



內地超市提供即買即煮服務，而且產品質素佳。

大公報攝



疫後通關，深圳商舖的港客數量顯著大增，部分周末及公眾假期，港客數量佔一半。

# 北上消費新潮流 深圳商舖港客佔半

## 盒馬接入港人慣用電子支付 交易一個月飆1.8倍

港人北上消費成為新潮流，不斷追捧大灣區層出不窮的消費新模式，深圳商舖的生意額，相當大部分緣自港人。例如深圳髮廊港客佔比，從過往1%大幅提升到50%至60%。阿里巴巴(09988)旗下新零售盒馬深圳負責人表示，在周末到來的港人佔消費筆數及金額逾60%。

領展(00832)在深圳項目負責人表示，隨著大灣區一小時生活圈融合發展，香港家庭客甚至年輕客群更傾向北上消費，在周末及公眾假期，港客佔比達50%，隨着引入港人慣用的電子支付，港人消費客群比例有望再上一層樓。

大公報記者 李潔儀深圳報道

「在這裏(深圳)消費較香港便宜一半，交通也方便。」港人黃女士與友人一行10人來到深圳吃喝玩樂，她說超市提供即買即煮服務，而且產品質素佳，因此近月時常約朋友一起北上消費，平均一個月3至4次，每次消費400至500元。

盒馬深圳區域總經理羅曉偉表示，自去年6月開始，港人北上消費顯著增加，目前在周末佔深圳店單數及金額超過60%。

### 過去九成港客現金結賬

羅曉偉提到，在最旺的盒馬皇庭店，原本約有90%香港顧客選擇使用現金，在人工服務台結賬。不過，自從去年底皇庭店試點接入AlipayHK後，接入一個月帶動交易量增逾1.8倍，電子支付方式佔比亦增至50%，現金結賬比重相對降低。

盒馬積極拓展大灣區業務，最近與菜鳥物流合作，為香港顧客提供深港郵寄優惠，在2月10日前，首公斤運費為3.8元人民幣，直達香港的菜鳥自提點，若在當天下午5時前下單，可實現翌日達。羅曉偉表示，除了次日達服務，亦會針對港人調整冷凍及預熱菜等產品，以迎合北上消費新趨勢。他續說，倘若香港市場歡迎盒馬開店，集團或會考慮部署。

另外，深圳髮廊負責人Joe指出，以往港客佔比僅得1%，在北上消費的前提下，現時港客佔比大幅提升到50%至60%，佔生意額一半，相信與服務貼心有關係。他表示，1月份港客比例更高達70%，集中在周末，內地客則集中在周日時段，因此兩地客群做到互補效果。

### 領展：交易筆數明顯上升

作為領展在內地首個大規模資產提升的項目，領展中心城項目總經理莊美蓉表示，自從疫後通關，該場接待港客數量顯著大增，部分周末及公眾假期，港客數量佔50%，可謂佔據半壁江山，帶動2023年全年客流增加1.2倍，銷售額上升80%。

莊美蓉認為，隨着一小時生活圈融合發展，香港家庭客甚至年輕客群更傾向北上消費，近期接待港客數目顯著增加，由於引入港人通用的電子支付，進一步提升港人消費客群比例。她續說，港客平均消費約500元，雖然與疫情通關前相若，但交易筆數明顯有所上升。

## 生活模式轉變 港零售業宜緊貼

新聞分析 李潔儀

經過3年疫情困局，香港零售業期待疫後復甦。可是，據旅發局數據顯示，2023年全年訪港旅客約4300萬人次，只回復疫情前一半。與此同時，訪港旅客消費心態轉變，亦影響本地零售業。以往內地較多旅客購買奢侈品、享受高質消費，如今卻選擇深度體驗遊，例如觀賞展覽、到郊外行山等等，消費模式改變了不少。

香港零售業緊盯訪港旅客之餘，也希望開拓本地消費者市場。可是，入境處數字顯示，在去年底4天聖誕假期當中，總出境超過220萬人次，當中超過70%是香港居民，比入境人次多出近1.8倍，反映港人在假期寧願出外，也不選擇留港消費。

### 內地市場成功吸引港消費者

疫後通關及交通便利化，令大眾更頻繁往返兩地，由西九龍坐高鐵到深圳，最快車程僅14分鐘，配合新業態、新品牌，內地市場成功吸引香港消費者的注意力，形成港人北上消費熱。

除了老朋友三五成群的北上吃喝玩樂，北上消費群體開始呈現年輕化的趨勢，以網紅飲品店為例，成為不單是內地居民還有香港年輕一族的「打卡」熱點。

事實上，北上消費並非新事物，如今再度掀起熱潮，或許某程度正反映港人生活模式的轉變，在大灣區一小時生活圈的配套助攻之下，北上消費的人群有增無減。香港零售業應與時並進，不斷求變，如何借鏡內地同業？值得深思。

大公報攝

**市民及商戶有Say**

**產品便宜質素高**

港人黃女士  
平均每月北上消費3至4次，每次400至500元，重點在於較便宜、產品及服務質素高

**食品美味更勝港**

港人莊太  
與妹妹到深圳消費，部分產品例如鹽焗雞一隻價錢或與香港相若，但更為美味

**未來添增預熱菜**

盒馬深圳  
區域總經理羅曉偉  
港人消費者追求性價比，未來會針對消費需求調整產品組合，包括冷凍及預熱菜

**一半生意額是港客**

深圳髮廊  
店長Joe  
今年1月來自香港的顧客比例多達70%，佔生意額超過一半

**港客持續增加**

領展中心城  
項目總經理莊美蓉  
自疫後通關，港客數量持續增加，部分周末及公眾假期，港客數量更佔50%

## AlipayHK北上支付 交易額年增15倍

AlipayHK將增加應用場景，迎合港人北上消費的趨勢。大公報攝



李詠詩預計農曆新年港人北上的交易持續增加。大公報攝



### 大勢所趨

近年港人尤其是年輕一族熱衷於北上消費。螞蟻國際業務大中華地區總經理李詠詩表示，今年1月AlipayHK在內地消費日均交易筆數和金額，較去年2月疫情前增長10倍至15倍，未來將持續增加應用場景，迎合港人北上消費的趨勢。

### 每筆單價約100至200元

李詠詩指出，交易筆數最多的是交通場景，交易金額前十戶趨向分散，春節臨近令超市交易最多，港人趁農曆新年前辦年貨。她續說，「港車北上」在港珠澳大橋使用AlipayHK繳交過路費，亦是交易金額較多的商戶之一，反映港人北上消費越來越多元化。

不過，李詠詩提到，雖然通關後內地旅客在港使用支付寶的交易筆數增加40%，但較疫情前仍有一段距離。

她指出，農曆新年推出雙向優惠，希望刺激用戶跨境消費。

至於港人以AlipayHK支付北上消費金額，李詠詩表示，與香港消費額相若，每筆單價約100至200元。她提到，隨着港人加強對北上消費的認知及接受程度增加，相信今個農曆新年的交易將持續增加。

目前，AlipayHK已全覆蓋內地門店消費，在跨境巴士、深圳地鐵、公共交通等亦已開通。

李詠詩表示，AlipayHK將繼續拓展應用場景，包括內地其他公共交通、外賣點餐及繳交電話費等生活服務。

她解釋說，例如高頻的手機充值，期望透過AlipayHK解決消費者痛點。



掃一掃 有片睇

## 阿里周三派季績 跨境業務料高增長

### 市場關注

暫緩分拆業務上市的阿里巴巴(09988)，將於周三(7日)派成績表，券商估計今年度第三財季(10月至12月)業績表現分歧，按非公認會計準則(Non-GAAP)計算，估計淨利潤介乎411.4億至518.4億元(人民幣，下同)，由按年下跌18%至升4%不等，並關注客戶管理收入(CMR)持續受壓。

### 券商估利潤最多超518億

交銀國際認為，雖然預計淘天集團的商品交易額(GMV)有望增速轉正，惟面對價格力戰略導致CMR按年僅微升1%，只有926億元。該行提到，淘天核心管理層年輕化，預計將繼續聚焦平台的日均活躍用戶(DAU)和消費頻次提升。

花旗研究報告指出，阿里巴巴去年10月及11月的零售數據趨勢相對穩定，加上「雙11」業績錄得正增長，預計去年12月淘寶和天貓的GMV趨勢進一步微改善。不過，由於在「雙11」促銷期間為淘寶商家加大宣傳力度，預料CMR將窄幅回落至920億元，基本與去年同期持平。

摩根大通認為，阿里巴巴收入增長疲弱，尤其是CMR，將對短期投資情緒及股價帶來負面影響。摩通指出，該公司關鍵營運



券商估計，阿里巴巴季績淨利潤最多上升4%。

指標包括天貓、淘寶的GMV增長、雲業務毛利，以及國際電商收入增長等有所改善。

### CMR收入增速或遜GMV

國泰君安指出，考慮到淘天集團CMR業務增長承壓，加上線下零售業務表現不及預期，估計阿里巴巴上季收入按年增長4%至2576億元，低於市場預期。該行預計，上季CMR收入同比增1.5%至928億元，增速略低於GMV。

不過，國泰君安提到，阿里巴巴國際業

### 大行預測阿里巴巴季績

大行	淨利潤*(人民幣)	按年變動
海通國際	518.4億元	+4%
申萬宏源	505.0億元	+1%
工銀國際	505.0億元	+1%
里昂	496.1億元	-1%
摩根大通	490.0億元	-2%
建銀國際	487.4億元	-2%
摩根士丹利	485.4億元	-3%
中金	462.9億元	-7%
瑞銀	458.9億元	-8%
花旗	449.0億元	-10%
交銀國際	411.4億元	-18%

備註：截至2023年12月底季度

\*為非公認會計準則(Non-GAAP)

務業績強勁增長勢頭，加大市場開拓投入，估計上季跨境業務延續高增長，其中，速賣通Choice及土耳其平台Trendyol為增長驅動力，Lazada業務穩定增長，看好海外跨境電商市場的成長空間。

里昂認同國際零售業務是阿里巴巴的亮點，又相信吳泳銘出任淘天集團首席執行官，將優先考慮用戶和技術驅動增長，以及投入更多投資，變相限制利潤率的改善。該行指出，淘寶天貓GMV上季或見復甦，但CMR增長落後。