

租金成本高昂 商家各師各法應對

皇玥：搬至較平舖位 家得路：堅守核心區吸高端客

零售物業新動向

商舖租金是零售商戶的營運壓力之一，面對香港經濟轉型，商舖續租未必一帆風順，各業主取態不一，部分願與商戶同舟共濟，甚至提出免租期，配合各項提升店舖價值的措施，惟亦有業主「企硬」令租金不跌反升。有商戶表示，考慮另覓店舖務求減低租金成本，亦有看好香港零售市道，選擇繼續逆市開店。

大公報記者 李潔儀、李樂兒、蔣夢宇



「由上年起，的確是很多商舖空置，不單止是本地客還有旅客的消費力也減弱，加上本地居民北上消費已形成一股潮流，對香港零售業衝擊很大。」中式餅食製銷商皇玥集團董事長兼首席执行官嚴運波表示，皇玥集團在本港約有40間店舖，加上10萬呎廠房，租金佔營運成本高達40%。

商場有價講 地舖普遍企硬

嚴運波透露，商場店舖比較願意減租，減幅約5%至10%，相反地舖業主態度相對強硬，例如旺角區，業主更堅持要加租，加幅甚至高達25%，因此集團會考慮將個別店舖搬遷，以減少開支。

同樣是租金佔營運成本約40%的實惠集團，董事長關百豪表示，部分業主確願意共渡時艱，減租或以銷售額百分比計算租金，惟仍有業主不肯面對經濟不景的現實，核心地段的高昂租金仍對中小商戶構成沉重負擔。

關百豪相信，消費模式和行為的轉變，加上經濟低迷，導致店舖結業，香港零售業正經歷從「購物天堂」到「生活體驗型經濟」的轉型陣痛。他認為，香港甚至環球市場近年出現價值重估，相信香港的租金將會逐漸回復至理性水平。

新興區域的租金會相對較低。

PURE：商廈長租期鎖定開支

另外，瑜伽及健身中心營運商PURE集團發展部主管Richard Boyd指出，面對現時各物業普遍面臨租戶流失的困境，不少商廈出現空置，集團最近開設的新業務亦獲業主投來「橄欖枝」，議價能力較具優勢，有助未來5至10年鎖定租務較低的價格。

至於香港整體營商環境，PURE集團執行主席及聯合創辦人Colin Grant表示，香港雖然正經歷變化，但隨之而來的正是新機遇，公司一直積極調整策略以適應市場。他強調，集團與業主保持長期穩定的合作關係，雙方在市場波動中互相支持，對未來持樂觀態度。



實惠集團 約30%至40%



皇玥集團 約40%



商家回應港消費市道

- 皇玥集團：消費力減弱衝擊香港零售業，惟幸中秋月餅預售已達到預期
- 莎莎國際：店舖租金有增有減，面對近期市道淡靜，業主取態溫和，有議價空間
- 實惠集團：部分業主願意共渡時艱，惟亦有不肯減租，相信香港零售業正經歷從「購物天堂」到「生活體驗型經濟」的轉型陣痛
- PURE集團：商廈出現空置情況，令公司租舖的議價能力較具優勢
- 家得路：加強培育「新質品牌力」，在變幻莫測的經濟環境中尋找商機

租金佔營運成本比例



莎莎國際：港澳店舖租金佔線下銷售約低雙位數比例

商場出租率承壓 大業主對後市審慎

近年本港零售市道下行，連帶本地商場的租金及出租率承壓。九龍倉置業（01997）主席兼常務董事吳天海表示，儘管今年次季見到正面信號，該趨勢能否延續則視乎租戶的信心而定，租戶可能選擇觀望而暫時停止增加投資，從而影響市場復甦的動力，因此現時難以確定下半年能否取得突破性發展。恒隆地產（00101）行政總裁盧韋柏亦談

到，由於競爭較為激烈，位於商業區的商場租金壓力要大於住宅商場，此外視乎所處區域不同，承擔的租金壓力亦有分別，如新界和北區的壓力要大於港島。他提到，恒隆正嘗試吸引更多市民在港消費，例如憑藉集團的議價能力，推動更多優質餐飲品牌在港開店，希望提升本港商場的性價比。

太古地產（01972）亦在業績報告中指出，集團在香港的零售物業組合的租金收入按年跌2%，反映按營業額計算的租金下跌。該集團稱，儘管上半年經濟不明朗、持續外遊趨勢及顧客消費習慣改變對零售市場持續造成影響，集團旗下太古廣場和太古城中心依舊維持100%的出租率，零售銷售額分別取得1%和2%的增幅。

香港主要商場出租率



開拓「打卡式」消費場景 網上宣傳吸人流

近年香港零售市場並非一帆風順，疫情爆發後市場持續向下，通關後又出現「港人北上消費」、「內地遊客打卡式消費」等新現象，市場環境在數年間發生巨大變化。戴德梁行香港董事總經理蕭亮輝表示，零售業在多種因素推動下，正呈現「汰弱留強」的發展趨勢，認為零售商需要具備新思維，針對新的市場常態做出調整。

據蕭亮輝觀察，疫情後內地遊客與港人的消費習慣均發生變化。他指出，過去數年間港元匯率的調整，令內地人來港消費不如以往划算，遊客亦更注重體驗式消費，更願意來港深度遊、參觀打卡點，餐飲選擇更偏好有香港特色或在社交平台具備一定知名度的茶餐廳，且入店消費可能僅「食個蛋撻、點碗麵」。

蕭亮輝認為，市場在該趨勢下正呈現兩極分化，其中在宣傳方面下足功夫的店舖生意更好，一些有媒體報道且口碑較好的門店，入店客人往往排成長隊，以往專做遊客生意的餐廳，生意情況則較為普通，甚至於出現下滑。他相信，香港可以圍繞內地客「愛打卡」的習慣設計零售場景，以吸引人流、刺激消費，並帶旺市道。

另外，蕭亮輝指出，隨著全面復常後往來內地與香港的交通便利化，港人北上消費趨勢愈發凸顯，相信難以轉變，對於本地零售亦有影響。他認為，在消費市場結構性轉變下，零售和餐飲從業者需要具備新思維、新想法，針對消費者口味、品味和習慣的改變進行調節，以避免在零售市場「大洗牌」進程中掉隊。

儘管近年香港街頭不時掛出「結業清貨」橫額，但轉眼又有「盛大開幕」花牌亮相。這種新舊更替的背後，是持續湧入的企業活力。特區政府最新數據顯示，2023年有382家企業落戶香港，2024年增至539家，2025年僅上半年已達380家，規模與2023年全年相若。其中，愈來愈多內地及海外「過江龍」視香港為邁向國際化與內地市場的「第一站」，期望逆勢開店搶灘。

租金低疫前四成 增試水誘因

促成這一現象的關鍵因素之一是核心地段租金從2019年高位回落兩至四成，令不少原本「望而卻

步」的海外品牌果斷進駐。去年年底，日本家居連鎖品牌Nitori在灣仔開設佔地逾5萬呎的旗艦店；今年七月，運動用品巨頭Nike Style亦登陸廣東道核心地段，增設單層逾3000呎的體驗店。早前高盛研究報告指出，香港收租股今年表現優於地產股，例如九倉置業（01997）股價年初至今已上漲22.7%。

除海外品牌加緊部署，內地餐飲業也看重香港的國際化跳板效應，紛紛進軍。投資推廣署資料顯示，今年該署引入了湘菜「佬麻雀」、廣州「鳳凰雞煲」、順德「大榕樹下」等內地知名餐飲品牌。香港鳳凰椰珍餐飲管理有限公司董事長謝天表示，鳳凰在廣州扎根多年，選擇在香港設立地區總部，

相信能借助「一帶一路」打通跨境供應鏈，同時冀望藉香港的國際影響力，推動廣式靚湯文化的標準化輸出。

隨著香港經濟回升向好，招商引資成效顯著。投資推廣署自2023年至今，成功吸引1300間內外企業落戶香港，海外公司佔比過半（52%），更提前完成2022年施政報告的目標，為港帶來逾1600億元外來直接投資。企業落戶不僅體現在開店，更延伸至融資領域。港交所數據顯示，2025年上半年IPO集資額突破1070億元，重登全球榜首。引人注目的是，零售、消費品及服務類企業佔主板上市比例達34%，創十年新高。

外地過江龍承租個案

品牌	承租地點
日本家居連鎖品牌「Nitori」	灣仔合和中心
美國運動品牌「Nike Style」	尖沙咀廣東道
湘菜「佬麻雀」	灣仔軒尼詩道
廣州菜「鳳凰雞煲」	旺角鼓油街榮高大廈
順德菜「大榕樹下」	青衣青敬路青衣城