



新聞稿

[即時發佈]

美麗華酒店企業有限公司

公佈 2024 年中期業績

(香港 – 2024 年 8 月 20 日) 美麗華酒店企業有限公司 (「美麗華」或「集團」，香港交易所股份代號：71)，今天公佈截至 2024 年 6 月 30 日止之六個月 (「期內」) 之未經審核之業績。

百萬港元	截至 6 月 30 日止首 6 個月		
	2024 年	2023 年	變幅
收入	1,401	1,142	22.7%
股東應佔基礎溢利*	398	400	-0.5%
每股基礎盈利*	60 港仙	60 港仙	-
每股中期股息	23 港仙	23 港仙	-

* 股東應佔基礎溢利及每股基礎盈利不包括投資物業估值變動的除稅後影響及非控股權益應佔份額

本集團收入為港幣 14 億 100 萬元 (2023 年：港幣 11 億 4,200 萬元)，較去年同期上升 22.7%；本期間溢利為港幣 4 億元 (2023 年：港幣 3 億 9,300 萬元)，按年微升 1.8%。若扣除投資物業公允值之減值港幣 1,780 萬元，股東應佔基礎溢利則按年微跌 0.5% 至港幣 3 億 9,800 萬元 (2023 年：港幣 4 億元)。每股基礎盈利與去年相同，為港幣 60 仙。

美麗華集團財務總監黎浩文先生表示：「全球經濟進入疫後新時代，人們的生活及消費模式改變，再加上地緣政治衝突疊加、針對中港的貿易限制不斷，以及全球資本流動性收縮等，都直接或間接影響香港經濟，令香港營商環境備受考驗。所幸，本集團憑藉穩健的基礎和豐富的營商經驗，成功在充滿挑戰的環境中展現出強勁的抗逆力，各業務均表現穩健，於回顧期內錄得溫和增長。」

酒店及服務式公寓業務

回顧期內，港元匯價持續高企影響入境旅遊業及旅客消費意慾，加上機場客運量和航班數量尚未完全恢復到疫情前水平，令酒店、零售、餐飲及其相關行業受壓。所幸，高鐵（香港段）持續擴建站點和班次，加上今年上半年新增的 10 個「個人遊」計劃城市，為香港帶來龐大旅客群，彌補了航空運力尚未恢復的旅客量差距。

集團洞悉機遇，在國際航班未恢復之際針對性地增加資源，拓展內地旅客市場，特別關注高鐵沿線城市群，以吸引中長途內地旅客入住旗下酒店；同時與國內旅行社密切合作，開拓更多合作機會。另外，集團也通過與第三方平台合作，提升酒店的曝光率和聲譽，例如參與由香港旅遊發展局舉辦的「香港小而美之旅」活動，推廣旗下酒店業務。The Mira Hong Kong 更成為五月主題「我們正當潮」的重點推薦酒店。此外，為了應對復甦中的旅客需求，集團繼續與港九勞工社團聯會和香港工會聯合會合辦「房務員培訓課程」，為有志成為酒店房務員的人士提供專業培訓。最新一屆課程已於今年 4 月順利完成，所有學員畢業後均加入了集團旗下酒店成為全職或兼職房務員。在宴會業務方面，疫情後婚宴市場正處於復甦階段，我們迅速調整銷售策略以應對此過渡期，例如積極引入企業活動如公司聚會、專業團體及社團活動等，以彌補婚宴活動在此期間減少的短期影響。

由於策略制定得宜，The Mira Hong Kong 及問月酒店於 2024 年上半年入住率均超過九成，分別達到 91.6% 及 94.6%；平均房價亦分別增長 8.3% 及 2.8%。因此，The Mira Hong Kong 及問月酒店的房租業務收入分別上升 9.7% 及 2.6%，而 The Mira Hong Kong 餐飲業務較去年同期亦增長了 16.5%。期內，酒店及服務式公寓業務的總體收入較去年同期增長至港幣 2 億 9,690 萬元；利息、稅項、折舊及攤銷前盈利（EBITDA）為港幣 7,540 萬元；相較於去年同期的收入和 EBITDA（分別為港幣 2 億 6,720 萬元和港幣 6,550 萬元），增長率分別為 11.1% 和 15.1%。

收租業務

2024 年上半年，地緣政治衝突持續對全球和中港經濟產生影響，而人們的生活及消費模式也在疫後新時代有了重大改變。有見及此，本集團調整了收租業務的營銷策略，包括多元化租戶的產業和來源國，以應對退租風險。回顧期內，美麗華廣場及寫字樓的租賃活動、收入和人流都表現穩健。

在寫字樓方面，為降低營運風險，我們因應租戶的背景及業務性質大規模調整了租賃組合，以提高租戶的穩定性。此外，為了分散單一租戶搬遷所帶來的空置風險，我們增加了半零售租戶的比例，同時分拆大面積寫字樓為多個較細單位，以提高每呎租金回報。在商場業務方面，我們將推廣策略聚焦於尖沙咀中部地區，透過與香港政府及地區團體合作籌辦活動，刺激地區經濟，加強美麗華廣場的可達度及連通性。本年初，我們與政府及社區團體組織了「尖咀夜繽紛」活動，與美麗華廣場的「龍影光林」沉浸式光影體驗新年活動創造協同效應，吸引大批市民及遊客同慶新春；同時積極配合區議會的一籃子地區性活動推廣，增加美麗華廣場的曝光率。另外，現時本地客及旅客都強調個性化消費，集團在回顧期內繼續鞏固美麗華廣場強調個性化及創意的品牌定位，並推出一系列針對年輕客群的活動，如「Dream with Mi 想『匠』無界限」，透過旗下的「Mira Dreamers 文創市集」及「Sing Your Dream」音樂活動推廣本地匠人品牌及音樂文化；以及舉辦其他各具主題的手作文創市集，為顧客帶來精彩的購物體驗。在物業質素方面，我們在這段期間繼續秉承可持續發展理念進行改善工程，將綠色環保元素融入物業當中，提升租戶體驗。

在上述租賃和推廣策略的推動下，集團期內收租業務收入平穩，達港幣4億120萬元；EBITDA為利潤港幣3億4,040萬元。去年收入及EBITDA分別為港幣3億9,890萬元及港幣3億4,900萬元。

餐飲業務

本港的消費氣氛雖自2023年初復常以後有顯著反彈，然而，由於美國聯儲局持續加息，導致其他貨幣（包括人民幣、日元等）表現疲弱並貶值，促使外遊或北上國內消費成為新趨勢，不可避免地打擊本港零售及餐飲業。為應對這些挑戰，集團期內專注加強數碼管道及網上商店 Mira eShop 的銷售推廣，亦積極與不同界別的媒體合作多角度推廣旗下餐飲品牌，增加曝光率並刺激消費。期內，集團中餐業務收入與去年相若；西餐及新品牌餐廳的收入符合預期。節日食品方面則增長強勁，銷售額及銷售數量均創新高，總收入上升34%，至港幣1,660萬元。集團期內餐飲業務總體收入較去年同期上升約3.0%，錄得港幣1億4,280萬元，而EBITDA為利潤港幣3萬元；去年同期的收入及EBITDA分別為港幣1億3,860萬元及利潤港幣1,570萬元。

旅遊業務

回顧期內，儘管航班數量和客運量尚未完全恢復，我們憑藉豐富的旅遊經驗及強大的夥伴網絡，積極推出各種外遊國家的旅行團，包括歐洲、東南亞、日本、南非、埃及，以及郵輪旅遊等。此外，為滿足客戶對多元化旅遊的期盼，集團期內積極推出創新獨特及高品質的旅遊產品吸引顧客，例如與外國鐵路公司合作推出網店，推廣歐洲鐵路深度遊；同時與知名電子產品品牌推出「AI Travel 智遊世界」活動，提升旅遊趣味；以及繼續與歐洲航空公司推廣可持續旅遊，履行企業社會責任，吸引注重環保的顧客。此外，考慮到日益熾熱的中國內地旅遊需求，集團期內繼續積極開拓國內深度遊市場，例如推出海南文昌航太科技之旅，帶領旅客瞭解中國航太發展歷程，口碑載譽。由於緊貼市場趨勢及積極求變，集團期內旅遊業務的收入達港幣5億6,000萬元，EBITDA則為港幣4,010萬元，較去年同期的收入和EBITDA（分別為港幣3億3,740萬元和港幣1,050萬元）分別增長66.0%和283.2%。

庫務管理及財務狀況

關於日常業務過程中產生之匯率、利率、資金流動性及融資風險，集團按照既定政策進行管理、密切監察集團之財務狀況及需要，確保償付能力及承擔。在外匯風險方面，由於集團主要在香港經營業務，其相關現金流、資產及負債以港幣計值；主要匯率風險來自位於中國內地及英國之資產及業務，人民幣、英鎊、澳元及美元銀行存款。在利率及資金流動性風險方面，由於集團資金以港幣為主及並無借貸，因此，集團之主要利率風險為港幣存款利率風險；並無融資借貸相關之利率風險。鑒於過去近期瑞士、歐洲、日本及美國金融機構（包括地方銀行等）之債務及公眾對其償付能力之疑慮，集團以保守穩健的原則降低及減少存放於相關金融機構的存款，有效地控制風險。另外，從去年下半年開始，有見於美元及其他貨幣之利率持續上漲，集團採取保守而積極管理的資金管理策略，將市場及對手風險限制在可控的範圍內，讓不同的銀行對集團的存款進行競價，增加我們的回報率。因此，在2024年上半年，集團整體定期存款的實際有效年利率為4.9%，成績亮麗。在2024年6月30日，集團綜合現金為港幣58億元（2023年12月31日：港幣56億元），並無貸款（2023年12月31日：零）。在融資風險方面，於2024年6月30日，集團獲授予之信貸額總數為港幣9億元（2023年12月31日：港幣9億元），並無動用信貸額（2023年12月31日：零）。故集團的負債與資本比率（以綜合借款總額除以綜合股東權益總額計算）為零（2023年12月31日：零）。集團財務政策一向穩健，備有



充足豐厚的資金及信貸額。另外，集團亦會不時審視核心業務的擴展需要及監察充滿多變的投資環境及需求，以確保我們能夠進行符合投資效益要求的擴展及把握證券、債券及其他投資機會，提高股東回報率。

業務展望

展望未來，美麗華集團主席兼行政總裁李家誠先生對香港經濟持審慎樂觀態度。他表示：「2024年上半年美匯指數達至自2000年以來的相對高位，強港元匯率不僅影響了入境旅遊業，同時令旅客消費降級，對酒店、零售和餐飲及其相關行業帶來營運壓力。但是，市場普遍預計下半年美國將開始減息週期，若如市場預期，這將有利於本港商業環境。另外，多項惠港措施也為我們對香港經濟前景打下強心針，包括：1) 港府正積極部署「粵車南下」計劃，同時「個人遊」計劃有望繼續擴展，連同今年已新增的10個「個人遊」城市，相信能帶動更多消費群來港；2) 深中通道開通，深圳機場連接深圳灣口岸到香港市區只需約70分鐘車程，有望為本港帶來更多內地旅客；3) 機場管理局預期客運量於今年年底將完全恢復，三跑道系統也將投入運作，潛在增加更多國際航班；加上其最近推出的增加航線及航班獎勵計劃，預計將大幅增加出入境旅客量，為香港經濟增添新動力。」

在內部運營方面，李家誠先生表示將調整經營策略以應對市場變化：「今年下半年，我們計劃逐步展開旗下酒店的小型提升工程，包括維修酒店客房和相關設施，以提升出租率和房價。我們亦將與政府和地區團體合作，進一步提升尖沙咀中部地區的交通連繫網絡，增強美麗華廣場和 The Mira Hong Kong 的可達度及連通性。另外，我們會繼續加強電子商貿發展，提高營運效益；同時多元化餐飲和租戶組合及深化顧客的旅遊和購物體驗，提升市場佔有率，為股東創造價值及為服務增值，以應對市場進一步復甦和不斷變化的挑戰。」

— 完 —



關於美麗華酒店企業有限公司

美麗華酒店企業有限公司（簡稱「美麗華集團」；香港股份代號：71）是恒基兆業地產集團成員，致力為顧客帶來精彩難忘的時尚生活體驗，業務覆蓋時尚酒店及服務式公寓、物業租賃、餐飲及旅遊等領域。集團旗下的尖沙咀地標商場 Mira Place，雲集超過 120 個時尚品牌和 40 家餐廳；另有位於尖沙咀的五星級酒店 The Mira Hong Kong 和位於銅鑼灣屢獲殊榮的問月酒店，為賓客提供精品住宿體驗。美麗華餐飲系列涵蓋多元化的餐飲業務，包括精緻西餐、東南亞菜肴、高端粵菜和素食選擇，為顧客提供精彩而難忘的用餐體驗。

如有垂詢，請聯絡：

美麗華酒店企業有限公司

李昕庭

企業傳訊經理

電話: (852) 2315 5318

電郵: charlee.li@miramar-group.com

蔣瑞榕

集團市務及企業傳訊總監

電話: (852) 2315 5513

電郵: lucy.cheung@miramar-group.com