



我們的內地物業組合在零售額及收入方面均錄得持續增長，主要受惠於奢侈品消費強勁，以及於報告年度內新項目投入營運所帶來的收入。

市場環境

儘管持續的中美貿易糾紛導致國內生產總值增長放緩，內地的商舖租賃業仍錄得強勁增長，主要由於消費從國外回流到國內所致，尤其是高端奢侈品方面的消費。國際奢侈品牌致力收窄於內地與國外銷售商品之間的價格差距、人民幣貶值，以及中央政府的一連串有利政策，包括降低進口關稅、加強入境口岸海關管制和成立電子商務法以打擊水貨等，均有利內地奢侈品消費的增長。

根據貝恩公司 (Bain & Company) 於2019年11月發布的奢侈品研究報告，全球個人奢侈品消費市場於2019年增長4%至2,810億歐元，當中以內地奢侈品消費市場的增長速度最快，按固定匯率計算，上升26%至300億歐元。中國消費者佔全球奢侈品市場總值的35%。

另一方面，辦公室租賃業則面臨供應過剩和需求放緩的情況，當中以位於許多一線和二線城市的跨國企業尤為顯著。

業務概況

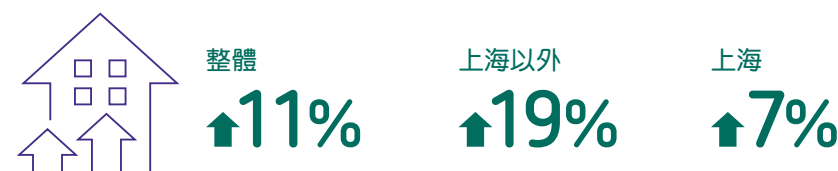
於2019年，我們的內地物業組合在零售額及收入方面均錄得持續增長，主要是由於旗下內地物業的策略性定位和持續擴展。恒隆的品牌價值，加上對以客為尊、優質服務和建立關係的重視，進一步鞏固我們的業務發展。此外，我們在旗下商場積極舉辦市場營銷活動，並於年內在六個商場推出會員計劃「恒隆會」，集中加強與租戶的交流和提升顧客忠誠度，在吸引優質新品牌進駐和鼓勵現有租戶擴展方面的成效顯著。

我們的辦公樓和服務式寓所在需求疲弱的情況下仍錄得穩定增長。我們的物業坐落於黃金地段且配備頂級設施，依然是跨國企業和行業領導者在內地市場的首選。我們於內地物業組合中的首間酒店——位於瀋陽市府恒隆廣場的瀋陽康萊德酒店經已開業，其將帶動市府恒隆廣場的商場及辦公樓之業務增長，進一步確立它們的高端定位。

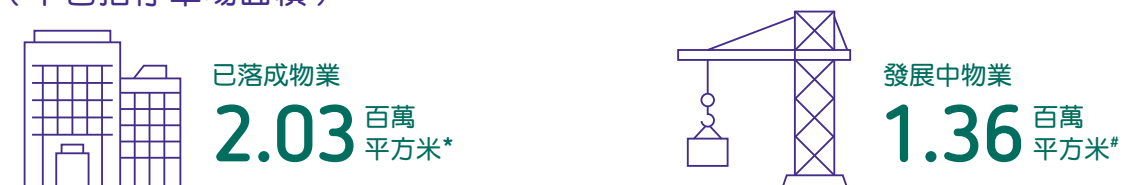
公司於內地的第11個發展項目——杭州恒隆廣場於2019年動工，標誌着恒隆的一個重要里程碑。杭州恒隆廣場位於杭州下城區百井坊的黃金地段，將發展成為包括一座世界級商場、五幢甲級辦公樓及一間豪華酒店的地標式商業綜合項目。項目預期於2024年起分階段落成，涉及的投資預計約人民幣160億元。

截至2019年底，儘管面對競爭激烈的市場環境及經濟下滑，我們的內地物業組合依然表現出色。憑藉我們在市場上賴以成功的核心元素，公司於內地的發展將繼續保持其增長勢頭。

內地租賃收入同比增長 (以人民幣計值)



內地投資物業總樓面面積 (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



超過70個全球最令人趨之若鶩的品牌雲集Home to Luxury盛裝派對，向尊貴顧客展示各種獨家限量的臻品及活動

上海恒隆廣場

購物商場

上海恒隆廣場吸引超過100家全球奢華及餐飲品牌進駐，繼2017年完成資產優化計劃後，再度錄得輝煌增長。於報告年度內，我們引入知名品牌以提升商場的租戶組合質素，進一步鞏固其Home to Luxury的定位，並透過會員計劃「恒隆會」深化與長期客戶的互動交流，以充分把握利好的市場氣氛，再創收入高峰。

於2019年，我們於地庫及三樓進行大規模的租戶組合重整，令租戶組合更為多元化及提升銷售表現，其中地庫已蛻變成爲頂級奢侈品牌的集中地，而三樓亦引入了更多時裝設計師品牌。目前合共有22個新品牌進駐商場，包括CELINE 男士進駐內地的首家獨立時裝店、Byredo 及 Yves Salomon 在內地的首家門店、Pronovias 的亞洲旗艦店及 Stella McCartney Kids 在華東的首家童裝店；而巴黎世家 (Balenciaga) 及 Maison Kitsune 等品牌開設的地區或內地獨家期間限定店亦深受消費者青睞。

「恒隆會」自2018年9月推出以來，讓商場以全新形式與顧客保持交流及與租戶合作，帶動零售額的增長。「恒隆會」會員可享多項專屬禮遇，而作為商場的尊貴顧客，更可獲得獨家邀請，出席一年一度的Home to Luxury盛裝派對。該派對吸引了接近3,000位尊貴賓客盛裝出席，共享一個超凡奢華之夜。商場更善用科技，利用微信小程序為各賓客提供個人化的派對指南，讓賓客了解現場的各項精彩活動，以提升顧客滿意度。派對更設有多個活動，包括每小時兩次的幸運大抽獎，亦設有售賣機，讓賓客有機會獲得由租戶精心準備的特別禮物。

展望未來，上海恒隆廣場將會持續優化以客為尊的措施，以實現最大的增長。雖然浦東和浦西地區均有新項目亮相，令當地市場的競爭愈趨激烈，但上海恒隆廣場定位明確，並不斷致力吸引新品牌進駐，調整租戶組合以緊貼市場需求，加上「恒隆會」有助加強顧客忠誠度，這些因素均為其提供穩健的基礎，以維持發展動力。此外，商場透過優化措施增加可租賃面積，從而釋出更多零售空間，方便租戶日後擴展業務。商場亦已制訂方案，把握機會向零售及辦公樓租戶進行互相推廣，以期發揮最大的協同效應。

辦公樓

上海恒隆廣場的兩座甲級辦公樓持續獲得優質租戶青睞，當中包括知名跨國及內地頂尖企業，遍及金融服務、零售及專業服務等行業。在經濟環境不明朗的情況下，租出率於2019年年底依然維持93%的穩健水平。新的租賃成交乃源自專業服務行業的辦公室需求及LVMH集團等主要租戶的內部擴張。租金壓力預期將於2020年持續，而儘管

靜安區的辦公室供應有限，去中心化所造成的影響無疑會存在，特別是對租金敏感的租戶市場而言。雖然如此，上海恒隆廣場是上海的地標綜合發展項目，並已於2017年完成大樓及設施的優化工程，將可維持其競爭優勢。

上海港匯恒隆廣場

購物商場

上海港匯恒隆廣場雖於2016年底開始進行大型優化工程，其市場領導地位依然屹立不倒。優化工程的進展良好，而商場現正分階段重新開放（北座及地庫分別於2018年秋季及2019年年中重新開放），同時引入多個新品牌，加上受惠於樂觀的市場氣氛，令客流及零售額自2019年年中起均有所提升。與2019年上半年相比，下半年的零售額錄得17%雙位數增長，而隨着路易威登（Louis Vuitton）、古馳（Gucci）、蒂芙尼（Tiffany & Co.）、Bottega Veneta及CELINE等主要奢侈品牌租戶進駐南座，商場的租出率亦上升至91%。

上海港匯恒隆廣場已調整其租戶組合，迎合現代奢侈品客戶群的喜好；同時亦積極吸納新的特色商戶，包括2019年2月開幕的內地首家及唯一一家星巴克臻選咖啡·焙烤坊、位於地庫全新化妝品專區的15個國際品牌，以及Zara和i.t等具市場領導地位及受年青顧客歡迎的時尚服飾零售商。

與此同時，眾多頂級奢侈品牌將於2020年相繼進駐商場。隨着上海港匯恒隆廣場於2019年12月推出「恒隆會」並引入眾多現代設計師品牌，從長線發展而言，商場的前景是十分樂觀。

辦公樓

辦公樓於報告年度內表現穩健，主要由於租金上調為租賃收入帶來正面增長所致。除了與租戶續約外，來自專業服務、貿易，以及電訊、媒體及科技行業的新租戶令其年底租出率維持在96%的穩定水平。

由於徐匯外灘區的新增辦公樓供應尚未被市場完全消化，加上市場需求疲軟，令租賃收入持續受壓。商場將會繼續優化租戶組合，集中吸納新的優質租戶，以在2020年維持增長勢頭。

服務式寓所

全球經濟氣氛低迷，到內地工作的外籍僱員亦見減少，導致租賃需求日益疲弱。儘管如此，上海港匯恒隆廣場服務式寓所的顧客群已由

外籍僱員轉為內地的企業租戶，因此其仍保持88%的高租出率。續租率亦維持高企，並受惠於企業租戶的短期租約數目增加。

儘管2020年市場前景仍然挑戰重重，供過於求，但上海港匯恒隆廣場的服務式寓所以提供優質服務見稱，並將會保持競爭優勢。我們將加強數碼及社交媒體營銷方面的投入，並與不同的社交媒體渠道謀求合作機會，藉此將現有的顧客群拓展包括漕河涇高新科技園、西岸及虹橋的內地公司和企業家，並與他們建立緊密聯繫。我們同時會致力與西岸的跨國企業組成更強大的商業聯盟，並以此作為來年的工作重點。就整個上海港匯恒隆廣場項目而言，我們除了可加以善用其協同效應外，更可突顯商場、辦公樓及服務式寓所共同構建全方位生活體驗。



上海港匯恒隆廣場的整個大型資產優化計劃將於2020年第三季完成



瀋陽皇城恒隆廣場是廣大瀋陽民眾的聚腳地

瀋陽皇城恒隆廣場

憑藉瀋陽皇城恒隆廣場成功將其打造成為瀋陽市瀋河區中街路的主要現代生活時尚購物中心，其於2019年錄得穩健的表現。我們致力於加強與租戶溝通及以創新方式協助租戶推廣業務，令商場的零售額及租出率分別上升20%及七個百分點。

商場除了透過引入 Air Jordan 及斐樂 (FILA) 等新品牌以豐富其租戶組合外，亦優化了兒童區，令商場更能夠迎合市場口味及需求。目前進行的租戶優化正正反映我們對商場發展的信心。我們深信，瀋陽皇城恒隆廣場會成為廣大瀋陽民眾的聚腳地。

瀋陽皇城恒隆廣場將會集中資源，進一步優化高端化妝品品牌及女士服飾的租戶組合，亦會引入

更多知名品牌，以迎合顧客不斷轉變的需求。透過貓酷、IMS及智能銷售時點情報系統結合而成的全新會員計劃系統，商場可利用收集的數據了解顧客的喜好、興趣及購物習慣，從而提升顧客的整體購物體驗。

瀋陽市府恒隆廣場

購物商場

瀋陽市的定位因大型市級投資有所提升，而商場的整體表現亦因而受惠。然而，當地零售市場的競爭持續影響客流量及消費增長。商場致力重整租戶組合及使租戶類別更多元化，並因應家庭客戶的需求引入新的餐飲、服務及娛樂商店。此方針取得了豐碩的成果，零售額及租出率分別上升6%及一個百分點。

於報告年度內舉行的市場營銷活動亦提高了現有及潛在顧客對商場的認識。

瀋陽康萊德酒店於2019年第三季開幕，預期來年將提升商場的客流量及銷售額。隨着博柏利 (Burberry)、古馳鐘錶 (Gucci Timepiece) 及華為等主要租戶即將開業，商場的競爭優勢將會進一步提升。

辦公樓

隨着中國銀行進行內部擴張，以及ANA、360、OSSTEM及盛恒律師事務所等多家優質租戶於本年度進駐辦公樓，瀋陽市府恒隆廣場進一步獲得市場廣泛接納和認可，成為跨國及瀋陽當地著名企業爭相落戶的地點。瀋陽康萊德酒店的開幕有助持續優化辦公樓的租戶組合及提高租出率。來年的重點工作是積極投入更多資源，提升服務及迎合顧客需要，從而加強與租戶的聯繫。

酒店

位於辦公樓頂部19層及擁有315間客房的五星級瀋陽康萊德酒店於2019年9月正式開業，是我們內地物業組合中的首間酒店。酒店位於市中心、交通便利，並以頂級客戶服務、卓越的設施及創新餐飲選擇作招徠，為商務及休閒旅客的現代奢華住宿體驗訂下全新標準。

瀋陽康萊德酒店的收入達到預期目標，來自客房業務、餐飲服務及其他來源的收入分布理想，分別佔43%、54%及3%。迄今為止，休閒旅客是客房業務的最重要支柱，其客房晚數佔整體的62%，而公司客戶及團體商務旅客則分別為30%及8%。儘管整體市場環境仍面對一定的挑戰，瀋陽康萊德酒店的開業足以印證恒隆在進一步鞏固瀋陽市府恒隆廣場高端地位方面的決心，務求使之成為中國東北地區最出色的零售、餐飲、生活時尚及商業中心。



年底舉行的「溢光冬境」市場營銷活動大幅增加客流量及零售額

濟南恒隆廣場

濟南恒隆廣場是當地最大型和最著名的購物商場之一。儘管其他來自市內及鄰近城市的購物商場之發展令競爭愈趨激烈，濟南恒隆廣場憑藉其優越地點及市場定位，仍然是中高檔品牌的首選落戶點。

於報告年度內，商場致力優化其租戶組合及區域規劃，引入包括FOSS及卡爾拉格斐(Karl Lagerfeld)等一系列全新潮流奢侈品牌。商場一樓亦開設湯米希爾費格(Tommy Hilfiger)、星巴克臻選及喜茶實驗室(在山東省的首家門店)等品牌的全新旗艦店；而較高樓層則設有各種主題專區，包括Nike Beacon及adidas MEGA等各種領先品牌的

運動區，以及新開業的玩具反斗城所在之樓層——四樓及五樓的家庭及兒童區。七樓(即頂層)則為餐飲區，網羅更多不同食肆，提供豐富的餐飲選擇。

濟南擁有高度的發展潛力，因此濟南恒隆廣場的前景相當樂觀。隨着多個主要租戶，例如露露樂蒙(Lululemon)、安德瑪(Under Armour)及多個國際化妝品品牌即將開業，商場的租戶組合將會持續優化。商場的一樓經翻新後，亦將會引入更多元化的國際時尚品牌。綜合市場營銷策略將以主題推廣活動為主導，以推動跨類別產品的銷售額及線上到線下的轉換率。與此同時，「恒隆會」在濟南恒隆廣場的推出亦將持續提高銷售額及顧客的忠誠度，打造獨一無二的恒隆品牌體驗。



濟南恒隆廣場第三屆「想YAO音樂節」吸引了接近100家不同產品類別的租戶參與，成功提升商場作為濟南生活時尚潮流樞紐的地位



更多國際奢侈品牌
正在進駐無錫恒隆
廣場

無錫恒隆廣場

購物商場

無錫恒隆廣場錄得強勁表現，主要受惠於多元化的租戶組合及租出率上升。古馳 (Gucci) 等國際奢侈品牌正遷移至無錫恒隆廣場，加上喜茶及 Lady M 等人氣品牌開業，帶動零售額按年錄得升幅。租出率則因新戲院開業及奢侈品牌遷入而有所改善。此外，市場營銷活動亦有助增加客流量，當中樂高 (LEGO) 的推廣活動與農曆新年慶祝活動同步舉行，促成樂高與超過50個租戶合作舉辦主題展覽及工作坊，現場更提供獨家禮品及推廣優惠。活動期間客流量急升37%，商場零售額則增加32%。

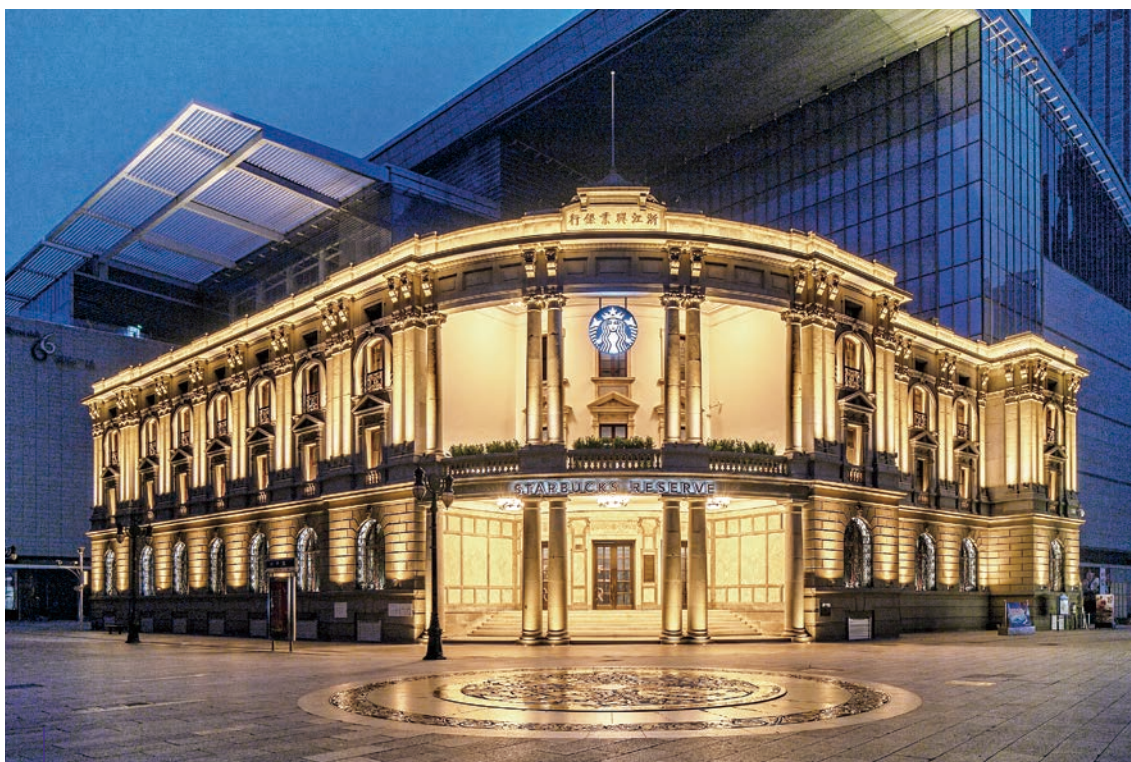
展望2020年，CELINE 及其他頂級奢侈品牌將陸續遷入商場，整體租戶組合亦會不斷優化。此外，城際高鐵的開通以及一條新的地鐵線預期在2023年

年底開始啟用，亦令商場從中受惠。憑藉針對性的推廣活動及會員計劃系統，我們希望與每一位顧客進行更多互動，為其提供更趨個人化的服務。

辦公樓

儘管本年度的經濟環境不明朗、經營環境挑戰重重，無錫恒隆廣場仍然保持其在無錫辦公樓市場的領導地位。第二座辦公樓已於2019年8月正式啟用，有利無錫恒隆廣場吸納全新、優質且具有規模的租戶，例如泰康人壽保險、快手及四川信托等；而位於第一座辦公樓的多個現有租戶，例如華為及平安證券，亦積極進行業務擴張。租戶組合持續優化，當中跨國及內地頂尖企業約佔總租戶的46%。

面對競爭對手進取的租賃策略，無錫恒隆廣場必須鞏固其形象及定位，以及加強其競爭優勢。無錫恒隆廣場將會繼續吸納各行各業的優質租戶，爭取可持續的長期增長。



星巴克臻選旗艦店位於歷史悠久的浙江興業銀行大樓，距離天津恒隆廣場僅一步之遙

天津恒隆廣場

天津恒隆廣場憑藉穩健且極具吸引力的租戶組合，成功產生連鎖效應，吸引了同樣優質的商戶進駐。因此在報告年度內，雖然市場按本地生產總值增長及經濟蓬勃程度計算落後於全國平均水平，但天津恒隆廣場仍然錄得穩定增長。在歷史建築浙江興業銀行大樓內開業的星巴克臻選旗艦店不但有助吸引客流量，同時亦提升承租意欲，而 adidas、SWC、斐樂 (FILA) 及樂高 (LEGO) 等主要新租戶亦陸續進駐商場。由於租戶組合持續優化，2019年的零售額上升5%，而租出率則下跌一個百分點至89%。濱江道步行街完成翻新工程後，將有助引導客流前往商場，而市場營銷活動在提升商場形象及吸引力方面亦功不可沒。

天津恒隆廣場將繼續為商場提供更優質的餐飲選擇並重新規劃其他樓層，配合天津市政府的和平路優化計劃，以增加客流量。於2020年第二季推出的「恒隆會」亦為商場帶來新機遇，有助建立關係及與租戶進行針對性的合作，提升顧客的購物體驗及忠誠度。現時的貓酷會員將轉會至「恒隆會」，而我們亦安排特別活動以吸引顧客對「恒隆會」的興趣，及增加會員人數。

大連恒隆廣場

儘管大連的經濟及人口增長平穩，大連恒隆廣場的收入及零售額於報告年度內仍然錄得大幅增長。全賴商場致力打造人氣現代時尚生活品牌及餐飲概念俱備的租戶組合，發揮相輔相成的效果，租出率上升三個百分點。CNSC 中服免稅店及 NIKE Kicks Lounge 分別於2019年6月及2019年10月開幕，兩者均錄得理想的零售額，並帶動額外客流量，與商場長期合作的主要租戶 PALACE 百麗宮影城及 Ole' 精品超市亦因而受惠。

為了在未來數年維持進一步增長，大連恒隆廣場將會優化其定位，由地區的生活時尚樞紐轉型成融合生活時尚與奢侈元素的地區樞紐。巴黎世家 (Balenciaga)、寶格麗 (Bvlgari)、CELINE 及聖羅蘭 (Saint Laurent) 等頂級國際奢侈品牌將於2020年起落戶一樓的中庭及西區；商場亦會同步實行優化計劃，引入更多新品牌及各國菜式，增加餐飲選擇。隨着「恒隆會」於2020年4月推出，預期商場可以為顧客提供更具吸引力的購物體驗及提高顧客忠誠度。此外，連接商場和地鐵站的隧道定於2021年初落成，預期將增加商場的客流量。



大連恒隆廣場的 HI YA B.Duck 市場營銷活動共有146家租戶參與，在推動零售額及客流量方面取得空前成功



熱門 teamLab 活動於昆明恒隆廣場舉行

昆明恒隆廣場

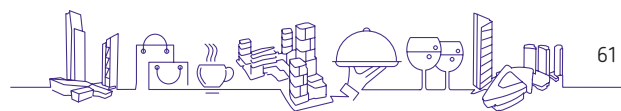
購物商場

昆明恒隆廣場是我們在內地西南地區的首個項目，其購物商場於2019年8月底正式開幕，市場反應熱烈。昆明恒隆廣場以頂級生活時尚中心作為定位，雲集多個尊尚國際品牌及奢侈品牌，於2019年年底已租出91%或已訂立租賃合同。一系列高端國際品牌爭相進駐，當中包括古馳（Gucci）、Jimmy Choo、Qeelin、GGDB、寶珀（Blancpain）、蕭邦（Chopard）、萬國錶（IWC）及積家（Jaeger-LeCoultre）。在全球享負盛名的teamLab展覽亦首次進軍中國西南地區，並選址昆明恒隆廣場，吸引雲南地區的市民慕名而至。

展望2020年，商場致力擴大其奢侈品牌的租戶組合。快將開幕的主要租戶包括伯爵（Piaget）、Bottega Veneta及Dior Beauty。

辦公樓

昆明恒隆廣場的辦公樓於2019年8月底正式啟用，位於昆明的優越位置，集時尚設計、先進設施及優質服務於一身，這些獨有的元素正正是恒隆享譽內地的原因。辦公樓的位置便利，配合一整套完善的設施及服務，有利抓緊租戶對辦公室升級需求的機遇，亦可將其打造成跨國及當地知名企業在昆明擴展業務的據點。儘管整體辦公樓市場放緩，昆明恒隆廣場辦公樓的租出率仍然維持穩定上升的趨勢，多家跨國及當地領先的企業已確認承租，包括安永會計師事務所、施耐德（Schneider）、日立（Hitachi）、斐樂（FILA）、京東、「前程無憂」求職網及海通證券等，反映辦公樓的高端定位及卓越品質所發揮的優勢。



在香港，儘管受到社會動盪的負面影響，我們的核心租賃物業仍展現強韌的抵禦力。

市場環境

在報告年度內，本地消費因中美貿易糾紛而出現下滑，整體零售表現經已疲弱，加上香港的長期社會動盪對旅遊業和消費相關活動造成負面影響，令零售業受到重創。香港2019年零售業總銷貨值按年下跌至港幣4,312億元*，跌幅達11.1%。位於銅鑼灣及旺角等熱門旅遊區的零售商直接受示威活動影響，營業額跌幅更為顯著。

在充滿挑戰的宏觀經濟環境和香港不穩的社會環境下，甲級辦公樓的整體租賃需求同樣放緩，而且部分公司推遲擴張計劃。在報告年度內，香港的辦公樓租金下降，空置率上升。

業務概況

我們的均衡物業組合包括迎合各類型消費者需要的商場，以及位於黃金地段的辦公樓，吸引優質半零售商戶及本港主要行業翹楚進駐，令我們能夠於2019年保持穩定的租出率和租賃收入。我們致力引入獨特而具吸引力的品牌概念以優化租戶組合，同時增強與顧客的互動，為消費者提供更優質和個人化的體驗，因此在零售氣氛低迷下仍能提高消費和客流量。

* 資料來源：政府統計處

香港租賃收入同比增長及租出率

商舖

租賃收入

↑2%

租出率#

98%



辦公樓及
工業
辦公樓

租賃收入

↑1%

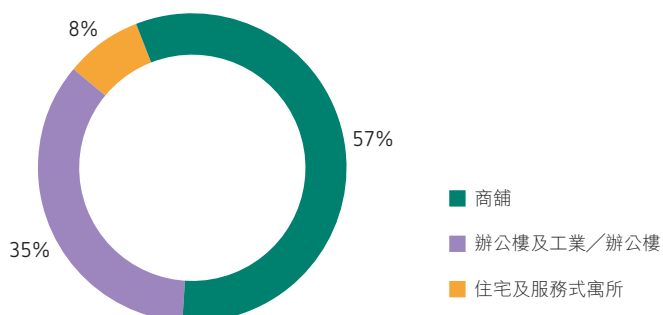
租出率#

93%



所有提及的租出率數據為截至2019年12月31日

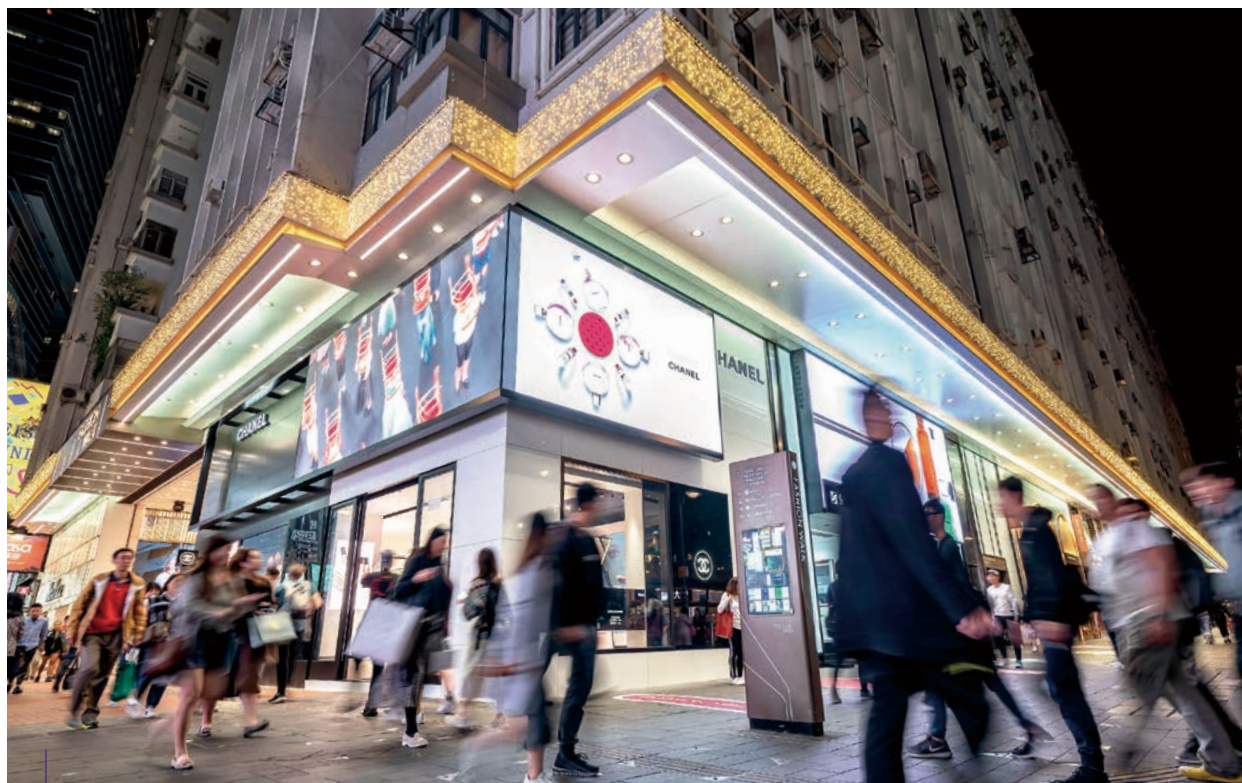
2019年香港物業租賃組合收入分布



Fashion Walk

Fashion Walk 匯聚全城最具人氣購物、餐飲及娛樂品牌，打造引人入勝的潮人地帶。超過100個國際知名品牌穿梭於充滿特色的室內商場及室外店舖，當中包括40間旗艦店及概念店，供時尚達人發掘

最新流行款式，時刻緊貼潮流動向。百德新街經過一輪革新蛻變，成為全新美容大道，並吸納多家名店獨家進駐，當中包括Chanel Beauty Studio、GOUTAL PARIS 亞洲旗艦店連同裝潢瑰麗的 Sensory Lounge 感官休息室、KÉRASTASE Hair Spa by La Vie 護髮概念店及 SkinCeuticals 旗艦店。



Fashion Walk 是潮流達人的必到之地



中環物業組合的租賃表現於2019年維持穩健

一系列全新精選時尚品牌及餐飲店亦強勢加盟 Fashion Walk 的租戶組合，當中不少更是首度亮相的矚目焦點，例如首次進軍香港的全球最大型連鎖海鮮餐廳 Red Lobster。一向以市場營銷活動及推廣見稱的 Fashion Walk 延續熱話，與各大市場翹楚合作推出連串特別企劃，例如跟 Chanel Beauty 合辦 Coco Flash Club 期間限定店，與迪士尼攜手舉辦 Star Wars' Triple Force Friday 全球新品首賣會，並與 Polaroid Original 合作推出全球新品 Polaroid Lab，務求營造別具影響力的顧客體驗。Fashion Walk 更邀請到碧咸、曼城足球會、何超蓮及李亞男等重磅名人現身活動，引來大批群眾熱情簇擁。

與此同時，Fashion Walk 的聯乘推廣企劃亦取得佳績，例如與《芝麻街》合辦的 Fortune Walk 「芝麻開運『型』新春」，於推廣期間成功帶動商場客流和零售銷售，更憑藉出色的線上到線下市場

營銷策略囊括「卓越公關大獎2019」三個獎項，包括「年度最佳公關宣傳項目」銀獎、「最佳結果導向公關宣傳項目」銀獎及「最佳體驗式公關宣傳項目」銅獎。

恒隆中心作為 Fashion Walk 的重要部分，仍然深受一線的旅遊、時裝批發及醫療商戶歡迎，且維持穩定的租出率。

中環物業組合

我們的中環物業組合由渣打銀行大廈、都參利街一號、印刷行及樂成行四座辦公樓所組成，在2019年維持穩定租金增長。物業組合亦雲集一系列特色概念食肆，包括著名的卅二公館、都參利會館、Foxglove、Wolfgang's Steakhouse、鮪佐瀨及「鮪佐瀨はなれ」。於報告年度內，辦公樓租賃表現亦維持穩健，全年租出率高企。



「大富翁夢想世界」是首次於香港亮相的新山頂廣場租戶之一

山頂廣場

山頂廣場完成長達兩年的全面資產優化計劃，在2019年8月以全新面貌和升級租戶組合示人，勢必成為本地及海外旅客必到的旅遊熱點。即使受到準開業租戶退租及延後租期所影響，截至2019年12月，山頂廣場的租出率已達91%。然而，山頂作為香港最受歡迎的觀光熱點之一，本地消費者對該處的優質餐飲體驗有所需求，因此，餐飲租戶預期將錄得相當可觀的收益，租出率亦預期可受惠於此增長勢頭而進一步上升。另外，山頂廣場亦新增超過40個新租戶，當中包括來自日本的37 Steakhouse & Bar及Mina House，茶飲及烘焙店「奈雪の茶」等首次進駐香港的餐飲店，而全球首間大富翁主題館「大富翁夢想世界」及其他新店亦強勢登陸山頂廣場，吸納年輕的家庭客源。



康怡廣場所有舖位於2019年年底維持全部租出

康怡廣場

康怡廣場是一個主要服務附近居民和上班一族的社區購物商場，坐擁全港最大型日式百貨公司AEON STYLE、多元化餐飲選擇、4DMX戲院及一站式教育平台。商場在過去一年的租賃表現理想，所有舖位於2019年年底維持全部租出。

展望未來，康怡廣場將持續優化租戶組合，以時刻迎合本地居民的需要和期望，同時刺激零售需求，帶來額外收入來源。商場亦會加強與租戶和顧客的溝通渠道，以加深了解零售市場氣氛及消費行為的轉變。

旺角物業組合

購物商場

縱然旺角在持續的社會動盪中首當其衝，成為最受影響地區之一。然而我們旗下的商場包括家樂坊、雅蘭中心及荷里活商業中心表現出強韌的抵禦力，並透過調整租戶組合維持穩健租出率，進一步鞏固商場作為時尚、生活品味及餐飲樞紐的地位。

各大商場未來將繼續優化租戶組合，藉此加強時尚、生活品味及餐飲業務的吸引力，亦將會更廣泛地善用電子平台以深化與顧客的聯繫和提升品牌知名度。

辦公樓

面對社會經濟環境的重大挑戰，恒隆旗下辦公樓在2019年仍維持穩健租出率。在報告年度期間，我們透過優化辦公樓物業用途以穩定租賃收入，將家樂坊八樓由普通辦公樓層打造成餐飲據點，提供特色的用餐體驗，並積極地招攬半零售租戶，提升租賃收入。主打醫療服務的雅蘭中心於2019年繼續吸納醫務租戶，其中成功招攬了卓健專科中心，而原有醫務租戶亦有擴展業務。

我們在未來將會更積極整合商戶組合，集中關注對宏觀經濟環境變化有較強抵禦力的行業。雅蘭中心的資產優化計劃將於2020年第一季度完工，屆時更多樓層會作醫務用途，預期將提升物業對醫務行業的吸引力，從而吸納更多醫務租戶。我們亦計劃

積極招攬來自海外升學、移民顧問及海外物業界的新租戶。

淘大商場

這座位於九龍東的人氣商場憑藉策略性重整租戶組合及互動市場營銷計劃，維持穩健業績。由於淘大商場主打日常起居飲食及生活必需品，因此對社會經濟動盪更具抵抗力。商場不但設有多元化的餐飲店、生活雜貨商店及教育機構，更吸納了和民、MOS Café、大生生活超市、力高交易所、Babington、梓峰教育及Techbob Academy等新租戶，成功鞏固商場的吸引力及客流量。

未來，淘大商場將繼續引入娛樂、生活品味、餐飲、教育及大小孩玩具行業的租戶，提升對家庭客群的吸引力。隨着東九文化中心預期於2021年開幕並帶旺該區人流，淘大商場亦將受惠其中。時刻緊貼日新月異的市場動態、顧客需求和本地人口結構，將會是我們規劃未來租戶組合的關鍵所在。



雅蘭中心是專業醫療服務的集中地



淘大商場租戶多元化，成功鞏固其對消費者的吸引力

香港物業銷售及發展

我們將根據市況繼續減持香港的住宅單位，並適時把握機會，透過出售非核心物業釋放更多價值。

隨着年初的香港樓價和銷售量上升，2019上半年的物業銷售表現理想。然而，由於社會經濟環境影響需求，香港的住宅物業市場於第三季開始放緩。市場情緒因持續的中美貿易糾紛和香港社會動盪而受壓，但同時因低利率環境得以提振。不過，豪宅市場仍表現出一定的抵禦力，資本價格大致保持平穩，而買家採取觀望態度。

物業銷售

我們的香港物業銷售業務主要集中於豪宅項目。現時有一個位於浪澄灣（此為西南九龍的豪宅項目，由八座住宅大樓組成，坐擁優美海景）的複式單位，以及九間位於藍塘道23-39號（由18間半獨立式

豪華大宅組成，位處於香港最尊貴地段之一）的大宅仍供出售。

於報告年度內，我們出售了一間藍塘道23-39號的大宅，亦出售了部分香港非核心投資物業，包括111個荔灣花園停車位。

物業發展

於報告年度內，我們在香港有兩項重建項目已開始施工。

我們聯同附屬公司恒隆地產進行位於北角電氣道226-240號的一項重建項目，以建造一幢總樓面面積達9,754平方米的甲級辦公樓，其平台將作零售用途。該項目預期於2022年完成。

於2019年4月，我們透過強制拍賣整合了牛頭角淘大工業村的全部權益。淘大工業村將會重建為可供出售的住宅單位，而其平台將設有商舖，以充分利用其鄰近港鐵九龍灣站以及將來落成的東九文化中心之優勢。該項目預期於2023年完成。

我們將繼續審度時勢，策略性地考慮出售在豪宅市場定位優越的物業。隨着兩項重建項目將分別預期於2022及2023年完成，我們對未來數年的整體表現仍然樂觀。



藍塘道23-39號奪得芝加哥雅典娜建築與設計博物館的2019國際建築大獎