

# 雙節效應 商場奇招各出把握春光 港零售見底回暖 復甦勢頭望延續

香港的零售業銷貨值屢見回升，令冬日裏的零售市道暖意洋溢。樓市與股市去年暢旺，財富效應浮現，適逢今年的西方情人節（2月14日）與農曆新年相近，消費意欲料因而受帶動，零售銷售有望加快上升步伐。市場人士認為，本港零售市道確已見底，惟留意復甦勢頭能否延續。



## 零售新趨勢 系列之①

大公報記者 李潔儀（文、部分攝影）



商場管理學會會長、新鴻基地產中國執行董事馮秀炎

鄭煥然認為，高鐵及港珠澳橋通車會帶動本港零售業

陳耀峯表示現時商舖租金走勢較過往健康

商場管理學會會長、新鴻基地產中國執行董事馮秀炎指出，零售業過去兩至三年持續進行調整，從貨品組合、價格、店舖面積和位置等，在作出具彈性應變能力的大前提下，配合去年下半年開始，消費氣氛持續向好，令整個零售業見復甦。

### 引入AR和VR趕潮流

政府統計處最新數據顯示，2017年12月零售業總銷貨值的臨時估計為448.4億元，按年上升5.8%，雖然升幅較11月份有所回軟，但已連續上升10個月，全年計算累積升2.2%，扭轉三連跌的困局。

馮秀炎提到，由於近年市場湧現便宜機票，令本港流失節日性的消費，為留住消費者，商場業界只能各出奇謀，透過把「零售變成娛樂」，引入新科技元素，迎合消費潮流。她以新地旗下商場apm為例，該商場引入虛擬實境（VR）、擴增實境（AR）

的遊戲設備，部分零售餐飲亦加入趣味元素，例如以平板電腦點菜，以「小火車」輸送壽司到客人枱前。

### 短約快閃店商戶業主雙贏

此外，商場業界為迎合消費模式的改變，加入不少變化，例如透過快閃店（pop-up store），讓商戶以短期租約形式測試市場水溫，既有效提升商場的出租面積，增加場內租戶組合變化，更容易吸引人流，亦有助減少零售商戶的租金開支。

不過，分析認為，本港零售市場步入復甦期，零售銷售「有上有落」是再正常不過，惟復甦勢頭能否延續尤為重要。

### 品牌間合作刺激消費意欲

羅兵咸消費市場行業亞太區及香港／中國主管合夥人鄭煥然認為，去年來，股市頻創新高，加上新樓盤銷情暢旺，造就一定的財富效應。他指出，有別於2000年的科網股熱潮，近年的新經濟概念股份，相關企業多數具備業務實力與盈利能力，這一點非常重要。

隨着高鐵及港珠澳大橋陸續通車，勢必帶動內地訪港客流，進一步支撐本港零售市場。鄭煥然續說，預期2018年本港零售銷售額有望達到4800億元，按年增長4%至6%，未來五年內更可進一步升至5000億元水平，打破2013年的紀錄高位。

早年受惠訪港自由行的帶動，金飾珠寶等奢侈品行業可謂「成行成市」，鄭煥然直言，高檔奢侈品仍然主導本港的零售銷售額數值，部分奢侈品品牌開始向外發展，例如與其他品牌聯合推出產品，務求以新模式吸引消費者注意。

資料顯示，在零售市道高峰期，珠寶首飾、鐘表及名貴禮物佔整體零售業銷貨值超過兩成比重，以2013年為例，相關比重高達23.9%，雖然近年比重水平有所回落，但2017年珠寶首飾、鐘表及名貴禮物佔整體零售業銷貨值仍佔16.8%。

有珠寶商指出，今年一月份生意仍然淡靜，惟幸二月份適逢有西方情人節以及中國農曆新年的雙節因素，刺激二月份生意有所回升，期望趁兩個銷售大節推高同店銷售增長。



### 本港零售店舖租金變動

年份	一線商場店舖	街舖
2018年預測	0%至+5%	0%至+5%
2017年	-0.5%	-10.5%
2016年	-1.0%	-18.4%
2015年	+0.7%	-22.6%
2014年	+1.0%	+0.2%
2013年	+4.7%	+4.1%

資料來源：仲量聯行



去年珠寶首飾、鐘表及名貴禮物佔整體零售業銷貨值16.8%

## 市道重回正軌 舖租望升5%

本港零售店舖租金經歷早年的「巔價」，調整過後終於見底。仲量聯行商舖部主管陳耀峯指出，本港零售市道已重回正軌，商舖租金亦出現回升跡象，估計今年一線商場店舖及街舖，租金持平甚至有5%升幅。

香港地少人多，所謂「寸金尺土」，在銅鑼灣區店舖的年租金每平方呎超過兩萬元，成為亞洲最昂貴商業街，全球排名第二，僅次於美國紐約第五大道。零售商面對着昂貴租金的問題，目前租金一般佔零售商成本約30%至40%。

銷售潮流服飾的IT最近公布，截至2017年11月底三個月，香港及澳門同店銷售擺脫跌幅，回升2.4%，惟面對營運成本持續上漲，公司只好繼續關閉香港店舖，避免租金蠶食利潤。

根據仲量聯行的數據顯示，2015年開始街舖租金率先跌逾兩成，在2016年及2017年期間，一線商場店舖及街舖齊齊深度調整。

陳耀峯認為，隨着零售市道氣氛好轉，配合內地訪港旅客回升，有助支持

店舖租金反彈。他強調，相比數年前，現時的商舖租金走勢更為健康，商戶組合亦更趨多元化，「不像早年一整條街不是貴價鐘表、便是珠寶店」。

近年所見，商舖承租的行業越來越多與娛樂相關，例如來自芬蘭的一站式室內活動樂園Superpark，去年12月中，承租奧運一號銀海4.5萬呎，還有美式餐廳Speedway Diner，場內設有電動賽車活動。陳耀峯指出，近年確見不少帶有娛樂概念的零售商進駐，在租金相宜的大前提下，引入娛樂零售亦有助商場增加人流。

### 體驗店助吸引人流

此外，商舖市場近年亦出現一個趨勢，零售商傾向引入體驗店模式，例如周大福珠寶已在本港開設四間體驗店，設有試戴區，藉以吸引年輕客群。

「無人會做蝕本生意，例如運動店也加入跑步機，讓顧客可以即場體驗。」陳耀峯認為，採用體驗店模式，某程度亦有助店舖吸引人流，以提升銷售。

## 商場加入科技元素求丁財兩旺

農曆新年是傳統的銷售旺季，不少零售商抓緊檔期，個別商場出奇招吸客，例如舉辦藝術展覽，在展品加入擴增實景（AR）技術，以增加人流，亦有商場以「一元」作招徠，推出網上購物優惠，務求做到「旺丁又旺財」。

每逢農曆新年前夕，各大小商場均會推出消費獎賞，吸引消費者換領限定的利是封，例如荃灣廣場邀請本地插畫師梁米設計利是封。元朗YOHO MALL的利是封以萬花筒的幾何圖案作為主軸，採用對比色調，吸引年輕夫婦。

為迎合科技時代，不少商場加入大量科技元素，例如新鴻基地產旗下觀塘商場apm除了與來自英國、法國、澳洲的插畫師合作

，限量推出1000套利是封，部分附有電子賀卡，透過智能手機掃描相關圖案，即可看到賀年動畫並向朋友分享。

除了大型的新春節日布置作為「影相位」，apm場內增設揮春DIY，亦透過臉部識別技術及鏡面感應系統，消費者透過面部表情與螢幕互動，檢測運程指數。

家居主題商場HomeSquare聯拍「80後」平面設計師羅曉騰，以「合家團圓」為創作主軸，設計新春全盒及賀年掛飾，其中，消費者在該商場最少兩間不同家居店舖消費滿6800元，可免費換領全盒。

商場要能吸引人流，大型擺設作為「影相位」實在少不了，沙田新城市廣場找來以無窮創意見稱的樂高（LEGO），打造農曆

新年大宅院主題布置，力吸LEGO捧場客。倘若消費者嫌布置欠缺互動，黃埔新天地特意找來日本12隻曾被棄養的犬隻來港，表演跳大繩及與訓練員互相配合的動作。



apm商場將增設揮春DIY，消費者可透過面部表情與螢幕互動，檢測運程指數

## 提防寒流逆襲

### 新聞分析

大公報記者 李潔儀

臨近農曆新年，辦年貨、置新裝、添傢俱、團年飯宴等消費活動令零售業暢旺起來，加上近期本港氣溫急降，衣履鞋襪的銷售市場也熱鬧非凡。

財富效應有助推動零售市道，過去一年股樓暢旺，帶動的財富效應下，零售業受惠，走出谷底並拾級而上。根據政府統計處資料，綜合1月及2月份的數據，零售業在近四年來持續收縮，由2014年1月及2月份合共950.8億元，降至2017年同期的779.32億元，幸在其他月份

帶動下，2017年全年數據能止跌回升。

數據反映出，本港的消費能力仍在，旅客尤其是內地訪港客回升，有利零售市道向好。不過，零售業界確需要居安思危，慎防零售市道出現乍暖還寒的困局，例如消費者未必把資金投放至零售市場，可能落入股市、樓市甚或出外旅遊消費等，本港零售商當務之急是要考慮吸引及提升消費意欲的做法。

隨着零售市道轉好，店舖業主勢加租，直接增加零售商的經營成本壓力，加上網上購物、海外代購等新的零售手法，還有內地降價部分商品的進口關稅，已成為本地零售業界的一大隱憂。