



新聞稿

[即時發佈]

美麗華酒店企業有限公司

公佈 2024 年全年業績

(香港 – 2025 年 3 月 18 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 12 月 31 日止年度之業績。

概覽

1. 2024 年業績表現穩健

集團於 2024 年錄得收入港幣 28.58 億元，同比增長 12.0%。股東應佔基礎溢利上升 1.2%至港幣 8 億 3,050 萬元 (2023 年為港幣 8 億 2,050 萬元)，這主要得益於集團四大核心業務的穩健表現。其中，旅遊業務表現尤為突出，收入同比增長 31.6%；寫字樓及商場的全年平均出租率超過 95%；酒店業務亦保持強勁增長，The Mira Hong Kong 及問月酒店的年均入住率分別穩定超過 92%及 95%。

2. 收購香檳大廈及重建為新酒店及零售綜合體 推動未來長遠發展

集團計劃收購香檳大廈並重建為樓高 23 層的高端酒店及零售綜合體 (「新酒店及零售綜合體」)。新酒店及零售綜合體將包括 99 間客房、零售空間、餐廳及宴會廳，並將 The Mira Hong Kong 部分設施遷移至此，提升美麗華廣場零售面積與集團業務的整體協同效益。

業績表現

百萬港元	截至 12 月 31 日止		
	2024 年	2023 年	變幅
收入	2,858	2,553	+12%
股東應佔溢利	747	977	-23.6%
股東應佔基礎溢利	831	821	+1.2%
每股基礎盈利 (港元)	1.20	1.19	+0.8%
每股股息 (港仙)			
每股末期股息	30	30	-
每股中期股息	23	23	-

2024 年集團收入為港幣 28 億 5,840 萬元，較去年上升 12.0% (2023 年為港幣 25 億 5,260 萬元)。股東應佔基礎溢利 (在不計算投資物業公允值下) 與去年相比上升 1.2% 至港幣 8 億 3,050 萬元 (2023 年為港幣 8 億 2,050 萬元)。集團財務總監黎浩文表示：「主要原因是集團四大業務板塊的收入表現穩健，而旅遊板塊收入更比去年大增 31.6%，表現亮麗。」董事局建議派發末期股息每股港幣 30 仙，給予在 2025 年 6 月 17 日 (星期二) 營業時間結束時已登記在本公司股東名冊內之股東，建議之末期股息預期於 2025 年 7 月 10 日 (星期四) 派發予各股東。連同於 2024 年 10 月 14 日已派發之中期股息每股港幣 23 仙，全年共派股息每股港幣 53 仙。

2024 年香港營商環境仍然面對不少挑戰，美麗華集團憑藉優秀管理團隊以多元的業務組合及靈活的應對策略，在充滿變化的全球經濟環境中展現了卓越的韌性，保持穩健增長。

全球經濟環境的波動為酒店業營商環境帶來諸多挑戰：美元持續走強，導致港元匯率高企，影響旅客來港的意慾及在港消費力。同時，2024 年中國新增 15 個單方面免簽及互免簽證國家至 63 個，致使中國國際航班量在 2024 年同比大幅上升 93.4% 至 58 萬班次，令更多內地旅客選擇經由北京、上海、廣州三大中國國際航空樞紐前往其他國家旅遊，對香港的過夜旅客數量及酒店業務造成影響；而近年港人北上消費的趨勢，亦進一步對本地零售及餐飲的營商環境帶來壓力。

面對種種挑戰，我們採取了一系列應對策略措施，包括靈活調整定價政策以保持市場競爭力；積極推出創意產品和服務，並加強與商戶及合作夥伴的聯合推廣以擴大客源基礎；同時，我們亦充分利用電子商務平台和客戶數據庫，通過精準營銷推動業務增長，在挑戰環境中保持穩健發展。本年度，我們的旅遊業務表現尤為突出，收入同比增長 31.6%；寫字樓及商場的全年平均出租率亦達 95%以上；而酒店業務亦表現強勁，The Mira Hong Kong 及問月酒店的年均入住率分別穩定超過 92%及 95%，充分反映了我們在營銷策略及推廣方面的努力成果。

另外，為進一步拓展客源並確保業務穩定性，集團把握香港發展為伊斯蘭離岸金融中心的機遇，積極發展穆斯林友善酒店及餐廳，以擴大市場及客戶基礎。旗下中菜食府「唐述」更成為香港首間高級中菜食府獲香港回教信託基金總會(BOT)頒發「清真友善餐廳」認證；The Mira Hong Kong 及問月酒店於年內亦分別獲得國際知名穆斯林旅遊權威「新月評等 CrescentRating」5 級的穆斯林友善酒店認證，進一步強化集團的市場競爭力。

業務回顧

酒店及服務式公寓業務

年內，酒店及服務式公寓業務總收入為港幣 5 億 9,740 萬元，較去年同期港幣 5 億 8,190 萬元上升 2.7%；利息、稅項、折舊及攤銷前盈利 (EBITDA) 為利潤港幣 1 億 3,990 萬元，較去年同期 EBITDA 港幣 1 億 5,350 萬元下降 8.8%。

回顧期內，美元匯率保持強勢，持續影響本港旅遊業。為應對此挑戰，集團旗下酒店採取了多項積極措施以擴大客戶基礎並提升競爭力。除了實施更靈活的定價策略外，我們亦積極於大灣區及世界各地進行宣傳，大力拓展銷售網絡；又與國內旅行社合作推出多元化旅遊套票，並參與香港旅遊發展局舉辦的海外旅遊業界訪港考察團。此外，酒店推出多項優惠及推廣活動，以加強淡季銷售表現，例如推出機票加酒店、高鐵加酒店的套票組合，成功吸引更多旅客。在宴會業務方面，我們秉持創新求變的精神，年內舉辦了多場主題及節慶活動。例如，我們與多國領事館合作，以門券及餐券收入取代傳統宴會場租模式，成功舉辦各類主題活動，吸引大量客人參與，令宴會業務表現出色。同時，餐飲業務亦積極推出各種主題聯乘活動，並配合運用網上銷售策略，成功取得一定客源。



在拓展市場方面，酒店亦取得顯著成果。例如，集團旗下的 The Mira Hong Kong 及問月酒店於年內積極開拓中東和東盟市場，推出多項穆斯林友善設施及服務，並分別獲得國際認可穆斯林旅遊權威「新月評等 CrescentRating」5 級的穆斯林友善酒店認證，成功吸引更多國際旅客。

由於以上業務及營運策略制定得宜，The Mira Hong Kong 及問月酒店於 2024 年入住率分別進一步增加至 92.1%及 95.4%，2023 年入住率分別為 89.8%及 95.0%；平均房價亦分別達港幣 1,416 元及港幣 1,636 元。The Mira Hong Kong 的房租業務收入同比上升 1.7%，問月酒店的房租業務收入則下跌 3.5%；集團酒店餐飲業務收入亦較去年同期上升 3.8%。

收租業務

集團年內收租業務收入平穩，達港幣 7 億 9,130 萬元，EBITDA 為利潤港幣 6 億 6,390 萬元。去年收入及 EBITDA 分別為港幣 7 億 9,520 萬元及港幣 6 億 7,010 萬元，相比之下較去年分別輕微下跌 0.5%及 0.9%。全年平均寫字樓及商場的出租率達 95%以上。

年內，集團不斷強化半零售組合，秉持多元化商戶組合及獨特購物體驗的核心策略，積極擴大客源並提升人流。在商戶組合方面，我們進一步優化租戶結構，並重新調整商場佈局以提升人流及延長停留時間；又策略性引入生活品牌及國際潮流品牌，全面提升商場競爭力。其中，具標誌性的「Swatch」時尚手錶專門店於年內進駐，不僅強化了商場的潮流形象，還為商場帶來煥然一新的面貌。同時，國際生活品牌無印良品 MUJI 於回顧期內擴展店舖規模，新增 MUJI Café飲食元素，為顧客提供購物與餐飲結合的全新體驗，進一步提升商場吸引力。此外，Mira Place 更與無印良品首次攜手打造全球首個大型商場聖誕佈置——「Mira Giftmas with MUJI」夢幻聖誕小鎮，為顧客帶來結合食、買、玩的全方位節慶體驗。

在美容領域，我們洞察市場潛力與趨勢，於年內加大推廣力度，推出了名為「Beautiful Mi」的主題活動，結合美容體驗、時尚潮流及健康生活，為顧客帶來全方位的「美麗」享受，進一步鞏固美麗華廣場在美容領域的市場定位。



商場亦積極推出主題鮮明的佈置與推廣活動，涵蓋節慶、餐飲、文化等領域，不但成功營造新穎的購物氛圍，更大收公關宣傳效益，吸引大量人流。同時，美麗華廣場二期亦於年內完成優化工程，加強其辨識度與活力，為顧客打造更精彩的購物體驗。同時，我們積極推動綠色購物，成為首個商場與中電源動（CLPe）合作，於尖沙咀區內推出電子充電停車區「Mi Green Park」，增設多個電車充電設施，為顧客提供更環保的泊車購物體驗。

投資物業公允值之變動

集團的投資物業按公允值列賬，並每半年度重新評估。投資物業的公允值乃根據集團委任之外聘專業測量師行（戴德梁行有限公司）取得的意見而釐定。集團總投資物業之公允值於年內淨減值港幣 7,670 萬元（而 2023 年因集團當時擁有香檳大廈之權益按強拍售賣令體現其一次性投資物業增值港幣 1 億 5,950 萬元），整體投資物業賬面值於 2024 年 12 月 31 日為港幣 150 億元。集團的投資物業乃作長線投資以取得經常性收入，重估增值屬非現金性質，對集團的現金流並不構成實質影響。

餐飲業務

集團年內餐飲收入錄得港幣 2 億 9,040 萬元，而 EBITDA 為利潤港幣 1,130 萬元；去年同期的收入及 EBITDA 分別為港幣 2 億 7,940 萬元及 EBITDA 利潤港幣 2,990 萬元；較去年分別上升 3.9%及下跌 62.4%。

2024 年，香港餐飲業繼續承受壓力。受港人北上消費熱潮、食材價格上漲，以及人工成本增加等挑戰影響，餐飲業的經營環境愈加嚴峻。根據政府統計處的數據，2024 年全年香港食肆總收益的臨時估算為港幣 1,094 億元，較 2023 年全年按價值計輕微下跌 0.1%，按數量計下跌 2.4%，其中中式餐館的總收益按價值計和數量計分別下跌 4.3%及 6.7%。在此大環境下，集團餐飲業務砥礪前行，積極尋找新機遇，並通過優化營運及嚴控成本來應對市場變化，其中包括大力發展網上銷售業務，以及在多間餐廳推出會員消費卡計劃，以專屬優惠提升顧客忠誠度和回頭率。

為應對人手不足及人力成本高漲等問題，集團旗下部分餐廳已引入自助點餐系統，透過科技提升營運效率及減少對人力資源的依賴。此外，集團亦積極探索不同的市場定位和品牌

概念，以吸引更多元化的消費群體。在 2024 年底，我們推出全新的精緻私房餐廳「大宅」，以嶄新的餐飲理念和獨特的品牌形象吸引顧客，開拓更多不同客源。

節日食品方面，2023 年節日食品銷售表現強勁，今年更延續了增長勢頭，表現繼續亮眼，食品工場收入同比增長 10.6%。其中，農曆新年年糕銷售再創新高，成為集團節日食品增長的重要動力。

旅遊業務

集團的旅遊業務於期內錄得強勁增長，收入達港幣 11 億 7,940 萬元，EBITDA 則為利潤港幣 1 億 200 萬元；去年同期收入及 EBITDA 則分別為港幣 8 億 9,610 萬元及利潤港幣 4,670 萬元，分別上升 31.6%及 118.4%。其中，EBITDA 更創下歷史新高，充分反映出集團成功把握市場復甦的良機，精準推出針對不同外遊國家的旅行團及郵輪旅遊產品，並透過有效的營銷策略及營運管理，全面滿足市民復常後對外遊產品的熾熱需求。

集團於回顧期內亦積極利用科技提升旅遊業務的營運效率，透過引入先進的數碼營運系統，大幅減少對人力資源的依賴，並實現更高的自動化水準。這些系統有效提升客戶體驗，包括加快預訂流程、提高準確度及提供個性化推薦，進一步增強顧客的滿意度與忠誠度。

在推廣方面，集團於年內加強數碼行銷及網上廣告的投入，通過精準的數據分析，針對不同市場及客群進行定位推廣，顯著提升品牌曝光度及市場覆蓋率。

隨著本港航空運力的穩步提升、香港國際機場第三跑道系統的啟用及香港機場管理局推出的增加航線及航班獎勵計劃，預計香港的航空運力將持續提升，為集團的旅遊業務創造更有利的市場環境。另外，外遊需求的持續增長，加上集團強大的市場網絡、深厚的市場洞察力及科技應用，集團的旅遊業務有望在未來持續穩健增長，進一步鞏固其在市場中的領先地位。

庫務管理及財務狀況

集團按照既定政策對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進行管理，並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及人民幣、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。

在 2024 年 12 月 31 日，集團綜合現金為港幣 60 億元（2023 年 12 月 31 日：港幣 56 億元），並無貸款（2023 年 12 月 31 日：無）。在融資風險方面，於 2024 年 12 月 31 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：無）。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：無）。年內，集團繼續物色投資機會，增加財務資產投資，並以長線持有為主，於 2024 年 12 月 31 日，長線股本證券投資及流動財務資產分別為港幣 2 億 6,340 萬元（2023 年 12 月 31 日：港幣 3 億 3,220 萬元）及港幣 4 億 6,040 萬元（2023 年 12 月 31 日：港幣 8,950 萬元）。2024 年集團成功把握 9 月美國減息及內地股市上升的趨勢，加大股權投資，本年度在證券投資獲利（投資收益及股息收入）達港幣 6,000 多萬元。集團財務政策穩健，備有充足資金及信貸額，足以應付可見未來之不確定經濟環境，把握證券及債券投資機會，並適時進行符合投資效益要求的業務發展計劃。

業務展望

展望未來，我們對前景充滿信心。集團早前公佈的收購香檳大廈及重建成新酒店及零售綜合體計劃，不僅是公司未來策略發展的重要一環，更充分體現了我們對市場復甦及增長潛力的信心。此計劃包括興建一座樓高 23 層的高端酒店及零售綜合項目（簡稱「新酒店及零售綜合體」），內設 99 間酒店客房、店鋪、餐廳、宴會廳，以及約 21 個私家車車位及 2 個電單車車位。其中，新酒店標準客房的平均面積約為 350 平方呎，較 The Mira Hong Kong 的約 270 平方呎高出約 30%；新酒店標準客房的樓層高度亦較 The Mira Hong Kong 的高出約 25%，而位處新酒店較高樓層的客房將可擁有鄰近九龍公園的景觀或享有海景。另外，新酒店 2 樓將設有樓高約 9 米的接待大堂，而其地面樓層將設有一個有蓋上落客區，車輛可通過落客區進入兩層地庫停車場。

另外，新酒店及零售綜合體毗鄰 The Mira Hong Kong 和美麗華廣場二期，集團計劃將



The Mira Hong Kong 現有的約 60,000 平方呎餐飲及宴會房間等設施遷移至新酒店及零售綜合體，從而使美麗華廣場二期的總零售面積增加 50%以上；同時，美麗華廣場一期及二期的零售總面積將增至約 530,000 平方呎，這將進一步達至零售聚眾效應，吸引更多人流並延長顧客的逗留時間，為消費者提供更具吸引力的購物環境，從而提升租戶價值，促進集團酒店業務與收租業務的協同效益。重新規劃亦為 The Mira Hong Kong 提供翻新客房及設施的條件，進一步鞏固其五星級酒店地位。

若上述項目在將於 2025 年 3 月 31 日（星期一）舉行的股東特別大會上獲通過，新酒店及零售綜合體落成後將有助集團吸引更多高端客戶，提升酒店的平均房價，並為集團商場及寫字樓業務帶來協同效益及創造更高的回報，推動未來的長遠發展。

展望宏觀環境，隨著國家政策及香港基建項目逐步落成推進，預期香港的旅遊及商業活動將迎來新機遇。例如，內地自由行城市擴大至 59 個及深圳「一簽多行」政策的實施，可為本港帶來龐大旅客消費力；「一帶一路」倡議亦為香港開拓伊斯蘭金融市場提供契機，吸引中東高端商務旅客，為本地經濟注入新動力。在交通基建方面，香港國際機場第三條跑道的啟用將大幅提升航空運力；而深圳機場至深圳灣口岸連接路的通車，則進一步便利內地旅客經深圳機場來港，旅客只需約 80 分鐘即可從深圳機場抵達位於尖沙咀的 The Mira Hong Kong。其他如灣仔北會展擴建、啟德體育園的落成，以及「粵車南下」計劃的推進，均將吸引更多高端商務及休閒旅客，為香港經濟注入活力。

為把握這些政策及基建帶來的增長機遇，我們將繼續推出多元化產品以迎合旅客需求，並推行多項資產提升計劃，進一步提升接待能力及顧客體驗。營運方面，我們亦會繼續實施成本控制措施，如計劃在深圳成立辦事處，並將部分後勤支援工序轉移到深圳，以減輕成本；亦會運用科技及優化營運流程，確保資源運用得當，提升整體營運效益。

集團主席兼行政總裁李家誠先生總結道：「未來，我們將繼續以靈活應變的策略及高效的營運模式，迎接市場復甦與增長帶來的機遇，為股東及客戶創造更大的價值。」

—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）創立於 1957 年，總部設於香港，是恒基兆業地產集團成員。美麗華集團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

經理—企業傳訊

電話: (852)23155318

電郵: charlee.li@miramar-group.com

蔣瑞榕

集團市務及企業傳訊總監

電話: (852)23155513

電郵: lucy.cheung@miramar-group.com