

內地物業租賃

受惠於持續的資產優化、租戶調整和各項令人雀躍的合作計劃，我們的物業組合客流量和租戶銷售額均穩健復甦，抵銷了經濟疲軟的影響。2023年的租出率和租賃收入維持平穩。

市場環境

內地疫情後的經濟復甦緩慢，導致零售和辦公樓租賃市場面臨挑戰，但國內新興奢侈品市場正值蓬勃發展階段，為物業組合的零售銷售提供了增長動力。

高級辦公空間空置率上升，令租金繼續受壓。租賃市場未見起色，企業的擴張態度審慎，部分甚至縮小規模或尋求成本較低的辦公空間。

初步跡象顯示經濟增長將再次加速，配合政府接連推出的援助措施，有望利好我們的租賃物業組合。

業務概況

2023年上半年，業務表現從疫情期間的低位反彈，帶動整體租戶銷售額和收入上升。按人民幣計值，全年租賃收入按年大幅攀升8%，反映內地市況逐漸重回正軌。

我們於2023年第一季度加大營銷力度，積極推出數項受歡迎活動和創新的激活計劃，成功刺激租戶銷售額和租賃收入上升，成效卓著。此外，我們持續透過會員計劃「恒隆會」，加強與忠實顧客之間的聯繫及吸納新會員，以鞏固我們的市場地位。



上海恒隆廣場

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75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72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

上海恒隆廣場是我們內地組合中首屈一指的物業，雲集世界各地超過120家奢侈品牌。上海市依然是受歡迎的購物勝地，帶動商場客流量上升，舖位維持悉數租出。租賃收入因基本租金上調和銷售表現向好而有所增長。

作為口碑載道的高端品牌集中地（「HOME TO LUXURY」），商場相繼引入路易威登（Louis Vuitton）和香奈兒（Chanel）的VIC 貴賓專享沙龍，並完成了迪奧（Dior）、華倫天奴（Valentino）和盟可睐（Moncler）的旗艦店擴充工程。年內，商場新增萊珀妮（La Prairie）的門店，以及於2023年12月開幕的CHANEL BEAUTÉ 首家環球概念店，還有 Beauty Avenue 區域集合多個美容品牌提供多元化的護理體驗和服務。

儘管消費者的購物態度漸趨審慎，加上全國平均交易銷售金額呈下行趨勢，中檔市場所受的影響尤其明顯，但上海恒隆廣場透過有效的會員計劃及禮遇，成功克服相關挑戰。商場於4月籌辦的「Game of Wonder」活動，為11月舉行、反應熱烈的「HOME TO LUXURY」盛裝派對打響頭炮，成為年度兩大矚目盛事。

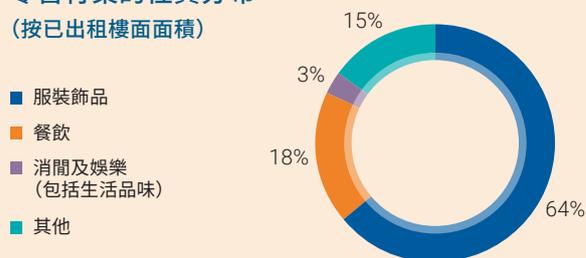
展望2024年，商場將持續調整其租戶組合，提供更多元化的高端設計師品牌選擇，並發揮策劃和執行高效會員計劃活動的能力。

辦公樓

兩座甲級辦公樓持續受金融、專業服務及時裝行業的本地及跨國龍頭企業青睞，吸引包括LVMH在內的多家現有租戶擴展承租規模。整體租出率保持高位。

上海市新辦公樓供應源源不絕，加上需求轉弱，加劇了空置率高企的情況。南京西路作為市內的傳統核心商業區，辦公樓表現較其他區域穩健。

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

96%

購物商場租戶數目
(於年底)

114



2023的「HOME TO LUXURY」盛裝派對以「璀璨銀河」為主題，凝聚奢華、時尚、音樂與藝術的無限創意，攜手商場內的全球知名品牌，呈現一場持續星際奇旅

上海港匯恒隆廣場

購物商場

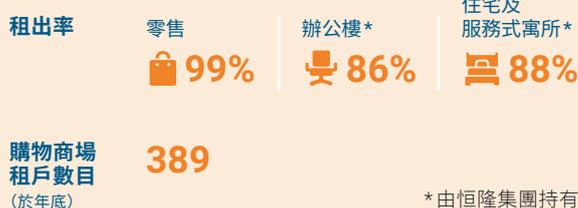
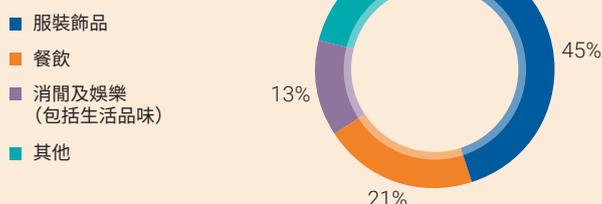
上海港匯恒隆廣場的客流量穩健復甦。面對消費者行為轉變，商場憑藉多元化的租戶組合維持強韌表現，餐飲、運動休閒服裝及珠寶鐘錶品牌更錄得良好增長。

2023年，上海港匯恒隆廣場獲17家首度落戶上海的品牌加盟，當中包括巴黎帝梵 (Dihn Van) 的亞太區首店。古馳 (Gucci) 擴展成為複式旗艦店，而肌膚之鑰 (Clé de Peau Beauté)、海藍之謎 (La Mer) 和 Tom Ford 等高端品牌亦相繼進駐，加強了商場的美容業租戶組合。租戶變動期間造成的空置情況令商場租出率微跌。所有主要空置舖位均已成功轉租。

為抵銷奢侈品消費市況波動帶來的影響，商場着力在旅遊旺季前搶佔商機，並為國內旅客量身打造專屬的產品及服務。我們透過「恒隆會」推出獨特的積分換領禮品、會員獨家工作坊及古馳 (Gucci)、蒂芙尼 (Tiffany) 和卡地亞 (Cartier) 的品牌體驗，帶動會員人數和會員銷售額穩健增長。5月，商場與《劇院魅影》劇團合作，為商場帶來破天荒的精彩視聽體驗，成功帶旺客流量和商場銷售額。10月，我們與《智族 GQ》及商場內大部分零售品牌攜手打造群星薈萃的「美拉德盛宴」周年慶活動，將商場內街改造成熙來攘往的活力區域。

展望未來，上海港匯恒隆廣場將提升其美容品牌選擇和租戶組合，並持續投放資源舉辦策略性宣傳推廣項目。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



上海港匯恒隆廣場與《劇院魅影》劇團合作，為商場帶來破天荒的精彩視聽體驗，成功帶動客流量和商場銷售額

瀋陽皇城恒隆廣場

受惠於本地旅遊市場蓬勃發展和客流量上升，瀋陽皇城恒隆廣場的租戶銷售額有所增長。在消費意欲逐步改善的同時，商場內多家新店相繼開幕，進一步帶動業務表現，下半年業績尤其亮眼。

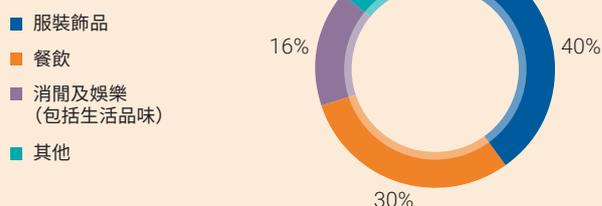
由於市況復甦，加上租戶對瀋陽皇城恒隆廣場作為人氣購物據點的前景充滿信心，商場租出率有所提升。

2023年，昂跑 (On) 和北面 (The North Face) 進駐瀋陽皇城恒隆廣場，加入迪桑特 (Descente) 和露露樂蒙 (Lululemon) 等現有運動休閒服飾租戶的行列。除提升近半數的餐飲租戶外，商場亦吸納安普里奧·阿瑪尼 (Emporio Armani) 和麥檬 (Meilleur Moment) 等品牌，令商場的時尚服飾選擇更見豐富。

皇城恒隆樂夏音樂節於周末和假日舉行，為顧客帶來精彩現場演出，反應踴躍，不但創下客流量新高，租戶銷售額亦錄得彪炳業績。

踏入2024年，瀋陽皇城恒隆廣場將善用市場持續復甦帶來的機遇，以運動休閒服裝、時尚女裝及珠寶鐘錶品牌為重點，吸納種類更廣泛的零售租戶，並持續提供更多元的餐飲選項。薩洛蒙 (Salomon) 和蕉內 (Bananain) 等多家品牌將於今年開設新店。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率 **零售** 90%

購物商場租戶數目 **229**
(於年底)



皇城恒隆樂夏音樂節於周末和假日舉行，為顧客帶來精彩現場演出，反應踴躍

瀋陽市府恒隆廣場

購物商場

瀋陽市府恒隆廣場作為高端品牌及高級食府集中地，於2023年在租戶銷售額和租賃收入方面均錄得增長。儘管消費市道回暖，本地旅客人數亦大增，出國旅遊復甦對國內高端消費市場的影響仍然為商場表現帶來衝擊。

雖然如此，瀋陽市經濟呈穩健增長，消費者購買力亦有改善，有利餐飲及時尚生活品牌的未來發展。2023年，故里和山火鍋、椒愛·水煮魚及Rosmarino等人氣食肆完成升級改造。萬國錶 (IWC)、歐米茄 (Omega) 和伯爵 (Piaget) 等珠寶鐘錶品牌的門店，以及香奈兒 (Chanel) 的瀋陽獨家門市亦有助商場業務提升。

持續進行的租戶組合優化措施令瀋陽市府恒隆廣場的租出率輕微回落。2023年，我們首度將FAS潮流藝術展引入瀋陽，展出9位藝術家跨領域的作品，成功刺激客流量和租戶銷售額。VIP高級會員獲邀出席獨家活動，並與參展的藝術家互動。

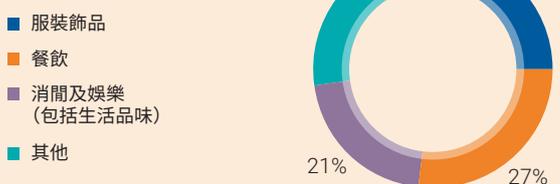
展望2024年，瀋陽市經濟前景樂觀。瀋陽市府恒隆廣場將把握機遇，以餐飲及珠寶鐘錶品牌為重點對象，透過持續優化租戶組合改善銷售表現。

辦公樓

瀋陽市府恒隆廣場辦公樓是中國東北最高的建築物，其強大租戶組合涵蓋銀行業、製造業、專業服務業、科技、傳媒及電訊業和金融業。縱使辦公空間需求收縮，加上競爭對手採取進取的折扣手段，辦公樓仍然吸納西門子能源 (Siemens Energy) 和國金證券等新租戶承租，大成律師事務所亦進一步擴張辦事處樓面面積。

未來，辦公樓將以留住現有租戶和開拓潛在租戶為業務重心，藉此應對區內供應過剩帶來的持續挑戰。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

81%

辦公樓

89%

購物商場租戶數目
(於年底)

129



年內，我們首度將FAS潮流藝術展引入瀋陽，展出9位藝術家跨領域的作品，成功刺激客流量和租戶銷售額

酒店

受惠於國內旅遊市場快速復甦，瀋陽康萊德酒店於2023年表現理想，夏季期間尤其暢旺。商務旅遊需求穩步回暖，海外旅客業務則持平，整體市場的餐飲及活動消費意欲維持審慎。

瀋陽康萊德酒店早前獲《悅遊Condé Nast Traveler》雜誌選為中國頂級酒店20強之一。根據Smith Travel Research數據顯示，酒店的每間可售客房收入亦蟬聯瀋陽市之冠。

濟南恒隆廣場

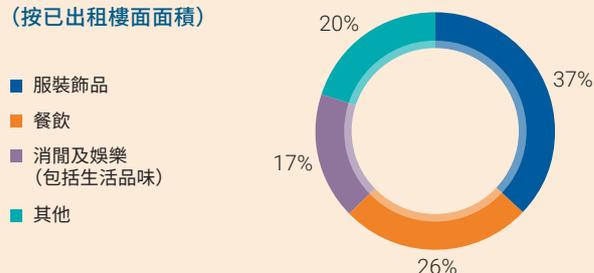
濟南恒隆廣場位處濟南市核心商業區的黃金地段，毗鄰多個旅遊熱點，繼續穩佔市內中高檔品牌首選的地位。隨着疫情後旅遊及消費市道逐漸回復，商場本已靠穩的客流量進一步提升。

隨着資產優化計劃首階段工程落成，濟南恒隆廣場以煥新面貌示人。東翼和西翼1樓至2樓已完成多項大型室內及戶外翻新項目，室內項目涵蓋新商舖、升降機及扶手電梯、洗手間、走廊地面、天花板和機電項目的煥新工程；戶外方面則包括園景、地面、燈光及外牆優化工程。除了多家新加盟的餐飲租戶，如麻六記、撈王及山東首家聚寶源外，商場亦不斷拓展其高端美容及珠寶鐘錶品牌陣容，引入嬌蘭 (Guerlain)、阿瑪尼 (Giorgio Armani)、希思黎 (Sisley)、百年靈 (Breitling)、六福精品廊及周生生旗艦店，令租戶組合進一步提升。

濟南恒隆廣場與租戶合作，將商場內街改造成首屆「麥浪反卷音樂節」的戶外表演場地，並請來面孔樂隊領銜演出，透過現場音樂、市集、街拍活動和「親吻鏡頭」環節吸引客源，帶動客流量和租戶銷售額大幅增長。

展望未來，濟南恒隆廣場將繼續加強其珠寶鐘錶、餐飲及時尚生活選擇，並迎來多家新品牌，包括 Qeelin、山東首家 Brompton 旗艦店和首家古洋食坊，以及全國首家高端安全日式烤肉。第二階段資產優化計劃涵蓋3樓至7樓的翻新工程，預期於2024年底至2025年初落成，屆時可望進一步改善購物體驗和優化顧客動線。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

93%

購物商場租戶數目 (於年底)

342



濟南恒隆廣場與租戶合作，將商場內街改造成首屆「麥浪反卷音樂節」的戶外表演場地，透過現場音樂、市集、街拍活動和「親吻鏡頭」環節吸引客源

無錫恒隆廣場

購物商場

適逢2023年為無錫恒隆廣場開業10周年，商場持續鞏固其優良信譽，在無錫市和江蘇省南部的高端市場傲視同儕。租戶銷售額穩健增長和租金上調令租賃收入錄得升幅。

縱使高端消費市場受出國旅遊復甦影響，加上大眾消費態度漸趨保守，無錫恒隆廣場仍然錄得穩健的優質客流量和零售銷售增長。年內重點項目包括高樓層的升級改造和主要奢侈品租戶的店面擴充工程，當中包括路易威登 (Louis Vuitton)、古馳 (Gucci) 和愛馬仕 (Hermès) 的複式精品店。商場於2023年成功將28家新品牌引入無錫，包括市內首家迪奧 (Dior) 期間限定店、Byredo、Creed、Läderach、Bonpoint和薩洛蒙 (Salomon) 等。

9月，商場連續第三年舉行萬眾期待的「Take Center Stage」年度營銷盛事，與卡地亞 (Cartier) 合辦為期3晚的VIC 貴賓晚宴，並配合主題推出獨家商品及活動，成功增加客流量，多家租戶的銷售額亦創下新高。

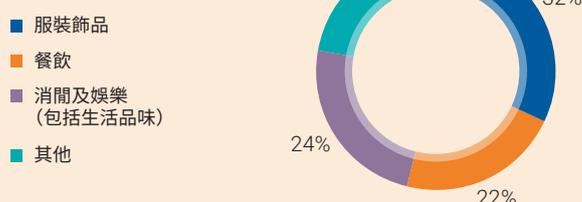
2024年，無錫恒隆廣場將以高樓層商戶及餐飲租戶為重點，繼續優化租戶組合，並籌辦另一項大型活動，以提升客流量和顧客忠誠度。

辦公樓

無錫恒隆廣場兩座甲級辦公樓憑藉可靠實力，深受金融、保險、科技、傳媒及電訊和專業服務行業租戶歡迎，整體租出率維持穩定。競爭對手物業空置率高企，令租金漲幅持續受壓。

辦公樓獲新租戶中國太平和西門子 (Siemens) 加盟，而我們旗下的多功能自助辦公空間「恒聚」亦受歡迎，租出率漸升。展望來年，「恒聚」將專注吸納優質的中小型企業。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

98%

辦公樓

85%

購物商場租戶數目
(於年底)

250



商場連續第三年舉行萬眾期待的「Take Center Stage」年度營銷盛事，並配合主題推出獨家商品及活動，成功增加客流量，多家租戶的銷售額亦創下新高

天津恒隆廣場

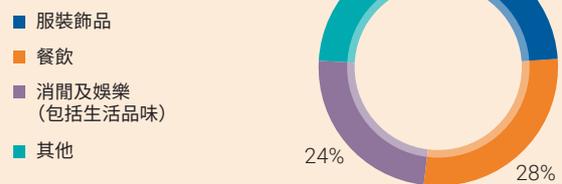
由於國內旅遊市場迅速恢復和每日平均客流量急增，天津恒隆廣場業績數據全面錄得顯著改善。2023年，我們實施主動的租賃管理策略，並推出營銷及客戶服務計劃，有助克服社會經濟帶來的負面影響，以及其他大型購物商場開幕所造成的市場競爭。

為達致更多元化的租戶組合，商場引入更多餐飲、珠寶鐘錶及時尚服飾品牌，並與多家租戶簽訂新租約，當中包括 Manner Coffee、OTF 及純K 等16家首度於天津亮相的商戶。

除了透過「恒隆會」吸納更多會員和推動會員銷售額外，商場推出一系列餐飲推廣，吸引鄰近上班族前來用餐，成功提升平日的銷售額。我們以「520」為題舉辦一連串精彩活動，例如為擁有百年歷史的星巴克外牆及其他地標增添特別主題裝飾，於北廣場舉辦迷你演唱會，並設立其他潮流熱點，成功吸引絡繹不絕的客流。

2024年，天津恒隆廣場將以高端市場和餐飲品牌為核心，持續加強其租賃策略及租戶組合，以提升整體客流量及租戶銷售額。重點計劃包括引入潮玩街區娛樂品牌和西町村屋旗艦店等。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

90%

購物商場租戶數目 (於年底)

256



天津恒隆廣場於5月以「520」為題舉辦一連串精彩活動，包括為擁有百年歷史的星巴克外牆及其他地標增添特別主題裝飾，成功吸引絡繹不絕的客流

大連恒隆廣場

大連恒隆廣場成功發展成為區內奢華據點和大連市的高端品牌集中地，無論在高端、次高端或餐飲市場均錄得明顯銷售額增幅。

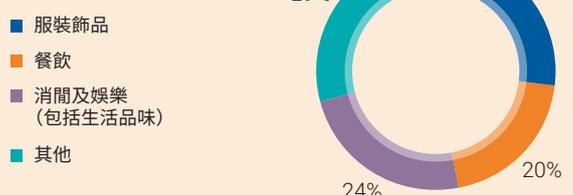
隨着內地恢復通關，位處核心旅遊區的大連恒隆廣場善用其優越地利，令租戶銷售額在經濟增長放緩和消費意欲低迷的市況下不跌反升，升幅在夏季期間尤其明顯。

我們持續透過各項措施提升租戶組合，帶動租金上調及增加租賃收入。商場開設全新美妝區域，品牌陣容包括大連首家 CHANEL BEAUTÉ 精品店、Dior Beauty、海藍之謎 (La Mer) 和嬌蘭 (Guerlain)。年內，Maison Margiela 和 Marni 相繼進駐並開設大連首店，Thom Browne 和 Roger Vivier 亦開設期間限定店。其他新加盟的高端品牌包括江詩丹頓 (Vacheron Constantin)、Canada Goose、范思哲 (Versace)、百年靈 (Breitling)、GIADA 及菲拉格慕 (Ferragamo)。

商場透過「恒隆會」與超過150家租戶合辦7周年慶典，不但令顧客忠誠度得以提升，更創下破紀錄的租戶銷售額和開業以來第二高的每日客流量。

2024年，商場地庫1樓位於東側的中庭將改造成珠寶鐘錶及餐飲輕食區域，整體租戶組合亦會持續優化，重點加強奢侈品、電子科技、兒童零售及時裝服飾方面的品牌選擇。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率 **90%**

購物商場租戶數目 **369**
(於年底)



大連恒隆廣場隆重舉辦 Shining Olympia 時尚升級盛事，融合時尚、文化與藝術，彰顯國際品牌陣容強勁入駐後全新升級形象

昆明恒隆廣場

購物商場

雖然市內經濟增長緩慢，昆明恒隆廣場仍然錄得租戶銷售額、租賃組合和客流量升幅，租出率亦持續高企。

2023年共有8家美容彩妝品牌加盟昆明恒隆廣場，多家餐飲及其他次高端行業租戶亦完成店舖升級工程。商場於初春舉行中國西南部首個迪士尼草莓熊限時主題展，反應超乎預期，帶動客流量和租戶銷售額。年內，商場透過「恒隆會」與泰格豪雅 (TAG Heuer)、路特斯汽車 (Lotus Cars)、Tod's、佳明、路易威登 (Louis Vuitton)、Qeelin及周大福合作，令會員和顧客忠誠度提升。夏季期間，我們推出玫瑰花梯等富互動性的社區營造項目，成功吸引紛至沓來的客流。

邁進2024年，昆明恒隆廣場將引入更多新品牌，為顧客帶來更完善的高端購物體驗，同時提供更豐富的美容及次高端選擇，並增設VIC貴賓室及VIP高級會員專用的泊車區域。除華倫天奴 (Valentino)、麥絲瑪拉 (Max Mara)、Thom Browne及Arena Seafood等即將進駐的租戶外，昆明君悅酒店和昆明君悅居亦即將開幕，屆時將進一步帶旺商場業績。

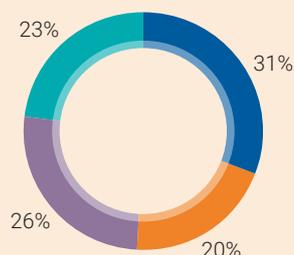
辦公樓

昆明恒隆廣場辦公樓坐落於昆明核心商業區的心臟地帶，是金融、保險及專業服務業的首選辦公地點，租戶逾半均來自以上3個行業。

中聞律師事務所及中國電建成為新租戶，大童保險服務則從競爭對手物業遷入，與辦公樓內原有的辦事處合併。由於辦公樓位處優越地段，加上昆明君悅酒店即將開幕，租出率預期將繼續上行。

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

98%

辦公樓

88%

購物商場租戶數目
(於年底)

312



恒隆與迪士尼中國合作，於內地7個商場包括昆明恒隆廣場展開「迪士尼一百種微笑」主題活動，將迪士尼的歡樂帶到現實世界，為顧客帶來一場充滿驚喜的快樂慶典

武漢恒隆廣場

購物商場

儘管經濟環境充滿挑戰，消費者對價格日益敏感，武漢恒隆廣場作為華中地區的高端零售據點，租戶銷售額仍然逆流而上。多家新商場於2023年開幕，令市內競爭加劇，但武漢恒隆廣場的租賃收入和客流量依然有所提升。年內在商場新開業的武漢首家門市包括 Balenciaga Pour Homme、Vivienne Westwood、Alexander Wang、Welldone、S.T. Dupont、TASAKI、GIADA、徠卡 (Leica) 和亮視點等。

2023年，武漢恒隆廣場展開停車場大堂和商場外牆優化工程，並推出代客泊車及購物卡服務。成立兩周年慶典期間，我們請來太陽馬戲呈獻武漢首場演出，為武漢帶來驚喜和全新活力；本地顧客反應熱烈，客流暢旺。

今後，武漢恒隆廣場將投入更多資源加強市場營銷，並以奢侈品、時尚服飾、時尚生活及餐飲品牌為核心，持續優化租戶組合。商場將增設VIC專享貴賓室，把露天廣場改造成戶外用餐區，並於來年推出更多令人期待的展覽和精彩活動。

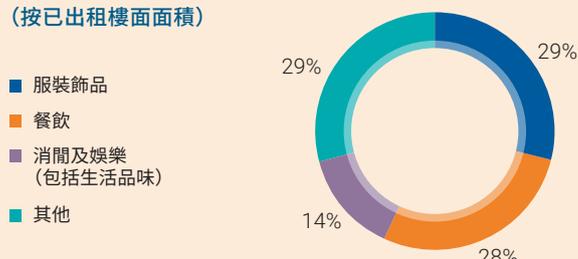
辦公樓

武漢市辦公樓持續大量供應，加上實體經濟尚未回暖，儘管2023年新簽約面積錄得按年增長，租戶穩定性走弱仍然影響了武漢恒隆廣場辦公樓的租賃進度。由於安進 (Amgen) 及多家專業服務和科技、傳媒及電訊企業加盟租戶行列，租出率輕微提升。

鑑於經濟乏力，積極節流逐漸成為企業的主流趨勢，2024年的市況預期仍然充滿考驗。

我們的多功能自助辦公空間「恒聚」於2023年3月正式面世，為客戶提供更豐富的服務選項和體驗，逐漸受到市場歡迎。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

82%

辦公樓

76%

購物商場租戶數目
(於年底)

262



武漢恒隆廣場開業兩周年慶典期間，我們請來太陽馬戲呈獻區內首場演出，為武漢帶來驚喜和全新活力

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

這家高級酒店位處昆明市的心臟地帶，將由著名的君悅酒店負責營運，落成後可望成為當地居民及國際旅客的首選酒店住宿。

酒店設計融入雲南省的獨特魅力，將提供331間客房及套房、頂級設施及以本土美食為靈感的餐廳。

這地標式酒店將造就昆明恒隆廣場成為當地首個多用途綜合項目。自2024年中起，昆明恒隆廣場將包含甲級辦公樓、高端購物商場和新的昆明君悅酒店。

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*

預計落成年份

2024年

* 包括昆明君悅居的總樓面面積。



無錫希爾頓格芮精選酒店

這家精品酒店將於2025年上半年落成，連同現有的兩座甲級辦公樓和購物商場，組成為無錫恒隆廣場綜合項目。

希爾頓格芮精選酒店為高級精品酒店品牌，有多家酒店遍布全球。這家位於無錫的精品酒店將由1座樓高7層的大樓和1座樓高3層的歷史建築組成，為顧客提供新舊薈萃的豐富體驗。酒店將提供105間高級客房、優質休閒設施和兩間餐廳。

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

2025年



杭州恒隆廣場

杭州恒隆廣場將發展成高端綜合商業項目，涵蓋5座甲級辦公樓、高端購物商場及奢華的杭州文華東方酒店。項目預期於2024年起分階段落成。

杭州文華東方酒店坐落於杭州市中心，計劃於2025年底開業，屆時將設有約190間客房及套房、專門建造的活動及酒吧空間、水療中心及兩間餐廳，勢將成為備受國內和海外旅客歡迎的住宿及娛樂熱點。

為實踐恒隆可持續發展承諾，這大型發展項目不但積極收集碳排放及環境數據，亦試行建築廢料回收計劃。項目於地庫採用固碳混凝土實心磚，並為項目內的歷史建築選用淨零碳排放設計方案。

地點

杭州市拱墅區百井坊

總樓面面積

194,100平方米*

主要用途

零售、辦公樓及酒店

預計落成年份

2024年起

* 只包括地面面積。



上海恒隆廣場（擴建部份）

上海恒隆廣場將利用現有的園景區域，興建1座總樓面面積約3,000平方米的零售建築，從而提升項目的商業價值，及為顧客提供更豐富的購物和餐飲選擇。項目預計於2026年落成。

地點

上海市靜安區南京西路

總樓面面積

3,080平方米

主要用途

零售

預計落成年份

2026年



瀋陽市府恒隆廣場

瀋陽市府恒隆廣場為提升其商業項目定位，將增建全新高端購物商場和高級寓所。項目正在施工當中，預期於2028年起分階段落成。

新增部分將連同現有的高端購物商場、甲級辦公樓和領先市場的瀋陽康萊德酒店，組成瀋陽市府恒隆廣場的全貌。

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

2028年起

香港物業租賃

2023年，訪港休閒及商務旅客人數上升，加上消費市況回暖，帶動香港物業組合的租戶銷售額和租賃收入增加。我們採取靈活的租賃策略，對漸趨審慎的租戶而言具一定吸引力，因此租出率維持穩定。

市場環境

隨着香港恢復通關，各行各業逐漸適應疫情後的常態，本地市況亦漸見起色。

為振興本地經濟，香港政府不遺餘力地推廣「開心香港」和「香港夜繽紛」等計劃，以期改善社會氣氛和刺激消費。我們透過推出多項進取的市場營銷推廣及全新「hello dollar」獎賞計劃，進一步凝聚銷售增長動力，同時推動本地消費，為顧客帶來更優越的購物體驗。

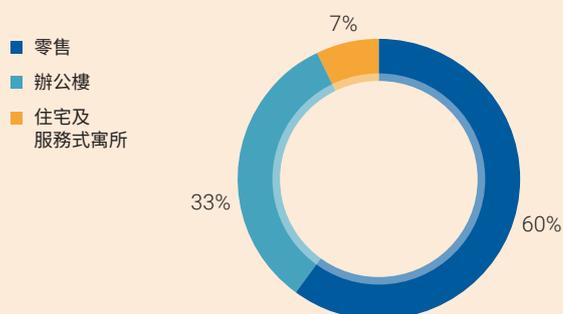
香港經濟於2023年穩健復甦，在零售市場尤其明顯。

業務概況

隨着香港與內地的旅遊限制鬆綁，本地營商環境繼續穩步改善。縱使香港作為國際金融中心的優勢猶在，但市場競爭日趨激烈，周邊城市及地區爭相發展為旅遊、投資和人才目的地，令我們各方面業績均受影響。

在香港經濟砥礪前行、重新出發的同時，我們抓緊機會優化租戶組合及「hello 恒隆商場獎賞計劃」，成功提升客流量和顧客忠誠度。整體租賃收入按年上升2%。

2023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



所有提及的租出率數據為截至2023年12月31日

銅鑼灣物業組合

隨着香港恢復通關，銅鑼灣物業組合的租出率持續高企，惟在當前市況下零售商戶的擴張步伐仍然較為保守。

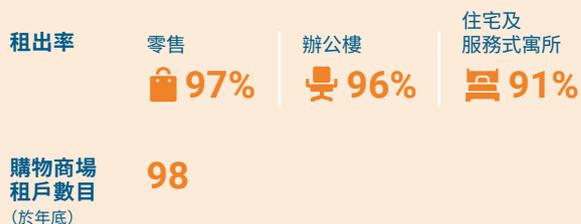
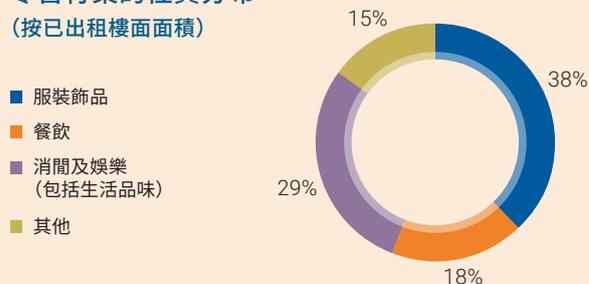
繼引入 ARTE Madrid，加上東方表行的複式門店，Fashion Walk 的珠寶鐘錶品牌選擇更豐富。餐飲方面，商場不但開設全港首家 Gariguette 和 Eggslut，更獲 Mercury Recalls by Lost Stars、Longtail、Casa Cucina & Bar 和 Hypebeans 加盟，為顧客帶來更多選擇。

年內，我們推出多項計劃加強與租戶合作及顧客聯動，反應理想，令客流量和租戶銷售額有所提升，並增加在不同媒體平台的曝光。我們於聖誕期間策動「Fashion Walk X 尼奧寵物25週年夢幻之旅」，在亞太區破天荒舉辦虛擬寵物遊戲「尼奧寵物」的實體線下活動，透過特別活動和期間限定商品成功吸引顧客。

未來，Fashion Walk 將持續擴闊餐飲選擇及優化租戶組合。

恒隆中心深受醫療、美容及時尚生活租戶歡迎，雖然整體收入受租金下調影響，但我們提供靈活的租賃條款，令出租進度和租出率均有所改善。恒隆中心的零售區域維持悉數租出。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



Fashion Walk 與香港另外6個恒隆商場推出連串「夜消費」推廣，舉辦夜市專屬優惠及限定活動，促進夜間消費

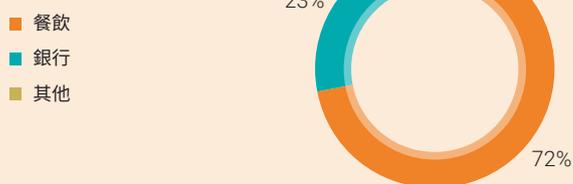
中環物業組合

中環物業組合涵蓋渣打銀行大廈、都爹利街一號、印刷行及樂成行4座大廈，深受銀行、金融及專業服務業租戶歡迎。為應對需求漸弱，物業組合提供精裝修辦公室及靈活的租賃條款，令租出率上升。

零售方面，受惠於防疫限制鬆綁及商務旅客人數遽增，租戶銷售額從2022年的低位反彈。都爹利街一號調整了租賃結構，並引入由米芝蓮三星大廚 Mauro Colagreco 主理的 Plaisance，成功鞏固中環物業組合作為高級餐飲集中地的聲譽，帶動租出率和收入上升。該大廈亦於2023年完成大堂翻新工程。

2024年，我們將開展升降機現代化及其他翻新工程，以及集中從正在擴張的保健行業吸納租戶，旨在加強中環物業組合的表現。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

88%

辦公樓

90%

購物商場租戶數目
(於年底)

11



都爹利街一號調整了租賃結構，成功鞏固中環物業組合作為高級餐飲集中地的聲譽

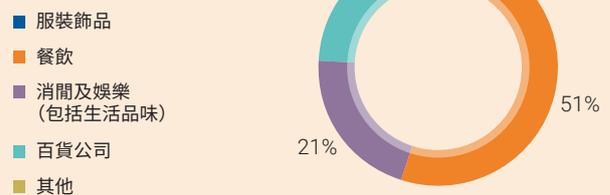
山頂廣場

山頂廣場是香港享負盛名的旅遊景點。隨着香港恢復通關，帶動海外訪港旅客人數大增，商場於2023年的客流量隨之急升。銷售收入雖然有所提升，但增長步伐落後於客流量。租賃收入因上調租金和完善租賃結構錄得增長。冬日佳節期間，商場以「黃阿瑪的幻彩冬日樂園」為主題舉辦規模盛大的聯乘活動，令客流量和租戶銷售額進一步提升，並成功爭取媒體曝光機會。

山頂廣場的全年租出率大致靠穩。商場安裝了智能廁所和無需手動開啟的無障礙自動門，並展開節能優化項目，以改善建築物環境和顧客體驗。

2024年的市場前景依然備受考驗，山頂廣場將致力加強商場的餐飲選項，更充分地善用戶外空間，並持續優化主打零售及體驗式服務的租戶組合，以吸引更多旅客、本地家庭和養寵物人士。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率

零售

81%

購物商場租戶數目 (於年底)

42



山頂廣場是城中人氣數一數二的寵物友善商場

港島東物業組合

港島東物業組合由康怡廣場、康蘭居和新落成的228電氣道組成。康怡廣場主要服務附近居民、學生和上班族的日常生活所需，因此租出率維持平穩。

隨着社交距離措施解除，康怡廣場的客流量和租戶銷售額穩步上揚。儘管市場競爭日益增加，家庭顧客對價格更見敏感，仍然無阻商場表現增長。

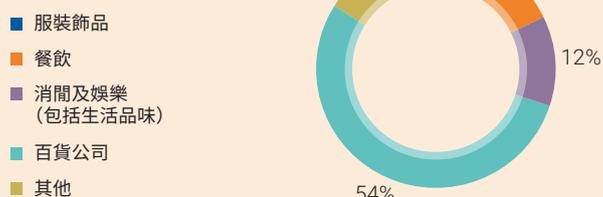
康怡廣場於2023年引入嶄新的餐飲食肆、拓展商場的保健養生區域，以及協助多家商戶完成升級改造。展望未來，商場會繼續優化租戶組合，包括餐飲食肆，而AEON STYLE亦會優化品牌組合。

辦公樓業務方面，康怡廣場辦公樓主要服務自2023年恢復正常運作的教育機構。大型美容集團New Beauty於年內加入租戶行列，帶動辦公樓的租出率上升，惟辦公空間供過於求，加上租戶取態日漸審慎，令租賃條款和收入持續受制。

由於區內保健治療及復康行業的租賃需求與日俱增，228電氣道的租出率預期溫和上升。

康蘭居方面，香港恢復通關帶動企業及內地客戶的住宿需求急升，加上我們推出hello會員專享的折扣優惠和贈品，令業務收入提升。隨着駐港外派人員逐漸回港和香港政府持續推行人才入境計劃，服務式寓所需求將更顯殷切，相關業務有望維持穩健。康蘭居已計劃展開多項設施優化及小型翻新工程，以提供更完善的住客體驗。

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*
(於年底)

117

* 只包括康怡廣場



於2023年落成的辦公樓項目228電氣道位踞北角商業區核心，提供精心設計的辦公空間

旺角物業組合

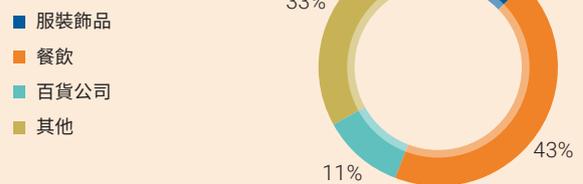
旺角物業組合由家樂坊和雅蘭中心組成，是深受年輕人和旅客喜愛的潮流熱點。隨着社交距離措施取消，訪港旅客人數大幅上升，兩家商場的租戶銷售額均短暫急升，餐飲及個人護理品牌的增長尤其顯著。惟受外遊人數遽增和消費習慣轉變影響，銷售額其後回落至2022年水平。

受惠於優越地利，旺角物業組合的租出率和客流量維持穩定，面對租金下調，租金收入仍與市場平均水平看齊。家樂坊和雅蘭中心分別獲龍豐集團旗艦店和松本清加盟，令商場的租戶組合更為吸引。我們亦透過「hello 恒隆商場獎賞計劃」持續加強與租戶的連繫和提升顧客忠誠度。

儘管單一用途辦公空間的需求持續淡靜，但半零售租戶的業績因恢復通關而有所好轉。年內，多家醫療及保健集團擴大承租規模或承租新單位，包括在家樂坊的香港醫學痛症治療協會及在雅蘭中心的卓健專科中心，抵銷了租戶退租的影響，令租出率維持穩定。

旺角物業組合目前正展開翻新工程，加上具競爭力的租賃條款，有望成為首屈一指的醫療保健中心。

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

96%

購物商場租戶數目
(於年底)

32



家樂坊的辦公樓大堂完成翻新後，面貌煥然一新

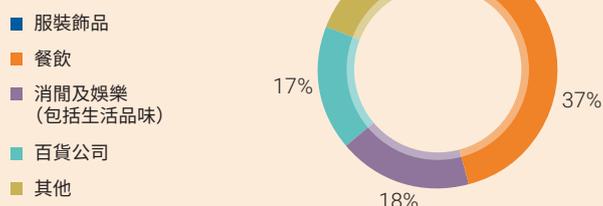
淘大商場

淘大商場是廣受歡迎的時尚生活商場，其租戶銷售額一方面受惠於社交距離措施鬆綁和隨之而來的市場調整，另一方面因本地人士選擇到海外旅遊消遣而受到影響。另外，市場競爭激烈，加上消費者的價格敏感度不斷提升，亦令經濟緊縮加劇。

淘大商場擔當着服務附近居民日常需要的重要角色，其客流量和租賃收入同時錄得增長。為迎合親子及年輕顧客的口味，商場亦與林香檸手打檸檬茶、Dough Bros Pizza & Doughnuts 及首次與恒隆合作的亞洲國際餐飲集團簽訂租約，引入該集團旗下4家品牌。除了加強餐飲選擇外，商場亦正籌備於2024年增設全新本地美食專區。

我們正積極調整商場的租戶組合，並引入更多品牌，務求在2024年東九文化中心開幕和皓日 (The Aperture) 住戶入伙前，將淘大商場升級改造成一站式購物、餐飲及娛樂地標。

零售行業的性質分布 (按已出租樓面面積)



租出率
零售
89%

購物商場租戶數目
(於年底)
237



淘大商場是廣受歡迎的時尚生活商場，擔當着服務附近居民日常需要的重要角色