

K11 MUSEA 品牌升級 出租率 98% 创新高

林灝哲看好五一黃金周 對港零售前景審慎樂觀

旅發局上周公布，今年首兩個月訪港旅客人次升至995萬，按年增加18%，期內受惠內地春節假期及各項大型盛事帶動，內地旅客訪港人次更按年升22%。K11香港行政總裁林灝哲日前接受媒體訪問時表示，對本港今年零售前景審慎樂觀，對即將來臨的五一黃金周更「非常樂觀」，預期旅遊及零售需求將呈正面增長趨勢。他又指，訪港旅客數字理想，有效對沖「北上消費」影響，對於中東等地緣局勢等外圍因素，他則指暫未見對高端奢侈品消費構成明顯直接影響。

●香港文匯報記者 莊程敏



●K11香港行政總裁林灝哲

林灝哲對於本港今年零售前景，抱持審慎樂觀看法。他解釋主因從今年農曆新年的訪港旅客人數及其消費數字來看，均呈現十分正面的按年增長，其次留意到鄰近酒店的入住及預訂情況相當理想，反映旅遊及零售需求穩步上升。他亦提到港人「北上消費」影響已漸趨穩定，暫未見到按年急劇增加情況，而且香港於假期期間的訪港旅客數字表現理想，亦一定程度上對沖了部分本地居民北上消費的影響。

年底前完成第一階段升級

在品牌升級計劃及大型活動推動下，新世界發展有限公司旗下的國際文化零售地標K11 MUSEA可謂「旺丁又旺財」，人流及銷售額皆報喜。林灝哲透露，自2025年起陸續展開品牌更新後，K11 MUSEA人流在去年下半年屢創新高，包括正值暑假的8月及國慶黃金周，銷售額亦錄得持續增長，其中國際一線奢侈品、珠寶及鐘錶銷售額則按年增約21%。繼去年下半年旅客消費按年增長近20%，今年新春黃金周延續強勁勢頭，除錄得人流新高外，旅客消費按年增約60%，推動整個2月成為兩年來旅客消費最高的月份，消費額按年增加80%。

K11 MUSEA於2019年開幕，今年踏入第7年。林灝哲表示，集團於去年初啟動整體品牌升級工作，更新K11 MUSEA整體逾30%舖面面積，引進超過60個首次進駐的品牌，料今年年底前完成第一階段升級，這些品牌升級後相關舖位面積的租金按年能有雙位數增幅，反映各大品牌對K11 MUSEA及整體香港高端零售市場，仍然抱有充足信心。

整個升級計劃分為幾個階段。第一階段(2025年至2026年)較着重地面及一樓一線奢侈品品牌的數量及陣容，同時亦有引入部分並非奢侈品類別，但具質素及市場潛力的品牌。下一階段(2027至2028年)，預期會較多集中於引入更多高端生活(Premium Lifestyle)及潮流品牌。部分現有奢侈品品牌的租約屆滿時間，亦將落在下一階段，屆時亦會有相應的調整及升級安排，而第三階段將會直至2030年。

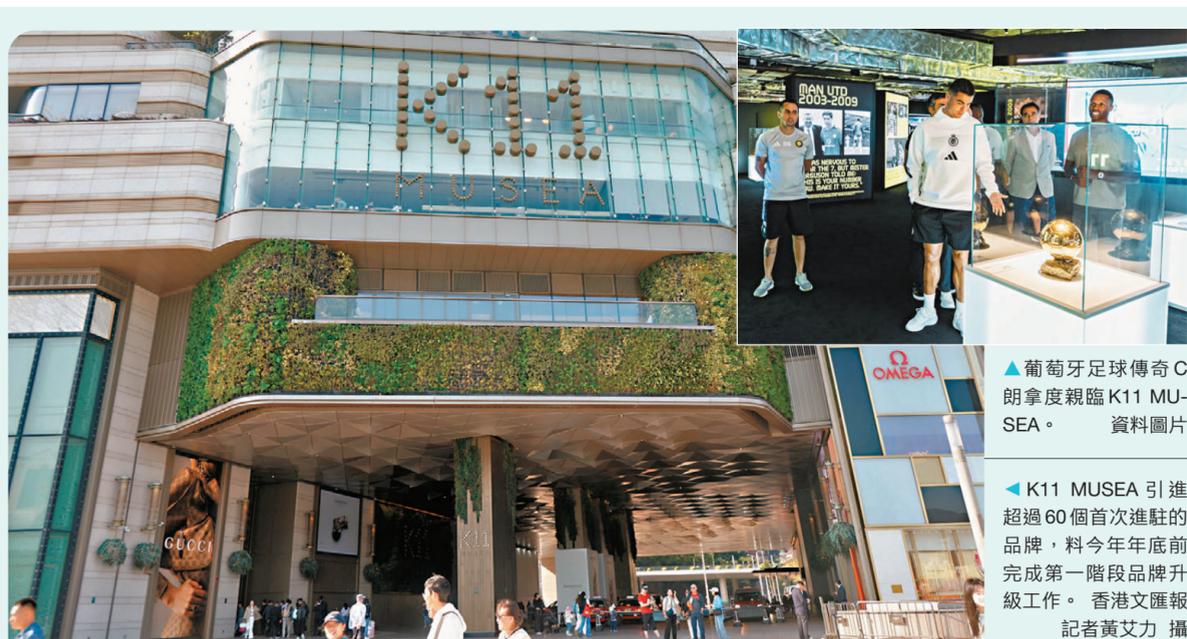
林灝哲表示：「參與今次升級計劃的合作品牌，整體上都給予我們非常正面的評價。這不僅對我們項目本身是一個利好訊號，我們亦希望這將會為整體香港零售市場帶來正面及具鼓舞性的影響。」

商場奢侈品牌數量創新高

雖然外界關注內地旅客來港消費水平有下降趨勢，林灝哲則認為近年訪港旅客的「質」在提升。相比通關初期，現時來港旅客對體驗、文化活動、演唱會及體育賽事等多元元素的興趣更高。隨着啟德體育園等大型項目落成及投入使用，越來越多旅客會為了參與賽事、演唱會等活動專程來港，而K11 MUSEA位處尖東，距離啟德只需約15分鐘車程，位置優勢明顯。從與品牌及客戶的交流中，亦聽到不少客人是為了演唱會而順道在本商場消費。

他強調，商場的整體出租率已接近98%，為開業以來新高，不計入傳統長租面積內的快閃(Pop Up)及活動空間，今年全年亦已全部排滿，包括戶外活動空間及中庭等位置，證明品牌及活動方對場地及人流表現均具信心。

目前商場奢侈品牌數量創開業新高，新進駐或擴充舖面面積的國際一線奢侈品牌包括：瑞士高級製錶品牌愛彼、Balenciaga(升級至複式店面)、Brunello Cucinelli(升級至複式店面)、Delvaux香港旗艦店、Dior Beauty、Rolex、Saint Laurent K11 MUSEA旗艦店、Van Cleef & Arpels(升級至複式店面)等。



▲葡萄牙足球傳奇C朗拿度親臨K11 MUSEA。資料圖片

▲K11 MUSEA引進超過60個首次進駐的品牌，料今年年底前完成第一階段品牌升級工作。香港文匯報記者黃艾力攝

辦大型IP展吸年輕客

香港文匯報訊(記者 莊程敏)近年年輕人崇尚「情緒消費」，強調消費過程中的情感體驗與心理滿足，K11 MUSEA分別於2024年及2025年，由創意品牌All-RightsReserved舉辦「100%多啦A夢&Friends巡迴特展」、「CHIKAWA DAYS」大型特展，及亞洲首個CR7 LIFE香港博物館，其中葡萄牙足球傳奇C朗拿度更親臨K11 MUSEA，成功吸引不少年輕消費者「朝聖」，同時刺激商場消費。K11香港行政總裁林灝哲預告，未來3月至5月會安排多場戶外活動及音樂相關的文化項目，包括與爵士音樂節及不同品牌的合作，亦會配合香港整體城市節慶及文化活動節奏，舉辦更多與藝術、文化及音樂相關的活動。

林灝哲續指，早前農曆新年期間，除了一般節日氣氛布置及市場推廣活動外，亦特別在年初二至初四安排了舞獅表演，於星光大道附近戶外位置與市民及旅客同樂。同時，也與支付平台(如支付宝)、不同銀行等合作推出多項消費獎賞計劃，以刺激節日期間的零售表現。

從銷售表現來看，自去年黃金周開始，一直到跨年(去年12月31日至今年1月1日)及農曆新年期間，大額消費表現尤為突出。以今年2月為例，整體銷售額按年升幅約80%，一般大額交易金額經常超過100萬港元，部分甚至超過200萬港元。

他強調，雖然K11 MUSEA的定位是奢侈品及較高端的零售，但品牌亦會加入

不同的活動，例如adidas去年於6樓Sculpture Park打造全港首個維港海景匹克球場；瑞士品牌On設置「Run Hub」跑步驛站；lululemon在7樓Bohemian Garden舉辦「Running Gives」跑步及音樂派對。

今年將再辦維港音樂節

文化與音樂活動方面，去年9月至10月聯動Social Club Series舉辦全港最大型運動與音樂City Rave系列。他預告，今年將再度舉辦維港音樂節，邀請多位國際知名DJ首度來港演出；並與Gentle Pause、寂寞清酒俱樂部合作，打造《重慶森林》主題爵士樂之夜、清酒音樂節等文化活動。

最豪客戶一年消費2000萬

香港文匯報訊(記者 莊程敏)K11旗下KLUB 11會員消費力不容忽視。K11香港行政總裁林灝哲透露，2025年下半年最高級別黑卡會員的消費額按年升近10%，個別最高消費客戶一年消費額可達約2,000萬港元。他透露，因應品牌升級以及會員消費增長，今年亦會對KLUB 11會員計劃全面升級，為合資格顧客提供更高身定做、更豐厚的專屬禮遇。

林灝哲表示，KLUB 11會員銷售額，大約一半來自內地旅客，一半來自本地VIP客戶。在旅客當中，見到約一成來自包括歐洲、中東等地區的高端客戶，近年呈持續上升趨勢，雖然基數仍然較小，但增長動力良好。

本地會員方面，本地VIP超過四成居住在港島的客戶。他說：「由開業至今7年間，一直觀察到這一數字穩步、健康地上升，說明尖東及鄰近區域(包括瑰麗

酒店及周邊配套)已逐步由單純旅遊景點，轉化為本地高端客群也樂於專程前往消費、用餐及娛樂的生活圈。」

他續指，主要會員年齡層集中在35歲至45歲。對於奢侈品及高端消費來說，這群客人可謂相對年輕且具強勁消費能力。集團會根據這一群體偏好的品牌、潮流及生活方式作出品牌引入及調整，包括傳統歐洲奢侈品牌，也包括近年深受年輕高端客群喜愛的運動、瑜伽及生活風格品牌等，強調篩選品牌時並非單純以「愈豪愈好」或單一財務指標作考量。

會所戶外露台可賞維港煙花

對於高端會員，集團會從多個層面配合，包括商場硬件設施、私隱度、禮賓服務等。「很多高端客人本身在全球多地居住及往來，往往會因為特定高訂珠寶、腕錶等新品到港，而專程飛來香港購買。我們設有專責團隊提供一站式VIP服務，

例如安排機場接送、延長店舖營業時間、協調品牌專屬接待、以及與鄰近酒店(如瑰麗酒店)配合住宿安排等，為其提供完整的高端體驗。」

他續指，在店舖空間設計方面，今次不少升級更側重「體驗」及VIP服務空間。某國際高級時裝品牌在五樓的VIP會所，面積幾乎翻倍，並配置寬闊的戶外露台，可觀維港景色，用以接待尊貴客人，於煙花匯演及節日活動期間尤其受歡迎。品牌方面亦表示，這幾乎是其全球唯一擁有如此優質戶外海景空間的會所門店。

據介紹，黑卡會籍的要求於K11 MUSEA或K11 Art Mall 30天內累積消費滿18萬港元，或於12個月內滿40萬港元。KLUB 11會員亦可專享禮遇，與品牌合作為高價值會員提供專屬預覽、優先選購及私密導覽，提升會員忠誠度，同時協助品牌拓展新客群、推動銷售增長。

周末兩新盤沽逾125伙 一二手齊旺

香港文匯報訊(記者 周曉菁)周末新盤銷情暢旺，DEEP WATER SOUTH及雲向兩大新盤同步推售，截至昨晚8時，兩大新盤共售出約125伙。另外多個新盤正在收票，紅磡首錄錄超額9倍，日出康城海堤灣I超額逾5倍，增添樓市熱熾氣氛。

會德豐與港鐵合作的黃竹坑DEEP WATER SOUTH，首輪以價單形式推出第6A期93伙，市傳昨售出60伙，單日套現近7.2億元。連同早前第6B期以招標形式售出的12伙矜罕大宅，項目累計售出72伙，總套現金額近13億元，發展商有望短期內加推新一批單位應市。

永泰發展的上水雲向次輪推出153伙，實用面積由218至316平方呎，全數單位折實售價低於460萬元。市場指，截至下午約2時，暫沽出65伙。

日出康城海堤灣I收票逾1600張

其他新盤方面，截至下午3時，港鐵及

信置等合作發展的日出康城海堤灣I，收票逾1,600張，以首張價單計，超額逾5倍。據悉，入票客人不乏A組大手客人，有投資者認為第一張價單折讓大，加上項目坐落「國際精英社區」，料有可觀收租回報，故欲入手作長線投資。

恒基物業代理董事及營業(一)部總經理林達民透露，紅磡首錄日前開價後，項目已錄500票登記，超額9倍。見反應理想，即日加推2號價單涉及50伙，實用面積約274至531方呎，整批單位扣除優惠後，折實平均呎價約為21,498元，較首張價單輕微加價約2%。

新盤強勁，二手市場交投亦受惠。綜合四大代理數據，周末十大藍籌屋苑交投分別錄得8至12宗，呈現新盤二手齊旺局面。

市場料樓市需求殷切，購買力將持續釋放。中原亞太區副主席兼住宅部總裁陳永傑表示，一手市場的熱賣提振用家



●日出康城海堤灣樓盤外觀。資料圖片

入市信心，同時部分向隅客亦回流二手市場物色心水單位，置業熱潮正持續蔓延。

惟利嘉閣總裁廖偉強指出，有部分二手業主反價幅度相對較高，或降低部分買家入市意願。好在中東戰事帶來的心理影響漸漸減少，相信香港房地產市場表現穩健，無論本地或內地買家對本地樓市信心皆十足。

中東戰火持續 港股添不明朗因素

香港文匯報訊(記者 岑健樂)美國、以色列與伊朗之間的戰爭已經持續近一個月，未有平息跡象。受消息拖累，上周五美股三大指數全線下跌，至於港股美國預託證券(ADR)亦表現疲軟。展望後市，本周全球不同地區有多項重要經濟數據公布，有分析員認為，中東地緣政治局勢緊張，為港股帶來不明朗因素，因此預期恒指短期內或會進一步下跌，而現階段較大的支持位在24,300點。

受中東地緣政治局勢緊張所影響，上周五美股三大指數全線下跌，其中道指收報45,577點，跌443點或0.96%，至於標普500和納指則分別跌100點(1.54%)與443點(2.05%)。至於外圍港股方面，ADR港股比例指數收報24,840點，跌659點或2.66%。個別ADR亦普遍下跌。其中，阿里巴巴(9988)跌3.08%；騰訊(0700)跌3.01%；美團(3690)

跌2.24%；小米(1810)跌1.78%；京東集團(9618)跌1.63%；滙控(0005)跌3.14%。

較大支持位在24300點

展望後市，盈立證券研究部執行董事黃德几昨日接受香港文匯報訪問時表示，中東地緣政治局勢緊張，為港股帶來不明朗因素，因此預期恒指短期內或會進一步下跌，而現階段較大的支持位在24,300點。

此外，本周全球不同地區有多項重要經濟數據與消息公布，或會左右投資市場表現，包括內地公布2月規模以上工業企業利潤增長數據；多名美聯儲官員將於周內發表講話；美國公布最新首次與持續申領失業救濟金人數；美國、歐元區與日本公布3月採購經理指數(PMI)初值數據；美國公布3月最新的原油與天然氣庫存數據；日本公布2月通脹率數據。