

內地物業租賃

儘管上海疫情導致業務中斷兩個月，內地物業的租賃收入以人民幣計值仍然微升，可見物業組合表現強韌，同時證明我們的物業地域多元化策略行之有效。

市場環境

內地各城市的商業租賃業務於2022年經歷了曲折難行的一年，原因是多個城市實施的疫情防控措施對業務營運構成限制，我們位於上海的旗艦商場更因此而停業兩個月。供應鏈和本地與國際旅遊雙雙受阻，影響中國作為全球第二大經濟體的增長，並促使不少企業重新審視其擴張計劃，部分規模較小的公司甚至因財務拮据而提早退租離場。

與此同時，內地物業市場及股市不景氣，亦連帶消費市道受挫。根據貝恩策略顧問公司聯同高端伽瑪基金會於2022年11月發表的報告顯示，中國去年在奢侈品消費方面受到的打擊在全球屬罕見，而奢侈品銷售正正是我們購物商場組合的業務核心。該項研究亦預測，中國的銷售額必須在疫情防控措施放寬後才能回復至2021年的水平。所幸的是，內地自2022年底已積極放寬防疫措施。至於辦公樓業務方面，經濟放緩令市場需求萎縮，加上不少主要城市陸續有新項目落成，充裕的供應量加劇租賃市場競爭令租金受壓。在旅遊業和商務旅遊低迷的情況下，內地各地的酒店和服務式寓所表現欠佳。

業務概況

我們在大連、昆明、武漢和無錫錄得的物業增長抵銷了2019冠狀病毒病和人民幣貶值帶來的大部分負面影響，故租賃收入以人民幣計值較2021年的歷史高位微升1%，本公司地域多元化策略的成效可見一斑。受去年的疫情影響，我們在上海和瀋陽的商場雖然克服了物業組合歷來最長的停業期所帶來的影響，但由於美容院、戲院、餐飲食肆和健身室業務頻繁受營業限制影響，兩地商場的生意額和客流量大受打擊。

我們的高端購物商場和甲級辦公樓佔據市內優越地段，比大多數物業更有能力抵禦外界衝擊，因此繼續成為頂尖國際品牌、知名跨國公司及中國龍頭企業的首選。管理團隊積極在艱難的營商環境下把握每一個機會。此外，會員計劃「恒隆會」亦有效刺激租戶銷售額，發揮了舉足輕重的作用。受我們

的新落成項目租出率上升推動，辦公樓組合的租賃收入以人民幣計值錄得接近雙位數增長。

武漢恒隆廣場在首個全年營業年度取得良好進展，在武漢市的高端零售市場獨佔鰲頭，成功站穩腳步。大連恒隆廣場轉型成為高端購物商場後，亦錄得強勁增長。昆明恒隆廣場的昆明君悅酒店現正處於發展階段，計劃於今年開業，可望帶動商場業務。

無錫恒隆廣場的希爾頓格芮精選酒店預計於2024年底開業，屆時將與項目現有的商場和辦公樓相輔相成。杭州恒隆廣場則會由世界級的購物商場、五座辦公樓和杭州文華東方酒店組成，成為本公司在內地第11座綜合商業項目。這個項目耗資人民幣160億元，計劃於2024年起分階段落成，屆時將進一步提升我們旗下物業組合的實力和多元化。

內地租賃收入按年增長 (以人民幣計值)



內地物業總樓面面積 (不包括停車場面積)



* 請參閱載於第69頁的「C. 主要投資物業」有關已落成物業總樓面面積的詳細列表

請參閱載於第66頁的「A. 主要發展中物業」有關發展中物業總樓面面積的詳細列表

上海恒隆廣場

購物商場

作為我們內地組合中首屈一指的租賃物業，上海恒隆廣場於2022年的表現略為失色，原因是上海和內地多地因疫情而實施防控政策，減少內地高端顧客的消費意欲，為商場的租賃收入和租戶銷售額帶來負面影響。儘管如此，商場仍維持全數租出，超過120家高端零售品牌及餐飲食肆繼續鞏固商場「Home to Luxury」的定位。

在旗艦店方面，古馳 (Gucci) 和華倫天奴 (Valentino) 擴充店舖面積，而香奈兒 (Chanel) 和路易威登 (Louis Vuitton) 則提供更豐富的購物選擇。戴比爾斯 (De Beers)、海藍之謎 (La Mer) 和博格納 (BOGNER) 等品牌亦相繼開設新店。商場口碑載道的年度活動「Home to Luxury」盛裝派對獲100多家租戶踴躍支持，透過提供獨家高端時尚商品、互動裝置及VIC 貴賓專享服務，成功為顧客營造別出心裁的購物體驗。



「Home to Luxury」盛裝派對每年都為賓客創造驚喜，突破無窮想像，帶來獨一無二的絕妙享受

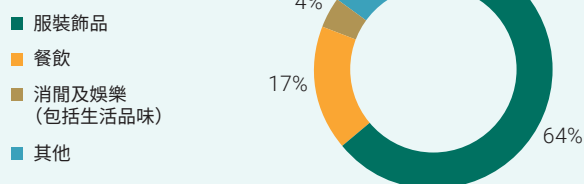
展望2023年，商場將進一步優化其租戶組合，主力引入更多嶄新奢侈品牌和個人及美容品牌，以持續鞏固其獨特定位，並提升商場對富裕年輕一族及精英階層的吸引力。

辦公樓

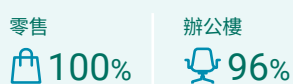
上海恒隆廣場兩座甲級辦公樓一直深受金融、專業服務及時裝行業的跨國及內地頂尖企業青睞。芬迪 (Fendi)、盟可睐 (Moncler) 及普拉達 (Prada) 等現有租戶擴展承租規模，令整體租出率維持在96%的高位。

由於上海南京西路及傳統核心商業區的新辦公樓供應緊絀，該區的辦公樓租金表現相對強韌。2022年底，我們為上海恒隆廣場的主要租戶推出了全新管家服務，未來將逐步拓展服務以涵蓋其他租戶。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率



購物商場租戶數目
(於年底) 125

上海港匯恒隆廣場

購物商場

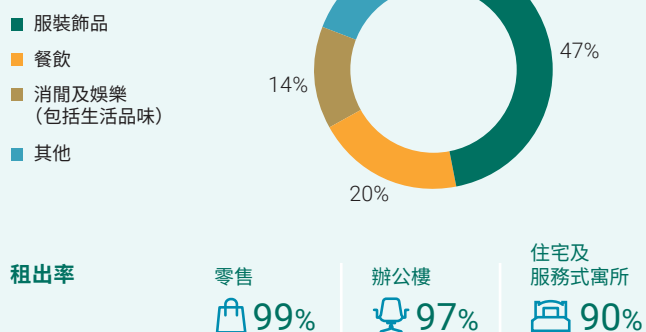
上海港匯恒隆廣場於2022年初表現強勁，惟當地於4至5月實施疫情防控政策，其後餐飲業、健身中心及戲院的營運也受疫情影響，嚴重打擊市內零售消費。儘管租戶銷售額和租賃收入均下跌，受惠於商場在6月初舉辦的「靈感回歸，從心出發」重啟慶祝活動及10月的「Gateway to Happiness」（「快樂觸手可及」）周年慶派對，商場在受疫情影響以外十個月的營業額更勝2021年同期。

上海港匯恒隆廣場坐落於上海最大地鐵站之一的徐家匯站上蓋，以奢侈品牌雲集的時尚生活中心為定位，租戶陣容涵蓋Buccellati、戴比爾斯（De Beers）、Thom Browne、GANNI、昂跑（On）及薩洛蒙（Salomon）等品牌，去年更迎來Hart Marx、moody tiger及Zaren的內地首店強勢加盟。商場將擴展名貴鐘錶及珠寶區域的空間，並計劃於2023年第三季度開設古馳（Gucci）的複式旗艦店，進一步吸引上海市的上流社會人士光顧。



上海港匯恒隆廣場的慶典活動以「Gateway to Happiness」（「快樂觸手可及」）為主題，首次以公眾開放的形式在高端商場為消費者帶來獨家的棟篤笑表演

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



購物商場租戶數目 375
(於年底)

展望未來，商場周邊地區除了將面臨租賃市場的激烈競爭外，預料經濟疲軟亦會影響品牌的擴張意欲。有見及此，上海港匯恒隆廣場將尋求更多高端設計師品牌加盟，並加強美容及兒童區域的品牌選擇，以提升對顧客的吸引力。

辦公樓

上海港匯恒隆廣場的甲級辦公樓連續五年錄得租賃收入增長，強韌實力可見一斑。現有租戶栗殼廣告（Liquid Advertising）承接了一些原本由教育機構承租的面積，進一步拓展其在辦公樓的承租規模。天聯廣告（BBDO）和維實洛克（Westrock）等企業已完成續租。

2023年，隨着徐家匯區需求熱絡的辦公樓租賃市場競爭升溫，我們會努力留住租戶。目前，我們正積極尋求商業服務、消費品、科技、傳媒及電訊行業的潛在租戶。

住宅及服務式寓所

上海港匯恒隆廣場提供超過600個配套齊全的寓所和首屈一指的消閒設施，業務於2022年初表現優異，惟上海隨後實施的疫情防控政策壓抑國內外的住宿需求，令業務短暫受到影響。隨着上海於6月放寬防疫措施，外派人員、內地富裕家庭和跨國企業對住宅單位的需求恢復旺盛，租出率旋即大幅反彈。踏入2023年，我們將持續吸納更多本地需求，為企業客戶提供價格靈活的住宿選擇，以捕捉短期商務旅客上升帶來的機遇，並提升租賃收入。

瀋陽皇城恒隆廣場

過去一年，瀋陽皇城恒隆廣場的業務飽受挑戰。疫情導致購物商場需於初春期間停業25天，同時令消費者信心減弱，旅遊亦受到影響。不過，商場把握機會吸納% Arabica、迪桑特 (Descente)、chuu、K-Swiss、歐時力 (orchirly) 及 OVV 進駐，



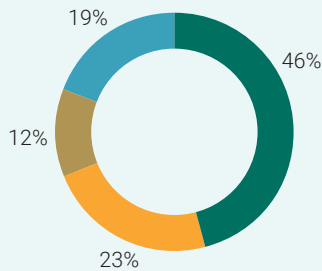
瀋陽皇城恒隆廣場在七夕期間推出「至美七夕 心動獻禮」主題活動，帶動租戶銷售額大幅增長

使目前包括 adidas、Nike Kicks Lounge 及 Zara 等約 200 家本地及國際品牌的行列更加壯大，建立更加穩健的租戶組合。另外，商場於 8 月舉辦以七夕為主題的營銷活動，透過形形色色的時裝展及鐘錶珠寶推廣活動吸引顧客，成功錄得自 2010 年開業以來的最高單日銷售額。

未來，瀋陽皇城恒隆廣場將引入更多多元化的女士時裝品牌和更新鮮的餐飲選擇，並加強客戶服務，令業務更上一層樓。多家品牌包括匡威 (Converse)、天梭 (Tissot) 和樂高 (LEGO) 等將於今年開設新店。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)

- 服裝飾品
- 餐飲
- 消閒及娛樂 (包括生活品味)
- 其他



租出率

零售
81%

購物商場租戶數目
(於年底) 195

瀋陽市府恒隆廣場

購物商場

在消費市道萎靡、疫情引致業務中斷以及租賃市場競爭激烈的多重影響下，瀋陽市府恒隆廣場的高端商場業務在過去一年舉步維艱。租賃收入、客流量和租戶銷售額均錄得跌幅。與瀋陽皇城恒隆廣場的情況相似，商場自3月中起需停業近一個月，餐飲處所的營運亦受其後實施的疫情防控政策限制。利好因素方面，新品牌例如瑞士鐘錶品牌歐米茄 (Omega) 相繼加盟商場，與香奈兒 (Chanel) 及博柏利 (Burberry) 等品牌提供優質購物體驗。

2023年，隨着疫情防控政策放寬，市場信心回暖和國內旅遊復甦，商場業務有望迎來轉機。除了調整租戶組合，以吸納更多富有活力的時尚生活奢侈品牌及兒童零售商戶外，我們亦與瀋陽皇城恒隆廣場和瀋陽康萊德酒店聯手展開多項合作，振興消費，並積極尋求餐飲租戶組合的完善方案，務求提升商場的吸引力。未來，我們將透過「恒隆會」加強與顧客之間的聯繫。

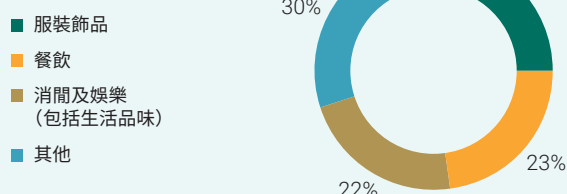
辦公樓

瀋陽市府恒隆廣場的辦公樓是中國東北部最高的建築物，租戶組合涵蓋銀行業、製造業、專業



瀋陽市府恒隆廣場藝術展《無鏡之夢》讓顧客親身體驗以創新手法呈現的沉浸式藝術展覽

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

87%

辦公樓

91%

購物商場租戶數目
(於年底)

137

服務業、科技、傳媒及電訊業和金融業，實力雄厚穩固。去年，辦公空間需求疲軟和競爭對手採取進取的折扣手段，令辦公樓在租賃收入和租出率方面均受到影響。然而，辦公樓仍然成功吸納福特汽車公司 (Ford Motor Company)、漢拿控股及家電製造商美的 (Midea) 等優質企業承租，現有租戶西門子 (Siemens) 和攜程 (Ctrip) 亦相繼擴張辦公室規模。

由於供應充足，2023年的市場預期依然挑戰重重，留住現有租戶和開拓潛在租戶將成為管理層的重點工作。

酒店

去年，瀋陽康萊德酒店業務雖然受旅遊限制、檢疫要求和社交距離措施嚴重影響，但根據 Smith Travel Research 數據顯示，酒店的每間可售客房收入依然居於瀋陽市首位，市場領導地位依然穩固。酒店亦憑藉優質產品和卓越服務，贏得希爾頓全球品牌的殿堂級酒店獎項「Connie Award」，水準備受肯定。踏入2023年，預期內地及海外旅遊重啟，客房及餐飲需求將隨之反彈。

濟南恒隆廣場

由於疫情令商店及食肆營運中斷和外來旅遊受阻，加上商場正進行資產優化工程，作為時尚生活商場的濟南恒隆廣場經歷了艱苦的一年。為提升客流，商場積極尋求突破，引入知名IP首展、品牌推廣、

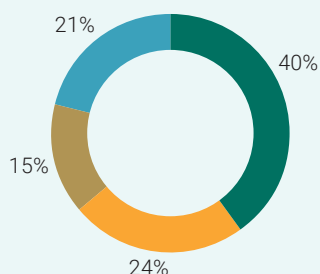
會員活動及線上銷售等多渠道營銷策略提升租戶銷售額及維持租出率，因此在如此不利的環境和激烈競爭下仍能化險為夷，租賃收入按年持平，繼續穩佔區內中高檔品牌首選的地位。

商場為期三年的資產優化計劃首階段工程完成後，位於西翼一樓的嶄新美容區持續拓展，品牌包括 CHANEL BEAUTÉ、蘭蔻 (Lancome)、Tom Ford、Gucci Beauty、海藍之謎 (La Mer)、赫蓮娜 (Helena Rubinstein)、祖·瑪瓏 (Jo Malone)、YSL Beauty 及植村秀 (Shu Uemura) 陸續開業。由於商場東翼經已展開工程，部分輕奢侈品牌的店舖亦會遷移至西翼。一樓以上亦有多家新加盟的租戶，當中包括 Giming、Lefame、chuu 和三星 (Samsung) 等。

2023年，隨着疫情防控政策放寬，我們預料消費復甦指日可待，惟目前進行的資產提升工程將影響濟南恒隆廣場的租賃收入。東翼中庭升級改造和商場動線優化兩項大型工程將會新增更多舖位作租賃用途，有助提升商場日後的盈利潛力。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)

- 服裝飾品
- 餐飲
- 消閒及娛樂 (包括生活品味)
- 其他



租出率

零售
90%

購物商場租戶數目
(於年底) 332



濟南恒隆廣場在進行資產優化計劃的同時，多家高端美容品牌已於年內相繼進駐



無錫恒隆廣場以「Take Center Stage」主題活動與忠實顧客一同慶祝商場開業九周年

無錫恒隆廣場

購物商場

無錫恒隆廣場在無錫市的高端零售市場獨佔鰲頭，惟去年的業務受多項疫情防控政策影響，4月有數天接近完全停業，7月亦有近兩星期需縮短營業時間。儘管如此，商場在租戶銷售額、租出率和租賃收入三方面仍然錄得增長。位於地庫的美容區域持續吸納多家知名品牌，當中更包括 Diptyque、L'Artisan Parfumeur 及 Penhaligon's 的無錫市首店。去年同樣於無錫恒隆廣場開店的高端品牌還有巴黎世家 (Balenciaga)、MIKIMOTO 及蒂芙尼 (Tiffany & Co.) 等。

商場於9月舉行了一年一度的「Take Center Stage」營銷活動，為期三天的活動成功將銷售額推至歷史新高，並拉近我們與首要客戶的關係，成效再次有目共睹。2023年，商場的品牌選擇可望更臻完善。

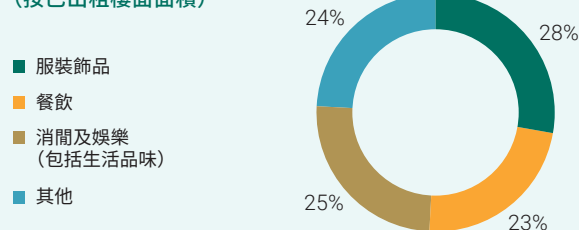
辦公樓

無錫恒隆廣場兩座甲級辦公樓仍然廣受金融、保險、科技、傳媒及電訊和專業服務行業歡迎，整體租出率微升，惟租金漲幅受制於競爭物業持續

高企的空置率。新加盟的辦公樓租戶包括招商證券、中信證券及浙商證券，而華為、通力 (KONE) 及薩孚凱 (Softtek) 則進一步擴充了辦公室規模。

我們旗下自營的多功能辦公空間「恒聚」廣受歡迎，截至2022年底，「恒聚」年度平均租出率超過75%。2023年，「恒聚」將以吸納優質的中小型企业為首要目標。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售
99%

辦公樓
85%

購物商場租戶數目
(於年底) 218



天津恒隆廣場在炎夏化身為海島打卡熱點，逢周末更舉辦不同活動，讓顧客放鬆心情

天津恒隆廣場

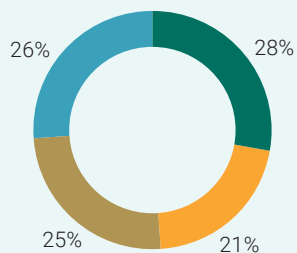
天津恒隆廣場分別於5月和9月因應疫情防控政策而停業，加上一眾娛樂場所、兒童活動、餐飲堂食、美容院及體育設施經歷長時間停運，令商場去年的租戶銷售額嚴重受創。部分租戶選擇提前終止

租約，繼續留守的租戶亦對期滿續租卻步。儘管營運環境充滿挑戰，租賃收入和租出率仍維持在與2021年相若的水平。報告期內，商場向受疫情影響最嚴重的企業提供租金寬減。

商場迎來了百年靈 (Breitling)、Peet's Coffee及西西弗書店 (Sisyphe) 等新租戶加盟，並針對不同客群籌辦了一連串活動，以協助振興客流量。2023年，多家新開業的餐飲食肆、日益豐富的美妝品牌選擇及全新登場的潮流戶外區將為商場吸引更多客流，業務表現可望向好。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)

- 服裝飾品
- 餐飲
- 消閒及娛樂 (包括生活品味)
- 其他



租出率

零售
🛒 80%

購物商場租戶數目 (於年底)

219

大連恒隆廣場

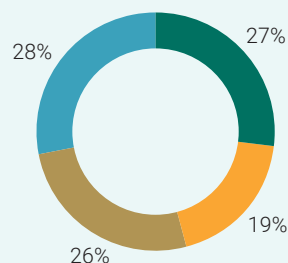
儘管大連恒隆廣場的日均客流量在疫情連番肆虐下減少6%，但商場持續從時尚生活購物中心轉型為地區奢華地標，帶動去年的租賃收入急增40%，租戶銷售額亦相應升至人民幣20億元，按年升幅逾67%。

商場於2022年底的租出率上升兩個百分點至89%，當中的新租戶包括最新奢侈品牌古馳 (Gucci)、Miu Miu、Tod's、Hogan、Longchamp、Marc Jacobs、Canali、勞力士 (Rolex) 及 KENZO、備受推崇的國際品牌肯迪文 (Kent & Curwen) 及威雅 (RARE)、著名音響品牌 Bang & Olufsen、獨家 Air Jordan 區域旗艦店，以及人氣連鎖咖啡店 % Arabica。地庫樓層的升級工程將位於東側的中庭連接至地鐵站，令商場得以設立運動及潮流區域，囊括各大人氣品牌，包括李寧、卡帕 (Kappa)、adidas、Speedo、Columbia、MLB、任天堂 (Nintendo)、Lee、凱樂石 (Kailas) 及 Spyder 等。

2023年對大連恒隆廣場而言是值得期待的一年，除了將迎來蔻依 (Chloé)、范思哲 (Versace)、

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)

- 服裝飾品
- 餐飲
- 消閒及娛樂
(包括生活品味)
- 其他



租出率

零售
89%

購物商場租戶數目 (於年底)

354

Maison Margiela、莫斯奇諾 (Moschino) 及麥絲瑪拉 (Max Mara) 等首度亮相的品牌外，商場亦會透過「恒隆會」活動及不拘一格的活動及計劃，持續轉型為高端商場。例如，我們預計將於年中舉辦「姿彩世界，繽紛大連」慶典，以標誌商場發展成為地區奢華據點。



大連恒隆廣場在2022年冬季奧林匹克運動會期間為顧客呈獻冰上表演

昆明恒隆廣場

購物商場

作為昆明市的奢華品牌集中地，昆明恒隆廣場經歷了顛簸跌宕的一年。疫情不但干擾業務營運，而且拖累消費市道，令旅客卻步。儘管商場的租賃收入微升，客流量下跌仍然對租戶銷售額造成影響，連帶租出率下滑。日本珠寶商MIKIMOTO及瑞士鐘錶品牌江詩丹頓 (Vacheron Constantin) 在商場開設昆明首家門市，連同加拿大戶外服裝品牌Arc'teryx最新開業的複式旗艦店，為業務帶來一定程度的支持。

11月，昆明恒隆廣場舉行了為期兩天的「春城脈動」三周年觸目慶典活動，場面盛大，帶動租戶銷售額有所提升。活動期間，商場請來太陽馬戲呈獻昆明首個演出，將單日租戶銷售額推至新高。2023年，商場將致力與更多頂尖國際品牌合作，並重點吸納尚未於昆明扎根的品牌。我們確信，與購物商場緊密相連的昆明君悅酒店開幕後商場定必更暢旺，提升整個綜合商業項目的地位。



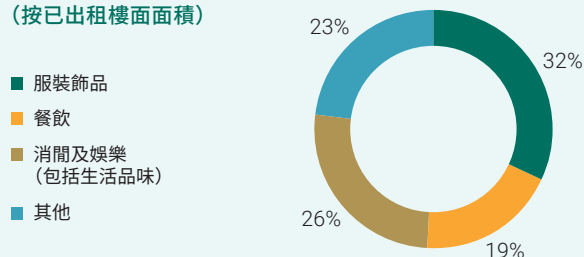
昆明恒隆廣場開業三周年的慶典活動「春城脈動」場面盛大，請來太陽馬戲呈獻昆明首個演出

辦公樓

辦公樓坐落於昆明核心商業區的心臟地帶，去年依然深受金融、保險及專業服務業歡迎，來自這三個行業的企業合共佔據超過一半的已租出空間。租出率於2022年底為88%。泰康人壽及榮耀 (Honor) 擴展其在昆明恒隆廣場的辦公樓規模的同時，中信證券、中金財富及葡萄酒應用程式唯唯諾亦加盟成為租戶，跨國企業包括安永會計師事務所、工銀安盛人壽、諾基亞 (Nokia) 和西門子 (Siemens) 等亦已陸續進駐。

租出率預期在2023年繼續上行。即將開幕的昆明君悅酒店亦可望提升辦公樓對優質企業的吸引力。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

95%

辦公樓

88%

購物商場租戶數目
(於年底) 297

武漢恒隆廣場

購物商場

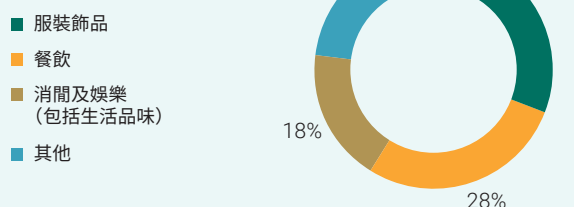
2022年對武漢恒隆廣場的高端商場而言充滿考驗，商場不僅在首個全年營運年度便要面對疫情引致的業務中斷，而且武漢市內的商業物業相繼落成，加劇了武漢恒隆廣場和商場租戶所面臨的競爭。卡地亞 (Cartier)、愛瑪仕 (Hermès) 及蒂芙尼 (Tiffany & Co.) 等店舖開業完全抵銷了部分小型品牌和獨立經營店結業所帶來的影響，帶動租出率攀升，為客流量和租戶銷售額提供了增長動力。Alexander McQueen、Marni、Christian Louboutin 和紀梵希 (Givenchy) 等品牌陸續開設期間限定店，加上「恒隆會」於武漢恒隆廣場成功推出，為商場吸納了不少高端購物人士。與此同時，全新開幕的跨層空間「Space on 5」匯聚優質餐飲食肆及社交活動場地，適合舉辦音樂表演、脫口秀和時裝展，令商場的購物體驗更加豐富。

商場於5月舉行為期三天的一周年慶典，期間上演長江燈光匯演，創下單日租戶銷售額新高。商場正籌備2023年多項新計劃，例如設立「恒隆會」高級會員專用的貴賓室，及在地庫開設全新主題區，為顧客提供更多休閒餐飲選擇、緊貼年輕潮流的時尚生活用品店和理想的聚腳點。

辦公樓

武漢市辦公樓供應充裕，加上內地經濟轉弱，拖慢了辦公樓首個全年營運年度的租出進度。年底租出率升至73%，升幅由於多學科數字出版機構 (MDPI)、博西家電 (BSH)、益普索 (Ipsos) 及雀巢 (Nestle) 加盟租戶行列所致。由於供應持續充足和企業積極尋求節流方案，2023年的市況估計仍面臨挑戰。我們旗下自營的多功能辦公空間「恒聚」將於2023年第一季度開業，提供更豐富的服務選擇和更完善的顧客體驗。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

86%

辦公樓

73%

購物商場租戶數目
(於年底)

275



武漢恒隆廣場的跨層空間「Space on 5」設計時尚，視野開闊，為顧客締造購物以外的生活社交空間

發展中的新項目

本公司在內地的發展項目分布在不同的黃金地段，涵蓋高端商場、辦公樓和酒店。



昆明君悅酒店

昆明君悅酒店將由著名的君悅酒店負責營運，勢必成為本地居民及國際旅客的住宿及社交熱點。此項目位於昆明恒隆廣場，並將成為市內首個匯聚世界級購物商場、甲級辦公樓、豪華酒店及高端服務式寓所的綜合項目。酒店將提供332間客房及套房、先進住宿設施及非凡的餐飲體驗，將可滿足富有品味的本地住客和國際商務及休閒旅客的需求。昆明君悅酒店預計於2023年底開業。

地點

昆明市盤龍區東風東路／北京路

總樓面面積

98,054平方米 (包括昆明君悅居的總樓面面積)

預計落成年份

2023年



無錫希爾頓格芮精選酒店

這家精品酒店擁獨特奢華設計，屬無錫恒隆廣場第二期發展項目的一部分。該項目的現有部分包括一座購物商場和兩座甲級辦公樓。酒店將由一座樓高七層的新建大樓和一座樓高三層的歷史建築組成，糅合新舊元素，將提供106間高級客房，進一步豐富無錫恒隆廣場所帶來的體驗。酒店以希爾頓格芮精選酒店品牌營運，預計將於2024年底開幕。

地點

無錫市梁溪區健康路

總樓面面積

7,165平方米

預計落成年份

2024年



杭州恒隆廣場

杭州恒隆廣場正發展成高端綜合商業項目，涵蓋一座世界級購物商場、五座甲級辦公樓及奢華的杭州文華東方酒店。項目計劃於2024年起分階段落成。杭州文華東方酒店目前處於設計發展階段，預計將於2025年開業，屆時將提供逾190間客房及套房，成為備受杭州居民和旅客歡迎的社交熱點。

地點

杭州市下城區百井坊

總樓面面積

194,100平方米（只包括地面面積）

主要用途

零售、辦公樓及酒店

預計落成年份

2024年起



瀋陽市府恒隆廣場

瀋陽市府恒隆廣場發展項目餘下的部分包括一座購物商場、辦公樓及服務式寓所，落成後將與現有的高端購物商場、甲級辦公樓和瀋陽康萊德酒店相得益彰。項目預計將於2027年起分階段落成。

地點

瀋陽市瀋河區青年大街

總樓面面積

502,660平方米

主要用途

零售、辦公樓及可供出售寓所

預計落成年份

2027年起

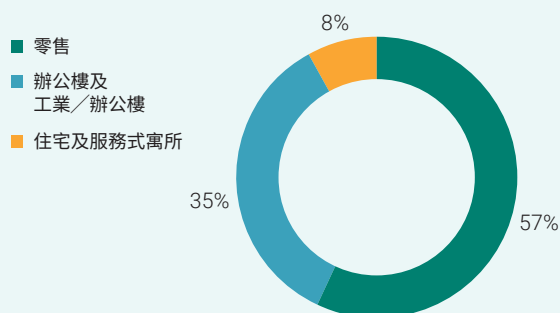
香港物業租賃

我們採取靈活務實的租賃策略，因應本地消費模式持續優化租戶組合，配合「hello 恒隆獎賞商場計劃」推出多個市場營銷活動取得成效，香港物業組合租出率持續高企，租賃收入亦隨着下半年防疫措施放寬而重拾增長。

市場環境

去年，香港一系列遏制2019冠狀病毒病蔓延的措施影響零售銷售，令我們旗下購物商場的租金持續受壓。在社交距離規定導致食肆、戲院、教育機構、健身室和美容院等業務中斷的同時，檢疫要求和內地通關限制亦令訪港旅客疏落。除此之外，加息和樓市及股市低迷亦對消費氣氛造成影響，再加上憂慮疫情和在家工作的普及，消費者轉向網上購物的步伐加快。9月底，檢疫規定放寬，令離港旅客人數大幅攀升，但並未有效振興訪港旅遊。去年的訪港旅客人次為約60萬，與2018年6,500萬人次的紀錄高位相距甚遠。面對上述市況，香港特區政府向本地居民發放消費券，為一眾正等待需求復甦的本地商店、酒吧和食肆提供了一定援助。在辦公樓業務方面，經濟疲弱促使企業紛紛尋求節流方案，壓抑企業擴充步伐，辦公樓租金受壓。空置率上升令業主之間的競爭加劇，加強了租戶在磋商租金過程中的議價能力。

2022年香港物業租賃組合收入分布



香港物業租賃業務繼續保持強韌

租戶銷售



零售



辦公樓及工業／辦公樓



所有提及的租出率數據為截至2022年12月31日

業務概況

我們的租賃團隊採取靈活務實的租賃策略，使香港物業組合中的購物商場租出率全年維持高企。相關策略在2022年下半年可見成效，帶動租戶銷售額上升及租賃收入增長。由於疫情引發本地消費模式的改變，我們不斷調整租戶組合，引入更多迎合本地顧客的店舖和食肆。

2022年下半年，隨着被迫停業或縮短營業時間的商戶得以重開，我們因應租戶情況酌情提供的租金寬減額大幅下調。我們的「hello 恒隆商場獎賞計劃」有效帶動香港物業組合的租戶銷售額上升，市場營銷部門同時配合香港特區政府的消費券計劃，雙管齊下，進一步推動客流量和消費氣氛。

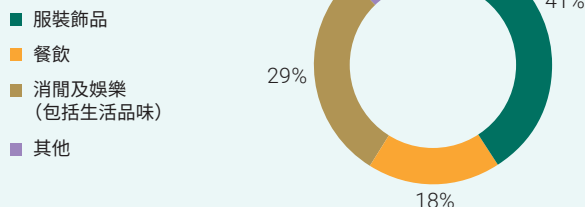
我們的辦公樓亦度過了充滿挑戰的一年。由於市區辦公樓空置率高企，爭奪租戶的競爭相當激烈，當中不少租戶更面臨削減成本和縮小規模的壓力。由於旅行社對辦公樓的需求銳減，我們集中吸納美容院和醫療服務機構方面的新租戶。我們位於北角電氣道228號的甲級辦公樓重建項目預計於2023年落成。

銅鑼灣物業組合

受銷售額下滑影響，租戶在續租時往往要求減租，導致銅鑼灣物業組合去年的租賃收入微跌。下行走勢預計將延續至2023年，直至訪港旅客人數回升為止。

儘管如此，銅鑼灣物業仍獲松本清青睞開設全港最大的分店、Byredo 也開設其在香港的頂級旗艦店，Mizuno Sport Style 專門店亦加盟，時裝零售陣容更見鼎盛。餐飲方面，西班牙餐廳 Calle Ocho

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率



購物商場租戶數目 (於年底)

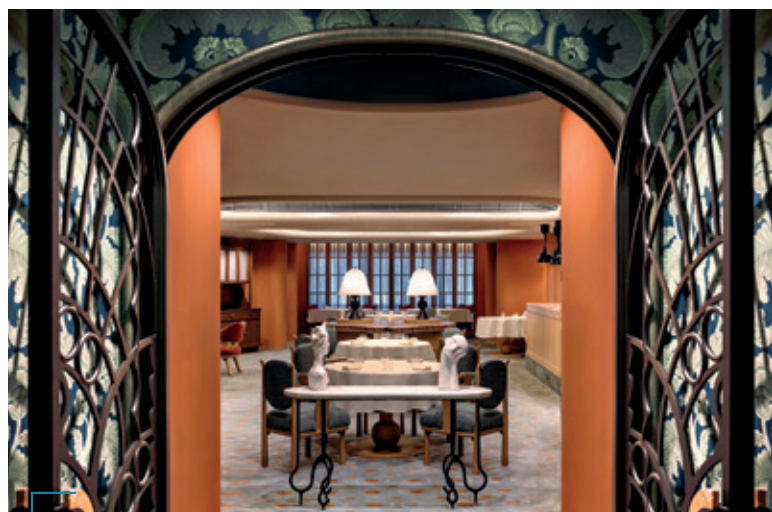
96



兩層高的日本人氣藥妝品牌松本清旗艦店在 Fashion Walk 開幕，面積達14,500平方呎，是全港面積最大的分店

和韓式居酒屋 GYOJASANG 相繼開業，而入圍米芝蓮必比登推介的人氣麵館好湯好麵亦選擇在 Fashion Walk 開設港島首家門市，令銅鑼灣物業組合的美饌選擇比以往更加豐富。2023年的租戶組合優化策略將維持不變，繼續專注提升餐飲、美容及潮流街頭時裝選擇。

作為深受醫療、美容及保健業龍頭企業歡迎的物業，鄰近的恒隆中心於2022年的租出率有所提升，辦公樓租金亦相對穩定。2023年，租賃市場的激烈競爭預計會令市場租金受壓。因此，我們將提供靈活的租賃方案，以吸引並留住企業租戶。為優化辦公樓物業，我們將於恒隆中心增設多個電動汽車充電站，並投資在更具能源效益的空調系統。



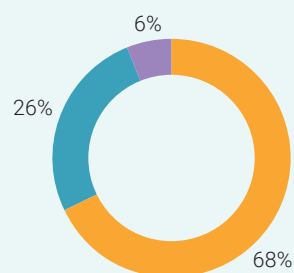
中環物業組合薈萃多家高級食肆

中環物業組合

我們的中環物業組合由渣打銀行大廈、都爹利街一號、印刷行及樂成行四座大廈所組成，是金融和專業服務業的首選辦公地點。辦公樓的分間辦公空間方案吸引了於主要核心商業區發展的中小型企業，故租出率表現持續強勁。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)

- 餐飲
- 銀行
- 其他



租出率

零售
78%

辦公樓
84%

購物商場租戶數目
(於年底) 11



山頂廣場經常舉辦寵物友善活動，讓顧客與摯愛寵物一同享受購物消閒的樂趣

2023年，隨着中環多個新發展項目陸續落成，導致鄰近物業空置率高企，租賃市場的激烈競爭預料將會持續。渣打銀行大廈將展開升降機大堂和辦公室洗手間的翻新工程，以提升物業的整體觀感。

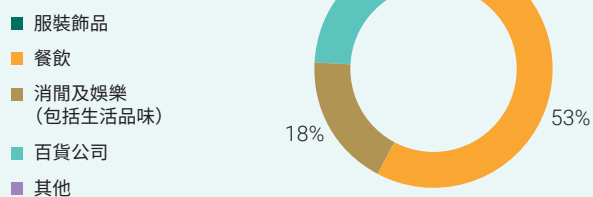
零售方面，中環物業組合雖然坐擁都爹利會館、卅二公館及 Estro 等高級食府，但客流量和租戶銷售額仍受在家工作安排和旅遊業低迷影響，導致2022年的租賃收入下跌。2023年，只要訪港旅遊和本地經濟復甦的大勢不變，中環物業組合的業務便有望好轉。

山頂廣場

山頂廣場屹立於香港享負盛名的旅遊地標太平山山頂，業務因此受旅遊業蕭條影響，加上接載旅客登山的人氣交通工具山頂纜車停運14個月，令租賃收入和租戶銷售額進一步受挫。我們透過提供靈活的短期租約，成功維持穩定的租出率。8月，隨着載客量更大的纜車投入服務，山頂廣場的客流量迅速飆升。

鑒於海外旅客仍然疏落，山頂廣場將繼續加強商場的餐飲選擇，並引入更多時尚生活及體驗式品牌，以期吸引更多本地消費者。我們亦會透過優化租戶組合，鞏固商場在提供獨特體驗方面的良好聲譽，並積極運用恒隆商場手機應用程式鼓勵消費。去年新加盟的租戶包括全港僅此一家的雍雅山房和高級食材及生活百貨店 L'Azur Gourmet。另外，山頂廣場亦持續將目光投向寵物市場，於10月特別舉辦「山頂廣場周末寵寵您」活動，以迎合養寵物人士的需要。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售
96%

購物商場租戶數目 (於年底)

47

康怡廣場及康蘭居

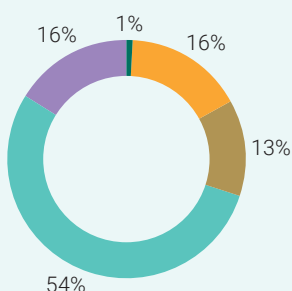
主要服務附近居民和上班族的康怡廣場表現強韌，儘管社交距離措施令客流量和租戶銷售額大受影響，商場的租賃收入依然穩定，租出率亦高企。由於疫情下更多人選擇在家煮食，全港最大型的日式百貨公司AEON STYLE和嶄新超市概念店「FRESH新鮮生活」均表現理想。我們亦重點引入家居生活及保健品牌，成功提升商場對附近居民的吸引力。作為康怡廣場辦公樓的主要租戶，部分教育機構因被勒令停課而選擇縮減規模或黯然離場，加上市場空置率上升導致競爭升溫，令辦公空間租賃業務受到嚴重影響。



康怡廣場重點引入家居生活及保健品牌，成功提升商場對附近居民的吸引力

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)

- 服裝飾品
- 餐飲
- 消閒及娛樂
(包括生活品味)
- 百貨公司
- 其他



租出率

零售	辦公樓	住宅及服務式寓所
100%	94%	72%

購物商場租戶數目
(於年底)

120

2023年，隨着疫情防控政策放寬，康怡廣場的商場和辦公樓表現可望好轉。商場將進一步優化租戶組合，而辦公樓亦會引入更多別樹一幟的課餘興趣中心，以鞏固其教育大本營的定位。

至於服務式寓所，由於租賃團隊將精力集中在留住租戶和發展本地市場兩方面，我們去年的租賃收入逆市上升，租出率亦維持穩定。2023年，旅遊限制放寬可望刺激派駐香港人員和內地旅客的入注意欲，住宿需求應隨之回暖。

旺角物業組合

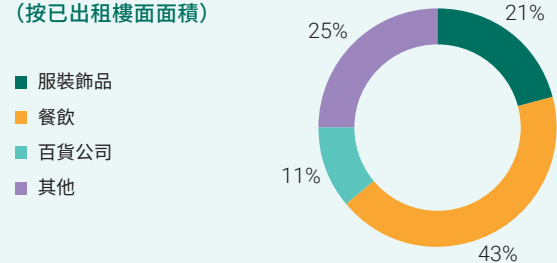
位於旺角的潮流時尚生活商場家樂坊和雅蘭中心在疫情及旅遊業寒冬下，再次經歷了挑戰重重的一年。第五波疫情導致人手緊絀，影響租戶營運，加上社交活動減少，使零售市道不振。經濟和股票市場波動亦令本地顧客消費變得審慎。然而，在我們的支持下主要租戶繼續留下經營，物業仍然全數租出，餐飲限制放寬後，餐飲食肆的表現亦見改善。

我們採取了一系列措施鞏固雅蘭中心優質醫療集中地的定位，並已漸見成效。香港專科在原來辦公樓20樓外，額外承租了兩層零售樓面。新租戶Dyson用家服務中心亦租用了全層樓面，而極尚大喜屋日本料理及松本清會於2023年上半年加盟，連同



七米高的巨型動漫角色矗立在家樂坊，配合電影宣傳活動及期間限定店，廣受途人注目

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

100%

辦公樓

93%

購物商場租戶數目 (於年底)

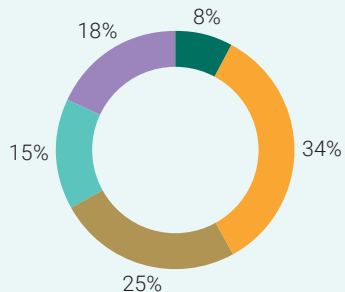
32

其他租戶組合重塑後將令雅蘭中心煥然一新。家樂坊強化了各式各樣的選擇，進一步鞏固其在旺角的半零售總匯領導地位。

儘管租賃市場的激烈競爭持續，但本地營商信心隨着疫情防控政策放寬而回暖，令旺角物業組合的業務於2022年底出現靠穩跡象。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)

- 服裝飾品
- 餐飲
- 消閒及娛樂
(包括生活品味)
- 百貨公司
- 其他



租出率

零售
🛒 100%

購物商場租戶數目
(於年底) 251

淘大商場

九龍東人口迅速增長，淘大商場致力照顧不同區內人士的福祉和需求，去年業務因而未有顯著受旅遊業低迷影響，表現大致穩定。繼著名日本零售品牌 DON DON DONKI 在2022年1月開設九龍區最大分店，商場的餐飲選擇亦變得更豐富，新加盟的食肆包括 Sukiya、泰 Cool、川公所及 RUD 等。鄰近的東九文化中心預期於2023年開幕，屆時可望為商場帶來更多客流。



著名日本零售品牌於淘大商場開設其九龍區最大分店

發展中的新項目

北角電氣道228號重建項目

恒隆集團與附屬公司恒隆地產合作，將北角電氣道228號*重建成一座甲級辦公樓，並利用辦公樓平台作零售商舖用途。上蓋工程正順利進行，項目預計將於2023年落成。

地點

北角電氣道228號，內地段1618號

總樓面面積

9,754平方米

主要用途

辦公樓、零售

預計落成年份

2023年

* 門牌號碼為臨時號數，有待發展項目落成時確認