港島居屋王 康山追貼太古城

呎價17633元新高 431呎售760萬

香港文匯報訊（記者 蘇洪鏘、顏倫樂）全港居屋呎價再度破頂，鰂魚涌康山花園新錄呎價17,633元成交，直撲1.8萬元水平，呎價直逼太古城和藍灣半島，刷新港島居屋紀錄。同時，何文田天鑄有二手車位作價490萬元，金額夠買近期沙田第一城兩房單位，貴絕九龍車位，不足一年升值三成，跑贏「磚頭」。

綜合市場消息指，鰂魚涌康山花園7座中層A室，面積431方呎，新近以760萬元（已補價）成交，折合呎價17,633元，呎價創屋苑新高，打破今年初錄得呎售17,239元紀錄。翻查資料，今年初大角咀海富苑A座中層10室錄得380萬元（已補價）登記，單位面積212方呎，折合呎價17,925元，不過該登記料為內部轉讓。倘撇除內轉個案，今次康山花園成交便登上全港居屋呎價新高。

據土地註冊處資料顯示，原業主於1986年以29.62萬元（未補價）一手從房委會買入單位，料扣除補價後升值甚豐。

然而與上述成交相距不久，該屋苑錄另一宗低價成交，中原楊文傑指，康山花園2座低層E室，面積431方呎，同為兩房間隔，以685萬元沽出，呎價15,893元，屬同類型單位一年新低。該成交更與前述個案相差75萬元。

城市花園錄「雙破頂」個案

同屬港島區，私宅北角城市花園錄「雙破頂」個案，世紀21日昇蔡嘉駿表示，6座中層A室，面積1,226方呎，放盤3個月，零議價以2,450萬元沽出，呎價19,984元，雙雙刷新屋苑歷來紀錄。

其他居屋方面，祥益黃慶德表示，屯門翠寧花園亦錄新高成交，4座中層D室，面積592方呎，以585萬(已補價)，呎價9,882元，成交價更創該屋苑新高紀錄。

天鑄車位490萬 全港次貴

另一邊廂，土地註冊處資料顯示，何文田天鑄2期1樓停車場雙號車位最新以490萬元易手，相當於近期沙田第一城兩房戶成交價，刷新九龍車位價新高，打破去年九龍站天璽車位創下的460萬元舊紀錄。除此之外，更登上全港次貴車位，僅次於西營盤維港峰車位創下的518萬元紀錄。

資料顯示，上述車位原業主於去年7月以370萬元購入，持貨不足一年轉手，賬面賺120萬元或升值約32%。市場消息指，該屋苑車位一般月租約8,500元，按此計算新買家可享約2厘回報。

住宅收租回報全線下跌

另外，樓價急升，但租金卻未跟上，令回報率持續下跌。差餉物業估價署資料顯示，各類型物業的租金回報率全部跌至歷史新低水平，其中面積430方呎以下的A類細單位，1月回報率跌至2.7厘水平，面積1,722方呎或以上大單位回報率更跌至1.9厘的史上低位，為各類型單位中首次跌穿2厘水平的戶型。

■倘撇除內轉個案，康山花園今次成交實際為全港居屋呎價新高。 資料圖片

全港已補價居屋呎價排名

單位	面積(方呎)	造價(萬元)	呎價(元)
大角咀海富苑A座中層10室*	212	380	17,925
鰂魚涌康山花園7座中層A室	431	760	17,633
鰂魚涌康山花園2座高層H室	431	743	17,239

*料為內部轉讓 資料來源：土地註冊處、市場消息 製表：記者 蘇洪鏘

MALIBU趁旺加推180伙

■會德豐地產常務董事黃光耀(右)

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）將軍澳日出康城MALIBU過去五日累收約6,000票，發展商會德豐地產昨日趁勢加推180伙，並於本周六盡推售首兩張價單合共500伙。

MALIBU加推的180伙，面積346方呎至802方呎，折實價554萬元至1,324萬元。

500伙單位周六開售

會德豐地產常務董事黃光耀表示，加推單位平均呎價18,935元，維持最高21.5%折扣，折實平均呎價14,864元，比首張價單折實平均呎價輕微上調3.6%，主要反映樓層及景觀因素。

該盤昨亦公佈本周六盡推售首兩張價單合共500伙，將分大手客A組及散客B組，A組要購2至4伙，而入票中暫有150票為該組買家。

另一發展商，新地代理業務部總經理張卓秀敏表示，屯門景秀里8號一期命名為御半山，預計在短期內獲批預售樓花同意書，最快月內開售。她指，御半山提供522伙，兩房或以下單位佔90%，開價將參考區內外新盤。

內地公司客購維港頌

新盤成交方面，消息指，長實於北角維港頌第1座20樓A室四房大戶，面積1,503方呎，昨日以招標形式售出，成交價7,872萬元，呎價52,375元，成交價包含發展商代繳30%印花稅。買家為內地客，透過公司名義購入物業，涉及辣稅達2,361.6萬元。

此外，恒地於長沙灣曉盈昨售出35樓B室，面積814方呎，成交價1,458.82萬元，為該盤首宗成交價逾千萬元成交，呎價17,922元。九建於西營盤63 Pokfulam昨日再售出16伙，面積209方呎至494方呎，單日套現1.35億元，呎價由2.49萬元至3.29萬元。

戴行：公開標書價或礙出價

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）發展局早前公佈將在公開招標土地完成交易後四周內以不記名方式公佈其餘所有標書的投標額， 戴德梁行環球董事、大中華區副總裁及亞太區估價及顧問服務部主管趙錦權認為， 此舉令市場了解發展商出價傾向，若發展商出價存在很大差距，有可能影響未來出價。他又指， 政府若想增加透明度，應改用公開拍賣，以免發展商互相猜測出價。

對於政府下個財政年度推出27幅住宅地，提供2.5萬伙，趙錦權指，當中有約1.1萬伙正規劃中，故首季賣地房屋供應依然很少，需要依靠一鐵一局。

他又認為，政府長遠要加快處理新界棕地，現時本港有1,300公頃棕地可發展，以地積比率3倍、每伙面積500方呎計，已可供應超過60萬個單位，每年供應都達6萬伙。

樓價首兩個月升5%

戴德梁行大中華區副總裁陶汝鴻表示， 今年首兩個月本港整體物業成交的平均數達7,000宗，已超越去年的平均數。他又指，本港整體樓價首兩個月已升5%，看不到市場有下調壓力。

廣告精英月尾聚港談營銷

香港文匯報訊（記者 吳婉玲）香港貿發局將於3月21日舉辦首屆MarketingPulse論壇，邀請來自全球各地30多位在市場營銷、媒體平台、廣告創作和品牌管理的嘉賓講者，分享最新的市場營銷趨勢、創作心得以及成功經驗。

貿發局副總裁葉澤恩昨於傳媒午宴表示，不論是跨國企業、中小企，甚至是初創企業都需要靠有效的市場營銷，將產品及服務的優勢宣揚給目標客戶，從而帶動業績。而要成功打動不同市場、不同年齡層或類別的客戶群，都需要配合不同的技巧和市場認知。

貿發局主辦 設商貿配對

葉澤恩表示，論壇旨在提升企業在市場營銷及品牌推廣方面的競爭力，同時展現香港作為區內市場營銷中心的地位，適合企業管理層、市場推廣、廣告創作公司代表、品牌推廣營銷行政人員參與。MarketingPulse的議程針對企業的不同需要，涵蓋多元化的市場營銷議題，包括內容營銷、社交媒體應用、網絡名人的推廣手法，以及內地市場營銷策略等，務求讓各行各業的與會者，包括市場營銷專才各取所需。

他又指，MarketingPulse亦設有展覽區，網羅近20間從事新媒體廣告營銷、內容營銷、搜尋引擎最佳化(SEO)、數據主導的市場營銷方案、客戶服務平台和人工智能平台等的企業，提供創新的營銷策略、技術及解決方案，向來自世界各地的與會人士，展示香港在市場營銷方面的實力。

另外，論壇現場並設有商貿配對服務，為品牌和參展的市場推廣營銷企業，安排一對一的會面，探討具體合作機會。

亞洲廣告業 增長冠全球

根據貿發局引述其他研究報告的數據，預計至2030年消費支出增幅最大的十大城市中有6個在亞洲，而亞洲廣告業增長速度名列全球之冠，廣告業支出每年平均增長達9.2%。

香港整體廣告支出於2016年領先東盟等地，並預期於去年繼續保持領先地位。至今年，香港的廣告支出預計將佔本地生產總值的1.07%，遠高於其他亞洲經濟體。同時，香港及內地的智能手機上網率冠絕全球，為流動廣告收益帶來強勁增長。

■香港貿發局副總裁葉澤恩表示，論壇旨在提升企業在市場營銷及品牌推廣方面的競爭力，同時展現香港作為區內市場營銷中心的地位。 香港文匯報記者 吳婉玲 攝

honestbee加強港服務

■honestbee廖燊偉指，活躍用戶人數按年增長5倍。 香港文匯報記者吳婉玲 攝

香港文匯報訊（記者 吳婉玲）超市代購及送貨平台honestbee企業發展區域總監廖燊偉昨日於記者會表示，香港仍是公司重點發展城市，踏入狗年，平台上有近50名商戶合作夥伴及超過5萬種產品。隨着粵港澳大灣區規劃發展，他相信除金融、運輸及貿易，零售業都會受惠。

廖燊偉表示，顧客平均消費額約500元，有60%客戶每星期最少下單一次，而公司99%的訂單可以準時送達，去年活躍用戶人數按年增長5倍。公司今年會在運輸及市場推廣方面投放更多資源，並以健康食品為發展重點之一。

代購送貨覆蓋7成港人

他又指，honestbee與8間本地超市商戶合作，消費者可24小時在平台上購物，並以2小時為時段自選送貨時間。現時公司在香港的覆蓋已達7成，但仍以港島區客戶為主。此外，他還宣佈，由即日起至3月31日，顧客凡消費滿280元，只需輸入優惠代碼便可獲得85元折扣。

《地鐵跑酷》活躍用戶破3000萬

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）移動應用數據平台App Annie近日發佈《2017年全球移動應用市場回顧報告》，公佈全球熱門遊戲排名。《地鐵跑酷》位列2017年熱門遊戲全球綜合下載量排名第一、月活用戶量排名第七。

何猷君：本地化是關鍵

《地鐵跑酷》的內地發行商創夢天地CMO何猷君表示，該款遊戲在玩法、內容、交互和商業化方面作許多本地化嘗試，這是它在內地市場多年保持玩家高活躍度的最主要原因。

《地鐵跑酷》負責人Jason介紹，自2013年以來，遊戲在內地的累計下載量達4.5億。「為保持遊戲活力，《地鐵跑酷》每隔21天就會更新一個城市主題，遊戲場景、人物角色和道具都會配合新的城市主題進行重新設計和製作。」

Jason介紹，春節期間《地鐵跑酷》推出廣州新春特別版本，遊戲中融入了「小蠻腰」、獵德大橋等廣州地標建築和騎樓等特色建築，還新增十三姨角色，獲得玩家歡迎，當月活躍用戶超過3,000萬。

內地護膚品線上銷售飆

香港文匯報訊 中國內地整體消費品市場消費金額連年增長，天貓與凱度（Kantar Worldpanel）於第四屆天貓金妝獎活動上發表研究報告指，內地整體消費品市場消費金額按年增長率從2016年的3.6%增至2017年的4.3%，反映內地消費持續升級。其中，以中產年輕女性消費者為主導消費類別，包括護膚品、彩妝、個人護理及家庭清潔等線上渠道銷售增長尤其顯著。

該報告剖析內地4萬個家庭及超過3萬名女性消費者於2015年至2017年間的消費習慣，發現去年快速消費品線上消費金額按年增長率達29.1%，遠高於市場整體4.3%的增長；而護膚品、彩妝、個人護理及家庭清潔類別增長，更分別高達41.9%、56%、32.9%及34%，反映美妝市場增長潛力持續在線上渠道體現。

報告同時發現，內地新增線上消費者家庭數目去年增長64%至1,200萬戶。

此外，天貓總裁靖捷表示，在新零售浪潮下，今年「雙11」玩法將有大變化，不僅是「雙11」當天，相信今後新零售將無處不在，成為商家的日常事情。

天貓：「雙11」將大變化

他又指目前有近40個集團跟天貓建立聯合創新中心，圍繞天貓的大數據賦能，為內地消費者打造最適合的產品，讓品牌公司在全鏈路跟天貓完成真正的數字化轉型。

浙江屋頂太陽能項目進電網

香港文匯報訊 中國再生能源（0987）昨日宣佈成功將浙江湖州市南潯區的首個分佈式太陽能發電項目併入電網。該太陽能發電項目安裝在南潯國際建材城面積逾60,000平方米的屋頂之上，此為中國再生能源母公司香港建設（0190）擁有的商業綜合體。項目總投資額為2,450萬元（人民幣，下同），預期年發電量將達3.8百萬千瓦時。

是次生產的電力將售予地方電網公司，國家及省級政府將分別提供每千瓦時0.42元及每千瓦時人民幣0.10元的補貼，並將令浙江省碳消耗量每年減少1,300噸，碳排放量每年減少3,000噸。

中國再生能源主席兼行政總裁黃剛表示，集團未來可能考慮投資其他分佈式太陽能發電項目，特別是於內地東南沿海地區電力需求大的省份進行投資。