

餐飲業變革 ③

近年香港商舖市場的變化並非簡單的周期性波動，而是深層次結構的調整，「天價」舖租成交不復返，面對租值壓縮情況，業主取態亦大不如前。業內人士指出，內地餐飲品牌攻港，不一定能搶高店舖租金，畢竟市場仍在消化空置的吉舖。

大公報記者 李樂兒 李潔儀

盛滙商舖基金創辦人李根興形容，疫情期間本港封關，市民未能外遊，只好留港，消費金額儼如大面積的「花灑」，惠及全港各個零售及餐飲業，如今消費外流，變相令留港資金集中如一條細小「水管」，僅在四大核心區包括尖沙咀、旺角、銅鑼灣及中環流動。

茶飲店頂替名店 租值跌

「疫情後，業主普遍認為整體市場會出現V形反彈，實際情況卻是W形反覆橫跳。」李根興形容，業主只有三個心態：疫情前因「貪心」而大舉加租；疫情期間對租務市場「死心」，與其把店舖丟空，倒不如劈價換來短租；疫情後市場W形反彈，業主只能「灰心」。

儘管在遊客集中的四大核心區，仍然為內地和海外品牌進駐的首選，李根興指出，十多年前本港舖租高峰時期，進駐核心區不外乎鐘錶珠寶等奢侈品品牌，1000方呎店舖每月租金高達200萬至300萬元，如今茶飲店租金跌至數十萬元甚至更少。

「鐘錶珠寶搶高舖位租金的情況，未來20年重現機會極微。」李根興指出，本港商舖租金出現壓縮情況，即原本上層的奢侈品牌的店舖租值下跌，同時售賣相對平價的茶飲店的租值追高。他又認為，畢竟北區居民北上消費的路徑相對便捷，因此港人北上消費對北區的舖租影響較大。

租務成交遠遜高位

翻查資料，在疫情通關前的2021年3月至2022年12月期間，本港共有4652宗商舖租務成交，平均每月211宗，通關後由2023年1月至2024年10月期間，整體商舖租務成交有5229宗，相等於平均每月238宗。

美聯旺舖營業董事何漢明指出，雖然疫後商舖承租個案略有增加，但對比昔日高峰每月600宗甚至上千宗，目前市況難以形容為暢量，只能審慎地樂觀。

談及內地餐飲品牌南下搶高租金的情況，何漢明直言「搶不高」，市場仍處於消化期。他解釋，目前吉舖較多，租客議價亦相對空間大，加上部分業主對於內地熱門品牌有一定程度的偏愛，形容「萬事好商量」，因此商舖租金短時間內大幅增長的機會不大，最少要到明年才能達至平穩。

何漢明續說，在租約年期上，內地餐飲品牌與香港本地租客幾乎沒有區別，一般都是「3+1」或「3+2」，即「三年死約、一年或兩年生約」。他指出，要是租約期太長，對於業主來說是欠缺彈性，只會失去租金的增長空間。

仲量聯行料租金橫行

「以前一間店舖可能有10個客人搶，價高者得，現在已沒有所謂高價搶舖，業主更多着重租客的實力，視乎生意的持續性。」仲量聯行商舖部董事趙卉菁直言，隨著經濟及消費疲弱，精緻餐飲(Fine Dining)、高級日本廚師發辦(Omakase)等貴價餐飲的生存空間收窄，市場上一窩蜂的檸檬茶店亦缺乏特色，相關的餐飲或令業主有所抗拒。

趙卉菁提到，不少品牌視香港為跳板，助其開拓鄰近的東南亞或內地市場，近期見大量韓國餐飲品牌攻港，客單價相對便宜，適合目前經濟市道。此外，她預期，本港店舖租金或會繼續橫行一段時間，該行估計今年本港整體商舖租金升幅介乎零至增長5%。

第三季街舖呎租表現

尖沙咀 呎租946元 按季▲1.7%



銅鑼灣 呎租842元 按季▲2.3%

中環 呎租424元 按季▲2.3%



旺角 呎租359元 按季▲1.0%

香港平均 呎租643元 按季▲1.9%



掃一掃有片睇

吉舖選擇多 業主議價空間增 餐飲品牌紛開店 搶不高舖位租金



本港四大核心區為遊客集中地，目前仍然為內地和海外品牌進駐的首選區域。

資料來源：戴德梁行

業界看本港舖市



盛滙商舖基金創辦人 李根興

本港商舖租金出現壓縮情況，原本上層的奢侈品牌的店舖租值下跌，同時售賣相對平價的茶飲店的租值追高



美聯旺舖營業董事 何漢明

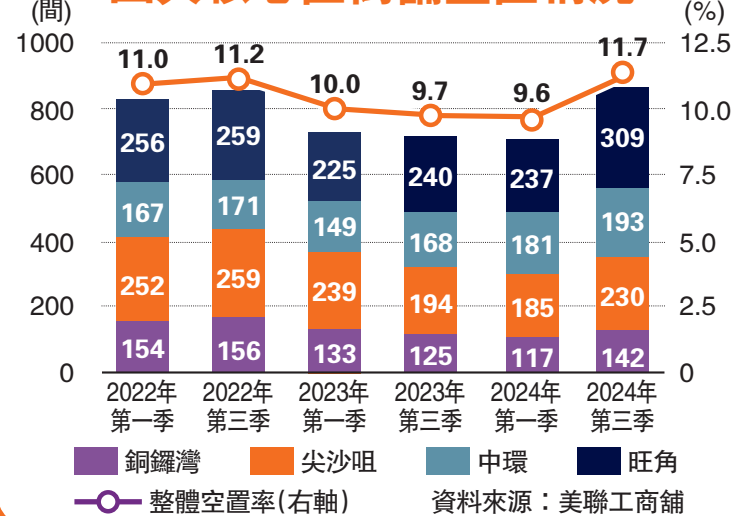
目前吉舖較多，租客議價的空間相對大，商舖租金短時間內大幅增長的機會不大，最少要到明年才能達至平穩



仲量聯行商舖部董事 趙卉菁

不少品牌視香港為跳板，助其開拓其他市場。本港舖租或會橫行一段時間，今年整體舖租升幅介乎零至增長5%

四大核心區街舖空置情況



資料來源：美聯工商舖

四大核心區街舖空置率升至11.7%

有待消化

香港餐飲業競爭激烈，加上港人北上及外遊的趨勢持續，汰弱留強的現實環境下，銅鑼灣、尖沙咀、旺角、中環四大核心區及民生區的商舖，都難抵市場的劇烈競爭，部分甚至止血離場。

根據美聯工商舖有關街舖空置數據顯示，今年第三季，曾經人聲鼎沸的核心區空置率達11.7%，創三年新高，吉舖數目為874間，比半年之前激增154間。

上水及元朗的民生區街舖空置率亦持續上升，其中，上水區空置率由8.5%升至9.1%。元朗區情況更甚，空置率由7.1%升至10.2%，吉舖數目為266間，較上水區多逾兩倍。

「北店南下」現象令核心區的餐飲業出現洗牌效應，有人自信入場，亦有人遺憾離開。第三季核

心區餐飲商戶數為2001間，較第一季減少56間。當中，非中式餐館的結業情況最為嚴重，由609間減至557間，中式餐館及飲品外賣店各減少9間。

小食外賣店成本低 逆市擴充

不過，小食外賣店卻反其道而行，大肆於核心區擴充，錄得淨增12間，主要因為小食外賣店經營成本較低，對店舖面積的要求較少，因此商戶選擇在租金回調時開業和擴展業務。

雖然本港核心區仍有餐飲品牌陸續進駐，但選擇在元朗等民生區開業的品牌較少，導致該區的餐飲商舖減幅高於核心區，單計元朗區亦較第一季減少24間至525間，中式餐館和非中式餐館的結業情況最嚴重。

隨著市場上新興品牌持續湧現，本港餐飲業的

競爭將會繼續白熱化，行業整合在所難免，在汰弱留強的前提下，相信將會有不少品牌因不敵競爭而結業離場。



小食外賣店經營成本較低，在租金回調時趁機擴展業務。

2024年全球主要零售大街排名

Table with 6 columns: 2024年排名, 2023年排名, 城市, 零售街區, 每月呎租(港元), 按年增長(%)

資料來源：戴德梁行

尖沙咀街舖呎租貴絕亞太

地段有價

香港寸金尺土，店舖租金成為零售業的負擔之一。房地產服務商戴德梁行最新《全球主要零售大街》旗艦報告顯示，以全球主要零售大街排名，尖沙咀排名全球第四最昂貴購物地段，雖然較去年調查下跌一位，與倫敦新邦德街對調位置，但尖沙咀舖租實際是持續上升，貴絕亞太區。

按年升7% 超過銅鑼灣

雖然今年零售業銷售價值指數連跌7個月，但街舖租務市場漸趨活躍。以今年第三季為例，香港整體街舖每方呎租金約643元，較第二季升1.9%。其中，尖沙咀主要街道商舖第三季呎租為946

元，按季升1.7%。最新數據顯示，尖沙咀今年呎租按年升7%至1607美元（約1.25萬港元），相等於月租每呎約1045港元。

其次要數銅鑼灣，第三季街舖呎租為842港元，按季升2.3%，按年則升3%至1430美元（約11154港元），每月呎租折合約930港元。

該報告追蹤的138個零售街區中，全球最昂貴購物地段之首是意大利米蘭蒙特拿破侖大街，該地段租金升11%至每年呎租2047美元（約15967港元），相等於每月呎租1330元；美國紐約上第五大道緊隨在後，每年呎租維持2000美元（約15600港元），相等於每月呎租1300港元。

租金較高峰減半 「過江龍」試水好時機

新聞分析 李潔儀

經歷世紀疫情的衝擊，不論是各行各業的經營模式，還是本地市民及訪港旅客的消費模式，均出現翻天覆地的變化，唯一不變的，是餐飲零售業面對着店舖租金、食材、燈油火蠟、工資等成本，無不與金錢掛鈎。

面對經濟疲弱、消費降級的前提下，本地消費能力減弱，訪港內地旅客的「體驗式旅遊」成為趨勢，留港花費的金額亦有所減少，形成惡性循環。同時，香港餐飲零售業仍要面對經營成本

高企的問題，其中，店舖租金約佔營業額兩成；相反，內地餐飲業一向有「三平」的優勢，即人工平、租金平、食材平，負擔相對香港餐飲同業較輕。

雖然香港經營餐飲業的成本貴，但仍能吸引各地餐飲品牌來港開店，日本及韓國餐飲品牌大行其道，即使經營成本遠較內地貴，內地餐飲品牌近年亦大舉來港「插旗」，不少品牌陸續進駐旅遊區甚至民生區。

餐飲品牌攻港，除了「計過數」認為有利可

圖之外，也由於店舖租金比疫情前高峰期大跌60%至70%，在店舖租值下跌時，以「過江龍」姿態來港有一定的話題性，現時承租以開拓市場算是划算，加上部分品牌或希望借助香港測試市場水溫或打響知名度，從而有助拓展鄰近周邊地區。

特區政府近年積極推動盛事經濟，致力增加具本地特色的旅遊景點，配合放寬內地訪港個人遊的適用城市，勢必刺激訪港旅遊業，從而有助改善本地經濟及商舖租務狀況。



本港積極推動特色旅遊，包括無人機表演，以吸引遊客，帶動消費。