

領匯、財團聯手踢走小商戶
領匯轄下小商戶生存空間調查 IV

領匯監察

二零一二年七月二十四日

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，「領匯監察」收到不少商戶的投訴，除了加租問題外，商戶於簽約時面對與領匯不對等的法律地位；還有不少商戶被領匯以不續租、強迫調舖及租金倍增等方式逼令結業及離場，這些情況日益嚴重。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。資料來自對領匯商場的實地考察及各大財團的公司網頁。

二、調查方法

是次調查於二零一二年四月至六月期間進行，調查範圍包括領匯轄下 16 個經已完成/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(招股書)	平方呎(2011/12 年報)	內部樓面增幅 (發水率)
龍翔	127,278.92	154,270.00	21%
天耀	85,157.23	97,122.00	14%
長發	150,169.64	165,667.00	10%
德田	90,027.94	98,492.00	9%
赤柱	92,321.75	100,211.00	9%
蝴蝶	164,593.40	174,651.00	6%
彩明	93,500.41	99,006.00	6%
興華	77,565.38	82,011.00	6%
富東	99,685.40	104,686.00	5%
頌安	80,170.27	83,856.00	5%
明德	37,491.01	38,792.00	3%
禾輦	186,684.36	191,685.00	3%
小西灣	100,011.55	101,187.00	1%
厚德	176,072.13	177,952.00	1%

領匯商場	平方呎(招股書)	平方呎(2011/12 年報)	內部樓面增幅 (發水率)
尚德 ¹	130698.64	130,420.90	0%
彩園 ²	130459.68	127,935.00	-2%

三、調查結果

1. 樓面面積增多，實明益連鎖店³

從表一的統計資料所得，16 個商場中共有 1620 個舖位，其中 15 個商場有超過一半商戶是連鎖店，而排行首位的是將軍澳厚德商場，其次是天耀商場；連鎖店均佔商場舖位差不多達九成，分別為 89%及 88%。而這 16 個商場中，連鎖店佔整體舖位平均為 70%，比 2009 年領匯監察統計的 53%高出一成七⁴，反映領匯將商場翻新後，引入的多是連鎖店，而非小本經營的小商戶。

表一：領匯商場中連鎖店進駐比例

領匯商場	總舖位數目 (2012)	連鎖店數目 (2012)	連鎖店比率
厚德	140	124	89%
天耀	95	84	88%
興華	53	44	83%
龍翔	103	85	83%
赤柱	56	45	80%
長發	129	103	80%
彩明	87	67	77%
小西灣	91	66	73%
禾輦	124	87	70%
富東	62	41	66%
尚德	97	61	63%
蝴蝶	200	120	60%
頌安	76	42	55%
彩園	183	101	55%
德田	82	42	51%
明德	42	15	36%
總數:	1620	1127	70%

¹尚德錄得 0%增幅，原因可能是尚德是較近期才落成的商場，而它的資產提升工程仍在進行，估計仍有發水的空間。

²彩園錄得-2%的增幅，原因可能與領匯把原本的街市改裝為商場的一部分有關。

³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。

⁴領匯監察 (2009)《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 III》。香港: 領匯監察。

2. 連鎖店種類與背後財團

在這七成的連鎖店中，佔舖位數目最多的，是麥當勞，佔 34 個。其次的分別是 7-11 與屈臣氏，分別是 27 及 24 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 16 個商場最多舖位的是怡和集團，單以超市惠康、萬寧及 7-11 來算，它們已佔了連鎖店總數的 6%（共 68 個舖位）。如果把怡和集團相關的美心集團⁵也計算在內，它們所佔的連鎖店更高達 8.9%（共 100 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、豐澤及 PCCW，共佔了 56 個舖位，即連鎖店總數的 5%。第三大則是麥當勞，佔總連鎖店的 3%（共 34 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 ⁶ (去年純利: 84.26 億美金)	牛奶國際	惠康	19	100 (8.9%)
		萬寧	22	
		7-11	27	
	美心集團	美心酒樓	7	
		美心 MX	5	
		美心西餅	9	
		美心香港地	5	
		元氣壽司	3	
	Starbucks	3		
和黃集團 (去年純利: 93.34 億美金)	屈臣氏集團	百佳	12	56 (5.0%)
		屈臣氏	24	
		PCCW	5	
		屈臣氏酒窖	1	
		豐澤	3	
		3 Shop	11	
麥當勞集團 (去年純利: 55.03 億美金)	麥當勞集團	麥當勞及麥 Cafe	34	34 (3.0%)
利豐集團 (去年純利: 6.81 億美金)	利亞零售有限公司	OK 便利店	16	28 (2.5%)
		聖安娜餅屋	6	
	漢登集團控股有限公司	Hang Ten	2	
		Arnold Palmer	4	

⁵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。

⁶這裡是以怡和策略控股 2011 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
日本城集團 ⁷	日本城集團	日本城	21	25 (2.2%)
		生活提案/文具世代	3	
		優質乾洗會	1	
大家樂集團 (去年純利: 5.14 億港元, 即 6590 萬美金)	大家樂集團	大家樂	8	25 (2.2%)
		一粥麵	13	
	稻香集團 ⁸	稻香漁港	4	
以上集團佔總連鎖店百分比：				25.3%

以上大財團的排行榜，與領匯年報的十大租戶資料不謀而合，當中不同的只是它們的排行次序。另一方面，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以下統計：

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	商店於領匯佔領匯總數百分比 (156 個商場)
怡和集團 (去年純利: 84.26 億美金)	惠康及惠康超級廣場	267	58	21.72%	37.18%
	萬寧	335	67	20.00%	42.95%
	7-11	950	121	12.74%	77.56%
	美心皇宮、美心大酒樓、八喜	16	5	31.25%	3.21%
	美心 MX	69	9	13.04%	5.77%
	美心西餅	222	23	10.36%	14.74%
	美心香港地	9	1	11.11%	0.64%
	元氣壽司	44	6	13.64%	3.85%
	Starbucks	115	3	2.61%	1.92%
	小計	2027	293	14.45%	187.82%

⁷ 日本城並非上市公司，所以並未能準確列出去年純利。但根據 易文網(2001)《日本城 200 萬港元進軍出版業》。網頁: <http://www.ewen.cc/books/bkview.asp?bkid=11845&cid=19603> (瀏覽日期: 22/7/2012) 的報導，估計日本城每年營業額最少達 5 億港元；該集團行政總裁劉栢輝更於本年三月透過沽出舖位而獲利 2620 萬。大公報(21/3/2012)《日本城總裁沽舖賺 2620 萬》。香港: 大公報；去年 12 月，劉栢輝更活躍於物業投資，獲利甚豐，估計其集團財務表現不俗。東方日報(7/12/2011)《日本城劉栢輝入市海天峰》。香港：東方日報。

⁸ 根據稻香集團 2011 年的年報所述，其中 10.03% 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。

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	商店於領匯佔領匯 總數百分比 (156 個商場)
和黃集團 (去年純利: 93.34 億美金)	百佳、百佳超級廣 場、Taste 及 Express	226	55	24.34%	35.26%
	屈臣氏	183	34	18.58%	21.79%
	PCCW	55	10	18.18%	6.41%
	屈臣氏酒窖	21	1	4.76%	0.64%
	豐澤	76	5	6.58%	3.21%
	3 Shop	65	12	18.46%	7.69%
	小計	626	117	18.69%	75.00%
麥當勞集團 (去年純利: 55.03 億美金)	麥當勞及麥 CAFE	225	55	24.44%	35.26%
利豐集團 (去年純利: 6.81 億美金)	OK 便利店	330	49	14.85%	31.41%
	聖安娜餅屋	90	17	18.89%	10.90%
	Hang Ten	21	5	23.81%	3.21%
	Arnold Palmer	42	1	2.38%	0.64%
	小計	483	72	14.91%	46.15%
日本城集團	日本城、生活提案 及 文具世代	216	68	31.48%	43.59%
	優質乾洗會	80	6	7.50%	3.85%
	小計	296	74	25.00%	47.44%
大家樂集團 (去年純利: 5.14 億港 元, 即 6590 萬美金)	大家樂及 MEUN	175	42	24.00%	26.92%
	一粥麵	24	12	50.00%	7.69%
	稻香稻坊、超級漁 港、迎喜、客家好 棧、潮樓潮館、鍾 菜、上樓及泰昌餅 家	81	12	14.81%	7.69%
	小計	280	66	23.57%	42.31%

屬於大家樂集團的一粥麵，分店有一半(50%)均設在領匯商場內，其次的是日本城集團所屬的日本城/生活提案/文具世代及美心集團的美心皇宮/美心大酒樓/八喜，它們分店於領匯的百分比分別是 31.48%及 31.25%。如以集團為單位，日本城集團屬下不同門市也有四分之一設於領匯商場內，反映它與附近居民生活息息相關。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 156 個商場項目中的 187.82%及 75%，反映在領匯物業內，必定有至少一間跟怡和集團相關及 0.75 間與和黃集團相關的品牌開業。而日本城集團更與領匯密不可分。

分，其集團在領匯的商店也佔領匯商場的 47.44%，排行第三，當中設在領匯的日本城/生活提案/文具世代更佔領匯商場的 43.59%。

除了以上品牌外，「領匯監察」亦發現一些新進品牌，包括 eCosway、波仔、759 阿信屋，以及存在已久的大昌食品，雖然它們在這次調查的 16 個商場中舖位不算太多，但它們與領匯的關係亦非常密切，當中設於領匯商場的分店均多於 30%。而波仔及大昌食品在開設在領匯分店也佔領匯 156 個商場的三成多，反映屋邨居民被迫接受連鎖品牌，更進一步扼殺小商戶的生存空間。

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	商店於領匯佔領匯總數百分比(156 商場)
波仔	90	57	63.33%	36.54%
大昌食品	85	49	57.65%	31.41%
eCosway	98	34	34.69%	21.79%
759 阿信屋	90	31	34.44%	19.87%
唐記包點	10	3	30.00%	1.92%
香港寬頻	18	5	27.78%	3.21%
大快活集團	102	27	26.47%	17.31%
佳寶凍肉/ 超市	85	20	23.53%	12.82%
元祿壽司	9	2	22.22%	1.28%
實惠家居	35	7	20.00%	4.49%
華潤集團	243	44	18.11%	28.21%
吉之島	34	6	17.65%	3.85%
位元堂	60	9	15.00%	5.77%
肯德基	64	8	12.50%	5.13%

3. 改裝商場無監管

除了連鎖店與領匯合謀租用商場大多數舖位，造就資本壟斷及扼殺小商戶的生存空間外，領匯任意改動商場空間，當中完全缺乏監管。就著領匯改裝商場，「領匯監察」發現三種可疑之處：

- 1) 把原有的公共地方加建舖位，當中青衣長發廣場及東涌富東商場均有這類情況。



圖一：攝於青衣長發廣場外。此處原本是從巴士總站通往商場的公眾用地，領匯現今把它改建成美食廣場，增加了 10 個舖位。

圖二：攝於東涌富東商場地下。該處原是開放式走廊，只有左邊一行舖位，容許居民購物之餘亦可觀看對外屋邨廣場的活動。現在右邊的走廊被封，改為五間連鎖店。



- 2) 改動原有商場設施，如升降機位置，以騰出更多可出租空間。德田商場正是一例。領匯把原本的升降機移至老遠的防煙門後面，新電梯的體積亦比過往細小，完全罔顧殘疾人士需要，摒棄企業社會責任。



圖三：攝於德田商場。此位置原本設有升降機，以方便長者及殘疾人士到達商場各層。但領匯現把它改成舖位出租，在工程仍未完結時已開始招租。

- 3) 在電梯底部/ 樓梯底部/ 通道旁邊增建舖位，或把街市改建為商舖。在進行這些改建前，領匯有否得到屋宇署的批准？而領匯的改建又有否超出地契所容許商業用途的面積上限？



圖四：攝於將軍澳彩明商場。相片左邊是一條通往大街的電動樓梯，白色鋪位正是後來才加建，這些增建空間是否得到屋宇署批准？

就以上疑點，「領匯監察」曾去信屋宇署，要求查閱有關商場的圖則，以核對有關改動是否法例所容許。然而，雖領匯已成為私人上市公司，但屋宇署則回覆說，因領匯曾屬房委會物業，因此屋宇署並沒有保管該物業的圖則，變相令市民失去監察領匯的機會。

4. 小商戶處境

財團承租領匯舖位，因承租面積大、又可包銷偏遠地區「死位」，享有與領匯對等關係，能更容易取得較優惠租金。相反，從上文表三可見，當小商戶面對大財團與領匯的勾結，其財力實在相差太遠，小商戶在承租/續租時毫無議價能力。以下是他們經常遇到的情況：

- 1) 領匯裝修商場，小商戶被迫結業/搬舖。領匯多以小商戶所售賣貨品的格調未能配合新裝修為由，他們必須搬到街市，同一商場內較次等的舖位，又或者被搬到較偏遠的商場繼續營業。當中搬遷費、裝修費以及新舖增加的租值等，小商戶需一力承擔。
- 2) 領匯引入大型私人商場的承租方式，小商戶必須與領匯簽署三年死約，完全缺乏彈性，對小商戶非常不公平。在租約條款內，作為地主的領匯已寫明它是可以單方面以一個月通知跟小商戶終止租約，當中亦不會有任何賠償。反之，如小商戶在合約完結前提早「執笠」，他們是要補回餘下合約期限的租金方可離場。
- 3) 除了不平等租約，領匯更引入營業額拆賬計租的方式收取租金，向小商戶榨乾殆盡。這種計租方法常用於連鎖店，因財團承租面積大，承租商場數目又多，這種計租方式更易於管理、便利行政。可是對於小商戶而言，這樣不但令小商戶失去自主性，變相跟領匯打工，更因領匯是以營業額拆賬而非營利，嚴格控制小商戶的利潤。這招可謂把小商戶榨乾殆盡，另他們完全失去生存空間。
- 4) 受盡領匯的迫害，部分小商戶也勇敢向傳媒講述他們的辛酸。然而，這些敢言的小商戶往往成為「炮灰」，遭領匯「秋後算帳」，被受打壓甚至不獲續租。

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。從領匯年報資料顯示，由已完成的项目至其它規劃中的项目，整個「資產提升」工程預計花費不少於 49.12 億港元。然而，從我們的調查發現，小商戶在領匯完成改善工程後，大部分均未能留在原本的商場/ 舖位繼續營業。在這次調查的 16 個商場中，連鎖店佔了 70%，比去年 53% 的平均數高，這表示領匯正在有系統地透過改善工程來升格商場，並引入連鎖店以提升股價獲利。

在領匯商場經營的連鎖店，它們背後資本雄厚，就以領匯連鎖集團排行榜（表二）的首三位而言，麥當勞去年錄得純利超過 55 億美金，當中怡和及和黃集團，其純利更高達 84.26 億美金及 93.34 億美金。而它們更是領匯的大租戶，在這次調查的 16 個商場中，首 6 個大財團（怡和集團、和黃集團、麥當勞集團、利豐集團、日本城集團及大家樂集團）所佔的舖位數目已高於四分之一(25.3%)。它們與領匯更是合作無間，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，達 187.82%，是明正言順的「梗有一間喺左近」。當然，一些新進品牌也不容忽視。包括波仔、eCosway、759 阿信屋等，不論是它們分店在領匯的百分比，又或者是它們在領匯分店佔領匯全部商場的百分比，其數目之高也絕不能忽視。

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。

最後，領匯在進行「資產提升」工程前，有否先向屋宇署申請？其改動又有否違反建築物條例或地契所列明對各項用途面積的規定？這些市民大眾根本無從查證。就連把關的政府部門，他們也不需向公眾公開有關資料，官商勾結在領匯一例也顯而易見。

五· 具體要求

1. 政府立即回購 25% 領匯股份；
2. 訂立公開、透明的定租制度，為小商戶租金增幅加設上限；
3. 製定嚴格準則，確保小商戶能在公平競爭的環境下生存；
4. 容許小商戶優先選擇鋪位，確保社區生態平衡發展；