



由於零售市道暢旺和旗下高端商場組合表現強勁，配合在會員計劃「恒隆會」上的持續投資，內地物業的租賃收入創歷年新高。

隨着內地2019冠狀病毒病防控得宜，2021年的零售額從去年急劇萎縮的零售市場復甦，令零售租賃市場錄得強勁增長。儘管零售市況因零星確診個案而受到影響，奢侈品市場的復甦最為顯著，而中端市場也因內地走出疫情導致的低迷市況及消費額回升而錄得增長。

過去十年來，中國消費者成為了全球奢侈品零售市場的主要增長動力，中國市場的重要戰略地位亦吸引了路易威登 (Louis Vuitton)、香奈兒 (Chanel)、愛馬仕 (Hermès) 和古馳 (Gucci) 等全球十大最有價值的奢侈品牌進駐。中國數十年的經濟騰飛帶動了國民收入大幅提高，促使年輕、富裕的中產階層崛起，為奢侈品零售市場近年強勁的增長勢頭提供有力支撐。與其他市場同年齡層的消費者比較，20至30多歲的內地消費者對設計、創意和文化資產有更大的追求，因而亦較傾向於購買高端奢侈品。此外，內地的奢侈品零售增長亦受到其他因素帶動，例如奢侈品消費持續因國際旅遊限制而回流國內，以及國際品牌落戶或加快內地的擴張步伐，令產品選擇更為齊全。

2021年辦公樓租賃市場的激烈競爭持續，主要由於全新的辦公空間不斷推出，加劇市場對租戶的競爭。內地一線城市的市場需求穩健，而二線城市的需求亦逐漸復甦。年內，專業服務、科技、傳媒及電訊和製藥等行業以及跨國企業表現相對強韌。

業務概況

我們旗下的內地購物商場繼續捕捉來自奢侈品零售市場強勁增長所帶來的機遇，主要原因是我們持續在「恒隆會」上投放資源、需求主導的租戶組合，並與頂級奢侈品牌合作為顧客提供種類齊全的產品和卓越的顧客體驗。報告年內，按租賃收入計算，我們的五大奢侈品牌合作夥伴包括路威酩軒 (LVMH)、開雲 (Kering)、歷峰 (Richemont)、愛馬仕 (Hermès) 和香奈兒 (Chanel)，這些品牌分別於我們在上海、瀋陽、無錫、大連和昆明的高端商場開設店舖，而這些高端商場在年內錄得雙位數的收入增長，促使整體租賃收入和租戶銷售額創歷年新高。

大連恒隆廣場在報告年內成功轉型為奢侈品牌雲集的地區商場，下半年更有多家頂級奢侈品牌開業，因此，租賃收入和租戶銷售額均錄得顯著增長。上海港匯恒隆廣場首度受惠於完成為期三年的資產

優化計劃後的全年營運收入進賬。該計劃有助商場提供更多元化的品牌組合和獨特的顧客體驗，進一步鞏固其「Gateway to Inspiration」的市場定位。武漢恒隆廣場自2021年3月開幕以來表現亮麗，令我們的高端商場陣容更見鼎盛。

我們的次高端購物商場錄得適度增長，當中包括瀋陽皇城恒隆廣場、濟南恒隆廣場和天津恒隆廣場。

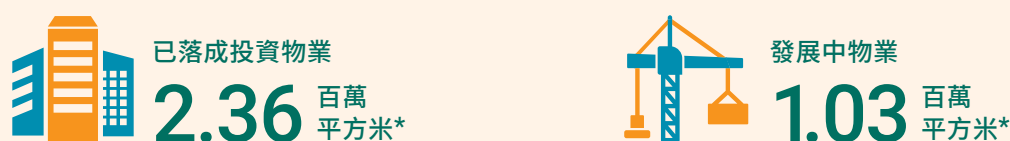
展望未來，我們對旗下商場組合的表現持續看好。各大奢侈品牌所提供的頂級體驗，加上「恒隆會」的推行，有效為高端商場提升顧客忠誠度及保留顧客，因此，我們預料即使日後各地通關，消費者仍會集中留在內地購買奢侈品。

我們的辦公樓組合在不斷變化的市況中仍然保持穩健表現。隨着現有租戶紛紛選擇續租或擴展業務，報告年內的收入錄得良好增長。憑藉旗下辦公樓組合的核心地標位置、混合用途發展、卓越的物業管理服務以及對推動可持續發展的不懈努力，令我們成為眾多跨國企業、內地頂尖企業和國有企業間的首選。我們於無錫、昆明和武漢三座新辦公樓相繼於2019和2020年開業，未來可望持續帶動辦公樓業務的增長。

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61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58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「Home to Luxury」
盛裝派對以限量的時尚商品、名人表演
及互動裝置，成功提升租戶銷售額，並獲得顧客支持

上海恒隆廣場

購物商場

受惠於疫情下實施的旅遊限制令奢侈品消費回流上海，上海恒隆廣場延續去年的出色表現，在租賃收入和租戶銷售額方面均錄得穩健增長。

上海恒隆廣場雲集逾100家全球奢華品牌及餐飲食肆，年內除了愛馬仕 (Hermès)、聖羅蘭 (Saint Laurent)、思琳 (CELINE)、高雅德 (Goyard)、巴爾曼 (Balmain) 和芬迪 (Fendi) 等現有旗艦店完成擴張外，更迎來了博柏利 (Burberry) 加盟開設旗艦店，成功打造更強大的優質租戶組合。古馳 (Gucci) 亦於第四季度展開了貫穿四樓層的店舖擴張工程。

聚焦於內地市場的「恒隆會」得到租戶和顧客的正面迴響，而上海恒隆廣場的年度「Home to Luxury」盛裝派對和20周年誌慶等會員獨家活動亦有效提升租戶銷售額和顧客忠誠度，進一步確立了其「Home to Luxury」定位。

鑒於國際旅遊減少，而高端品牌持續擴充和推出市場營銷活動，上海恒隆廣場的租戶銷售額有望於

2022年延續穩步增長。商場正積極優化三及四樓和地庫一層的租戶組合，同時引入新一批獨家品牌，務求強化其高端購物據點的定位。

辦公樓

上海恒隆廣場兩座甲級辦公樓憑藉其卓越服務質素和優越地理位置，繼續吸引經營服裝飾品、金融及專業服務行業的跨國及內地頂尖企業承租，成功建立均衡的優質租戶組合。

由於南京西路辦公樓持續供應不足，加上「十四五」規劃的宏觀經濟政策，租出率呈穩步上行趨勢，2021年年底更高達97%。因此，儘管市場競爭激烈，以及周邊較偏遠地區的辦公樓業主進取地減少空置率，上海恒隆廣場辦公樓的租出率和租金預期於2022年保持平穩。

踏入2022年，上海恒隆廣場將專注改善辦公樓租戶的福祉，包括透過更新大廈設施、提高日常營運和服務水平，從而為租戶提供更優良的工作環境，同時，我們亦為辦公樓租戶提供獨家優惠和禮遇，進一步發揮辦公樓與購物商場之間的協同效應。

上海港匯恒隆廣場

購物商場

由於內地疫情防控得宜和旅遊限制促使高端消費回流，加上為期三年的資產優化計劃竣工，商場的租賃收入和租戶銷售額均於2021年錄得顯著增長。「Gateway to Inspiration」年度派對不但鞏固了其奢侈品牌據點和地區時尚生活地標的定位，商場更與太陽馬戲攜手呈獻名為《X秀》的首演，成為城中熱話。

年內，「恒隆會」會員人數和消費額大幅提升，與租戶合辦的市場營銷活動亦有助提升顧客忠誠度。主要高端品牌租戶路易威登 (Louis Vuitton) 將店舖擴充至涵蓋男及女裝整個系列的複式旗艦店。此外，商場亦引入了內地首家 Diesel Hub、Charlotte Tilbury 和皇家哥本哈根 (Royal Copenhagen) 強勢加盟。

商場北座於2021年第四季度展開定位升級工程，陸續引入勞力士 (Rolex)、萬國錶 (IWC)、宇舶錶 (Hublot)、沛納海 (Panerai) 及梅西卡 (Messika) 等鐘錶珠寶品牌及其他高端品牌租戶，並將於2022年

引入高端設計師品牌，為顧客提供更豐富的時裝品牌選擇。多家商舖亦正在籌備擴張和升級工程，包括奢侈品牌博柏利 (Burberry)、知名國內設計師品牌 Dazzle 及 MO&Co.，以及時尚生活運動品牌迪桑特 (Descente)、adidas Original 及北面 (The North Face)。

展望2022年，本地消費可望增長，而且商場定位提升，奢侈品和非奢侈品的租戶組合亦將持續改善，預期商場前景樂觀。商場亦將引入更多餐飲選擇、高端童裝及時尚生活品牌，並透過「恒隆會」加強與高端品牌租戶合作，藉此建立優質的會員客群及提升顧客忠誠度。

辦公樓

上海港匯恒隆廣場的辦公樓表現維持強勁，租賃收入亦因優化租戶組合而創歷史新高。從事高端製造業、專業服務及快速消費品等主要目標行業的現有租戶一概錄得增長，而辦公樓亦成功保留拜爾斯道夫 (Beiersdorf) 和鐵姆肯 (Timken) 等多個優質租戶。新租戶包括馬汀博士 (Dr. Martens) 和新希望集團。



上海港匯恒隆廣場於10月舉行的「Gateway to Inspiration — 靈感帶路，驚喜無限」活動中邀請了世界知名的太陽馬戲呈獻令人眼界大開的表演

在徐家匯，優質辦公空間的需求仍然強勁。雖然市場上出現新的競爭對手，但隨着現有租戶擴展業務和主要租戶續約，預料辦公樓於2022年的租出率可望持續高企。

住宅及服務式寓所

年內，上海港匯恒隆廣場的服務式寓所持續吸引家庭住客、行政人員和企業家入住，本地住客人數上升近一倍，足以抵銷因疫情所實施的旅遊限制而導致外籍人士需求量的跌幅。租賃收入於2021年微升，於年末更回復至疫情爆發前的租出率，達至91%的健康水平。

為應對旅遊限制帶來的影響，上海港匯恒隆廣場亦進一步加強利用電子平台，方便客戶於網上預覽寓所從而作出訂房決定。

2022年，本地和國際旅遊有望逐步重啟，經濟增長勢頭穩健，而徐家匯其他甲級辦公樓亦相繼落成，預料將持續帶來本地住客和外籍人士對服務式寓所的需求。來年，服務式寓所將專注完善配套設施和服務，以改善整體住客體驗，並進一步制定可持續發展方案。

瀋陽皇城恒隆廣場

雖然華北地區確診個案浮現和社交距離措施收緊，導致零售環境疲弱，下半年市道明顯較弱，但瀋陽皇城恒隆廣場仍然於2021年錄得可觀的收入增長和租戶銷售額。

儘管面臨種種挑戰，商場年內仍有不少租戶展開店舖升級工程，當中包括星巴克 (Starbucks)、匡威 (Converse) 和哈根達斯 (Häagen-Dazs) 等，同時迎來了絲芙蘭 (Sephora)、露露樂蒙 (Lululemon)、King Baby、蘭湘子和東田造型理髮店等新租戶，進一步加強大受年輕家庭歡迎的租戶組合。

年內，「恒隆會」所收集的數據讓我們透過分析了解顧客的品味和喜好，從而策劃更具針對性的市場營銷活動。商場亦緊貼潮流，推出了社交媒體營銷活動「型動初夏」，促使租戶銷售額和客流量較去年同期上升。此外，商場與租戶合作，協助他們建立品牌形象以提升顧客忠誠度和客流量。此等合作亦為商場爭取了在不同網上和實體媒體渠道的曝光率。



瀋陽皇城恒隆廣場舉辦花市等
限定活動以刺激客流



潮流模型 FARMER BOB 的裝置為瀋陽市府恒隆廣場增添動力

踏入2022年，商場將專注透過引入更多元化和流行食肆，以強化餐飲選擇，同時，亦致力吸引更多高級服裝飾品品牌落戶。

瀋陽市府恒隆廣場

購物商場

儘管年內疫情反覆，瀋陽市府恒隆廣場的租賃收入和年底租出率仍然上升，租戶銷售額甚至創下開業以來高峰。增長動力主要來自國際旅遊限制持續帶動本地奢侈品消費，而商場雲集各大奢侈品牌，成功確立其奢侈品零售據點的定位。

新租戶包括 Tasaki、斐登 (Fred)、Moncler、托德斯 (Tod's)、博柏利 (Burberry) 和巴黎世家 (Balenciaga)，當中大部分都是首次進軍瀋陽和華北地區的品牌。另外，商場亦引入了新一批設計師品牌租戶，並在二樓引入了更多元化的知名時裝品牌。

商場於年內為顧客呈獻一系列精彩絕倫的體驗，包括別出心裁的瀋陽市府恒隆廣場九周年誌慶暨瀋陽康萊德酒店兩周年派對「雲尚」。這場盛典在

內地開闢先河，開創了結合購物商場和酒店的業務營運模式，充分發揮兩者之間的協同效應。此等活動配合成效卓著的「恒隆會」多管齊下，成功深化了我們與顧客的聯繫和提升顧客忠誠度。

隨着商場不斷完善租戶組合，並引入更豐富的奢侈品牌選擇，預期商場於2022年的前景樂觀，可望穩步增長。

辦公樓

瀋陽市府恒隆廣場辦公樓為中國東北區域甲級辦公樓市場公認的優質綜合地標項目，於2021年成功續簽主力租戶和吸納優質新租戶，在激烈競爭和不明朗的經濟環境下仍然創下租賃收入新高，年底租出率亦高達92%。

年內，辦公樓的租戶組合雲集國際和本地租戶，成功鞏固其市場領導地位。踏入2022年，面對沉重的市場競爭壓力，辦公樓將專注於提升和優化服務水平，以吸引更多跨國企業及優質內資企業承租。



濟南恒隆廣場與迪士尼合辦
推廣活動，為顧客提供線上及
實體的互動體驗

酒店

儘管市場於年內受2019冠狀病毒病疫情影響，未能充分發揮其潛力，五星級瀋陽康萊德酒店仍能鞏固其在市內的領先地位。根據Smith Travel Research的數據顯示，瀋陽康萊德酒店的每間可售客房收入冠絕全市。另外，酒店的客房和餐飲收入亦分布理想。

2022年，預料第一季度市場仍對旅遊抱持觀望態度，對酒店的影響可能延續至第二季度。隨後，本地和國際旅遊可望逐步恢復，壓抑已久的住宿需求將為第三和第四季度的收入帶來正面影響。

濟南恒隆廣場

濟南恒隆廣場坐落於濟南核心商業區的心臟地帶，鄰近多個旅遊勝地，是中高檔品牌進軍濟南的首選。雖然商場仍然處於疫情爆發後的復甦階段，而且客流量屢受極端天氣衝擊，但商場於2021年推出的市場營銷活動成效顯著，不但刺激了消費者需求，亦令年底租出率維持於與去年相若的水平，租戶銷售額更增加了20%。

新租戶包括首度進軍濟南的露露樂蒙 (Lululemon)、Redline、聞綺 (Venchi)、雅格獅丹 (Aquascutum)、何方 (HEFANG)、德國飛鷹 (Trek & Travel) 及 UDX。於六樓開業的主要餐飲租戶 M Sky 設有佔地多達4,000平方米的露天雅座區，營造別樹一幟的戶外美酒佳釀體驗。多家已進駐的世界級食府包括日式餐廳花升及中菜廳悅秀，將進一步提升商場提供的餐飲體驗。

年內商場進行租戶組合優化，開設了多家更偏重當代休閒服元素的運動用品旗艦店，並完善了童裝旗艦店和餐飲租戶的選擇。

由2021年6月起，商場分階段展開為期三年的資產優化計劃，將提升其定位和高端品牌選擇，以實現長遠競爭力和盈利表現。商場亦會於2022年打造高端美妝品牌集中地，以把握高端產品市場強勁需求所帶來的機遇。商場將繼續透過「恒隆會」拉近與消費者的關係，並推出市場營銷活動吸納鄰近城市的客流。

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，年內表現強勁，假日和節慶期間有不少駕車人士專程從鄰近城市或其他地區前來購物。受惠於租戶銷售額上升和租金穩定上調，商場的租賃收入錄得增長。

商場業態豐富度及零售氛圍的提升，帶動年底租出率進一步微升。2021年為一樓各大主要高端品牌的首個全年營運年度，而其他舖位則持續進行租戶組合的優化升級。年內租戶包括首次落戶無錫的寶璣 (Breguet)、Redline、野獸派花店、Burberry Beauty、莆田餐廳、T9 Premium Tea House 及勞斯萊斯 (Rolls-Royce) 的戶外期間限定店。於2019年推出的「恒隆會」持續協助無錫恒隆廣場培養顧客忠誠度並加強與租戶的合作，從而提升顧客滿意度。

商場於2022年的前景大致向好，預期租戶銷售額有所增長。除了推動有機增長外，無錫恒隆廣場亦會透過吸納策略性品牌和優化現有租戶，繼續調整其租戶組合，並提升顧客體驗。



無錫恒隆廣場為「恒隆會」會員舉辦專屬工作坊，藉此增強與顧客的連繫

辦公樓

無錫恒隆廣場兩座辦公樓擁有強大的租戶組合，涉足金融及專業服務和科技、傳媒及電訊行業，是無錫市內備受矚目的地標。在已出租面積當中，跨國企業及國內頂尖企業合共佔近60%。即使面對不明朗的經濟環境，第一和第二座辦公樓於2021年年底仍然錄得穩健的租出率，分別為90%和85%。

我們旗下首家自營的多功能辦公空間「恒聚」持續獲得優質租戶的正面迴響。

展望來年，無錫恒隆廣場將繼續致力優化租戶組合，並改善主要租戶的續租程序，同時加強與地方政府機構和商會合作，以吸引更多企業於無錫扎根，振興本地市場。

天津恒隆廣場

天津恒隆廣場逐漸走出2020年疫情的陰霾，其租戶銷售額錄得可觀增長，2021年年底的租出率由去年的76%回升至86%。

商場繼續透過吸納新品牌提升其定位，年內與60家品牌簽訂租約，包括雅格獅丹 (Aquascutum)、UDX、丹尼愛特 (Daniel Hechter)、德國飛鷹 (Trek & Travel)、Wei Park、52TOYS及 Pizza Bianca，當中部分更是天津首店。

「恒隆會」的會員人數大幅增加，強化了天津恒隆廣場與顧客和租戶的聯繫，讓商場能夠推出具針對性的市場營銷活動和更獨特的體驗。

2022年，商場將致力改善租戶組合以提供更多品牌選擇，當中尤以高級女士時裝及珠寶為重點。



天津恒隆廣場於其聖誕活動「奇幻『森』誕，暖冬永『恒』」中安排現場表演，增添節日氣氛



大連恒隆廣場舉辦五周年誌慶活動，
與逾150個租戶聯手推出互動節目、推廣優惠及抽獎

大連恒隆廣場

儘管市場環境充滿挑戰，大連恒隆廣場仍然取得驕人成績，租戶銷售額、租出率和租賃收入均錄得顯著升幅。日均客流量較去年上升54%，而「恒隆會」亦成功擴大其高消費會員客群。

連接大連恒隆廣場和地鐵2號線的大同街地下行人通道於2021年4月開通，直通商場地庫一層，讓大連居民可暢通無阻地享受商場內包羅萬有的購物和娛樂體驗。

年內眾多顯赫奢侈品牌加盟成為租戶。多家高端品牌繼意大利高級珠寶及首飾世家寶格麗 (BVLGARI) 開設獨家專門店後開業，當中包括享譽全球的意大利時裝品牌 Brunello Cucinelli 於5月開業；阿瑪尼集團 (Armani Group) 旗下品牌安普里奧·阿瑪尼 (Emporio Armani) 於6月從競爭對手遷入，與 Moncler 一同進駐位於一樓的奢華精品區；

路易威登 (Louis Vuitton) 的女裝及男裝專門店亦於同年12月開張。另外，思琳 (CELINE)、蒂芙尼 (Tiffany & Co.)、尚美巴黎 (Chaumet)、斐登 (Fred)、Loro Piana、萬寶龍 (Montblanc)、時光天地 (TimeVallée)、博柏利 (Burberry)、迪奧 (Dior)、芬迪 (Fendi)、巴黎世家 (Balenciaga) 和麒麟珠寶 (Qeelin) 等頂級奢侈品牌亦相繼開設新店，紛紛錄得強勁的銷售成績。

隨着陣容鼎盛的頂級奢侈品牌租戶陸續開業後，預計2022年將會是大連恒隆廣場狀態大勇的一年。繼古馳 (Gucci) 的複式門店於1月正式登陸後，Tory Burch、馬克·雅可布 (Marc Jacobs)、Philipp Plein、托德斯 (Tod's)、HOGAN 和勞力士 (Rolex) 等品牌亦會緊隨其後開業。未來，商場將集中發展數碼及實體市場營銷策略，並致力加強客戶服務，以提供頂級購物體驗。



昆明恒隆廣場於周年誌慶中
安排了快閃娛樂表演，為顧客
帶來沉浸式購物體驗

昆明恒隆廣場

購物商場

年內，多家國際品牌於昆明恒隆廣場內開設旗艦店或期間限定店，當中更不乏首次打入昆明市場的高端品牌，成功鞏固了商場作為市內奢華品牌集中地的地位。2021年，昆明恒隆廣場錄得租賃收入和租戶銷售額的增長，年底舖位幾乎悉數租出。

一連兩日的昆明恒隆廣場兩周年慶典「春城脈動」圓滿舉行，成功吸引購物人士，令租戶銷售額創歷年新高。「恒隆會」扮演著商場和租戶之間的重要橋樑，透過兩者的緊密合作吸納及保留會員。

憑藉商場全面的現有租戶組合，預期2022年前景樂觀。商場將進一步完善其餐飲租戶組合及吸納更多昆明首店，以持續提供卓越的顧客體驗。

辦公樓

昆明恒隆廣場的甲級辦公樓成功吸納多家名列《財富》世界500強的企業和國內優質租戶進駐，當中包括保險、專業服務、貿易和科技、傳媒及電訊等行業，令昆明恒隆廣場穩佔昆明市內地標的地位。截至年底，租出率為71%。

踏入2022年，辦公樓將會專注吸納不同傳統行業的租戶，以進一步完善租戶組合，同時亦會著力及早確立現有租戶的續租意願。

武漢恒隆廣場

購物商場

武漢恒隆廣場是我們的內地物業組合中第十座商場，亦是我們在華中地區首個大型綜合商業項目。自2021年3月開幕以來，商場表現出色，並秉持「一切從新」的理念，持續提供世界級零售、休閒及娛樂元素。

思琳 (CELINE) 和巴黎世家 (Balenciaga) 的武漢首家旗艦店錄得強勁的銷售額，而人氣餐廳東發道茶冰廳和那時新疆開業後客流絡繹不絕。繼路易威登 (Louis Vuitton)、迪奧 (Dior) 和古馳 (Gucci) 等奢侈品牌於2021年開業後，國際高級時裝及珠寶品牌愛瑪仕 (Hermès)、卡地亞 (Cartier) 和蒂芙尼 (Tiffany & Co.) 亦將於2022年加盟，進一步壯大品牌陣容。

商場的租出率符合預期，而租戶銷售額和租賃收入則超出預期。客流量亦於開業後持續上升，截至報告年末，商場已錄得200萬的訪客人數。

「恒隆會」成功透過購物優惠和增值禮遇吸引顧客。在短短半年間，武漢恒隆廣場的會員銷售滲透率已佔總零售額約55%，反映「恒隆會」對物業策略性價值。

未來，商場將繼續完善其租戶組合，並專注取締表現未如理想的商舖，同時針對本地消費者的需求，打造更適合的租戶組合。

辦公樓

武漢恒隆廣場的辦公樓傲立於武漢市內的優越地段，於2020年11月開放予租戶進駐。面對激烈的市場競爭，辦公樓仍領先同業，錄得高租出率和吸納了高端租戶組合。租賃收入隨着租出率穩步上揚，主要承租的客戶來自優質新興跨國及本地企業。

辦公樓的主要租戶涵蓋《財富》世界500強及國際企業，包括道達爾能源 (TotalEnergies)、安永 (Ernst & Young)、敦豪 (DHL)、強生 (Johnson & Johnson)、利比 (Rider Levett Bucknall)、保樂力加 (Pernod Ricard)、中國平安人壽、中信保誠人壽、中鐵信託、中信銀行、泰康人壽及光大證券有限公司等。隨着租出率進一步上升，租戶組合將漸趨完善。

2022年，辦公空間供應增加預期會為市場帶來更嚴峻的挑戰，導致空置率高企和租金下跌。為了加強辦公樓的市場領導地位，我們將致力改善租戶組合，並把握機會進一步發揮商場和辦公樓之間的協同效應。



作為武漢市的世界級地標，武漢恒隆廣場擁有卓越的設計和租戶組合，並提供頂尖的顧客服務與體驗，全面反映城市的脈動和動力

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

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



無錫一酒店

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。該項目現有部分包括一座購物商場和兩座辦公樓。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。酒店預計將於2024年年底開幕。

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仍處於設計初期，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及辦公樓，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

業務回顧

香港物業租賃



香港物業組合於年內步入復甦階段。隨着2019冠狀病毒病疫情在年內大部分時間受控，加上香港特別行政區政府推出消費券計劃，令香港市道持續回暖。此外，我們亦優化租戶組合以迎合本地顧客需求，另透過推出顧客關係管理計劃加強與顧客和租戶的聯繫。

市場環境

在未受變異病毒株 Omicron 威脅前，香港疫情大致受控且政府推出消費券計劃刺激消費，加上各項商業營銷活動為零售市場注入活力，零售租賃市場持續好轉。

年內，香港經濟繼續重拾動力，失業率跌至3.9%。政府統計處公布的數據顯示，2021年零售業總銷貨價值較2020年上升8.1%。

受疫情和旅遊限制影響，消費行為亦產生了微妙變化。本地消費者在疫情下較鍾情於獨特體驗、戶外活動和特別優惠及折扣，反映各大商場應持續專注推動顧客關係管理計劃以藉此吸納及保留顧客。

零售租賃市場復甦的首要條件將取決於第五波疫情能否受控和與內地通關的時間表。

2022年，預計甲級辦公樓的租金仍有少許下調空間，而且辦公樓空置率和周邊地區的可用商業空間供應越趨上升，令業界租賃競爭加劇，為業主構成多重壓力。

香港物業租賃業務繼續保持強韌

租戶銷售



零售

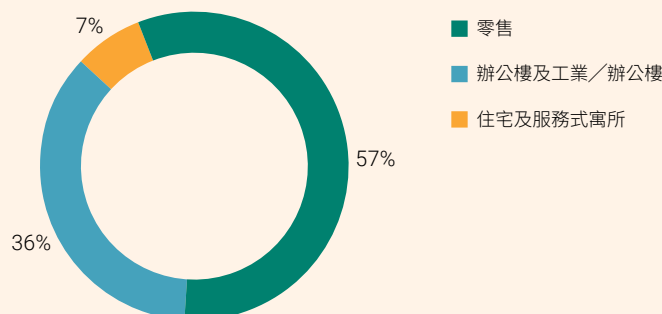


辦公樓及工業／辦公樓



所有提及的租出率數據為截至2021年12月31日

2021年 香港物業租賃 組合收入分布



業務概況

有賴各管理團隊周全縝密的租賃策略，香港物業組合中的購物商場年內租出率高企，不少更維持100%租出。商場內的獨特租戶組合成為了物業發展的核心策略，旗下物業的多元化商舖類別以及中至高檔餐飲食肆亦有助吸引消費者。

年內，我們推出電子優惠券推廣活動，助以遊客生意為主的山頂廣場成功吸納更多本地顧客，客流量輕微回升。為了抓緊本地市場的機遇，團隊在等待旅遊限制放寬之際，積極革新商場的租戶組合，務求吸納更多本地購物人士。

2021年，「hello 恒隆商場獎賞計劃」和恒隆商場手機應用程式相繼推出，吸納了逾10萬名會員。會員不但可在同一平台賺取無上限積分，更可用積分換領豐富獎賞或個人化購物體驗。2021年下半年，我們亦透過恒隆商場手機應用程式推出了「Go Shopping！開心消費在恒隆」獎賞計劃，成功刺激旗下商場의 租戶銷售額和客流量。

銅鑼灣物業組合

面對不利的市場環境和邊境管制及社交距離措施的影響，Fashion Walk的年底租出率仍然維持100%。商場於報告年內引入了多家時裝、美容及時尚生活品牌。New Balance旗下的GREY概念店首度登陸香港，是繼東京和北京後全球第三家分店，而Guerlain亦開設全年主題不時迭更的特別概念店。

Fashion Walk的獨家時裝及時尚生活商舖組合獲AIGLE、Initial Gentlemen、O.N.S kapok、Vivienne Tam、德國寶和at.home強勢加盟，而新開張的牡蠣不如婦和Studio City by Cali-Mex亦令商場的美食選擇更多元化。另外，Hot Toys Echo Base和AMAZ By Lokianno等高級潮流收藏品專門店亦陸續進駐，令商舖種類比以往更為豐富，進一步提升商場對其客戶群的吸引力。



銅鑼灣 Fashion Walk 以限定店及大型品牌概念店來保持商場的新鮮感



我們的中環物業組合為顧客精挑細選多家優質及獨特的餐廳

未來，Fashion Walk 將致力加強租戶組合，重點引入國際時裝、美容及潮流街頭時裝品牌。至於鄰近的恒隆中心，雖然時裝批發和旅行社等主要租戶業務受疫情重創，但2021年的租出率仍然維持穩定。我們會繼續吸納更多來自醫療、美容及時尚生活等對經濟狀況變更有較強韌表現的行業為租戶。

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辦公樓所組成，持續吸納金融及專業服務界別的優質租戶進駐。

在2019冠狀病毒病疫情的持續影響和不明朗的市場環境下，整體零售及辦公樓租賃表現維持平穩，租出率高企。在零售租賃方面，中環物業組合的高級餐飲選擇除了卅二公館、都爹利會館、鮪佐瀨和 Wolfgang's SteakHouse 等知名食府外，更獲兩家

新餐廳加盟，一家是主打壽司和鐵板燒的日式餐廳 ODDS，另一家則是由米芝蓮星級名廚 Antimo Maria Merone 創辦的意大利餐廳 ESTRO。辦公樓租賃方面，儘管在2021年第四季度出現一些縮減續租情況，我們着力打造更多元化的辦公空間，為租戶提供更多翻新單位或分間辦公空間方案，以適應市場需求上的轉變。

山頂廣場

雖然2019冠狀病毒病疫情導致訪港旅客銳減，山頂纜車亦於報告年內暫停服務，但山頂廣場仍能提升客流量和租出率。年內，山頂廣場引入全港首創的 GO@PEAK GALLERIA 體驗館，帶來一連串別開生面的展覽和演出，同時吸納皇玥和太孚等優質租戶。新店 The Barkyard 設有寵物專用泳池和寵物美容設施，配合商場原有的配套設施和服務，進一步提升商場對本地熱愛寵物人士的吸引力。



香港首創的體驗式商店 GO@PEAK GALLERIA 為山頂廣場注入吸引本地顧客的元素



康怡廣場持續優化租戶組合，保持了其對附近居民及上班族的新鮮感

鑒於訪港旅客人數持續低迷，山頂廣場在準備迎接旅客回歸的同時，亦會繼續專注打造獨一無二的城中熱點，並引入更多時尚生活及體驗式品牌，包括生活時尚及健康用品店等。

康怡廣場及康蘭居

作為我們旗下的社區購物據點，康怡廣場持續服務附近居民和上班族，租出率高企，租賃收入亦維持在與去年相約的水平。全港最大型日式百貨公司 AEON STYLE 表現持續理想，而於2021年1月開幕的嶄新超市概念店「FRESH 新鮮生活」亦受到附近居民歡迎。報告年內，康怡廣場相繼引入了牛角日本燒肉專門店及穴居酒屋兩家日式食肆，以及港式粥粉麵品牌「走青」，進一步豐富其餐飲選擇。2022年，康怡廣場將專注吸納小型本地潮流品牌，當中尤以加強服裝配飾類別的品牌選擇為重點，為顧客帶來獨特的購物體驗。

康怡廣場的辦公樓及服務式寓所均維持與去年相約的租出率。在嚴格的邊境防控措施下，派駐香港人員的住宿需求下跌，令服務式寓所持續受疫情重挫。即使如此，我們透過「hello 恒隆商場獎賞計劃」向恒隆商場的顧客提供會員禮遇，成效顯著，服務式寓所的租出率有所增加。

2022年，辦公樓將繼續打造更多元化的教育機構組合，進一步鞏固其社區教育中心的定位，當中包括引入STEM教育及行動導向的教學工作坊，滿足顧客各種學習需要。服務式寓所的需求將取決於疫情發展和香港與內地通關的時間表。我們除了繼續以客為尊外，亦會持續執行靈活定價策略，以提高租出率。



旺角物業組合引入多家運動用品專門店，以迎合本地顧客對戶外活動用品與日俱增的需求



淘大商場持續優化租戶組合以提升顧客體驗，當中包括引入聯乘概念超級市場「TASTE x FRESH 新鮮生活」進駐

旺角物業組合

我們於旺角的時尚生活商場包括家樂坊和雅蘭中心，年內持續穩固其「型·聚旺角」的定位。

家樂坊於2021年逆市錄得100%的租出率，Foot Locker Power Store 旗艦店和超大型時尚生活概念店 AEON STYLE 分別於2月和8月正式開業。AEON STYLE 專門售賣日本直送的優質產品，匯聚家品品牌「HOME COORDY」等一系列人氣時尚生活品牌。家樂坊的地庫全層亦改裝成佔地15,000平方呎的全新潮食點，除了原有的 Starbucks Reserve™ Coffee Experience Bar 外，更增設多家餐飲食肆，例如人氣日式燒肉專門店燒肉 Like、嶄新概念店湊湊火鍋·茶憩及茶飲品牌「湊湊·茶米茶」。2021年11月，全新人氣咖啡概念店牧羊少年咖啡館於雅蘭中心開業，令我們旺角物業組合的餐飲選擇變得更為豐富。

為了提高客流量和實現穩定的租出率，家樂坊及雅蘭中心正計劃招攬更多人氣餐廳，以取締表現未如理想的餐飲租戶，並透過推動「hello 恒隆商場獎賞計劃」提升顧客忠誠度。

2021年，雅蘭中心的辦公樓仍然是醫療和美容界行業翹楚的首選，除了落實多家新租戶承租外，更有多个醫療集團擴充業務，鞏固辦公樓作為旺角優質健康服務集中地的定位。位於旺角的獨家戶外及時尚生活商舖組合亦獲 Backpacker 登山露營裝備店和 Ball Head 強勢加盟，而 Cam2 和 Supreme Co. 等多家商戶於年內擴充業務。展望未來，我們將致力開拓半零售市場，引入更多醫療和美容業租戶，以提升辦公樓租賃業務的強韌實力。

淘大商場

面對九龍東區人口迅速增長，位於九龍灣的淘大商場作為一站式社區生活中心，致力全面照顧不同區內人士的福祉和需求。商場涵蓋休閒餐飲選擇和各類迎合實際生活所需的業務，例如生活百貨、教育及娛樂等，一應俱全。全港首個聯乘概念超級市場「TASTE x FRESH 新鮮生活」於2021年8月開業，結合高級超市和鮮活食材選擇。另外，商場亦引入廣受歡迎的潮洲菜食肆日日香鵝肉飯店、全港首間全天候休閒餐廳永華日常、正宗日式燒肉井概念店牛角次男坊及其他新食肆，令餐飲選擇更多元化。隨着於2022年1月開幕的 DON DON DONKI，加上鄰近的東九文化中心預期將於2023年開幕，商場的客流量預料將節節上升。

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2022年年底落成。

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

2022年

* 門牌號碼為臨時號數，有待發展項目落成時確認