

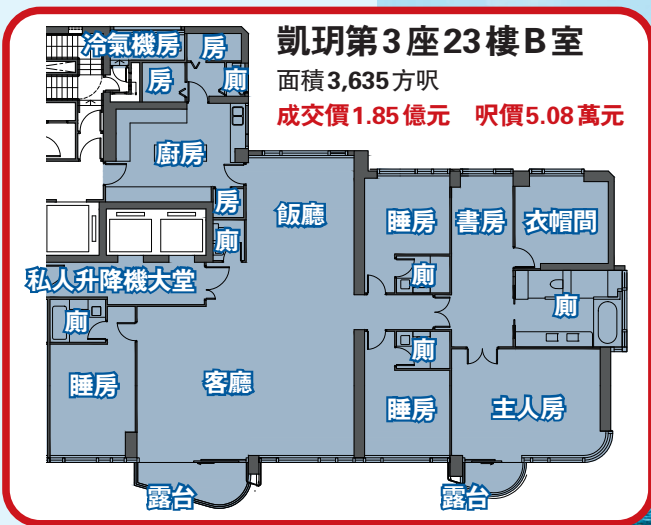


## 一手氣氛熱烈 豪宅招標即日成交

# 凱玥4房1.85億沽出 呎價5.08萬鴨脷洲新高

一手市場氣氛熱烈，豪宅也受到追捧。鴨脷洲凱玥昨日以1.85億元沽出1伙4房大宅，呎價約5.08萬元，創項目成交價及呎價新高，呎價更創出鴨脷洲標準分層新高紀錄。另外，新地旗下University Hill昨原價加推61伙，折實價473.01萬元起，折實平均呎價16,508元；恒地紅磡必嘉坊・迎匯（Baker Circle・Euston）也宣布加推，並於本周五推售28伙。

◆香港文匯報記者 黎梓田



◆位於鴨脷洲利南道66號的凱玥自1月公布銷售安排後，至今累售3伙，成交價介乎1.64億至1.85億元。  
資料圖片

由龍光集團與合景泰富合作的鴨脷洲凱玥昨早推出一伙4房大宅招標，即日約以1.85億元沽出，呎價約5.08萬元，涉及單位為第3座23樓B室，面積3,635方呎，連121方呎平台，屬4房間隔，設私人升降機大堂。是次買家採180日成交期，可獲認購一個住宅停車位權利。

連同上述成交計，凱玥自今年1月公布銷售安排後，至今累售3伙，成交價介乎1.64億至1.85億元，套現逾5.32億元。

### University Hill原價加推61伙

新地旗下大埔白石角University Hill已開放示範單位及接受認購登記，最新再加推第3號價單，涉及61伙，折實價473.01萬至781.18萬元，折實平均呎價16,508元，屬原價加推。新地指，新價單維持最高15%折扣，面積311至451方呎，包括10伙一房及51伙兩房，當中5伙為連花園及天台特色單位。入場單位為漾景閣3座2樓B1室，1房間隔，面積318方呎，折實價473.01萬元。

新地稱，3號價單保留「科研專才/學術人才現金回贈」優惠，適用於以「建

築期付款計劃」入市指定單位的買家，涉及29伙單位。若買家或其親屬符合科研專才/學術人才條件，即可於付清樓價後獲得相當於樓價5%的現金回贈。買家亦有機會獲得相等於樓價2%的「置安心、利息補貼現金回贈」。假設買家以「B1靈活付款計劃」可獲最高10%折扣入市指定單位，連同上述兩項現金回贈合共7%，實際樓價有機會低於即供提供的最高15%折扣。

### 迎匯加推 周五發售28伙

至於市區盤方面，恒基代理營業（一）部總經理林達民表示，為回應市場的熱切需求，必嘉坊・迎匯昨日再加推價單5號，並定於本周五推售28伙，戶型涵蓋2伙開放式、24伙1房及2伙3房1套，面積介乎214至508方呎，折實平均呎價20,368元，折實售價由449.82萬元起。

上述單位最低售價為27樓L單位，面積214方呎，開放式間隔，折實價449.82萬元，折實呎價21,020元；最低呎價為6樓D單位，面積274方呎，1房間隔，折實價526.4萬元，折實呎價19,212元。

## 屋宇署批17圖則 2市建項目有份



◆恒地、帝國集團及希慎合資發展的市建局土瓜灣項目獲批重建。  
資料圖片

香港文匯報訊（記者 黎梓田）屋宇署昨日公布，2月批出17份建築圖則，港九新界分別佔5份、3份及9份。當中，11項為住宅及商住發展、4項為商業發展，2項

為工廠及工業發展。

上述項目包括兩個市建局項目，以恒地、帝國集團及希慎合資發展的市建局土瓜灣庇利街/榮光街發展項目最為矚目，獲批重建為3幢24層高（另設3層平台及3層地庫）商住項目，總樓面達約71.7萬方呎。另一獲批建築圖則的市建局項目，為遠東去年以12.4億元投得的西營盤崇慶里/桂香街發展項目，獲批重建為1座33層高（建於1層地庫之上）商住項目，總樓面約9.4萬方呎。

至於去年以逾7.86億元批予永泰及萬科海外的政府用地、沙田顯和里地皮，則獲批興建1座27層高（另設2層平台及1層低層地下）住宅，總樓面約8.9萬方呎。

### 佳明粉嶺獲批建數據中心

工商項目方面，佳明持有的粉嶺安全街

8號用地獲批建1幢9層高（另設1層地庫）數據中心，總樓面約9.6萬方呎。而赤柱市場道7號獲批建1座樓高7層（建於1層低層地下及1層地庫）商業項目，總樓面約2.6萬方呎。

此外，獲准動工的建築工程項目則有8個，完成後將提供可作住宅用途的建築樓面共約152.5萬方呎，涉及單位2,437伙，非住宅用途的建築樓面約8.95萬方呎。另外，該署亦接獲4個建築項目的上蓋工程動工通知。

### 上月3115住宅獲批入伙紙

屋宇署同時發出22份入伙紙，包括港島4份、九龍7份及新界11份。其中，住宅用途樓面總共約167.4萬方呎，涉3,115伙單位，非住宅用途建築樓面則約115.3萬方呎。

## 歷時10個月 寫字樓空置終改善

香港文匯報訊（記者 黎梓田）自內地與香港全面復常通關，打通人流及資金流，本港營商環境改善，寫字樓租賃需求逐步回升。仲量聯行最新發表的《香港地產市場觀察》報告指出，整體寫字樓空置率於3月底輕微回落至12%，為2022年5月以來十個月首次回落。

仲量聯行表示，整體甲級寫字樓市場空置率由2月底的12.2%微跌至3月底的

12.0%。灣仔/銅鑼灣和九龍東的空置率分別跌至9.6%和19.3%，中環的空置率則保持平穩。

### 上月逾20萬呎淨吸納量

該行香港董事總經理鮑雅歷表示，自復常通關以來，睇樓和談判活動變得活躍。受數宗樓面面積較大的單位租賃成交驅動，整體甲級寫字樓市場在3月錄得20.39萬方呎淨吸

納量以及整體市場空置率的下跌。

鮑雅歷提到，在為數不多的新租賃中，三菱日聯銀行租用啟德AIRSIDE兩層樓面，涉及8.68萬方呎，以整合其位於中環和銅鑼灣的寫字樓。仲量聯行香港研究部執行董事黃志輝表示，3月整體市場租金按月跌0.2%。主要分區市場中，灣仔/銅鑼灣和九龍東租金分別跌0.4%和0.3%，中環租金保持平穩。

## OneDegree：寵物保險倍增 龜鳥需求熱烈

◆ OneDegree Group 共同創辦人郭彥麟（中）表示，去年公司全線保險業務錄得承保利潤。旁為 OneDegree 副行政總裁周美華（右）。



香港文匯報訊（記者 莊程敏）開業3年，主打寵物保險的虛擬保險公司OneDegree報佳績，去年總保費突破1億元，按年增長1.5倍，全年總投保額按年上升172%。OneDegree指，去年全線保險產品已錄得承保盈利，其中寵物保險「毛價保」的承保盈利按年增加180%，保費於2022年按年增長139%。

### 「毛價保」承保盈利增180%

此外，該公司並公布向公眾試行推出龜鳥保險，增加受保寵物種類。相關產品由去年12月起有限度提供予參與投

票活動的支持者投保，並開放龜鳥寵物主人登記加入候補名單，反應熱烈，並於本月17日初次開放予大眾購買，以迎合市場需要。

OneDegree Group共同創辦人郭彥麟表示，OneDegree開業3年以來，一直關注如何向港人提供更全面、更便捷、費用更相宜的保險服務。展望未來，將繼續於香港推廣虛擬保險的願景。不論是在產品設計及索償過程，繼續向前邁進，不斷創新及簡化流程，以進一步拉近與客戶及市場的距離。

去年OneDegree火險的投保額已逾百億元，按年增長178%；保費收入同樣

按年增長178%，承保盈利按年大增3.5倍。於去年6月新推出家居保險，涵蓋電器種類全港最多，包括電視機、冷氣機、雪櫃及洗衣機等多達14種常用家電；並向同居及同性伴侶家庭提供保障。今年首季銷售數字錄得大幅增長，較產品推出首3個月增長4.7倍，可見產品受到市場認可。

### 有信心火險業務增長可觀

另外，早前公司公告調查發現，使用按揭銀行提供或轉介的火險，每年保費較自行選擇火險高達40%。相關調查出台後，OneDegree相信會有更多港人關注並自行選擇火險。OneDegree火險劃一以物業貸款額0.038%為保費，大幅低於市場上高達0.2%的收費。業務於去年錄得大幅增長，顛覆一直以來火險由銀行壟斷的情況。OneDegree相信今年的火險業務將繼續錄得可觀增長，有信心今年投保額可增長一倍。

為慶祝OneDegree開業三周年，該公司於上周六舉行「OneDegree生日派對」，邀請客戶帶同「毛孩」一同參加，公司亦將於5月7日聯同99Bus狗巴士舉行「免費寵物乘車日」。

## 網易上海起訴暴雪 追討3億

香港文匯報訊（記者 蔡競文）網易於上海對暴雪娛樂提起訴訟。內地傳媒引述消息指，網易（9999）旗下網之易就暴雪娛樂違反系列許可協議在上海提出訴訟，要求退還3億元（人民幣，下同）欠款，款項包括網之易已全額支付的《魔獸世界》等停服遊戲相關退款、未售遊戲商品庫存的預付款項、數款未開發遊戲的預付保證金等。

### 涉退款義務及違反協議等

該案還涉及《魔獸世界》等國服代理遊戲相關協議中，包括多個偏向暴雪單方權益的

不平等條款，相關條款的合法性、可執行性存在巨大爭議。

內地傳媒引述知情人士透露，網之易起訴暴雪的首要原因，是暴雪拒絕承擔國服玩家退款義務，拒絕向網之易支付國服退款相關的預付提成費用，涉及金額近億元。此外，訴訟涉及暴雪與網之易之間簽訂的部分條款包括，要求網之易提前支付數款遊戲的巨額保證金。

自1月24日《魔獸世界》、《爐石傳說》、《守望先鋒》等暴雪遊戲國服終止運作後，為最大限度保障國服玩家權益，網之易已先行全額支付超過112萬元玩家相關退款申請。

## 生力啤：今年首季銷量正面

香港文匯報訊（記者 蔡競文）隨着復常市民大眾社交活動逐步增加，生力啤（0236）副主席凱顧思昨日於股東大會後表示，今年首季香港及內地銷量正面，餐廳銷售渠道表現良好，並預期今年出口業務向好。惟他指出，過去數年因疫情的關係，原材料價格高企，目前原材料如包裝等成本開始出現回落並走向平穩。

公司執行董事顏彬諾表示，去年疫情關係對旅遊、零售等行業造成影響，但去年香港第二及三季銷量仍錄得雙位數增長。雖然疫情令到去年上半年現飲渠道受到限制，公司

重新分配資源去催谷銷量，例如在世界盃期間推出推廣活動、定期品牌推廣及促銷活動等，以刺激啤酒銷量。

### 價格戰料不再出現

凱顧思稱，受復常帶動今年首季內地及香港市場的啤酒銷售錄得非常正面增長，以餐廳等銷售渠道升幅尤其顯著，而且出口表現也強勁。他又稱啤酒行業經過3年盈利受壓之後，相信未來銷售表現將受惠於經濟重啟，並預計不會再出現價格戰。面對市場競爭激烈，他指會透過多元化的產品來應對競爭。