

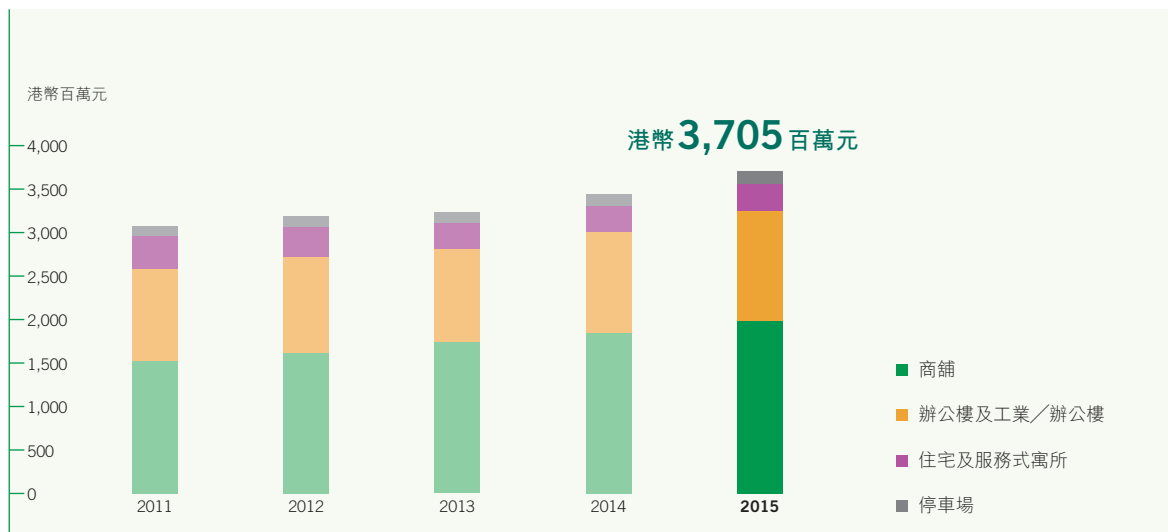


香港物業租賃

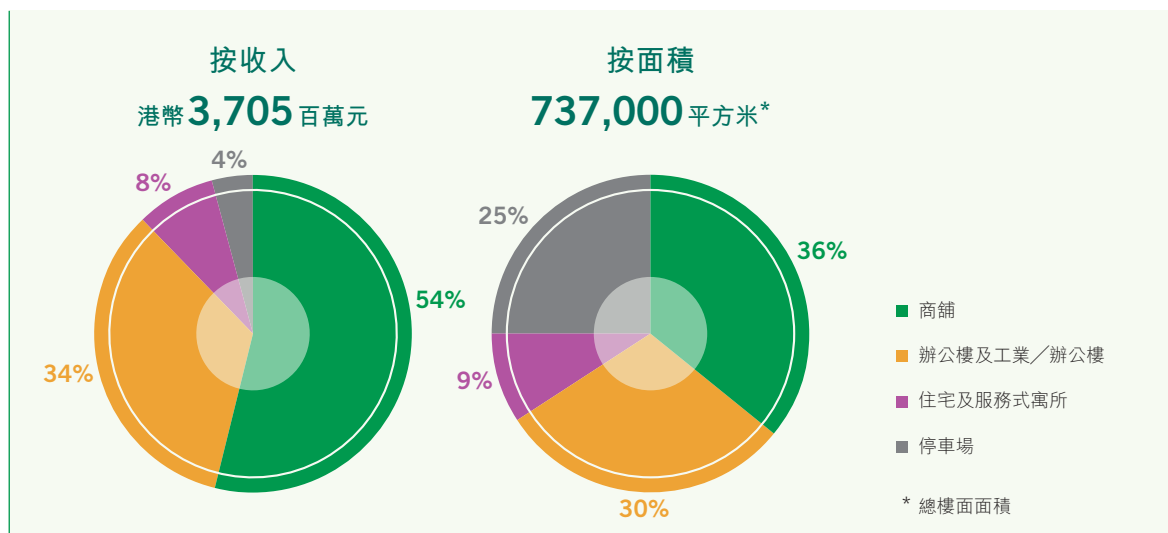
藉着資產優化計劃，恒隆旗下在香港的部分物業已取得成果，加上各項目不斷推陳出新，推出多個嶄新的推廣活動，有效鞏固了我們的市場地位。

香港租賃物業組合的收入及營業溢利分別增長百分之八及百分之七，至港幣三十七億五百萬元及港幣三十一億五百萬元，整體租賃邊際利潤率則維持於百分之八十四。

香港物業租金收入



香港物業組合分佈



二零一五年，雖然香港整體零售額較之前一年同期下跌百分之四，我們在香港的商舖物業組合的收入仍然受惠於資產提升計劃及租金調升，增長百分之八至港幣十九億八千三百萬元。

香港辦公樓組合的整體租金收入在租金調升的帶動下，增長百分之九至港幣十二億六千一百萬元。

香港投資物業之按地域分析

於十二月三十一日

	總樓面面積* (千平方米)	
	2015	2014
港島		
中環	51	51
銅鑼灣及灣仔	92	92
康怡及鰂魚涌	135	135
山頂及半山區	46	47
港島南區	12	12
九龍		
旺角	140	140
尖沙咀及西九龍	86	88
牛頭角	78	78
長沙灣、葵涌、荃灣及屯門	97	97
總計	737	740

香港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 (於年底)		總樓面面積 (千平方米)	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
商舖	1,983	1,842	98%	98%	262	262
辦公樓及 工業/辦公樓	1,261	1,161	95%	96%	223	223
住宅及服務式寓所	316	295	75%	80%	68	68
停車場	145	140	不適用	不適用	184	187
總計	3,705	3,438	94%	95%	737	740

* 包括停車場之樓面面積



主要物業簡介

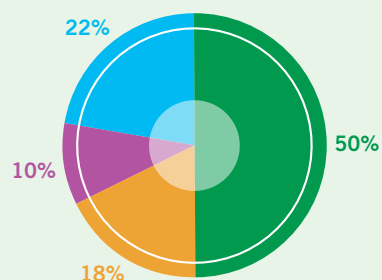
FASHION WALK

銅鑼灣



Fashion Walk坐落繁華的銅鑼灣區，由四條匯聚多間型格店舖的特色街道組成，包括記利佐治街、百德新街、京士頓街及加寧街。Fashion Walk首推全港特色商舖概念，引入世界各地型格及優質品牌，帶動潮流脈搏，是追求時尚和品味人士朝聖之地。Fashion Walk亦有提供室外及室內座位的餐廳。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



主要統計數字

總樓面面積 (平方米)	商舖	31,072
	辦公樓	不適用
	住宅及 服務式寓所	7,935
		不適用
車位數目		不適用
租出率 (於年底)	商舖	95%
	辦公樓	不適用
	住宅及 服務式寓所	91%
		不適用
購物商場租戶數目		79

恒隆中心

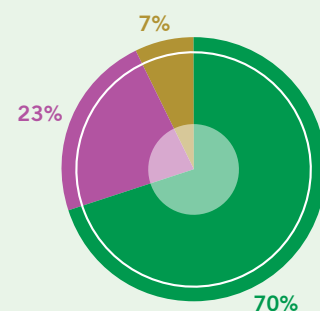
銅鑼灣



恒隆中心位處便利的銅鑼灣心臟地帶，集零售與商業設施於一身，提供旅遊、時裝批發及醫療服務。亞洲首家及最大型的H&M全球旗艦店已於二零一五年在此開業，勢將提升項目的購物氛圍。

優化後的旅遊專區為顧客提供更佳的環境，獲取旅遊資訊及選購旅遊產品。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



總樓面面積 (平方米)	商舖	8,777
	辦公樓	22,131
	住宅及 服務式寓所	不適用
		不適用
車位數目		126
租出率 (於年底)	商舖	91%
	辦公樓	96%
	住宅及 服務式寓所	不適用
		不適用
購物商場租戶數目		3

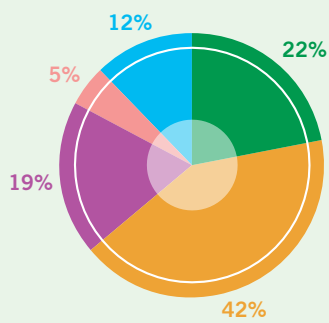
山頂廣場

太平山山頂



位處全港最受歡迎的旅遊勝地太平山山頂，山頂廣場集購物及餐飲設施於一身。山頂廣場既有本土及國際的特色商店、美食餐館及3D錯視藝術館，還有教人心曠神怡的戶外綠色空間。旅客更可在三樓的觀景台俯瞰維多利亞港及薄扶林水塘，是首選的旅遊熱點。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



12,446

不適用

不適用

493

98%

不適用

不適用

56

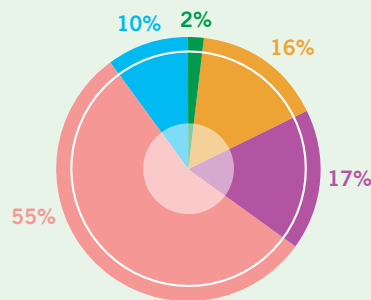
康怡廣場

鯉魚涌



康怡廣場位於港鐵太古站上蓋，是港島東區最受歡迎的購物熱點之一。康怡廣場設有高質生活品味的購物商場、具良好管理的服務式寓所、辦公樓及「康怡學林」教育平台，為該區帶來完善的生活設施。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



53,080

10,577

35,275

1,069

99%

100%

57%

111

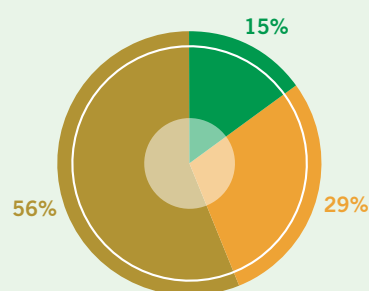


主要物業簡介

渣打銀行大廈
中環

渣打銀行大廈是恒隆地產總部的所在地，也是中環商業區的甲級辦公樓。渣打銀行在此開設其香港首間數碼分行，高檔時裝品牌愛斯卡達及高級中式食肆卅二公館亦在此開業。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



- 服裝飾品
- 餐飲
- 生活品味及娛樂
- 銀行
- 百貨公司
- 其他

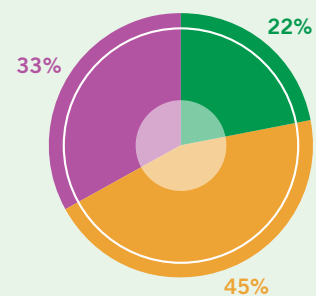
主要統計數字

總樓面面積 (平方米)	商舖	4,814
	辦公樓	23,730
	住宅及 服務式寓所	不適用
車位數目		16
租出率 (於年底)	商舖	100%
	辦公樓	100%
	住宅及 服務式寓所	不適用
購物商場租戶數目		3

雅蘭中心
旺角

雅蘭中心坐落繁華的彌敦道，鄰近港鐵旺角站，包括兩座辦公樓及一座購物中心，提供優質設施。雅蘭中心除了匯聚國際鐘錶珠寶品牌，更有多間以本地顧客及旅客為消費對象的時尚品牌店及食肆，以及美容及醫務中心。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



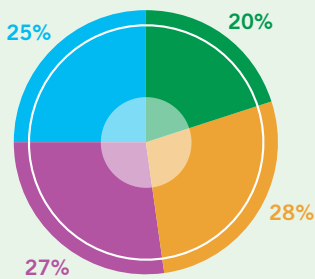
總樓面面積 (平方米)	商舖	20,905
	辦公樓	31,251
	住宅及 服務式寓所	不適用
車位數目		40
租出率 (於年底)	商舖	100%
	辦公樓	93%
	住宅及 服務式寓所	不適用
購物商場租戶數目		31

淘大商場
牛頭角



毗鄰港鐵九龍灣站，淘大商場是東九龍一座大型綜合商場，時尚服飾、精品及最新電玩應有盡有。商場雲集超過三十五間本地及國際食肆，為附近的上班一族及淘大花園的居民提供一站式的生活享受。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



49,006

不適用

不適用

620

99%

不適用

不適用

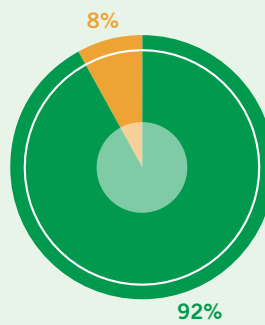
261

家樂坊及栢裕商業中心
旺角



位處繁忙的旺角區，家樂坊坐擁四千五百呎全港單層樓面面積最大的星巴克特色店及樓高三層，九龍區面積最大的H&M旗艦店，是旺角時尚優閒購物新據地。栢裕商業中心網羅一系列深受年青人追捧的戶外用品及潮流服飾、護膚及化妝用品、家居精品、影音及電子產品，並設有美容及健身中心以提供多元化生活體驗。栢裕商業中心附設停車場提供近五百個車位，讓駕車人士於旺角購物倍添方便。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



7,454

30,205

不適用

478

100%

95%

不適用

2



Fashion Walk 與著名廣告公司 McCANN & SPENCER 共同創作和策劃的 Fashion Intelligence Index 在「2015 金帆廣告大獎」中榮獲五項殊榮，包括全場唯一一個最高榮譽的「金帆全場大獎」

銅鑼灣

FASHION WALK

經過周詳策劃的提升計劃，銅鑼灣 **Fashion Walk** 在二零一五年展現全新面貌。隨着資產優化計劃的推行，再配合多元化的宣傳及推廣策略，以及獨一無二的品牌，Fashion Walk 已成為香港及鄰近地區的動感時尚購物集中地，更因而贏得「USA Today 10 Best」的獨特時尚生活地標美譽。

憑藉引入多元化品牌、獨家旗艦店及專門店，Fashion Walk 已成為時裝及生活潮流的先驅。旗艦店主要包括邁克高仕 (Michael Kors)、麥絲瑪拉 (Max Mara)、凱特·絲蓓 (Kate Spade) 及泰德貝克 (Ted Baker)，另有一系列前衛的時裝品牌，如卡沃利 (Just Cavalli)、范瑟絲 (Versus)、MSGM、Maison Kitsune 及 D-mop。此外，H&M 在亞洲最大的全球旗艦店亦已於二零一五年十月在恒隆中心開幕，並為 Fashion Walk 從鄰近地區帶來更多支持者。

位於 Fashion Walk 的食街經租戶組合重整後，現已成為城市生活裏的時尚餐飲休閒熱點，特色餐飲概念店如 elBorn、COEDO Taproom、Coast Seafood and Grill、Marbling 及 Elephant Grounds，均選擇在此開業。

Fashion Walk 繼續實踐構思，創造獨一無二的環境，建立充滿想像的空間。我們積極在推廣活動上發揮創意，主打的年度活動如Dine and Shine戶外嘉年華及勇奪二零一五年度香港卓越傳媒大獎「最佳營銷活動」金獎的Halloween Styloween 萬聖節主題活動，均深受大眾喜愛。此外，另一個意念創新的品牌企劃Fashion Intelligence Index 時尚指數更將Fashion Walk引領至業界巔峰，除勇奪「2015金帆廣告大獎」中的最高榮譽「金帆全場大獎」及另外五項殊榮外，亦贏得二零一五年「ONE SHOW中華創意獎」的互動傳播銀獎。

恒隆中心

位於銅鑼灣的**恒隆中心**為各行各業提供辦公室，其租出率上升一個基點至百分之九十六，帶動辦公樓的租金收入增長百分之十二。

恒隆中心已成為旅遊、時裝批發及醫療零售業務樞紐，然而，我們會繼續留意租戶對優質零售舖位和辦工室的穩定需求。一系列資產優化計劃將由二零一六年開始逐步實施，提升恒隆中心的設施及服務。我們致力保留及引入最優質的租戶，並投入資金提升大廈設施及顧客服務，相信定能於各方面取得領先的地位。



亞洲最大的H&M
全球旗艦店於
二零一五年十月在
Fashion Walk 開業



經典遊戲角色「食鬼」
(PAC-MAN) 帶顧客
重返愉快的童年

山頂

山頂廣場

為了把**山頂廣場**打造為本地市民及遊客的遊覽勝地，並刺激本地的消費市場，市場推廣團隊推出配合目標的宣傳計劃，在萬聖節期間推出的「Running PAC-MAN」，便是其中一個大受歡迎的活動，不僅帶動商場在十月份的客流，更為商場的Facebook專頁吸引多百分之九的支持者，建立起更有效的線上推廣平台。

二零一六年，我們將推行目標市場推廣企劃，繼續開拓旅遊及本地市場的機遇，並同時開展商場的資產優化計劃。

香港東

康怡廣場

康怡廣場的客流及零售額均表現良好，皆因商場定位明確，未受奢華品牌需求下降而影響，租金收入穩定增長百分之六。新引入的餐飲品牌包括Pizza Express、英王麵包店 (A-1 Bakery)、牛扒先生 (Mr. Steak)、品越越式料理及抹茶館，均有助提升商場的零售額。此外，新進駐的Stage of Playlord、Walker Shop、JJPN、Wing Bay、Coucou、Stage 2 by index plus及MDX等店舖亦帶來新客源，成功吸引港島區及在東區海底隧道鄰近地區的市民前來購物。

二零一六年預期表現樂觀，進行中的租戶組合優化將繼續提升我們的競爭力，並帶來穩健增長。商場的兩個主要租戶——AEON及百佳超級市場，將於二零一六年開展提升工程，預計將帶動我們的業務繼續上升。

100%
租出率
(辦公樓)



「康怡學林」在「家庭最愛品牌選舉2015」中贏得「策劃人生」組別的「綜合教育中心大獎」



香港物業租賃

康怡廣場辦公大樓的租出率及租金收入錄得持續增長，優質租戶如瑞士畫室、Project Dash! 及香港藝術體操芭蕾舞學院，將進一步鞏固我們的業務。「康怡學林」的品牌價值不斷提升，除吸引了不少中至高消費的家庭外，更榮獲「二零一五年親子王家庭最愛品牌」殊榮，標誌着各界對我們的肯定和認同。

雖然旅遊業需求疲弱，加上受酒店房價大幅下降，**康蘭居**的租金收入仍然錄得百分之三增長。

中環

中環物業組合包括渣打銀行大廈、都爹利街一號、印刷行及樂成行，租金收入上升百分之八。

為展現都爹利街的歷史傳統及本土身分，並配合鄰近零售環境改善，我們已制定計劃，提升物業價值。

除了**都爹利街一號**的米芝蓮兩星餐廳都爹利會館及**渣打銀行大廈**的時尚餐飲品牌卅二公館外，另外兩間獨特的餐飲及時尚生活概念店亦於二零一五年開業。開設在**樂成行**的The First Floor by Lifestyle Federation推廣嶄新的「edutainment」概念，將高級餐飲體驗與時尚飲食習慣帶給顧客；而**印刷行**的Foxglove則為一家風格典雅的酒吧及餐廳，散發着五十年代酒廊的氣息。

旺角

雅蘭中心

雅蘭中心為期三年的資產優化工程已於二零一五年三月完成，成功提升購物氛圍及租戶組合。商場已逐步轉型，並將於二零一六年開設餐飲中心，帶動業務表現增長。此外，全港最大的Quiksilver旗艦店已於二零一五年十二月開業，為旺角區注入更豐富的活力。

100%

租出率

(商舖)





顧客於萬聖節期間在雅蘭中心與「喪屍」一起跳快閃舞

針對性的市場推廣計劃將雅蘭中心打造成令人沸騰的購物熱點，吸引本地市民及各地旅客，當中以「萬聖節屍人派對」活動最能善用社交媒體。我們充分運用線上線下的科技、社交媒體平台，以及先進的增強現實 (Augmented Reality) 技術，炮製出別具創意的宣傳活動，帶動了零售額及商場在社交媒體的支持者數目上升。

雅蘭中心辦公樓進一步鞏固了其中九龍作為專業醫療及美容樞紐的定位。憑藉吸納新的知名醫療服務租戶及全新醫療化驗所，配合「優質醫療樓層」的全層擴張計劃，辦公樓的表現持續穩定上升。二零一六年，我們將繼續評估設立主題樓層的可行性，並進一步擴展醫療樓層。



佔地四千五百平方呎的星巴克特色店於二零一五年十二月在家樂坊隆重開業



H&M全新概念旗艦店於二零一六年一月開業

家樂坊

國際知名咖啡品牌星巴克（Starbucks）的特色店已於十二月在**家樂坊**開業，勢必推動商場業務增長。此外，Hennes & Mauritz AB（H&M）大型店舖亦於二零一六年一月二十九日在商場開業，預期將提升商場的形象及市場地位，為二零一六年帶來樂觀前景。同樣，家樂坊將充分運用社交媒體平台，為該區帶來更多活力。

栢裕商業中心

栢裕商業中心持續發展為潮流活力品牌及大型品牌服務中心的集中地。國際大型直銷企業安利的「Amway 體驗館」落戶栢裕商業大廈，為租戶組合注入新活力。



本地跨媒體創作人
林祥焜為淘大商場
特別設計 Skull Elphonso
主題裝置

九龍東

淘大商場

位於九龍東的**淘大商場**得到九龍灣商業區及鄰近新落成屋苑的消費者支持，二零一五年的租金收入增長百分之九。

商場去年重點提升租戶組合及舉辦創新的推廣活動，帶動業務上升。我們成功重整租戶組合，引入新運動品牌，包括全港最大的WK Jumbo專門店。此外，商場還吸納了Esprit、Extravaganza、Attachment、Little Room及6IXTY 8IGHT。而大受歡迎的台灣餐飲品牌XOXO Café亦於二零一五年十一月開幕。

商場的市場推廣計劃成效卓著，不僅吸引客流，更有助建立忠誠的客戶羣，同時將淘大商場塑造成為家庭提供時尚生活及娛樂的地標。商場於去年復活節推出「Go Green @ Amoy Plaza」，活動大受歡迎，吸引超過一萬五千人次參與以環保為主題的互動遊戲，另有七千人次用單車發電機，為美麗的發光二極體（LED）環保樹發電。該次活動為淘大商場和香港科技園的首個合辦活動，為傳統復活節添上新意。顧客還可用手提電話，將復活蛋尋寶活動變為有趣的互動遊戲，並於社交媒體分享活動資訊。