

房屋局：改裝無需「豪裝」 豐儉由人 簡樸房起始核證費料 1.5 萬

《簡樸房條例》於本月1日開始正式實施，房屋局估計全港約11萬間劏房中，約七成只需小規模修整便符合簡樸房標準，約三成需大規模改裝。房屋局強調，政府並無要求簡樸房業主「豪裝」單位，只要符合條例基本規定，即可獲得認證。香港測量師學會估算，一個有3至4個「簡樸房」的單位，起始核證費用約為1.5萬元。有工程裝修界人士表示，若劏房經營者統一將一批單位給予業界進行改裝，可望有「團購價」優惠。

大公報記者 易曉彤



房屋局聯同香港測量師學會日前到深水埗舉行簡介會，向區議員、地產代理界人士、專業學會及業主介紹簡樸房制度，即場解答疑問。

簡樸房制度設有48個月過渡期安排，讓分間單位的業主或營運人逐步過渡至符合法定要求。房屋局局長何永賢昨日在社交專頁發帖表示，雖然有48個月過渡期，但及早了解改裝要求，對有關費用及早預算，將來申請認證為簡樸房，自然更水到渠成。

房屋局副局長戴尚誠在本周二（10日）聯同香港測量師學會團隊，在深水埗舉行簡介會，向區議員、地產代理及業主等講解簡樸房制度。戴尚誠表示，政府並無要求業主「豪裝」單位，只是要求業主提供合理、安全的居住環境，只要符合《簡樸房條例》基本規定，就足以獲得認證，他形容有關裝修工程是豐儉由人。

香港測量師學會副會長謝志堅在簡介會上表示，學會估算一個樓宇單位的起始核證費用約為1.5萬元，已包括了3至4個簡樸房在內，

「當然每一個服務的內容可能會有不同」。

裝修業：整批改裝或設「團購價」

香港工程裝飾商會會長呂迪祈昨日接受大公報記者訪問表示，商會估算一個分間單位的改裝起步價介乎12萬至13萬元，具體價錢視乎單位的實際情況，若位於唐樓高層，人工費用會相對高些。若單位面積無法達到8平方米的要求，則需要初步拆除，重新規劃，屬於大改裝，施工期一般需時約兩個月。小改裝則涉及加裝廁所、安裝獨立水電錶、機械通風設施等，兩個星期內可完成。在處理防火要求方面，亦未必需要將牆身拆卸，只需在牆上貼上防火板，即可符合要求。

呂迪祈表示，簡樸房條例剛生效，暫未接到業主要求改裝單位的個案，但已有大業主開始聯繫專業人士並考慮整改單位。他又稱，若

劏房經營者統一將一批單位給予業界進行改裝，可實行流水作業，工程費料會更優惠。

建造業分包商聯會會長伍新華向大公報記者表示，暫時未聽到有裝修工人緊缺的情況，簡樸房制度設有過渡期，大家不會急於一時「窩蜂」處理，加上現時工程量未算太多，相信可以一個合理的價錢去處理。

已接1160個分間單位登記申請

房屋局表示，截至3月9日，專責小組共收到涉及約1160個分間單位（即316個樓宇單位）的登記申請。隨着局方持續加強宣傳教育工作的力度，預期會陸續收到更多登記及認證申請，並會全速處理有關申請。就成功獲批的登記及認證申請，局方會盡快將相關單位的資料上載至簡樸房專題網站，以供公眾識別哪些單位/分間單位已取得登記/認證。

潮州菜館開業年半即上「必比登」店東：做好本分 「將家鄉味道帶到餐桌上」

新聞故事

香港餐飲業持續面臨經營壓力之際，位於尖沙咀山林道、開業僅一年半的潮州菜館「賀賀澤」卻逆市突圍，在昨日公布的《香港澳門米芝蓮指南2026》必比登推介名單上金榜。菜館由三兄弟主理，有30年廚藝經驗的老闆莊先生（Bosco）表示，開店是為了圓廚師夢，憑藉自營食材供應的優勢，既保證新鮮又壓低成本。對於「米芝蓮死亡之吻」，他認為「做好自己本分就夠」。

自家經營批發 食材供應具優勢

「賀賀澤」是潮州話「好好食」的諧音，藏着三兄弟對菜品品質的初心。Bosco與兩位兄弟是在香港土生土長的潮州人，炒麵線、菜脯蛋等家常菜是刻在記憶裏的味道。他們在父母指導下，學做潮州菜，並踏上了廚師之路。

「做了30年廚師，始終想開一間屬於自己的潮州菜館，把家鄉味道呈現出來。」Bosco昨日接受大公報記者訪問時，談起開店初衷時說。在餐飲業普遍艱難的環境下，執意將積累多年的廚藝與經驗傾注於這間小店，莊氏三兄弟亦親自主廚，將潮州味道帶到餐桌上。

談及餐飲業痛點，Bosco認為與北上消費成風、市民消費降級有關，而食材成本上漲，若賣不出去，也不可能將割好的海鮮丟掉，許多餐館便把食材冷凍起來，翌日解凍後口感必然變差，導致沒有回頭客。

不同於其他餐館依賴供應商，「賀賀澤」的食材供應有自給自足的優勢。Bosco同時經營海鮮與水果批發生意，每日親自挑選新鮮海鮮直運店舖，「我們沒有冰鮮食



「賀賀澤」靠食客口碑，晚晚座無虛席，開業僅一年半已上必比登推介名單。



「賀賀澤」堅持守食物品質，別選用台州青蟹。

材，所有菜品都是當日手做，確保菜品鮮美。」招牌菜青蟹蒸肉餅選用台州青蟹、手剝肉餅飽蟹汁、馬友魚飯去骨切片，都成為食客點單率最高的菜品。

外國食客慕名而來

「我們定位是大眾消費，用平民價錢，讓大家吃到新鮮正宗的潮州菜。」Bosco說，開業以來靠食客口碑傳播，僅半年便晚晚座無虛席，去年底獲得米芝蓮季度推介榜單，外國食

客也慕名而來，雖然語言不通，卻能透過鮮美菜品達到共鳴。

對於此次上榜必比登，Bosco形容是「又驚喜」，這份認可讓他更加確信，堅持傳統與新鮮的方向沒有錯。對於業界擔心的「米芝蓮死亡之吻」，上榜後被業主加租，他說不會擴張分店，也不會改變經營模式，保持「做一轉不翻台」原則，讓食客能從容用餐、飯後盡情交談，「做生意老老實實，食材新鮮、味道正宗，客人自然會再來。就算租金上調，大不了就不做，也不願意降低服務及品質。」

今年香港共有70間食肆入選必比登推介名單，澳門則有13間。其中，新上榜必比登推介名單的8間食肆中，6間位於香港，2間位於澳門。米芝蓮指南表示，入選必比登推介名單的食肆，均以實惠的價格為客人帶來「物有所值」的美食體驗。

大公報記者 肖泓宇

《香港澳門米芝蓮指南2026》必比登上榜食肆

- 香港**
 - 賀賀澤（潮州菜）
 - 九龍飯館（粵菜）
 - 美麗小廚（粵菜）
 - Fiata（意大利薄餅）
 - Siaw（泰國菜）
 - Uncle Quek（東南亞菜）
 - 澳門**
 - 船屋（葡萄牙菜）
 - 鸞鳴（泰國菜）
- 資料來源：米芝蓮

陳穎欣聯合國發言 籲合力遏止戰爭威脅

【大公報訊】記者沈安瑜報導：立法會議員陳穎欣（見圖）昨日（12日）在聯合國人權理事會發言時譴責某些國家有走上軍國主義道路的傾向，又強調中東的戰爭本不該發生，世界應共同堅定立場，合力遏止戰爭威脅，改善全球安全治理。

陳穎欣表示，日本政壇迎來首位女性首相的同時，軍事擴張正被積極辯論，「此刻不僅是政治變局的時刻，更是道德反思的時刻。」她續指，南京大屠殺三十萬遇難者的數字早已深深烙印在每一個中國人的記憶中，不僅如此，少為人知的還有戰時多達四十萬名女性，慘遭日軍強迫淪為性奴。有報道指，只在香港一地就有多達四千人女性受害者。

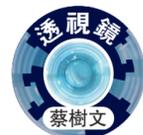
陳穎欣指出，現今仍然有人前往供奉甲級戰犯的靖國神社，或試圖淡化日軍侵華時做出侵害人權的惡行，這些行為令人深感憂慮。她強調，當今的人類社會，應以同情與共情之心研讀日本侵華戰爭這一歷史，而不從歷史中汲取教訓的人，終將重蹈覆轍。

另外，青英會常務副主席何沛林11日出席聯合國人權理事會時表示，樂見聯合國《界定恐怖主義以尊重和保護人權》報告更新恐怖主義定義，又指香港作為普通法司法管轄區，其公開的判例法和獨立司法機構，無疑能夠確保香港在法治保障下，為全球反恐合作提供堅實基礎。

儘管如此，報告更新的定義仍排除了精神傷害，以及對於關鍵基礎設施等財產的損害，何沛林認為這忽略了恐怖主義的本質：製造恐懼、摧毀社會的安全感，卻並不一定產生大量人命傷亡。他表示，報告要求設定高門檻防止濫用是正確方向，但否定心理等方面的定義，實際上迴避了最艱難的部分。他續呼籲，就此提供更清晰的指引，讓各國能在保護社會的同時，兼顧對人權和基本自由的保障。



開拓內地銀髮市場



香港貿發局公布「港商拓展內地銀髮經濟機遇」消費者調查報告。報告指出，內地銀髮族消費潛力且對港貨興趣濃厚，建議港商注重口碑營造及品牌宣傳，捕捉市場機遇。

調查顯示，香港產品對內地銀髮族具有吸引力，61%的受訪銀髮消費者表示，過去一年曾購買香港產品。資料顯示，內地銀髮經濟規模於2024年達7萬億元人民幣，預計2035年增至30萬億元。

社會老化衍生龐大的銀髮消費市場，讓港商在內地銀髮消費市場分一杯羹。銀髮族消費模式與年輕消費群最大不同之處，是更看重線下體驗及口碑，應從這角度出發思考如何在內地推廣「香港品牌」。

香港的工展會不僅吸引港人參與，不少人是來自大灣區。不妨參考工展會模式，讓「香港品牌」組成聯合艦隊「組團出海」，在內地一、二線城市，定期舉辦類似香港工展會的展銷會，協助香港企業進軍內地銀髮市場，甚至在內地大型商場設立「香港品牌」專區，讓內地消費者體驗「香港品牌」。

手工麵店 堅持物有所值

建立口碑

在北角的「魚事者」標榜以魚肉製作的手工魚麵，連續4年獲得米芝蓮必比登推介的認可。90後創辦人唐熙宏昨日接受《大公報》訪問時表示，自初次入選後，客流迎來巨量增長，生意旺盛令他逆市開分店，必比登榜的認可不僅是對店內菜品的肯定，更是對「堅守本土味、做街坊吃得起的美食」這一經營理念的印證。

回顧2023年初入選必比登後的經營歷程，他坦言曾面臨過餐飲業常說的「死亡之吻」考驗。入選後雖未迎來店舖加租，但客流在入選榜單一年內迎來四成上漲，不僅考驗廚房的出餐效率，更對菜品品質提出挑戰。

他說沒盲目追求翻台率，而是堅持「手工製作、現點現煮、物有所值」原則，確保魚麵口感

與湯底的鮮美。價格方面，未因入選而漲價，守住「街坊食肆」的初心，並在2023年底於銅鑼灣開設分店。目前店舖客流雖時有波動，但整體上每年客流較入選前增一兩成，他計劃今年五月再開一間分店。

近年訪港旅客人數不斷上升。唐熙宏表示，不僅本地街坊的消費熱度不減，也多了不少遊客慕名而來。但無論客流如何變化，核心客群始終是本地街坊與上班族，「做街坊生意，講究的是誠心與堅持，味道對了、價格實在了，食客自然會回頭」。

對於當前業界經營環境與挑戰，他認為只要堅持物有所值，貼近本地食客的需求，守住味道，便能在競爭中找到屬於自己的位置。

大公報記者 肖泓宇



▲「魚事者」創辦人唐熙宏表示，不會盲目追求翻台率，亦未因入選而漲價，希望守住作為「街坊食肆」的初心。