

名錶銷路插水 店員月薪大減七成

瘋搶新款不再 曾想「博炒」拿豐厚賠償



▲遊客幾近絕跡，尖沙咀、銅鑼灣等遊客區的空置率也持續上升。



▲本港疫情持續逾兩年，不少手錶名店的生意受到影響，連帶前線員工的收入也大幅減少。

經濟透視

疫情後，內地訪港旅客銳減，根據旅遊局公布的數據顯示，2021年全年內地訪港旅客約6.5萬人次，按年下跌97.6%。與此同時，非內地訪港旅客也同樣大跌，數據顯示，2021年非內地訪港旅客僅約2.5萬人次，按年下跌97%。旅客驟減，名店的收入也相應大跌，作為名店的前線員工，不少已在去年轉行，仍留守的也不敢對今年收入抱太大期望。

大公報記者 許臨

大公報訪問了多位名店前線員工，了解過去兩年的薪酬變化。任職歐米茄（Omega）的Steven表示：「若沒有留意錶價行情的會以為歐米茄的銷情會較勞力士、AP等牌子遜色，但有些款式十分搶手，例如Omega Speedmaster Professional Moonwatch，售價要40萬元以上，但仍然有不少買家訂購，公司會有個WhatsApp群組，若有新貨到，哪位前線員工有客人要留貨便要立即通知，遲了便會錯失機會，因為我們是私僱制，所以每次有新貨到都十分緊張。」

「爆發疫情後公司也解僱了不少員工，至今只剩下約三分之一人手，但解僱會有賠償，一些年資較高的員工，在2020年期間被解僱，賠償也有十多萬元，甚至更多。當年自己也很想『博炒』，反正沒有生意，若然被解僱反而有補償，自己辭職則什麼也沒有。」

人手減2/3 只留下頂級推銷員

Steven透露，至今仍能留下來的都是「Top Sales」，手上有大量舊客，去年開始雖然生意逐漸好轉，但收入也較疫情前少了很多，目前平均月薪約有3至4萬元，但以前一個「Top Sales」來說其實已很低。

從事名錶代購的阿青多年來生意長做長有，但疫情後曾經四個月無生意。阿青表示：「做代購的收入有時比名店員工更多，同時亦會與名店員工合作『拆佣』，若連代購生意也淡薄，名店員工的收入一定受影響。」

「勞力士的熱門款式如Daytona，向來不乏買家，市場都說拿着現金走到專門店也買不到，疫情前不少顧客來自內地，也有本港從事金融業的，基本上只要有貨便被搶購一空。」阿青透露說：「試過同客人吃飯，聊天時說到剛好有隻Daytona熊貓款，當時市價約12萬元，他立即拿出現金來購買。」

股市向下 勞力士炒價跟跌

回想起疫情前的銷情，阿青越說越帶勁：「疫情前有一位上海買家，看中Daytona彩虹圈，因為歌星周杰倫戴過，炒價最高升至近300萬元，當年便直接拿手錶到上海給這位買家。也聽過有位在汕頭的客人，性格很暴躁，經常對他的私人司機發脾氣，但當發現自己太過分，便會送些名錶給司機，綠圈、Daytona 116520這些普通款式，連他的司機也看不上眼，從中可以看到內地買家的購買力非常驚人。」

「但疫情後內地買家少了，而且不少款式他們已擁有，加上未通關，要來香港購物也不容易。不過，前年股市大旺，勞力士的價格也炒得很高，『綠針』款式已停產，官方價約6萬多元，炒價更升至10萬元以上。『水鬼』官方價約8萬多元，炒價也升至17萬元，但其後股市大跌，一班金融業的客人生意大受影響，買家又再減少，這些熱門勞力士多年來甚少跌價，但近幾個月也跌了不少。」

阿青透露疫情前他每月收入必定超過10萬元，但今年以來平均月入只有3萬多元，三月份股市大跌更加試過零收入，而且內地買家越來越少，生意之近十年也未遇過。

手袋店門可羅雀 員工無奈轉行

風光不再

主力售賣名牌手袋的店舖，向來不乏女士捧場，但員工收入近年也大幅下跌。曾任Chanel前線員工的Joyce表示：「以前過試用期後月薪一定有三萬元，而且每人都會送一部新iPhone，聽到公司送名牌手機令不少人感到羨慕，但手機實際用途是要24小時回覆客人，回覆太慢的話都會被上司責怪，不過市況好的時候，「Top Sales」月入有8萬元也不出奇，但2019年後收入開始減少，現在廣東道名店的前線員工，普遍月入只有2.5萬至3萬元，店長也只有4萬多元左右。」

Joyce透露疫情後不少名店員工也轉行，而名店的購買力很大程度依靠內地遊客，不只是香港，澳門也是一樣，早在七、八

年前，Prada在澳門的前線員工月入至少有7至8萬元，不少內地遊客在賭場博彩後便在當地購買名牌手袋，但疫情爆發後，內地遊客大幅減少，早有心理準備要轉行，因為名店員工很清楚，內地遊客才是主要的購買力。

前任連卡佛前線員工陳小姐指：「看到新聞說卡地亞的員工底薪降至1.5萬元，又轉為私僱制，其實我們的底薪更少，做五至六年也只有1.2萬元左右，而且一直也是私僱制，但幾年前內地遊客來港瘋狂購物，月入也有6至7萬元，好像CHRISTIAN LOUBOUTIN的女士鞋，一般都要6至7千元一對，一有新款推出便有內地顧客留貨及搶購，差不多每個員工都有微信，定期為新貨拍照後，再放在微信傳給內地顧客，市旺時根本接單接到手軟，但近兩年有些員工連微信也很少開了，因為內地顧客不來到香港購物，若單靠底薪根本不夠生活，所以有員工也選擇自願離職。」

本港主要零售地區租金變化

(平均呎租)			
1448元	1520元	667元	2019年
944元	870元	384元	2020年
900元	831元	376元	2021年
873元	793元	366元	2022年 (第一季)

尖沙咀 銅鑼灣 中環 大公報記者整理

內地客幾絕跡 本地消費力難填補

難望項背

疫情令內地遊客減少，現時名店的絕大部分買家都來自本地，記者訪問了消費者的意見，從事金融業的劉先生表示：「大約五、六年前到某些名店購物會很受氣，試過同朋友做完運動，然後開車送朋友回家，剛好朋友家樓下的商場有一間卡地亞，就順道去購買價值僅幾千元的袖口扣，可能見我一身運動裝束，買的東西又不貴，職員的態度不太好。」

「不過，疫情後少了內地顧客，職員的態度也一百八十度轉變，上年去買一對戒指，也只是三萬多元，但職員的態度就十分好，戒指刻完名字又打幾次電話來告訴我

拿貨，已經感覺到他們的生意差了很多，而且身邊的朋友也減少購物，名店的前線員工除了底薪，還有佣金，相信他們近兩年的佣金收入一定大減。」

另一位在尖沙咀開設女士用品店舖的Annie表示：「無論經濟是否很差，名牌手袋向來深受女士們喜愛，疫情前已喜歡經代購買入手袋，好像Chanel，Classic款應該是女士們的心頭好，再買的話一定想買新款，但香港專門店的新款很快便缺貨，所以或會與丈夫到泰國購買，去旅行順道購物，泰國Siam Paragon的專門店，款式比香港更多，而且價錢相差不遠，不過疫情後大家也很難出外旅遊，身邊的朋友也只能在香港的專門店購買。」

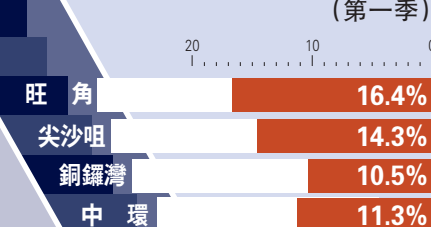
「好像Chanel、Hermes這些名牌手

袋，無論經濟好不好，總會有人購買，但香港的消費者大多因為特別日子才會買名牌手袋來獎勵自己，不會每月都豪花幾萬元消費，相比內地顧客，本地消費力普遍低很多。」

Annie透露，去年兒子出生後，丈夫便買了一個粉紅色大雙C方盒的款式給她，但因為是新款，以為在專門店買不到，所以想找代購幫忙，但疫情關係代購的出貨時間也比以前長，最後丈夫竟然在香港的專門店買到，應該很大原因是內地與本港仍未通關，沒有了內地的購買力，所以才能購得心頭好。

四大零售區今年空置率

大公報記者整理 2022年 (第一季)



2022年 (第二季)



銅鑼灣商舖租值大跌個案

舊租客 (月租70萬)	位置
Longines浪琴表	駱克道 545號地舖
新租客 (月租16萬)	時裝店
	跌幅 -77%

舊租客 (月租350萬)	位置
英皇勞力士專門店	羅素街8號地下1號及2號舖
新租客 (月租60萬)	意大利時裝品牌
	跌幅 -82%

大公報記者整理

奢侈品撤離 銅鑼灣舖租返廿年前

每況愈下

內地遊客近乎絕跡，名店最多的遊客區如尖沙咀、銅鑼灣等地的空置率也持續上升，戴德梁行的研究報告指，今年第一季珠寶和手錶等奢侈品相關行業的銷售額下跌13.1%，時裝及配飾奢侈品相關行業的銷售額則下跌15.5%，反而藥品和化妝品相關行業的銷售

額卻同比增長5.0%。另外，所有主要零售地區的空置率也明顯處於高水平，如銅鑼灣第二季空置率7.9%、中環11.3%與首季持平、尖沙咀維持14.3%及旺角則為12.7%。此外，第一季主要零售地區舖租全線下跌，以銅鑼灣表現最差，按季跌約4.5%，而尖沙咀及中環的舖租則分別下跌3%及2.7%。報告指，奢侈品相關行業雖然撤離主要零售地區，但優質的空置店舖卻由民生相關的消費品牌進駐，今年第一季便有手機配飾的CASETIFY入駐銅鑼灣記利佐治街2號1450呎店舖，而時裝

品牌Bossini則租用尖沙咀北京道71至77號1750呎舖位。

今年第二季銅鑼灣更有核心區舖位錄得新低租金，據了解，一直由浪琴表（Longines）長租的駱克道545號地舖，面積1200呎，五月份以每呎133元租出，租金大跌逾七成，更重返2003年沙士水平。浪琴表2020年6月提早遷出，當時月租為70萬元，2012年高峰期更曾以100萬元搶租上述舖位。浪琴表遷出後，曾以12萬元出租給口單店，但只屬短期租約，而最新承租的為時袋店，月租僅16萬元。