

領匯、財團聯手踢走小商戶  
領匯轄下小商戶生存空間調查 V

領匯監察

二零一五年七月二十一日

## 一、前言

「領匯」上市是香港第一宗徹底私有化的公共資產項目，房委會將公屋商場及停車場私有化後，居民、商戶以至基層勞工的權益，均受到深遠的影響。「領匯監察」的成立，便是要通過民主的渠道，長期監察領匯公司的運作，並關注政府各項私有化計劃，以捍衛公民社會和基層大眾的權益。

自領匯接管房署轄下商場及街市後，為求提升資產而不斷進行翻新工程，就連一些剛裝修不足 10 年的商場，領匯亦重新改裝。有鑑於此，「領匯監察」定期進行調查，以了解領匯在翻新商場後，大型連鎖集團進駐商場的比例及小商戶的生存空間被受威脅的情況。是次調查由「領匯監察」的義工負責。資料來自領匯商場的實地考察及各大財團的公司網頁。

## 二、調查方法

是次調查於二零一五年六月至七月期間進行，調查範圍包括領匯轄下 22 個<sup>1</sup>經已完成/正在翻新的商場，商場的名稱及其內部樓面面積增幅(發水率)如下：

領匯商場	平方呎(2005 年招股書)	平方呎 (2013/14 年報)	內部樓面增幅 (發水率)
龍翔	127,278.92	152,785.00	20%
海富	35,545.96	41,237.00	16%
天耀	85,157.23	96,839.00	14%
平田	21,872.45	24,400.00	12%
長發	150,169.64	165,914.00	10%
德田	90,027.94	98,494.00	9%
赤柱	92,321.75	97,881.00	6%
蝴蝶	164,593.40	174,443.00	6%
興華	77,565.38	82,011.00	6%
富東	99,685.40	105,203.00	6%
彩明	93,500.41	98,564.00	5%
頌安	80,170.27	82,776.00	3%
明德	37,491.01	38,643.00	3%
禾輦	186,684.36	190,441.00	2%
小西灣	100,011.55	100,762.00	1%
尚德	130,698.64	131,342.00	0%
厚德商場	176,072.13	176,798.00	0%
彩園	130,459.68	129,228.00	-1%
彩雲	171,019.51	167,089.00	-2%

<sup>1</sup> 因過往安定及友愛商場是分開計算，所以這裡算 22 個商場。

領匯商場	平方呎(2005年招股書)	平方呎(2013/14年報)	內部樓面增幅(發水率)
HANDS (安定友愛) <sup>2</sup>	202,677.51	195,353.00	-4%
元州 <sup>3</sup>	47,264.72	44,426.00	-6%

### 三、調查結果

#### 1. 樓面面積增多，實明益連鎖店<sup>4</sup>

從表一的統計資料所得，22 個商場中共有 2075 個舖位，其中 19 個商場有超過一半商戶是連鎖店，而排行首位的是馬鞍山頌安商場及青衣長發廣場，兩者連鎖店比率高達 96%；其次是柴灣小西灣商場及深水埗元州商場，連鎖店比率分別是 92% 及 90%。而 22 個商場中，連鎖店佔整體舖位平均為 76%，比 2012 年領匯監察統計的連鎖店比率高出 6%<sup>5</sup>，而排行榜首商場的連鎖店比率更比 2012 年的調查高，由 89% 躍升至 96%，反映小商戶在領匯旗下商場生存空間進一步被蠶食。

表一：領匯商場中連鎖店進駐比例

領匯商場	總舖位數目 (2015)	連鎖店數目 (2015)	連鎖店比率
頌安	85	82	96%
長發	139	134	96%
小西灣	92	85	92%
元州	51	46	90%
禾輦	132	118	89%
彩園	188	168	89%
興華	52	46	88%
赤柱	57	50	88%
厚德商場	152	120	79%
海富	33	26	79%
HANDS (安定友愛)	197	155	79%
尚德	101	71	70%
富東	67	47	70%
天耀	83	56	67%
彩明	91	60	66%
蝴蝶	247	160	65%
龍翔	11	7	64%
德田	79	47	59%

<sup>2</sup> 如果把安定、友愛分開統計，則安定的發水率比招股書增加了 7%；友愛則下跌了 14%。

<sup>3</sup> 元州商場這個負增長的發水率，估計與 2013-14 年，裝修工程仍未完成有關。

<sup>4</sup> 在這份報告中，如該商號在多於一個商場中出現，我們則定義該店為連鎖店。

<sup>5</sup> 領匯監察 (2012)《領匯見錢開眼 大財團踢走小商戶 -- 領匯轄下小商戶生存空間調查 IV》。香港: 領匯監察。

領匯商場	總舖位數目 (2015)	連鎖店數目 (2015)	連鎖店比率
明德	56	27	48%
彩雲	124	51	41%
平田	38	14	37%
總數:	2,075	1,570	76%

## 2. 連鎖店種類與背後財團

在這七成六的連鎖店中，佔舖位數目最多的，分別是麥當勞及日本城，它們各佔 30 個舖位。其次的分別是 7-11 與萬寧，分別佔 29 及 28 個舖位。然而，如果我們把這些連鎖店以財團的方式分類，佔這 22 個商場最多舖位的是怡和集團，單以惠康、萬寧及 7-11 來算，它們已佔了連鎖店總數的 4.71%（共 74 個舖位）。如果把怡和集團相關的美心集團<sup>6</sup>也計算在內，它們所佔的連鎖店更高達 6.05%（共 95 個舖位）。第二大集團則是和黃集團屬下的屈臣氏集團，當中包括超市百佳、屈臣氏酒窖、屈臣氏、豐澤、PCCW 及 3 SHOP，共佔了 51 個舖位，即連鎖店總數的 3.25%。第三大則是日本城集團，佔總連鎖店的 2.10%（共 33 個舖位）。

表二：連鎖集團排行榜

母公司	集團名稱	品牌/ 商店	品牌店舖數目	所屬集團店舖總數及其百分比
怡和集團 <sup>7</sup> (去年純利: 39.05 億美金)	牛奶國際	惠康	17	95 (6.05%)
		萬寧	28	
		7-11	29	
	美心集團	美心酒樓	0	
		美心 MX	1	
		美心西餅	7	
		美心香港地	6	
		元氣壽司	4	
	Starbucks	3		
和黃集團 (去年純利: 104.81 億美金)	屈臣氏集團	百佳	14	51 (3.25%)
		屈臣氏	19	
		PCCW	1	
		屈臣氏酒窖	3	
		豐澤	7	
		3 Shop	7	
麥當勞集團 (去年純利: 47.58 億美金)	麥當勞集團	麥當勞及麥 Cafe	30	30 (1.91%)

<sup>6</sup>根據牛奶國際 2011 年的年報所述，由怡和集團擁有的牛奶國際(原名牛奶公司)共佔美心集團共 50%的股權。

<sup>7</sup>這裡是以怡和策略控股 2014 年的年報為準。

母公司	集團名稱	品牌/ 商店	品牌店舖 數目	所屬集團店舖總數 及其百分比
利豐集團 (去年純利: 4.696 億美金)	利亞零售有限公司	OK 便利店	15	21 (1.34%)
		聖安娜餅屋	4	
	漢登集團控有 限公司	Hang Ten	1	
		Arnold Palmer	1	
日本城集團 (去年純利: 1.43 億港元, 即 1835 萬美金)	日本城集團	日本城	30	33 (2.10%)
		生活提案/文具世代	3	
大家樂集團 <sup>8</sup> (去年純利: 5.82 億港元, 即 7462 萬美金)	大家樂集團	大家樂	11	31 (1.97%)
		一粥麵	14	
	稻香集團 <sup>9</sup>	稻香漁港	4	
		鍾菜	2	
華潤集團 <sup>10</sup> (去年純利: 2.91 億港元, 即 3731 萬美金)	華潤創業	華潤堂	10	20 (1.27%)
		華潤萬家超市	7	
		VANGO	3	
以上集團佔總連鎖店百分比：				17.90%

與「領匯監察」2012 年的調查比較，雖然以上七大財團佔總連鎖店比例輕微下跌，從 25.3%<sup>11</sup>下跌至 17.90%，但它們的壟斷地位仍未有其它商戶可取代。此外，為更了解以上品牌與領匯的關係，「領匯監察」就品牌公司在各區分店資料作出統計。

從表三可見，美心集團旗下的美心香港地，它有一半的分店(50%)開設在領匯商場內，其次是大家樂集團的一粥麵，有 44.74% 的分店設於領匯商場。如以整個集團計算，日本城集團包括日本城、生活提案及文具世代，它的分店在領匯商場比率算是最高，有 29.92%，其次的是大家樂及華潤集團，它們在領匯商場的分店比率分別是 27.18% 及 22.42%，反映它們與領匯關係密切。從另一角度看，以怡和及和黃集團為例，它們在領匯的分店數目竟佔領匯 146 個商場項目中的 191.10% 及 76.71%，顯示在領匯物業內，必定至少有一間跟怡和集團及 0.7671 間與和黃集團相關的品牌開業。而日本城集團及大家樂集團更與領匯密不可分，兩者商店佔領匯商場百分比均高於 50%，反映一半以上的領匯物業，均設有該品牌相關的店舖。

<sup>8</sup> 根據大家樂集團 2014/2015 年年報資料，至今年三月底，其純利已高達 5.87 億港元。

<sup>9</sup> 根據稻香集團 2014 年的年報所述，其中 9.99% 的股份由大家樂集團透過一全資附屬公司 Perfect Plan International Ltd. 所持有。

<sup>10</sup> 這裡淨指華潤創業。

<sup>11</sup> 領匯監察 (2012) 《領匯見錢開眼 大財團踢走小商戶 -- 領匯轄下小商戶生存空間調查 IV》。香港: 領匯監察。

表三：品牌與領匯關係

母公司	品牌/ 商店	總分店數目	商店於領匯數目	商店於領匯百分比	商店在領匯商場分佈率 (領匯商場總數=146)
怡和集團 (去年純利: 40.70 億美元)	惠康及惠康超級廣場	283	49	17.31%	33.56%
	萬寧	365	72	19.73%	49.32%
	11 月 7 日	911	109	11.96%	74.66%
	美心皇宮、美心大酒樓、八喜	28	2	7.14%	1.37%
	美心 MX	68	10	14.71%	6.85%
	美心西餅	168	19	11.31%	13.01%
	美心香港地	12	6	50.00%	4.11%
	元氣壽司	59	10	16.95%	6.85%
	Starbucks	124	2	1.61%	1.37%
	小計	2018	279	13.83%	191.10%
和黃集團 (去年純利: 104.81 億美元)	百佳、百佳超級廣場、Taste 及 Express	289	53	18.34%	36.30%
	屈臣氏	214	35	16.36%	23.97%
	PCCW	91	9	9.89%	6.16%
	屈臣氏酒窖	27	1	3.70%	0.68%
	豐澤	95	6	6.32%	4.11%
	3 Shop	63	8	12.70%	5.48%
	小計	779	112	14.38%	76.71%
麥當勞集團 (去年純利: 47.58 億美元)	麥當勞及麥 CAFE	231	50	21.65%	34.25%
利豐集團 (去年純利: 4.696 億美元)	OK 便利店	315	51	16.19%	34.93%
	聖安娜餅屋	89	17	19.10%	11.64%
	Hang Ten	7	2	28.57%	1.37%
	Arnold Palmer	57	1	1.75%	0.68%
	小計	468	71	15.17%	48.63%
日本城集團 (去年純利: 1834 萬美金)	日本城	237	72	30.38%	49.32%
	生活提案及文具世代	17	4	23.53%	2.74%
	小計	254	76	29.92%	52.05%
大家樂集團 (去年純利: 7451 萬美金)	大家樂	156	43	27.56%	29.45%
	米線陣	6	1	16.67%	0.68%
	一粥麵	38	17	44.74%	11.64%
	稻香稻坊、超級漁港、迎喜、客家好棧、潮樓潮館、鍾	98	20	20.41%	13.70%

母公司	品牌/ 商店	總分店數目	商店於領匯數目	商店於領匯百分比	商店在領匯商場分佈率 (領匯商場總數=146)
	菜、上樓及泰昌餅家				
	小計	298	81	27.18%	55.48%
華潤集團 (去年純利： 15.974 億美金)	華潤堂	81	19	23.46%	13.01%
	華潤萬家超市	80	19	23.75%	13.01%
	Vango 便利店	62	12	19.35%	8.22%
	小計	223	50	22.42%	34.25%

除了以上七大集團，「領匯監察」於 2012 年的調查中也指出當時一些新進品牌，包括 eCosway、波仔、759 阿信屋，以及存在已久的大昌食品等與領匯密不可分的關係。這次調查，亞洲國際飲食集團屬下的桃園粥麵、Smile Bread、意樂餐廳，以及百份百餐廳，雖然它們的分店數量不多，但它們有多於七成、甚至全部的分店均設於領匯旗下商場。一些新進品牌，如售賣手提電話的八方社、包點先生、綠盈坊，以及薄餅博士等，反映屋邨居民進一步被迫接受連鎖品牌，小商戶的生存空間進一步被扼殺。

表四：新進品牌的發展

	品牌/ 商店	總分店數目	商店於領匯數目	商店於領匯百分比	商店在領匯商場分佈率 (領匯商場總數=146)
亞洲國際 飲食集團	桃園粥麵	6	6	100.00%	4.11%
	Smile Bread	4	4	100.00%	2.74%
	意樂餐廳	6	5	83.33%	3.42%
	百份百餐廳	20	14	70.00%	9.59%
其它品牌	八方社	22	17	77.27%	11.64%
	波仔	87	51	58.62%	34.93%
	大昌食品	88	47	53.41%	32.19%
	寶發洗衣公司	21	11	52.38%	7.53%
	包點先生	18	9	50.00%	6.16%
	偉成洋酒	14	7	50.00%	4.79%
	綠盈坊	66	30	45.45%	20.55%
	薄餅博士	25	10	40.00%	6.85%
	椰林閣	20	7	35.00%	4.79%
	eCosway	72	25	34.72%	17.12%
	冒險樂園	35	11	31.43%	7.53%
	大快活集團	109	26	23.85%	17.81%
	QB House	50	11	22.00%	7.53%
	759 阿信屋	253	48	18.97%	32.88%
八方雲集	55	10	18.18%	6.85%	

	品牌/ 商店	總分店數目	商店於領匯數目	商店於領匯百分比	商店在領匯商場分佈率 (領匯商場總數=146)
	Dr. Kong	74	13	17.57%	8.90%
	唐記包點	23	4	17.39%	2.74%
	吉之島	46	8	17.39%	5.48%
	香港寬頻	12	2	16.67%	1.37%
	佳寶凍肉/超市	88	14	15.91%	9.59%
	肯德基	63	10	15.87%	6.85%

#### 四． 總結

領匯為求推高股價，不惜投資巨額金錢進行「資產提升」工程。從我們一向以來的監察，領匯完全不會顧及小商戶的生存空間，它只會不斷引入連鎖店以確保估價及承租情況。在這次調查的 22 個商場中，連鎖店佔了七成六，比 2012 的調查高出六個百分點，小商戶生存空間進一步被扼殺。

在領匯商場經營的連鎖店，它們背後資本雄厚。雖然 7 大集團所佔比例輕微下跌至 17.90%，但當中怡和集團及和黃集團的壟斷情況依然牢不可破，仍然是領匯首兩名大租戶。其中怡和集團設於領匯的店舖比領匯所有商場總數還要多，高達 191.10%，反映每個領匯商場均有差不多兩間與怡和集團相關的品牌進駐。就領匯連鎖集團排行榜（表二）而言，這 7 大財團（怡和集團、和黃集團、麥當勞集團、利豐集團、日本城集團、大家樂集團以及華潤集團）與領匯更是合作無間。當中日本城集團、大家樂集團，以及華潤集團，它們分別有近三成(29.92%)、27.18%及 22.42%的分店設在領匯旗下，顯示大財團壟斷的情況依然嚴重。

除了傳統財團，一些新進品牌也不容忽視。特別是亞洲國際飲食集團屬下的桃園粥麵、Smile Bread、意樂餐廳，以及百份百餐廳，它們有多於七成、甚至全部的分店均設於領匯旗下商場。除了一些在過往調查已提及的品牌，包括波仔、eCosway、759 阿信屋等，領匯亦積極引進新品牌如八方社、包點先生、綠盈坊，以及薄餅博士等，反映屋邨居民進一步被迫接受連鎖品牌，小商戶的生存空間進一步被扼殺。

面對財力懸殊的大集團，小商戶根本毫無生存空間。除了租金問題，領匯無視財團的壟斷局面，小商戶未能享有跟領匯對等的關係。不但是訂租機制，就連被迫遷舖的選址、舖內裝修、何時終止租約等這些重要決策，小商戶都是非常被動，任由領匯宰割。領匯上市的經驗，也說明了在財團日益壟斷的情況下，現時並沒有機制監管財團發展，最終受害的仍是小商戶及普羅市民。





## 五· 具體要求

1. 政府立即回購 25% 領匯股份，重奪話事權，讓公眾有權監管；
2. 停止一切轉售公共資產圖利的行為，以履行其社會責任；
3. 訂立公開、透明的定租制度，為小商戶租金增幅加設上限；
4. 製定嚴格準則，確保小商戶能在公平競爭的環境下生存；
5. 容許小商戶優先選擇舖位，確保社區生態平衡發展。