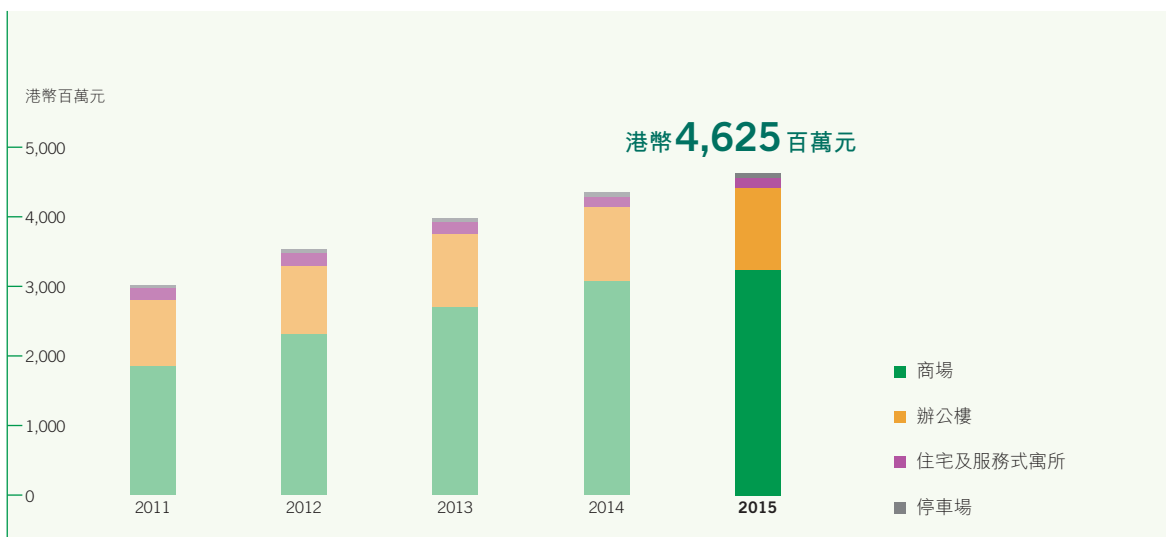




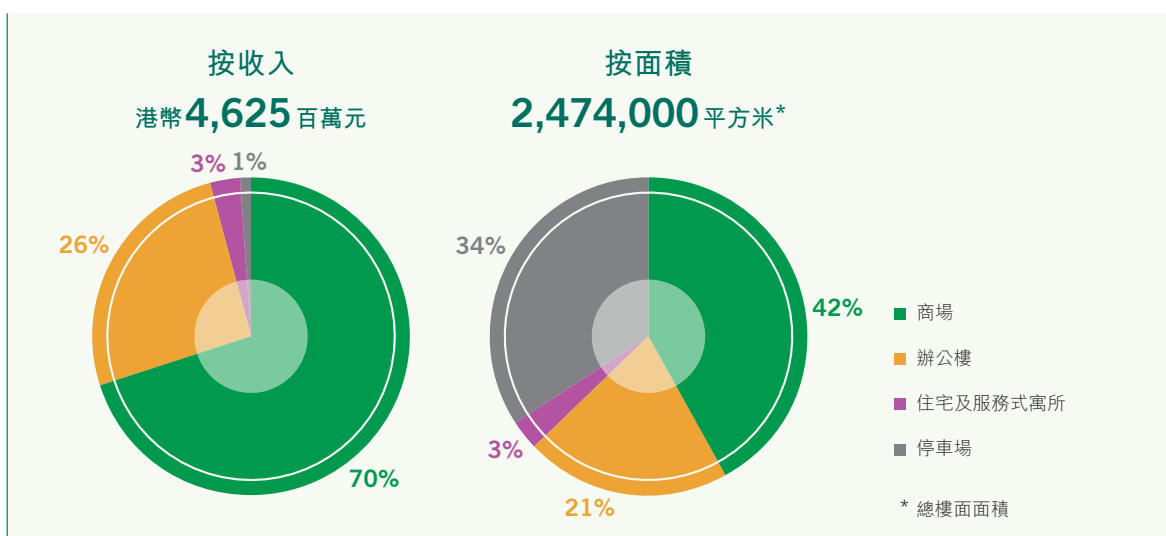
## 中國內地物業租賃

恒隆自九十年代起活躍於中國內地的商業物業市場，隨着各個項目落成，我們的營運焦點將由建築世界級商業綜合項目及地標性物業，逐漸轉移至以顧客服務和市場營銷為重點。

### 中國內地物業租金收入



### 中國內地物業租賃組合分佈



儘管海外購物的現象有上升趨勢，加上經濟前景不明及股票市場波動，令市場氣氛轉淡，我們在租賃業務方面的表現仍然錄得穩健增長。

內地的租金收入較去年同期上升百分之六至港幣四十六億二千五百萬元。新落成的項目包括天津的恒隆廣場、大連的恒隆廣場、無錫的恒隆廣場辦公樓及瀋陽的市府恒隆廣場辦公樓，為租金收入帶來貢獻。上海物業組合的租金收入縱然有所上升，惟部分升幅受市府恒隆廣場及無錫的恒隆廣場的購物中心租金減少而抵銷。

### 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 (於年底)		總樓面面積 <sup>#</sup> (千平方米)	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
商場	<b>3,234</b>	3,064	<b>81%</b>	89%	<b>1,049</b>	827
辦公樓	<b>1,188</b>	1,083	<b>77%</b>	73%	<b>506</b>	315
住宅及服務式寓所	<b>135</b>	145	<b>81%</b>	60%	<b>83</b>	83
停車場	<b>68</b>	62	不適用	不適用	<b>836</b>	686
總計	<b>4,625</b>	4,354	<b>79%</b>	80%	<b>2,474</b>	1,911

<sup>#</sup> 包括地面及地底之樓面面積



## 物業簡介

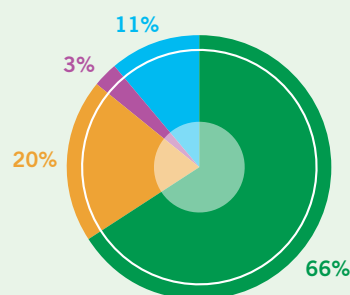
## 恒隆廣場·上海



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。五層高的頂級購物商場雲集多個知名奢華品牌，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（按已出租樓面面積）

- 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
	住宅及服務式寓所	不適用
車位數目		804
租出率 (於年底)	商舖	97%
	辦公樓	98%
	住宅及服務式寓所	不適用
	購物商場租戶數目	120

## 港匯恒隆廣場·上海

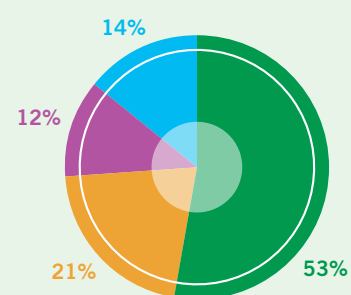


坐落上海徐家匯商業中心區域，港匯恒隆廣場包括購物商場、辦公樓、住宅及服務式寓所。憑着獨特且時尚的造型，港匯恒隆廣場突圍而出，成為上海市的地標性建築之一。

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。

港匯恒隆廣場的辦公樓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（按已出租樓面面積）



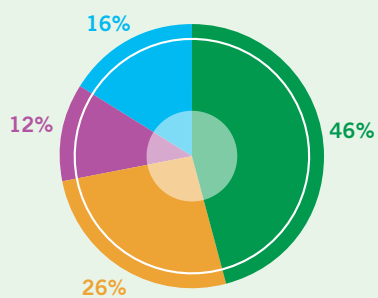
總樓面面積 (平方米)	商舖	120,188
	辦公樓	67,200
	住宅及服務式寓所	83,200
車位數目		835
租出率 (於年底)	商舖	97%
	辦公樓	97%
	住宅及服務式寓所	81%
	購物商場租戶數目	360

### 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（按已出租樓面面積）



109,307

不適用

不適用

864

90%

不適用

不適用

200

### 市府恒隆廣場·瀋陽

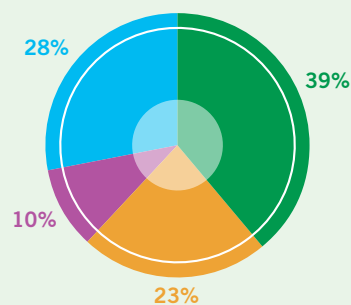


市府恒隆廣場坐落貫通瀋陽市中心，有「金廊」之稱的青年大街。項目置身於瀋陽市地標之交匯點，盡享黃金地利。

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。

市府恒隆廣場辦公樓樓高八十八層，高度超過三百五十米，是瀋陽市罕有的超高樓建築，已吸引多間跨國企業進駐。

#### 商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



101,960

190,745

不適用

2,139

87%

42%（低及中層）

不適用

120



## 物業簡介

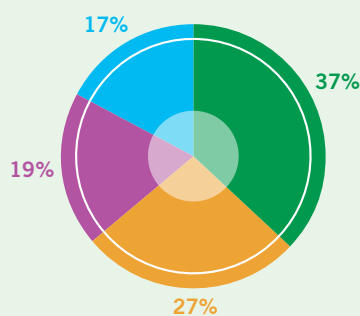
## 恒隆廣場·濟南



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（按已出租樓面面積）



## 主要統計數字

總樓面面積 (平方米)	商舖	171,074
	辦公樓	不適用
	住宅及 服務式寓所	不適用
	車位數目	789
租出率 (於年底)	商舖	88%
	辦公樓	不適用
	住宅及 服務式寓所	不適用
	購物商場租戶數目	310

## 恒隆廣場·無錫

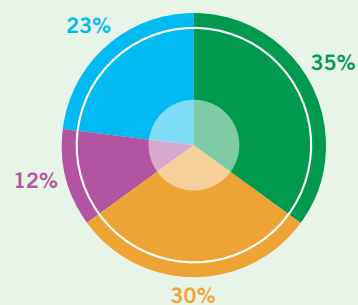


坐落於無錫市之商業中心梁溪區人民中路，無錫的恒隆廣場（一期）目前是一座包括購物商場及兩座甲級辦公樓的商業綜合項目。

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（按已出租樓面面積）



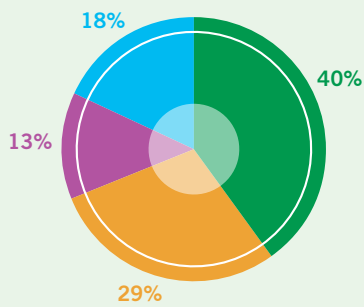
總樓面面積 (平方米)	商舖	118,135
	辦公樓	88,560
	住宅及 服務式寓所	不適用
	車位數目	1,292
租出率 (於年底)	商舖	72%
	辦公樓	70%
	住宅及 服務式寓所	不適用
	購物商場租戶數目	150

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（按已出租樓面面積）



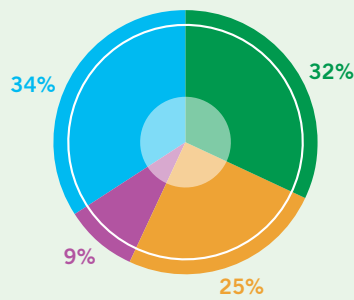
152,831
不適用
不適用
800
86%
不適用
不適用
285

恒隆廣場·大連



大連的恒隆廣場坐落大連市核心商業街五四路，是恒隆在內地的第八個世界級商業項目。這座規模宏大的建築設計獨特，其幾何外型展示出中國文化中太極雙鯉魚的吉祥、豐盛寓意和充滿動感的抽象形態。坐擁超過二十二萬平方米的零售面積，大連的恒隆廣場是恒隆旗下目前最大型的購物商場，為當地提供多元化的購物、飲食及娛樂設施，並吸引多個國際品牌首次落戶大連，開設其旗艦店及概念店。

商舖的行業性質分佈（按已出租樓面面積）



221,900
不適用
不適用
1,214
54%
不適用
不適用
124



上海的恒隆廣場舉行結合三維裝置技術的「非常花漾季」活動

### 恒隆廣場·上海

雖然經濟環境尚不明朗，加上一些新開業的購物商場令市場競爭愈趨激烈，惟**上海的恒隆廣場**依然是奢華品牌旗艦店的集中地。除普拉達（PRADA）旗艦店進行擴張外，全新的芬迪（Fendi）旗艦店，以及迪奧（Dior）旗下的品牌時裝店亦將在二零一六年完成擴充和裝修。此外，多個同樣國際知名的新品牌，亦預計於明年進駐恒隆廣場。

第一座辦公樓和商場的優化工程正順利進行。工程完成後，地庫一層購物商場將與地面各個零售樓層及停車場連接，有效提升客流。此外，西庭的露台位置亦將開設多家咖啡廳。此等舉措將吸引更多種類的時尚配件及高級餐飲品牌進駐商場，讓顧客能享受奢華的同時，也能得到豐富多樣的消閒購物體驗。

為配合優化工程，商場早前引進了一系列新興的國際品牌，包括寶曼（Balmain）、高雅德（Goyard）、Y-3、Maje及緯尚時（Versus），還有多個首次於上海開設零售店的品牌，例如羅媛納（Leonard）、馬丁·馬吉拉時裝屋（Maison Margiela）、Diptyque、Agent Provocateur及原液之謎（Biologique Recherche）。藉着引入這些新品牌，上海的恒隆廣場滿足了新一代消費羣對奢華品牌以外的需求。

上海的恒隆廣場為多個國際奢華品牌的落戶點，加上其不斷提升的餐飲服務，商場於二零一五年連續第三年獲得由備受商界關注的媒體《申江服務導報》頒發的「年度最時尚顯貴地標獎」。

**上海的恒隆廣場辦公樓**的租出率比去年同期上升六個基點至百分之九十八。部分現有的知名品牌租戶於二零一五年更新租約及進行擴張，當中包括LVMH集團旗下多個品牌的業務和營運遷移到我們的辦公樓，並將其租用面積增加至超過一萬八千平方米。此外，新進駐的租戶，包括日本著名製藥公司參天製藥的中國總部，亦已進駐。

項目的優化計劃已於二零一五年六月展開，並預計大部分工程可於二零一六年完成，工程完成後將全面提升我們在硬件及軟件上的設施及服務，加強競爭力。第一座辦公樓大堂的第一階段工作已於二零一五年年底完成，並以全新面貌示人。當優化工程完成後，深信定能進一步鞏固我們在市場上的領導地位。

### 港匯恒隆廣場 · 上海

**港匯恒隆廣場**是世界級購物商場，因此，透徹地了解市場趨勢及氣氛以重整租戶組合尤其重要。為了配合市場需要，商場引入多個新興的國際高端品牌，有效刺激客流增長。此外，二樓新增的「彩妝區」亦吸引了一眾年輕時尚的顧客羣，商場亦因此而陸續引入新興的時尚女裝品牌。

商場於去年舉辦了一系列配合季節、節日及潮流的推廣活動，有效提升客流量。由以《星球大戰》及《大力水手》為主角的主題活動，以至夏日立體迷宮及「聖誕煥型季」，每個活動都讓租戶與顧客樂在其中。而在芸芸推廣活動中，由恒隆與國家地理頻道共同呈獻，於二零一五年九月在港匯恒隆廣場首度舉辦的「超感官霸王龍巡展」，是全年最具創意的活動。

港匯恒隆廣場的資產優化計劃將於二零一六年年底開展。商場計劃引入多個特色餐飲品牌，致力提升項目以滿足市場需求。同時，我們支持租戶進行提升工程，當中已落實裝修或在計劃中的品牌包括馬克·雅可布 (Marc Jacobs)、蔻依 (Chloé)、登喜路 (Dunhill)、雨果博斯 (Hugo Boss)、蔻馳 (Coach)、邁克高仕 (Michael Kors) 及特斯拉汽車 (Tesla)。



恒隆與國家地理頻道合作，舉辦全球首個「超感官霸王龍巡展」





## 中國內地物業租賃

**港匯恒隆廣場辦公樓**的租出率維持在百分之九十七，租戶當中包括於二零一五年續約並租用全層的國際企業，例如網上媒體公司優酷及國際承軸重建及維修公司鐵姆肯 (Timken)。隨着多家國際公司進駐辦公樓，我們的租金收入穩步上升，落戶的公司包括休閒服裝品牌優衣庫 (UNIQLO)、護膚品生產公司妮維雅 (Nivea)、美國包裝公司美德維實偉克 (MeadWestvaco)、國際公關公司達意美施 (Bates CHI&Methinks) 及國際廣告公司 BBDO。

**港匯恒隆廣場住宅及服務式寓所**的收入下降百分之七至港幣一億三千五百萬元，平均租出率減少主要是由於在附近進行的建築工程，影響了周遭的環境氛圍，加上全球經濟衰退引致公司縮減職員住宿支出，因而導致二零一五年的住宅需求下跌。

### 市府恒隆廣場·瀋陽

**市府恒隆廣場**的購物商場受零售消費疲弱及租金下調影響，零售銷售額減少百分之三。有見及此，我們於二零一五年專注鞏固及提升商場的競爭優勢。

憑藉推出貴賓會員企劃，商場掌握了顧客服務及關係管理的新機遇。目前，計劃已吸納超過一萬四千五百名會員，人數更在持續上升。貴賓會員企劃的資料庫不僅協助我們制定有效及以客為本的推廣活動，還提升了顧客的歸屬感。租戶亦很欣賞此項措施，主動與我們合作推行宣傳。因此，我們將投入資源深化此項工作，加強與租戶的溝通和合作，協助他們提高銷售額。

有見內地新近實施的二孩政策，市府恒隆廣場於三樓設立「兒童專區」，引入一系列童裝服飾、玩具及教育品牌，以滿足家長需求。此外，國際品牌湯麗栢琦 (Tory Burch) 也於二零一五年八月，在商場開設了其首間地區專門店。

儘管疲弱的市道令零售額下降百分之三，不少在市府恒隆廣場內開業的品牌均有收入增長，部分租戶更錄得超過百分之十的升幅，當中包括 I.T、Moncler、蒂芙尼 (Tiffany & Co)、華倫天奴 (Valentino)、紀梵希 (Givenchy)、沛納海 (Panerai)、伯爵 (Piaget)、蔻依 (Chloé)、克里斯提·魯布托 (Christian Louboutin)、賽琳 (Celine)、浪凡 (Lanvin)、溥儀眼鏡 (Puyi Optical)、百麗宮戲院、趙記老舖、領仕扒房和思妍麗。憑着有效的租戶重組，我們的租戶組合將愈來愈豐富和多樣化。

超過

14,500  
名貴賓會員



市府恒隆廣場的「貴賓會員企劃」開展了顧客服務及關係管理的新機遇

按時及按預算落成的**市府恒隆廣場辦公樓**已於二零一五年一月開幕，中層及低層的辦公室租戶在二零一五年第一季開始分批遷入。雖然市場競爭十分激烈，辦公樓在九個月內仍然取得百分之四十二的租出率，表現大致理想。

市府恒隆廣場辦公樓吸引多間跨國企業進駐，包括三井住友銀行、美敦力 (Medtronic)、惠柯醫療 (Covidien)、尼康 (Nikon)、中意財險、阿斯泰來製藥 (Astellas Pharma)、歐姆龍 (Omron) 及北海道銀行等，皆選擇我們的辦公樓為落戶點。此外，鹽商集團、中國平安保險、世紀高通、桃李食品有限公司、海通恒信、九州證券及浙商創投等多家國內大型企業，亦已決定租用本辦公樓。

### 皇城恒隆廣場・瀋陽

經歷兩個租賃周期，**皇城恒隆廣場**的租出率穩步上升，零售額亦較去年同期增加百分之二，帶動租金收入平穩增長。

年內，商場推出迎合顧客的市場推廣策略，有效地穩定客流，奠定其在區內前衛時尚熱點的地位。例如以獨特的無對白動作喜劇而著名，來自韓國的「亂打神廚秀」 (Nanta Show)，便吸引大量顧客於商場大堂觀賞。此外，知名手機遊戲「植物大戰殭屍」 (Plant vs. Zombie) 的角色亦於萬聖節齊集皇城恒隆廣場，帶動商場客流、車輛入場數目及銷售額大幅上升百分之九十。



來自韓國的「亂打神廚秀」吸引了大批顧客到皇城恒隆廣場觀賞



## 中國內地物業租賃

上半年租戶組合轉變。多個國際品牌如潘多拉珠寶 (Pandora)、富莉富蕾 (Folli Follie)、埃德·哈迪 (Ed Hardy)、VANS、New Balance 及 Carhartt 均選擇進駐皇城恒隆廣場，令於商場落戶的品牌更加豐富。

### 恒隆廣場·濟南

雖然經濟前景不明朗對消費造成負面影響，但卻促使零售商選擇在有信譽的商場內開設其店舖以鞏固市場地位，**濟南的恒隆廣場**便因此而受惠。商場不僅在逆境中贏得租戶的歡迎，來年更會引進一系列新品牌，而一個全球知名的科技產品品牌，亦預計於二零一六年上半年在恒隆廣場，開設其在濟南的第一間零售店。

除了傳統的零售店，濟南的恒隆廣場亦引入多元化的休閒及時尚生活店舖及設施，包括健身中心、美容中心、書店及咖啡廳、藝術學校及兒童遊樂場。其他於本年度落戶商場的著名國際品牌還包括 Avirex、BOY LONDON 及首度於山東開設專門店的 Nannini。十一位現有租戶已於二零一五年完成店舖提升工程，另外的六個租戶則預計於二零一六年開展升級工程。

濟南的恒隆廣場於二零一五年年底的租出率上升至百分之八十八，租金收入穩定。然而顧客的消費模式趨向審慎，商場的零售收入與去年維持相約。



濟南的恒隆廣場舉辦「Costume Ball on Stage」萬聖節活動，深受顧客歡迎

## 恒隆廣場 • 無錫

由於經濟低迷及市場上的各種挑戰，**無錫的恒隆廣場**的零售額錄得下降，而租出率亦因租戶組合進行調整而降至百分之七十二。有見及此，商場已推行一系列計劃及政策，刺激消費。

無錫的恒隆廣場集中推行多個市場推廣活動，將商場打造為當地的消閒熱點。由恒隆及國家地理頻道合辦的「超感官霸王龍巡展」，不但受到當地市民的歡迎，更吸引了鄰近地區的訪客前來，帶動商場客流上升。此外，「誰說熊寶不能酷」企劃推出的塗鴉活動、Running Bear 手機應用程式及以小熊為主題的期間限定咖啡廳，以及在年底舉辦的兩周年活動「分分有禮」購物獎賞，亦大受顧客歡迎。



無錫的恒隆廣場舉辦了包含一系列多元化活動的「誰說熊寶不能酷」，為顧客帶來嶄新的體驗和樂趣

商場重視租戶優化，隨着玩具反斗城和萌寶星球的開業，三樓已轉型為兒童區，我們會繼續留意其他租戶組合的需要。無錫的恒隆廣場仍然是高級品牌進駐當地市場的主要立足點，商場已引入著名朱古力品牌歌帝梵 (Godiva) 及另外兩個首次進駐無錫的時尚品牌晴姿 (JINS) 及 APM Monaco。加上多間全新飲食店舖於連接商場及地鐵站的隧道開業，令我們提供的產品及服務更加多元化。

**無錫的恒隆廣場第一座辦公樓**於二零一四年十月開幕，現已完成首個營運周期。辦公樓於二零一五年年底錄得百分之七十的租出率，進展良好，表現理想。

辦公樓租戶主要為金融企業，涵蓋保險、資產管理、投資、證券及信託公司。辦公樓符合國際標準，吸引多間跨國企業進駐，當中包括 Hennes & Mauritz AB (H&M)、三菱電機、大金冷氣及富士施樂 (Fuji Xerox)。此外，多間銳意向全國擴展的國內企業亦選擇以無錫的恒隆廣場辦公樓為立足點，包括新華人壽保險股份有限公司、中國平安保險、華能貴誠信託有限公司、陸家嘴國際信託有限公司及華林證券。



## 中國內地物業租賃

### 恒隆廣場・天津

天津的恒隆廣場完成首個營運周期，在逆市下表現良好，租出率高達百分之八十六，表現理想。

商場引入多個著名品牌，包括潘多拉珠寶 (Pandora)、悅詩風吟 (Innisfree)、伊蒂之屋 (Etude House)、托尼魅力 (Tony Moly)、斯沃琪 (Swatch)、希爾瑞 (Theory)、COS、H&M、Aape、CK Jeans、雨果博斯 (Hugo Boss)、邁克高仕 (Michael Kors)、Y-3、Armani Collezioni、Gant、Carhartt、蓋璞 (GAP) 及 Abercrombie & Fitch 旗艦店。豐富的租戶組合吸引顧客光臨，加上針對目標客羣的市場推廣計劃，持續推動客流，並將恒隆廣場推向重要的地標性地位。除以上的品牌外，一個國際知名的科技產品品牌更將於二零一六年上半年進駐恒隆廣場。

天津的恒隆廣場於二零一五年成功推行十五個市場推廣計劃及五十項宣傳活動，包括情人節活動「心跳情人夜」及天津最大型的萬聖節派對。推廣團隊還積極與知名品牌、動畫人物，例如芭比 (Barbie)、大白 (Baymax)，以及藝術家如 Joy Brown 等合作，致力打造獨一無二的推廣活動，創造潮流文化，並與顧客建立緊密的連繫。

EST 計劃推出以來，成功與微信及租戶合作打造新平台，吸引眾多顧客參與商場推出的線上線下宣傳活動，反應熱烈。天津的恒隆廣場將繼續運用資訊科技，並以此作為主要的宣傳渠道及策略。

我們將不斷提升租戶組合，引入更多受歡迎的品牌。商場還會適時舉辦受大眾喜愛的推廣活動，例如萬眾矚目的「超感官霸王龍巡展」，便將於二零一六年四月及五月登陸天津的恒隆廣場。此巡展已於恒隆旗下多個商場內舉辦，所到之處均吸引人潮。



天津的恒隆廣場舉辦的科技互動光影舞及鐳射秀，掀起高漲的氛圍



大連的恒隆廣場  
開幕後迅即吸引  
大批市民蒞臨

## 恒隆廣場 · 大連

大連市最新的地標建築——**大連的恒隆廣場**，已於二零一五年十二月十八日開始試業。商場的零售面積超過二十二萬平方米，是恒隆目前在內地最大的購物廣場，標誌着恒隆矢志為當地帶來優質的服務和長遠的發展。除了帶來非凡的購物體驗外，商場還提供多元化的娛樂和消閒設施，當中包括世界級的溜冰場，以及設有十個影廳，而當中最大的一個巨幕廳更可同時容納最多四百位觀眾的電影院。

憑藉租賃團隊的努力，商場已引入一系列提供各類產品及服務的租戶，致力將大連的恒隆廣場打造為購物及娛樂的首選地點。除了近四十個首次進駐遼寧省的品牌外，其他國際品牌還包括安普里奧·阿瑪尼 (Emporio Armani)、蔻馳 (Coach)、歐米茄 (Omega)、萬寶龍 (Montblanc)、莫斯奇諾 (Moschino)、紀梵希 (G Givenchy)、古馳鐘錶及珠寶 (Gucci Timepieces & Jewelry)、Armani Jeans、Y-3、alice McCALL、潘多拉珠寶 (Pandora)、施華洛世奇 (Swarovski)、UGG、Ralph Lauren Kids、雨果博斯童裝 (Hugo Boss Kids)、法拉利童裝 (Ferrari Kids)、力高琵熊 (Nicholas & Bears)、小帆船 (Petit Bateau) 及 Adidas Neighborhood，令大連的恒隆廣場成為提供國際時尚品牌的購物地標。此外，多個廣受追捧的品牌，包括COS、安德瑪 (Under Armour)、Coterie、Nannini，亦將於大連的恒隆廣場開設旗艦店，當中還包括一個受全球歡迎的科技產品品牌。

聖誕期間，商場設計了結合EST計劃的宣傳活動，推出互動式幸運大抽獎及線上顧客關係計劃，藉此建立穩固的顧客基礎，協助未來的目標客戶推廣企劃。

40  
個新品牌進駐  
恒隆廣場 ·  
大連

