

消費周期縮短 貨品流轉加快

老百貨店求變 去舊迎「潮」

隨着消費模式的改變，面對傳統模式發展的局限性，加上大型商場搶客、網購成風等衝擊，「百貨公司」的生存越見艱難，百貨應百客的年代已告終。要打破行業寒冬，有老牌百貨公司引入中西合璧概念，力求趕走「老土」，迎進「潮物」，亦有百貨商透過加快貨品流轉，以迎合消費周期縮短的挑戰。



零售新趨勢 系列之②

大公報記者 李潔儀(文) 麥潤田(部分攝影)

在本港發展逾30年歷史的英資馬莎百貨(Marks & Spencer)，最近決定向阿聯會投資者出售港澳零售業務，日資百貨UNY母企FamilyMart亦傳出擬出售旗下香港零售業務，令人憂慮香港百貨公司行業的前景。

裕華：傳統工藝添西式元素

屹立本港近60年歷史的裕華國貨，其佐敦總店為自置物業，雖然免卻租金成本的一大挑戰，但面對市場競爭，該公司近年積極重塑品牌形象，例如推出「旗袍DIY」工作坊，還聘本地時裝設計師，為傳統旗袍引入創新元素，打造中西合璧的產品，冀擺脫昔日「百貨公司等於老土」的形象。

「李小龍當年也會逛百貨公司，時下消費者流行逛shopping mall(購物商場)，逛百貨公司？太老土了吧！不過，國貨也有新式國貨的。」裕華國貨第三

代傳人、董事總監余偉傑指出，過去10年零售市道好景，是自由行造就的特殊因素所致，百貨業要不革新，要不遭淘汰。

余偉傑續說，引入工藝品、藥材等國貨亦有很多學問，裕華國貨正要突出其文化底蘊的獨特定位，做到新火相傳。

事實上，全球百貨公司面對同樣的困局，是來自大型商場充斥的挑戰。昔

日百貨公司標榜售賣「百貨」，什麼貨品也一應俱全，如今的商場等同大版的百貨公司，要品牌有品牌，要多種類有多種類。

一田百貨行政總裁黃思麗形容，以往百貨公司儼如「收租佬」，「給你位置擺放貨品銷售，但不會幫你管理貨物」。她指出，由於每個品牌也有其定位，因此經營百貨也要懂得管理客人的貨

品內容，要多與供應商溝通，隨時因應市場而對貨品作出調整。

一田：更新貨品免淪補貨場

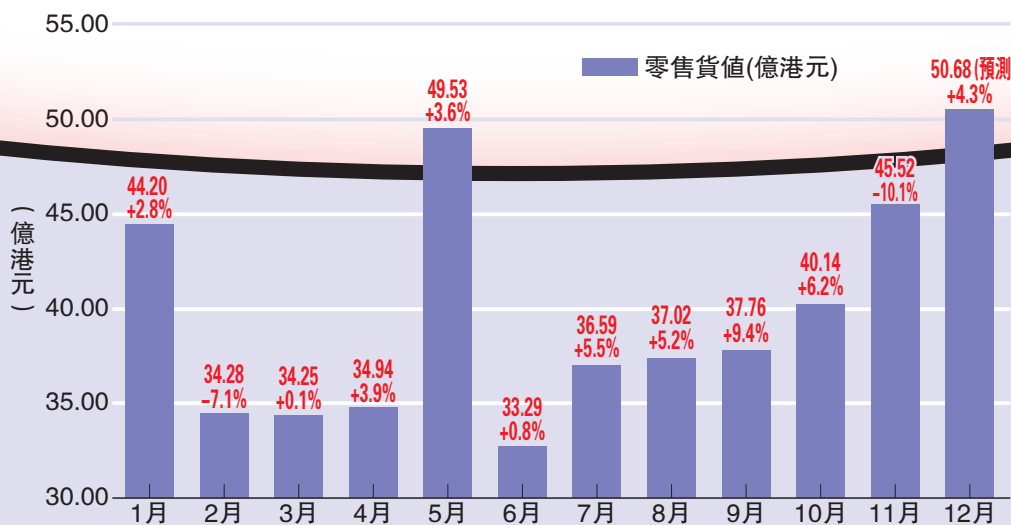
「以前五櫃貨賣兩季，現在消費模式改變了，顧客要求高，銷售周期縮短了。」黃思麗直言，銷售獨家貨品已不足以致勝，貨品多元亦是重要的一環。以零售類為例，市面上有不少售賣零售

的店舖，759阿信屋、零食物語、優品360等，專攻零食愛好者。

「大家也售賣薯片，但我店今天賣梅味薯片，兩天後有新貨柚子味的。」黃思麗表示，百貨公司要不時推出新貨吸引消費者，否則只會變成消費者心目中的「補貨」場地。

她提到，未必所有貨品適合在百貨公司銷售，例如衣服類別，畢竟消費者對服裝品牌的認知度高，要選擇個別品牌可直接到相關專門店選購。不過，內衣褲、小童服飾、泳裝及小型家電等類別，由於種類較廣泛，較適合安排在百貨公司場景銷售。

政府統計處資料顯示，來自百貨公司的零售業銷貨價值約佔整體10%水平，單計2017年12月份，百貨公司的臨時銷貨值按年增長4.3%至50.68億港元。



2017年本港百貨公司月零售銷貨值

資料來源：香港政府統計處



▲裕華國貨第三代傳人、董事總監余偉傑

▶裕華推工作坊，打造中西合璧旗袍產品

物換星移 百貨業歷經百年滄桑

話你知

要數香港百貨公司最風光時期，莫過於上世紀80年代至90年代，當時的百貨公司是市民購物的主要場所，由衣服、食品、生活用品等一應俱全。

資料顯示，香港出現第一間本地百貨公司可追溯到1900年1月，由馬應彪與另外11位合夥人創立的先施公司，首間店舖設在中環皇后大道中。

到1907年8月，由郭樂及郭泉於皇后大道中167號開設永安公司。先施、永安，加上1911年成立的大新公司，還有後期成立的中華百貨，被喻為當時的「四大百貨公司」。

不過，面對上世紀30年代美國出現經濟大蕭條，席捲全球，本港的百貨業難逃一劫。直至本港「三年零八個月」的戰後百業待興，市民對日常用品的需求甚殷，整個百貨市場重新活躍起來。

80年代百花齊放

翻查記錄，本港第一間開業的國貨公司，是1933年開業的中國國貨公司。國貨公司的黃金時間要算是60年代，港人最為熟悉、至今仍然營運的裕華國貨便是在1959年開業。

到80年代開始，日資百貨迅速崛起，三越、東急、八百伴等日資百貨進駐本港，掀起日資百貨熱潮，令國貨公司的生意此起彼落。不過，面對日本經濟泡沫爆破，日資百貨陸續撤資。其中，日本東急百貨早於1982年落戶本港，經營16個年頭，最終以租金上升為理由而決定撤出香港，並由新世界集團接管。

香港崇光百貨母企日本崇光在2000年因負債巨額而破產，華人置業的劉鑾雄及周大福的鄭裕彤以合共35億港元，收購香港崇光百貨。

另外，日本西友株式會社在2005年，把開業15年的西田百貨出售予新鴻基地產，後者將西田改名為一田百貨，繼續走日式生活百貨的路線。



▶裕華國貨在港屹立超過半世紀



▲一田百貨行政總裁黃思麗

◀百貨公司的超市部門甚受消費者歡迎



◀國貨公司部分藥品仍然受消費者歡迎

香港主要百貨公司發展歷程

時間	備註
1900年1月8日	華僑馬應彪創辦先施公司，首間先施百貨開設於中環皇后大道中172號
1907年6月28日	華僑郭標、郭樂及郭泉創辦永安公司，並在港開設第一間店舖
1912年	蔡昌兄弟開設大新百貨，1972年5月由均隆收購，1973年3月結業
1932年	中華百貨公司開張，1970年結業
1933年	中國國貨公司於香港開業，1958年被華潤集團收購，1993年與大華國貨合併成為華潤百貨，1996年再分拆中成藥部門，成為華潤堂
1959年	裕華國貨成立
1960年11月	香港大九百貨公司開業，1998年6月香港分店結業
1974年	大大百貨開業，惟在1986年3月結業
1981年8月	香港三越百貨銅鑼灣開業，2006年撤出香港
1982年6月	香港東急百貨於尖沙咀開業，1998年由新世界地產接手經營，改名為新世界百貨
1984年	日資八百伴在港開設首家百貨店，1997年11月香港9間分店全線結業
1985年5月31日	崇光百貨於銅鑼灣開業，2000年由華置及周大福將之收購
1987年	日資UNY和吉之島分別開業
1988年	馬莎百貨在港開設首間店舖，2017年12月底止出售港澳零售業務予特許經營商Al-Futtaim
1989年	日本西友株式會社旗下西田百貨開業，2005年出售予新鴻基地產，2008年將之改名為一田百貨
1989年12月	恆基兆業旗下千色Citistore開業

藥物化妝品最吃香 銷售額標青

百貨公司以貨品林立見稱，但並非每類貨品都受歡迎。藥物、化妝品及梳洗用品在百貨店所佔份額較高，其中，同一百貨公司通常齊集各大型品牌化妝品，在促銷期內的銷售額往往很標青。

崇光減價十天佔半年銷售30%

撤除超級市場部門，在百貨公司銷售的貨品種類中，每100港元銷售額，便有約28元來自藥物、化妝品及梳洗用品。政府統計處資料顯示，2017年全年來自有關類型的貨品銷售額達136.12

億元，較2016年增長12%，是非超市部門貨品中，銷售升幅最大的種類。

以銅鑼灣及尖沙咀崇光百貨為例，根據其母公司利福國際的年報資料，兩間崇光店去年五月舉行感謝周活動，埋單計數，為期十多天的活動銷售收入錄得近14億港元，佔利福國際半年銷售額三成比重，化妝品類別大賣一個滿堂紅。

除了衣服、電器用品、旅行及體育用品，超級市場部門亦是百貨公司的重要元素，例如專門銷售日式食品的一田百貨，早於2011年開設純超級市場店舖。

的一田百貨，早於2011年開設純超級市場店舖。

一田研開嬰兒用品店

一田百貨行政總裁黃思麗表示，畢竟百貨公司所需的樓面面積較大，在本港難以找到合適且面積足夠大的舖位，因此需要研究不同的發展模式，除了單獨的超級市場店舖，一田百貨亦研究開售賣嬰兒用品的店舖，惟目前首要任務是改進現有的業務，下一步才考慮是否引入「小百貨店」的經營概念。

定位趨模糊 百貨店只剩減價周



新聞分析

大公報記者 李潔儀

馬莎百貨決定把港澳零售業務，轉售予長期合作的中東夥伴，自家集中資源發展英國大本營，此消息一出，資本市場視之為一宗再正常不過的交易，消費者的反應亦似乎不大，反正百貨店購物不見得是潮流。

昔日英資百貨頗受消費者歡迎，馬莎作為自主品牌，更是中產人士的購物之選，只可惜一直以來，馬莎並沒有多搞宣傳推廣，加上自主品牌從

來較少以折扣吸引顧客，隨着其他後來的新式百貨公司陸續加入競爭，馬莎只呆坐落於中環鬧市的一角，知名度下跌造成乏人問津的尷尬場面，正好反映自主品牌不進則退。

馬莎撤出本港市場，不單因為多年來經營過於保守，更多的是反映百貨公司在港的發展空間遇到瓶頸。現今的香港社會，貧富懸殊造成消費者兩極化，要像富裕人士閒逛名店，要像一般市民以划算為消費尺度，走向大眾品牌以及網購，反正就是遠離百貨公司門口。經濟環境不是好景一大片，普羅

大眾的消費與生活習慣亦逐漸改變，百貨公司真正受歡迎的日子，只餘下優惠日、減價周。這些日子大家才會瘋搶半價行李箱，將化妝品部門擠得水泄不通。以往銅鑼灣大型百貨店發熱為期十多天的減價周，顧客反應激烈，近年延長至20天，便是看準「減價能吸引消費」的心態。

大江東去，不進則退。百貨公司難以單靠減價留住消費者，品牌推廣、新零售模式、科技元素等策略，在零售界更不可缺。長江後浪推前浪，發展過於保守，最終只會從拓荒者淪為拾荒者，被迫退出歷史舞台。