

九置核心盈利增2% 派息微削

吳天海：企業尋求控制成本 寫字樓需求見疲軟

九龍倉置業（01997）公布2024年業績，基礎淨盈利增加2%至61.39億元，股東應佔盈利則大減逾八成至8.91億元，派第二次中期股息0.6元，按年跌1.6%。主席兼常務董事吳天海表示，目前尚未見到零售及寫字樓市場有任何反彈跡象，但假若對於全國兩會及接下來可能出台的措施，市場給出積極反饋，則下半年業務表現有望好於上半年。

大公報記者 蔣去情



吳天海（中）表示，全國兩會及接下來可能出台的措施，有望為下半年業務帶來利好刺激。

九倉置業（01997）2024年業績

項目	金額	變幅	（截至12月底）
總收入	129.12億元	-3%	
基礎淨盈利	61.39億元	+2%	
投資物業重估減值	56.21億元	+378.8%	
股東應佔盈利	8.91億元	-81.3%	
第二次中期股息	0.6元	-1.6%	



◀ Fendi 去年在廣東道開設新店。

2024年九龍倉置業收入減少3%至129.12億元，其中投資物業收入減少1%至108.01億元。集團表示，本港經濟呈現溫和增長的跡象，但市場對商用物業的需求仍然疲弱，零售銷售在2023年初疫後復常初期短暫反彈後再度下滑至今，港元強勢及減息步伐相對緩慢均持續削弱零售銷售，寫字樓需求亦見疲軟，皆因企業在不確定的環境下紛紛尋求控制成本。

寫字樓商場續租處下降趨勢

「上半年市場難見改善。」對於市場前景，吳天海信心不足，並提到今年首2個月集團旗下寫字樓、商場的續租情況與去年同期相若，整體處於下降趨勢。他稱，年初至今尚未見到租客踴躍度出現顯著變化，租客暫時未有提出擴充業務、增加租用面積等，若見到租客做出類似調整，「將為我們注入更多信心。」至於市場何時反彈？吳天海表示，寫字樓受疫情影響，大部分租客在過去幾年收縮業務，部分甚至離開香港市場，因此市場好轉的信號在於租客由收縮轉向擴充，以及是否有來自香港以外地區的新租客入場，零售市場的轉折點則是香港零售總額止跌回升。

跟隨市況調整寫字樓租金

吳天海認為，全國兩會傳達出許多信息，未來仍要關注市場反應，倘若實體市場對相關

信息作出正面反饋，則下半年有望出現好轉。

談及如何應對寫字樓市場的激烈競爭，吳天海指出，不外乎三招，硬件設施層面包括翻新部分年齡較大的舊寫字樓，軟件層面更要改善服務令租客「賓至如歸」，以及跟隨市場情況調整租金水平。

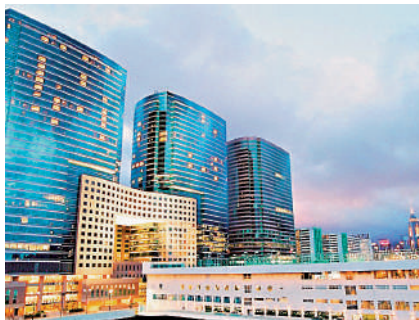
期內酒店業務收入減少1%至15.41億元，營業盈利減少53%至9900萬元。吳天海提到，集團旗下酒店依舊人手緊張，原因之一在於供求，「出租率和去年差不多，需要的人手依舊是這麼多，房價也一直呈現向下趨勢，未見到改善。」

派息政策穩定 多寡取決業務

2024年集團每股合計派息1.24元，佔香港投資物業及酒店基礎淨盈利的65%。被問到派息情況，吳天海重申，集團派息政策自2017年上市以來未有變化，均採用在香港的收租物業和酒店基礎盈利作為基準，再乘以65%來計算，因此派息高低完全視乎相關業務的經營情況，認為派息減少反應香港商業物業、收租物業及酒店的表現差過去年。九龍倉置業昨日跌3.29%，報20.55元，成交額近2億元。

九倉置業主要物業營運數據

海港城	總收入	時代廣場
90.96億元 +2%		-6%
72.04億元 +0.4%	營業盈利	-6%
94% -3個百分點	商場出租率	93% -2個百分點
90% +2個百分點	寫字樓出租率	90% +2個百分點



▲海港城收入佔集團總收入70%。



▲時代廣場收入和營業盈利皆跌6%。

國際品牌擴充 海港城收入增

【大公報訊】九龍倉置業（01997）旗下海港城（包括酒店）的全年收入增加2%至90.96億元，營業盈利增加0.4%至72.04億元，分別佔集團總收入的70%和營業盈利的74%。

截至去年底，海港城商場部分出租率下滑3個百分點至94%，期內有品牌旗艦店在海港城擴大規模，其中Fendi在廣東道開設新店，Celine和Louis Vuitton亦於不同樓層進行擴充。寫字樓部分受到金融及保險業界租戶帶動，出租率上升2個百分點至90%。

時代廣場收入盈利俱跌

另外，時代廣場的收入和營業盈利皆下跌6%，商場出租率下滑2個百分點至93%，至於寫字樓則受惠現有租戶擴大租賃規模，以及來自科技、媒體和金融公司的新租約，令出租率增加2個百分點至90%。

九龍倉置業預計，隨著香港國際機場三跑道系統的落成，本港客貨運航班容量受提振，加上中央政府出台大規模的刺激經濟組合拳以重建市場信心、特區政府着力吸引優質旅客，一旦周期性因素轉向，這些綜合措施將提振零售業和酒店業，有助於振興市場。

戶戶送下月結束港業務 foodpanda接手

【大公報訊】外送平台Deliveroo戶戶送，以「對資本投放的嚴謹要求」為由，宣布將於今年4月7日後結束香港業務，競爭對手之一的foodpanda將收購戶戶送在香港的部分資產，相關客戶和送遞員將會被導向至foodpanda平台，部分餐廳及生活百貨商戶亦將轉至foodpanda營運。

登陸香港9年的戶戶送解釋，香港市場特有的多項因素，讓董事局曾考慮多個策略性方案，但基於戶戶送對資本投放的嚴謹要求，董事局最後認為繼續於香港營運並不符合股東的最大利益，決定撤出香港市場。

foodpanda：持續在港投資

戶戶送提到，2024年香港市場佔集團全球的總交易額5%，撇除英國及愛爾蘭以外的國際市場，相關交易額造成約5個百分點的負面影響，香港市場經調整EBITDA（除息稅、折舊及攤銷前盈利）仍然錄得負數。

foodpanda母公司Delivery Hero表示，集團旗下foodpanda加入香港市場逾10年，今次收購Deliveroo在港的部分資產，是集團對香港市場的持續投資，充分顯示集團為本地外送行業構建可持續的生態圈，為foodpanda的用戶、送遞員和商業夥伴創造價值。

Keeta拒評事件

根據第三方市場調研機構Measurable AI數據顯示，截至2024年第一季度，以訂單數量計算，美團（03690）Keeta市佔率升至43%居首，foodpanda降至37%，Deliveroo只有20%。以商品交易總額（GMV）計算，Keeta佔32%，foodpanda及戶戶送分佔44%及24%。換言之，無論從單量或金額計算，戶戶送均從2020年前市場一哥，掉落至包尾位置。

隨着戶戶送將撤出香港，本港外送平台由「三變二」，餘下foodpanda，以及發展不足兩年的Keeta。對於減少競爭對市場營運的變化，

Keeta回覆《大公報》查詢時表明「不作回應」，只表示正在革新香港外賣市場的標準。

港九勞工社團聯會（勞聯）主席、選委界立法會議員林振昇表示，相信事件只屬個別行業的情況，涉及某種消費習慣及市場模式改變，例如疫情後市民北上消費成風，以致部分企業可能需要被淘汰，未必反映香港的整體經濟環境。

勞聯倡增加外賣員勞工保障

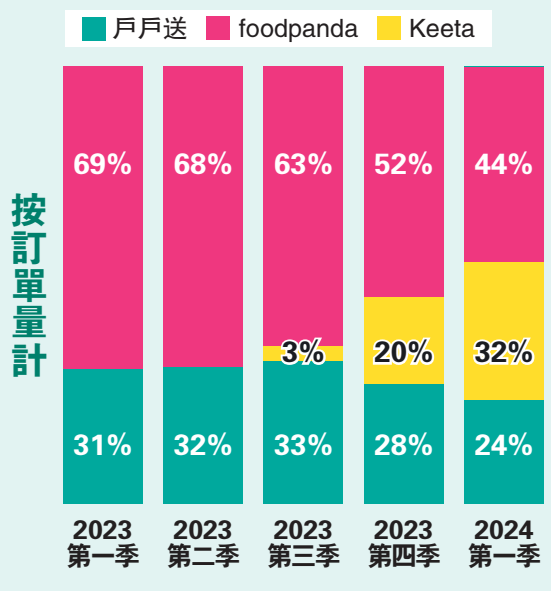
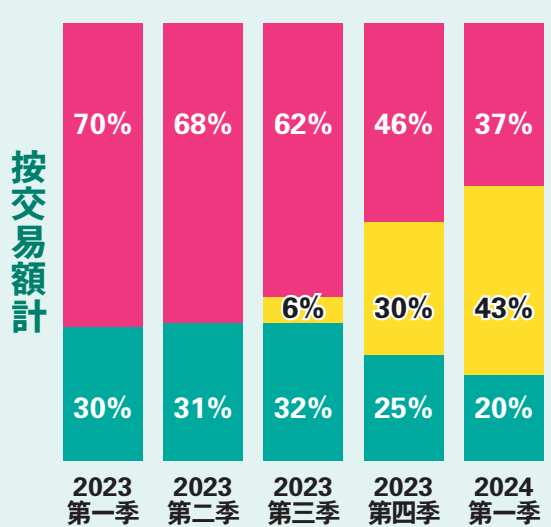
林振昇表示，正接觸部分受影響的前線員工，了解具體情況。他提到，雖然戶戶送與另一外賣平台簽署協議，旗下外賣員可轉至另一平台工作，但是否能吸納所有受影響外賣人員仍然是疑問，部分員工或面臨失業危機。

此外，林振昇指出，由於公司的行政員工受僱傭條例保障，但外賣人員屬自僱人員，不受保障，因此建議特區政府應仿效外國做法，將外賣員定義為自僱人士及僱員之間的獨立工作者，可享有工傷及退休金供款的最基本保障。



▲ Deliveroo戶戶送宣布將於4月7日後結束香港業務。

香港三大外賣平台市佔率



► 戶戶送表示，去年香港市場佔集團全球總交易額5%。



學者：持續派優惠 平台難以維生

【大公報訊】記者盛德文報道：外賣平台Deliveroo戶戶送宣布將撤出香港市場，經濟學者李兆波向《大公報》指出，本港餐飲業收縮，市場成本高，難以容納三間外賣平台，選擇退出屬正常的商業考量。他指出，香港餐飲市場規模由以往每年約100多億元，縮至現時約90億甚至更低，加上北上消費興起及「兩餸飯」夾擊，市場競爭激烈，不斷靠提供優惠吸客，令平台持續燒錢難以有利可圖。

飲食業職工總會權益總幹事招冠聰表示，有工會會員向他透露，做戶戶送外送員的收入已大不如前，即使是飯市的繁忙時段，一個小時內亦只能接到1至3單外賣，等候的時間長。

業界：盛事令港人多出去用餐

香港餐飲聯業協會會長黃家和指出，盛事活動增加令港人多了外出用膳，今年市面餐廳堂食按年升10%，故外賣平台難免受影響。

有外送員指看到新聞及收到戶戶送電郵才知

悉事件，電郵未有提及對外送員的後續安排，感到迷茫。工會暫未接獲會員求助，會關注戶戶送對外送員的後續安排及有何保障給員工，包括最後的薪金會如何處理等。

有在戶戶送、foodpanda及Keeta同時當外賣員的王先生對《大公報》表示，近半年戶戶送收外賣單少得可怕，他負責的元朗區，有時上午9時到下午4、5時，竟連一張訂單都無，而Keeta則訂單不斷。對於戶戶送結束營運，他坦言市場缺乏競爭，對外賣員還是餐飲業都不屬好事，平台有競爭將令外賣員、商戶、用家受益。

戶戶送公關部發言人表示，該公司在香港後台約有200名僱員，公司會按優於勞法例作補償，具體不方便透露。對於約12000名外送員，因屬自僱人士，不會有補償。而大部分人身兼其他外賣平台的送遞員，不會受停運影響。對部分僅登記為戶戶送的送遞員，foodpanda將對轉會的外賣車手提供500元獎金，步兵外賣員則有200元，相信對這部分外賣員不會造成影響。