

業務概覽

地產

九龍倉置業有限公司

- 海港城
- 時代廣場
- 荷里活廣場

九龍倉置業發展有限公司

通訊、媒體及娛樂

九龍倉通訊有限公司

- 有線寬頻
- 九倉電訊

中國業務

九龍倉中國有限公司

- 九龍倉中國置業
- 馬哥孛羅酒店
- 現代貨箱碼頭

海港城





海港城是位於尖沙咀海傍心臟地帶的優質寫字樓、商場、服務式住宅、酒店及會所物業，樓面面積共達八百四十萬平方呎。

海港城

資產負債表(摘錄)

二〇〇四年十二月三十一日

	港幣百萬元
物業	41,820
淨流動負債	(1,453)
其他非流動負債	(278)
營業資產淨額(未扣除債項)	40,089

總收入

	二〇〇四年 港幣百萬元	二〇〇三年 港幣百萬元
寫字樓－港威大廈一及二期	628	643
寫字樓－其他商廈	317	338
商場	1,193	1,032
服務式住宅	193	186
酒店及會所	730	533
	3,061	2,732

營業盈利

	二〇〇四年 港幣百萬元	二〇〇三年 港幣百萬元
寫字樓－港威大廈一及二期	526	556
寫字樓－其他商廈	249	264
商場	842	768
服務式住宅	120	110
酒店及會所	252	105
	1,989	1,803



海港城寫字樓的出租率由二〇〇三年年底的百分之八十八增至二〇〇四年年底的百分之九十五。

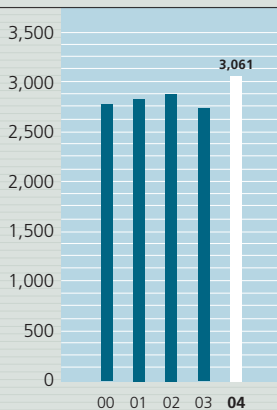
寫字樓

二〇〇四年內，珠江三角洲(珠三角)的經濟增長及本港經濟的迅速復甦，為尖沙咀寫字樓市道帶來強勁的發展動力。在大部分商業區，在保險和貿易行業租戶殷切需求的帶動下，寫字樓的租金水平及資本值得以上升。

海港城寫字樓的出租率由二〇〇三年年底的百分之八十八增至二〇〇四年年底的百分之九十五(詳見第13頁附表)。根據港威大廈二期第六座最新交投數字，租金每平方呎為港幣三十元，集團相信寫字樓租務市場在二〇〇五年將有進一步改善的空間。在二〇〇四年到期的租約續租率為百分之七十五，新承租的樓面面積約為七十五萬平方呎，年內樓面面積的淨吸納量達四十五萬平方呎。於二〇〇四年承租的大型租戶包括友邦保險、Berytos、韓進海運、Intergroup、New Wave Logistics 和 Olympus 等，租用樓面面積合計超過十七萬平方呎。CPF East Asia、日航、Kenfair、May Department Store 及蘇黎世保險等主要租戶亦於年內續租。

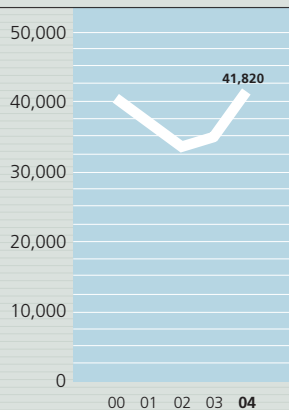
總收入

(港幣百萬元)



物業價值

(港幣百萬元)



海港城寫字樓於二〇〇四年的出租率與租金水平

	港威大廈二期	港威大廈一期	其他
總樓面面積(平方呎)	1,570,000	1,128,000	1,737,000
年底出租率	95.6%	98.0%	95.0%
租金(平均成交價)	—— 二〇〇五年年初 —— 二〇〇四年年初	港幣21元 港幣19元	港幣16元 港幣13元

尖沙咀正迅速轉化為聚集主攻珠三角及其他內地市場的企業的核心商業區。第二階段的更緊密經貿關係安排(CEPA II)於二〇〇四年八月推出，鼓勵內地私營企業來港投資及開設辦事處。內地中小型企業現可運用香港已發展完善的貿易平台進軍世界市場，這將進一步刺激本港未來數年的寫字樓需求。目前的經濟勢頭將帶動租戶不斷提升寫字樓級數，為甲級寫字樓帶來新需求，加上核心商業區缺乏龐大的新寫字樓供應量，二〇〇五年的寫字樓租務市場將可望進一步增長。

此外，由於香港日益倚賴內地市場，加上尖沙咀具備交通四通八達之利，該區自然成為跨國、內地和本地企業設立辦事處的不二之選。預期從事內地業務的跨國及本地企業將緊隨金融業，成為帶動甲級寫字樓租務交投的主要行業，租金回升的連鎖反應將於短期內由中環進一步擴展至尖沙咀。

尖沙咀正迅速轉化為聚集主攻內地市場的企業的核心商業區。海港城寫字樓的租金水平料會持續上升。





(左) 被廣泛譽為香港「香樹麗舍大道」的廣東道，續有愈來愈多的頂級零售商進駐。



(右) 海港城節日機動燈飾是聖誕節不容錯過的觀光熱點。

商場

二〇〇三年年中推出的個人遊計劃吸引大量內地旅客前來香港。根據香港旅遊發展局的紀錄，內地旅客持續高踞訪港旅客排行榜首位，於二〇〇四年達一千二百二十五萬人次的新高，相對二〇〇二年的六百八十二萬及二〇〇三年的八百四十七萬人次，分別增長百分之八十及百分之四十四點六。此外，來自其他主要市場的遊客亦有所增加，進一步刺激本地消費信心，因而推動香港零售市場急速升溫。

在這種營商環境下，**海港城**在二〇〇四年的平均出租率達百分之九十八，所有新租約及續租租約均錄得理想的租金增長。在二〇〇四年十二月，**海港城**租戶錄得每平方呎超過港幣一千元銷售額，是自一九九八年以來的新高。除租戶的銷售額有所增長外，**海港城**的租務活動亦維持活躍。持續不斷的商戶組合重組與推廣活動，成功為**海港城**招徠購物人潮，也吸引了不少優質的尊貴品牌加盟。年內，多家國際品牌，例如 Canali、cK Calvin Klein、Emporio Armani Accessories、FCUK、Marc by Marc Jacobs、Montegrappa、Mulberry、New Balance、Nike Women、Oregon Scientific、Plastiq、Replay、Swank Ladies、Tag Heuer、Vacheron Constantin 及 Vivienne Westwood等，均已簽約在**海港城**開設門市。

海港城商場租戶組合 (按面積及租金計)

二〇〇四年十二月三十一日

	面積 百分比(%)	租金 百分比(%)
酒樓、快餐及其他餐飲	24.4	10.0
時裝	21.6	35.7
百貨公司、糖果糕餅店	13.7	9.4
皮革用品 — 皮鞋、手袋及 相關業務	8.1	16.8
兒童時裝、相關業務及玩具	7.7	4.8
珠寶飾物、美容及精品	5.5	9.9
運動服裝	5.5	5.0
電子及影音設備	3.8	3.1
其他	9.7	5.3
	100.0	100.0

被廣泛譽為香港「香榭麗舍大道」的廣東道，續有愈來愈多的頂級國際零售商進駐。**海港城**的 Gucci、Hugo Boss、Joyce、連卡佛、Louis Vuitton、Prada、Salvatore Ferragamo 及 YSL，加上廣東道另一面的 Cartier、Celine、Dior、Dunhill、Ermenegildo Zegna、Escada、Fendi 及 Hermès，令廣東道一帶成為遊客及富裕的本地消費者不容錯過的消費熱點。



海港城內的食肆在二〇〇四年亦錄得穩健的業務增長。新食肆 Habitu The Pier、和花亭及 The Stonegrill，均座落於海運大廈全新裝修的海港塢。這幾間新食肆連同年內加盟**海港城**的 Double Star Café、Panash、rice paper 及悦，進一步擴大了商場的美食選擇，自開業以來均大受歡迎。**海港城**將繼續致力擴大其餐飲選擇，引入更多特色美食，以迎合不同人士的口味。



持續不斷的商戶組合重組與推廣活動，成功為海港城招徠購物人潮及吸引優質品牌進駐。

海港城：組合資料

	面積 (平方呎)	總收入 (港幣 百萬元)	平均 出租率 (百分比)	年底估值 (港幣 百萬元)	主要租戶
寫字樓					
港威大廈	2,698,000	628	90	13,797	友邦保險、康聯亞洲、杜邦中國、葛蘭素史克、Hallmark、日本航空、Karstadt Quelle、MGA Entertainment、萬誠保險、Nike、Olympus、Prominent Apparel、英國保誠保險、Sears、Sony
其他商廈	1,737,000	317	92	5,717	APL、Hasbro、日立、Mattel、May Department Store、MGB Metro-Group、NYK Logistics、Simba-Toys、蘇黎世保險
商場	1,913,000	1,193	98	13,444	agnès b.、百老匯、Burberry、City'Super、Cova、G.O.D.、Giga Sports、Gucci、Habitu The Pier、Hugo Boss、Joyce、連卡佛、Louis Vuitton、馬莎百貨、Prada、Salvatore Ferragamo、玩具反斗城、夜上海、Yves Saint Laurent
服務式住宅	670,000	193	78	5,100	
酒店及會所	1,360,000	730	91	3,762	



為增加新鮮感及刺激消費，**海港城**亦已引入了Powerhouse購物概念。六月份，於海運大廈完成翻新工程後開幕的SportX，不但全面網羅各大運動服裝品牌，亦設有多用途運動場、推桿練習場及攀石牆。海運大廈其他Powerhouse包括近期已擴展的KidX、全城最大的化妝品中心Faces，以及主攻年輕潮流一族的LCX。海洋中心亦設有影音產品區，商號包括百老匯、中原、豐澤及多家專門店。

為不斷創優增值，**海港城**宣布計劃斥資港幣一億四千五百萬元，將海洋中心一樓佔地四萬五千平方呎的停車場改建為商場，進一步反映**海港城**對零售業前景充滿信心。翻新工程預計於二〇〇六年年初完成。

鑑於商場之間的競爭日益激烈，**海港城**將繼續致力強化商戶組合和提升形象，以持續不斷的市場推廣與宣傳活動延續增長勢頭，並爭取客戶的忠實支持。

旅遊發展局估計訪港旅客數字在二〇〇五年將續有良好增長。隨著個人遊計劃推廣至中國更多城市，訪港的內地旅客人數將繼續上升。此外，迪士尼樂園及香港濕地公園將於二〇〇五年開幕，定會進一步刺激來港的家庭旅遊及商務暨消閒旅遊。於二〇〇五年三月，旅遊發展局預測二〇〇五年的訪港旅客人數料達二千三百四十萬人次，較二〇〇四年的二千一百八十萬人次，增加百分之七。作為旅遊及娛樂中心，尖沙咀將繼續因旅客及富裕消費者穩定增長而受惠，商場租金的升勢可望延續。



(上) 海港城海運大廈內的郵輪旅客候船大堂。

(下) 每年於平安夜舉行的廣東道倒數派對，已成為城中一年一度的盛事。

服務式住宅

雖然來港經商和參加展銷會的商務旅客於二〇〇四年有所增加，但住宅樓價回升及本地市道好轉，卻吸引了部分服務式住宅的準租戶改為自置物業。

儘管如此，港威豪庭的出租率於去年仍大幅增長，由一月的平均百分之六十八增至年底的百分之八十三。除了出租率回升外，租金水平亦於年內溫和增長。憑著品牌商譽昭著、服務卓越、位置優越及坐擁世界馳名的維港景致，港威豪庭繼續深受跨國企業的高級行政人員歡迎，其中約六成七的租期長達十二個月或以上，百分之十五的租期為六至十二個月不等，其餘百分之十八的租期則不足六個月。



港威豪庭出租率由去年一月的平均百分之六十八大幅攀升至年底的百分之八十三。

酒店

據旅遊發展局數字顯示，二〇〇四年訪港旅客人數達二千一百八十萬人次，與香港於二〇〇三年第二季受到非典型肺炎疫症嚴重衝擊時的訪港旅客人數相比，整體增長百分之四十點四，令酒店業的經營環境保持理想。

在這種強勁的復甦勢頭帶動下，**海港城**三家酒店的收入較去年增加百分之四十三。**海港城**三家馬哥孛羅酒店的綜合入住率，由二〇〇三年的百分之六十七大幅增加至年內的百分之九十一。二〇〇四年馬哥孛羅香港酒店、馬哥孛羅港威酒店及馬哥孛羅太子酒店的平均入住率分別為百分之八十八、百分之九十三及百分之九十四。

海港城三家馬哥孛羅酒店的綜合入住率由二〇〇三年的百分之六十七大幅增加至二〇〇四年的百分之九十一。



時代廣場





時代廣場座落於全港最繁盛的購物區，
是銅鑼灣最具代表性的建築物。

時代廣場

資產負債表(摘錄)

二〇〇四年十二月三十一日

	港幣百萬元
物業	14,800
淨流動負債	(237)
其他非流動負債	(249)
營業資產淨額(未扣除債項)	14,314

總收入

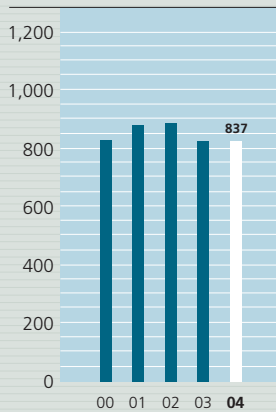
	二〇〇四年 港幣百萬元	二〇〇三年 港幣百萬元
寫字樓	237	256
商場	600	585
	837	841

營業盈利

	二〇〇四年 港幣百萬元	二〇〇三年 港幣百萬元
寫字樓	187	206
商場	508	497
	695	703

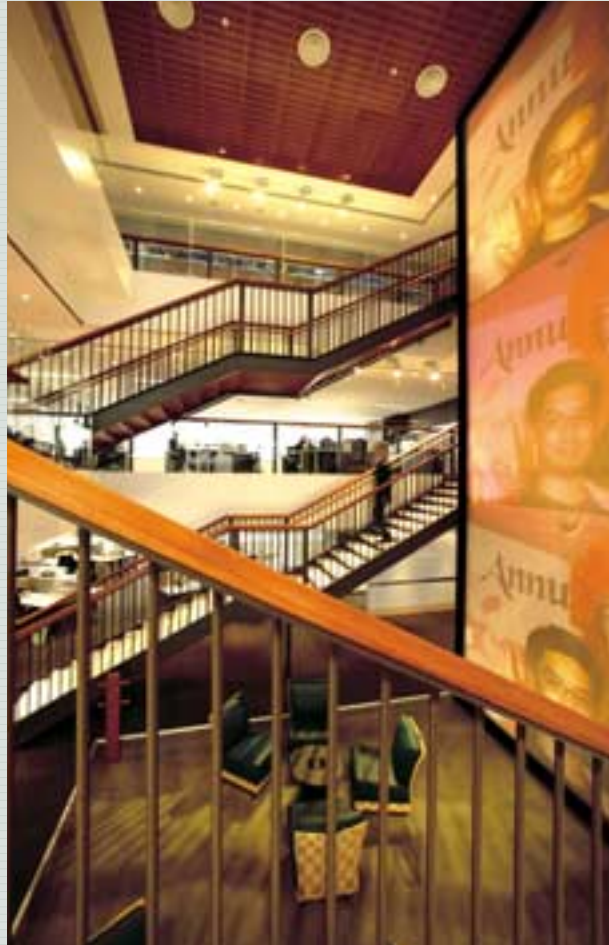
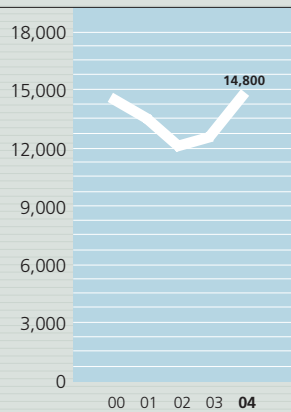
總收入

(港幣百萬元)



物業價值

(港幣百萬元)



時代廣場是跨國企業首選的寫字樓據點。澳洲最大上市金融服務機構澳洲銀行成員萬誠保險於二〇〇四年八月加盟時代廣場。

寫字樓

銅鑼灣地標時代廣場，是從事服務及消費品業務的跨國企業的首選寫字樓據點。於二〇〇四年年底，時代廣場寫字樓的出租率高達百分之九十五。年內已租出的總樓面面積為二十一萬零三百七十平方呎，較二〇〇三年(十一萬三千零九十平方呎)增長近倍。

時代廣場：組合資料

	面積 (平方呎)	總收入 (港幣 百萬元)	平均 出租率 (百分比)	年底估值 (港幣 百萬元)	主要租戶
寫字樓	1,033,000	237	87	5,517	友邦保險、AT&T、Boston Consulting、可口可樂、和路迪士尼、L'Oreal、Lucent、萬誠保險、NCR、蘇格蘭皇家銀行、蜆殼石油
商場	936,000	600	96	9,283	Bally、百老匯、City'Super、D-mop、FCUK、豐澤、Gucci、i.t、連卡佛、Mango、馬莎百貨、Max Mara、葉壹堂書店、Salvatore Ferragamo、UA 戲院

二〇〇四年已簽約的新租戶包括Avex Asia Ltd、Bay-in Resources、DHC (Hong Kong) Ltd、DTS、Experian Asia Pacific Pty Ltd.、Flint Hills、Macromedia、Proudfoot (Netherlands)、Sisley及United Engineers Development。除新租約外，部分現有租戶亦因業務增長而擴充寫字樓，當中包括友邦保險、日立、連卡佛、L'Oreal、Market Catalyst及Panalpina。年內，所有陸續約滿的租約中約有百分之七十三已續租，租金水平亦錄得理想增長。

憑著優越位置、專業管理、先進設施及具競爭力的租金水平，銅鑼灣時代廣場仍是港島區首選寫字樓據點。未來數年中環甲級寫字樓的供應量有限，料會推高銅鑼灣在二〇〇五年的租金水平。



(上) 銅鑼灣地標時代廣場擁有專業管理及先進設施。

(左) 於二〇〇四年年底，時代廣場寫字樓出租率高達百分之九十五。



時代廣場商場的出租率於二〇〇四年維持約百分之九十六的水平。大部分零售商戶的每平方呎銷售額均在年內錄得滿意增長。



商場

隨著零售市道復甦，年內**時代廣場**商場的出租率維持約百分之九十六的水平，租金亦錄得理想增長。眾多大受歡迎的國際品牌，包括 Anna Sui、Billabong、Bose、D-mop、FCUK、Guy Laroche、Lacoste、Lafuma、Lloyd、New Balance、Oregon Scientific、OZOC、Red Dragon、S.T. Dupont、Tommy Hilfiger 及 The North Face 於年內在**時代廣場**開設分店。至於California Pizza Kitchen、鍾菜、鰲及鴻星海鮮酒家等四家新食府，自二〇〇四年開幕以來均大受市場歡迎。

大部分零售商戶的每平方呎銷售額均錄得滿意增長，當中包括 City'Super、馬莎百貨及連卡佛等主要租戶。在消費市道暢旺的支持下，年內City'Super在**時代廣場**擴充營業，租用更多樓面面積。備受歡迎的葉壹堂書店遷往九樓，除了進一步延續主題樓層概念外，這個策略性轉移亦有助帶動人流。



在訪港旅客增長和消費市道暢旺的帶動下，時代廣場持續受惠。

地庫二樓於八月完成翻新工程，新進駐的優質品牌包括周大福、DHC、Dr. Ci:Labo、J's Duet、Laneige、Leonidas、Mac Look、Nici及Tissot。經提升後的商戶組合，可說成績斐然，較諸去年同期，大部分地庫二樓的零售商均錄得雙位數字的銷售增長。主要食肆租戶翡翠拉麵小籠包、元氣壽司及和民居食屋的門外經常大排長龍。

時代廣場位於全港最受歡迎的銅鑼灣購物中心區，在訪港旅客增長和消費市道暢旺的帶動下，預料二〇〇五年的銷售收入和租金水平均會錄得增長。

時代廣場商場租戶組合 (按面積及租金計)

二〇〇四年十二月三十一日

	面積 百分比(%)	租金 百分比(%)
酒樓、快餐及其他餐飲	27.1	14.3
百貨公司、糖果糕餅店	21.2	15.0
時裝	16.9	29.6
電子及影音設備	14.8	10.5
珠寶飾物、美容及精品	8.2	17.2
運動服裝	6.5	8.7
其他	5.3	4.7
	100.0	100.0

荷里活廣場

憑著適中的位置、成功的商戶組合及本地市道好轉，二〇〇四年荷里活廣場的人流和汽車流量均錄得雙位數字增長，平均出租率維持約百分之九十八的水平，大部分零售商的每平方呎平均銷售額均按年增長逾百分之十。主要租戶香港最好電器於二〇〇四年擴充營業，成為東九龍一帶最大的電器商店。荷里活廣場不斷強化商戶組合，因而得以繼續成功吸引購物人士及優質零售商。此外，飯廳、元綠壽司及Strawberry Forever Dessert Café等深受市民歡迎的食肆亦於荷里活廣場開設新店，增加商場的飲食選擇。



二〇〇四年荷里活廣場的人流和汽車流量均錄得雙位數字增長。

九龍倉置業發展有限公司

資產負債表(摘錄)

二〇〇四年十二月三十一日

	港幣百萬元
物業	6,463
所佔擎天半島及碧堤半島權益	1,234*
物業存貨及發展中物業	1,426
應收第二按揭貸款	45
淨流動負債	(112)
淨非流動負債	(83)
營業資產淨額(未扣除債項)	8,973

* 包括 1/3 碧堤半島權益及 40% 擎天半島權益(其中 20% 權益為一間佔 67% 權益的附屬公司海港企業有限公司所擁有)。

由於本港經濟前景及市場氣氛好轉，香港在二〇〇四年錄得自一九九七年以來最高的物業交投量。買賣宗數較二〇〇三年增加超過四成，其中以住宅物業為主。

碧堤半島

位於新界西岸深井，眺望青馬大橋的碧堤半島，是一個由九龍倉、會德豐和會德豐地產有限公司各佔等額權益的合營發展項目。第一及第二期共提供一千七百零四個住宅單位，於二〇〇二年年底落成，已累積售出共一千六百九十個單位(即已售出百分之九十九)，收益約為港幣四十一億元。

第三及第四期共有一千六百四十一個住宅單位，建築工程已於二〇〇三年三月展開，預計將於二〇〇六年首季竣工。第二及第五座(合共八百四十四個單位)已於二〇〇四年九月初推出預售，市場反應非常理想。於二〇〇四年十二月底，已累積售出共六百八十四個單位(即已售出百分之八十一)，收益約為港幣二十五億元。第一及第三座預計將於二〇〇五年推出預售。



碧堤半島第一及第三座預計於二〇〇五年推出預售。

擎天半島

位於機鐵九龍站上蓋的合營發展項目擎天半島，由五間佔等額權益的公司共同擁有，包括九龍倉、海港企業、會德豐、會德豐地產有限公司及會德豐地產有限公司的一家全資附屬公司。第二期(第一及第二座合共八百五十四個單位)於二〇〇二年十一月推出預售，截至二〇〇四年十二月底，已累積售出共八百二十七個單位(即已售出百分之九十七)，收益約為港幣五十六億元。



九龍倉山頂物業組合

香港經濟急速好轉，金融業的復甦力度尤其強勁，加上本地市場氣氛相應轉好，均有助促進豪宅市場的表現。於二〇〇四年年底，Mountain Court 錄得百分之八十三的出租率，Chelsea Court 則全數租出。提供四十八個豪宅單位的種植道一號，於二〇〇四年年底的出租率則為百分之八十一。年內平均租金水平亦有可觀增長。

歌賦山里三至五號將重建為五幢豪華洋房，上蓋工程已於二〇〇四年八月展開，預計將於二〇〇六年第三季落成，並於二〇〇五年第四季推出預售。



(上) 擎天半島第二期於二〇〇四年年底已累積售出共八百二十七個單位。

(下) Mountain Court 於二〇〇四年年底錄得百分之八十三的出租率。

物業項目表

	項目性質	總樓面面積(平方呎)	所佔權益	物業情況
環貿商業中心	寫字樓/商場	395,000	100%	出租
種植道一號	住宅	97,000	100%	出租
Mountain Court	住宅	49,900	100%	出租
Chelsea Court	住宅	43,000	100%	出租
紅梅閣之部分單位	住宅	37,000	100%	出租
山頂道七十七號	住宅	32,000	100%	出租
擎天半島第一及二期	住宅	2,531,000#	33%*	出售
碧堤半島第一及二期	住宅	1,525,300#	33%	出售
碧堤半島第三及四期	住宅	1,591,800##	33%	預售
域多利道六十號	住宅	48,800	67%*	施工中
歌賦山里三至五號	住宅	24,700	100%	施工中
有線電視大樓南翼	商場/酒店	596,000	100%	設計策劃中
九龍貨倉	住宅/酒店	1,078,000	100%	遞交規劃申請
油塘貨倉	商場/住宅	244,000	100%	遞交規劃申請
油塘合營項目	商場/住宅	9,041,000	15.6%	遞交規劃申請

大部分已售出

部分已預售

* 實質權益

有線寬頻通訊有限公司

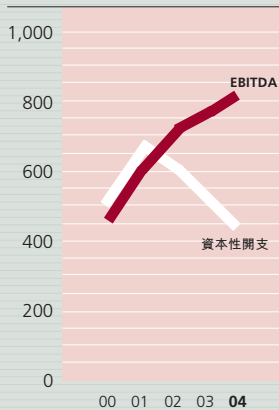
資產負債表 (摘錄)

二〇〇四年十二月三十一日

	港幣百萬元
非流動資產	2,297
淨流動負債	(360)
非流動負債	(109)
淨資產	1,828
資本及儲備	
股本	2,019
儲備	(191)
	1,828

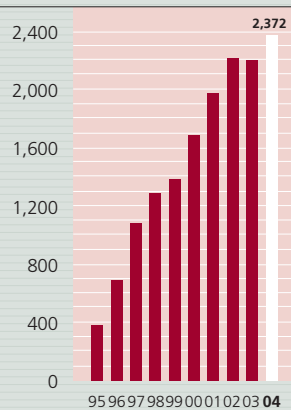
EBITDA 及資本性開支 歷年趨勢

(港幣百萬元)



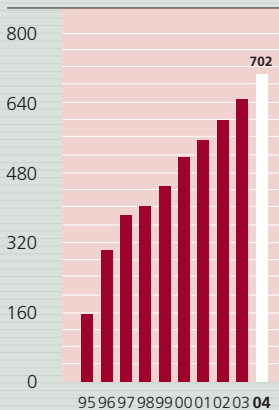
總營業額

(港幣百萬元)



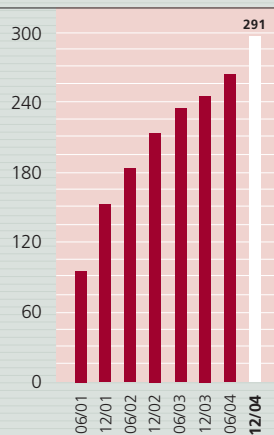
收費電視訂戶數目

(以千位計)



寬頻上網用戶數目

(以千位計)



有線電視於二〇〇四年年度新增二十二條頻道，目前共提供九十二條頻道。

儘管核心市場的競爭加劇，但隨著經濟好轉，上市公司有線寬頻於二〇〇四年的綜合淨盈利上升百分之二十九，升幅超越以往所有紀錄。憑著強大的節目陣容和有效的推廣活動，收費電視和寬頻業務的訂戶數目均錄得可觀增長，有線寬頻因而得以成功抵禦競爭壓力。集團於是年第四季乘時推出寬頻、電視及話音的三合一網綁式服務計劃，進一步提升了集團的競爭力。

在核心業務錄得穩健增長的同時，有線寬頻擴大了內容服務在本地及海外市場的接觸面，並進軍住宅及商業用戶以外的市場。憑著強大的內容製作和綜合服務能力，公司已開始在潛在市場開拓新商機。有線寬頻的節目現已登陸中國內地、美洲及航班機艙，並即將在東南亞推出。

收費電視

在強大的節目內容、訂戶數目及廣告銷售額增長的帶動下，此項核心業務繼續表現卓越。

有線寬頻於夏季獨家轉播大受歡迎的二〇〇四歐洲國家盃足球賽，加上年內其餘時間的節目安排與推廣活動，使收費電視訂戶數目於二〇〇四年年底增至七十萬零二千戶，按年增長百分之七。

年內，有線寬頻繼續引入更多頻道和節目套餐，藉此擴展節目平台，以加強對觀眾的吸引力。有線寬頻於八月革新體育節目平台，為於二〇〇四年重點購入的英格蘭超級聯賽的播映權作好準備。為進一步加強收費電視服務的節目陣容，公司共新增二十二條頻道，包括英超台、球彩台，以及全日二十四小時播放全港最受歡迎籃球賽事的NBA TV等，這些頻道已包括在基本服務計劃內，但亦可單獨付費收看。有線電視目前共有九十二條頻道，基本服務頻道佔四十八條。除推出新頻道外，專為二〇〇六年世界盃而設的數碼體育中心，亦於二〇〇四年全面投入服務。

年中，有線寬頻已大致完成廣播服務數碼化工程，改用數碼廣播讓集團採取更有效的措施，打擊長期面對的盜看問題。

有線寬頻推出寬頻、電視及話音的三合一網綁式服務計劃，進一步提升其競爭力。



有線寬頻的收費電視訂戶數目於二〇〇四年年底增至七十萬零二千戶，按年增長百分之七。

公司在二〇〇四年致力拓展新業務，衝出固有的住宅及商業用戶市場。目前，**有線寬頻**憑著在內容製作方面的實力，在香港本土航空公司國泰航空的機艙頻道獨家提供本地新聞資訊。集團亦與九廣鐵路有限公司達成協議，成為列車車廂電視服務的獨家內容供應商及獨家廣告代理商。

二〇〇四年，公司憑著針對目標觀眾的多頻道密集式廣告計劃，及吸納更多廣告客戶，使廣告銷售業務顯著增長，總收入較二〇〇三年增加百分之五十四。

有線寬頻將繼續在香港及海外物色與其他媒體合作的機會，拓展新商機，亦會透過提升節目內容及推陳出新的推廣活動，繼續擴大在本地收費電視市場的市場佔有率。公司深信，憑著包括轉播英超聯足球賽及二〇〇六年世界盃在內等獨家內容，**有線寬頻**必能壓倒競爭對手。



寬頻訂戶數目於二〇〇四年年底達二十九萬一千戶。

寬頻及互聯網服務

雖然互聯網市場因競爭激烈而日益商品化，但核心寬頻互聯網服務仍能重拾升軌。由於成功提升服務水平及推出嶄新的網綁式服務計劃，寬頻訂戶數目因而在下半年得以回升，於二〇〇四年年底訂戶數目增加百分之十三至二十九萬一千戶。全年每戶每月平均收入增加百分之九至港幣一百四十元，但下半年重現下調壓力。

年內，公司於推出互聯網協定話音服務後，乘時推出三合一網綁式服務優惠，進一步提升了集團的競爭力。此外，**有線寬頻**與流動電話營辦商簽訂更多網絡服務協議，在內地的流動電話內容服務領域開拓商機，進一步鞏固**有線寬頻**作為內容供應商的領導地位。

九倉電訊

雖然經濟出現復甦，但固網電訊市場未能回復增長。固網服務持續供應過量，使商品競爭更加白熱化。隨著客戶「流動性」進一步紓緩，服務商對市場佔有率的競爭更趨激烈，但佔有率的變化卻放緩下來。

為回應新的第二類互連政策，該公司於二〇〇四年第三季展開了大規模的業務重組。在住宅市場方面，該公司透過有線寬頻的混合光纖同軸線網絡推出數碼住宅電話線。在商業市場方面，該公司推出了新的網絡與銷售策略。公司已開始積極將現有的住宅和商業客戶撤離第二類互連線路，以建立長線且回報更高的經營模式，但短期的業績表現將受到影響。

九倉電訊於年內錄得自由現金流量，創下另一里程碑。



資產負債表 (摘錄)

二〇〇四年十二月三十一日

	港幣百萬元	
固定資產	2,808	
淨流動負債	(200)	
其他非流動負債	(25)	
營業資產淨值(未扣除債項)	2,583	

業務摘要

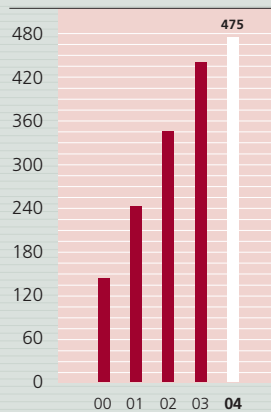
	二〇〇四年 港幣百萬元	二〇〇三年 港幣百萬元	變化 (%)
營業額	1,252	1,235	1
銷售成本	(488)	(472)	-3
毛利	764	763	0
營運開支	(377)	(376)	0
EBITDA	387	387	0
利息、稅項、折舊及 攤銷	(350)	(333)	-5
營業盈利	37*	54*	-31

* 未扣除港幣八千五百萬元的非經常性固定資產的減值撥脹

未扣除港幣二億九千八百萬元的非經常性固定資產的減值撥脹

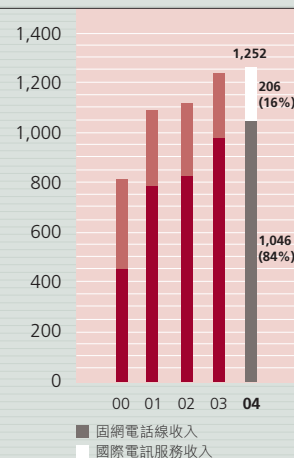
固網電話線增長

(以千條計)



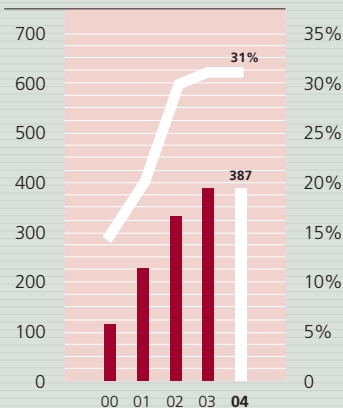
總收入

(港幣百萬元)

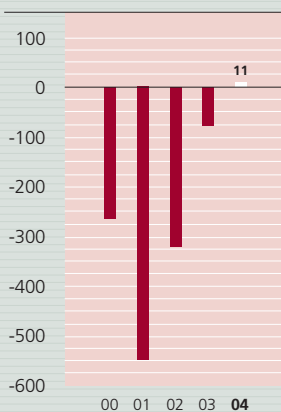


EBITDA 及其盈利率

(港幣百萬元)

**自由現金流量**

(港幣百萬元)



九倉電訊於年內錄得自由現金流量，創下另一里程碑。已安裝的固網線數較去年增加四萬二千條至四十七萬五千條，增幅為百分之十，整體市場佔有率為百分之十二。在已安裝線數中，三十一萬九千條屬於商業客戶，十五萬六千條則屬於住宅市場。商業線數於年內增加二萬六千條或百分之九，住宅線數則增加一萬六千條或百分之十一。該公司在商業線數市場及住宅線數市場的佔有率分別為百分之十八及百分之七。

國際直撥電話總撥出通話量於二〇〇四年增至四億六千六百萬分鐘，按年增加百分之二十三。全資附屬公司EC Telecom Limited (該公司為專門提供成本架構更具競爭力的國際直撥電話的服務商) 成立之後，IDD007的零售活動逐漸減少，以保持邊際利潤及原來的客戶基礎。

商業客戶市場

二〇〇四年，商業客戶整體上佔九倉電訊總收入的百分之七十六。

在各種網絡及批發業務中，九倉電訊的非自用ETS寄存業務仍佔主導地位，市場佔有率達百分之九十五。憑著服務質素、價格與客戶管理，九倉電訊在國際網絡服務市場的高價值數據業務得以取得更大的成就。批發／轉發國際直撥電話業務亦有重大進展，於年內繼續錄得急劇增長。

期內，該公司憑著卓越服務與創新方案，繼續成功滲透企業及跨國市場。新的優質客戶包括ATOS Origin、Statestreet Bank和Wang Tai等。Supertone及多點視像會議服務等新產品有助吸引客戶轉用其服務。商業互聯網市場方面，「上網通」服務的已安裝客戶數目於年內顯著增長。九倉電訊於二〇〇四年設立了客戶聯絡管理中心(CCMC)，藉以進一步鞏固與客戶的關係。

消費市場

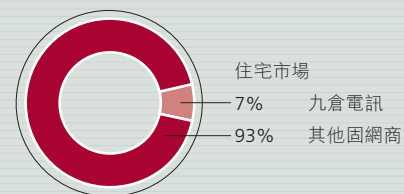
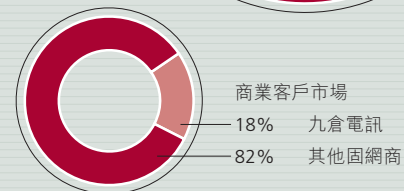
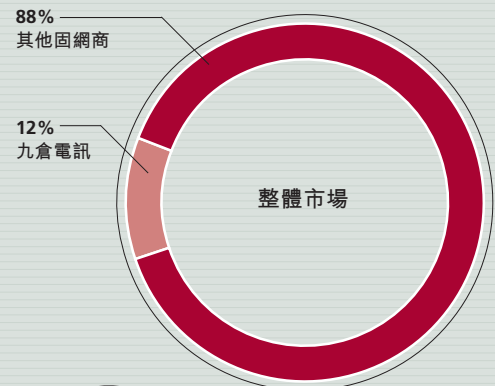
二〇〇四年，住宅客戶整體上佔九倉電訊總收入的百分之二十四。

該公司於年內調整了策略定位，推出數碼住宅電話線(數碼電話)服務，並輔以積極的促銷攻勢，透過不同渠道，包括直銷、電話推銷，以及結合有線寬頻和有線電視服務的網綁式銷售優惠搶攻市場。與此同時，該公司為現有的住宅電話線客戶推出轉換計劃，將目前使用的第二類互連線路轉換至混合光纖同軸線網絡的數碼電話。數碼電話的前景取決於能否及時降低上客成本、重建推銷隊伍，以及在二〇〇五年首季解決若干技術問題。

年內，儘管主要對手主動吸納該公司舊客，但該公司成功維繫舊有的客戶基礎，令國際直撥電話業務的邊際利潤有所改善。



固網電話線市場佔有率



二〇〇四年，商業客戶佔九倉電訊總收入的百分之七十六。

九龍倉中國置業有限公司

資產負債表 (摘錄)

二〇〇四年十二月三十一日

	港幣百萬元
投資物業	4,605
其他物業及固定資產	876
	5,481
物業存貨及發展中物業	1,489
淨流動負債	(371)
其他非流動負債	(641)
營業資產淨額 (未扣除債項)	5,958

九龍倉中國繼續以聲譽昭著的「時代廣場」品牌，在內地主要都會城市發展並管理優質投資物業。

北京首都時代廣場位於西單區西長安街與宣武門內大街交界處的優越位置，提供總樓面面積約一百三十萬平方呎的商場及寫字樓。雖然中央政府於二〇〇四年年初採取調控措施為經濟降溫，但北京首都時代廣場在二〇〇四年的寫字樓平均出租率達百分之九十一，較二〇〇三年的百分之八十五增加百分之六。

大上海時代廣場位處上海商業中心區淮海中路，提供總樓面面積逾一百二十萬平方呎的商場、寫字樓及住宅，毗鄰主要高速公路和地鐵站，交通便利。跟北京首都時代廣場的情況類似，雖然中央政府採取調控措施壓抑上海的經濟增長，但大上海時代廣場的寫字樓、住宅及商場的出租率，在二〇〇四年分別增加至百分之九十六、百分之八十六和百分之八十一。

重慶時代廣場位於鄒容路和民族路交界的市中心購物區解放碑廣場地段，是一座結合商場、寫字樓及住宅的物業。總樓面面積約一百六十萬平方呎，在商場／商用平台上建有四幢住宅大廈。住宅大廈A、B及C座已於二〇〇三年四月落成及售出。D座於二〇〇四年十一月落成，共提

大上海時代廣場(左)及北京首都時代廣場(右)的寫字樓出租率在二〇〇四年均錄得增長。



供三百零二個單位，目前已售出二百二十七個單位(即百分之七十五)。商場部分發展符合原定進度和財政預算；佔地五十七萬平方呎的百貨公司已於二〇〇四年十二月開幕。

武漢時代廣場為集團在內地的第四個**時代廣場**項目，座落武漢漢口沿江大道，前臨長江，總樓面面積約二百四十萬平方呎，計劃興建為一座以住宅及商住樓宇為主的物業。上蓋工程已經動工，整個發展項目預計於二〇〇七年第四季竣工。

集團第五個**時代廣場**項目大連時代廣場，位於大連市中山區人民路，將發展為總樓面面積達一百九十萬平方呎的商場／住宅物業。地基工程預計於二〇〇五年首季展開，整個項目預計於二〇〇七年第四季落成。

在上海，位於靜安區南京西路一七一七號的商業發展項目已經展開地基工程，將建成總樓面面積約一百六十萬平方呎的甲級寫字樓。該項目採用高水平的設計規格，設施先進，其商場並有通道連接一個主要地鐵站。整個發展項目預計於二〇〇八年竣工。

集團位於上海的其他地產項目包括匯寧花園和寧龍花園等，正如期進行。



武漢時代廣場預計於二〇〇七年第四季竣工。

國內物業項目表

	項目性質	總樓面面積 (平方呎)	物業情況	落成年份
北京首都時代廣場	寫字樓／商場	1,295,000	出租	1999
大上海時代廣場	寫字樓／商場／住宅	1,211,000	出租	1999
重慶時代廣場	寫字樓／商場／住宅 [#]	1,570,000*	出租／出售	2004
匯寧花園	住宅 [#]	562,000	施工中	2006
武漢時代廣場	商場／住宅 [#]	2,408,400	施工中	2007
南京西路一七一七號項目	寫字樓／商場	1,589,300	施工中	2008
大連時代廣場	商場／住宅	1,866,000	策劃中	2007
寧龍花園	住宅 [#]	802,000	策劃中	2007
上海靜安花園	住宅 [#]	970,000	策劃中	2008

* 部分已售出

[#] 住宅包括商住樓宇

馬哥孛羅酒店集團



馬哥孛羅酒店集團將於二〇〇六年在
北京朝陽區經營第二家豪華酒店。

目前，馬哥孛羅酒店集團於亞洲共管理九家酒店(包括正在興建中的酒店)。年內，位於越南西貢的馬哥孛羅酒店，獲選為當地的最佳酒店之一。

繼首家馬哥孛羅北京酒店於二〇〇一年十二月開幕後，馬哥孛羅酒店集團將於北京經營第二家豪華酒店，預計於二〇〇六年開幕。該酒店座落北京市朝陽區，位置優越，毗鄰奧林匹克公園，各種公共交通設施近在咫尺，包括地鐵五號線及地鐵奧運支線，距離北京首都國際機場只是二十分鐘車程。

這家十七層高的酒店將提供三百二十個客房和套房，更設有馬哥孛羅貴賓樓層。酒店將特設行政樓層，為尊貴的旅客提供豪華住宿服務。飲食方面，東西食肆應有盡有，其中包括集團品牌名店Café Marco、匯聚地道美食的中菜館，以及酒店大堂酒廊。此外，設計完善的會議及宴會設施將是各類大小會議、座談會及社交聚會的理想場地，康體中心的設施更是一應俱全。



位於越南西貢的馬哥孛羅酒店於
年內獲選為當地最佳酒店之一。

現代貨箱碼頭

在持續強勁的出口增長帶動下，華南地區的總貨櫃處理量增加三百九十六萬個，整體增幅為百分之十九。深圳的貨箱吞吐量較去年增長百分之三十一，而葵涌的增長則為百分之十一。於二〇〇四年十二月底，深圳貨櫃碼頭的市場佔有率增至百分之四十五，而葵涌貨櫃碼頭的市場佔有率則微跌至百分之五十五。

現代貨箱碼頭於二〇〇四年的總吞吐量較二〇〇三年增加百分之九點一或三十六萬二千個標準箱。總吞吐量增加主要受集散、轉運及亞洲區內的貨運量所帶動。營業成本於年內上升，此乃由於處理量增加，以及九號貨櫃碼頭產生的折舊費用上升所致。雖然生產力持續改善，但營業成本上漲對該公司的營業盈利帶來輕微影響。

現代貨箱碼頭不斷投資於硬件、軟件及人力資源，使生產力在二〇〇四年持續改善。九號貨櫃碼頭四個泊位已移交現代貨箱碼頭，目前現代貨箱碼頭在葵涌共擁有遍佈一號、二號、五號和九號貨櫃碼頭的七個半泊位，總處理能力達五百五十萬個標準箱。作為生產力的主要指標之一的人均標準箱處理量由一年前的三千三百六十五個增加至三千六百三十個。於二〇〇四年年底，現代貨箱碼頭在整個葵涌貨櫃市場維持約三分之一的市場佔有率。

資產負債表（摘錄）

二〇〇四年十二月三十一日

	港幣百萬元
固定資產	4,982
所佔聯營公司／共同發展公司權益	676
淨流動負債	(548)
其他非流動負債	(366)
營業資產淨額（未扣除債項）	4,744

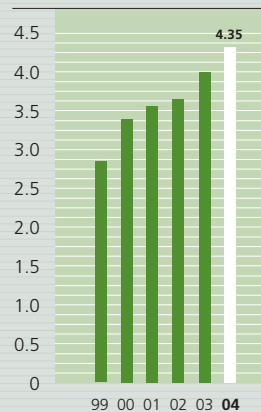
附註：本集團於其擁有 55.34% 權益的現代貨箱碼頭的投資成本值為數港幣三十七億零九百萬元。



現代貨箱碼頭於二〇〇四年的總吞吐量增加百分之九點一至四百三十五萬個標準箱。

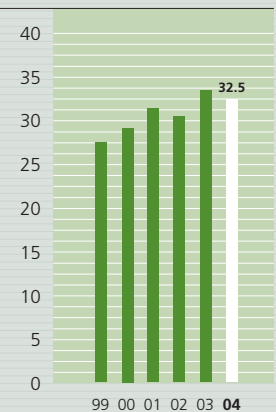
吞吐量

（以百萬個標準箱計）



市場佔有率

（百分比）



現代貨箱碼頭在葵涌共擁有遍佈一號、二號、五號和九號貨櫃碼頭的七個半泊位，總處理能力達五百五十萬個標準箱。

現代貨箱碼頭在開業三十三年後的二〇〇五年三月，慶祝創下處理第五千萬個標準箱的新里程。隨着九號貨櫃碼頭移交，並進行泊位整合及碼頭區擴展工程後，以其先進的設備及物流系統，現代貨箱碼頭定能在營運上享有更佳的協同效益。



其他投資

現代貨箱碼頭實質擁有百分之八股權的赤灣集裝箱碼頭，吞吐量增加八十八萬個標準箱(上升百分之六十)至二百三十五萬個標準箱。

現代貨箱碼頭實質擁有百分之九點八股權的蛇口集裝箱碼頭(第二期)四號泊位，已於二〇〇四年二月投入運作。連同於二〇〇三年第三季投入運作的三號泊位，蛇口集裝箱碼頭(第二期)共處理一百零七萬個標準箱，較上年增加八十四萬一千個標準箱，增幅為三點六倍。

現代貨箱碼頭在內地，包括蘇州太倉的項目正如期進行，進展順利。現代貨箱碼頭將以與蘇州政府合作發展的太倉項目，作為在長江三角洲擴展業務的跳板。

現代貨箱碼頭亦與中國海運簽訂合營協議，探討在上海附近洋山深水港項目的投資機會。雙方已成立聯合作小組，現正進行有關的可行性研究。

二〇〇五年的市場前景仍然樂觀，整個珠江三角洲地區料會錄得雙位數字的經濟增長，葵涌港亦將從中受惠，貨櫃處理量可望於二〇〇五年輕微增長。



(上) 於二〇〇四年年底，現代貨箱碼頭在整個葵涌貨櫃市場維持約三分之一的市場佔有率。

(下) 蛇口集裝箱碼頭(第二期)於二〇〇四年共處理一百零七萬個標準箱。

主要營運及財務撮要

	二〇〇四年	二〇〇三年	二〇〇二年	二〇〇一年	二〇〇〇年	一九九九年
貨箱處理能力(以百萬個標準箱計)	5.09	4.36	4.20	4.03	3.70	3.40
吞吐量(以百萬個標準箱計)	4.35	3.99	3.61	3.52	3.36	2.82
員工人數	1,199	1,186	1,176	1,179	1,184	1,294
人均標準箱處理數目	3,630	3,365	3,072	2,985	2,840	2,177
市場佔有率	32.5%	33.1%	30.3%	31.1%	28.9%	27.2%