

恒基雙盤齊發稍平同區一手

壹隅開放式 499 萬入場 HENLEY II 呎價 2.43 萬

政府昨日起首階段放寬社交距離措施，新盤推售百花齊放，恒基地產隨即雙盤齊發。樓花期約 2 年的旺角利奧坊，壹隅首張價單共 123 伙，折實平均呎價 23,928 元，相比 2020 年 5 月同區的利奧坊·曦岸首批折實平均呎價 24,260 元低約 1.4%，208 方呎開放式戶折實入場價 499.5 萬元，全數單位低於 1,000 萬元。而樓花期僅約 2 個月的啟德 THE HENLEY II，首張價單共 61 伙，折實平均呎價 24,333 元，較鄰近會德豐地產 MONACO MARINE 上周公布首批折實平均呎價 24,833 元低約 2%，380 方呎單位折實 873.8 萬元入場。

◆香港文匯報記者 梁悅琴

恒基物業代理營業(二)部總經理韓家輝表示，利奧坊·壹隅首批單位價錢約有 2% 至 3% 折讓，形容是疫後起動價，首批 123 伙即供及建築期折實價全數低於 1,000 萬元。該盤今日起開放示範單位予公眾參觀，明日起收票，最快五一假期作首輪開售。

壹隅首批 123 伙呎見 2.39 萬

利奧坊·壹隅首批 123 伙，包括開放式至兩房單位，面積 208 至 382 方呎，訂價 531.4 萬元至 965.3 萬元，按 120 天即供最高 6% 計，折實價 499.5 萬至 907.3 萬元，折實平均呎價 23,928 元。

中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁陳永傑表示，利奧坊·壹隅首張價單訂價與同區二手新舊屋苑低約 5%，可見發展商訂價十分克制，有起動作用。

另一方面，啟德新盤搶客戰，會德豐地產 MONACO MARINE 明日開售首輪 308 伙前夕，樓花期僅約兩個月，恒基地產旗下同區 THE HENLEY II 昨亦公布首張價單共 61 伙，折實平均呎價 24,333 元，較 MONACO MARINE 上周推出首批折實均呎 24,833 元低約 2%。

HENLEY II 入場費 873 萬

THE HENLEY II 首批 61 伙單位，面積 380 方呎至 575 方呎，涵蓋一房及兩房戶型，價單售價 919.8 萬元至 1,532 萬元，以最高 5% 折扣計，折實價由 873.8 萬至 1,455.4 萬元。恒基物業代理營業(一)部總經理林達民形容今次開價屬「疫情價」，若疫症於現階段已完全穩定，定價有條件較現時高開約

25%。他又指，今批單位全數向內圍，與去年 8 月 THE HENLEY III 首批包括海景單位而令折實平均呎價達 2.82 萬元，不能直接作比較。

該盤將於明日對外開放示範單位，短期內收票及公布銷售安排。中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁陳永傑表示，發展商是次訂價可算大折讓，同系 3 期去年 8 月推出，當時 CCL 高見 190 點；CCL 現時最新報 180 點，樓價回落約 5%，今次項目亦因應市況克制訂價。

MARINE 收票超額 12 倍

會德豐地產常務董事黃光耀表示，啟德 MONACO MARINE 於今日下午 5 時截票，截至昨日下午 6 時累收近 4,000 票，超額登記 12 倍，屬今年以來新盤最高認購紀錄，而 A 組大手客吸逾千票。至於入票人士中，70% 為用家，30% 為投資者。

黃光耀續指，不同樓盤同時推售，反映發展商紛紛看好市況，百花齊放。該盤亦夥拍美聯及經絡、中原按揭提供低息高成數按揭優惠，其中「低息 H 按揭」按息全期低至 H+1.3%，上限低至 P-2.75%，封頂息率為 2.5 厘，現金回贈高達 1.6%，年期最長 30 年。

柏瓏 I 今日開始收票

另一方面，信和置業集團聯席董事田兆源表示，錦上路柏瓏 I 展覽廳昨日首日開放予客人參觀，截至晚上 7 時已錄逾 6,000 人次。

項目將於今日開始收票，由於反應熱烈，有機會日內加推單位。



◆恒基韓家輝表示，利奧坊·壹隅最快五一假期作首輪開售。



◆恒基林達民形容今次 THE HENLEY II 開價屬「疫情價」。

恒基兩新盤首張價單資料

旺角利奧坊·壹隅	樓盤	啟德 THE HENLEY II
123 伙	單位數目	61 伙
208 至 382 方呎	面積	380 至 575 方呎
6%	最高折扣	5%
499.5 萬至 907.3 萬元	折實價	873.8 萬至 1,455.4 萬元
23,928 元	折實平均呎價	24,333 元
17,538 至 24,498 元	附近二手呎價	22,000 至 25,000 元

首季一手登記 近六年最靜

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)受第五波疫情影響，發展商接連推盤下，中原地產研究部最新指出，今年首季登記一手私人住宅買賣合約錄得 1,708 宗，總值 248.18 億元，較去年第四季的 4,635 宗及 574.73 億元下跌 63.1% 及 56.8%。宗數近六年按季新低，金額近八季低位。

首季售出總額最高的發展商為新地，錄 60.30 億元及 513 宗。其次恒基，錄 35.88 億元及 387 宗。至於首季新盤登記銷售金額計，元朗 The Yoho Hub B 期錄 45.43 億元，成交 418 宗；長沙灣映築錄 15.16 億元，成交 204 宗。



◆逾六千人次到柏瓏 I 展覽廳參觀。

新地部署下月推售 Silicon hill



◆新地雷震(左)表示，集團第二及第三季將推出 6 個發展項目。

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)新鴻基地產位於大埔白石角優景里住宅項目第一期命名為 Silicon hill，提供 576 伙，最快 5 月推出。新地代理總經理胡致遠表示，整個項目分 3 期發展，提供 1,871 個單位，當中佔 90% 為標準戶，戶型涵蓋開放式至三房戶，另設連平台或連天台特色單位。

未來半年「月月有樓賣」

新鴻基地產副董事總經理雷震表示，第二及第三季集團「月月有樓賣」，將推出 6 個發展項目，其中 Silicon hill 及何文田 Prince Central 有機會先於下月推出，緊接還有屯門兆康第 54 區大型發展項目、天水圍 wetland seasons bay 第 3

期、沙田瓏珀山 2 期及北角海璇 II。他指出，今年第一季受疫情影響，樓市回軟，但近日購買力逐漸釋放，市場新盤反應理想，預計今季樓價回升，第三、四季將有明顯反彈，全年樓價料升 5% 至 10%。

宏安蒼藍現樓開放參觀

另外，宏安地產執行董事程德韻表示，青衣蒼藍推售至今已已售出 255 伙，套現逾 12.3 億元。項目已取得入伙紙，並於今日起首度開放現樓予公眾人士預約參觀。為保障每一位客人，現樓參觀者需遵守防疫措施以及只接受預約，地方會定時進行消毒，並實施人流管制。

港鐵駛入「元宇宙」建車站



◆港鐵成為全球首個進駐 The Sandbox 元宇宙的交通營運商。

香港文匯報訊(記者 顏倫樂)元宇宙不斷發展，越來越多公司企業加入。港鐵昨日宣布，與 Animoca Brands 旗下去中心化遊戲虛擬平台 The Sandbox 成為合作夥伴，開啟元宇宙之旅。港鐵是全球首個進駐 The Sandbox 元宇宙的交通營運商，打造虛擬車站，藉此將顧客體驗提升至全新領域，並與不同創作者一起攜手構建這新平台。

或建博物館 推 STEM 教育

港鐵計劃於 The Sandbox 的虛擬土地上，參考現實鐵路環境並加入遊戲元素，打造虛擬車站，讓玩家經歷不一樣的港鐵旅程。玩家不只局限於搭乘列車，更可以體驗列車駕駛、營運車站等不同歷險旅程。

港鐵指，另一個可能性是建設鐵路博物館，同時亦會探究應用此虛擬環境推動 STEM 教育。

公司指，今次策略性合作展現港鐵支持香港創科發展的決心，期望能藉此進一步與顧客尤其是青年人進行互動。港鐵行政總裁金澤培對港鐵啟動元宇宙之旅感到興奮，相信今次合作能為顧客帶來全新體驗，並同時把握從中連繫至現實世界體驗的無盡可能。

The Sandbox 營運總監兼聯合創辦人 Sebastien Borget 表示，猶記得首次訪港之旅便是從搭乘港鐵開始，期待港鐵的參與能助大眾了解元宇宙所帶來的機遇，並透過由社區共同創建及擁有的數碼互動及創意表達將他們連繫起來。

溢達家族傳斥 2 億 連購山頂豪宅

香港文匯報訊(記者 黎梓田)隨着第五波新冠肺炎疫情放緩，二手交投回升，山頂豪宅近期連錄成交。由「光學儀器大王」黃克競家族成員持有的山頂白加道 43 號競苑兩伙豪宅，近月以合共 2.168 億元沽出，每伙售價 1.084 億元。消息指其中一伙買家為紡織大王楊元龍第二代、溢達集團副董事長楊敏賢。另一伙買家亦不排除為與其關連的人士。

黃克競家族沽競苑

土地註冊處資料顯示，山頂白加道 43 號競苑連錄 2 伙高層單位買賣登記，每伙售價 1.084 億元，以面積 1,611 方呎計，呎價 67,287 元。區內代理透露，其中一名買家為楊敏賢

(TERESA)，料為溢達集團副董事長。至於另一伙單位買家姓鄭。

翻查資料，溢達集團由紡織大王楊元龍創立，是一家從事棉花種植到成衣製作至零售的一條龍紡織公司，為世界各大品牌做恤衫代工生產多年，例如 Brooks Brothers、HUGO BOSS、Polo Ralph Lauren、J.Crew、GAP、MUJI、GIORDANO 及 Baleno 等。一年生產量達 1.1 億件恤衫，是全球生產量最高的恤衫廠商。

據悉，競苑由「光學儀器大王」黃克競家族發展。有區內代理透露，上述兩伙高層單位一直由該家持有收租，最近推出市場放售，叫價 2.2 億元，不排除兩個買家屬關連人士。

喜迎放寬限聚 商場攻母親節商機

香港文匯報訊(記者 顏倫樂)社交距離措施開始放寬，飲食業終迎來恢復晚市堂食及增至 4 人一枱，為延續消費券勢頭及看準母親節商機，多間商場均推優惠。新地旗下旺角 MOKO 新世紀廣場、元朗 YOHO MALL 形點以及葵芳新都會廣場宣布斥資 1,500 萬元，啟動多個母親節主題推廣節目。至於恒隆地產旗下七大商場亦加推「消費券限時獎賞」，換取購物及餐飲電子券。

新地 1500 萬谷母親節商機

新地代理租務部副總經理(推廣)陳潔儀表示，受惠電子消費券及復活節假期，YOHO MALL 形點、MOKO 新世紀廣場及新都會廣場 3 個旗艦商場的人流及商戶生意額按月升逾兩成。隨着社交距離措施昨起放寬，為迎來晚市堂食後首個餐飲黃金檔期，商場宣布斥資 1,500

萬元打造多個母親節主題推廣節目，涵蓋服飾、美妝、家電。團隊亦因應個別商場定位，重啟多個大型主題裝置，推動全民消費，預期 5 月人流及生意額按月上升三成至五成。

同時，集團 15 大商場宣布二度加碼 200 萬元消費券獎賞，累計達 1,200 萬元，推出「美食睇戲雙重優惠」。

新地代理執行董事馮秀炎表示，限聚令放寬的刺激性將反映零售業復甦程度，尤其是食肆晚市重開及放寬 4 人一枱，商場正常營運時間能從每日 7 小時增至 11 小時，有餐飲商戶預期生意額可至少回復疫情前 70% 至 80%。事實上，亦有客人早於兩星期前已訂枱，重開首日至本周末晚市預訂已爆滿，以 6 人至 8 人分兩枱為主。戲院方面，一星期前已有少量周末電影場次全院滿座。她估計，商場在放寬後首周末人流及營業額可較復活節長假再升 20% 至 30%，

即按月分別升 70% 及 50%。

恒隆商場推消費券獎賞

另一方面，恒隆地產副董事(香港業務總監)劉靜雅表示，旗下商場於 4 月客流量已回復至第五波疫情前 80% 的水平，預計商場客流量將於五一勞動節長假期較復活節假期有雙位數增長。同時，集團宣布加推「消費券限時獎賞」，顧客於旗下七大商場每星期憑電子消費券方式滿指定金額，可獲贈購物及餐飲電子券。

此外，利園區(包括希慎廣場、利園一至六期、利舞臺廣場、禮頓中心、希慎道壹號 I.T HYSAN ONE)及利園其他商舖亦推出第二階段「Savour the Spring Sensations 漫遊春日邂逅美好」消費禮遇，顧客只要以電子貨幣消費滿指定金額，便能換領電子優惠禮券等。

物管業防圍標守則今刊憲

香港文匯報訊 物業管理業管理局根據《物業管理服務條例》下發出的《代客進行採購服務及防止圍標》操守守則今日正式刊憲生效，並制訂相關「良好作業指南」，讓持牌物業管理公司及物管人牌照持有人可更有效及專業地進行採購工作，包括在過程中防止出現圍標等反競爭行為，及避免潛在供應商/投標者之間不必要的溝通。

監管局主席謝偉銓表示，局方希望透過制定守則及指南，就進行採購及防止圍標為物業管理業界提供清晰的實務指引，從而確保採購的物品或服務「物有所值」，保障業戶權益，防止採購過程中出現不當行為，例如偏袒個別投標者、圍標或其他反競爭的合謀行為等情況，並減少日後業戶、業主組織和物管公司之間的糾紛及爭議。