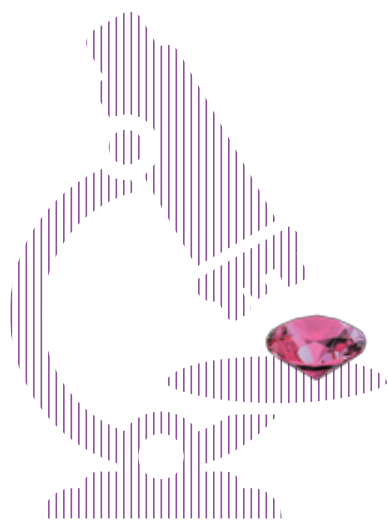


| 恒隆廣場 • 上海



# 見微知著

星級的項目管理及客戶服務盡顯我們矢志  
為租戶及顧客帶來優質的服務，體現恒隆  
的「只選好的 只做對的」宗旨。



| 皇城恒隆廣場 • 瀋陽



山頂廣場  
香港



Fashion Walk  
香港

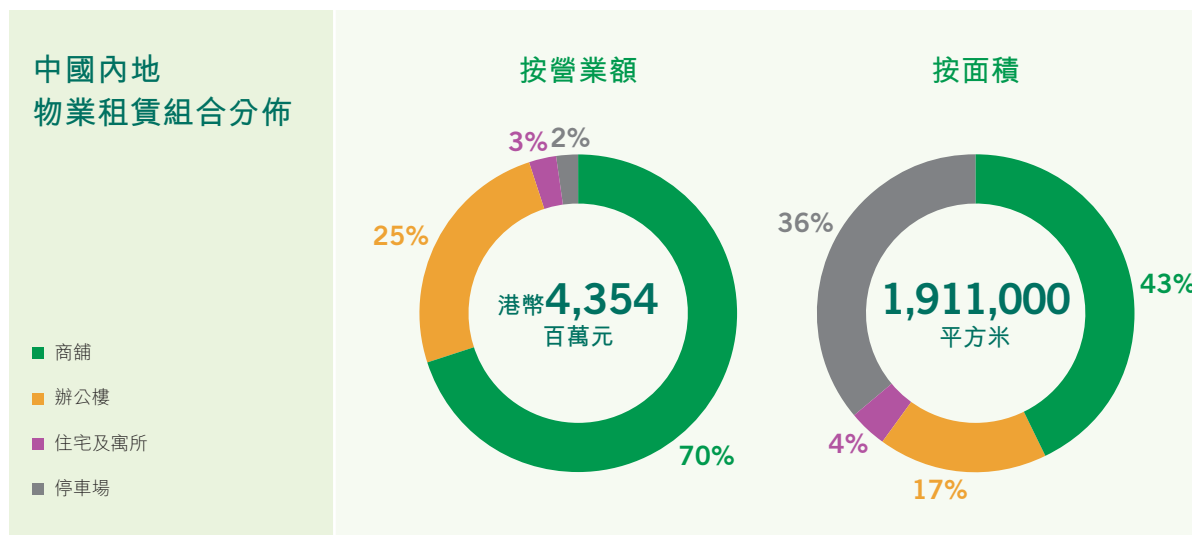


恒隆廣場 • 無錫



## 中國內地物業租賃

截至二零一四年十二月三十一日止年度，集團於中國內地的物業租賃組合的租金收入增長百分之九至港幣四十三億五千四百萬元。



估集團中國內地租賃收入百分之七十四的上海物業組合，二零一四年表現持續穩健，租金收入上升百分之四。上海以外的投資物業為集團帶來港幣十一億四千一百萬元租務收益，當中包括無錫的恒隆廣場購物商場的全年租金收入，以及於二零一四年下半年度開幕的天津的恒隆廣場以及無錫的恒隆廣場辦公樓的收益。

隨著天津的恒隆廣場以及無錫的恒隆廣場辦公樓的開幕，集團於中國內地五個城市營運中的投資物業總樓面面積增加至一百九十一萬一千平方米，當中商業面積（包括停車場）佔一百五十一萬三千平方米、辦公樓面積則為三十一萬五千平方米及八萬三千平方米的住宅及寓所。二零一四年，集團在中國內地的購物商場的總零售額超過人民幣一百億元。

## 中國內地投資物業之按類分析

截至十二月三十一日止年度

	租金收入 (港幣百萬元)		租出率 (百分比)		總樓面面積 <sup>#</sup> (千平方米)	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
商舖	3,064	2,695	89	93	827	674
辦公樓	1,083	1,059	70	94	315	227
住宅及寓所	145	181	67	89	83	83
停車場	62	49	不適用	不適用	686	576
總計	4,354	3,984	79	93	1,911	1,560

<sup>#</sup> 包括地面及地底之樓面面積

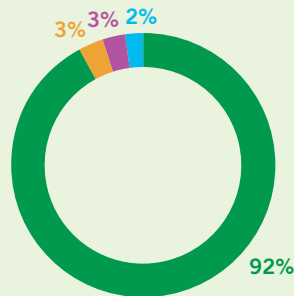
物業簡介

恒隆廣場·上海



曾被評為中國其中一個最成功的商業性房地產項目，上海的恒隆廣場集購物商場和辦公樓為一體。五層高的高級購物商場雲集多個知名奢侈品牌，而兩幢分別樓高六十六及四十八層的甲級辦公樓則吸引了海內外多家大企業進駐。上海的恒隆廣場已成為上海市其中一個著名地標。

商舖的行業性質分佈 (按基本租金)



- 服裝飾品
- 餐飲
- 生活品味及娛樂
- 其他

主要統計數字

總樓面面積 (平方米)	商舖	53,700
	辦公樓	159,555
	住宅/ 服務式寓所	不適用
	車位數目	804
租出率	商舖	96%
	辦公樓	91%
	住宅/ 服務式寓所	不適用
	購物商場租戶數目	120

港匯恒隆廣場·上海

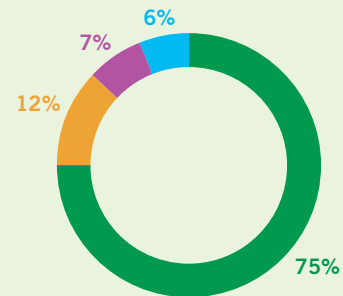


坐落上海徐家匯商業中心區域，港匯恒隆廣場包括購物商場、辦公樓、住宅及服務式寓所。憑著獨特且時尚的造型，港匯恒隆廣場突圍而出，成為上海市的地標性建築之一。

購物商場匯聚眾多國際品牌，為租戶及顧客提供無可比擬和多姿多采的時尚生活體驗。港匯恒隆廣場毗鄰徐家匯站出入口，是上海真正一站式的世界級商業綜合項目。

港匯恒隆廣場的雙塔辦公樓每幢樓高五十一層，吸納大批中外知名企業成為租戶。港匯恒隆廣場服務式寓所由三棟建築組成，共有六百二十九個單位可供出租。

商舖的行業性質分佈 (按基本租金)



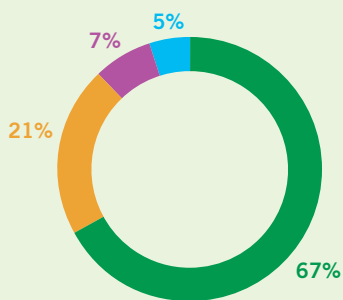
總樓面面積 (平方米)	商舖	120,188
	辦公樓	67,200
	住宅/ 服務式寓所	83,200
車位數目		835
租出率	商舖	99%
	辦公樓	96%
	住宅/ 服務式寓所	67%
	購物商場租戶數目	384

## 皇城恒隆廣場 · 瀋陽



皇城恒隆廣場位於中國東北遼寧省瀋陽市的金融及商業中心。這座宏偉的購物中心坐落瀋河區著名的商業街——中街路，網羅國際和國內時尚品牌，匯聚服飾、休閒娛樂、美容及化妝品和優質食府等。

商舖的行業性質分佈（按基本租金）



109,307

不適用

不適用

864

85%

不適用

不適用

190

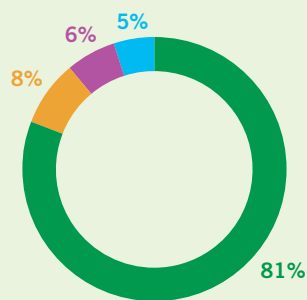
## 市府恒隆廣場 · 瀋陽



市府恒隆廣場坐落貫通瀋陽市中心，有「金廊」之稱的青年大街。項目置身於瀋陽市地標之交匯點，盡享黃金地利。

市府恒隆廣場匯聚多家首次進駐中國東北地區的世界著名品牌。地鐵二號線直達市府恒隆廣場，交通便利。

商舖的行業性質分佈（按基本租金）



101,960

不適用

不適用

2,139

93%

不適用

不適用

134

物業簡介

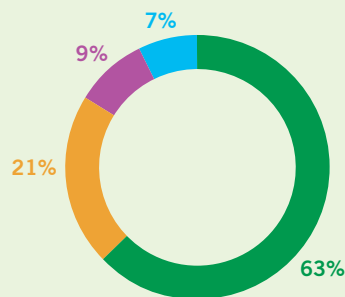
恒隆廣場·濟南



位於濟南市「金街」泉城路，濟南的恒隆廣場引入多個首次進駐濟南的國際時尚品牌。這個設有戲院、超市和咖啡館的購物商場，已成為濟南市民愛遊樂聚之地。

濟南的恒隆廣場的建築設計和諧地融入周圍環境，以四周的湖和泉為主題，集流麗的設計、起伏的流線型屋脊、綠化的空間和富曲線美的外牆於一身，貫徹了泉水流淌的概念。那呈不規則形狀、蜿蜒伸延的「遊龍」橋樑（長廊），連接兩座呈對向的三角形購物中心，在各樓層之間提供便捷的連接。

商舖的行業性質分佈（按基本租金）



- 服裝飾品
- 餐飲
- 生活品味及娛樂
- 其他

主要統計數字

總樓面面積 (平方米)	商舖	171,074
	辦公樓	不適用
	住宅/ 服務式寓所	不適用
	車位數目	789
租出率	商舖	82%
	辦公樓	不適用
	住宅/ 服務式寓所	不適用
	購物商場租戶數目	284

恒隆廣場·無錫

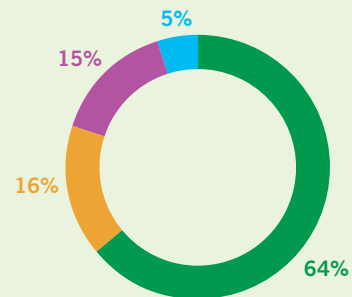


坐落於無錫市之商業中心崇安區人民中路，無錫的恒隆廣場（一期）是一座包括購物商場及甲級辦公樓的商業綜合項目。

無錫的恒隆廣場的購物商場匯聚多個國際知名品牌，並提供餐飲及生活時尚體驗。

樓高五十二層的無錫的恒隆廣場辦公樓於二零一四年十月開始營運，是跨國企業進駐無錫的首選。

商舖的行業性質分佈（按基本租金）



總樓面面積 (平方米)	商舖	118,135
	辦公樓	88,560
	住宅/ 服務式寓所	不適用
	車位數目	1,292
租出率	商舖	91%
	辦公樓	29% (低及中層)
	住宅/ 服務式寓所	不適用
	購物商場租戶數目	200

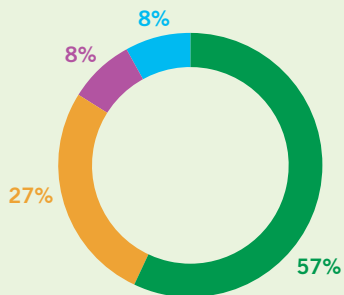
## 恒隆廣場·天津



坐落於天津市海河圈的核心地段，天津的恒隆廣場集購物、餐飲、休閒、娛樂等各種現代化消費體驗於一身，吸引多個品牌選址於此開設其在天津的首間零售店。

天津的恒隆廣場的外型獨特且矚目，從東至西橫跨近三百八十米，創造了海河沿岸的新亮點。

商舖的行業性質分佈（按基本租金）



---

152,831

---

不適用

---

不適用

---

800

---

84%

---

不適用

---

不適用

---

297

---



### 恒隆廣場·上海

位於上海的高級購物商場——**恒隆廣場**的租金收入錄得穩定增長，較去年上升百分之六。

由於近年來多個新的購物商場相繼開業，加上一些購買力強的顧客選擇於海外購物，因此去年的營商環境愈趨激烈。同時，內地持續的反貪腐措施對恒隆廣場的零售額亦有所影響。

雖然零售環境瞬息萬變，但上海的恒隆廣場依然是不少品牌旗艦店的落戶點，高消費的顧客亦絡繹不絕。奢華品牌旗艦店如香奈兒 (Chanel)、愛斯卡達 (Escada)、托德斯 (Tod's) 及思琳 (Celine) 等均於恒隆廣場進一步擴張及進行提升工程。

由於顧客對恒隆廣場的新旗艦店有強烈興趣，加上商場推出有效的推廣活動，因此商場人流於二零一四年第四季有上升趨勢。

上海的恒隆廣場是二零一四年上海時裝周國際品牌發佈的官方贊助商。商場在此期間與國際品牌及租戶合作，舉辦「Talking Fashion 時尚縱情說」等大型宣傳項目，並得到靜安區政府的鼎力支持。



上海的恒隆廣場被認為是奢華品牌旗艦店的集中地



上海的恒隆廣場是二零一四年上海時裝周  
國際品牌發佈的官方贊助商

為進一步鞏固商場的優越地位，恒隆廣場將於二零一五年中開始分階段進行優化工程。商場的租戶組合重整亦會為顧客帶來新面貌及更豐富的購物體驗。

在辦公樓方面，當地金融機構對新辦公樓有穩定需求，而現有租戶亦擴展業務。我們吸納著名跨國銀行東方匯理等新租戶。兩座**恒隆廣場辦公樓**的租金收入與去年相若。

去年甲級辦公樓的市場供應有所增加，而跨國公司亦進一步控制成本。由於恒隆廣場辦公樓的一位主要租戶的租約於年中到期，因此辦公樓的租出率下跌四個基點至百分之九十一，但目前大部分空間已經預先租出。隨著二零一五年第一季新租戶分階段進駐，預計租出率將會改善。

集團亦已提升辦公樓的冷氣及閉路電視等機電系統。恒隆於二零一五年銳意透過吸引優質租戶，藉以進一步加強租戶組合。兩座辦公樓已經落實資產優化工程，以保持辦公樓在市場的領先地位。第一座辦公樓的優化項目將於二零一五年中期開始，並將分階段於二零一六年底完成。



### 港匯恒隆廣場 • 上海

港匯恒隆廣場的商場零售額於二零一四年有所上升，較去年同期上升百分之三。商場租金收入增長百分之八，舖位接近全部租出。港匯恒隆廣場繼續為顧客提供多樣化的實體購物經驗，以抗衡網上購物帶來的壓力。商場在租戶組合及客戶服務方面均為顧客提供更優質豐富的選擇。

二零一四年，葆蝶家 (Bottega Veneta)、古馳 (GUCCI)、安普里奧·阿瑪尼 (Emporio Armani)、博柏利 (Burberry)、巴黎世家 (Balenciaga) 及蔻依 (Chloé) 等著名品牌陸續進駐港匯恒隆廣場。享負盛名的法國糕點品牌 Ladurée 亦已於商場開設首間內地專門店，而新加坡的 TWG Tea 則於商場開設品牌首間位於上海的茶店。

商場於二零一四年十一月開始，推出名為「活色當道」的品牌企劃活動，並獲網絡及傳統媒體鼎力支持。

港匯恒隆廣場的租賃物業優化工程，包括二樓及六樓的優化項目，已於二零一四年九月完成。

在二零一五年，商場將安裝全新無線上網設施，推出汽車導航手機應用程式以及餐廳輪候資訊，優化顧客於港匯恒隆廣場的購物體驗。

集團亦將於二零一五年底或二零一六年初為商場開展資產優化計劃。

港匯恒隆廣場定位為中至高檔的跨區購物廣場，位處絕佳地區，不但服務當地市民，還吸引江蘇及浙江省等鄰近地區的消費者。我們落實商場設備的優化舉措，以提升港匯恒隆廣場的整體購物體驗，吸引更多鄰近地區的消費者到商場購物。

面對浦西區的激烈市場競爭，港匯恒隆廣場辦公樓於二零一四年仍錄得穩定增長。由於企業租戶的需求持續疲弱，住宅大樓及服務式寓所的租出率錄得跌幅。



上海的港匯恒隆廣場完成二樓及六樓的優化工程後，引入更多新的餐飲品牌





皇城恒隆廣場舉辦大型的「瀋陽英國周」，  
為瀋陽市民帶來最時尚、最新穎的英國品牌及產品



## 皇城恒隆廣場 總零售額

# ↑12%

### 皇城恒隆廣場 · 瀋陽

雖然面對瀋陽愈趨激烈的競爭環境，但受惠於重整租戶組合舉措取得成果，**皇城恒隆廣場**仍能錄得百分之四的租金增長。商場人流與零售額均有上升。租出率縱使下跌至百分之八十五，但商場的零售額卻增加百分之十二。

商場的新品牌如 Boy London 及 #113潮匯等以年輕時尚時裝為定位，廣受顧客歡迎。

皇城恒隆廣場於二零一四年針對年輕時尚人士舉辦數個備受注目的市場推廣活動，包括由英國駐北京大使館、英中貿易協會及瀋陽市政府合辦的「瀋陽英國周」、令人驚喜的3D表演及「非凡夢想秀」。這些活動不但特別吸引有消費能力的年輕顧客，同時大力帶動銷售表現，因而大受租戶歡迎。

皇城恒隆廣場現正擴充無線上網容量，將接合點由五十個增加至二百個。工程於二零一五年二月完成後，將可於推廣活動中增加與顧客的互動元素。商場於二零一五年將繼續優化租戶組合，以突顯商場獨特創新、自由不羈與時尚前衛的品牌身份。



瀋陽的市府恒隆廣場為顧客提供豐富優質的生活體驗

### 市府恒隆廣場·瀋陽

憑藉推陳出新的推廣活動，**市府恒隆廣場**的租金收入平穩，商場的零售額於二零一四年則錄得百分之二的增長。由於進行租戶組合重整，加上政府的反貪腐措施持續，商場租出率下跌六個基點至百分之九十三。

連接地鐵的通道於二零一四年一月開通，加上購物商場優化其硬件及軟件設施，為商場帶來正面影響，人流於第四季回復，表現令人鼓舞。

**市府恒隆廣場辦公樓**的內部裝修工程將近竣工。辦公樓預租反應良好，租戶將逐步於二零一五年首個季度進駐。辦公樓開業後預期可為市府恒隆廣場帶來協同效益。

## 恒隆廣場·濟南

隨著很多租戶的首個租約期於二零一四年屆滿，開業三年的**濟南的恒隆廣場**迎來良機調整商場租戶組合。進行租戶組合優化期間，其租出率下降六個基點至百分之八十二，導致租金收入減少百分之八。

商場引入了新式購物、娛樂及時尚生活等新商戶，代替原本的傳統奢侈品租戶。二零一四年十二月，令人驚喜的著名韓國特麗愛3D美術館便選址濟南的恒隆廣場，首次於內地落戶。商場還引入其他新商戶，包括知名鞋履品牌 UGG、兒童教育中心金寶貝、拉亞漢堡美式餐飲品牌及結合書店和咖啡室概念的品聚書吧。



濟南的恒隆廣場與租戶攜手舉辦的商場活動吸引大批市民參加

二零一三年八月，山東省政府推行的新經濟政策將濟南納入重點城市，帶動當地經濟發展。濟南的恒隆廣場現已成為當地最受歡迎的購物商場，亦是購買力強的年輕顧客與家庭的必到地點。

商場於二零一四年與租戶合辦更多推廣活動，包括以世界盃為主題的「狂歡世界盃」，帶來巴西武術、花式足球及森巴舞等表演。商場亦舉辦一系列驚喜的活動以慶祝開業三周年，顧客甚至有機會感受由勞斯萊斯轎車接送的體驗。此外，購物商場更於七夕期間，與珠寶品牌聯合製作微電影《濃情7天》。這些推廣活動均提升了商場的購物氣氛及知名度。

展望二零一五年，濟南的恒隆廣場希望吸引更多來自濟南及其周邊兩小時車程地區的顧客。商場將開設更多社交媒體渠道，包括提升商場網站，並計劃引入未曾進駐濟南的品牌。恒隆廣場將以「New Fashion of Fun」為主題，推出貴賓會員企劃 (VIC program) 以及其他市場推廣，旨在提高客流及租戶零售額。



### 恒隆廣場·無錫

無錫的恒隆廣場於二零一三年九月開業，二零一四年為其首個全年度業績。憑藉更多全新品牌的開幕以及地鐵站行人隧道的開通，無錫的恒隆廣場於二零一四年錄得良好表現。商場在二零一四年第四季的零售額較去年同期大幅上升百分之四十八，平均租出率為百分之九十一。

新引入的商戶包括沛納海 (Panerai)、寶珀 (Blancpain)、積家 (Jaeger-Lecoultrre)、安薇塔 (Annvita)、及藍蛙 (Bluefrog) 均於二零一四年在無錫的恒隆廣場開設當地第一間專門店或旗艦店。隨著首間法拉利及瑪莎拉蒂 (Ferrari & Maserati) 汽車展廳以及蘋果 (Apple) 零售店進駐恒隆廣場，商場的租戶及產品種類更趨多樣化。



江蘇省首間蘋果 (Apple) 零售店在無錫的恒隆廣場開業

連接商場地庫及地鐵站的行人隧道已於二零一四年十月啟用，進一步強化商場的通道接點及受歡迎程度。二零一四年，商場利用不同的網絡及傳統媒體，推出新穎的市場推廣及宣傳活動。為慶祝無錫的恒隆廣場開業一周年，商場與各高級品牌舉辦一連串貴賓活動，包括「二零一四無錫恒隆廣場VIP品鑒會」、「Trendsetter's Closet」以及「季度時裝展」。商場更進行「穿出聖誕新態度」聖誕推廣活動，並於十二月各個周末舉行不同表演。

展望二零一五年，恒隆廣場將繼續面對市場挑戰，但商場會推出一連串推廣活動，預計租戶零售額將保持穩定。

位於無錫的恒隆廣場辦公樓於二零一四年十月開始營運，乃集團首座於上海以外的辦公樓。由於辦公樓位處優越地點，而且建築質素卓越，令我們可開出較高的租金水平。

首批辦公樓的租戶遷入後，部分低層單位已迅即租出，部分新租戶為跨國企業。為配合市場對辦公室的殷切需求，中層單位較預期提早推出市場。



多個國際品牌進駐天津的恒隆廣場，開設其在天津的首間零售店



天津的恒隆廣場邀請時裝界專業人士參與大型的推廣活動

## 恒隆廣場 · 天津

天津的恒隆廣場是集團最新落成的購物商場，於二零一四年九月二十六日開始營運。天津的恒隆廣場為當地及周邊地區的顧客帶來全新生活概念，成為天津的零售新地標。

商場首三個月錄得滿意表現，截至年結日，其租出率為百分之八十五，如計入已承諾的租戶，租出率則達百分之九十一。

該商場現有二百九十七家租戶，其中六十家是首次涉足天津市的品牌。其平均平日及周末的客流量分別為三萬一千人次及五萬二千人人次。

顧客人均收入上升，帶動高檔次商品及服務需求增長。天津的顧客開始追求稱心的購物及服務體驗，恒隆廣場正符合以上要求。此外，中國（天津）自由貿易試驗區的成立，亦為當地經濟帶來正面影響。

二零一四年的重點市場推廣活動包括「Rainbow Run」、「Mirror Mirror Party」、「芭莎藝術展」以及「蝙蝠俠 BATMAN 巡展」。商場亦與首次登陸天津的品牌舉辦「One & Only」展覽。為提升顧客的購物體驗，天津的恒隆廣場已裝設觸控屏幕以展示店舖資訊及推廣訊息，並藉社交媒體平台加強宣傳。

二零一五年，商場將繼續引入競爭力及吸引力較高的品牌，豐富國際及本地品牌的商戶組合，吸納首次於天津落戶的租戶。



**60** 新品牌  
進駐  
恒隆廣場 · 天津