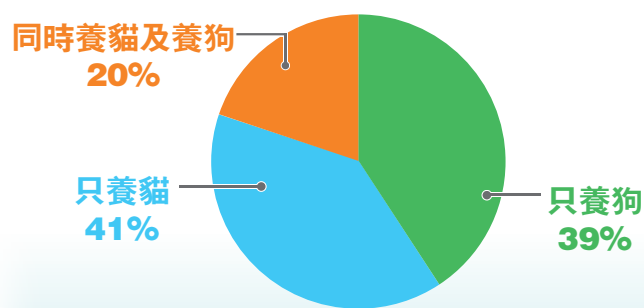


現時飼養的寵物



最多人飼養的貓貓品種



最多人飼養的狗狗品種



# 養一隻毛孩要花68萬醫健佔三成

## 調查:53.4%寵主月耗1000至4999元

隨着社會風氣變遷，越來越多家庭傾向選擇養育毛孩而非生兒育女，不過養大一隻毛孩的花費亦不容小覷！昨有調查顯示，有投保寵物保險的寵物主人，養育一隻毛孩會花費68萬元；平均每名寵物主人（包括無投保寵物保險）養育一隻寵物花費49萬元。寵物的醫療保健費用不斐，合計佔所有開支的近三成，例如治療癌症平均要花費約4.4萬元。

◆香港文匯報記者 周曉菁

虛擬保險OneDegree委託調查機構Ipsos進行寵物主人消費調查，有關調查於2月在網上進行，共訪問526名飼養貓狗的寵物主人。綜合所有受訪寵物主人回答，每月於寵物身上花費1,000至4,999元的寵物主人為大多數，錄得53.4%；1,000元以下及1萬元以上的分別佔23.2%和7.4%。

調查指，以每個寵物主人平均飼養1.4隻寵物計算，每名寵物主人的消費為70萬元。若以每個有投保寵物保險的寵物主人平均飼養1.5隻寵物計算，每名寵物主人的消費更高達102萬元。

### 糧食及零食為最大開支

在平均消費102萬元中，數據顯示最大的消費項目為寵物糧食及零食，佔19.4%；其次是獸醫診金及醫藥費，佔17.2%；第三是與寵物健康相關的健康檢查及牙齒保健，佔9.8%；寵物保險則佔8.7%。以此計算，寵物主人每年在寵物的醫療、檢查、保健及保險項目中，平均每年可花費超過36萬元。

OneDegree副行政總裁周美華總結指，寵物主人對於寵物不再是過往「天生天養」的態度，對其起居飲食、醫療及保健都相當重視，除了在寵物不適時帶其往獸醫診所就醫外，亦會定期帶寵物進行身體檢查，並為其投保寵物保險，將其視為家人一般疼愛。

### 治療癌症平均花費4.4萬

需留意的是，受訪寵物主人普遍認為，會造成高昂醫療費用的疾病或意外分別為癌症和腎病的醫療開支。據受訪的寵物主人經驗及估計，治療癌症平均需要花費約44,000元，治療慢性腎衰竭平均需要花費約27,000元。

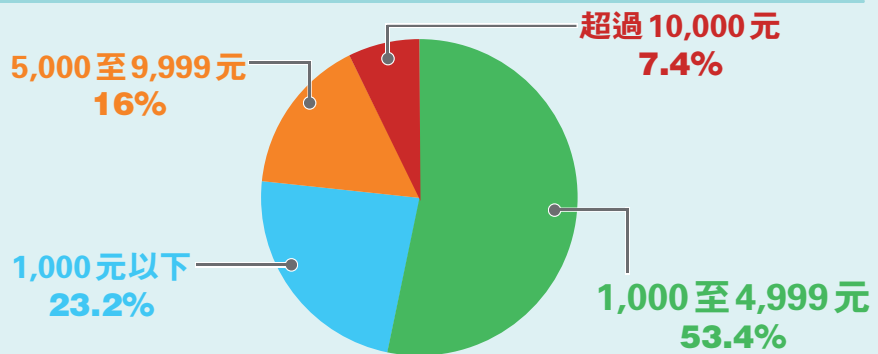
寵物主人對於寵物醫療開支的預算也存在較大落差。以較為常見的寵物誤食異物為例，受訪寵物主人估計醫療開支平均為10,100元，但根據OneDegree內部理賠數據，誤食異物而導致的腸阻塞總醫療開支高達62,208元。

香港人對於寵物的愛毋庸置疑，周美華建議，寵物保險可以在寵物不幸患病或遭遇意外時，協助寵物主人減輕醫療開支所造成的負擔，令其不至於失去預算，將時間及金錢用於毛孩身上。

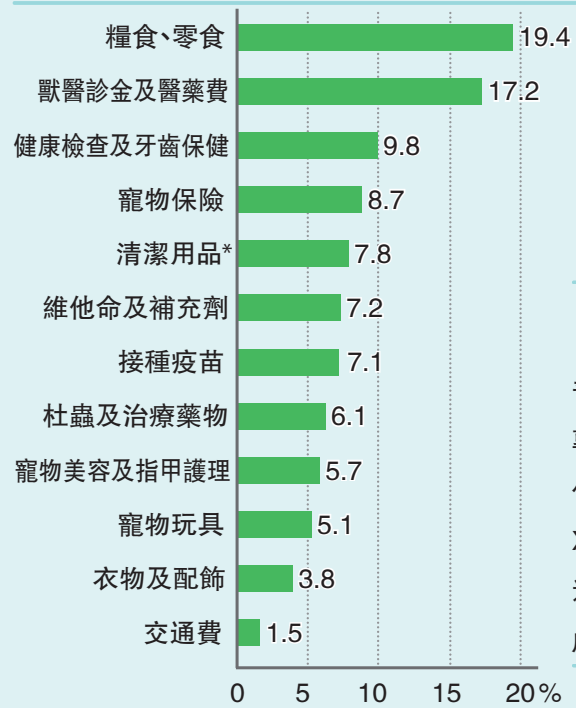


◆周美華表示，寵物主人對於寵物不再是過往「天生天養」的態度，對其起居飲食、醫療及保健都相當重視。

### 寵物主人每月消費



### 飼養寵物使費分布



\*包括貓砂、尿墊、檢便袋

資料來源：OneDegree飼養貓狗寵物使費調查2024

### 寵物醫療費用

醫療項目	寵物主人經驗或估計費用
普通科診金	899元
專科診金	1,451元
化驗費用*	1,259元
X光及超聲波	2,489元
過夜住院	1,574元
處方藥物	1,100元

\*包括驗血、尿液測試、糞便檢驗、活體組織切片等

## 蔡宏興：樓市難V彈 倘減息樓價可升5%

香港文匯報訊（記者 黎梓田）華懋集團早前斥資40.2億元向新世界購入荃灣愉景新城商場以及停車場全部權益，繼續當荃灣「大地主」之餘，更銳意打造地區經濟。華懋集團執行董事兼行政總裁蔡宏興昨日表示，愉景新城出租率及租金水平理想，料商場將與區內如心廣場產生協同效應，擬未來加入新元素吸引人流，相信商場有能力製造獨特體驗吸引港人留港消費。他預料，今年樓價不會出現「V」形反彈，相信樓價升幅實際要待美國減息後才會出現，屆時全年樓價升幅會有5%。

### 冀打造愉景新城為地標

蔡宏興表示，現時愉景新城的出租率及租金相當不俗，出租率接近100%，短期不會大幅改變其租戶組合。隨着租戶的更替，集團會陸續優化商場租戶組合提升租金，並加入新元素，預計商場將與如心廣場產生協同效應，冀打造成為地標，服務荃灣區市民，相關活動詳情會於稍後公布。

對於港人北上消費，他表示，消費模式在每個時代都會有轉變，對此無須太過擔憂，又指北上消費其實是一個體驗，愉景新城有60萬方呎，只要找到屬於香港的本土特色，相信商場有足夠空間和能力製造獨特體驗吸引港人消費。他指，商場除了適合兒童、家庭客源外，亦會重新定位吸引遊客，讓旅客有不同的體驗。

被問及樓市看法，蔡宏興續稱，政府「撤辣」後經濟復甦步伐加快，現時入市以用家為主，看不到市場出現炒風，由於現時市場供應仍多，料樓價不會出現「V」字形反彈，相信樓價升幅實際要待美國減息後才會出現，料今年經濟有2%至3%增長，全年樓價升幅會較佳，有約5%。

### 東京街項目料下半年推

近期新盤交投增加，蔡宏興對此指出，集團將按計劃推盤，東涌配電站項目提供逾2,000伙，現時正在打地基；另以組裝合成（MiC）興建的長沙灣東京街項目，現時已平頂，由於希望供買家參觀組裝合成後的現樓質素，故項目將以現樓形式發售，最快下半年推出。蔡宏興續稱，未來亦會繼續留意地皮，並會按集團需要投地，但仍然會謹慎；而集團亦不會囤積土地，所有項目都會即時發展，不會因「撤辣」改變原有推盤計劃。

蔡宏興又表示，集團私有化松齡護老集團後，有更大空間注入新資源，在古洞北及銅鑼灣新開設的老人院舍入住率良好，並針對中產長者提供服務，未來會研究收購更多單獨營運院舍，並透過輸入勞工計劃提升服務，提高經濟效益。

蔡宏興指出，希望透過增加收租物業提升長遠租務回報，正發展物流中心及數據中心等，亦與希慎興業合作在銅鑼灣發展大型商業項目，對香港商業活動有信心。他認為，甲級寫字樓空置率仍高企，但隨着經濟復甦，香港金融領域仍有很大吸引力，相信國際企業始終會重返香港。



◆蔡宏興指，愉景新城現時的出租率接近100%。  
香港文匯報記者黎梓田 攝

## NTT推聯盟計劃 夥港企加速科研



◆平松太一（左）指計劃與數碼港、科學園、研發中心及學術研究機構合作。右為曾慶德。

香港文匯報訊（記者 蔡競文）電訊及ICT服務供應商NTT集團旗下的NTT Com Asia Limited（NTT）昨宣布成立「NTT創新科技發展聯盟計劃」。

NTT Com Asia 香港行政總裁平松太一表示，透過成立NTT創新科技發展聯盟計劃，與不同企業、合作夥伴、大學及初創企業攜手合作，集合各界優勢一同研發可持續發展的技術，致力推出市場適用的創新科技，以此進一步支持業界及科技生態圈發展，惠及香港及其他市場。

平松太一表示，該計劃與數碼港、科學園、研發中心及學術研究機構合作，利用NTT以流動網絡優先（mobile-first）的技術及解決方案支持其他計劃夥伴及初創公司，並為科技生態圈予以營運支援，共同研發及推出能推動業界發展的技術。

### 加快概念轉化為應用方案

另外，參與該計劃的機構可借助NTT的數碼

能力（Digital Capabilities）及於香港和日本所取得的成功經驗，以及來自該計劃夥伴及大學的專業知識和見解，藉此加快企業及初創公司的發展步伐，開創與時並進及符合未來需要的商業模式和技術。

NTT Com Asia 香港首席營運總監曾慶德表示，該計劃透過提供專業資源及市場經驗，助機構將初步概念轉化為可實際應用的解決方案，充分實現創新意念。與此同時，該計劃在本地或海外市場共同推出解決方案，其共同研發的解決方案將可推出至香港市場，甚至於日本的旗艦活動中展示或引入至其他市場。該計劃將於今年陸續舉辦多項活動，包括工作坊、培訓及不同市場計劃，促成參與計劃的機構之間相互合作。

## 小米汽車月內發布 股價升11%

香港文匯報訊（記者 周曉菁）小米汽車SU7將在3月28日問世，小米（1810）及小米汽車創辦人雷軍的社交賬號均發布相關消息。小米稱，在內地29個城市的59家門店已開啟預約登記，雷軍力挺新車SU7「有最先進的智慧科技，出色的駕駛質感。」消息傳出後，小米股價昨大漲逾一成，高見15.06元，收報14.92元，升11.3%，成交金額43.16億元。

有網友爆料稱，發布會當晚即可開始試駕，能夠交付定金且立刻鎖單。未經證實的車輛定型圖此前也在網絡流傳，圖片顯示小米電動車有兩款車型，價格分別為26.14萬和36.14萬元人民幣。小米對上述內容未進行闢謠或回應。

## 艾德韋宣去年多賺3.58倍

香港文匯報訊（記者 莊程敏）品牌營銷公司艾德韋宣集團（9919）去年業績亮麗，純利升3.58倍至約1.08億元人民幣，集團聯席主席兼行政總裁劉錦耀昨於傳媒午宴稱，對今年奢侈品市場表現有信心，去年其大品牌客戶業績仍錄雙位數增長，對今年內地市場表現樂觀，有信心業績將穩定增長。集團拓展較高毛利率的數碼營銷及知識產權（IP）業務，佔比料由20%提升至30%，並會尋找併購機會，暫無融資需要。



◆吳美綺

亞洲各個市場喜愛時尚生活方式的旅客，其中內地和東南亞地區的遊客比例亦很大。

隨着香港旅遊發展局估計今年訪港旅客達4,600萬人次，恢復到2018年的七成水平，加上政府正積極推廣吸引不同地區的旅客訪港，集團對今年的酒店業務發展非常有信心，相信有機會明年內回復疫情前表現。

## 培新3億翻新酒店 入住率理想

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）培新集團耗資3億元翻新旗下尖沙咀赫德道酒店項目Mondrian Hong Kong，已於2023年12月開幕，提供324間客房，包括12間海景套房，酒店客房、餐廳及不同角落放置本地及國際藝術家的作品及裝置藝術，培新集團地產總監吳美綺表示，現時旅客對

旅遊的定義有所提升，除希望享用美食、購物樂趣外，亦期望以沉浸式體驗當地文化，尋求以新視角發掘城市魅力。Mondrian在開業短短兩個月，不論是房價及入住率均已達到集團在市場定位上的預期。

她指出，酒店吸引了來自美國、歐洲、澳洲和