

業界：不是鬥平 是鬥服務與信心

黃金周帶動復甦 名錶市場現曙光



奢侈品市場變化②

香港奢侈品市場經歷了高峰後，正面臨經濟結構轉型及消費市場的重大改變，「想不到，這個港人最愛的腕錶品牌，只有我一個來做保養維修，同以前的門庭若市，真有天淵之別」，愛好收藏名錶的余先生感慨道。

在香港經營及維修古董名錶多年的獨立製錶師吳家強表示，奢侈品市場進入調整期，名錶炒風已消退，連帶影響保養維修率均下跌。不過，今年年中後，整個市場已開始蠢蠢欲動了。他認為，奢侈品銷售是鬥服務，香港有獨特的優勢，只要堅持做好自己，估計市場好快就會復甦。零售界人士表示，消費市場最重要是「做好服務」，國慶黃金周訪港遊客的激增，帶動零售市場，化妝品、奢侈品等銷情暢旺，較去年更錄得雙位數增長，市場復甦已見曙光。

大公報記者 盛德文（文／圖／視頻）



▲灣仔街頭一間二手錶店的櫥窗吸引路人駐足觀看。



▲珠寶商人Anita（中）帶了價值不菲的百達翡麗腕錶來維修保養，左為經營維修及買賣古董名錶的吳家強。

「今年生意較前兩年明顯差了好多。」在香港經營珠寶生意的印度珠寶女商人Anita對大公報記者表示。主要經營鑽石和有色寶石的Anita，生意除了香港、印度，更遠及歐洲、中東和美國等地區。她指受美國加徵關稅及中東戰爭影響，今年生意明顯比往年下跌了約四成。她拿着一隻價格120多萬元的百達翡麗白金腕錶，邊向記者指出，今年開始增加名貴鐘錶的買賣，為客戶提供珠寶鑽石之外的更多奢侈品服務。有見今年國內的珠寶鑽石需求轉旺，正積極準備拓展中國市場，以求有更好的市場回報。

「市場有升有降好正常」

在尖沙咀專營古董名錶維修及買賣的獨立製錶師吳家強表示，本港奢侈品市場處於周期性的調整期，生意有升有降好正常。近年國際天然鑽石市場受實驗室鑽石的影響，出現斷崖式下跌。加上近期金價不斷攀升，多了人轉購名貴腕錶保值，不少經營珠寶的商人亦開始兼營二手名錶，「這些商戶原本就有大客和熟客，因利成便，做埋名錶買賣，這兩年都多了相熟的珠寶商找我做名貴腕錶的真假認證。」「奢侈品銷售不是鬥平，是鬥服務及客人對你的信心」。

本港奢侈品市場進入調整期，連帶亦影響名錶炒風。吳家強指，前幾年炒風最熾熱時，吸引不少新人入行，經營二手名錶的店舖多過米舖。名錶的流轉率好高，十多萬元、過百萬元的名貴腕錶，一個月等閒交易十多、二十隻，有時甚至一日成交兩三隻。不過，隨着市場回落，炒風已過，成交買少見少，有時整個月只成交數隻，甚至一隻都沒有。生意下跌五成甚至更多，行業有如泥濘中掙扎，不少店舖被迫結業。外人以為買賣名錶的利潤會高，但實際比平價錶還要低，「越貴的錶越賺不到錢，一隻幾十萬甚至過百萬元的錶，只有幾千元的利潤。」他認為相對之前的熾熱炒風，現在算是回復正常和理性，如其中一款流行的品牌腕錶，二

手成交價亦由最高峰回落三至四成。

炒風回落 多了人入市

受影響的還有保養和維修。吳家強指幾年前，還在某著名跨國奢侈品牌的維修部做主管時，僅上海的維修部，平均每日等着做維修保養的名貴腕錶，就有2萬多隻，足見銷量真是驚人。香港的維修部同樣亦是門庭若市，「僅港人最愛的一個品牌，平均每日至少收到50多隻，忙到人都癲。」與余先生日前在該品牌維修部所見天壤之別。吳家強認為其中原因是數千元抹油保養，令不少人卻步。此外，部分長者因不懂上網預約，或轉了去其他非官方維修部，而行內保養維修率下跌至少三成。

他回顧這幾年香港的奢侈品市場，先是2019年黑暴期，遊客幾近絕跡。隨後是疫情，加上經濟轉型，「未見過成條街有咁多吉舖」。不過，隨着炒風回落，二手名錶買賣反而有生意，多了收藏家趁低吸納，「近期常有收藏家問我跌到咩價，入得貨未？名錶始終有價有市」、「感覺今年年中後，成個市場又開始起動了」。

他表示有危定有機，相信重新洗牌調整後，市場好快就會恢復回來。香港是自由買



▲二手名錶一直有價有市。

易港，匯聚了全球最強的兩種貨幣：美元和人民幣，在國家的支持下，香港機會無限，無論鐘錶或其他行業，只要大家肯用心去做，堅持下去，一定可以戰勝困難，市場就會恢復，「我對香港充滿信心，全世界有哪個國家或地區，會好似香港有咁好、咁獨特的優勢？」



掃碼睇片



▲尖沙咀廣東道的奢侈品店舖黃金周期間再現排隊人龍，反映市場正在復甦。

生意雙位數反彈 較疫前仍有距離

良性競爭

香港的高端購物地位正受內地城市良性競爭，其中最受關注莫過於新興的「海南免稅區」。有批發及零售界人士表示，要真正讓香港消費市場復甦，最重要的是「做好服務」。今年國慶黃金周，化妝品、奢侈品等的銷情較去年為佳，業界反映生意額錄得雙位數增長，但銷情與2018年相比仍有段距離。

經濟轉型 實體店受壓

近年香港經濟結構轉型，消費市場也出現重大改變，過去香港是內地遊客購買奢侈品的首選地點，但目前這些具有高消費力的內地旅客，已逐漸傾向到其他國家及地區購物，例如「海南免稅區」已成為香港的競爭對手。

所以旺角、銅鑼灣和尖沙咀雖人頭湧湧，到處是遊客，惟已有別於疫情前街道迫得水洩不通的場面。尖沙咀廣東道部分傳統名牌店如LV、GUCCI等店外雖經常有排隊的人龍，但已不如疫情前2018年高峰時期，數以百人於門外「打蛇餅」搶購的情況。

此外，網購的興起也是令香港消費市場出現轉變的關鍵，當網購逐漸成為習慣，不少實體店的經營也面臨壓力，奢侈品市場也並不例外。但香港仍有其優勢，不少奢侈品品牌當有新貨推出，仍會選擇在香港率先推售。

匯率變化 提升吸引力

由於近年美元維持強勢，而港元與美元掛鈎，對內地消費者而言，以港元計價的貨品吸引力會下降，但隨着美國減息，港元計價的貨品會變相「減價」，吸引力會逐漸提升。

當美元匯價回軟，港元跟隨貶值，加上近年有不少商舖業主願意減租，未來整體租金相信會有所調整。

但業界人士表示，這些都屬周期性因素。要真正讓香港消費市場復甦，最重要的是「做好服務」，其實很多銷售人員都並非不想做好，很可能只是因為人手不足，輸入外勞是解決問題的其中一個方法之一。

大公報記者 麥晉璋



▲有入場人士花費約二千五百元買一杯紅酒品嘗。



▲美酒佳釀巡禮吸引不少高端客入場消費。大公報記者何嘉駿攝

美酒佳釀巡禮 豪客2500元嘆杯紅酒

【大公報訊】記者黃佩琳報道：旅遊發展局在中環海濱舉行的美酒佳釀巡禮，昨日舉辦黃昏美酒薈派對，吸引約150名入場人士即場報名，於黃昏美景下免費品嘗1855列級佳釀。有參展的酒商表示，高端消費客量符合預期，連日來有雙位數的客人願意以約2500元買一杯法國勃根地紅酒。

今屆巡禮恢復設立「尊尚名酒區」，該區參展商Watson Wine的總經理Janice昨日向《大公報》表示，現場氛圍非常好，不少客人與親友一齊品酒聊天，至午夜12時仍

有遊人，消費熱情高漲，形容與疫情前的2018年時情況相若。

該攤位的「勃根地酒王」Domaine De La Romanee Conti Romanee Saint Vivant Grand Cru 2017（DRC），每樽零售價約4萬元，在美酒佳釀巡禮每杯售價為100個代幣，即大約2500元。Janice說，帶來價格昂貴的DRC，是希望吸引平日未必購買、但有意嘗試高端酒品的人群，首兩日願意花100代幣品嘗一杯的客量達雙位數，客人來自世界各地。客人平均花費6至10個代幣，試2至3款酒。

有參展商表示，今年客戶的消費力很強，場內有很多遊客，包括來自菲律賓、韓國的旅客。

有來自廣西的旅行團昨日入場參觀，領隊稱該團的行程為4天，團費約2000多元，美酒佳釀巡禮是此行的主要亮點。

今年是法國波爾多1855列級酒莊170周年，旅發局昨日在場內舉辦黃昏美酒薈派對；昨日及今日舉行周年鬼馬派對，每日首300名以萬聖節主題造型入場的人士，可於詢問處登記，即有機會獲贈「品味券」兩張，投入萬聖節鬼馬氣氛。

美食嘉年華開鑼 市民蜂擁掃平貨

【大公報訊】記者古倬勳報道：由廠商會主辦的第12屆香港美食嘉年華，昨日起一連九日在葵涌運動場舉行。各商戶推出限量一折商品、一元金華火腿等優惠，有市民用逾千元掃貨滿載而歸。有商戶期望今年銷情比去年增兩至三成，相信物美價廉，生意可逐步回升。

美食嘉年華有6大展區，320個攤位，昨日陽光普照，許多市民前來掃貨，不同的食小食、海味、鮑魚、日用品等，均有10元出售，或者一折至五折不等的優惠，亦有限量一元的金華火腿和龜苓膏，以及10元的葡萄酒等。

袁先生和太太昨日用1500元「掃貨」，購買了鷓鴣和不同海味，鷓鴣價格較平日在超市購買的便宜30元，說能掃到平貨便覺得很滿足。

第二次來嘉年華的陳小姐，用了約

800元購買醬油、零食等，貨物塞滿了整個手推車。她說部分是自用，部分則是買來慰勞同僚，強調不能錯過「掃平貨」的機會，並說會趁工展會舉行時再「掃貨」。

商戶：盼生意額增三成

海味檔主林太說，12年前開始參加嘉年華，今年繼續採用薄利多銷原則，例如原價380元的海味，以750元3包出售。她強調除了薄利多銷，服務亦要周到，包括教授客人如何烹調海味，才能鞏固和拓展客源，繼而提升銷售額。

小食攤檔負責人曾小姐第四次參加嘉年華，期望今年生意額增加兩至三成。她稱成本不斷增加，但不會加價，同時設計不同新菜色，配合社交媒體宣傳，有信心生意會逐步回升。



▲第12屆香港美食嘉年華昨日起一連九日在葵涌運動場舉行。大公報記者古倬勳攝



▲袁先生和太太首次來美食嘉年華，用一千五百元掃貨，購買了多款海味。大公報記者古倬勳攝