



The Link Real Estate Investment Trust  
Stock Code : 823

# 有效提升商业资产价值 - 领汇的成功经验

2014年11月

Amy Ho  
Head of Asset Planning & Development  
The Link Management Ltd.  
[Amy.sy.ho@thelinkreit.com](mailto:Amy.sy.ho@thelinkreit.com)



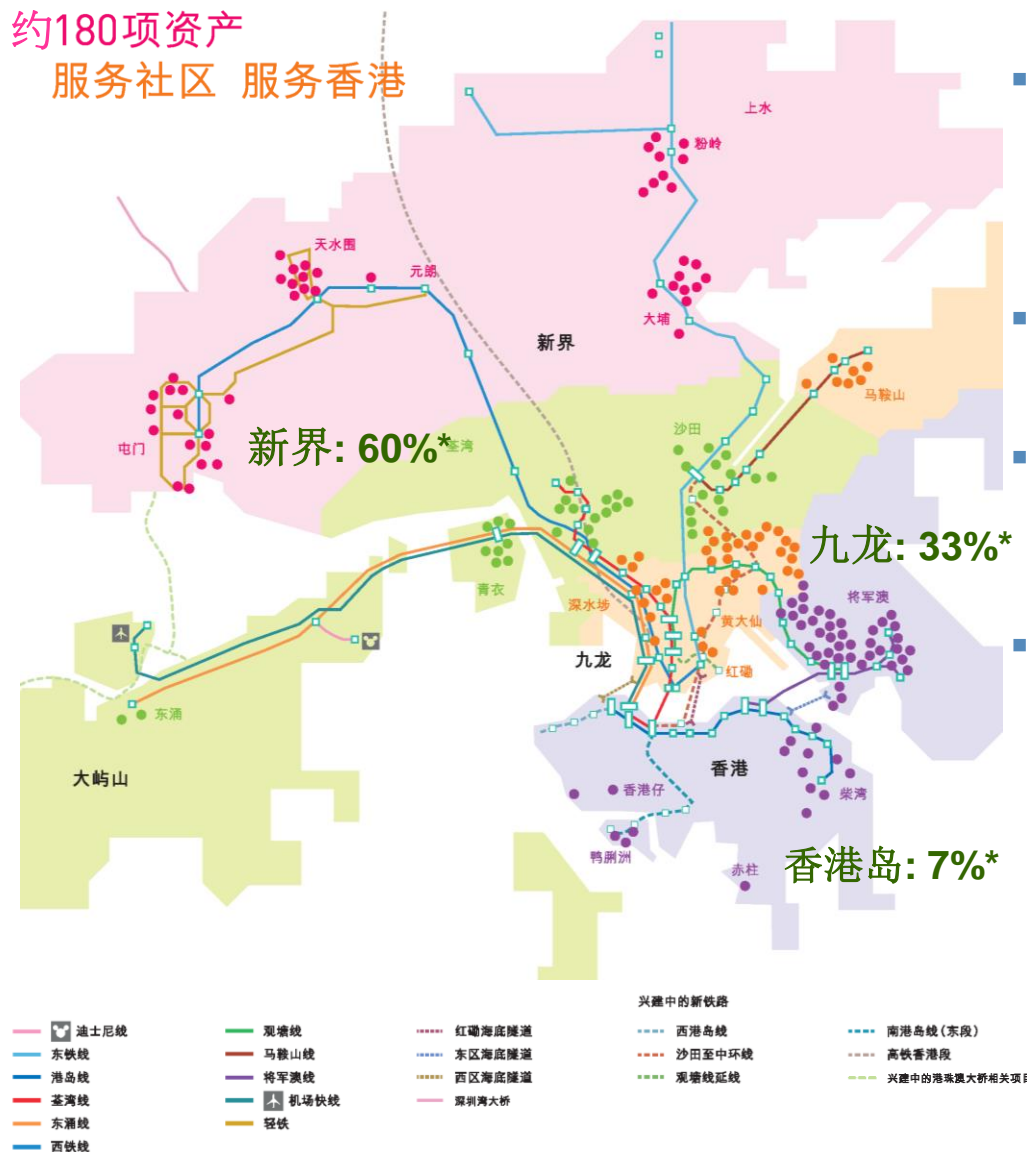


# 关于领汇

# 领汇房地产投资信托基金简介

约180项资产

服务社区 服务香港



- 2005年11月25日成为第一个于香港联合交易所上市的房地产投资信托基金 (股份代号: 823)
- 100%由机构及私人投资者持有
- 零售设施靠近公共屋邨, 为大部份香港人供应日常所需
- 领汇的物业组合约占香港零售设施面积的9%\*

\* 以内部楼面面积计算

约 **180**

旗下物业

Approximately 180 Properties

首家香港上市并按市值计为目前

**亚洲最大**  
的房地产投资信托基金

The first real estate investment trust listed in Hong Kong and currently Asia's largest REIT in terms of market capitalisation

**100%** 基金单位

全部由私人或机构投资者拥有

Private and institutional investors own  
100% of The Link's units

约 **78,000**

停车位

Approximately 78,000 Car Park Spaces

**35**

迄今完成的资产提升项目

Asset Enhancement Projects  
Completed to Date

**1,000,000+**  
平方米

零售物业的总内部面积

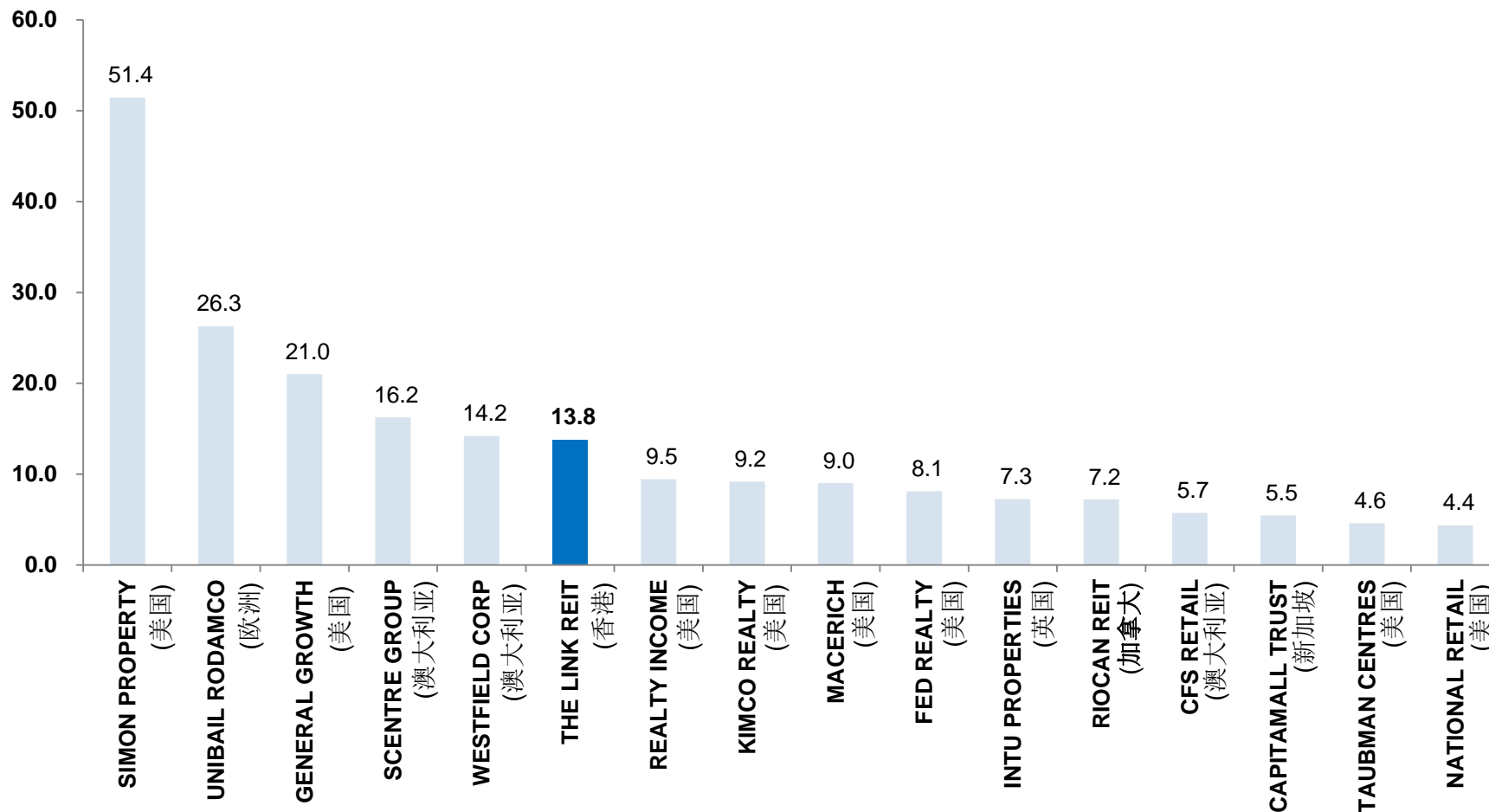
Total retail floor area of one million square metres



# 领汇是全球最大以零售为主房托之一

## 领汇是全亚洲最大市值的房托

市值(单位为十亿美元)



注释: 根据在全球选定以零售为主之房地产投资信托基金的市值比较  
信息来源: 彭博资讯, 截止于014年9月15日

# 2013/14业绩摘要

## 财务指标

### 收益

(百万港元)

\$7,155

↑ 10.0%

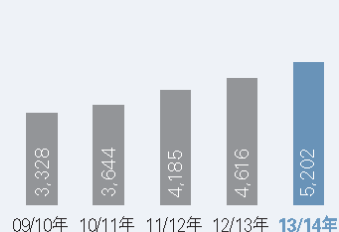


### 物业收入净额

(百万港元)

\$5,202

↑ 12.7%



### 每基金单位分派

(港仙)

165.74¢

↑ 13.2%

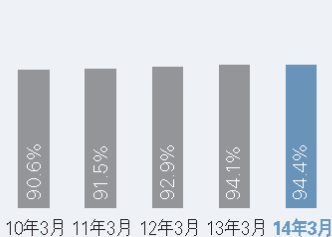


### 租用率

(%)

94.4%

↑ 0.3%

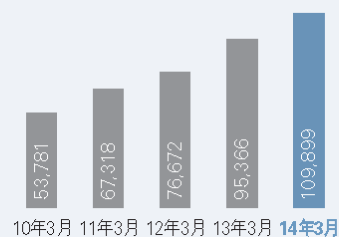


### 估值

(百万港元)

\$109,899

↑ 15.2%

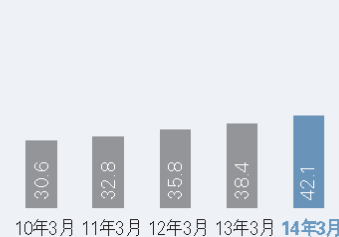


### 平均每月租金

(每平方呎港元)

\$42.1

↑ 9.6%



## 社会及环境指标

### 商户销售额



35

加入物业组合的商户



### 爱·汇聚计划

HK\$10.4  
百万港元

为慈善事业  
捐赠



### 神秘顾客评分

(一百分为满分)

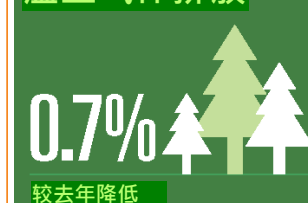
客户满意我们的服务



### 雇员人数



### 温室气体排放



## 零售物业组合分类

物业(1)	零售物业 估值	零售租金	已出租内部楼面面积 之平均每月租金		租用率	
	於2014年 3月31日 百万港元	截至2014年 3月31日止 年度 百万港元	於2014年 3月31日 每平方米 港元	於2013年 3月31日 每平方米 港元	於2014年 3月31日 %	於2013年 3月31日 %
1-10	25,636	1,393	60.5	55.7	98.7	98.4
11-50	42,303	2,417	45.1	41.2	95.6	95.0
51-100	19,267	1,245	32.4	30.0	91.8	91.9
101-153	4,039	271	23.2	20.8	89.3	89.6
总计	91,245	5,326	42.1	38.4	94.4	94.1

附注:

(1) 乃根据2014年3月31日之零售物业估值排列

于2014年3月31日，  
物业组合租用率为94.4%，  
较2013年3月31日上升0.3%

## 零售物业组合的营运数据

	租用率		综合续租租金调整率		占总内部楼面 面积 <sup>(1)</sup> 百分比
	於2014年 3月31日 %	於2013年 3月31日 %	截至2014年 3月31日 止年度 %	截至2013年 3月31日 止年度 %	於2014年 3月31日 %
商铺	96.6	96.3	25.8	24.7	82.1
鲜活街市 / 熟食档位	82.4	82.0	25.1	28.0	8.9
教育 / 福利、办事处及配套设施	86.3	86.0	14.1	10.0	9.0
总计	94.4	94.1	25.7	24.6	100.0

附注:

(1) 总计不包括自用办事处



## 按每月基本租金及已出租内部楼面面积划分的零售行业组合

(於2014年3月31日)

行业	占每月租金 百分比(%)	占已出租内部楼面 面积百分比 (%)
饮食	24.9	29.5
超级市场及食品	22.9	19.2
鲜活街市 / 熟食档位	14.3	7.8
服务	11.1	9.7
个人护理、医疗、光学产品、书籍及文仪用品	8.3	5.9
教育 / 福利、办事处及配套设施	1.3	8.3
其他 <sup>(1)</sup>	17.2	19.6
总计	100.0	100.0

附注:

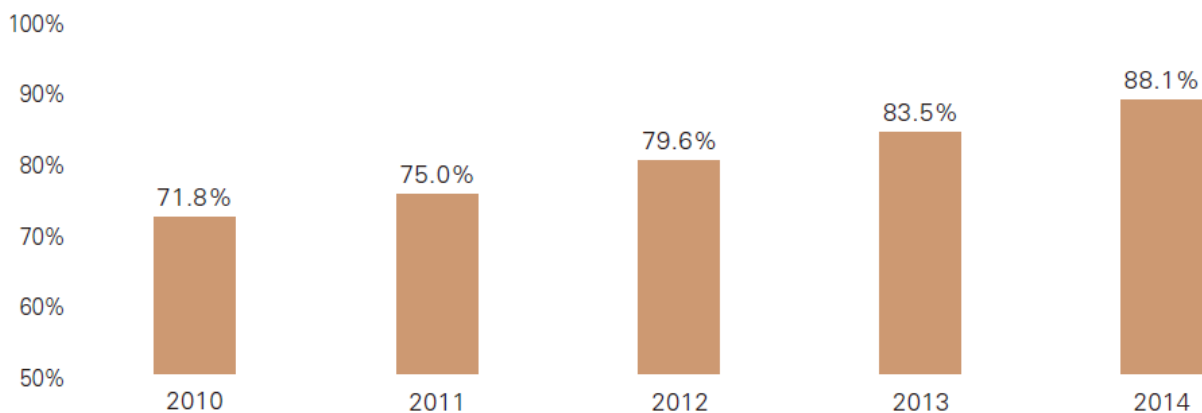
(1) 包括服装、百货公司、电器及家居用品、休闲娱乐及贵重商品

# 主要停车场物业表现指标

	截至2014年 3月31日止年度	截至2013年 3月31日止年度
泊车位使用率(%)	88.1	83.5
每个泊车位每月收入(港元)	1,566	1,378
物业收入净额比率(%)	69.1	65.5
每个泊车位平均估值(千港元)	235	192

## 停车场使用率趋势

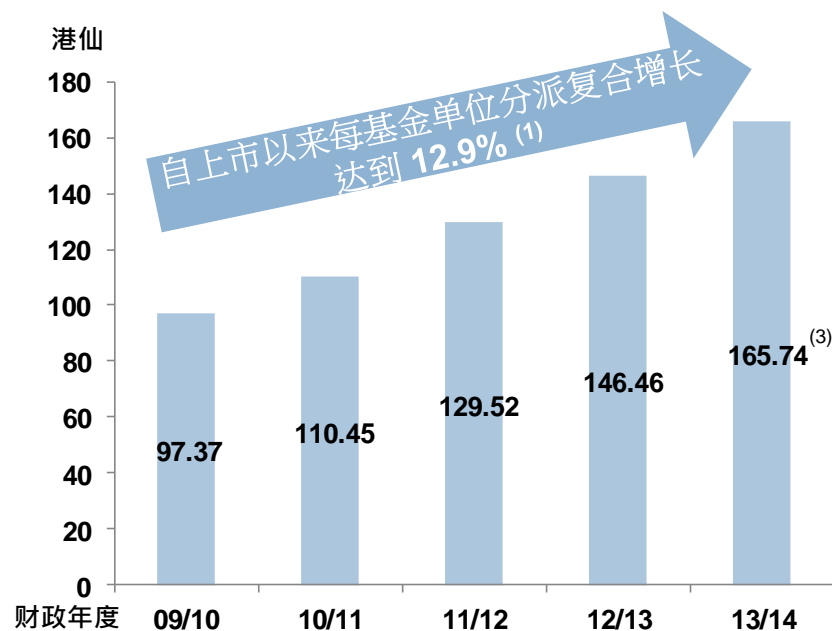
(2014年3月31日)



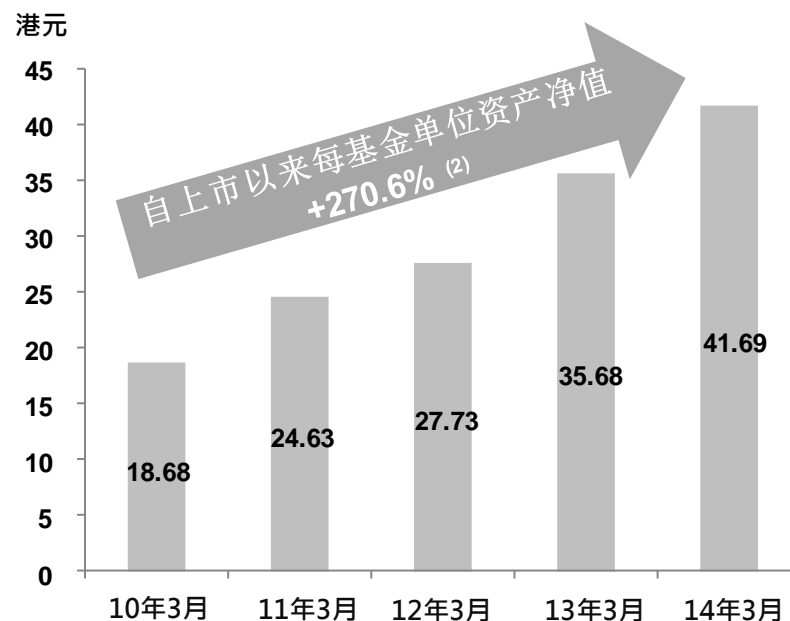


# 领汇持续为投资者带来稳健并可观的回报

## 单位分派



## 资本增值



每年复合总回报 +20.7% <sup>(4)</sup>

### Notes:

- (1) Compound average growth rate ("CAGR") of annualised distribution per unit ("DPU") since listing in November 2005.
- (2) Increase in NAV per unit since listing represents the change in NAV from 31 Mar 2006 to 31 Mar 2014, after restatement due to change in accounting policy.
- (3) Before adjustment of unit buybacks.
- (4) A combination of unit price appreciation and distribution paid out since listing in November 2005 to 15 September 2014.



资本管理

## Asset Management 资产管理

- 优化租户组合
- 提高服务水平
- 协助租户提升营业额
- 管理运营成本

## Asset Enhancement 资产提升

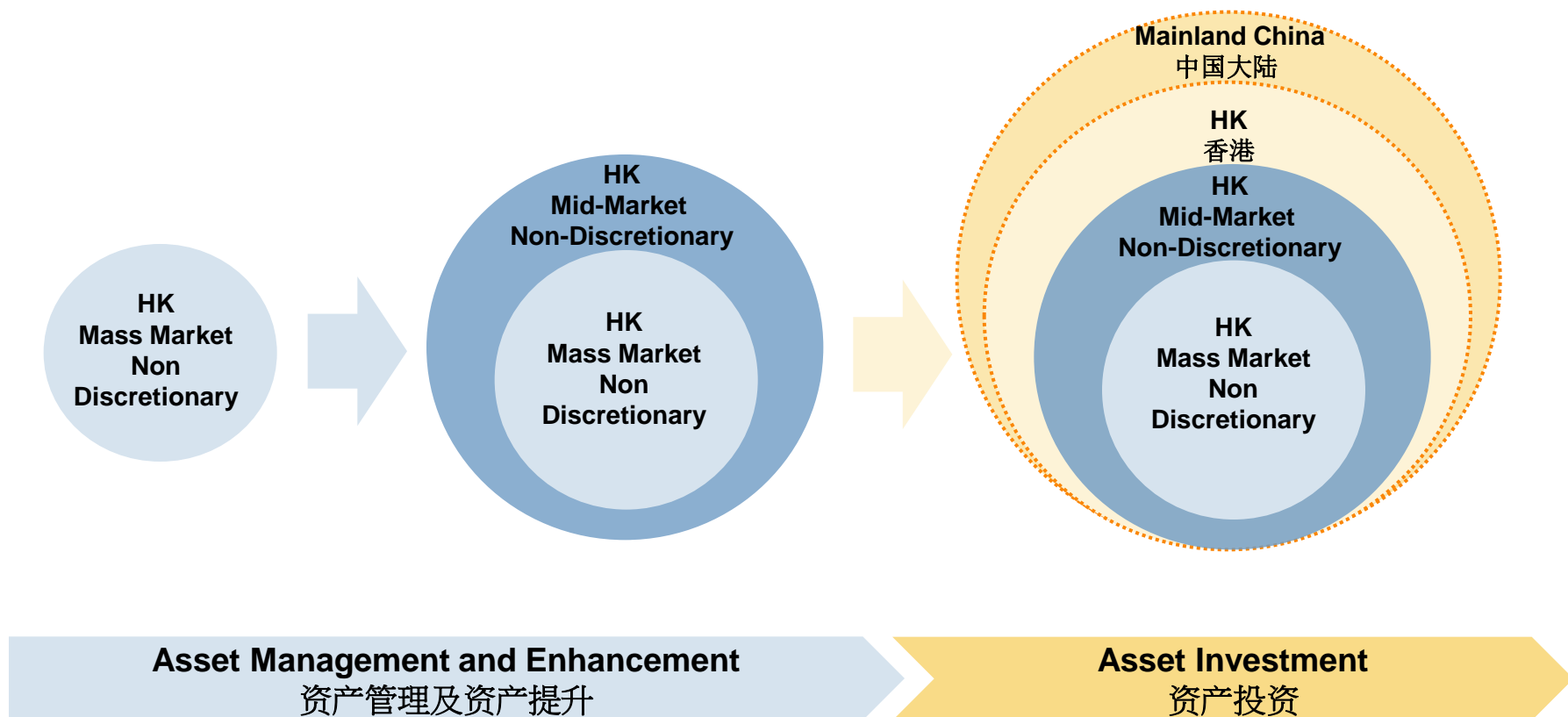
- 地区策略
- 持续改善资产质素
- 全新鲜活街市策略
- 资产提升扩展至50大以外资产

## Asset Investment 资产投资

- 继续投资香港及中国市场
- 精简物業组合及重新投放资金

## Capital Management 资本管理

- 穩健的信贷评级
- 分散的融资平台
- 再融资及定息負債



为奠定业务未来发展的基础，我们赢得**94%**基金单位持有人的支持，  
批准我们扩大投资策略至香港以外地区

# 可持续发展框架的商业模式

## Vision 抱负

成为世界级的房地产投资及管理机构

- 服务社群并提升其生活质素

## Mission 使命

履行下列承诺，与持份者共建关系

- 优质服务、物有所值
- 结伴社区、合作无间
- 共同创造、持续发展

## Values 信念

凭藉以下信念，管理及运作业务

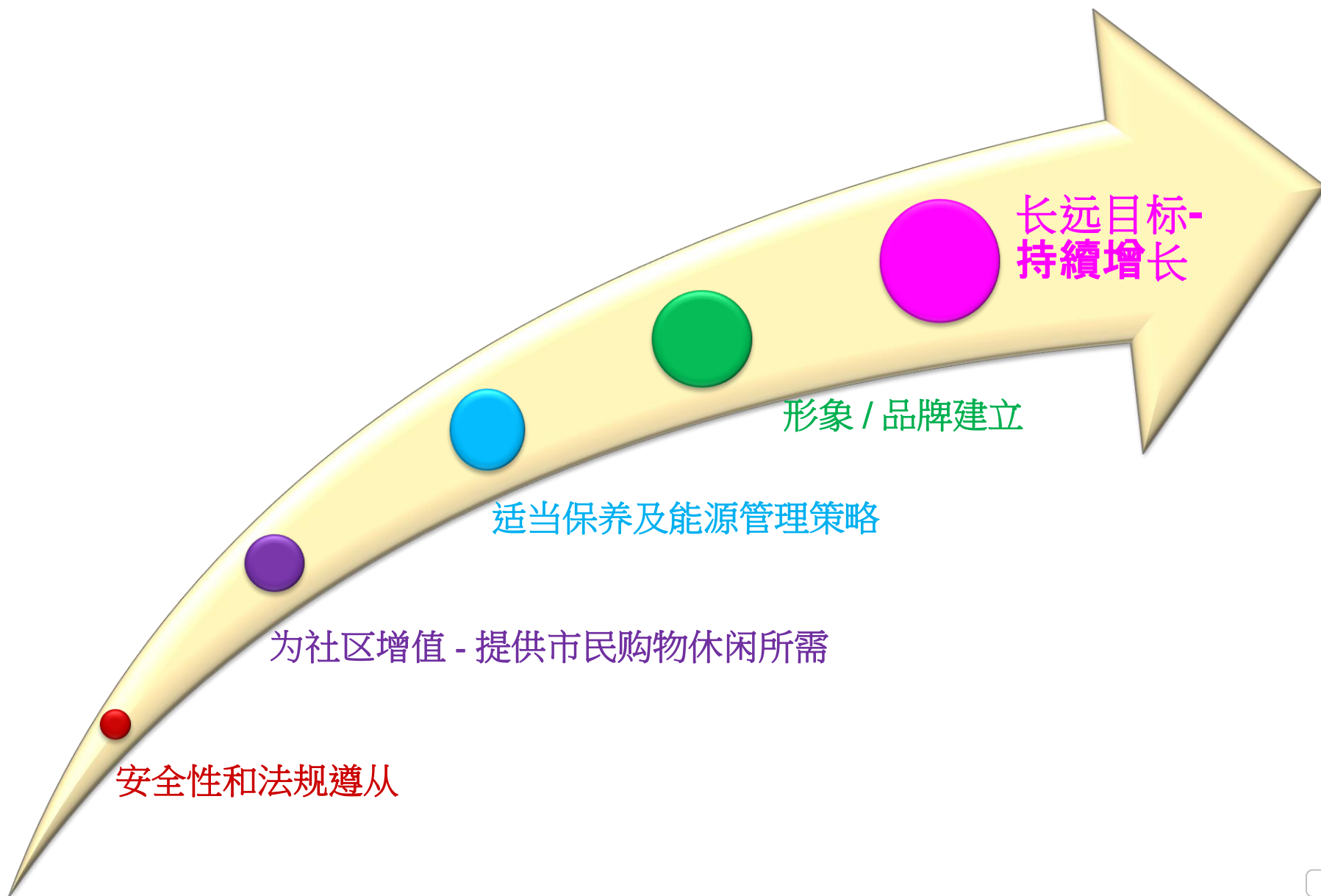
- 互相尊重
- 追求卓越
- 恪守诚信
- 团队精神





# 资产提升

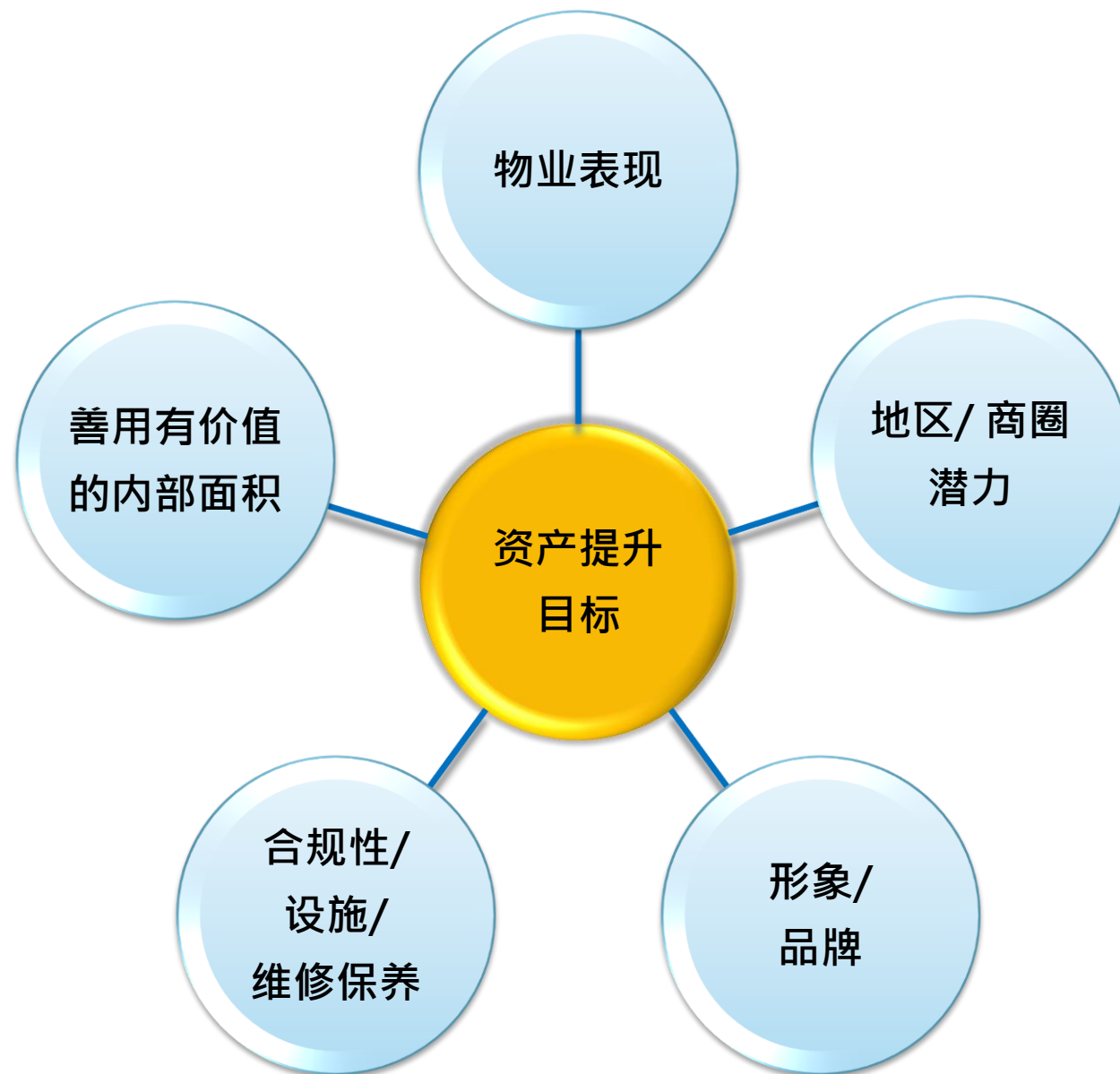




# 资产提升项目经由各部门作長遠的規劃



# 为资产提升的评选考虑因素



## 地区分析：

- ❖ 人口特徵
- ❖ 基建设施
- ❖ 零售/市场环境

## 物业分析：

- ❖ 物业表现
- ❖ 硬件状况

## 时间表：

- ❖ 租金损失
- ❖ 租约
- ❖ 审批
- ❖ 地区进化

## 方案分析細節：

- ❖ 市场推广
- ❖ 社会责任
- ❖ 人手与资源
- ❖ 项目数量与工程素质
- ❖ 资本管理
- ❖ 资产提升回报

约  
Approx.

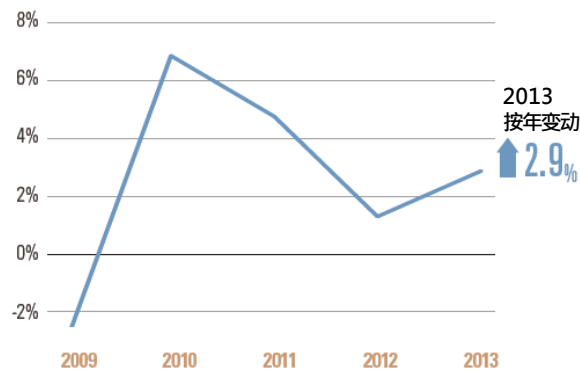


## 方案分析細節：

- ❖ 市场定位
- ❖ 租金收益
- ❖ 业态组合
- ❖ 营运开支管理
- ❖ 服务素质
- ❖ 能源管理
- ❖ 楼宇管理系统
- ❖ 无障碍通道计划
- ❖ 维修保养
- ❖ 停车场策略

短、中、长线策略

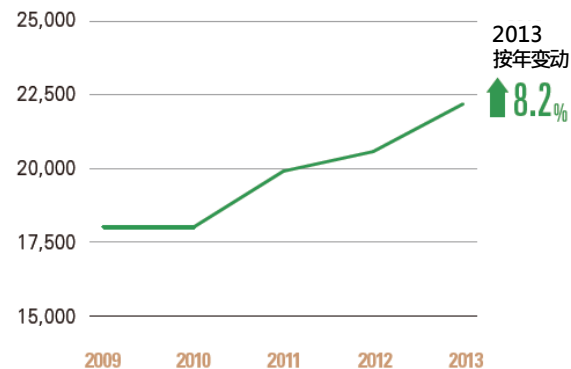
本地生产总值增长  
(按年变动)



资料来源: 政府统计处

家庭收入增长

家庭月收入中位数(包括花红)  
(港元)



资料来源: 政府统计处

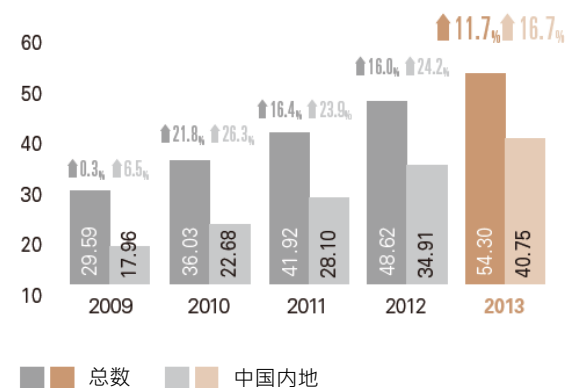
零售业销货额趋势  
(按年增长)



资料来源: 政府统计处 · CEIC

访港旅客增长

访港旅客(百万)



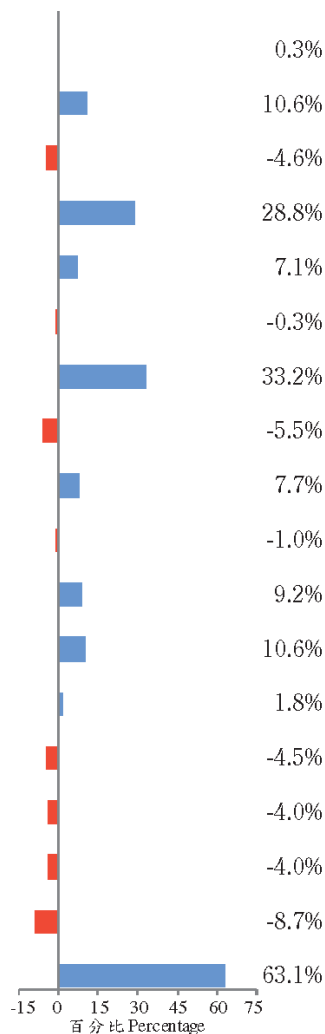
资料来源: 香港旅游发展局 · CEIC



# 主要人口统计数字 – 人口分布

## 人口分布 Population Distribution

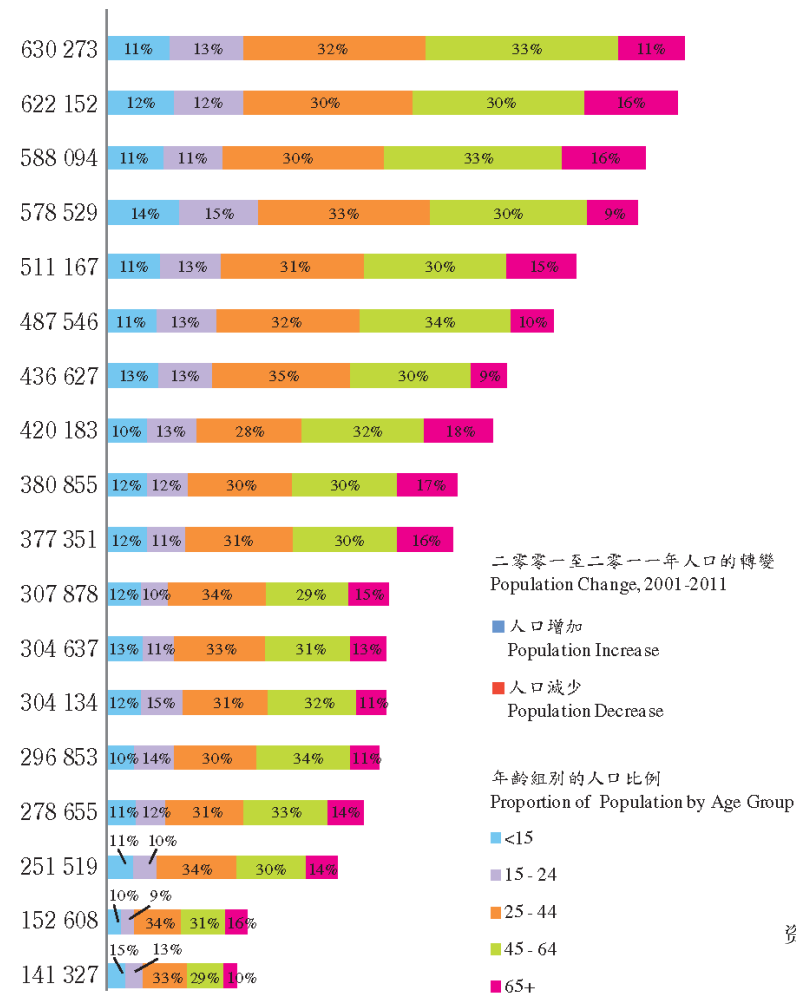
### 2001至2011年人口的转变 Population Change, 2001-2011



### 区议会分区 District Council District

沙田 Sha Tin
观塘 Kwun Tong
东区 Eastern
元朗 Yuen Long
葵青 Kwai Tsing
屯门 Tuen Mun
西贡 Sai Kung
黄大仙 Wong Tai Sin
深水埗 Sham Shui Po
九龙城 Kowloon City
油尖旺 Yau Tsim Mong
荃湾 Tsuen Wan
北区 North
大埔 Tai Po
南区 Southern
中西区 Central & Western
湾仔 Wan Chai
离岛 Islands

### 2001年的人口及按年龄组别划分的人口比例 Population and Proportion of Population by Age Group, 2011



二零零一至二零一一年人口的转变  
Population Change, 2001-2011

■ 人口增加  
Population Increase  
■ 人口减少  
Population Decrease

年龄组别的人口比例  
Proportion of Population by Age Group

■ <15  
■ 15 - 24  
■ 25 - 44  
■ 45 - 64  
■ 65+

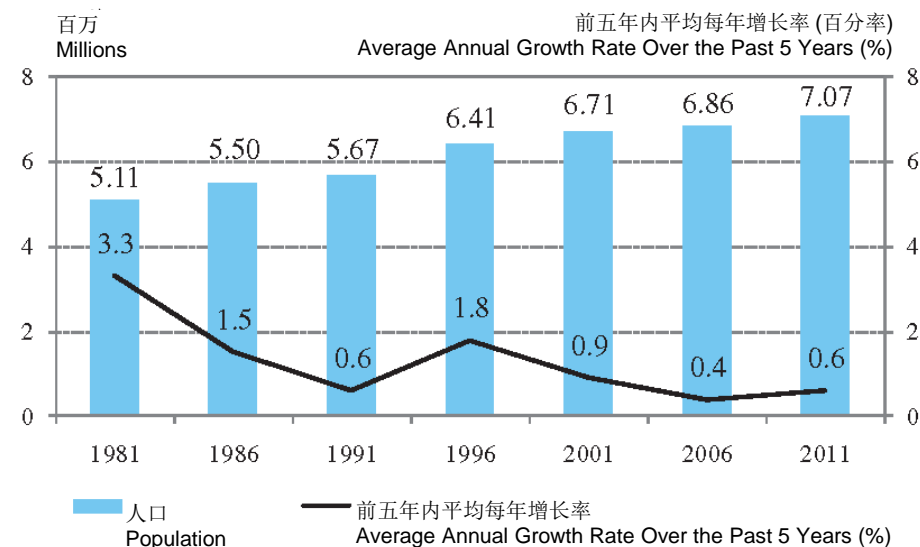
资料来源:政府统计处

# 主要人口统计数字

## 人口 Population

### 人口增长

### Population Growth

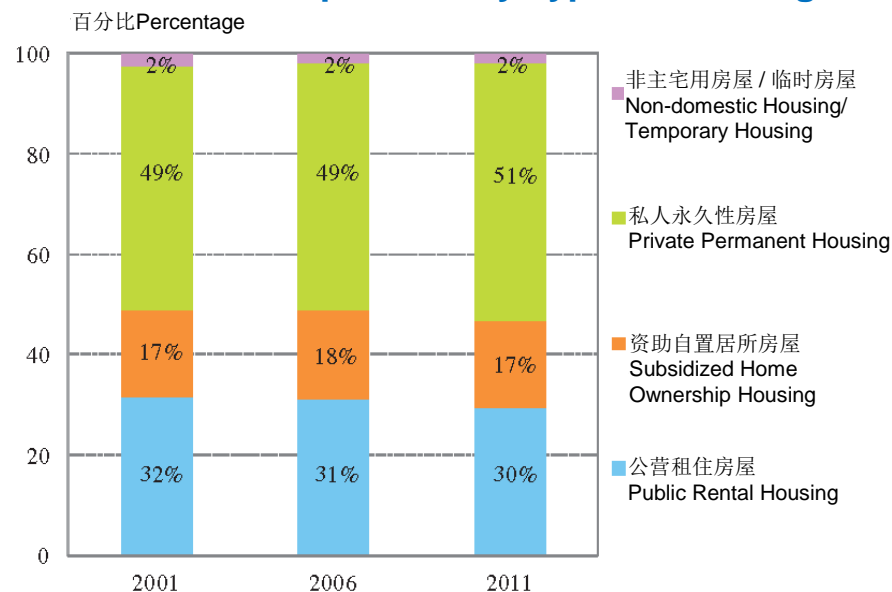


资料来源:政府统计处

## 房屋 Housing

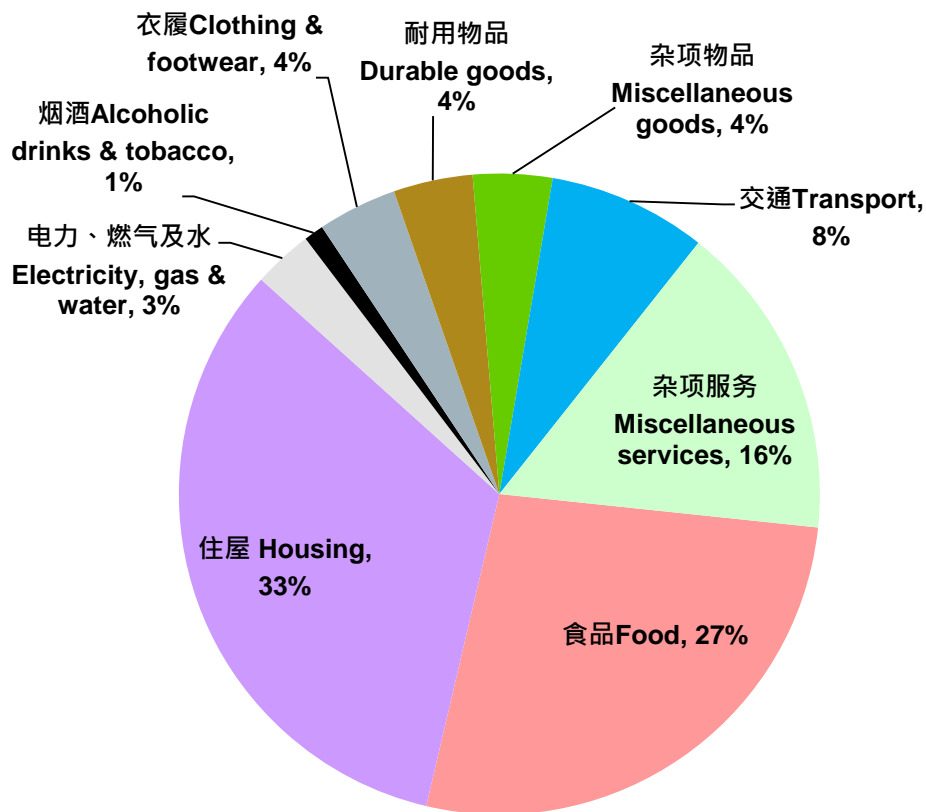
### 按房屋类型划分的人口分布

### Distribution of Population by Type of Housing



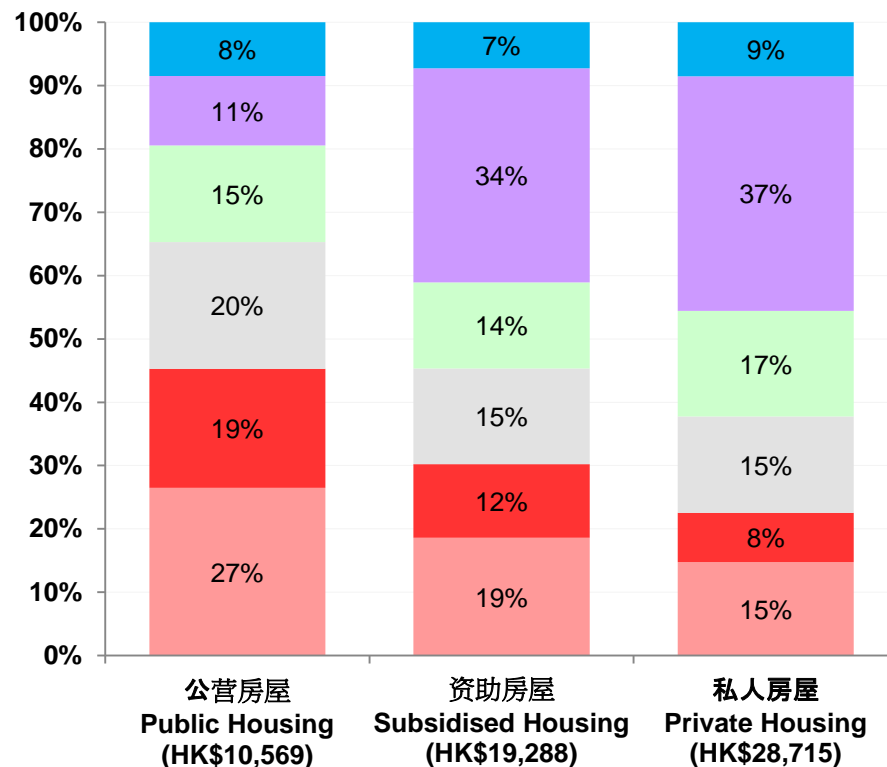
# 平均住户开支

按商品或服务类别划分的住户开支  
Household Expenditure by Commodity/Service Section



按房屋类型及商品或服务类别划分的住户每月平均开支  
Avg. Monthly Household Expenditure by Commodity/Service Section by Type of Housing

- 交通 Transport
- 住屋 Housing
- 杂项服务 Miscellaneous Services
- 其他 Others
- 食品(不包括外出用膳) Food (excluding meals bought away from home)
- 食品(外出用膳) Meals bought away from home



# 零售商進駐非核心零售区域

屯門市廣場

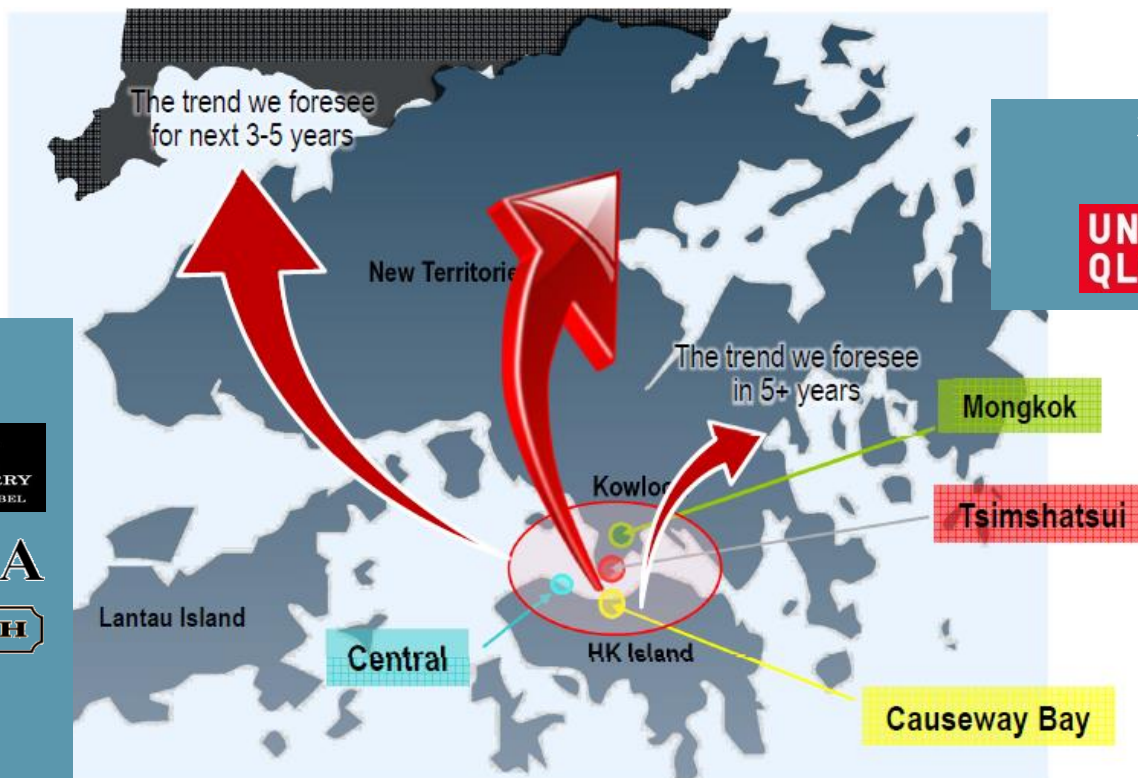
H&M  
ZARA  
UNI QLO

新城市廣場  
沙田

H&M  
BOSS  
A|X  
BURBERRY  
BLACK LABEL  
UNI QLO  
ROLEX  
ZARA  
COACH  
GAP  
JILLY COUTURE

东港城/新都域  
將軍澳

UNI QLO  
ZARA



# 政府建议未来重点发展地区和重建地区

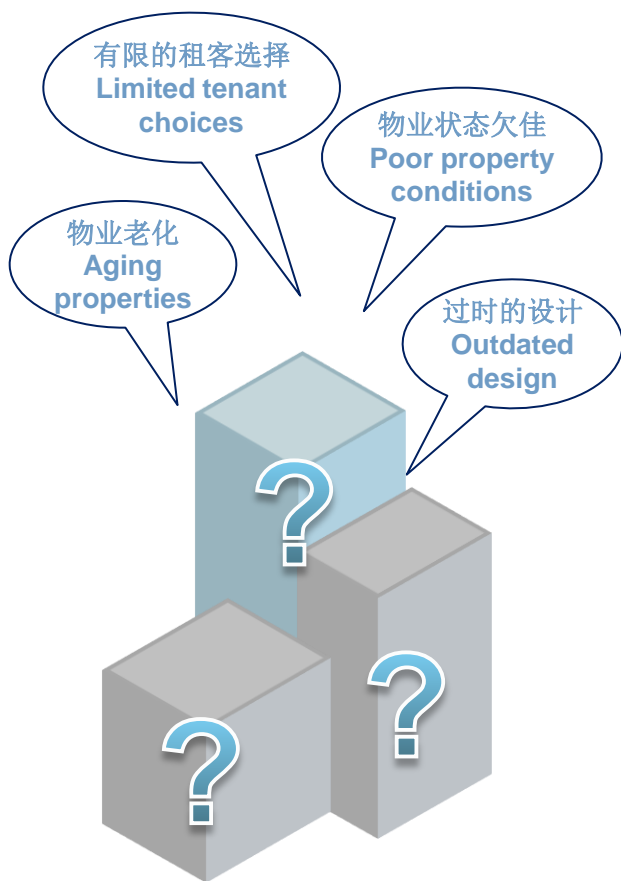




# 未来铁路发展 - 7项新铁路方案

## 7项新铁路方案





- ❖ 规模和布局的限制
- ❖ 主要为鄰社社区提供服务

## Refurbishment 翻新

- 部分重新布局
- 内部装修
- 提升物业外观
- 增加商店种类

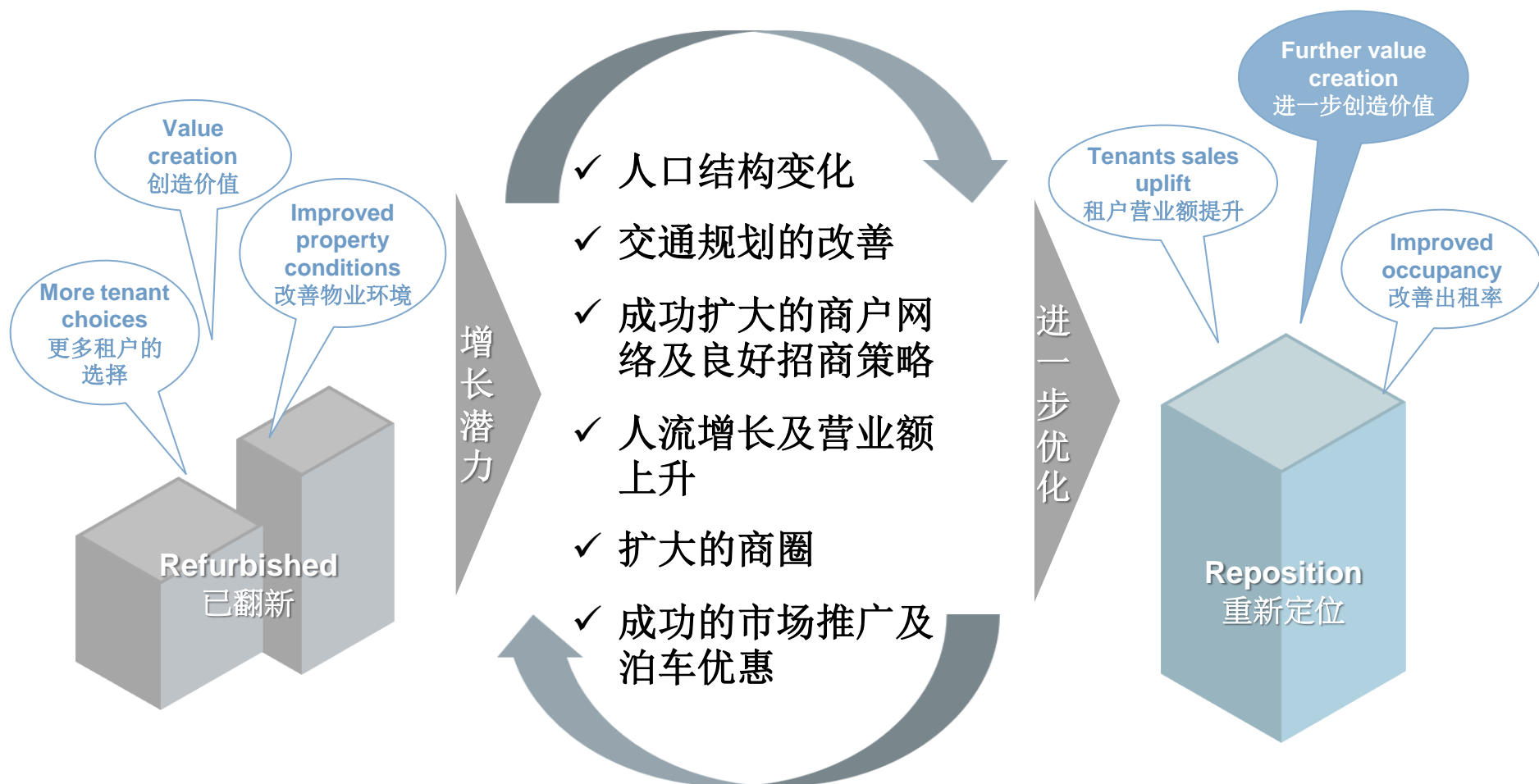


- ❖ 与邻近物业产生协同效应
- ❖ 地区的增长潜力

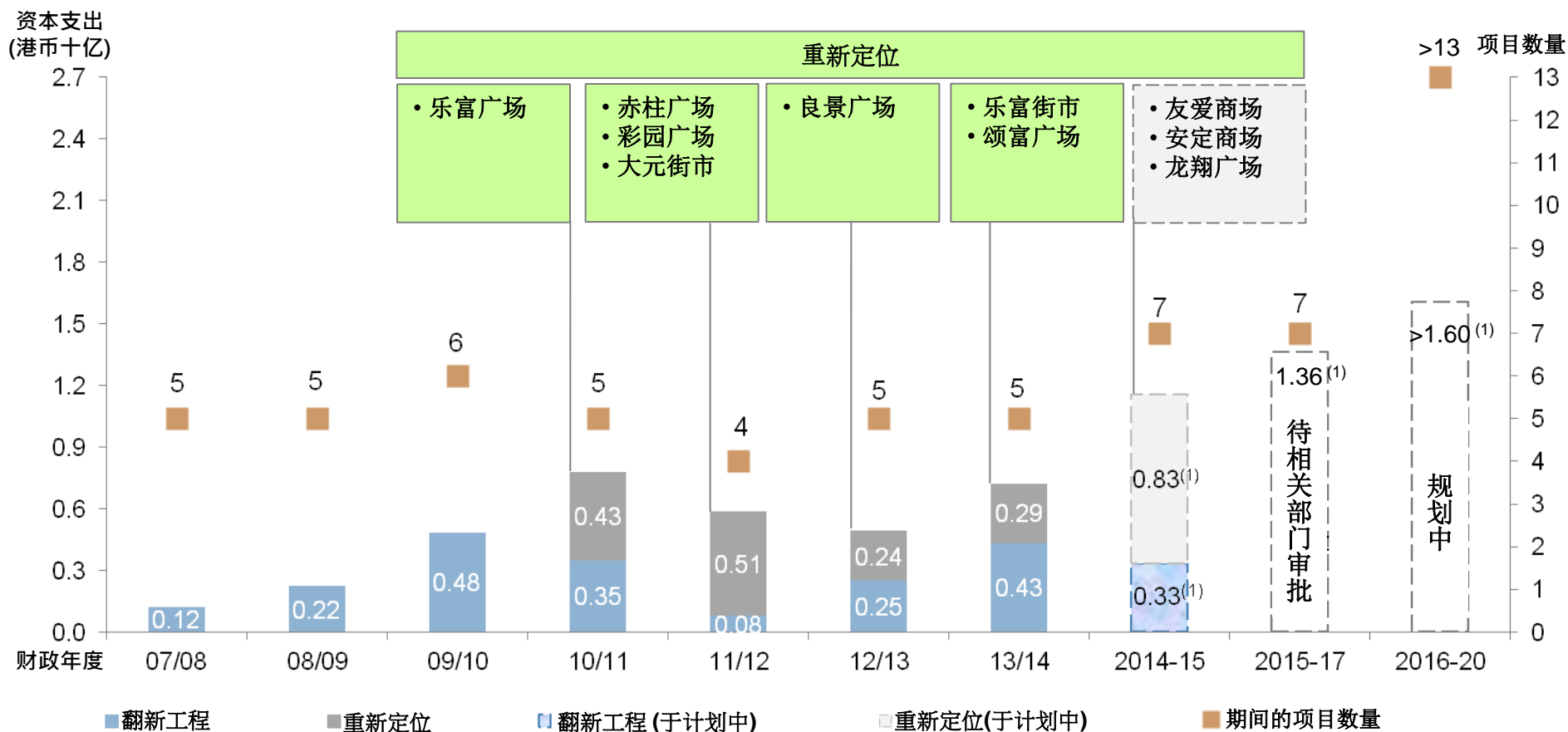
## Repositioning 重新定位

- 重新布局
- 物业外观大翻新
- 设施升级 / 新增设施
- 强化及扩大消费休闲选择与租户组合





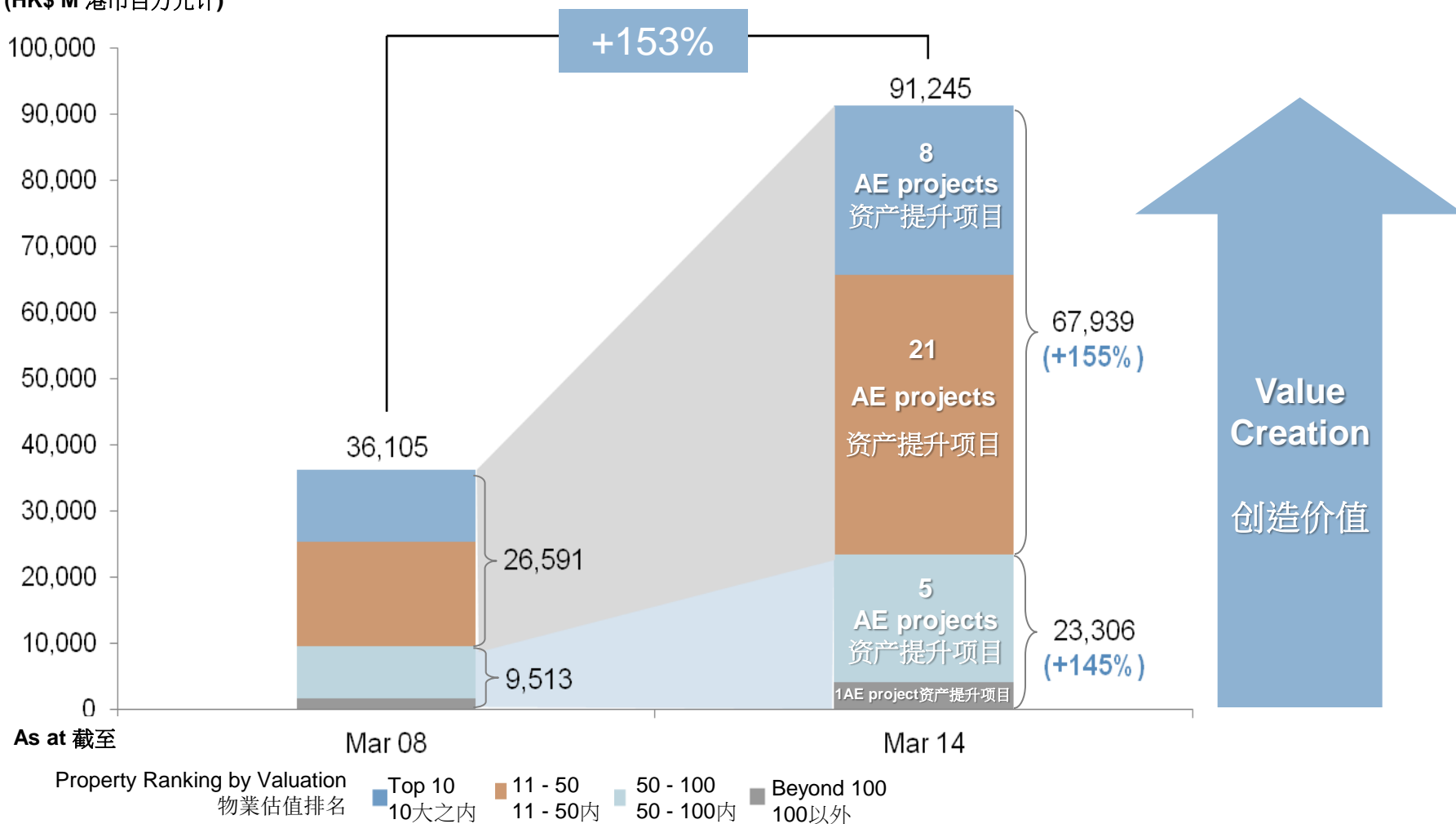
# 稳定的资产提升里程碑表



注释: (1)2014年3月31日所预计之数据

# 资产提升 - 创造价值

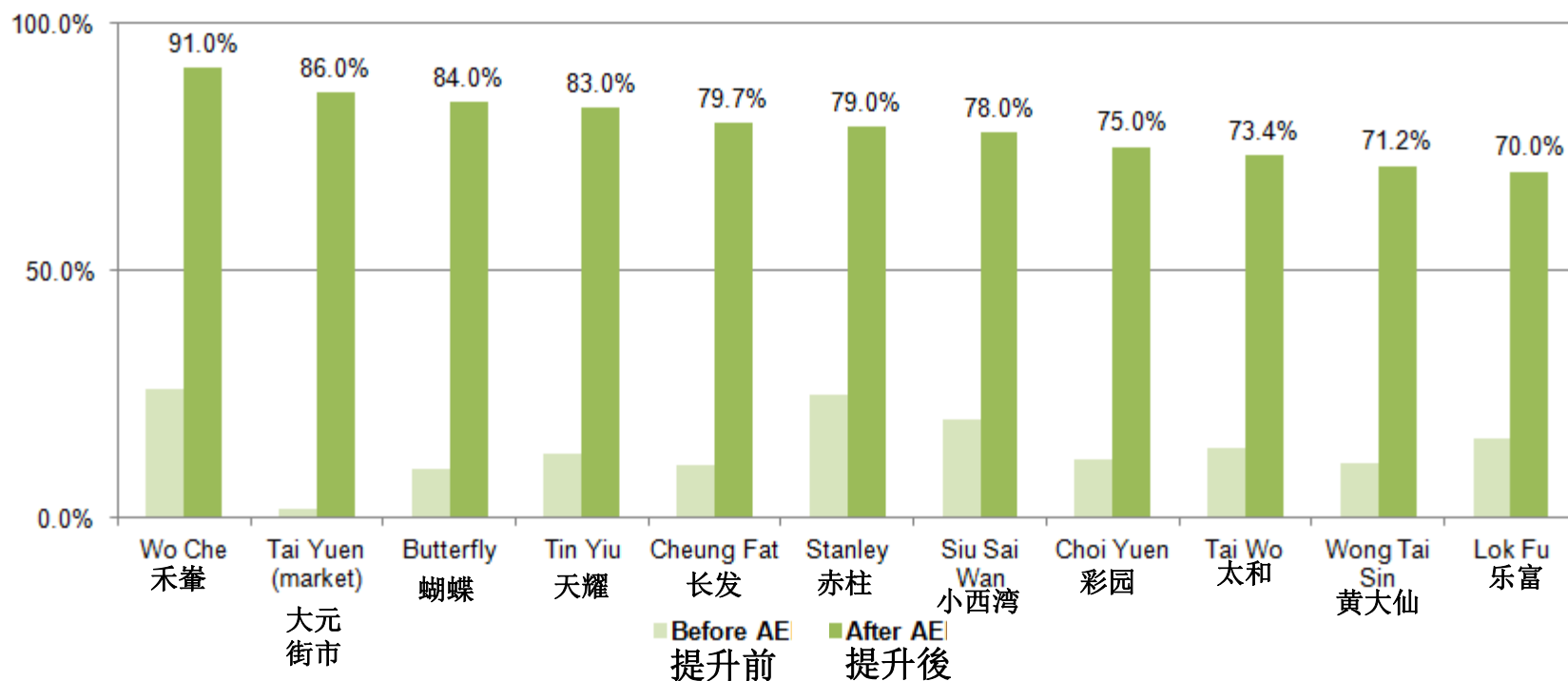
Retail Valuation 零售估值  
(HK\$'M 港币百万元计)



Valuation of enhanced assets outperformed remaining portfolio

# 资产提升前後的顾客满意度对照

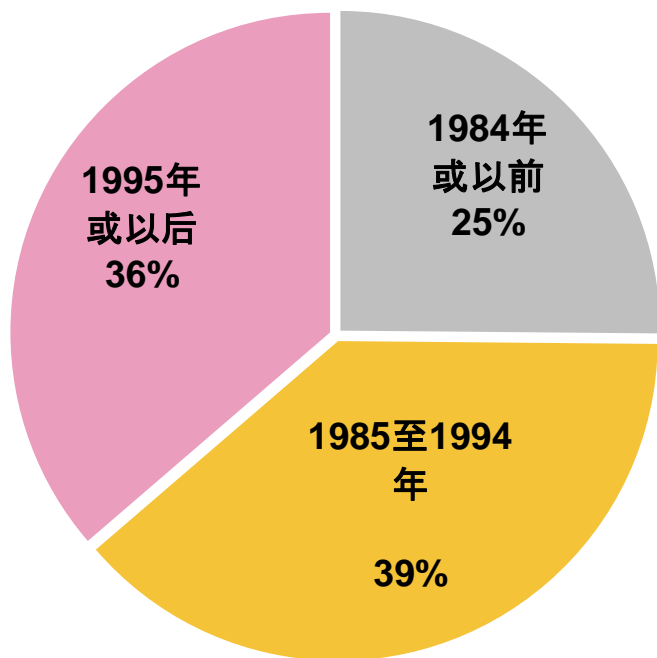
## 客户满意度调查结果 Customers' Satisfaction Survey Results (满意度)



Note: Figures representing percentage of respondents with satisfaction level in the top two scores on a five-point scale survey



# 领汇资产物业落成年期及设施的一般现况



领汇资产物业落成年期





# 资产提升後的物业





# 鲜活街市资产提升

## 项目案例

- 1) 乐富街市 Lok Fu Market
- 2) 天瑞街市 Tin Shui Market



# 港鐵路綫圖 MTR system map

[www.mtr.com.hk](http://www.mtr.com.hk)



乐富街市 — 一站式消费体验，提供从新鲜烹饪食材到特色食品的全部业态

2013年5月开始翻新

2013年11月完成

提升前



提升后



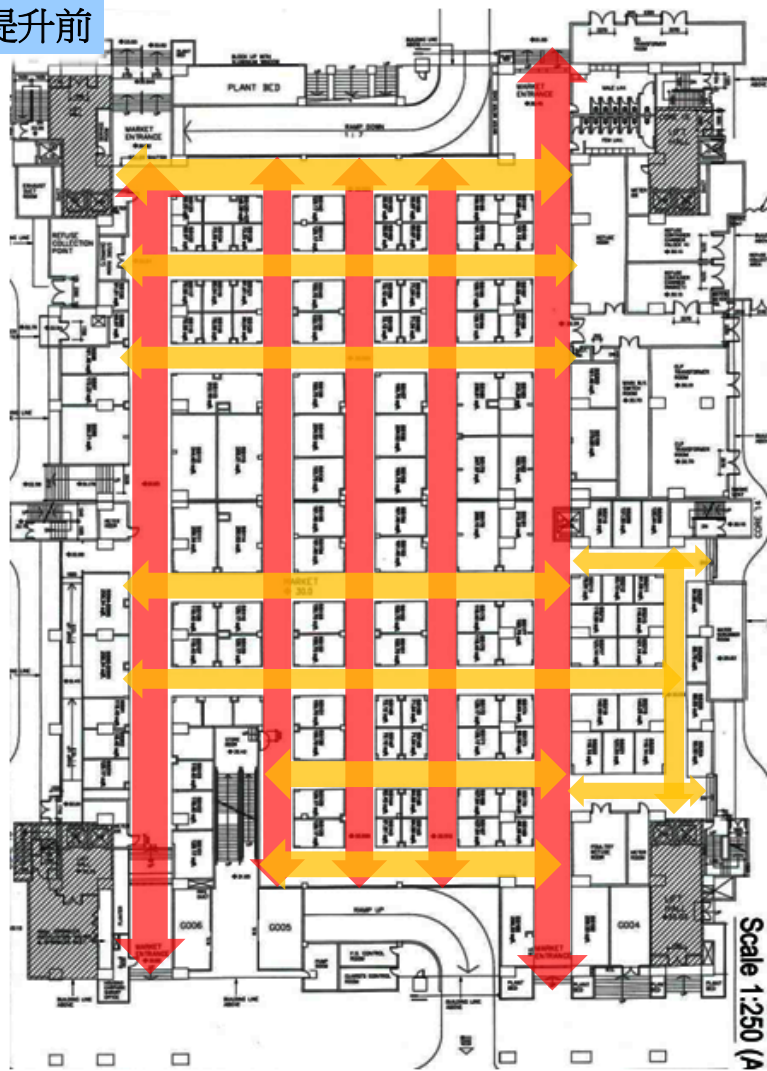
资本开支:1.2亿港元





- ❑ 天花高度逼仄
- ❑ 通道狭窄
- ❑ 指向不明确
- ❑ 建筑服务落后
- ❑ 地板、天花和照明都很陈旧

提升前



提升后



五线主要纵向通道  
八线横向通道

## 四大方向性主要通道

### 八线方向性通道



改装期: 6 个月  
资本支出: 1.2 亿港元  
竣工年份: 2013

整体翻新包括:

通风、照明系统、冷气、  
渠务、防水、增设电梯、  
引入新的摊档配置、  
停车场出入口改善

## 成效

- ❖ 租金收益: 逾↑130%
- ❖ 内部面积: ↑ 22%
- ❖ 人流增长: ↑ 15%
- ❖ 商户生意: ↑20 – 30%
- ❖ 巩固乐富广场整体形及人流

提升后



图例:

- |          |      |
|----------|------|
| 高身摊档     | 低身摊档 |
| 活家禽摊档    | 零售摊档 |
| 新增升降机    | 升降台  |
| 新增客户服务柜台 |      |

## 主要提升 / 新建的设施

- (A) 阔宽的出入口
- (B) 增设升降机-连接地库停车场至美食坊的各楼层
- (C) 客户服务柜台
- (D) 厨余加工机
- (E) 畅通易达洗手间
- (F) 畅通无阻通道设施- 升降台
- (G) 海鲜送货专用通道







提升前



提升后





提升前



提升后







顾客服务台



顾客服务大使



手推车



厨余加工机



斜道



畅通易达洗手间



升降台



触觉引路带



安装连接街市与乐富广场  
及停车场的全新畅通易达升降机



新增洗手间



天瑞街市

### Car Park

天瑞商场





# 鲜活街市资产提升案例 二

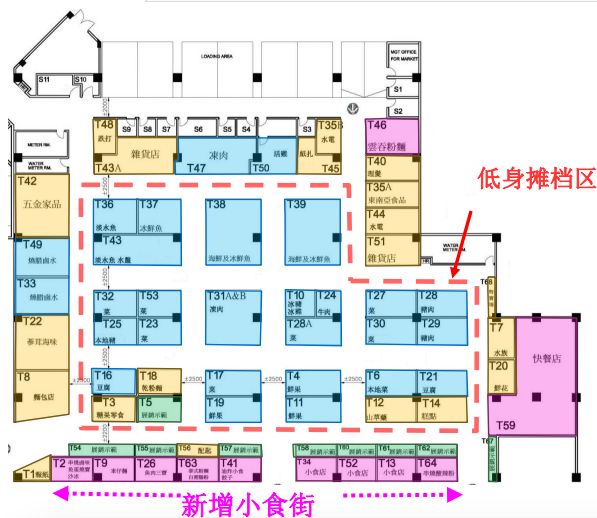
提升前

2014年5月开始翻新



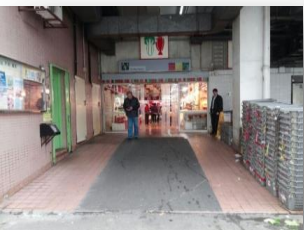
提升后

2014年7月初重新开幕

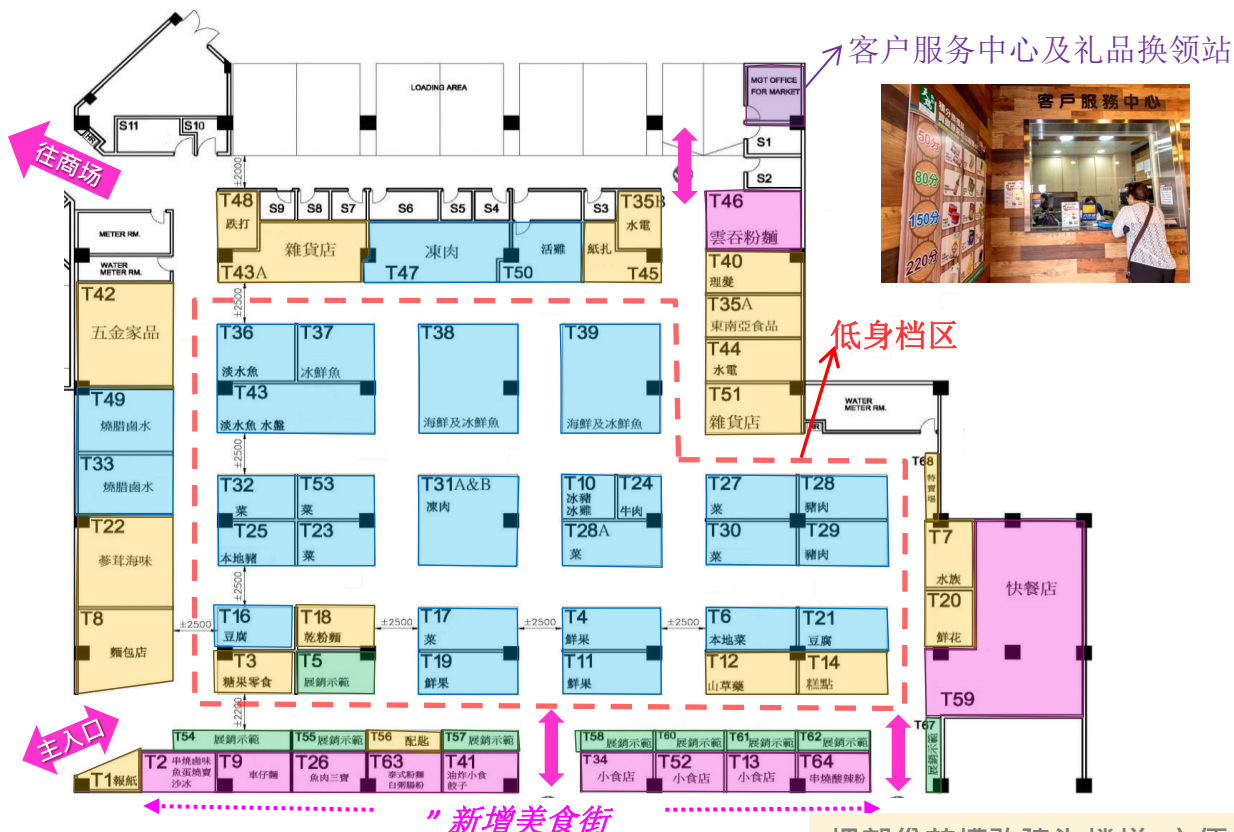


Legend 图例:

- Wet Trade 湿货行业
- Dry Trade 干货行业
- Cooked Food 熟食
- PV Areas 展销摊位



# 于原有面积创建可出租面积， 增加15摊档商户



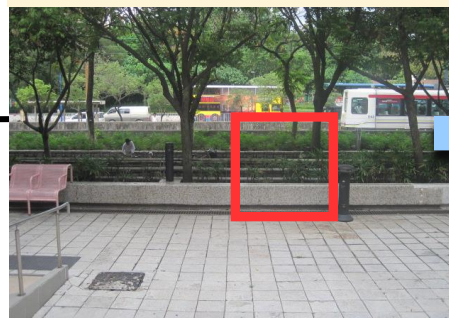
改装期: 2 个月

投資: 1千6 百万港元

整体翻新包括:

冷气、渠务、防水、  
增设电梯、提供档户  
之基本間格、  
摊档配置等营运设施

把部份花槽改建为楼梯, 方便  
顾客来往轻铁站并增加人流量





# 不一样的香港鲜活街市

提升前



提升后



## 传统街市设计 Traditional Market Design

- ❖ 视野能见度低 — 高身实壁档
- ❖ 通道狭窄及不整洁布局

## 摩登街市设计 Modern Market Design

- ❖ 提升街市的通透度及畅通度，令视野更开阔
- ❖ 大部分档口以半腰档设计，摊档一目了然并增加空间感
- ❖ 美食街(营业至零晨二时) - 吸引更多的客流量



# 营运管理及增值服务



统一照明系统 - LED灯及环保省电灯泡



隐藏式渠道设计

產品情報		
	冬瓜	天瑞街市 元朗大橋街市
		\$3/斤 \$4/斤
發佈日期/時間 08-05 16:00		
	水蜜桃	天瑞街市 元朗大橋街市
		\$18/4個 \$20/4個
發佈日期/時間 08-05 16:00		

严控物价-街市营运商的物价团队监管街市内价格



八达通付款 - "一磅即付"



划一设计的价钱牌, 全部均由街市营运商帮摊位商户每天负责印制



"每周特价精选" 告示板



❖ 厨餘回收



❖ 比一般街市较长的营业时间  
美食街 (营业至凌晨二时)



品质保证 - Certified ISO 9001



"首创街市DJ" - 推广员定时向顾客推销特价货品



顾客服务

- ❖ 客户服务中心
- ❖ 免费礼品赠送
- ❖ 会员积分计划



# 于14年9月获国际殊荣 - 街市金奖 “WUWM 2014 Market Gold Awards”



## Excellence in Real Time Market Renovation







## 资产提升项目案例

- 1) 赤柱广场  
Stanley Plaza
- 2) 友爱商场及安定商场  
Yau Oi & On Ting Shopping Centre



### 基本资料

地址：香港赤柱佳美道23号  
落成年份：1999 – 2000  
總内部楼面面积：约9,100平方米  
停车位数量：411

### 资产提升

资本支出：227百万港元  
竣工年份：2011  
ROI：13%

### 主要工程范围

- 重新间隔零售空间以提升商场流通度
- 改建全新的圆形剧场
- 增加一个全新的观景台
- 加设一个婴儿护理室及户外游乐场
- 改善与邻近地方的连接设施



- ❑ 位处港岛南面最专贵地段，是外地和本港游客的必游之地
- ❑ 商场建筑以环保及自然为主题，荣获香港环保建筑协会颁发最高白金评级认证
- ❑ 赤柱广场是香港首个宠物友好的购物商场，提供独特的设施，方便宠物使用



提升前



提升后





提升前



提升后





提升前



提升后



提升后





提升前



提升后





# 首个宠物友好购物商场 悠闲露天的餐饮与购物体验





# 友爱、安定商场简介



## 基本资料

地址：新界屯门乡事会路  
落成年份：1980  
總内部楼面面积：约17,500平方米  
停车场位数量：1,326

## 资产提升

资本支出：474百万港元\*  
竣工年份：預計2014年年底

\*截至2014年3月31日止之数字

- 自1980年初开始服务区内居民，
- 友爱商场及安定商场重新定位为领汇自2005年上年以来的最大项目，两个商场将会整合成大型综合购物商场，从而成为领汇于屯门的地区旗舰商场
- 资产提升後的商场以多姿多彩、活力十足的面貌示人，共約有180家店铺
- 停车场则设有1,326个车位，是屯门最大的停车场
- 时装和生活品位的店铺组合吸引区内年轻的居民
- 而友爱安定商场地理位置优越，处于交通汇聚点，方便更多顾客前来购物

## 主要提升 / 新建的设施



扶梯  
(7→21)



升降机  
(10→13)



洗手间  
(24→32)



畅通易达洗手间  
(7→17)



婴儿护理室  
(0→3)



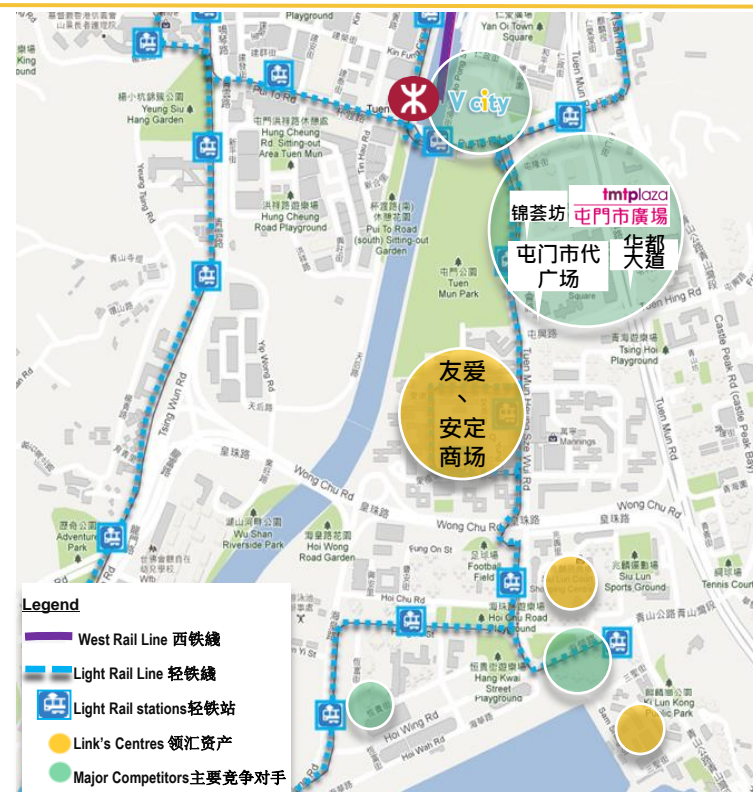
中央空调的面积  
(6,200 平方米 →  
23,400平方米)

# 友爱、安定商场的重新定位及全新品牌

## - 吸引年轻家庭消费



区内其他竞争商场不断提升档次及进行翻新及改装



位于屯门市中心的主要竞争对手

**V City**  
(发展商: 新鸿基)

- 于2013年第三季开幕
- 约 25,000平方米
- 约 130 间店铺



**屯門市广场 tmt plaza**  
(发展商: 信和)

- 翻修工程: 2012年竣工
- 约93,000平方米
- 约 400 间店铺



**屯門市代广场 The Trend Plaza**  
(发展商: 恒基兆业)

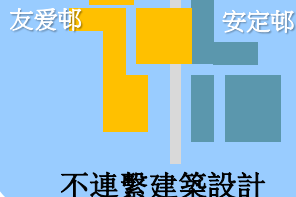
- 翻修工程: 2012年初竣工
- 约18,500平方米
- 约 120 间店铺



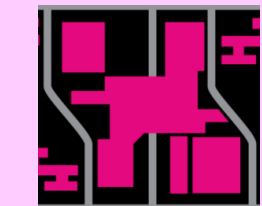


# 友爱、安定商场的重新定位

提升前

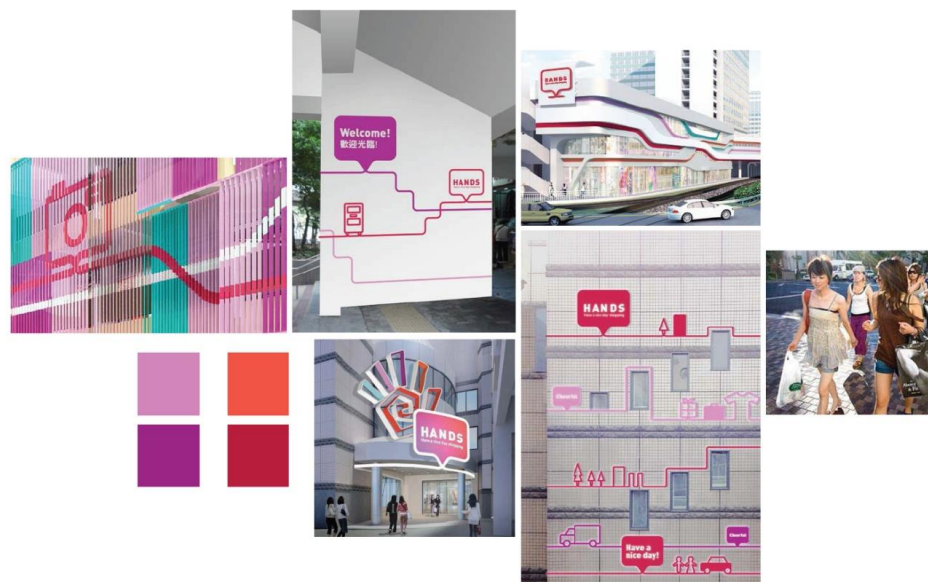
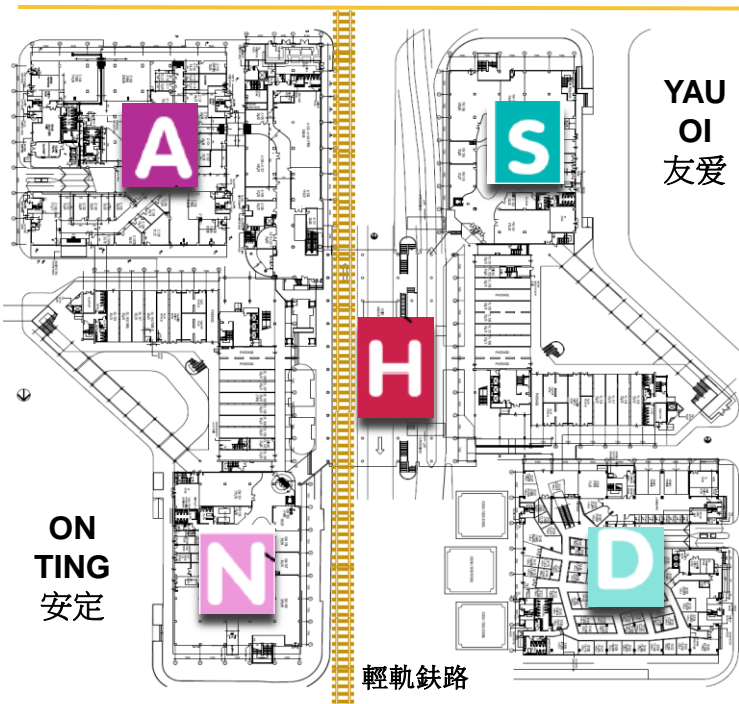


提升后



市场类别	大众市场	中档市场
商户组合	日常生活所需为主	更全面消費選擇
定位	本邨消费群众	中档次旗舰商场
针对的客户群	家庭消费 居住邻近的客户群	年轻家庭消费 居住邻近及外区的客户群
品牌	没有	重新命名 - 清晰品牌定位,愉快的购物体验 HANDS

# 友爱、安定商场 – 全新分区系统



根据商场的新名称的分区系统





# 提升前後的布局和业态

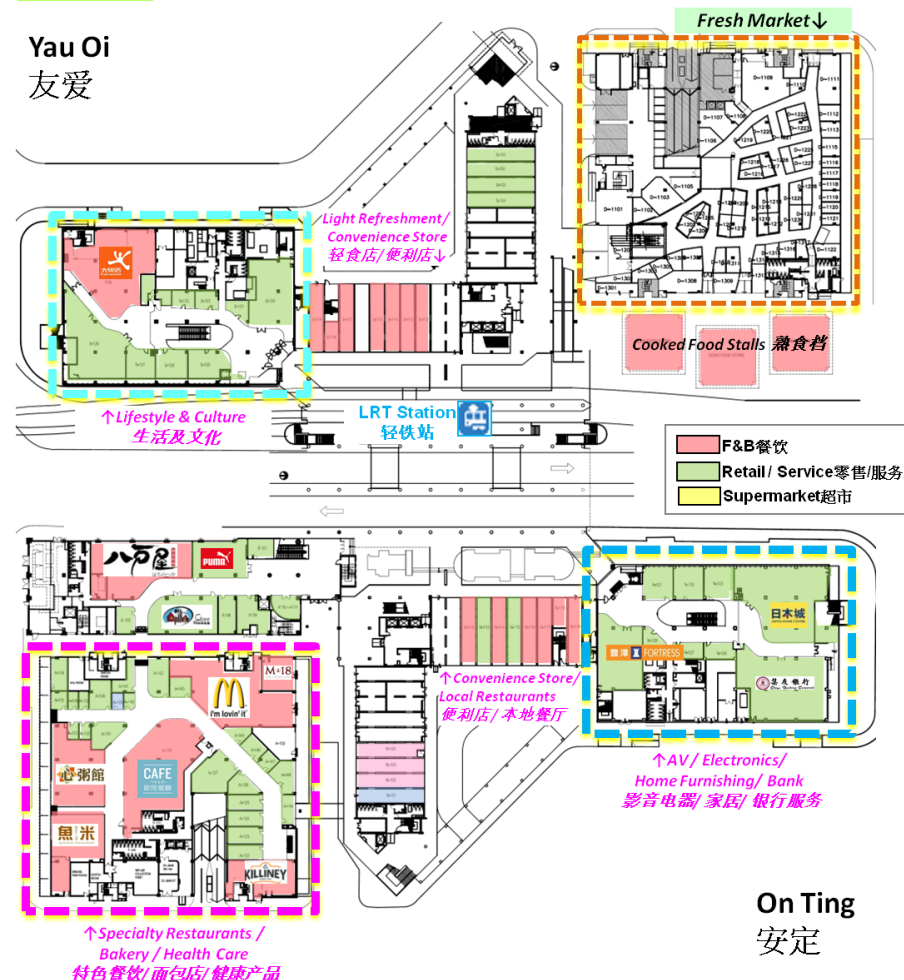
## 提升前



G/F

把两个鲜活街市合并为一个全新设计的鲜活街市

## 提升后



G/F

原为鲜活街市改装为商场

全新布局并加设中央空调

把两个鲜活街市合并为一个全新设计的鲜活街市

# 提升前後的布局和业态

## 提升前

Yau Oi  
友爱

- F&B 餐饮
- Retail / Service 零售/服务
- Supermarket 超市
- Vacant 空置店铺

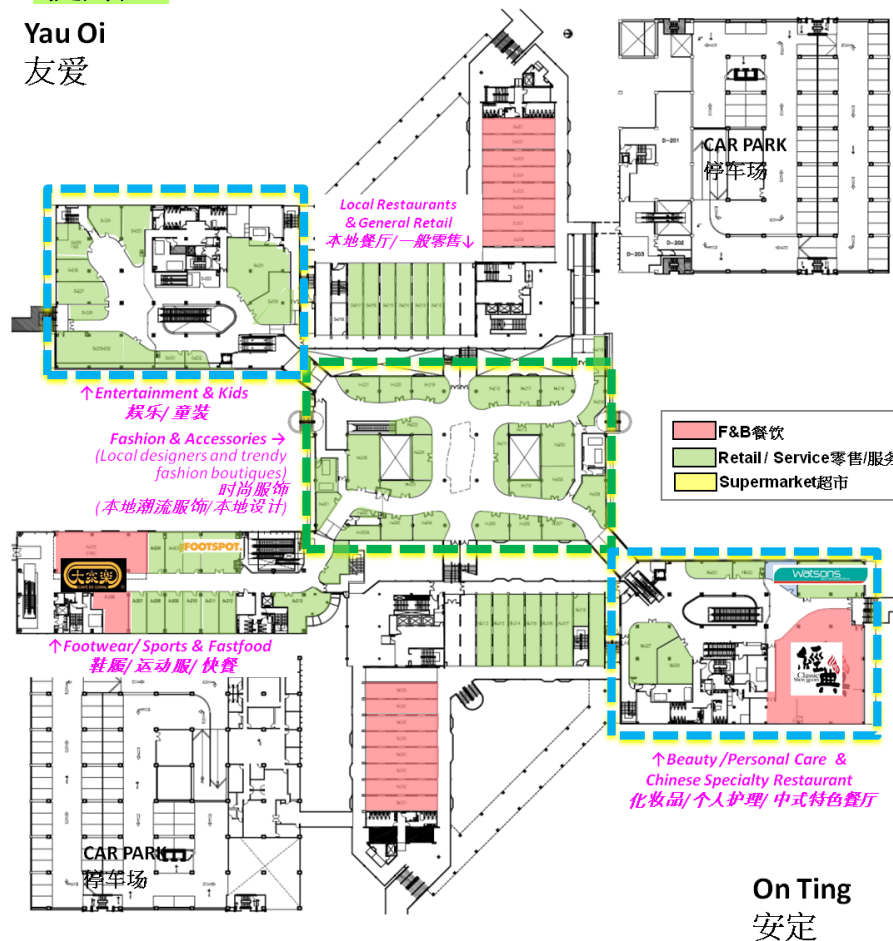


全新时装区域

1/F

## 提升后

Yau Oi  
友爱



全新布局并加设中央空调

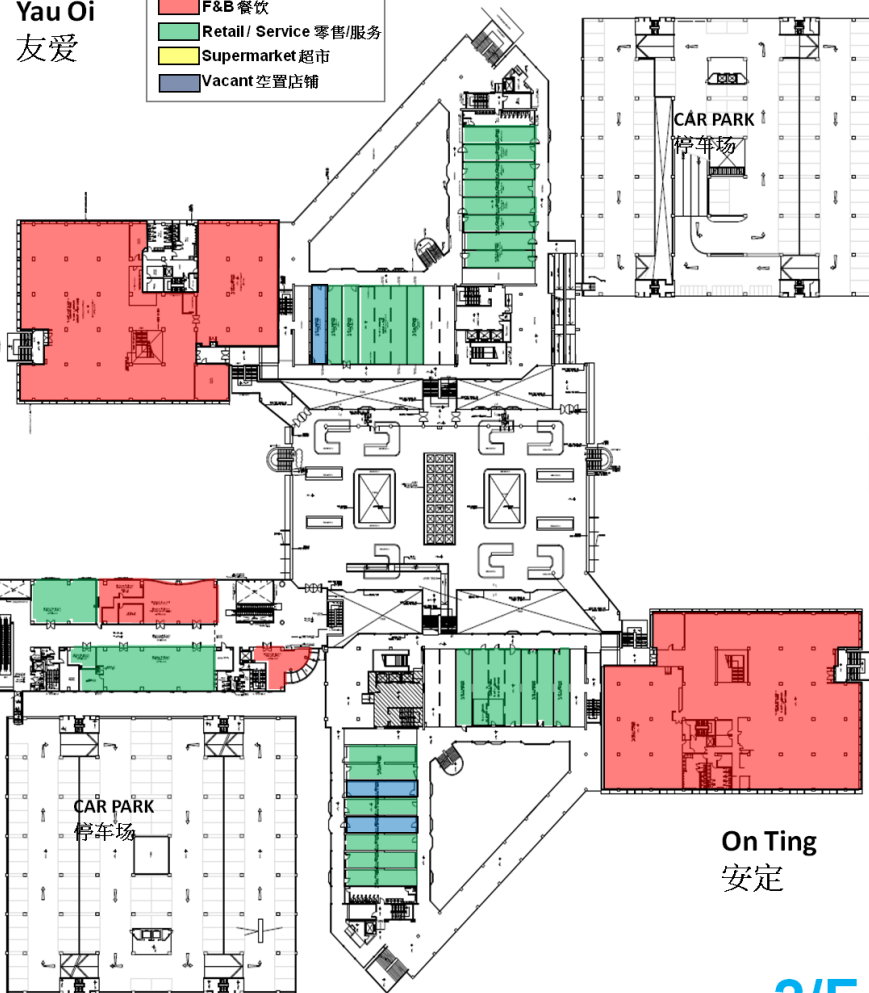
全新时装区域

1/F

# 提升前後的布局和业态

## 提升前

Yau Oi  
友爱



On Ting  
安定

2/F

## 提升后

Yau Oi  
友爱



On Ting  
安定

2/F

全新布局并加设中央空调



# 资产提升前后对照

提升前



提升后



# 资产提升前后对照 (物业外墙)

提升前



提升后





# 资产提升前后对照 (物业外墙)

提升前



提升后



# 资产提升前后对照 (内部环境)

提升前



提升后



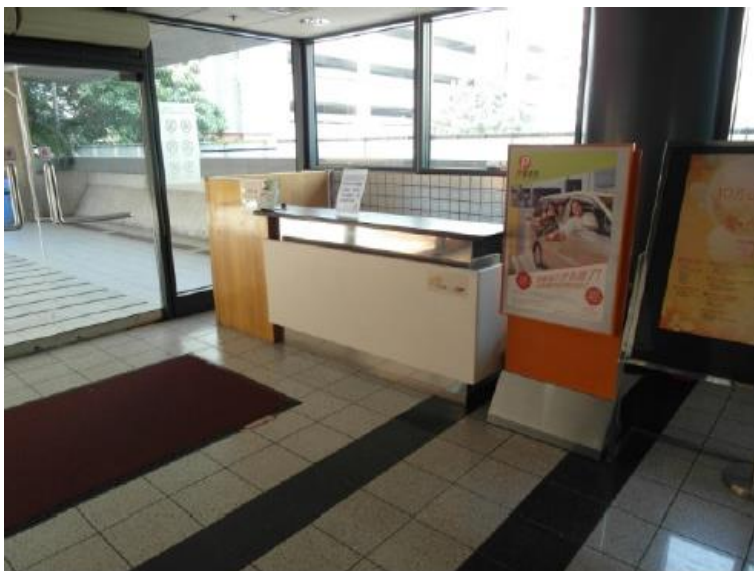


# 资产提升前后对照 (内部环境)

提升前



提升后





# 更佳的购物体验

提升前



提升后



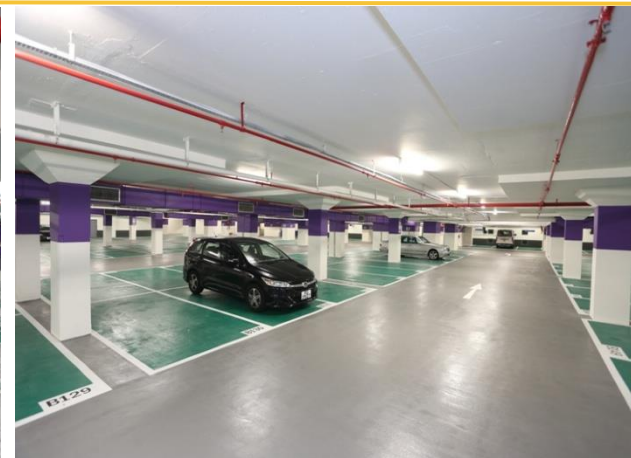


## 资产提升项目 - 停车场案例

- 1) 乐富广场A区  
Zone A , Lok Fu Plaza
- 2) 友爱商场及安定商场  
Yau Oi & On Ting Shopping Centre



# 停车场资产提升案例一 – 乐富广场A区



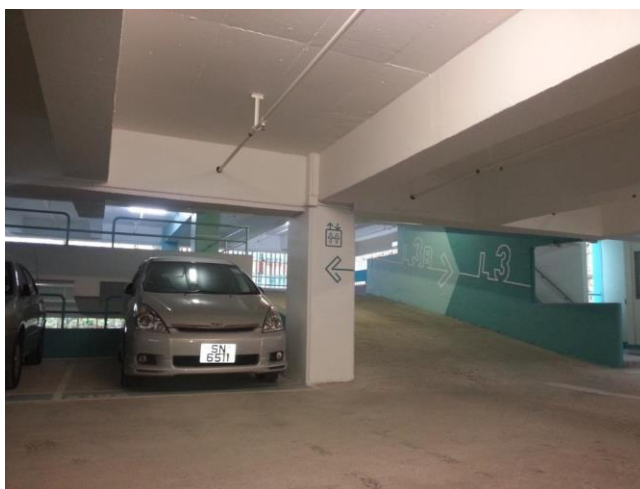


# 停车场资产提升案例二 – 友爱商场及安定商场

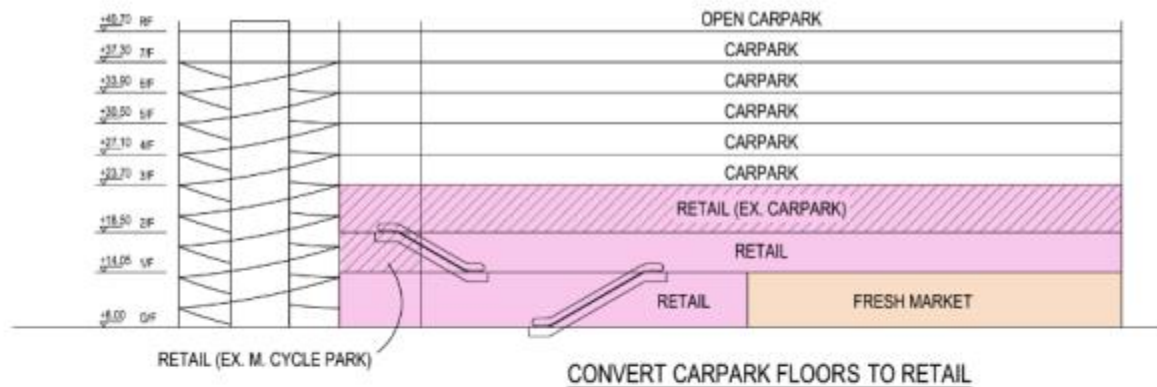
提升前



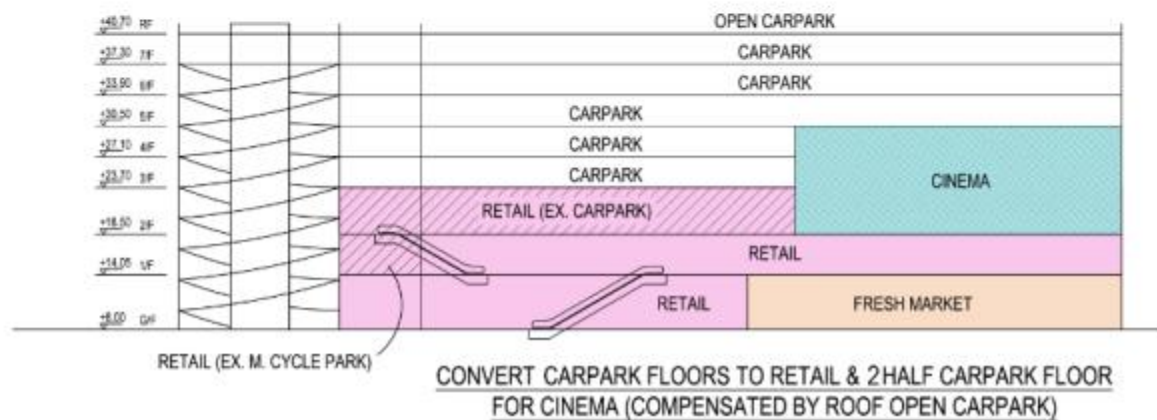
提升后



# 有效地利用未尽用商业面积 (停车场转零售面积)



## OPTION F





# 小型规模提升工程

项目案例

长康商场 Cheung Hong Shopping Centre



# 长康商场 — 翻新前后对照 (物业外墙)

翻新前



翻新后



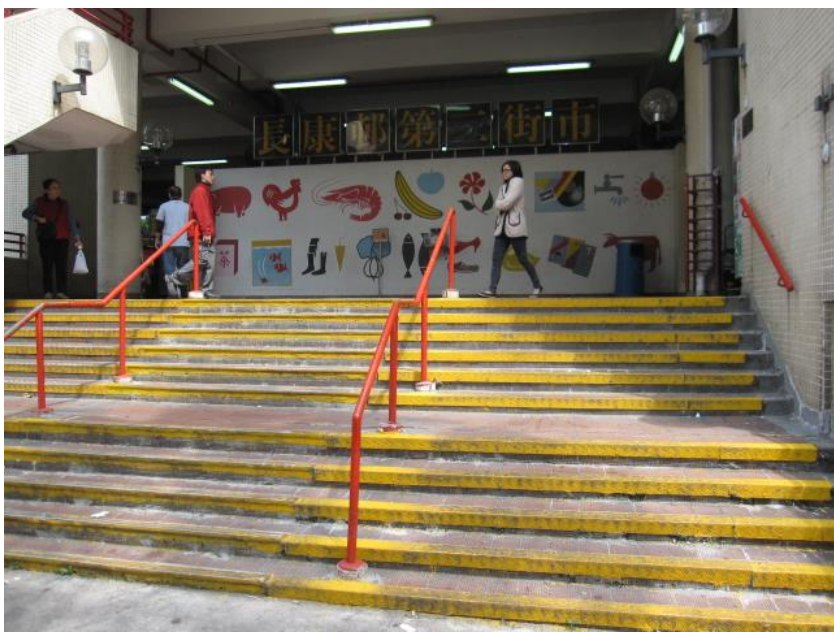


# 长康商场 — 翻新前后对照

翻新前



翻新后



# 长康商场 — 翻新前后对照

翻新前



翻新后







# 策略宣传推广

- 01 領匯主席苏兆明、領匯行政總裁王国龙、領匯首席财务总监张利民及特斯拉代表于开幕礼上携手推动可持续发展。  
The Link's Chairman Nicholas Robert Sainow-Smith, The Link's CEO George Hongchoy, The Link's CFO Andy Cheung and Tesla Motors' representatives helped promote sustainable development at the opening ceremony.
- 02 赤柱广场化身科技展览会，吸引上万名市民到访。  
Stanley Plaza was transformed into a technology exhibition venue, attracting more than 10,000 inquisitive visitors.
- 03 特斯拉Model S电动房车率先于領匯赤柱广场展出及提供试驾。  
Tesla Model S electric sedan display model was exhibited at Stanley Plaza where the test drives was carried out during the exhibition period.



02



03



01

## 「The Link x Tesla Technology Drives」展览

The Link x Tesla Technology Drives Exhibition

領匯与美国著名电动车制造商特斯拉首度合作，透过科技展品及互动游戏诠释科技如何保护地球资源及推动可持续发展，成功吸引上万市民参观。

The Link partnered with renowned electric vehicle manufacturer Tesla Motors for the first time to present an exhibition showcasing the role technology plays in conserving our natural resources and supporting sustainable development. With interactive games and educational kiosks, the exhibition drew more than 10,000 visitors.





01

## 兰博基尼香港 x 领汇 x 奔牛节@赤柱广场

Lamborghini HK x The Link x Cow Parade @ Stanley Plaza

领汇与兰博基尼香港及世界级大型公共艺术—奔牛节全球首度合作，通过拍卖知名艺术家设计的彩绘牛为慈善出力，另举办亿元兰博基尼车队巡游及展览吸引车迷和观众的目光，更成功吸引世界各地媒体报导。

The Link, Lamborghini Hong Kong and international public art event Cow Parade came together for the first time to create an event with sizable charitable impact. Life-sized cow sculptures designed by famous artists were auctioned for charity. A parade and exhibition of Lamborghinis, worth well over HK\$100 million in total, attracted supercar fans and spectators as well as significant international media coverage.



- 01 活动开幕典礼于领汇旗下赤柱广场举行，并由领汇及兰博基尼香港管理人员、演艺巨星郭富城等主持开幕仪式。  
The opening ceremony at Stanley Plaza was officiated by management from The Link and Lamborghini HK, superstar Aaron Kwok and other luminaries.
- 02 首度于香港举行「原型彩绘牛」慈善拍卖，多位捐赠者争相出价竞拍，为大会筹得港币82.1万元善款。  
Hong Kong's first cow sculpture charity auction raised HK\$821,000 from generous donors.
- 03 领汇邀请五位国际知名艺术家创作了五只「原型彩绘牛」，并于赤柱广场展出。  
The Link invited five internationally renowned artists to create five, life-sized cow sculptures, which were exhibited in Stanley Plaza.
- 04 印有「原型彩绘牛」图案之兰博基尼超级跑车在开幕典礼上首度亮相，吸引大量游客驻足。  
Lamborghinis emblazoned with the cow sculpture designs were also unveiled during the opening ceremony, attracting huge crowds.



02



03



04



## 国际美食音乐节

World of Food and Music

领汇响应香港旅游发展局之「香港美酒佳肴月」，以狂欢派对为主题，于赤柱广场送上美酒佳肴及国际级音乐与舞蹈表演，成功吸引大量本地及海外游客到访的同时更促进了商场的消费。

As part of Hong Kong Tourism Board's Hong Kong Wine and Dine Month, Stanley Plaza hosted the World of Food and Music (WOFAM), bringing together world-class music performances with gourmet food and wine experiences. The event spurred spending from jubilant crowds of locals as well as tourists.

- 01 每年国际美食音乐节均会请来世界各地的国际级名厨即场示范拿手菜式。  
Each year, WOFAM brings many world-class chefs to demonstrate their cooking skills.
- 02 音乐节目丰富，包括劲饮大赛，刺激好玩，极受市民欢迎。  
WOFAM's jam-packed programme of fun and exciting activities, such as a speed-drinking contest, was very popular.
- 03 人气韩国舞台剧「韩国搞笑音乐面包秀Pang Show」的精彩演出，令在场观众惊喜连连。  
Korean hit musical comedy show, Pang Show, had the audience in awe.



01



02



03



## 领汇 x 商业电台「低碳30」

The Link x Commercial Radio  
30-Hour Low Carbon Campaign

领汇与商业电台合作举行全港首个连续30小时马拉松式绿色环保活动，吸引30队参赛者于领汇旗下7个商场进行低碳任务挑战，香港商业电台DJ和一众知名歌星更积极参与其中，为参赛者打气，把绿色环保概念带进社区的同时，更增加商场的人流及消费。

The Link partnered with Commercial Radio to organise Hong Kong's first 30-hour marathon green event, where a total of 30 teams traveled to 7 of The Link's shopping centres to complete a series of low carbon missions. Commercial Radio DJs and a group of singers were on hand to cheer for the teams and raise awareness for environmental protection. This large-scale environmental event not only had a positive social impact but also increased traffic and spending at our shopping centres.



02



01



03



04

01 压轴活动「低碳三十闭幕音乐会」于领汇旗下乐富广场举行。  
The closing ceremony for The Link's 30-hour Low Carbon Campaign was held at Lok Fu Plaza.

02 & 03 30队「低碳队伍」在多个领汇商场进行「低碳任务挑战」，充分发挥环保创意及团队精神。  
A total of 30 Low-Carbon Teams participated in a series of Low-Carbon Missions at various The Link shopping centres, testing their creativity and teamwork.

04 「低碳队伍」乘坐电动出租车，体验其中好处。  
Low-Carbon Teams got a chance to experience the benefits of low-carbon transportation by traveling in electric vehicles.





01

## 单车行大运及舞火龙

The Link Chinese New Year Bike Parade and Dragon Dance

单车行大运及舞火龙为全港首个兼全城独有的自行车迎春活动，属一年一度标志性贺岁盛事。活动旨在为自行车爱好者带来全新体验，让自行车运动融入生活、走进社区，鼓励大家开展低碳生活，贯彻领汇支持可持续发展的企业理念。

The Link's iconic Chinese New Year bike events are one-of-a-kind in Hong Kong. The activities create exciting experience for cycling enthusiasts, promote cycling as a fun part of a low carbon lifestyle, and further support The Link's sustainability efforts.



02



03

- 01 「单车舞火龙」是领汇的标志性活动，每年年初三于不同地区举行，与市民共贺新春。  
The Link CNY Dragon Dance is one of The Link's iconic events. On the third day of Chinese New Year, the unique bike dragon dance brings good fortune to residents of different districts each year.
- 02 「单车行大运」鼓励参加者开展低碳绿色生活，贯彻领汇支持可持续发展的企业理念。  
As part of The Link's efforts to cultivate a culture of sustainability, The Link Chinese New Year Bike Parade encourages participants to adopt a low-carbon, green lifestyle.
- 03 路线中设有不同开运站，供参加者以转风车、打锣敲等开运贺岁。  
Along the route are many good luck stations equipped with windmill toys or drums and other symbolic lucky charms.





01

## 領匯商户学堂

The Link Tenant Academy

領匯特別成立「領匯商户学堂」，定期举办免费课程，主题涵盖不同商贸范畴，以持续提升商户营商技巧，强化竞争力，让所有持份者都从中获益。

The Link established "The Link Tenant Academy" to provide free seminars and workshops on a range of retail operations and management topics to help tenants continuously improve their business skills and enhance their competitive edge in the retail market, and as a result, creating value for every stakeholder.



02



03

01 & 02 「領匯商户学堂」请来不同嘉宾分享经验，深受商户欢迎。  
The Link Tenant Academy, which invites experts to share their knowledge and experience, is very popular with tenants.

03 「領匯商户学堂」协助商户掌握最新营商环境及营销技巧，提高商户竞争力。  
The Link Tenant Academy helps tenants enhance their competitiveness by relaying the latest market trends and business skills.





01



02

## 推广市场活动

Fresh Markets Promotion

为提升市场的形象及为市场商户带来更多元化的顾客群，领汇与多位星级厨师合作举办厨艺交流及烹调示范活动，并不时推出各款精选食谱卡及多买多赏消费换领活动，以刺激消费。

To raise the profile and image of our fresh markets and attract a broader shopper base, The Link partners with celebrity chefs to share their food expertise as well as demonstrate their latest culinary creations in our markets. We also stimulate spending with attractive recipe cards and sales promotion programmes.



04

- 01 领汇经常于旗下市场举办多买多赏的消费换领活动，刺激消费。  
The Link boosts spending at its fresh markets with many attractive sales promotion programmes.
- 02 名厨亲临市场，即场教授附近居民选购食材的窍门。  
Celebrity chefs took shoppers around the fresh market and share their shopping tips.
- 03 首创在市场内设立「大厨教室」，由名厨教授附近居民烹饪心得及贴士。  
The first to establish a Master Chef Kitchen in its fresh market, The Link brings well-known chefs to share their cooking tips and culinary experiences with shoppers.
- 04 领汇与名厨合作推出多款食谱卡免费于领汇旗下市场派发。  
The Link partnered with celebrity chefs to create a variety of recipe cards that were distributed at The Link's fresh markets for free.



# 领汇「爱·汇聚计划」



注：地图显示受惠非牟利团体及10个项目提供服务的地区

领汇「爱·汇聚计划」于2013年成立后，获得社会福利界热烈回响，共接获约150份合资格申请。

在2013/14年度，领汇共选出10项杰出社会服务项目，其获得的总捐款额达港币1,042万元。

于计划首年，受惠机构的服务涵盖港九新界14个地区，主要对象为社区内的长者、儿童及青少年，目标受惠人数接近10万人。

除了提供捐款，领汇也会：

- 免费安排场地举行社区项目
- 招募同事参与义工活动
- 联络商户组织服务网

## 关爱长者健康



## 青少年培训及发展



## 儿童教育及成长





# 总结领汇优势



# 可持续发展为社区创造价值

领汇在可持续发展领域屡获殊荣，得到国际认可：

MEMBER OF  
**Dow Jones  
Sustainability Indices**  
In Collaboration with RobecoSAM

获选为道琼斯可持续发展指数亚太指数  
(DJSI Asia Pacific)的成份公司  
香港首家也是唯一跻身指数的房托基金



**FTSE4Good**

2014年连续第二年  
入选富时社会责任指数  
(FTSE4Good Index Series)  
首家获选的香港房托



2014年在全球房地产可持续性标准  
(GRESB)中获颁“Green Star”级别  
晋身东亚区零售公司首名位置

年内举行多个可持续发展的大众活动，提升公众的环保意识：

支持「索气大作战2013」

(2013年7月)



伙拍惜食堂策动「剩食回收及转赠计划」

(2013年11月)



利是封回收重用大行动

(2014年2月)



可持续发展已成为领汇的重点长远策略，融入我们的中短期目标及日常营运之中

- 全球零售房托的龙头,目前市值超过**1,000**亿港元, 负债比率水平仅**11%**, 雄厚的资金实力保证增长空间
- **2013/14**年度总收益**71.5**亿港元 (**2012/13**年: **65.06**亿港元), 受惠亚洲香港零售销售额的强劲增长及积极资产管理, 获得持续稳健健康增长
- 专业管理团队, 雇用的全职和合约员工数目**4000** 多人, 精於综合设计、管理、规划及营运, 拥有丰富交通轨道及商业设施的配套发展经验
- 长线持有物业,恪守可持续发展的承诺
- 采用内部化管理架构, 此举使管理人与基金单位持有人之利益一致
- 扩大投资范围, 捕捉更多机会



# Disclaimer 免责声明

- This document has been prepared by The Link Management Limited in its capacity as the Manager (the “Manager”) of The Link Real Estate Investment Trust (“The Link REIT”) solely for use at the presentations/meetings held and may not be reproduced or redistributed without permission. Neither this document nor any copy may be taken or transmitted into or distributed, directly or indirectly, in the United States or to any U.S. person (within the meaning of Regulation S under the United States Securities Act of 1933, as amended). Neither this document nor any copy may be taken or transmitted into or distributed or redistributed in Canada or to the resident thereof. The distribution of this document in other jurisdictions may be restricted by law and persons into whose possession this document comes should inform themselves about, and observe any such restrictions. By attending this presentation/meeting, you are deemed to agree to be bound by the foregoing restrictions and represent that you have understood and accepted the terms of this disclaimer. Any failure to comply with these restrictions may constitute a violation of applicable securities laws.
- All information and data are provided for reference only. All opinions expressed herein are based on information available as of the date hereof and are subject to change without notice. The slides forming part of this document have been prepared solely as a support for oral discussion about The Link REIT. No representation or warranty, express or implied, is made as to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or suitability of any information or opinion contained herein. None of The Link REIT, the Manager, or any of its directors, officers, employees, agents or advisors shall be in any way responsible for the contents hereof, nor shall they be liable for any loss arising from use of the information contained in this presentation or otherwise arising in connection therewith.
- This document may contain forward-looking statements. The past performance of The Link REIT is not necessary indicative of the future performance of The Link REIT and that the actual results may differ materially from those set forth in any forward-looking statements herein. Nothing contained in this document is, or shall be relied on, as a promise or forecast as to the future.
- This document does not constitute an offer or invitation to purchase or subscribe for any securities of The Link REIT and neither any part of it shall form basis of or be relied upon in connection with any contract, commitment or investment decision whatsoever. No action has been taken or will be taken by The Link REIT, the Manager or any of its directors, officers, employees, agents or advisers, to register this document as an offering document or otherwise to permit public distribution of this document.

# 谢谢！ Thank You!

总办事处：  
Head Office:

地址：香港九龙观塘巧明街100号Landmark East 安盛金融大厦 33楼  
Address: 33/F., AXA Tower, Landmark East, 100 How Ming Street, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong

电话 Tel: (852) 2175 1800

网址Website: <http://www.thelinkreit.com>

