平方呎。設有消閑娛樂設施，包括一個史諾比戶外遊樂場，以及擁有 3 間院線之 UA 戲院。

商場緊靠沙田火車站，火車在新城市一期開業前一年，已完成電氣化工程，為商場帶來大量人流。市民在走出火車站後，得先經新城市廣場一期，才可以到沙田大會堂、中央公園，和城門河。也就是說，商場比起區內的主要公共文娛設施，佔據更加有利的位置。

商場底層是巴士總站，共有三十多線巴士途經或以該處為總站，通達全港各地，包括觀塘、青衣、華富、上水，以及機場。此外，亦有逾十條小巴線，駛經該地。

新城市廣場三期 —— 建成於 1990 年，毗鄰沙田帝都酒店，和新城市商業大廈（亦即新城市二期）。共有三層商場，租戶包括多家童裝、玩具店，以及西田百貨等。上蓋為五座住宅樓宇。

新城市中央廣場 —— 於 1995 年落成，處火車站北，主要售賣家居用品及家具，宜家傢俬旗艦店亦設於此。

## 耗資三億的翻新工程

### 二十年來的變遷

沙田新城市廣場自 1984 年開業以來，人流暢旺。至 1986 年，新城市廣場在平日有逾 15 萬人次遊覽，假日更高達 20 萬人次。<sup>9</sup>當時沙田人口約 37 萬，可見不少

---

<sup>9</sup> 沙田工商指南，沙田區議會出版，1986 年，頁 26

遊人來自區外。<sup>10</sup>八十年代香港新市鎮發展蓬勃，地產商見市中心以外的區域性商場需求大，欲於沙田以外的其他住宅區複製這種成功，一個例子是 1987 年開幕的屯門城市廣場。而在消費氣氛濃厚的八、九十年代，新商場開幕是城中盛事，市民往往要排隊進場參觀。

開業以來二十多年，沙田新城市廣場經歷外在內在多番變化，由八佰伴百貨公司於 1997 年清盤結業，到「沙士」襲港，嚴重打擊經濟，再到國內居民「自由行」來港消費等等。若論發展商最積極求變的一次，則不得不談新城市一期在 2004-2006 年期間進行、耗資三億港元的大規模翻新工程。根據新地自言，該工程是「新地旗下商場最大規模的翻新工程，務求令新城市廣場耳目一新，鞏固作為新界區最優質消閒購物商場的領導地位。」<sup>11</sup>

發展商選擇在 2004 年開展翻新工程，除了是廣場經歷了二十年歷史，需要粉刷一番以保競爭力之外，也是為了在後「沙士」時期、“自由行”刺激經濟好轉的年代，找個加租的理由（事實上，根據新鴻基地產高層管理透露，翻新後的商場租金，增加了百分之十五以上<sup>12</sup>）。而更加可能的，相信是因為商場要吸引的顧客對像有所轉變。

## 控制人流

新城市廣場開幕初期，由於地處新發展區域，雖有電氣化火車接駁往返九龍，心理上仍覺是偏遠之地。於是，招徠人流是重要的經營策略。經過二十年的經營，新城市廣場伴隨沙田除去鄉郊的印象，成功變成一個消閒的普遍選擇；而沙田區內人口，亦由八十年代的三十多萬，躍升至現在的六十三萬。自九十年代中，每

---

<sup>10</sup> 同上，頁 12

<sup>11</sup> 〈沙田新城市廣場首階段翻新工程竣工展現全新面貌〉，新鴻基地產新聞稿，2005 年 9 月 1 日  
[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3254](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3254)

<sup>12</sup> 〈新城市廣場加租 15%〉，蘋果日報網上版 2007 年 1 月 30 日

逢假日，新城市廣場便擠得水洩不通，大量的人流反過來成爲要處理的問題。

本來，普遍的理解，是人流會帶來生意，給商人賺錢的機會。但由於後福特年代的到臨，商人轉向針對個別獨特口味、生產款式和價格都有極大差幅的貨物。同是一件上衣，賣十元八塊的路邊小販貨色有之；數千元的名設計師出品也有。聚沙成塔式的大量銷售同一式樣貨物，已再不是賺取利潤的不二門法。

新城市廣場既已是「新界區最繁鬧興旺的商場之一」<sup>13</sup>，又是新鴻基地產在本港的旗艦商場，肩起爲新地製造財富的重要責任，便有條件也有必要作出篩選，專爲消費能力高的顧客服務，以增加收入。所以，發展商在今天再不希望新城市廣場是普羅大眾閒遊、流連的地方；而希望它晉身成爲高消費購物場所。

在現代消費生活中的一個矛盾是：最有時間閒逛商場的人，往往是最沒有能力消費的人。<sup>14</sup> 家庭主婦、退休人士，都屬此類。商場一方面要吸引人流，但又不能吸引一些會停留太久而不消費的人，以免他們妨礙其他人消費，所以控制他們逗留的時間，是增加利潤的一個方法。

## 商場入口

在這項翻新當中，發展商不惜改動一些原來是商場內部設計的主要賣點，務求打造一個全新空間。開幕之初的新城市廣場，便把當其時號稱全中國第一個的音樂噴泉，置於商場三樓，也就是火車站出口的一層，利用會隨音樂（往往是流行音樂）舞動水柱和轉換顏色的噴泉，吸引遊人注意。翻新後，發展商把音樂噴泉由

---

<sup>13</sup>香港旅遊發展局網頁

[http://www.discoverhongkong.com/taiwan/attraction/hkwalks/ta\\_walk\\_walk4.jhtml#route06](http://www.discoverhongkong.com/taiwan/attraction/hkwalks/ta_walk_walk4.jhtml#route06)

<sup>14</sup> Edwards, Tim “Rapture or Torture – The Contemporary Nature of Shopping”, in *Contradictions of Consumption – Concepts, Practices and Politics in Consumer Society*, Buckingham: Open University Press, 2000. p.118

商場三樓當眼的地方，移到七樓空中花園，令不花錢消費的人不再輕易獲得滿足；反過來利用它吸引有能力顧客，讓他們光顧七樓食肆，暢快舒適地消費，可見商場的目標顧客對像已有轉移。若不想消費的話，七樓空中花園也可以讓遊人免費參觀，但時間僅限於每天下午二時三十分到五時。

由火車站走向三樓，首先見到的商店就是左右兩旁的 A | X ARMANI EXCHANGE 和 UNITED COLORS OF BENETTON，屬於不是人人都可消費得來的世界級名牌，它們站在最前線，連同其他在三樓的國際品牌 Vivienne Westwood, Anglomania, agnes b. 和 CHANEL BEAUTE 等等，為新城市廣場定位。

在新的設計裡，入口保持開闊，連同商場的拱型透光玻璃天幕，和分別懸掛在四樓和五樓的大型電視屏，刻意把遊人的目光吸引到這兩層去。而處於三樓顯眼位置的十座扶手電梯，更是邀請他們往四樓和五樓去。根據新城市廣場提供的資料，翻新後的商場增加了七座扶手電梯。<sup>15</sup>

翻新後的新城市廣場，三至五樓主要是售賣名牌服飾、化妝品和珠寶飾物的店鋪所在。這些貨物的特色是——消費高而購物周期短。而這些不耐用的高價品，又是這次商場變格的重點吸納對像。根據新地所言，翻新後的新城市廣場，引入多個首次進駐新界的時裝品牌，令時裝租戶比例由 30% 升至 45%，而化妝品牌也由 3% 提升至 5%。<sup>16</sup> 難怪商場的佈局，也積極引導大家到這三層去。

### 樓梯與升降機

相對於大力鼓勵遊人使用的扶手電梯，樓梯與電梯則可說是被刻意冷落。

---

<sup>15</sup> 新城市廣場顧客意見匯錄，2006 年 11 月到 2007 年 4 月

<sup>16</sup> 〈新城市廣場加租一成〉，蘋果日報網上版 2006 年 12 月 7 日

以往，新城市廣場有兩個表演場地：在三樓搭建舞台、或在羅馬圓形獻技場。不少牟利或非牟利團體都會在此舉行表演，宣傳訊息同時也與民同樂。現時為疏導人潮，表演只可集中在後者舉行。而管理公司更以安全為理由，再不准許市民坐在羅馬圓形獻技場對面的梯級看表演。<sup>17</sup>該處的梯級祇有一層樓高，亦不陡斜，多年來遊人坐在梯級上觀看表演，未聞有意外發生。說到底，新規定恐怕還是為了防止人群聚集，享受免費娛樂，堵塞通道的借口。

新城市廣場有十多部升降機，但沒有一輛能直通各層的。每部升降機行走二至六層商場，都不服務地庫兩層。這些升降機面積小，距離火車站入口最遠的四部較大，可運送二輛輪椅，近商場中心地帶的兩三部，則僅容一張輪椅進出。視乎輪椅使用者的位置和目的地，他／她們很可能要由一部升降機轉到另一部，才可到達目的地，並不方便。

升降機不同於扶手電梯不同，限制了使用者的視野，令他／她們看不到升降機以外的種種五光十色的商品，減少商機，故不被鼓勵使用。升降機不比起長長的扶手電梯矚目，商場裡亦沒有清晰的指示，告訴遊人升降機正確位置，輪椅使用者進出新城市廣場的困難，可以想像。

## 顏色和燈光

翻新後的新城市廣場，是個白得耀眼的空間——地板是白的、牆身和支柱主要是白的、懸在半空的扶手電梯是白的、橫在頭上的天橋也是白的；這種白不是暗啞的白，是光亮的白：有很多牆和柱，根本就是燈箱。

---

<sup>17</sup> 新城市廣場顧客意見查閱冊，2006年11月到2007年4月

這種亮白的環境，在視覺上突出前衛、未來的主題，明顯與之前大量運用紅磚製造典雅氣氛的風格迥異，給人大膽創新的形像。白色簡約的環境，也讓店鋪能輕易突出商品的形態。但這種光潔無瑕的白總叫人要小心翼翼，不能放鬆；刺目的白也會令人容易疲累，和感覺冷冰。商場雖未至拒人千里，但在這種環境下，要整天待在那兒，跟朋友和家人相聚，又確實不易。當然，除了顏色和燈光外，新城市廣場還有別的方法，令人不會在那裡閒遊終日、流連忘返。

### 免費供應的座位和垃圾筒

新城市廣場有其開放的地方，他們把顧客在網上提出的意見和管理公司相關的回應，輯成一冊，放在詢問處供人查閱。由翻新後的 2006 年 11 月至今，有不少意見認為商場裡供遊人休息的坐椅不足，其中一個更直指這是過於商業化的表現。這個批評十分準確，管理公司針對其餘有關坐椅不足的投訴，均一律指出在某幾層其實已設有坐椅，並進一步建議顧客在餐廳休息；唯獨不敢向這為指斥他們商業化的顧客，邀請他／她光顧餐廳。<sup>18</sup> 管理公司沒有指出這些免費座位都設置在商場的最邊沿位置，有些根本就在外圍，遊人在逛得疲累的時候，很難再花氣力把它們找出來。相反，除地庫兩層之外，每層皆有餐廳，十分容易找。

另外一項熱門投訴，是垃圾筒不足。管理公司的回應也十分可圈可點：他們會多謝顧客的意見，然後籠統地說商場已設置垃圾筒，卻從不曾承諾增加垃圾筒數目。<sup>19</sup> 對他們來說，遊人只是過客，來去匆匆，沒有用垃圾筒的必要。

## 4. 公共空間與消費社會

香港近二、三十年來地產興旺，政府和發展商都熱衷於大型發展項目，在新發展

---

<sup>18</sup> 新城市廣場顧客意見查閱冊，2006 年 11 月到 2007 年 4 月

<sup>19</sup> 同上



區域，到處都是大型屋邨和一座又一座的商場。在這種發展模式下，新發展區的街道往往淪為「馬路邊」，是由一個屋邨走向一個商場的通道，本身空空如也，沒有面目。就如本人住在新界的新發展區二十年，搬過好幾個地方，住的屋苑名稱，自是十分清楚，卻從來不曉得自己住的是哪條街道。

Henri Lefebvre 在*The Production of Space*<sup>20</sup> 的概念來說，商場由規劃而生，其空間生產方式是「空間的再現」(representation of space)，但街道則往往較多由“空間實踐”(spatial practice)而成。但香港的城市發展，卻越來越依從「空間的再現」生成，這種空間生產方式甚至奪去「空間實踐」應有的孕育能力。我住的街道，就是規劃下的空白，也是“空間實踐”未及滋長的地方。

因規劃而生的商場本身也有嚴格的使用守則，能讓人創造性利用的彈性很少。用以表達市民意見訴求的簽名運動不能在商場展開，就連賣旗籌款這一類為政府批准許可的活動，也往往不能在商場進行。

但若商場的軟硬件——內部設計和使用守則配合得宜，也有機會讓遊人利用作購物以外的其他用途。像八百伴時期的屯門城市廣場，設置不少坐椅，亦有很多臨時攤檔，和即時示範的推銷員，把商場弄得趁墟般熱鬧，有些主婦會每天逛八百伴，或會跟朋友或家人一起來，消磨半天。這樣的商場，具備匯聚區內居民功能，有社交聯誼的作用，有助居民建立社區身份。<sup>21</sup> 新城市廣場位置好，處於沙田正中心點，緊靠火車站，原來應有良好條件讓居民聚集、交誼。但發展商在商言商，在追求利潤之時，犧牲了商場匯聚居民的可能。

---

<sup>20</sup> Lefebvre, Henri (1991), *The Production of Space*. Oxford, Blackwell Publishers, p26-46.

<sup>21</sup> 李揚慧，沙律，王天虹〈百貨公司之死〉，見吳俊雄，張志偉編《閱讀香港普及文化》修訂版，香港，牛津，2002，頁 374-379

「在商言商」是資本主義社會底下毋庸置疑的金科玉律。但政府當日平賣土地，把沙田最中心的地段用低價賣出，令到無論是政府機關，還是負起為市民提供文娛藝術、或休憩設施的沙田大會堂和中央公園，也得要靠邊站；在這個情況下，冀望新城市廣場在牟利之餘，亦顧及增加社區凝聚力的需要，大概也不屬過份要求。

再者，在這個講求企業社會責任（Corporate Social Responsibility）的年代，新城市廣場的發展商新鴻基地產也積極參與了多項有利社會的活動。單在 2007 年首四個月，新地就已推動了一系列公益活動：發起以行動實踐對家人關愛的「為家人-I do!」<sup>22</sup>、與中文大學策動「新地心理健康工程」<sup>23</sup>、創辦免費讀書雜誌《讀書好》<sup>24</sup>、捐款 1,400 萬助國內兩大學培育貧困資優人才<sup>25</sup>。加強居民對其社區的凝聚力，有益社會，與前述幾項公益活動的目標一致。

所謂顧及社區凝聚力，除了在商場的氣氛營造、提供坐椅和相關設施外，也應容許有不同層次的消費在同一屋簷下發生。現時，新城市廣場標榜的是品牌名店，把它們放在最顯眼的位置裡，並配以大量廣告宣傳，不難造成擁有名牌是正常需要的印像。新城市廣場雖也有販賣平價貨品——主要是年青人服飾，而擺設精品一類的小玩意卻是要躲藏於不顯眼的一小角，升降機不到達的 U G 層，亦享用不到管理公司半點宣傳。不錯，若覺得新城市廣場賣的貨物太貴，顧客總可以光顧鄰近檔次較低的商場。但這些商場沒有中心之利、規模太小沒有聚集地方，不是理想選擇。

---

<sup>22</sup> <新地會發起「為家人-I do!」大行動>，新鴻基地產新聞稿，2007 年 4 月 23 日

[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3529](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3529)

<sup>23</sup> <新地與中大合辦兩項大型社區活動>，新鴻基地產新聞稿，2007 年 4 月 4 日

[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3524](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3524)

<sup>24</sup> <新鴻基地產推免費讀書雜誌>，新鴻基地產新聞稿，2007 年 2 月 26 日

[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3479](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3479)

<sup>25</sup> <新地郭氏基金捐款 1,400 萬 助浙江南京兩大學培育貧困資優人才>，新鴻基地產新聞稿，2007 年 2 月 7 日 [http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3476](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3476)

更何況，新城市廣場為幾個屋苑包圍，包括沙田最早落成的公共屋邨瀝源邨，私人屋苑沙田中心、好運中心、沙田廣場、偉華中心、希爾頓中心、蔚景園，和位於新城市第三期的住宅。這些屋苑的居民若經由火車返家，都必需走過新城市廣場。每天有數以萬人經過，看到越來越多價格高昂的名牌商品，不少會既被引誘又被排斥<sup>26</sup>，覺得自己是被邊緣化的窮人，正好符合社會學家Zygmunt Bauman所言：“經濟增長令貧窮加劇”<sup>27</sup>。在消費社會裡，消費是助人建立身份的重要途徑，不能消費的無力感，令窮人在所屬社區感覺被排拒。這相信也不是大家願意見到的。

---

<sup>26</sup> Edwards, Tim “Rapture or Torture – The Contemporary Nature of Shopping”, in *Contradictions of Consumption – Concepts, Practices and Politics in Consumer Society*, Buckingham: Open University Press, 2000. p.124

<sup>27</sup> Bauman, Zygmunt “From the work ethic to the aesthetic of consumption” in *Work, Consumerism and The New Poor*, Buckingham & Philadelphia: Open University Press, 1998.p.40.

## 參考

Bauman, Zygmunt. "From the work ethic to the aesthetic of consumption" in *Work, Consumerism and The New Poor*, Buckingham & Philadelphia: Open University Press, 1998.p.23-41.

Edwards, Tim. "Rapture or Torture – The Contemporary Nature of Shopping", in *Contradictions of Consumption – Concepts, Practices and Politics in Consumer Society*, Buckingham: Open University Press, 2000. p.106-127

Lefebvre, Henri. (1991), *The Production of Space*, Oxford: Blackwell Publishers, p. 26-46.

2005 年「鄉土沙田啓動禮」，律師及城市規劃師陳炳釗先生演講講辭，見沙田·香港網頁 [http://shatin.hk/page.php?main\\_cat=2&sub\\_cat=23&id=73](http://shatin.hk/page.php?main_cat=2&sub_cat=23&id=73)

沙田工商指南，沙田區議會出版，1986 年，頁 12 及 26。

沙田故事，見沙田·香港網頁 [http://shatin.hk/page.php?main\\_cat=2&sub\\_cat=18&id=53](http://shatin.hk/page.php?main_cat=2&sub_cat=18&id=53)

沙田區議會網頁 <http://www.districtcouncils.gov.hk/st/chinese/welcome.htm>

〈沙田新城市廣場首階段翻新工程竣工展現全新面貌〉，新鴻基地產新聞稿，2005 年 9 月 1 日 [http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3254](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3254)

李揚慧，沙律，王天虹〈百貨公司之死〉，見吳俊雄，張志偉編《閱讀香港普及文化》修訂版，香港，牛津，2002，頁 374-379。

香港地方網頁 <http://www.hk-place.com/view.php?id=106>

香港旅遊發展局網頁

[http://www.discoverhongkong.com/taiwan/attraction/hkwalks/ta\\_walk\\_walk4.jhtml#route06](http://www.discoverhongkong.com/taiwan/attraction/hkwalks/ta_walk_walk4.jhtml#route06)

陳啓銘訪問，見沙田·香港網頁 [http://shatin.hk/page.php?main\\_cat=2&sub\\_cat=27](http://shatin.hk/page.php?main_cat=2&sub_cat=27)

〈新地會發起「為家人-I do!」大行動〉，新鴻基地產新聞稿，2007 年 4 月 23 日。  
[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3529](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3529)

〈新地與中大合辦兩項大型社區活動〉，新鴻基地產新聞稿，2007 年 4 月 4 日。  
[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3524](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3524)

〈新地郭氏基金捐款 1,400 萬 助浙江南京兩大學培育貧困資優人才〉，新鴻基地產新聞

稿，2007年2月7日。

[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3476](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3476)

〈新城市廣場加租一成〉，蘋果日報網上版 2006 年 12 月 7 日。

〈新城市廣場加租 15%〉，蘋果日報網上版 2007 年 1 月 30 日。

新城市廣場網頁 <http://www.newtownplaza.com.hk>

新城市廣場顧客意見查閱冊，2006 年 11 月到 2007 年 4 月。

《新界樓宇名稱》[http://www.rvd.gov.hk/tc/doc/nt\\_2005.pdf](http://www.rvd.gov.hk/tc/doc/nt_2005.pdf)

〈新鴻基地產推免費讀書雜誌〉，新鴻基地產新聞稿，2007 年 2 月 26 日。

[http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news\\_press\\_detail.php?press\\_id=3479](http://www.shkp.com/zh-hk/scripts/news/news_press_detail.php?press_id=3479)

新鴻基地產網頁 <http://www.shkp.com.hk/>