



新聞稿

[即時發布]

美麗華酒店企業有限公司

公布 2025 年中期業績

(香港 – 2025 年 8 月 19 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)，今天公布截至 2025 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		
	2025 年	2024 年	變幅
收入	1,295	1,401	-7.6%
股東應佔基礎溢利*	342	398	-14.1%
每股基礎盈利*	49 港仙	58 港仙	-14.1%
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

本集團收入為港幣 12 億 9,500 萬元 (2024 年：港幣 14 億 80 萬元)，較去年同期下跌 7.6%；股東應佔溢利按年下跌 13.7%至港幣 3 億 2,210 萬元 (2024 年：港幣 3 億 7,310 萬元)。若扣除投資物業公允值淨減少 (扣除非控股權益及相關稅項影響後)，股東應佔基礎溢利則按年下跌 14.1%至港幣 3 億 4,180 萬元 (2024 年：港幣 3 億 9,810 萬元)。每股基礎盈利為港幣 49 仙，按年下跌 14.1%。

美麗華集團財務總監黎浩文先生表示：「過去一年，全球經濟增長乏力、地緣政治持續緊張以及關稅戰引發供應鏈重組，阻礙了自由貿易，影響商務旅客出行意願，均為酒店業帶來嚴峻挑戰。同時，香港市民北上消費成風，反映本地周末消費模式的結構性轉變，周末及節假日本地零售及餐飲業表現疲弱。面對這一複雜的經營環境，集團秉持「節流創新，穩步求進」的策略，審慎應對市場挑戰。在商場業務方面，積極擴展旗艦店舖，並引入國際潮流品牌，以煥新商場形象及為顧客注入全新的購物體驗。在餐飲業務方面，重整餐廳組合及嚴控成本，同時積極探索新業務及新市場機遇。通過審慎的成本控制和創新業務思維，集團在多變的市場環境中穩步前行。」



酒店及服務式公寓業務

回顧期內，集團酒店及服務式公寓業務總收入為港幣 2 億 8,000 萬元，較去年同期港幣 2 億 9,690 萬元下跌 5.7%；利息、稅項、折舊及攤銷前盈利 (EBITDA) 為港幣 5,350 萬元，較去年同期 EBITDA 港幣 7,540 萬元下跌 29.0%。

2025 年上半年，香港旅遊業持續倚重內地市場，根據香港旅遊發展局數據，訪港旅客中內地旅客佔比達 75.0%，共逾 1,700 萬人次。然而，受內地出境遊政策推動影響，中國民航國際客運航班同比增長 28.4%，反映內地旅客對境外長線旅遊的興趣增加，導致部份旅客分流至其他國際目的地及縮短在港逗留時間，致使本地酒店市場平均每日房價 (ADR) 有所下跌。自本年 1 月 1 日起，政府重新徵收 3% 酒店房租稅 (HAT)，進一步提高來港住宿成本，加上美國關稅戰阻礙全球貿易，經港往內地的商務旅客需求顯著下降，疊加旅客對個性化及高端體驗需求的上升，市場競爭加劇。期內，集團積極採取多項營銷策略，包括深化與國內外旅行社合作，透過及分散到訪華中、台灣、東南亞及中東等地進行在地推廣，並推出多樣化的旅遊套票，有效拓展客源。集團亦把握政府推動盛事經濟的機遇，憑藉其毗鄰高鐵西九龍站及啟德體育園的核心地理優勢，配合大型活動進行推廣，顯著提升酒店曝光率和入住率。為滿足客人對獨特體驗的需求，旗下酒店 The Mira Hong Kong 於露天酒吧 Vibes 推出「懷舊廣東歌 Disco 夜」，帶來沉浸式音樂盛宴，反應非常熱烈。此外，集團持續完善穆斯林友善旅遊配套，旗下 The Mira Hong Kong 及問月酒店均獲得國際知名穆斯林旅遊指標「新月評等 CrescentRating」5 級穆斯林友善酒店認證，其中 The Mira Hong Kong 更榮獲「清真旅遊獎 2025」之「年度穆斯林友善酒店」及《第二十五屆中國文旅金馬獎》「年度國際金鑽獎」中國名酒店殊榮，旗下「國金軒 The Mira」亦獲「年度金鑽獎」中國餐飲名店肯定，成功拓展多元化國際客源，鞏固高端市場競爭力。

憑藉適切的策略和市場拓展努力，集團旗下的酒店展現了相對穩健的抗逆力。回顧期內，集團積極推動酒店業務的數碼化轉型及智能物聯網 (IoT) 技術場景應用，以實現服務與運營升級；儘管自六月起酒店進行大規模 IoT 設施升級工程，每月影響約一成房間的出租用途 (預計至明年六月全線完工)，The Mira Hong Kong 期內仍錄得平均入住率 90.3%，較去年同期輕微下跌 1.3%；問月酒店平均入住率為 92.9%，較去年同期下跌 1.7%。在複雜的市場環境下，此表現充分證明了集團的應變能力和在市場上的吸引力。

收租業務

集團期內收租業務收入為港幣 3 億 8,550 萬元，EBITDA 為港幣 3 億 2,280 萬元；去年同期收入及 EBITDA 分別為港幣 4 億 120 萬元及港幣 3 億 4,040 萬元，分別下跌 3.9%及 5.2%。

回顧期內，香港整體零售消費市場表現疲弱，受宏觀經濟不確定性、利率波動及行業復甦不均等因素影響，租賃需求持續受壓。面對挑戰，集團採取積極商場管理策略，包括擴展旗艦店舖，為顧客注入全新的購物體驗；同時重整彌敦道店舖，引入國際潮流品牌，以煥新商場形象，提升顧客選擇。為配合市場趨勢，Mira Place 推出多項創新推廣活動，包括農曆新年期間與本地陶藝家合作，打造全港首個商場陶瓷花藝裝置「『陶』花祈緣」，融合藝術與傳統節慶元素，並加入電子互動裝置，有效吸引人流及提升顧客參與度；此外，商場於期內舉辦「Mira Brew Fest 茶啡節」，聯合商場內餐飲租戶推出專屬優惠及工作坊、設立品味生活市集，活動不僅支持本地品牌，亦創造租戶間的協同效益。集團計劃應用人工智能於商場管理，以強化商戶進店率及深逛率，並聚焦深化大數據分析應用，開拓客戶關係管理系統（CRM）及客戶數據管理平台（CDP），打造會員經濟生態圈，以進一步提升消費吸引力及顧客忠誠度。在上述策略有效執行下，期內集團寫字樓及商場物業平均出租率均維持於 90%以上水平。

餐飲業務

期內，集團餐飲業務總體收入為港幣 1 億 3,940 萬元，較去年同期港幣 1 億 4,280 萬元下跌約 2.4%，而 EBITDA 虧損為港幣 280 萬元，其中關閉兩間餐廳的一次性虧損撥備、關閉餐廳還原及其他費用為港幣 660 萬元，扣除關閉餐廳的一次性虧損撥備及其他費用，EBITDA 由虧轉盈為港幣 380 萬元；去年同期的 EBITDA 為港幣 3 萬元。

上半年，香港餐飲市場競爭激烈，港人北上消費熱潮持續，加上高昂租金、營運成本上升，以及經濟不明朗下本地消費者愈趨審慎，整體市況充滿挑戰。面對此環境，集團靈活調整旗下餐廳組合，優化營運效率及成本結構。此外，集團積極推動各類特色活動、與多個知名品牌合作推廣，包括舉辦聯乘品酒晚宴，以提升市場競爭力及顧客體驗。期內，集團旗下餐廳「唐述」榮獲《黑珍珠餐廳指南 2025》一鑽餐廳殊榮。同時，集團持續加強數碼管道及網上商店 Mira eShop 的銷售推廣，線上銷售持續保持



理想增長。透過嚴謹的成本控制以及靈活的策略調整，集團積極應對市場挑戰，下半年餐飲業務有望恢復利潤及收入增長。

旅遊業務

集團的旅遊業務期內收入為港幣 4 億 9,050 萬元，較去年同期港幣 5 億 6,000 萬元下跌 12.4%；EBITDA 為港幣 1,540 萬元，較去年同期港幣 4,010 萬元下跌 61.6%。

2025年上半年，本港經濟疲弱，疊加匯率波動及地緣政治安全因素，進一步抑制旅遊意欲，特別是長途及高端旅遊產品的銷售表現。期內，一系列偶發性事件加劇挑戰：東南亞市場受電信詐騙事件及自然災害影響，旅客信心受挫；日本市場亦因地震及海嘯傳聞引發安全顧慮；中東地區因以色列及伊朗衝突引發的空域安全問題及地緣政治緊張，導致相關旅遊線路吸引力下降。受此影響，部份旅客轉向內地高鐵「個人遊」旅遊，減少參與境外豪華團。所幸，集團憑藉深厚的行業經驗及廣泛的合作網絡，採取多元合作方式及聯合宣傳策略，靈活調整產品組合，推出具特色的旅遊方案以面對挑戰。期內，集團與各國領事館合作，包括聯同土耳其駐香港總領事館及旗下酒店 The Mira Hong Kong 舉辦香港首個齋戒月開齋晚宴，活動片段線上點擊量逾500萬次，顯著提升集團在穆斯林旅遊市場的地位，成功推廣中東文化及深度旅遊體驗，吸引對文化探索有興趣的客群，展現靈活應變及市場觸覺。展望下半年，儘管全球不確定性持續，集團的專業團隊憑藉豐富經驗及靈活策略，有信心應對各種挑戰。

庫務管理及財務狀況

在2025年上半年，受美國及香港減息影響，集團整體定期存款的實際有效年利率為 3.7%，較去年同期下跌年利率1.2%，利息收入減少約港幣3,040萬元。儘管如此，集團財務狀況保持穩健，在2025年6月30日，集團綜合現金為港幣62億元（2024年12月31日：港幣60億元），並無貸款（2024年12月31日：零）。在融資風險方面，於2025年6月30日，集團獲授予之信貸額總數為港幣9億元（2024年12月31日：港幣9億元），並無動用信貸額（2024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（2024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積極尋求潛在高增長的新業務及新市場機遇，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表示：「儘管全球經濟仍存在不確定性，集團對香港的長遠發展前景充滿信心。隨著大灣區融合政策持續深化，「一簽多行」、「粵車南下」政策及逐步開放「個人遊」計劃城市等旅遊便利措施逐步推進，配合政府大力推動盛事經濟，並於去年底公布《香港旅遊業發展藍圖 2.0》，為旅遊業勾劃 2025 至 2030 年的發展方向，相信本港旅遊及相關行業將迎來新動力。」

在內部運營方面，李家誠先生表示集團將繼續以「創新科技賦能，推動業務發展」為策略核心：「集團將聚焦數碼化轉型、推動人工智能應用、客戶服務體驗優化及會員經濟生態圈建設，同時嚴控成本以提升資源效益，確保業務在動盪環境中穩健推進，引領行業創新發展。在當前市場環境下，我們將堅守審慎理財原則，保持財務穩健，以開放態度擁抱市場變化，把握新興機遇。憑藉嚴謹的成本控制、靈活的營運策略及持續的創新轉型，集團定能在變革中穩步前行，為持份者創造長期可持續的價值，攜手開創更美好的未來。」

— 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

鄭美鳳

助理經理 – 企業傳訊

電話: (852) 2315 5449

電郵: natalie.mf.cheng@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