

The Link Management Limited 領匯管理有限公司

Manager of The Link REIT

立法會秘書處
議會事務部 I
袁家寧女士

Victor H.W. So MBE JP
蘇慶和
Chief Executive Officer
行政總裁

敬啟者：

房屋事務委員會 2007 年 4 月 13 日特別會議

就 貴會於 2007 年 4 月 16 日的來函，本人謹提供以下資料供各議員參考：

租務事宜

本公司一向依從審慎的商業原則處理租務事宜。根據於 2006 年 11 月發佈截至 2006 年 9 月 30 日為止的 06/07 年度中期業績報告，物業組合整體續租率約為九成。一般而言，租約屆滿時，合約雙方均可各自因應其商業考慮，決定是否續約。有關安排符合市場一般做法。

於上述期內，本公司透過積極的租務策略，加上經濟復蘇、營商環境改善，額外租出大約 15 萬平方呎零售面積，出租率上升 1.3 個百份點，達 92.3%。

本公司稍後的全年業績報告將提供上述資料的最新數字。就業情況方面，於上述的六個月內，估計在本公司旗下物業開業的新商戶，額外創造了至少 800 個就業機會。

資產提升項目及有關顧客意見調查結果

資產提升是本公司一項主要業務措施。為了解顧客對這方面工作的意見，本公司委託本地大學進行了多項獨立民意調查。最近一次為香港大學於 2007 年 3 月，就旗下四個商場的優化商戶組合工作進行民調。結果顯示，顧客對商場提供的零售及飲食選擇的評分，於 2005 年 9 月起往後的 18 個月內上升了 18%。另外，88%受訪者贊成領匯朝著目前優化商戶組合的方向，繼續引進更多消費及食肆選擇。根據 2006 年由理工大學進行的民意調查結果，兩個商場完成資產提升工程後，整體評分均錄得超過六成的升幅。這些都是令人鼓舞的調查結果，亦反映顧客對本公司業務策略的支持。現隨函夾附上述調查的詳情，讓各議員更深入了解有關調查所收集到的意見。

/2...

領匯旗下五個街市正逐步安裝空調系統。領匯房地產投資信託基金於 2005 年 11 月的發售通函亦已訂明上述安排。本公司一直均有在旗下多個物業進行不同規模的提升工程。隨著工程完竣，這些項目將為本公司的顧客、商戶、投資者，以及社區創造價值。

此致

袁家寧女士



行政總裁
蘇慶和

2007年5月9日

附件：

由大專學院進行的獨立民意調查的新聞稿及簡佈檔案，有關調查包括：

1. 優化商戶組合（由香港大學進行）
2. 厚德商場資產提升（由香港理工大學進行）
3. 慈雲山中心資產提升（由香港理工大學進行）

二零零七年四月九日

即時發放**港大民意調查：九成人贊成領匯繼續引進更多消費品及食肆選擇**

領匯管理有限公司（領匯）在過去一年半以來，陸續因應商場的不同定位，引入各行各業廣受歡迎的商戶，不單讓顧客享有更多元化的優質選擇，更帶動其他商戶持續提升質素。為了解顧客對優化商戶組合方面的評價及意見，領匯早前委託香港大學社會科學研究中心進行獨立的民意調查。調查結果顯示，顧客對商場提供的零售及飲食選擇方面的評分，由一年半前的 5.78 分升至目前的 6.8 分，升幅接近 18%；另外，88%受訪者贊成領匯朝著目前優化商戶組合的方向，繼續引進更多消費品及食肆選擇。（詳情請參見附表一）

商場優化商戶組合 顧客評分躍升近兩成

是次調查成功訪問了近 600 人，並涵蓋領匯旗下的秀茂坪實達商場、藍田啟田商場、將軍澳彩明商場及慈雲山中心進行。在積極及主動的租務策略下，新引入的商戶均佔上述商場面積超過一成。（有關新商戶名單，請參見附件一）調查旨在掌握顧客的脈搏，令商場未來的租務策略更能緊貼民意。

香港大學社會科學研究中心的調查結果顯示，分別有 66%及 63%受訪者認同領匯新引入的商舖切合附近居民的一般消費需要及被訪者的負擔能力；表示不同意的受訪者只有大約一成。另外，73%受訪者認為新引入的商舖為他們帶來更大方便。經過一年半以來在優化商戶組合上的努力，顧客對商場的評分亦因而錄得近兩成的升幅。

香港大學社會科學研究中心主任白景崇教授表示：「今次調查的受訪者均為商場的日常顧客，最能察覺商場商戶組合的變化和對他們日常生活帶來的影響。調查結果顯示受訪者對於領匯新引入的商戶普遍表示滿意，並認同引進更多消費品及食肆的方向。因此，領匯應該考慮在其他商場實行類似的模式。」

調查亦探討顧客對商場的期望，發現受訪者最希望商場增加食肆、時裝或時尚飾物及娛樂消閒選擇。在飲食方面，受訪者最希望引入中式食肆、快餐店、茶餐廳及日韓食肆。

領匯租務規管助理總經理黃繼華先生表示：「今次由港大獨立進行的民調查結果反映，領匯過去一年半以來在優化商戶組合上的努力普遍獲得顧客的肯定。對此我們感到十分鼓舞。領匯定必繼續保持開放的態度，對顧客的喜好及需要，「盡心聆聽」並「盡力回應」，為大家的社區更添姿彩及歡樂。」

至今，領匯已引入約 90 個零售商或食肆首次進駐領匯旗下物業，合共開設大約 200 間分店。展望未來，領匯會因應各商場的定位及其顧客群的喜好及需要，繼續優化商戶組合，發揮商場的潛力，預計亦會因而為社區製造更多就業機會。

The Link REIT 領匯房地產投資信託基金

附表一：香港大學社會科學研究中心民意調查

受訪者對商場消費品及食肆選擇的平均評分	2007 年 3 月：6.8 分 个17.7% 2005 年 9 月：5.78 分	
同意商場現時售賣的消費品及食肆選擇較一年半前更多元化	65%	
同意引進更多消費品及食肆選擇	88%	
同意新引入的商舖切合附近街坊一般消費需要	66%	
同意新引入的商舖的消費品或食物價錢在負擔能力之內	63%	
受訪者想增加哪一類新商戶 #	食肆	46.5%
	衣著時裝/時尚飾物	24%
	娛樂消閒	12%
	電器/電子用品	11.1%
受訪者希望增加哪一類商戶 #	中式食肆	40.6%
	快餐店	35.9%
	茶餐廳	15.6%
	日韓食肆	14.8%

#佔整體選擇百分比(可多於一個選擇題目)

附表二：有關商場人流數字

啟田商場：每日平均人流接近 10 萬，較去年同期增加 1.5 倍
慈雲山中心：每日平均人流超過 7 萬，較去年同期上升超過 60%
彩明商場：每日平均人流超過 2 萬，較去年同期上升約 30%
寶達商場：每日平均人流約 6 千，較去年同期上升 10%

二零零六年九月二十四日

即時發放**領匯成功革新厚德商場 匯聚將軍澳獨家人氣食肆****理大獨立調查：顧客評分躍升七成，逾八成人贊成推展至其他商場**

領匯管理有限公司（領匯）的第二個資產提升項目—厚德商場—最近完成首階段工作，引入逾 20 間人氣商戶，當中近一半為食肆，成為將軍澳區飲食新焦點。繼慈雲山中心之後，領匯再次委託理工大學社會政策研究中心就其資產提升的成效進行獨立的民意調查。該中心在厚德商場成功訪問了約 830 人，多達九成受訪者認為是次翻新令附近居民受惠；八成三人更加贊成領匯把類似翻新工程推展至轄下其他商場。

顧客評分躍升近七成

厚德商場位處坑口地鐵站旁，毗鄰十數個大型住宅屋苑，人口約 11 萬。今次問卷特別就領匯的工作對社區帶來的改變作調查。結果顯示超過八成受訪者認為，厚德商場作首階段翻新後，達到以下三項功能：

1. 為附近居民帶來更多方便
2. 帶動經濟活動，令社區更暢旺
3. 美化坑口社區

整體來說，受訪者對厚德商場的評分由 4.66 分升至 7.76 分，增加近七成。而領匯首個資產提升項目—慈雲山中心—早前在翻新後錄得的評分則為 7.2 分，上升約六成三。[詳情見附表] 領匯管理有限公司策劃及發展總監黃劍榮先生表示：「對於領匯的工作得到大多數受訪者的支持及肯定，我們感到十分鼓舞。領匯會繼續努力，把未來的資產提升項目做得更好，進一步發掘並發揮各個商場的潛力，讓更多居民的生活變得更多姿多采。」

香港理工大學社會政策研究中心副主任鍾劍華博士表示：「今次調查的受訪者中，逾八成為將軍澳各屋苑居民。結果顯示翻新工程後，顧客到商場的次數、時間及消費均有所提升，且對工程帶來的改變表示滿意，亦歡迎將整個商場進行翻新。調查所載的數據比較，經統計分析證實，均為統計學上顯著的變化。」

八成七受訪者贊成翻新整個商場

調查指出，顧客最著重商戶的貨品質素及種類，以及商舖的室內裝修及氣氛環境。多達八成七的受訪者贊成翻新整個厚德商場，並最期望引入更多消閒娛樂及飲食行業。黃劍榮先生說：「領匯向來重視顧客的意見，將會仔細研究理大的調查結果，因應顧客的要求，度身訂造厚德商場，並在陸續推展其他資產提升項目時，參考有關意見。資產提升是

The Link REIT 領匯房地產投資信託基金

一個持續的過程，隨著我們業務向前邁進，我們會繼續推出新計劃，發揮旗下資產的潛力。」

一百萬元強勢推廣厚德

隨著厚德商場東翼新商戶陸續開業，商場人流在七月份已經高達每日 10 萬人次，比去年同期錄得超過七成的增長。由今日起連續五個星期，厚德商場更會投資一百萬元舉辦連串以美食為主題的精彩宣傳活動。當中「食在厚德大抽獎」豐富獎品包括雙人全年週末美食禮券以及購物現金禮券，加上「色香味擂台陣」即抽即獎遊戲，送出合共一萬份豐富禮品總值港幣 20 萬。（詳情請參閱「食得精彩新程式」新聞資料）

附表：理工大學社會政策研究中心民意調查

受訪者對翻新工程後商場整體評分（上升百分比） 翻新工程令附近居民受惠（註）	厚德商場		慈雲山中心	
	7.76（↑67%） 91%		7.2（↑63%） 83%	
翻新工程 ➢ 能夠為附近居民帶來更多方便 ➢ 帶動經濟活動令社區更暢旺 ➢ 美化了坑口社區	厚德商場			普通（註）
	同意（註）		不同意（註）	
	86%		1%	
	80%		4%	
贊成翻新整個厚德商場（註） 贊成翻新工程推展至其他商場（註）	83%		5%	12%
			87%	
			83%	

註：受訪者百分比

二零零六年七月十六日

即時發放**領匯資產提升工程成效顯著
理工大學調查顯示逾八成受訪者認同令居民受惠**

慈雲山中心其中是領匯首個資產提升項目。其中兩層樓面經過約半年的重新規劃改造，提升場內設施及佈局，並且引入數十間人氣商戶，已經成為區內十萬人口的匯聚點及消閒購物好去處，提供更多元化的時尚、美食及消閒選擇。理工大學社會政策研究中心早前於慈雲山中心進行的顧客調查顯示，受訪的慈雲山中心顧客當中，逾八成認為有關工程令居民受惠，足見領匯商場革新工作成效。

該調查成功訪問了 838 名商場訪客，結果顯示在領匯的資產提升工程完成後，商場顧客不論在到訪次數、瀏覽時間及消費額方面均錄得令人鼓舞的增長。受訪者在平日及假日每月平均到訪商場次數分別增加 38%及 40%。近六成受訪者延長逗留時間，每次平均逾一小時之久。89%受訪者認為，新區域出售的貨品價格在其負擔能力之內；64%受訪者增加於商場的平均消費，每星期消費平均增幅達 221 元。受訪者對商場的整體評分因而由之前的 4.4 分急升超過六成至 7.2 分。

香港理工大學社會政策研究中心副主任鍾劍華博士表示：「受訪者中，近八成為慈雲山各屋苑居民。調查所載的數據比較，經統計分析證實，均為統計學上顯著的變化。而結果顯示他們對慈雲山中心的裝修翻新工程普遍持正面的態度，對裝修工程帶來的改變表示滿意，更加歡迎將翻新工程延伸至商場的其他地方。」

逾半受訪者表示會因為商場翻新而增加留邨消費，減少區外購物次數，反映領匯資產提升項目成功吸引附近居民留區消費。另近七成三的受訪者表示贊成於整個商場進行翻新。（有關調查更多結果，請參閱隨附之「慈雲山中心翻新工程訪客意見調查」）

領匯管理有限公司行政總裁蘇慶和先生表示：「領匯決心透過推展這多方面的工作，為附近的居民度身訂造一個貼合他們需要的消閒購物好去處，讓他們足不出邨，亦能享受逛街樂趣，生活得更多姿多采。」

The Link Management Limited 領匯管理有限公司

蘇先生續說：「要商場營運成功，首要原則是『以客為本』，由顧客的需要出發。因此我們十分重視他們的意見。理大的調查顯示，慈雲山中心這個項目得到居民的支持。而場內的人流亦較去年同期錄得超過六成的增長。這是領匯資產提升工作的一個好開始。展望未來，我們會繼續因應顧客的需要、品味及消費模式，因地制宜，陸續推展有關工作，令更多社區受惠。」

為慶祝領匯完成首個資產提升項目，慈雲山中心將在 7 月 16 日至 8 月 27 日期間，舉辦「夏日鑽級狂熱」，包括連串以時尚服飾、消閒、美食為主題的精彩活動，更有「鑽級狂熱大抽獎」，大獎包括 1.5 卡鑽飾、雙人東京來回機票連酒店等 18 項豐富獎賞，加上即抽即獎遊戲，獎品總市值超過港幣 30 萬元。另外，商場在上述期間更推出特別的泊車優惠，顧客只要消費滿 50 元便可在指定時間內享有 2 小時免費泊車優惠。（詳情請參閱「慈雲山中心夏日鑽級狂熱」）

- 完 -

慈雲山中心翻新工程訪客意見調查

訪問研究結果



調查對象

- 15歲或以上、曾於慈雲山中心商場五、六樓瀏覽或消費的香港居民。

調查目的

- 於商場五、六樓翻新工程完成前後之消費模式；
- 對商場五、六樓翻新工程的滿意程度；及
- 比較商場五、六樓翻新工程完成前後對商場五、六樓之滿意程度。

調查方法

- 日期：2006年6月8至11日
- 時段：上午(10:30-13:30)
下午(14:00-17:00)
晚上(18:00-21:00)
- 地點：慈雲山中心已進行翻新工程的五、六樓商場
- 形式：於平日（星期一至星期五）及假日（星期六及星期日）由訪問員以結構性問卷進行訪問調查

調查個案

成功完成個案：838個

訪問完成地點分布

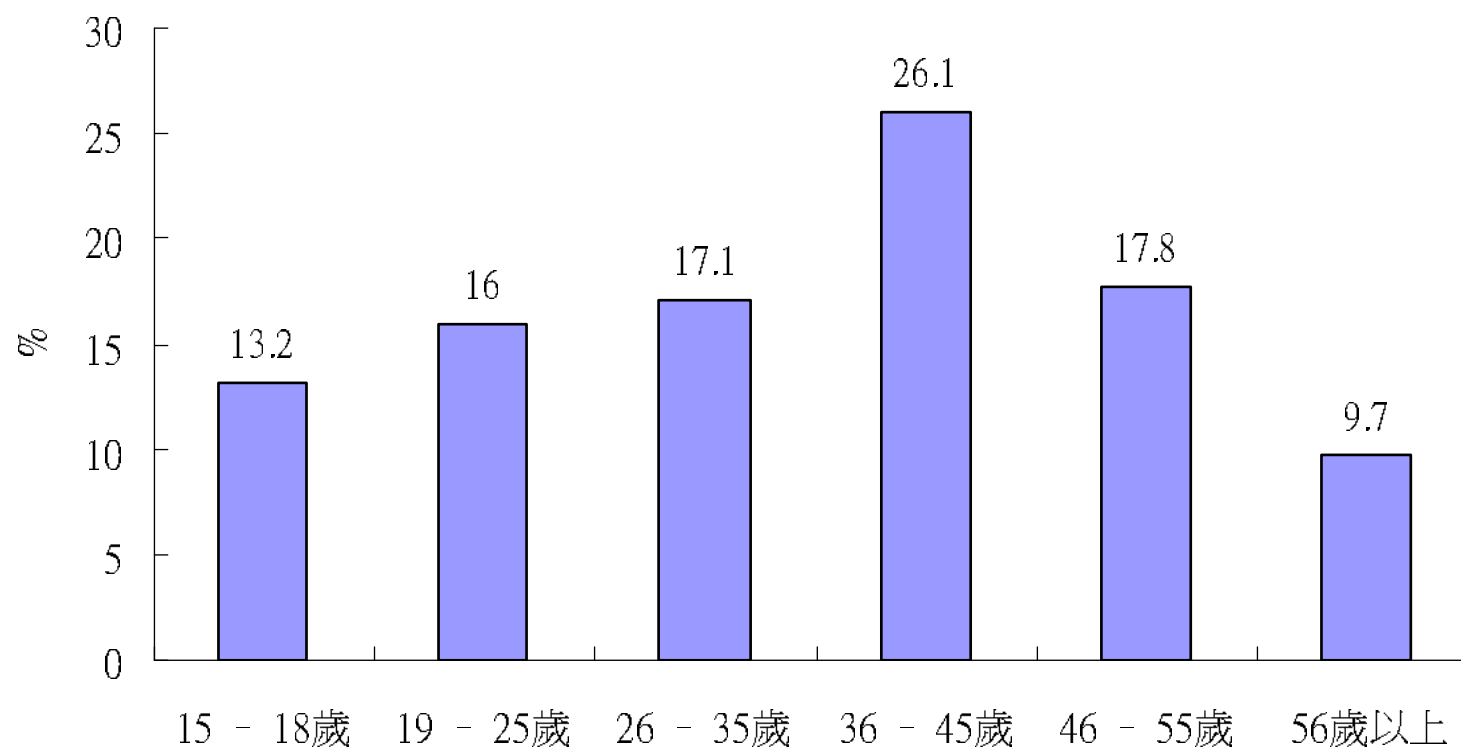
	問卷數目	有效百分比
五樓	461	55.0
六樓	377	45.0
總數	838	100.0



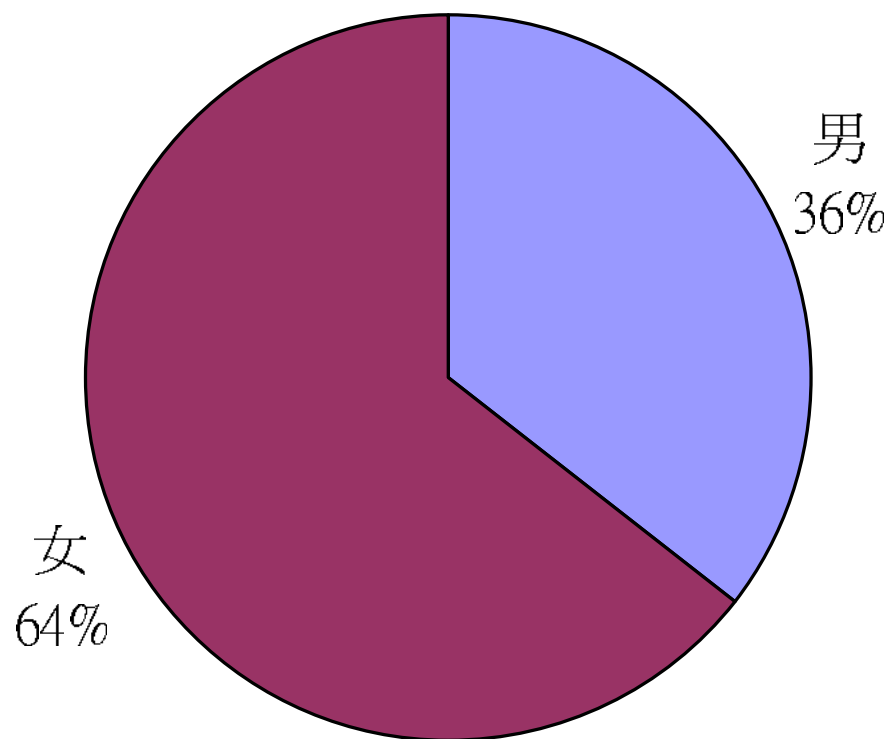
受訪者背景



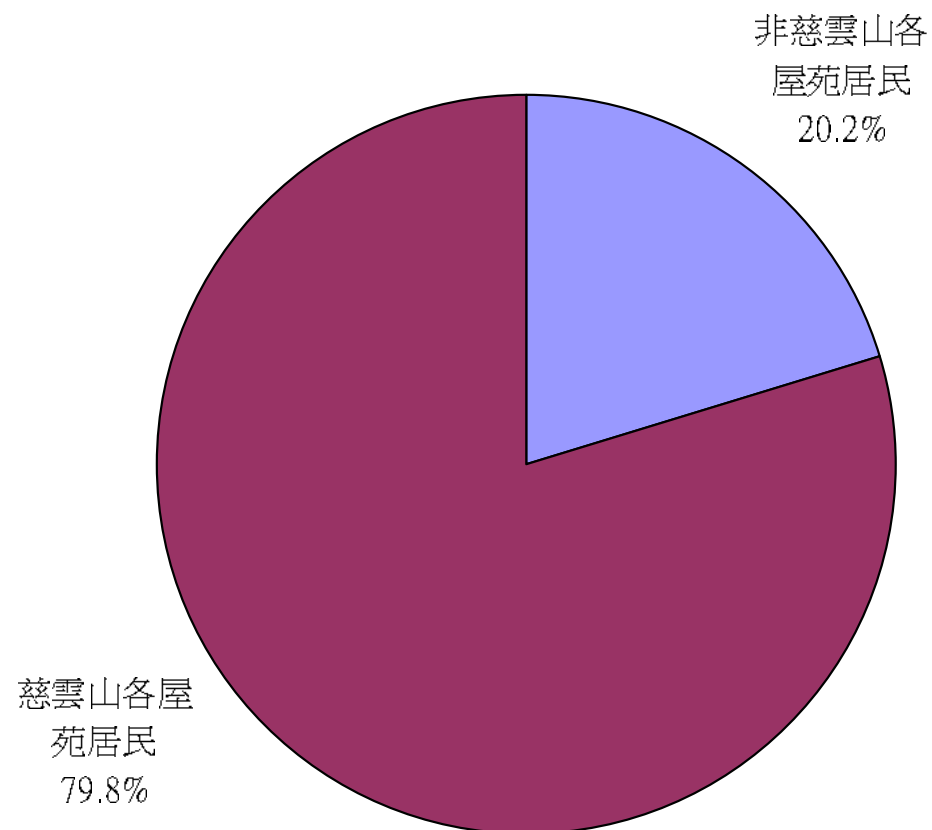
受訪者背景：年齡



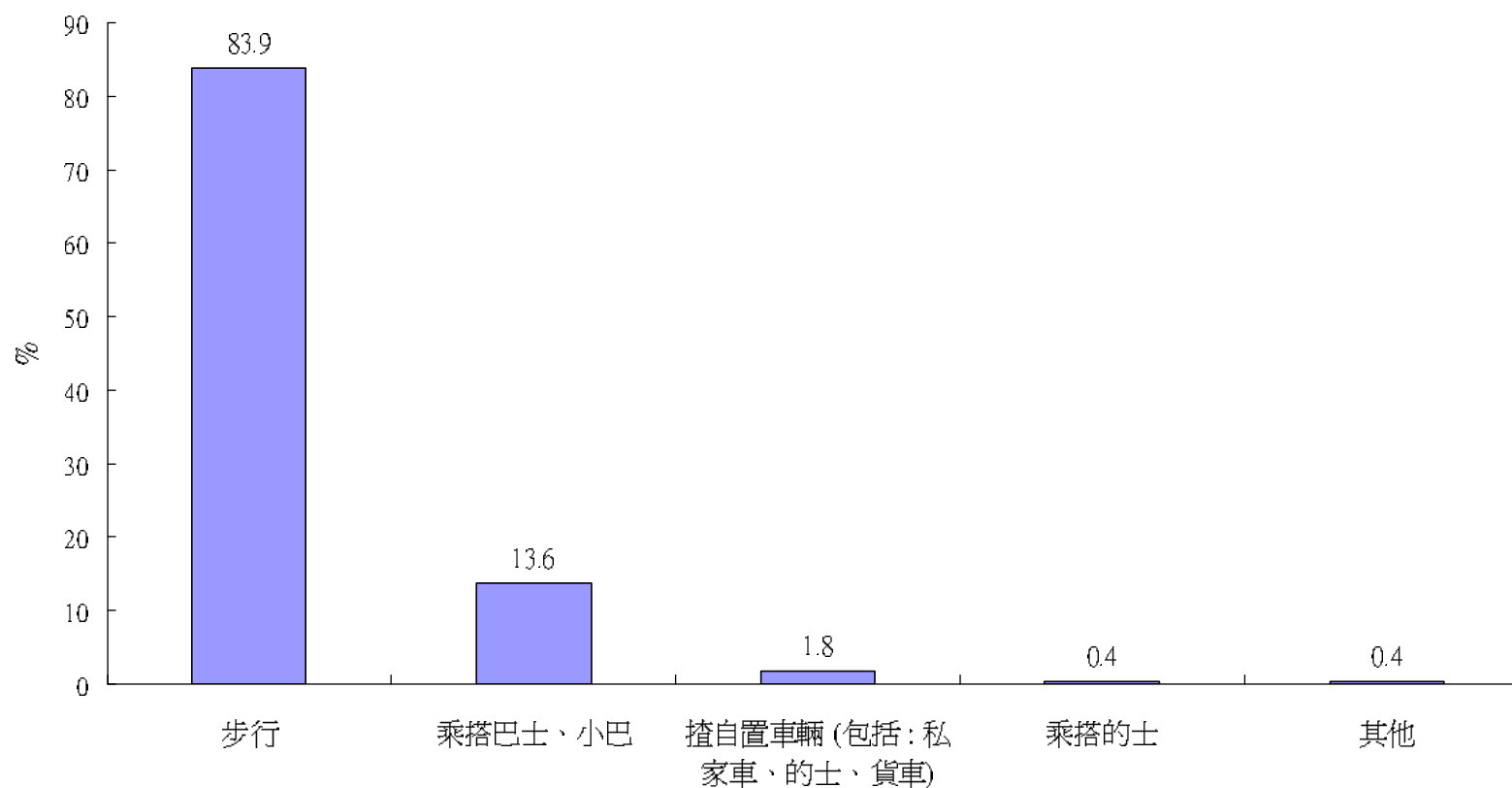
受訪者背景：性別



受訪者背景：居住地區



受訪者背景：到慈雲山中心的途徑





研究分析結果



翻新工程完成前後，到訪商場平均次數比較

		翻新前	翻新前	變幅
每月平均到訪次數	平日	3.6	5	+38%
	假日	5.7	8	+40%

翻新工程完成後，假日每次到訪商場平均逗留時間的變化

工程完成後

- 61%受訪者加長假日每次到訪逗留時間
- 每次逗留時間平均增加為61分鐘

翻新工程完成後，平日每次到訪商場平均逗留時間的變化

工程完成後

- **57%**受訪者加長平日每次到訪逗留時間
- 每次逗留時間平均增加為**52分鐘**

受訪者對商場翻新工程的滿意程度

工程完成後

- 89%受訪者認為，商場五、六樓商店出售的貨品，價格是在自己的負擔能力之內

翻新工程完成後，於商場平均消費的變化

工程完成後

- 64%受訪者增加於商場的平均消費
- 每星期消費平均增加**221**元

翻新工程完成後，受訪者瀏覽消費模式的改變

- 53%受訪者表示，有關工程完成後，以商場五、六樓現時提供的商戶/商品種類，會增加留邨消費，或減少到其他地區消費

翻新工程完成前後，對五、六樓商場滿意程度的變化

整體滿意程度平均評分

工程後	7.2分	+64%
工程前	4.4分	

受訪者對商場翻新工程的意見

73%受訪者贊成於整個商場
進行翻新

受訪者對商場翻新工程的滿意程度

83%受訪者認為，商場翻新會使附近居民受惠



完



厚德商場翻新工程訪客意見調查

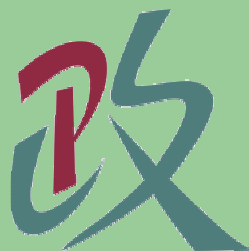
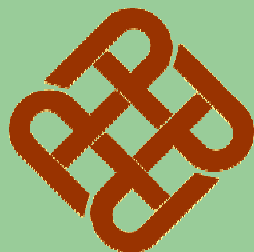
研究 發佈會

講者:

鍾劍華博士

香港理工大學 應用社會科學系

社會政策研究中心副主任



香港理工大學
應用社會科學系
社會政策研究中心
策劃及執行

調查對象

- 15歲或以上、曾於厚德商場東翼瀏覽或消費的香港居民。

調查目的

- 於商場東翼翻新工程完成前後之消費模式；
- 對商場東翼翻新工程的滿意程度；
- 比較商場東翼翻新工程完成前後對商場之滿意程度；及
- 厚德商場與社區發展的方向。

調查方法

- 日期：2006年8月30至9月3日
- 時段：上午(10:30-13:30)
下午(14:00-17:00)
晚上(18:00-21:00)
- 地點：厚德商場已進行翻新工程的東翼商場
- 形式：於平日（星期一至星期五）及假日（星期六及星期日）由訪問員以結構性問卷進行訪問調查

調查個案

成功完成個案：834個

訪問完成時段分布

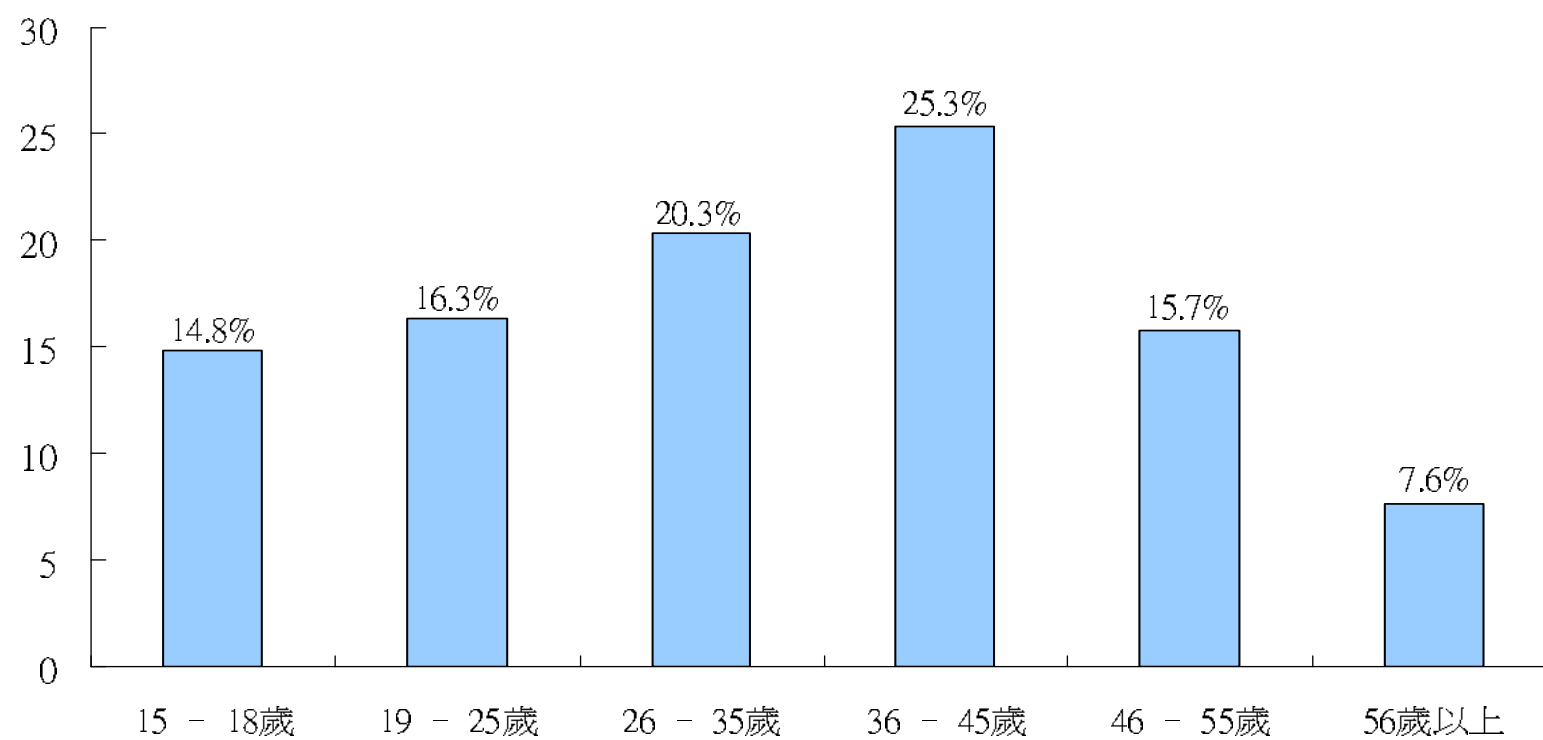
	問卷數目	有效百分比
上午(10:30-13:30)	288	34.5
下午(14:00-17:00)	284	34.1
晚上(18:00-21:00)	262	31.4
總數	834	100.0



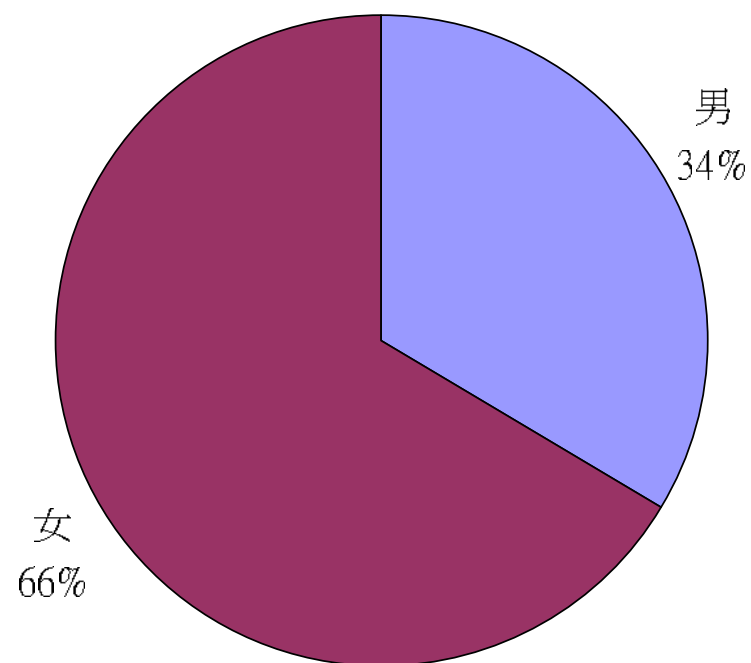
受訪者背景



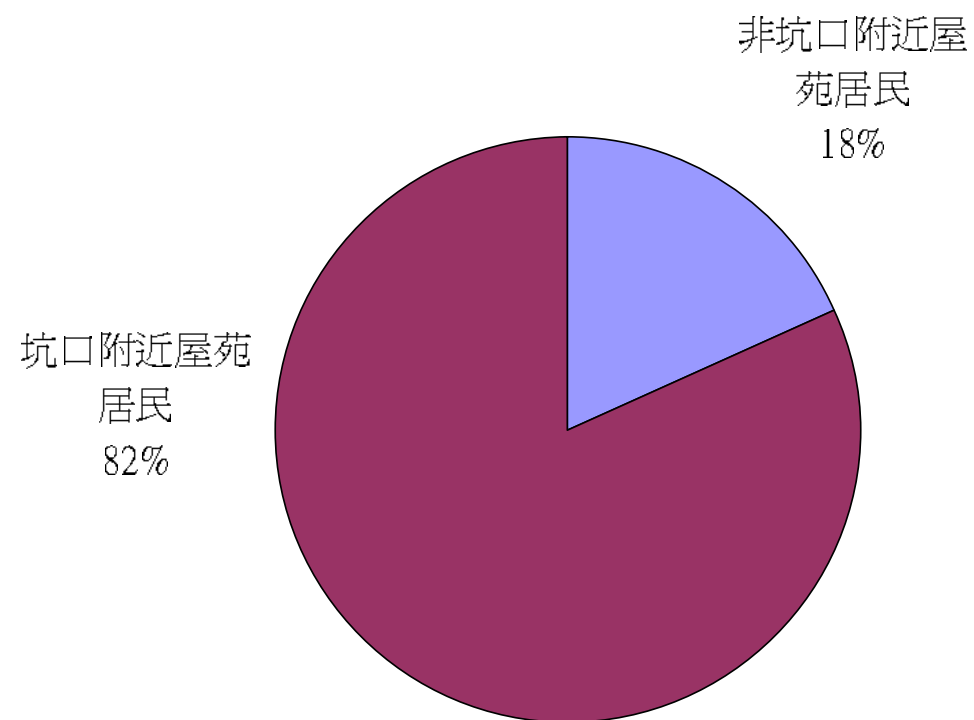
受訪者背景：年齡



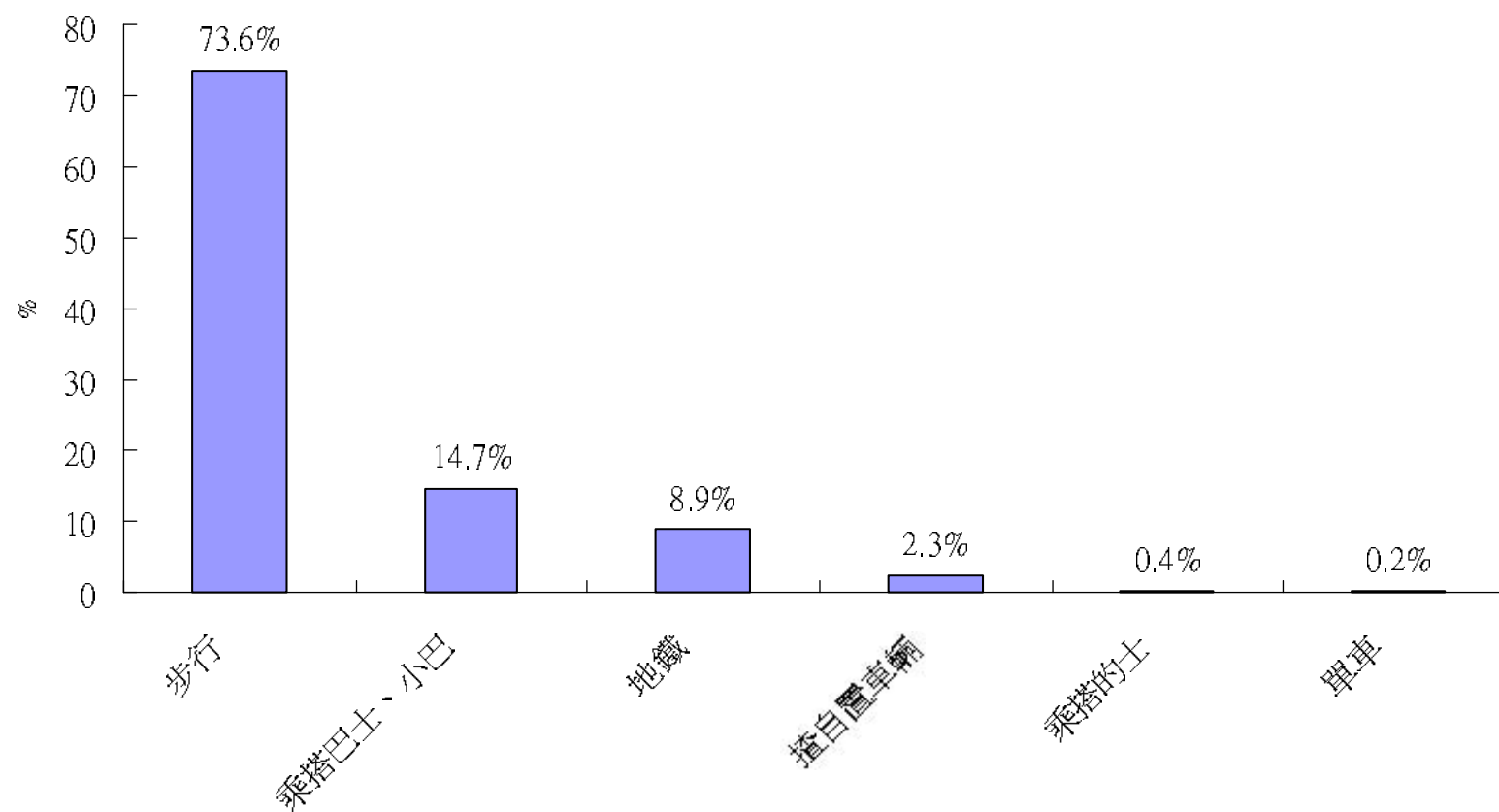
受訪者背景：性別



受訪者背景：居住地區



受訪者背景：到厚德商場的途徑





研究分析結果



翻新工程完成後，每次到訪商場平均逗留時間的變化

工程完成後

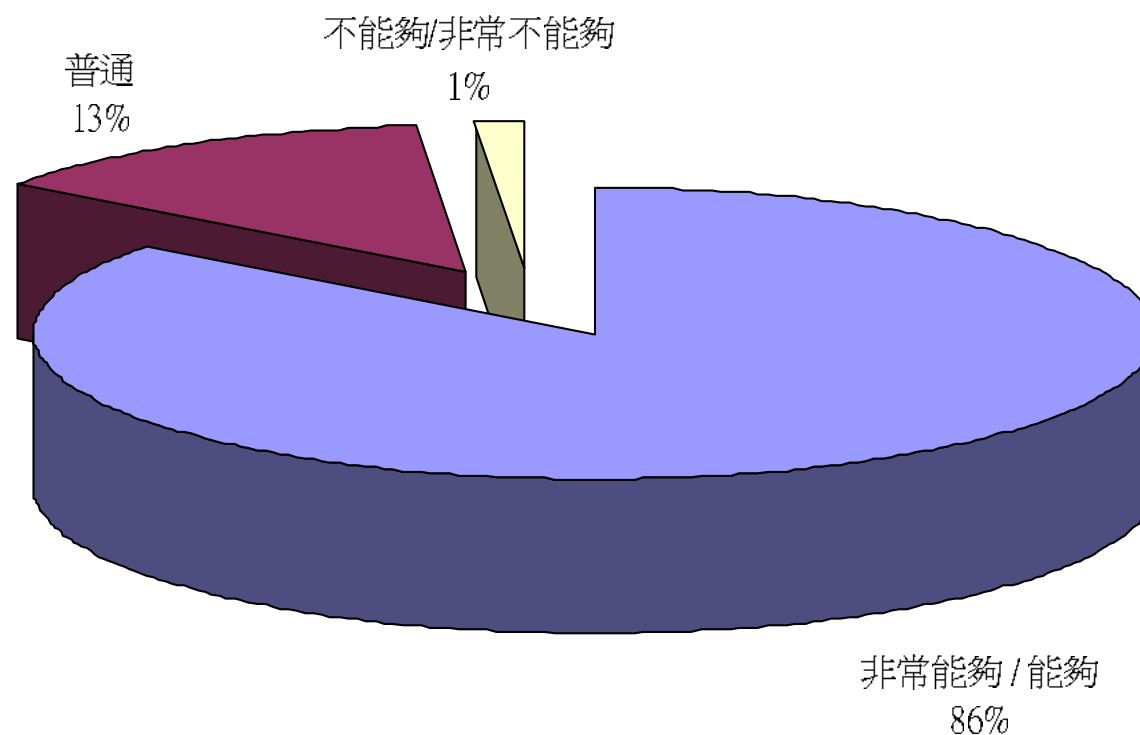
- 59%受訪者加長每次到訪逗留時間
- 每次逗留時間平均增加為45分鐘

翻新工程完成後，於商場平均消費的變化

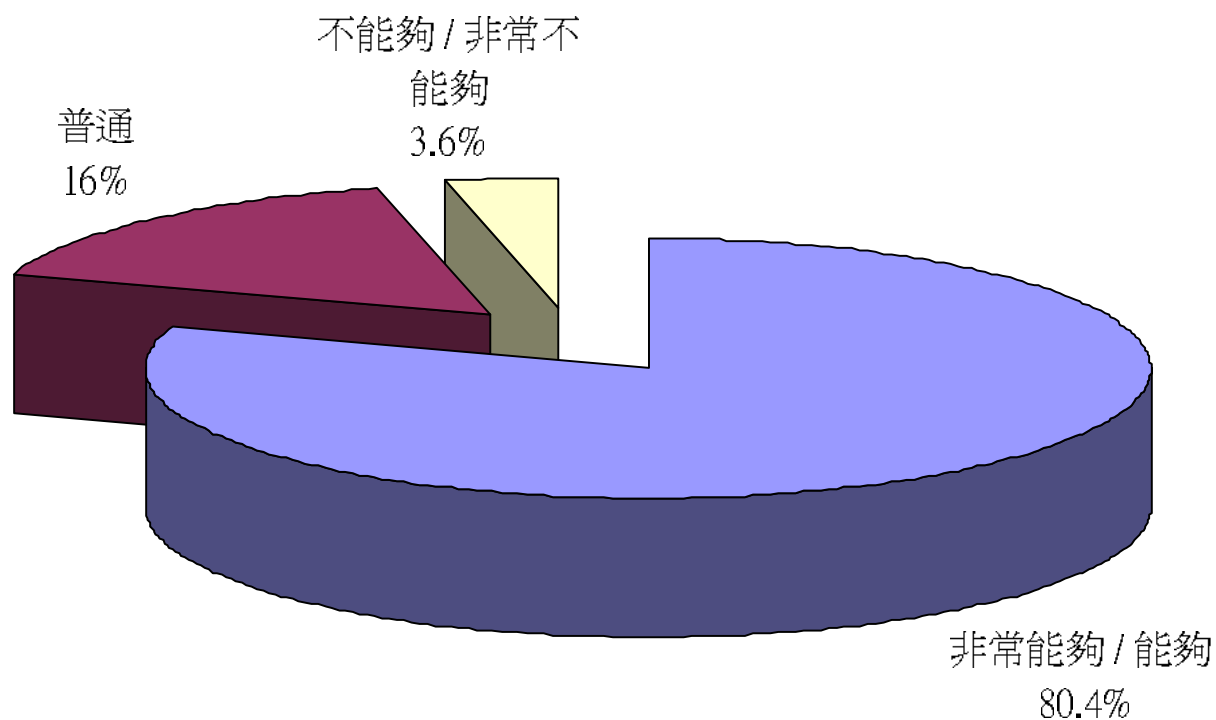
工程完成後

- 58%受訪者增加於商場的平均消費
- 每星期消費平均增加**216元**

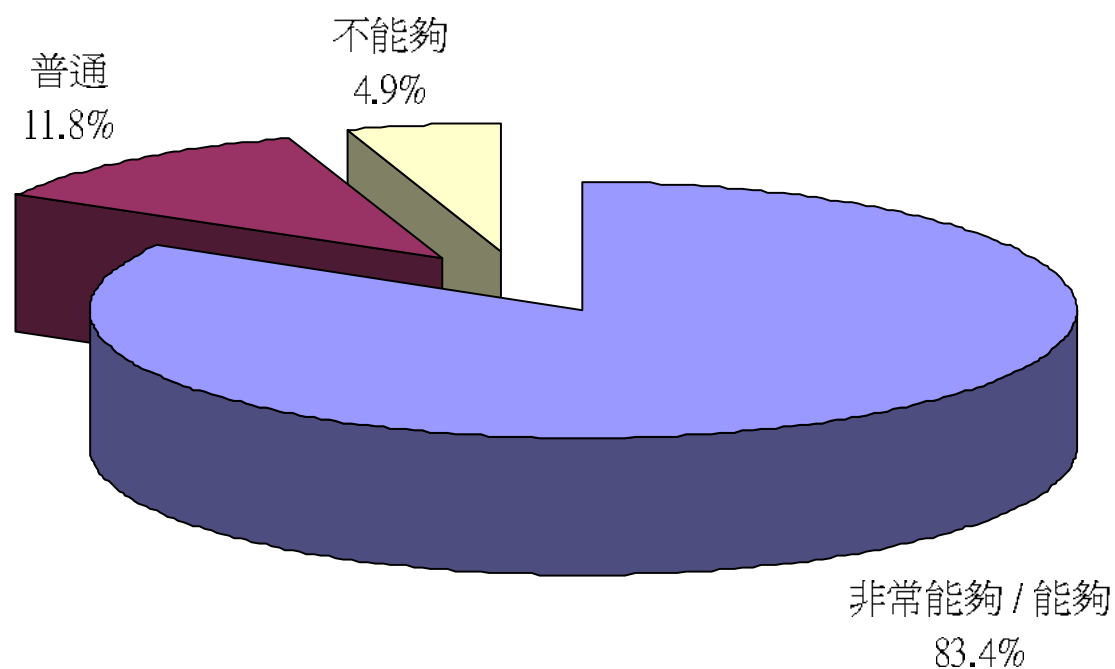
對商場東翼翻新工程的滿意程度(I) - 為附近居民帶來更多方便



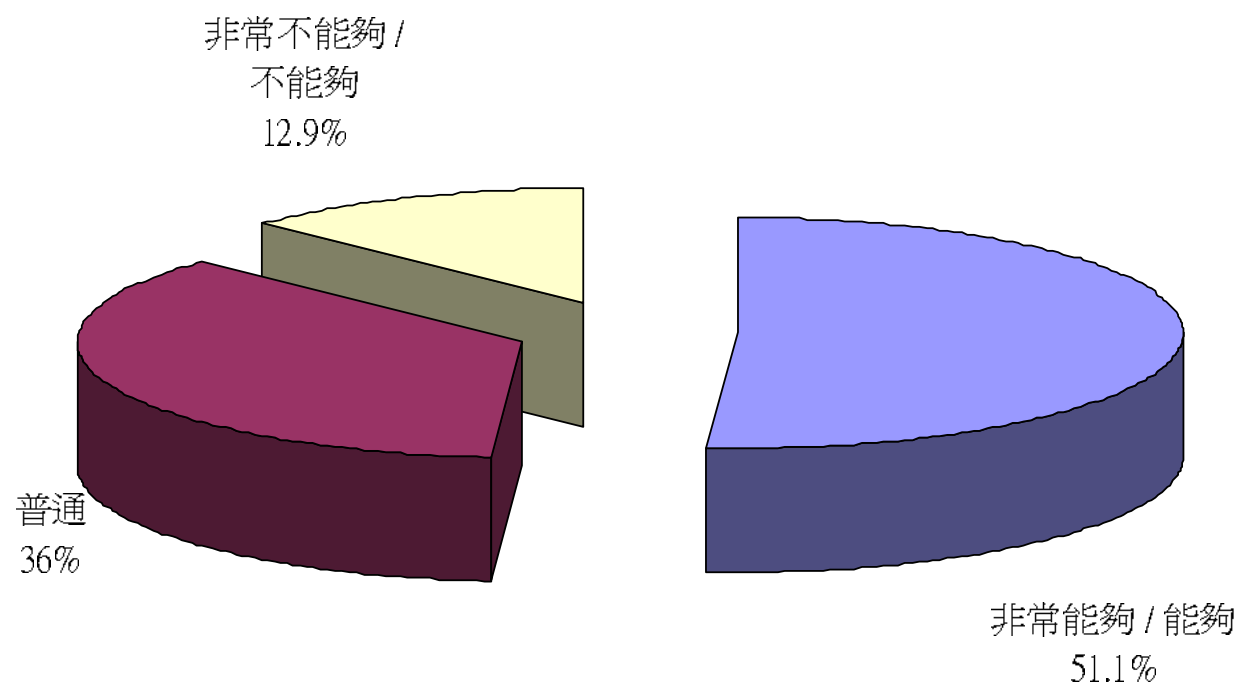
對商場東翼翻新工程的滿意程度(II) – 帶動經濟活動，令附近社區更加暢旺



對商場東翼翻新工程的滿意程度(III) – 美化了坑口社區



對商場東翼翻新工程的滿意程度(IV) – 商場能夠成為更受親友歡迎的聚會去處

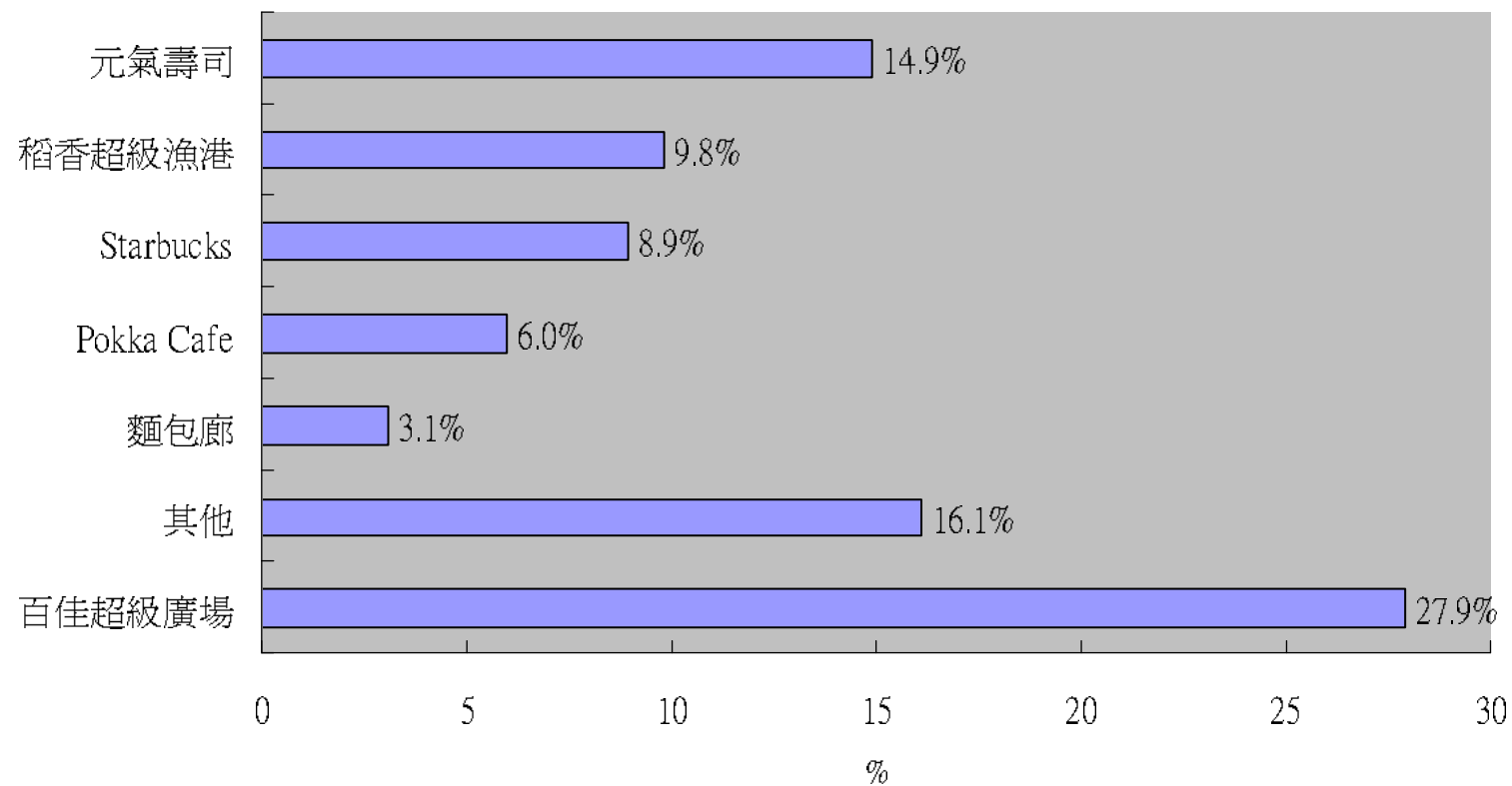


翻新工程完成前後，對厚德商場滿意程度的變化

整體滿意程度平均評分

工程後	7.76分	+67%
工程前	4.66分	

受訪者最喜歡的商戶



商戶受喜歡的原因

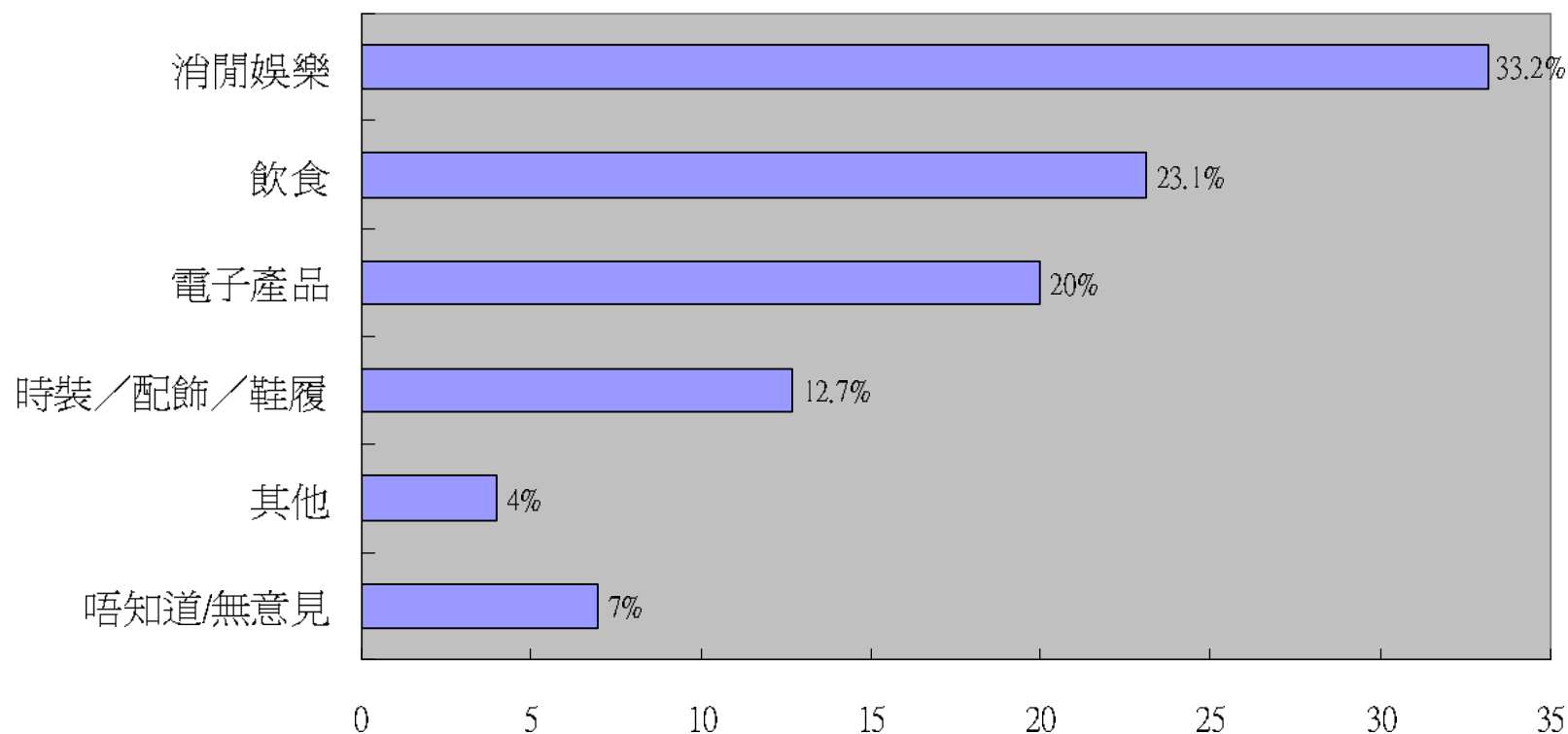
1. 貨品/食物的種類 (29.6%)*
2. 貨品/食物質素 (26.0%)
3. 室內裝修、氣候環境、貨品陳列 (14.1%)

*表示選擇有關因素為喜歡商戶原因的受訪者百分比

受訪者對商場翻新工程的意見

87%受訪者贊成於整個商場進行翻新

當進一步翻新厚德商場時，你最期望引入以下哪一個行業的商鋪？



受訪者對商場翻新工程的滿意程度

91%受訪者認為，商場翻新會使附近居民受惠

83%受訪者贊成於商場翻新工程推展至領匯轄下其他商場



完



關於優化商場商戶組合的意見調查 Opinion Survey on Shop-mix Enhancement

Commissioned by
The Link Management Limited

Undertaken by
*Social Sciences Research Centre of
The University of Hong Kong*



調查方法 Survey Methodology

Opinion Survey on Shop-Mix
Enhancement



Undertaken by
*Social Sciences Research Centre of
The University of Hong Kong*

研究目的 Objectives of the study

- 評估購物者對領匯商場商戶組合的滿意程度
- To evaluate the level of satisfaction of shoppers towards shop-mix in LML's shopping centres
- 了解購物者對領匯商場商戶組合的期望
- To understand shoppers' expectation of shop-mix in LML's shopping centres

研究方法 Survey Methodology

調查工具

Survey Instrument

- 面談訪問
- Face-to-face interviews

調查樣本

Sample

目標調查樣本為四個抽樣的領匯商場內不少於500名十八歲或以上以粵語為主要語言的購物人士

(每一商場完成最少125個成功訪問的樣本)

- The targeted sample was at least 500 Cantonese-speaker shoppers aged 18 or above from 4 LML's shopping centres (at least 125 from each shopping centre)

調查方法 Survey Methodology

抽樣方法

Sampling Method

- 爲了儘量減低某一性別及年齡組別過量的代表性, 社會科學研究中心規定每一商場內各性別及年齡組別的被訪者數目必須均等的指標
- To minimize over-representation of any gender or age, the SSRC targeted equal number of respondents from specific gender and age groups in each shopping centre

調查方法 Survey Methodology

挑選被訪者

Selection of Respondents

- 被訪者挑選的指標是根據年齡性別分佈的分層隨機抽樣方法
- Respondents were selected by the stratified random sampling method according to the population age-sex distribution

面談訪問 Face-to-face interview

問卷設計

Questionnaire Design

- 雙語問卷由社會科學研究中心設計 (形式為自動化調查表格)
- A bilingual questionnaire was designed by the SSRC (using a computer readable survey form)
- 每份問卷的平均訪問時間約為七分鐘
- The average administration time was about 7 minutes for questionnaire
- 在調查前的試點研究中, 在啓田商場共完成27個成功的訪問, 以對有關問卷作出測試
- A pilot study of 27 cases in Kai Tin Shopping Centre to pretest the questionnaire

面談訪問 Face-to-face interview

實地調查

Fieldwork

- 在二零零七年三月十四至十七日進行
- **14th – 17th March 2007**
- 實地調查的時間表包括於平日及周日各一天在各商場進行調查，以確保樣本的代表性
- **The schedule covered one weekday and one weekend in each shopping centre to ensure that the sample is representative of all shoppers**

面談訪問 Face-to-face interview

樣本誤差

Sample Error

- 在四個商場的入口位置共訪問了**579**位購物人士
- **A total of 579 shoppers were interviewed in the entrance areas of the four shopping centres**
- 樣本誤差為**±4.1%**
- **The sample error is at most +/- 4.1%**

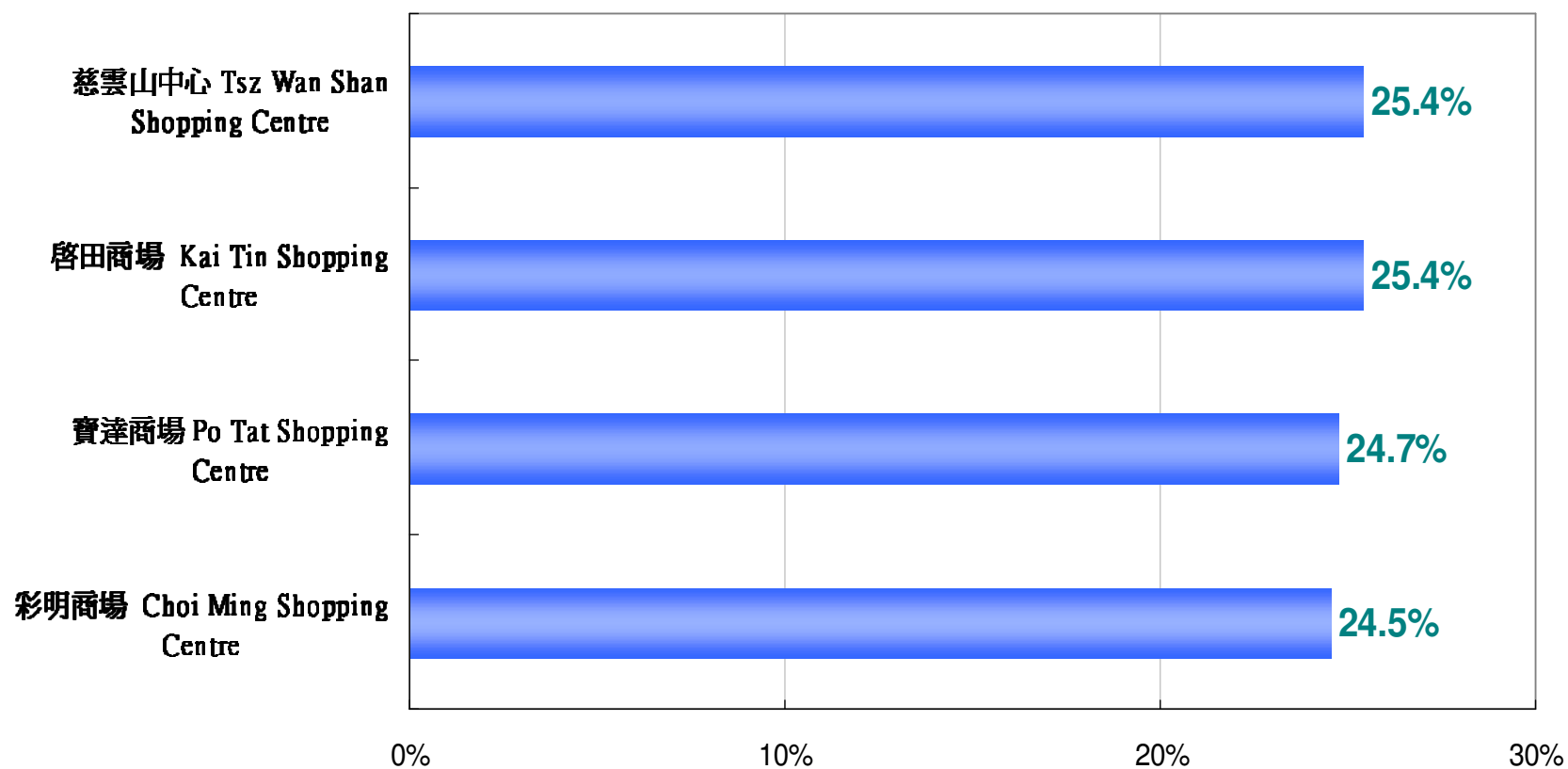
調查結果 Survey Findings

Opinion Survey on Shop-Mix
Enhancement



Undertaken by
*Social Sciences Research Centre of
The University of Hong Kong*

商場資料 The four shopping centres



(註) 由領匯新引入商戶佔的室內樓面面積，均佔此四個商場各自總室內樓面面積超過一成
(Note) More than 10% of Indoor Floor Area in these four shopping centres is occupied by new tenants introduced by The Link Management.

調查結果 - 被訪購物人士的個人資料

Survey Findings – Profile of All Surveyed Shoppers

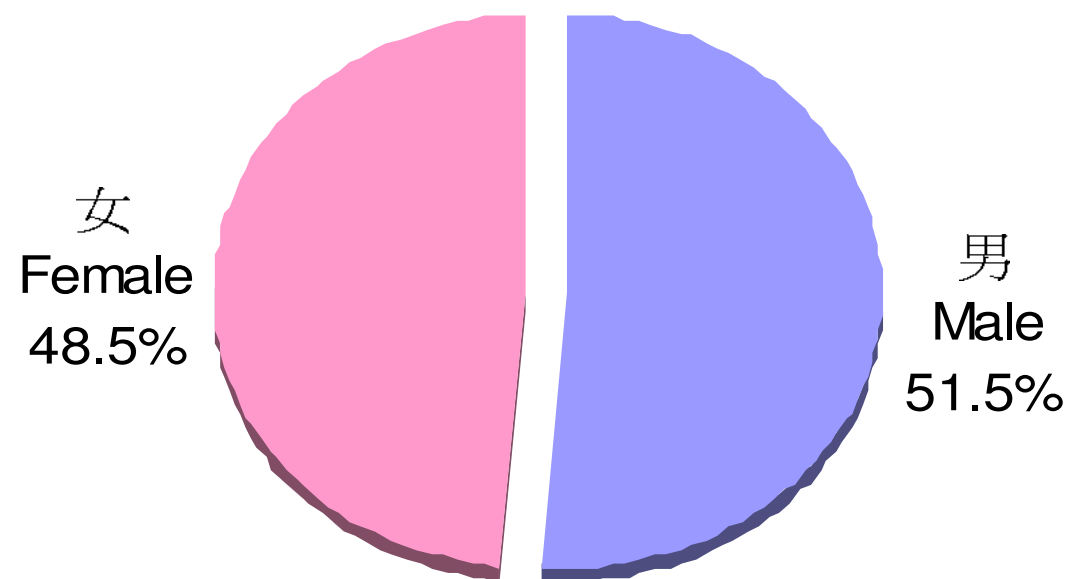
Opinion Survey on Shop-Mix
Enhancement



Undertaken by
*Social Sciences Research Centre of
The University of Hong Kong*

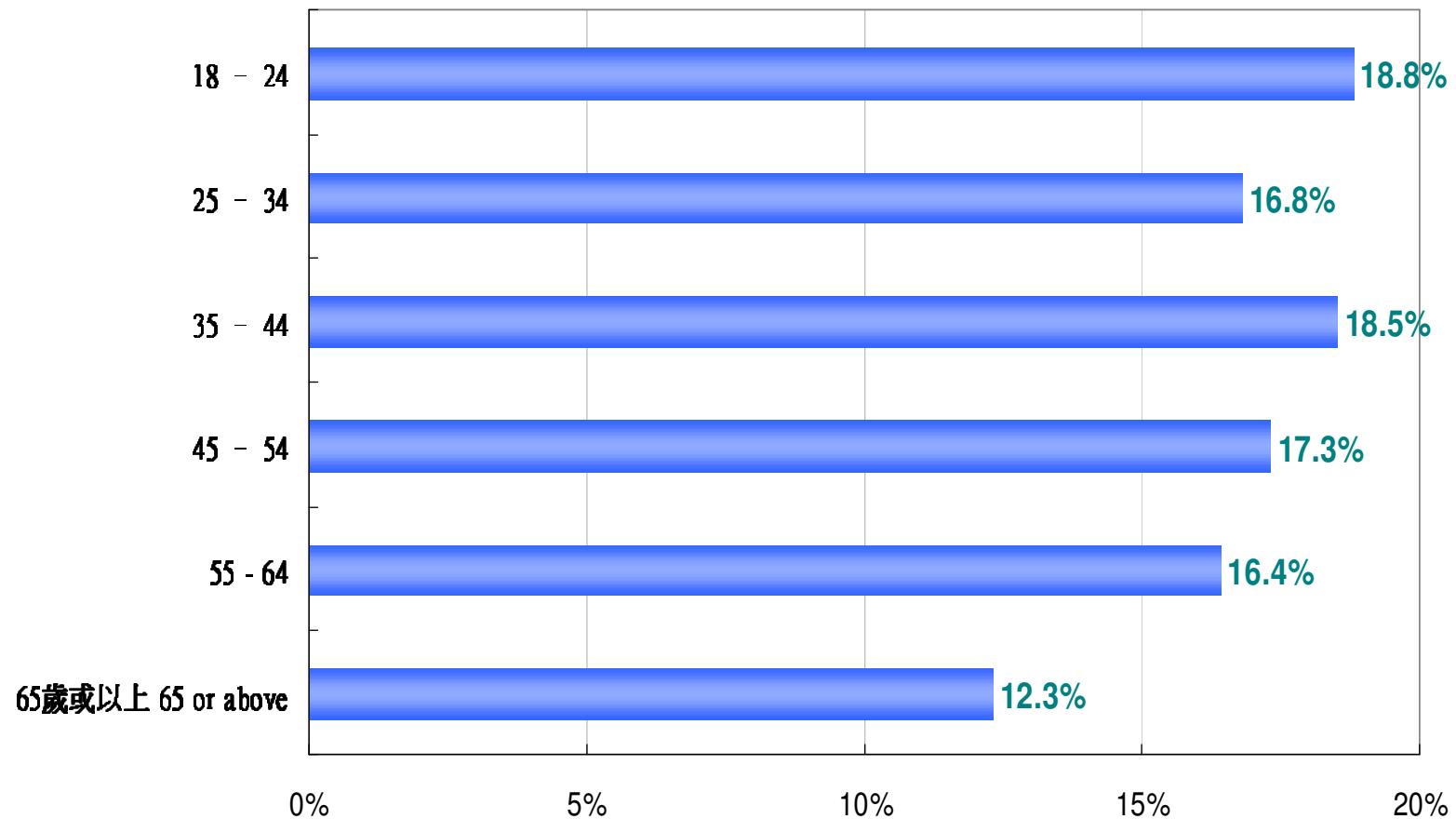
被訪購物人士的性別分佈

Gender distribution of all surveyed shoppers

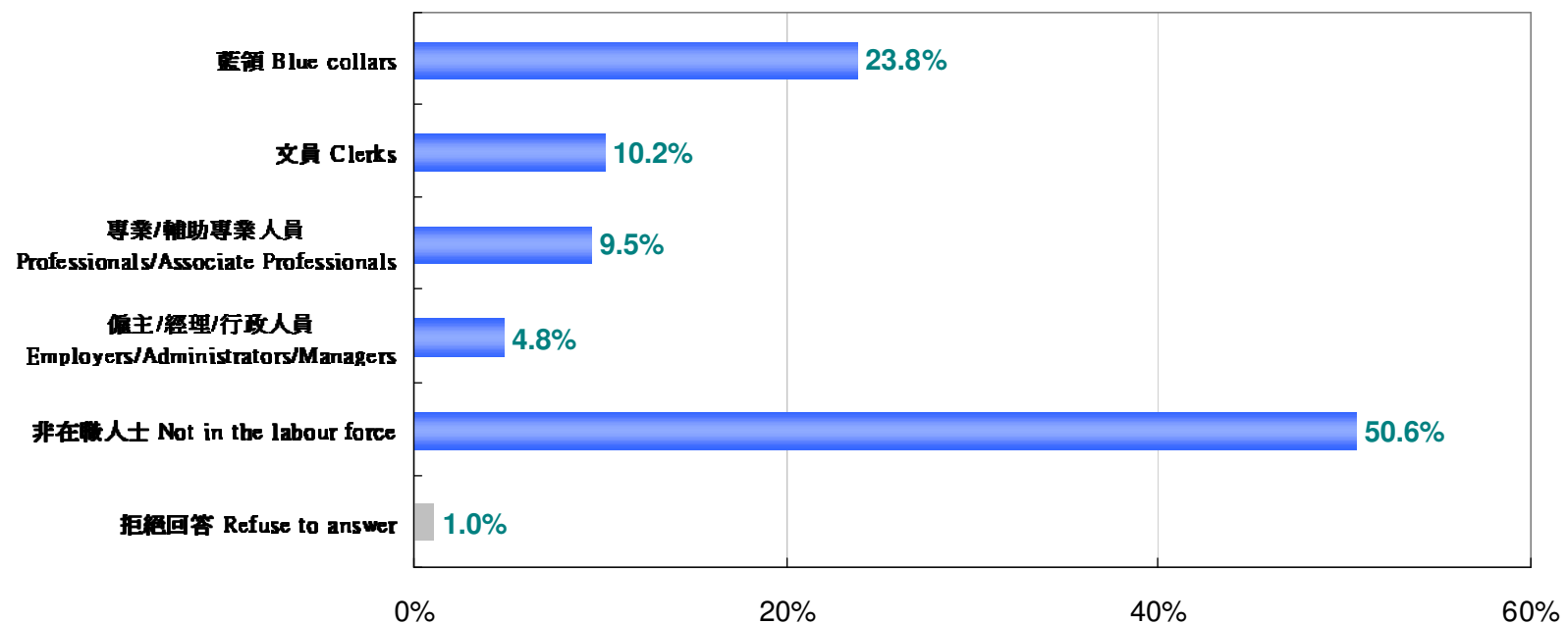


被訪購物人士的年齡分佈

Age distribution of all surveyed shoppers



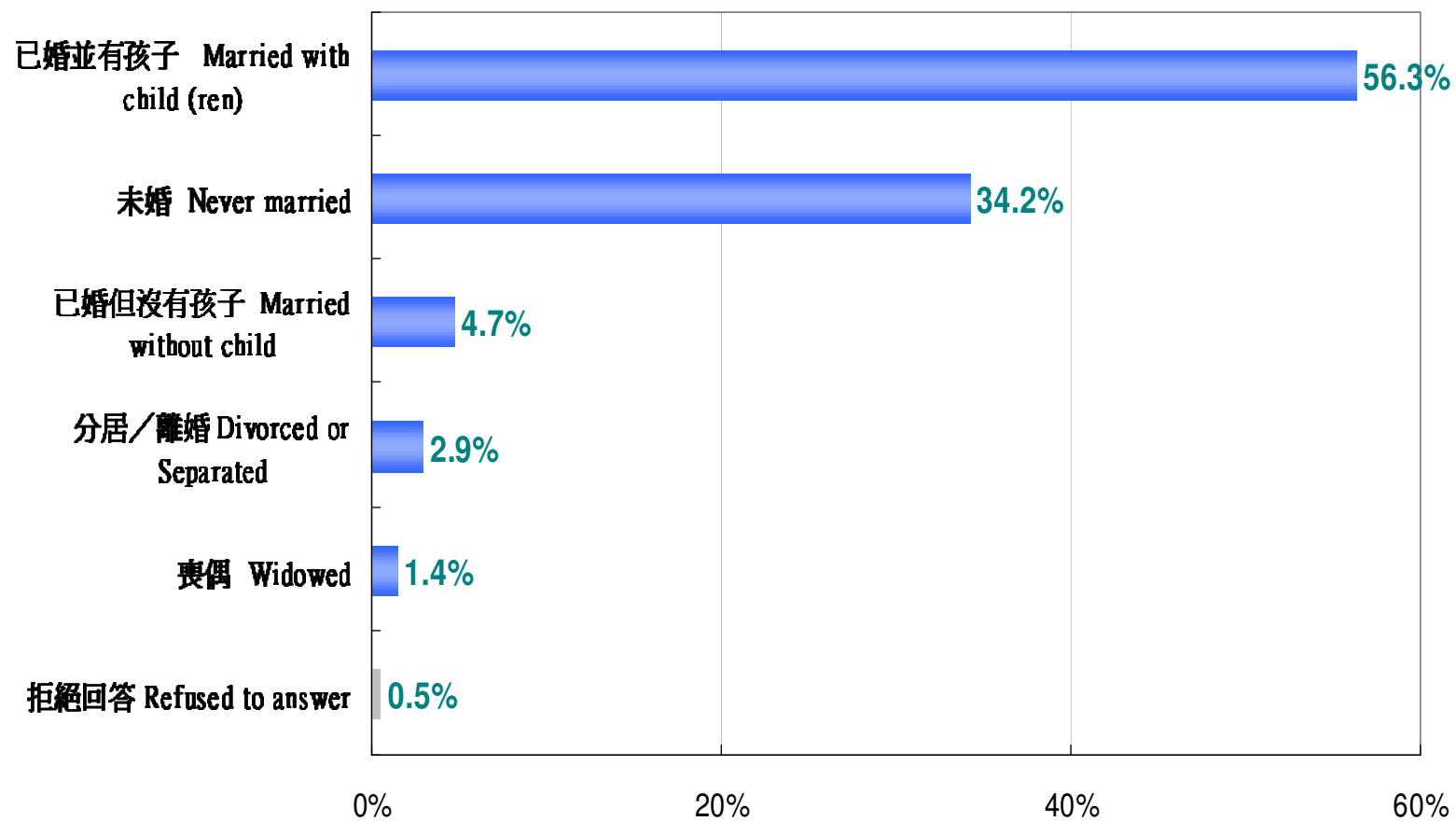
被訪購物人士的就業狀況 Occupation of all surveyed shoppers



非在職人士包括11.1% 學生, 18.7% 家庭主婦 和20.9% 失業及待業人士

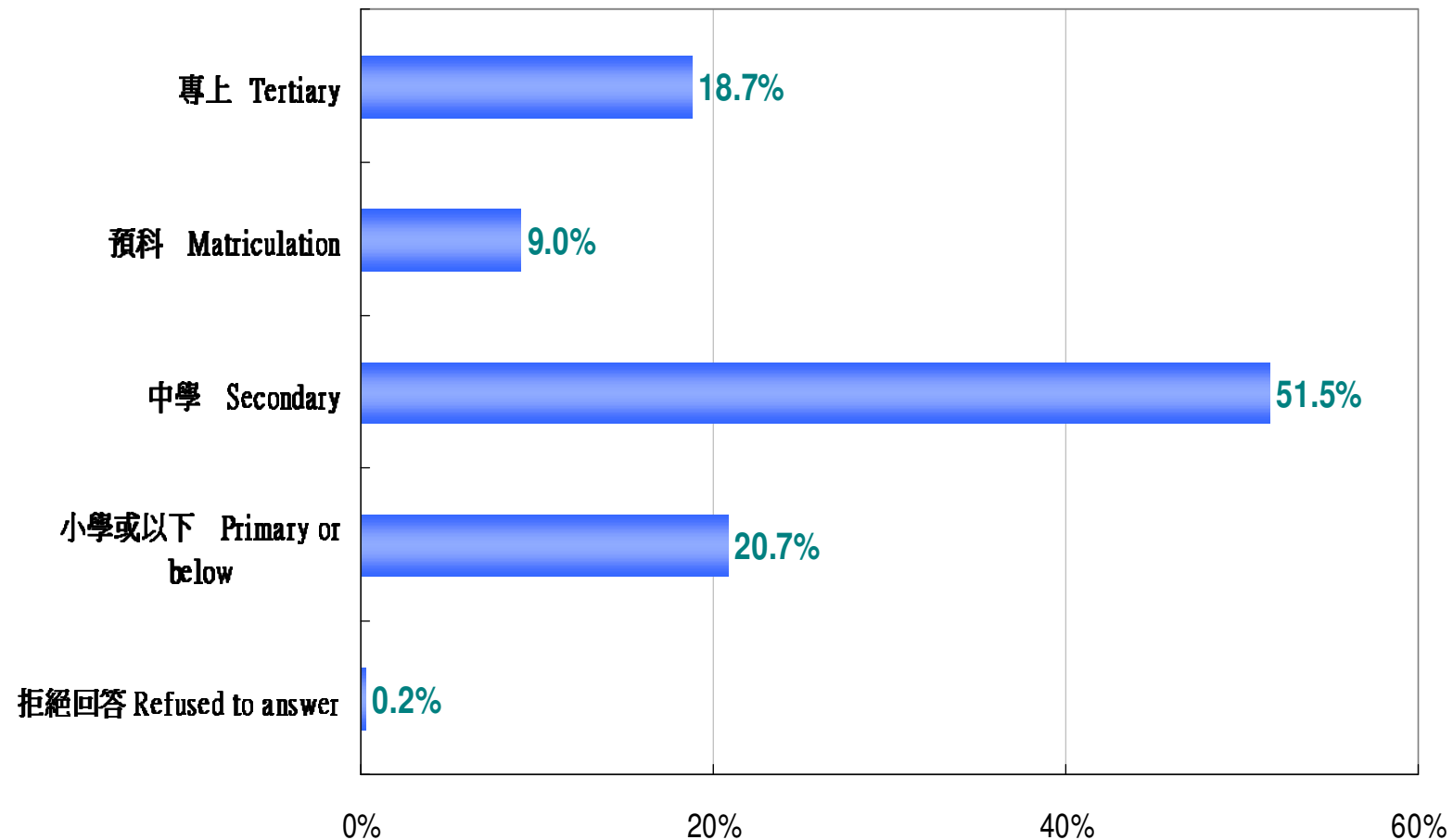
No in labour force including 11.1% students, 18.7% housewives and 20.9% unemployed/retired per

被訪購物人士的婚姻狀況 Marital status of all surveyed shoppers

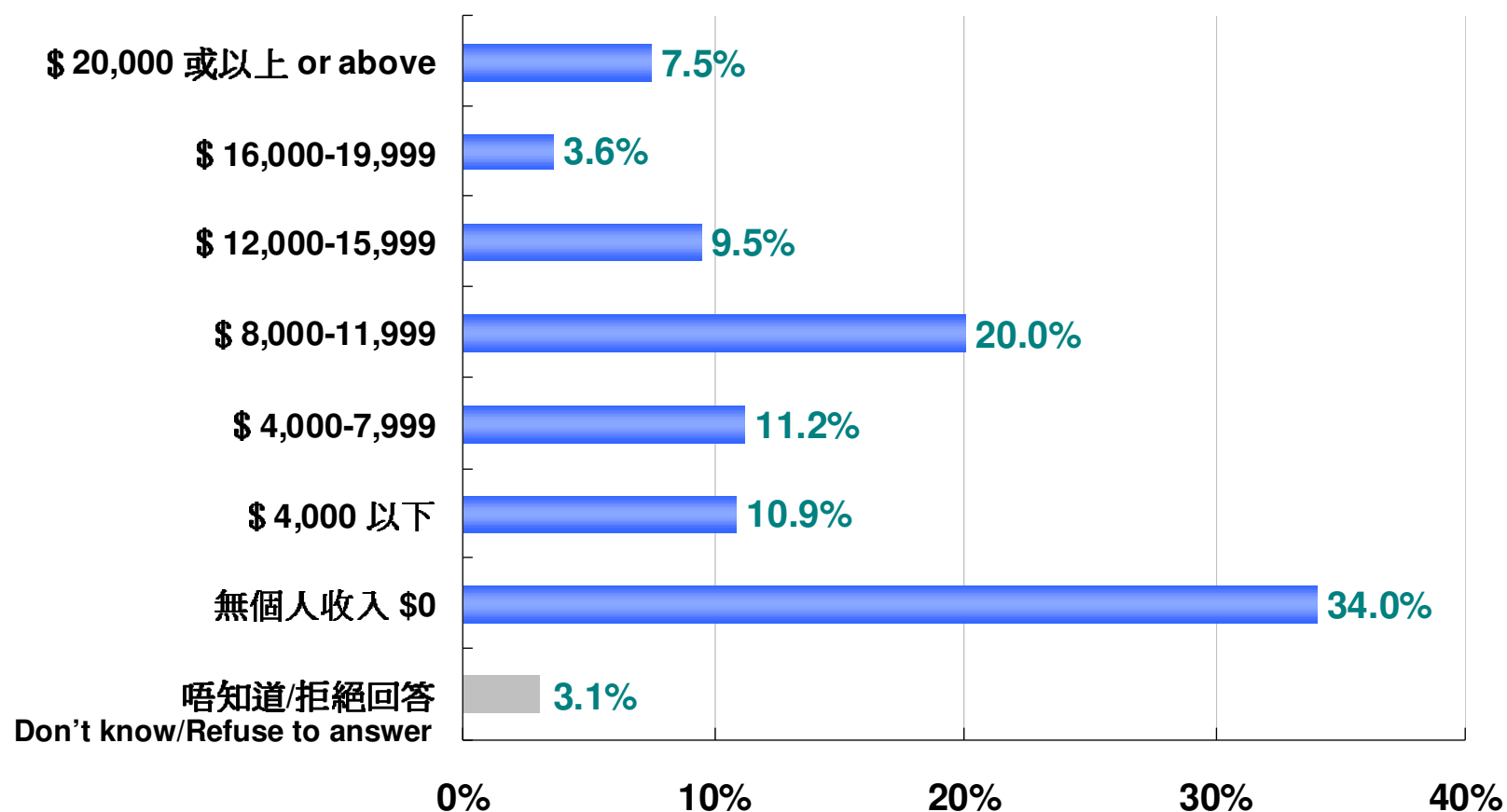


被訪購物人士的教育背景

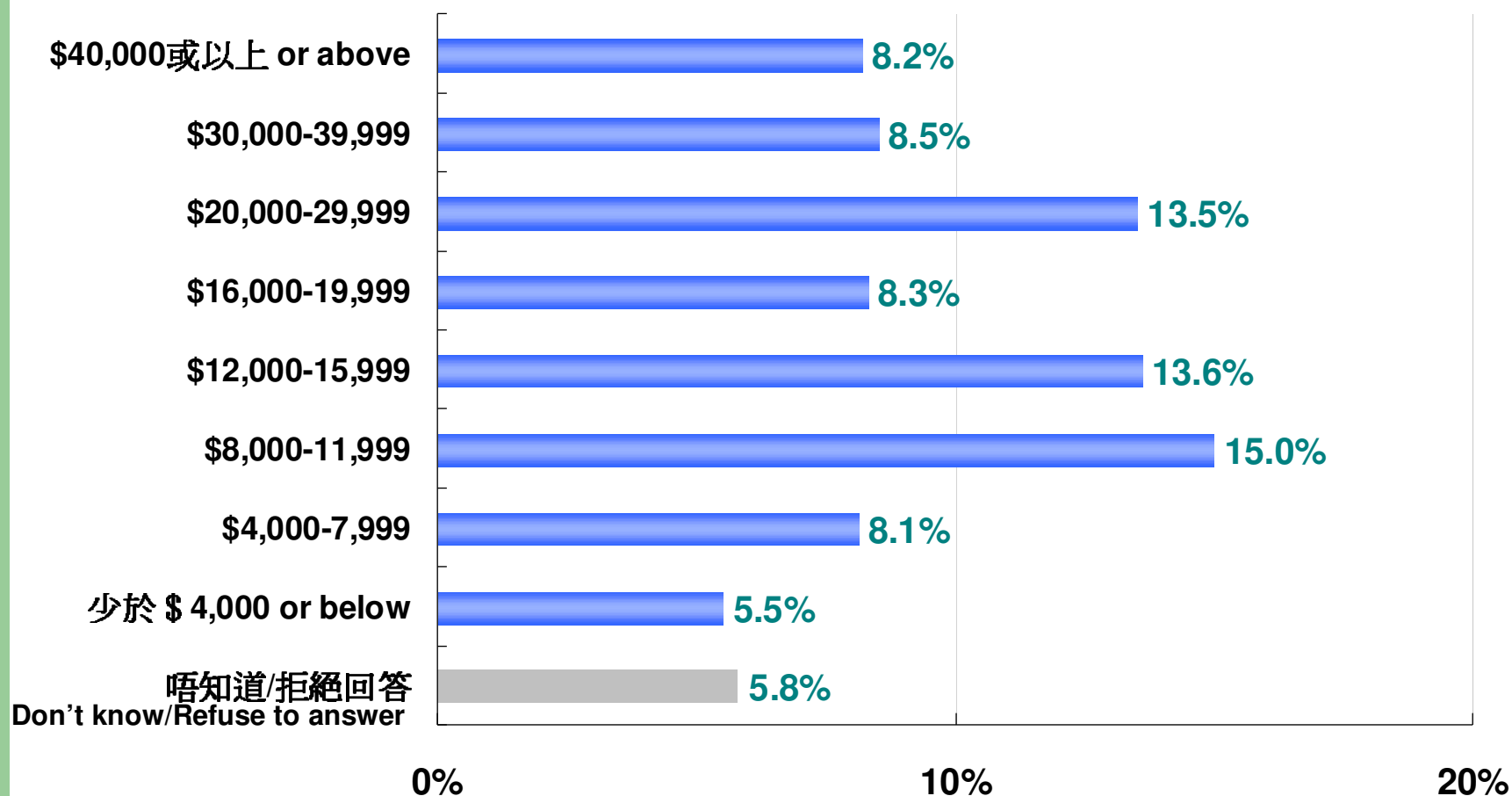
Education background of all surveyed shoppers



被訪購物人士的每月個人入息 Personal monthly income of all surveyed shoppers



被訪購物人士的每月家庭收入 Household monthly income of all surveyed shoppers



調查結果 Survey Findings

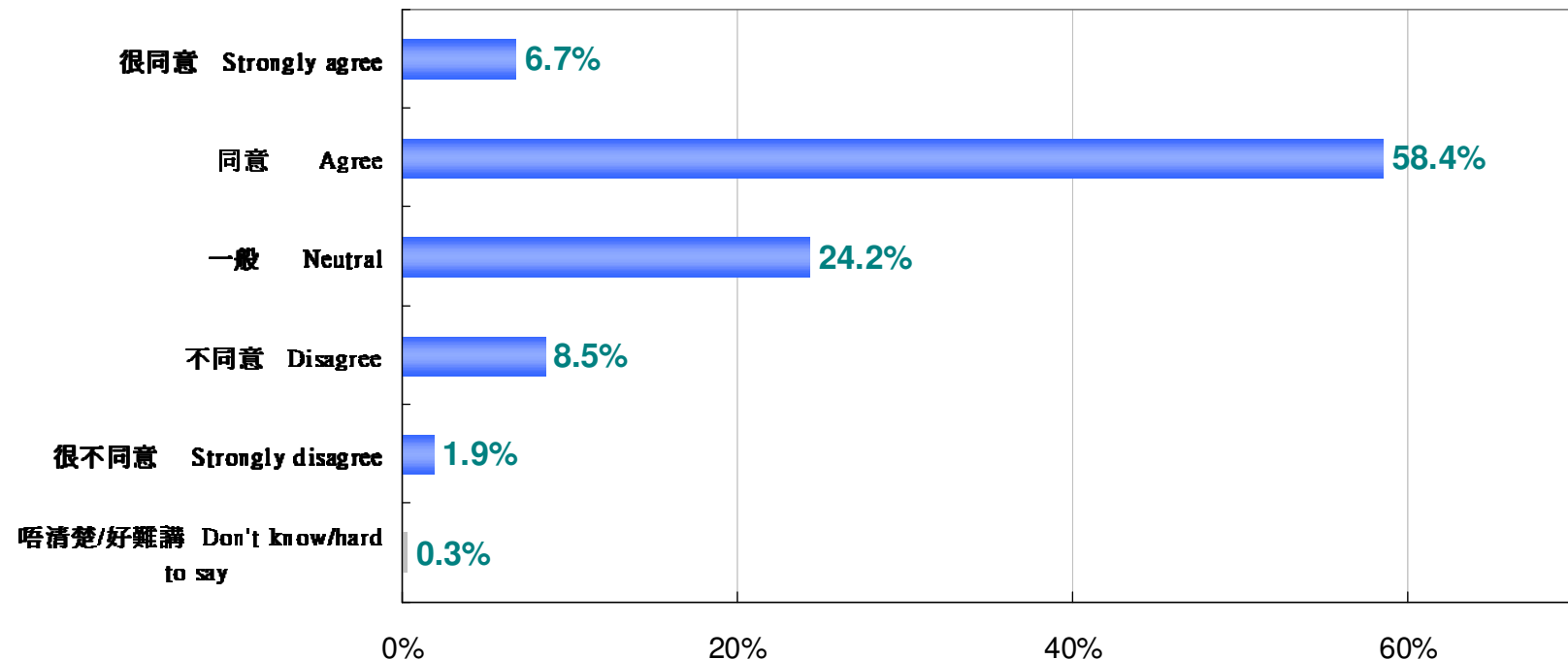
**Opinion Survey on Shop-Mix
Enhancement**



Undertaken by
***Social Sciences Research Centre of
The University of Hong Kong***

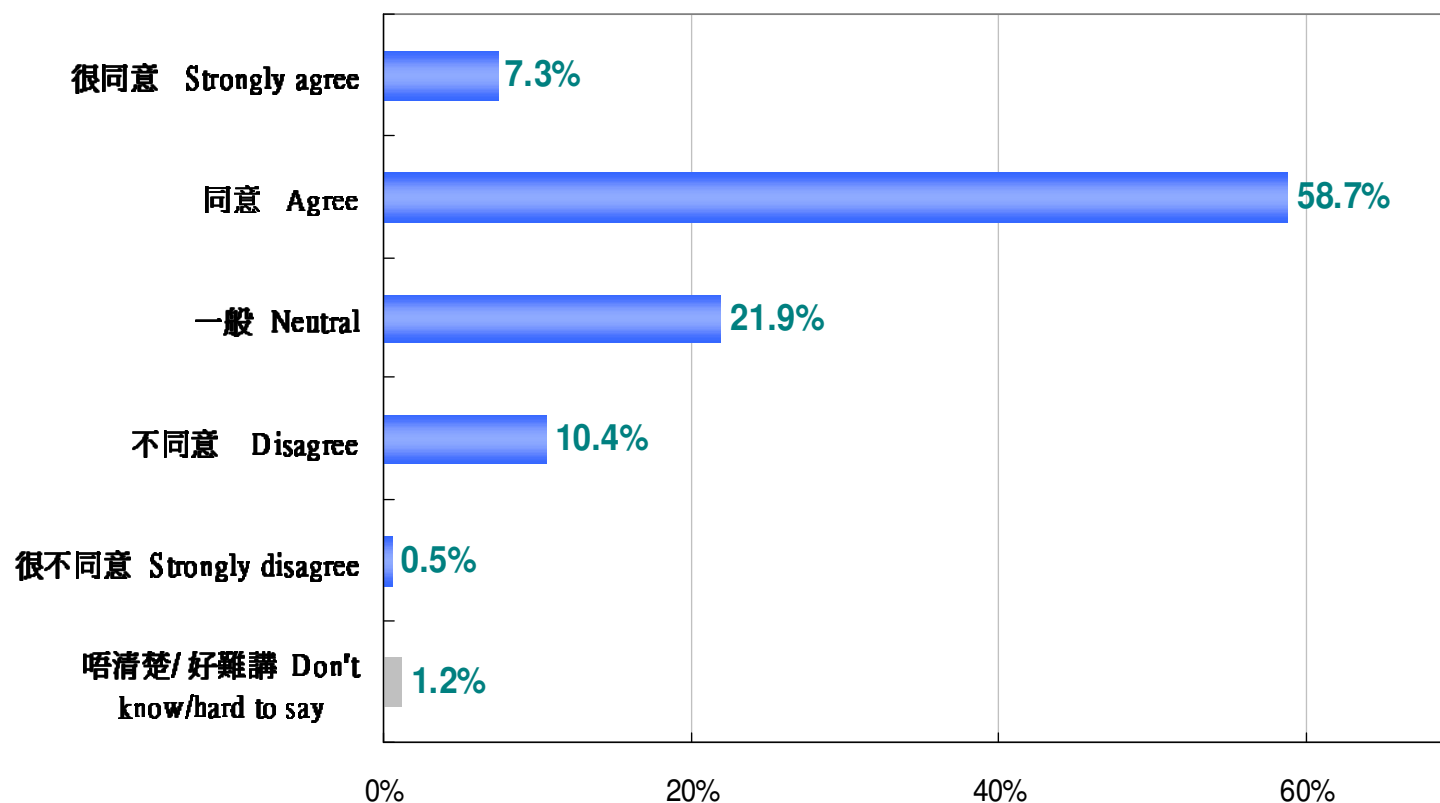
65.1%受訪購物人士同意，現時同一年半前比較，商場的消費品及食肆選擇變得更多元化

65.1% of surveyed shoppers agreed that variety of the consumer products and food has improved in this shopping centre comparing now with one and half years ago



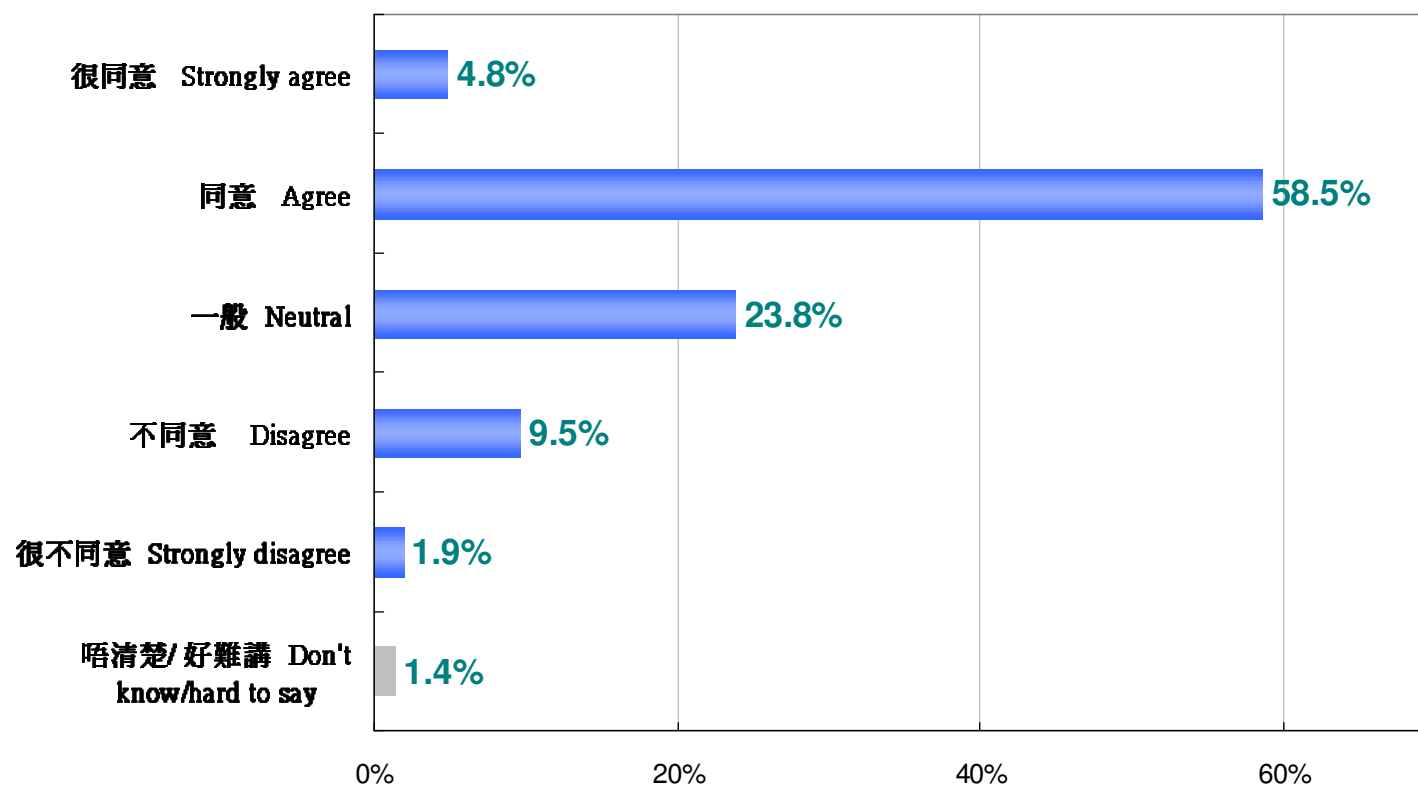
66% 受訪購物人士同意新引入的商戶切合附近街坊的一般消費需要

66% agreed that the newly introduced shops met the general consumption needs of the nearby residents.



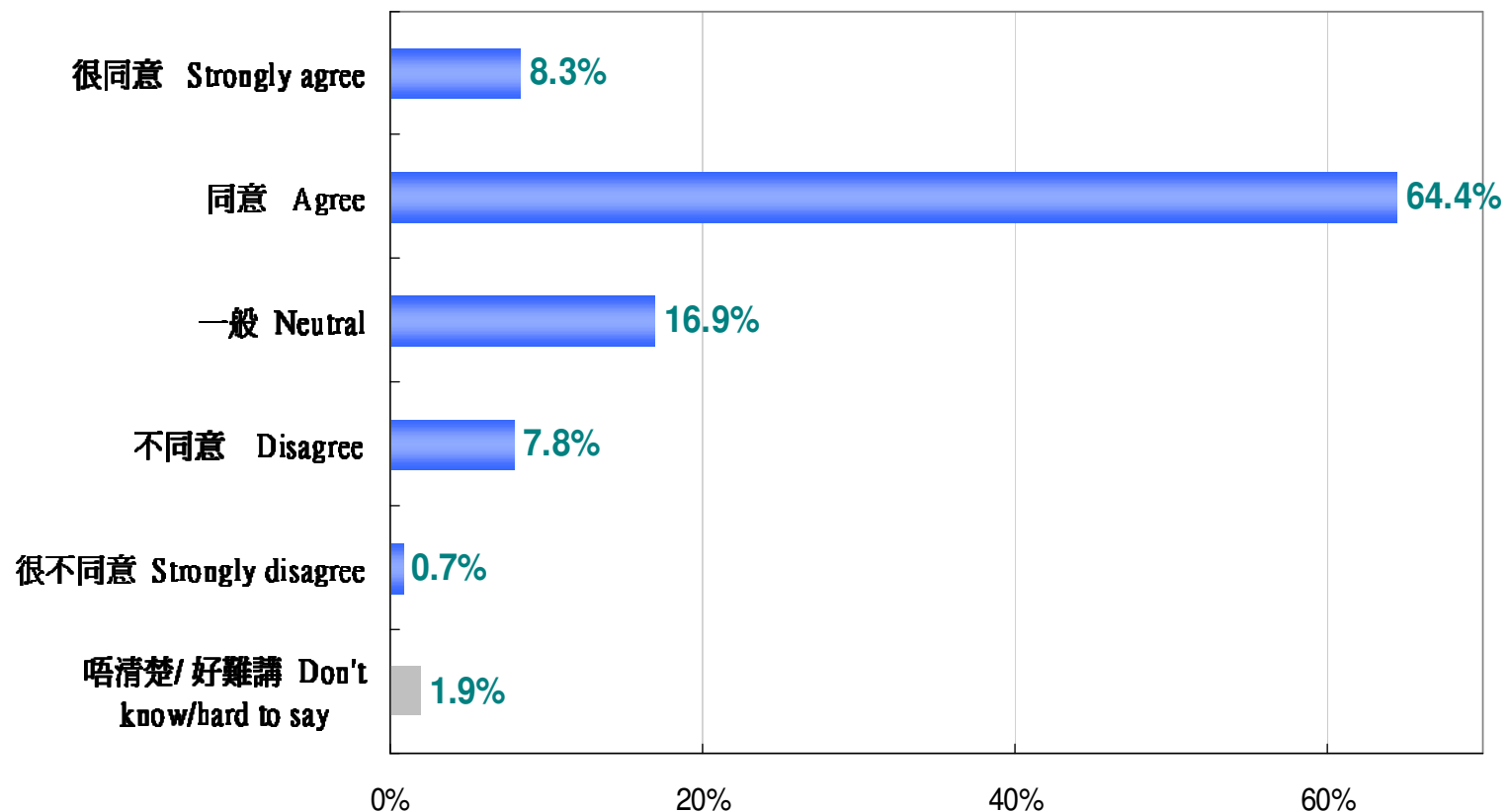
63.3% 受訪購物人士認為新引入的商戶所賣的消費品或食物的價錢是其負擔能力之內

63.3% surveyed shoppers agreed that the choice of goods and food selling in the newly introduced shops was affordable for them



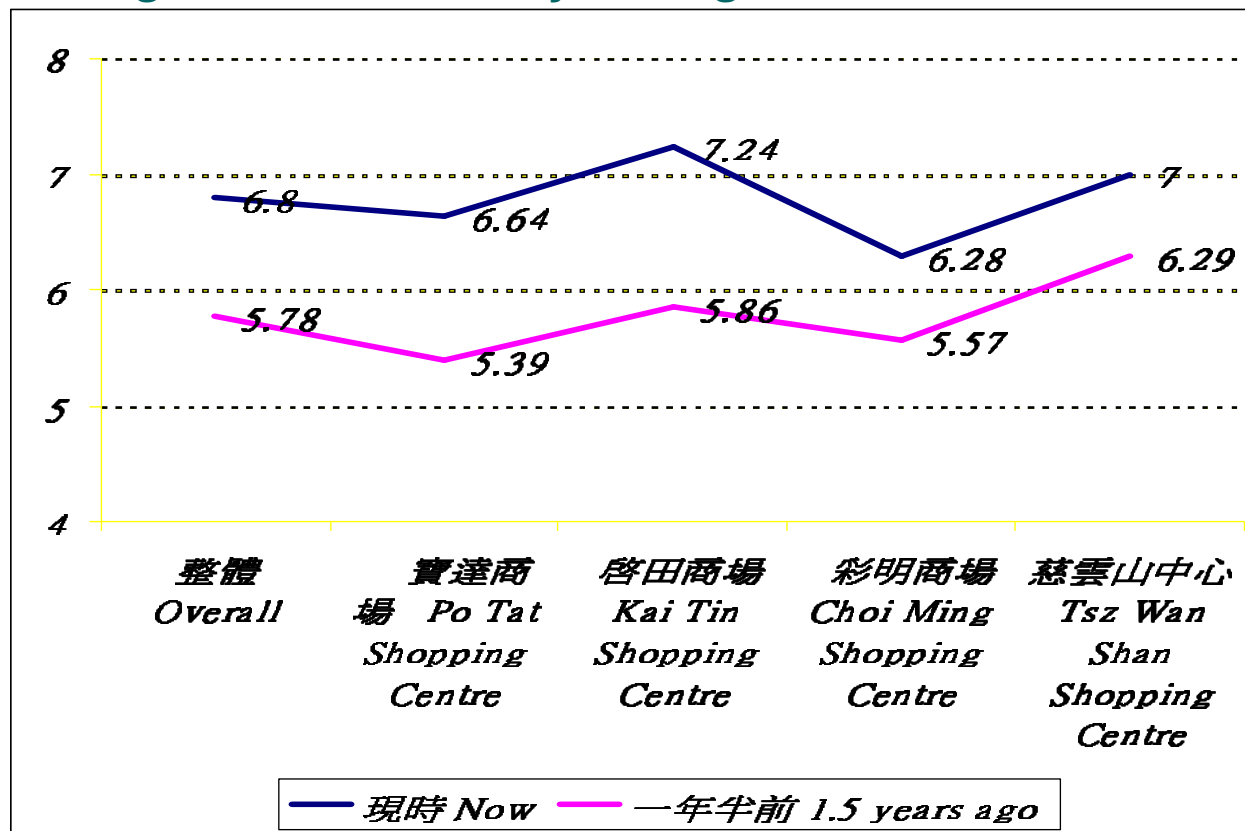
72.7% 受訪購物人士認為新引入的商戶為他們帶來更多方便

72.7% agreed that the newly introduced shops brought more convenience to them



一年半前,對商場消費品及食物的選擇的平均評分是 5.78 分,現時的平均評分是 6.80分,升幅達17.65%

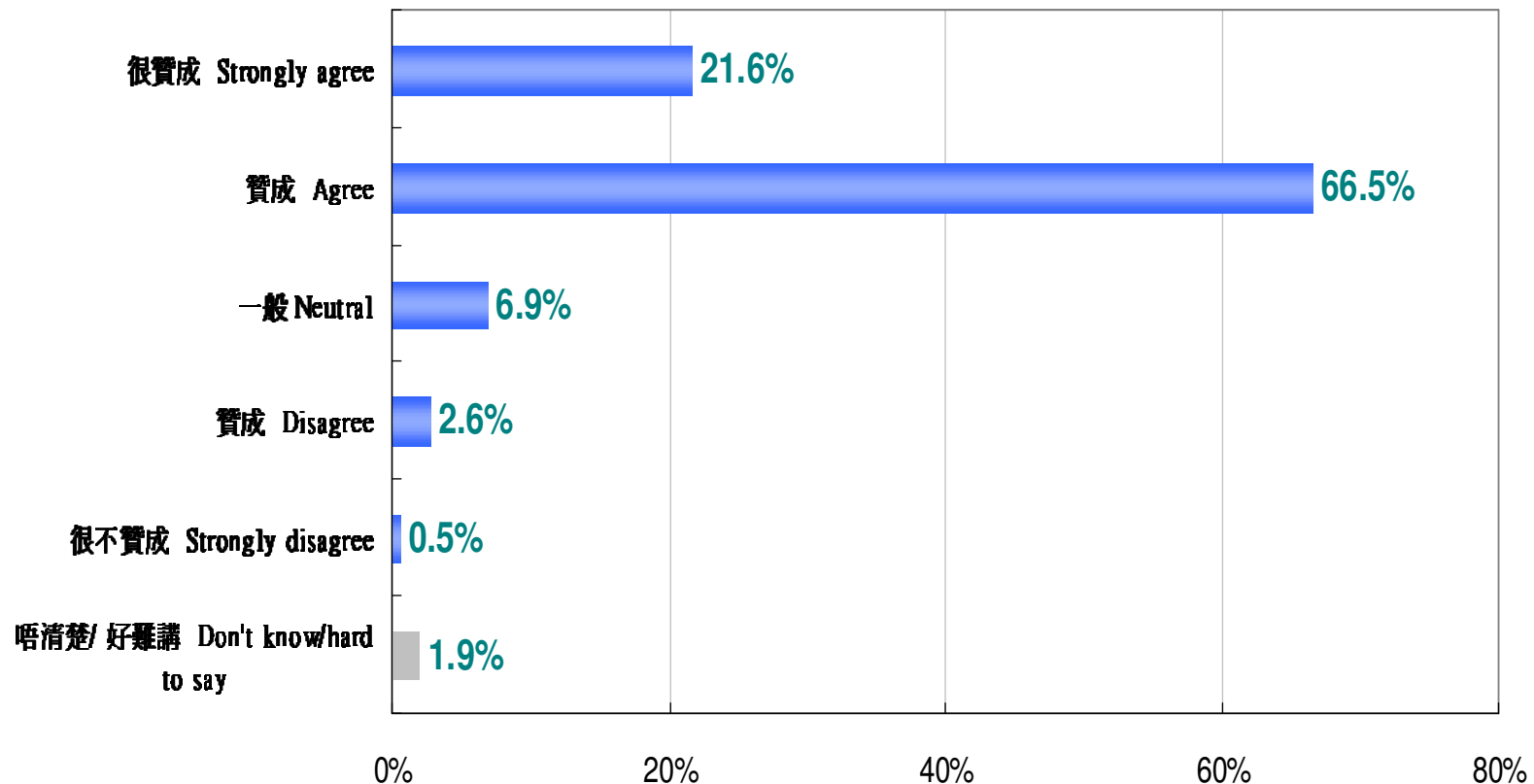
The overall average ratings of the shopping centres now and 1.5 years ago were 6.8 and 5.78 respectively. This is a 17.65% increase of rating from now to 1.5 years ago.



↑ 17.65%

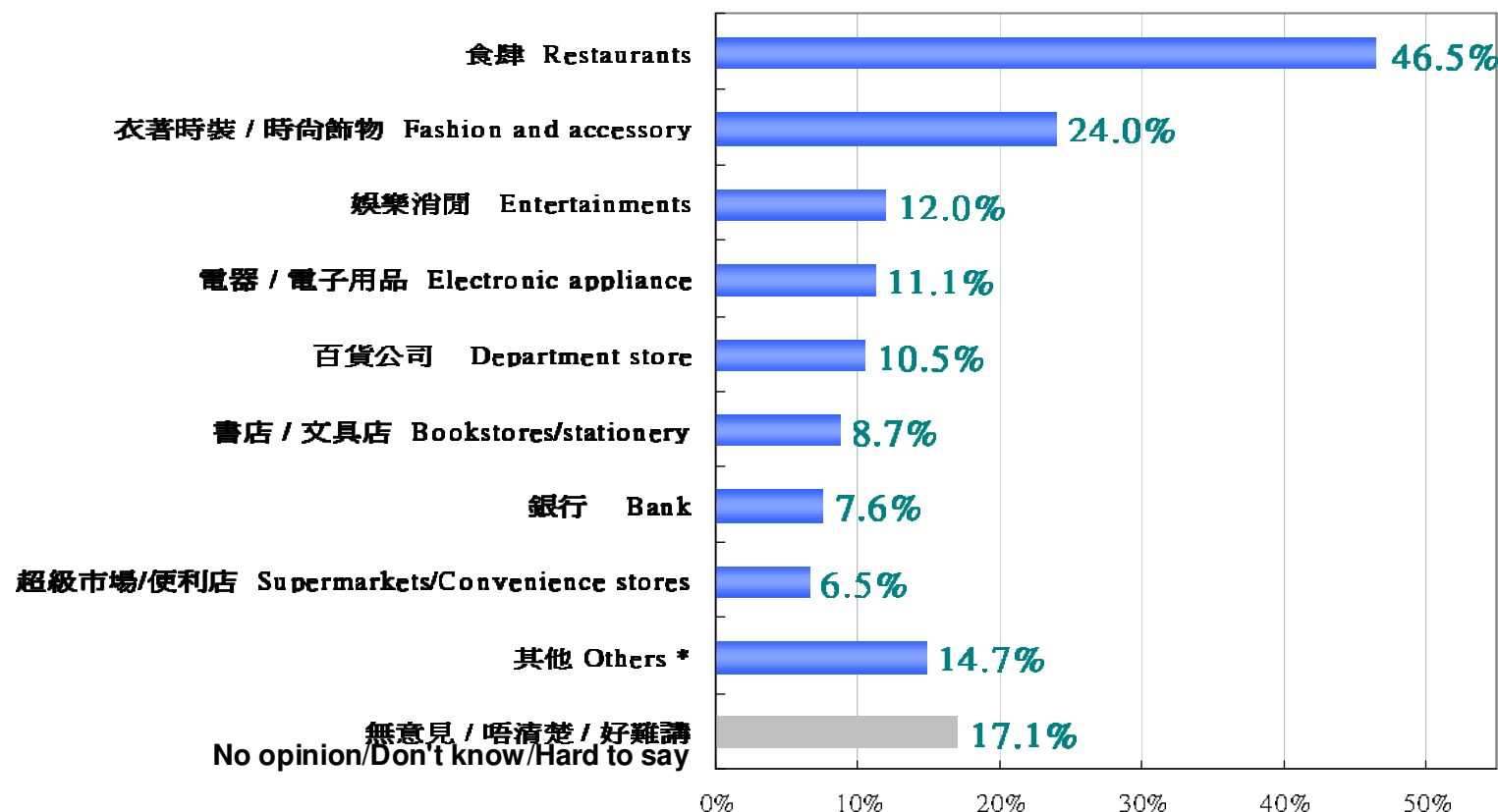
88.1% 受訪購物人士贊成引進更多消費品同埋食肆嘅選擇

88.1% agreed with the direction of introducing more choices of goods and restaurants



受訪購物人士最希望增加食肆、衣著時裝/時尚購物，及娛樂消閒

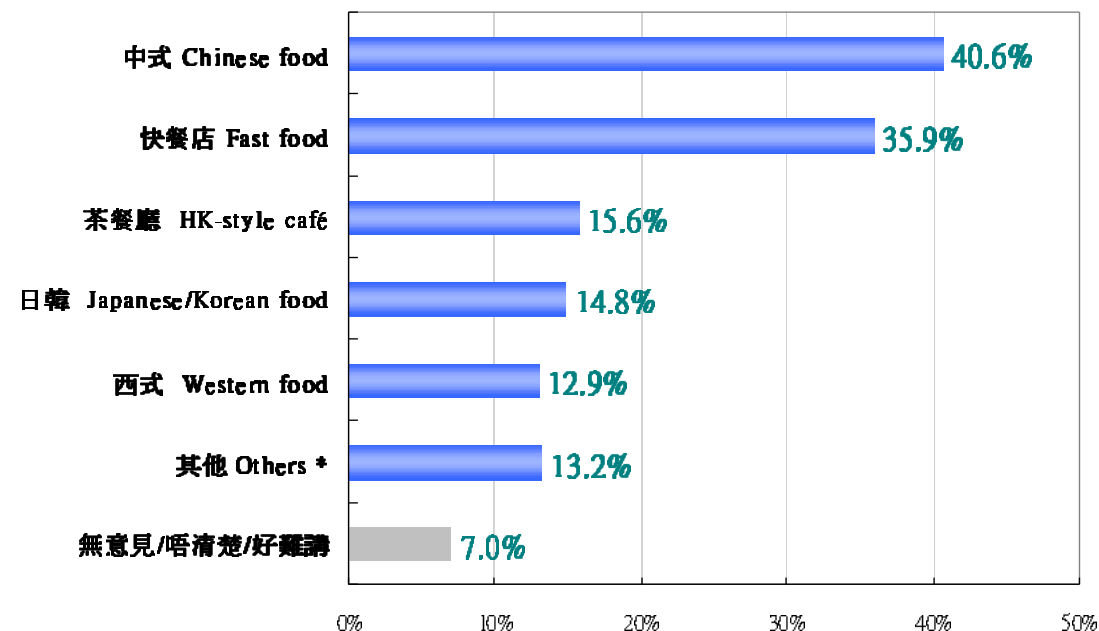
Surveyed shoppers wanted Restaurant, Fashion and accessory, and Entertainments included in the shopping centre



* All responses mentioned by less than 5% of survey shoppers were grouped into "Others"

受訪購物人士最希望增加中式食肆、快餐店、茶餐廳及日韓食肆

Surveyed shoppers wanted Chinese restaurant, fast food, HK-style café and Japanese/Korean restaurants included in the shopping centre



No opinion/Don't know/
Hard to say

(Base = 256)

* All responses mentioned by less than 5% of survey shoppers were grouped into "Others"

總結及建議

Conclusion and Recommendations

Opinion Survey on Shop-Mix
Enhancement



Undertaken by
*Social Sciences Research Centre of
The University of Hong Kong*

總結 Conclusion

現在與一年半前比較

Comparing now with one and half years ago

- 各商場的平均整體評分都有所增長
- **The overall average rating for each shopping centre increased**
- 整體而言, 約三分之二的被訪購物人士同意這四個商場提供購物人士的選擇變得更為多元化
- **Overall, about two-thirds of all surveyed shoppers agreed that the variety of consumer products to choose has improved in these four shopping centres**

總結 Conclusion

商店及食肆 Shops and Eateries

- 大部分被訪者同意在商場內引入更多消費品及飲食選擇的方向
- **Most surveyed shoppers agreed with the direction of introducing more choices of goods and food & beverage**
- 最受歡迎並認為應該包括在商場內的商店種類有食肆, 時裝及飾物
- **Restaurants, fashion and accessory were the most popular types of shop that should certainly be included in shopping centres**
- 最受歡迎並應該考慮引入的食肆種類包括中式食肆、快餐、茶餐廳及日韓食肆
- **For restaurants, Chinese restaurants, fast food, HK-style café and Japanese/Korean style were the most popular kinds to be included**

總結 Conclusion

在過去一年半引入的商店

The newly introduced shops during the past one and a half years

- 近三分之二的被訪者同意這些商店能符合附近居民一般的消費需要
- Almost two-thirds of all surveyed shoppers agreed the shops meet the general consumption needs of the nearby residents**
- 約三分之二的被訪者同意這些商店的商品定價是他們能力負擔之內，而這些新引入的商店亦能為他們帶來方便
- About two-thirds of all surveyed shoppers agreed that the price were affordable to them while the newly introduced shops were convenient to them**

建議 Recommendations

- 大比例的被訪者對於商場內新引入的商店表示滿意, 領匯應考慮在其他商場實行類似的模式
- **As a high proportion of surveyed shoppers are satisfied with the newly introduced shops, this suggests that The Link should consider a similar practice in other shopping centres**
- 領匯應考慮在其他商場內引入更多不同種類的食肆和商店，包括中式食肆、快餐店、茶餐廳及日韓食肆。零售商店方面，則為時裝及飾物商店
- **The Link should consider introducing Chinese restaurants, Fast food, HK-style café, and Japanese/Korean style restaurants to other shopping centres. Shops of fashion and accessories can also be introduced.**

謝謝!
Thank you!

Opinion Survey on Shop-Mix Enhancement

Undertaken by
*Social Sciences Research Centre of
The University of Hong Kong*

