

# 調查：放寬防疫派消費券 實體店購物需求升 社會復常 54%人聖誕消費料增

聖誕節一向是港人消費的「血拚」時間，雖然新冠肺炎疫情仍未結束，但受惠政府調整防疫措施，社會復常，及派發消費券等利好因素帶動，市民消費意慾有增無減。昨日公布的一項調查顯示，超過五成受訪市民(54%)預計今年聖誕個人消費會增加，超過三成受訪者(34%)表示消費會與去年相同，只有12%受訪者會縮減消費。調查又指，隨着疫情的殺傷力持續減低，市民重回實體店購物需求有所回升，增加市民消費意慾。

◆香港文匯報記者 莊程敏

新城財經台昨公布年度「後疫情時代港人聖誕節消費模式」調查結果，該調查於10月期間以網上問卷形式進行，共訪問4,936名年齡介乎18至65歲人士。新城廣播商務及市場拓展總經理梁耀宗指出，隨着本港疫情持續緩和，市民重回實體店購物需求有所回升。他建議，商戶應結合實體店購物和網上購物並行推動而強化效益，並且善用數碼化零售策略，積極發展網上平台，以科技提升購物體驗以及更精準的數碼營銷策略。

## 綜合電商平台使用趨升

梁耀宗續指，隨着疫情穩定，市民於餐飲消費持續增加，建議有關部門推出更多相應措施，幫助飲食業加快復甦之餘，繼續奠定香港美食之都的美譽。儘管使用實體商店購物仍佔大比率，個別綜合電商平台之使用有持續上升的趨勢。營銷人員應按不同產品的特性，配合不同O+O(線下及線上)營銷渠道，從而增加營業額。電子錢包的市佔率多寡，取決於夥伴合作的策略，是吸引消費者使用的最重要一環。

## 近七成人選擇外出購物

對於今年聖誕購物及消費意向，46%受訪者預計會選擇到商場內的商店，21%選擇在零售店舖消費，花費在網購的佔31%，出外用餐(56%)和逛街購物(52%)亦比去年增加，估計是隨着疫情緩和，社交距離措施放寬，市民安心外出消費導致用餐、購物、看電影甚至戶外運動等這些活動都較去年增加超過四成以上。

被問及購買不同類型產品的渠道，近七成受訪者表示購買機票或酒店住宿類別，會在商店的專屬網店、團購/代購網站或平台，以及綜合電商平台選購。至於美容及化妝品類別，比較少人選擇在直播帶貨平台購買。大約有六成受訪者表示仍然會去實體店選購食品、飲品、傢具及家居用品，原因是受訪者需要先接觸貨品及向店員面對面查詢清楚後才購買，喜歡逛街購物的過程(54%)。

調查又顯示，最能吸引受訪者於聖誕到商場購物的主要原因是商場推出的購物折扣和優惠，如免費停車、美食廣場的折扣等(65%)，令消費者可盡情購物，其次是商場更早更長的促銷活動(51%)及提供購物大抽獎(49%)。而商場消費儲積分計劃，都是受訪者考慮的因素之一。

## 支付寶為最常用支付工具

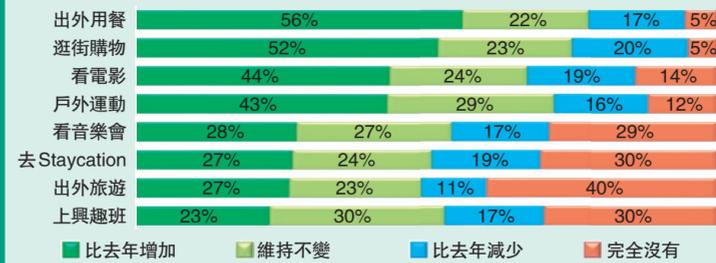
另外，網上購物已經成為市民日常生活的一部分，調查顯示受訪者在過去六個月的消費模式，網上消費漸趨成熟，接近九成受訪者表示曾在網上購物，19%更是平均每星期網上購物至少一次。四成以上的市民曾用大型商場設立的網上平台提供的服務，甚至76%曾使用網上平台提供訂餐或用自取平台服務。調查顯示支付寶(Alipay)是最常用的電子支付工具，使用率超過六成(66%)，其次為PayMe，使用率增長最為顯著上升達五成而升至第二位，八達通跌至第三位(48%)。資料亦顯示，至少三分之一受訪者表示單次付款限額可達1,000港元，顯示他們對使用電子支付非常安心。



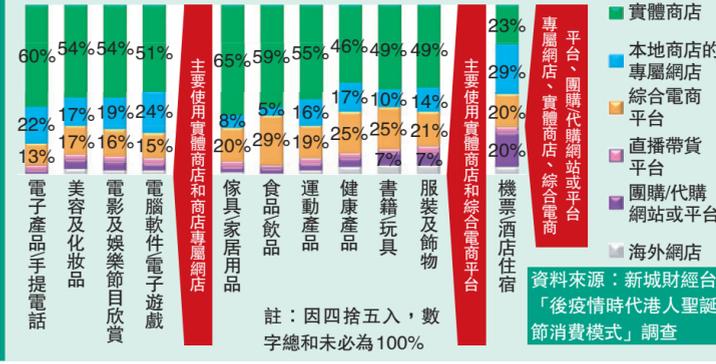
◆調查顯示，最能吸引受訪者於聖誕到商場購物的主要原因是商場推出的購物折扣和優惠。中通社

◆新城廣播商務及市場拓展總經理梁耀宗

## 今年聖誕/新年活動與去年變化



## 使用不同渠道去購買不同種類產品



資料來源：新城財經台「後疫情時代港人聖誕節消費模式」調查

## 加強數碼營銷迎合新消費習慣

香港文匯報訊(記者 莊程敏)疫情改變着人們的消費習慣，昨日調查亦顯示市民花費在網購方面佔達31%，新城電台的活動環節亦特別安排專家傳授在全球數碼化下，零售業界對於2023年數碼營銷策略。城市大學專業進修學院院長梁偉強昨指出，由於疫情不時有些禁足等措施，令人們在實體消費上有限制，網上營銷則變得相當重要。他建議，隨着元宇宙等新科技興起，商戶可以多嘗試利用新科技為消費者帶來不一樣的感官體驗，「在元宇宙的世界中，消費者或不會再有身份地位的不同，除了可以解決生活空間細的問題，更可超越限制，任何卡通人物或英雄人物都可以和你交談。」

## 本港產品灣區「鬥價錢」輪蝕

近年大灣區的數碼營銷發展步伐比較快，尤其前海，各大中小企希望透過創新科技進軍灣區市場。前海管理局香港事務總經理黃麗芳認為，內地與香港的營銷法規不同，如果有興趣進軍大灣區市場的商戶應了解清楚，同時香港的數碼營銷發展亦較前海落後，這方面亦需努力。梁偉強則認為，本港很多產品都被世界認為是有質素及設計獨特，在進入灣區市場很有優勢，但在「鬥價錢」方面則可能比較「輪蝕」。和記電訊(香港)個人市場銷售副總裁黃興全認為，大數據對於數碼營銷很有幫助，因可更精準地掌握個別顧客的生活喜好和需要，但數據並不是愈多愈好，而是需要找出合適及有價值的數據，將其轉化成「盈利」。而在找數據的過程中需要不斷嘗試，因消費行為會不斷改變，是一個動態的過程，才能獲得新的靈感。

## 網絡營銷需拓展顧客忠誠

香港資科技商會榮譽會長方保僑指出，社交網絡的互動對數碼營銷是有幫助的，但要將其與顧客忠誠計劃拉上關係，讓企業與消費者建立一個長期的關係。至於元宇宙等新科技目前在港仍未算全面化，建議企業留意相關發展再制訂出適合自己的策略。

# 世盃魔咒 港股跌336點成交挫



◆港股昨日曾跌逾600點。中通社

## 港股世界盃期內表現

年份	主辦國	期內表現
2018	俄羅斯	-7.2%
2014	巴西	-0.1%
2010	南非	+3.8%
2006	德國	+6.5%
2002	日本與韓國	-6.9%

香港文匯報訊(記者 周紹基、章蕙蘭)四年一度的世界盃開鑼，市場人士大都將注意力轉移至體壇盛會，港股昨日曾跌逾600點，收市跌336點報17,655點，成交大縮至1,105億元。分析師表示，股市在世界盃期間通常淡靜，其間未必會大跌，但牛皮悶局幾乎必然，如果希望在期內炒上落，更需要耐心。

## 聯波賭波影響股市買賣

投資市場約定俗成，有很多忌諱，如「秋官效應」、「摩天大樓魔咒」及「世界盃魔咒」等，雖然多數是穿鑿附會，但有時巧合得驚人，如前晚世界盃開鑼，港股昨復市就大跌。回顧2018年的世界盃，港股期內下跌7.2%，2014年世界盃期間也跌0.1%。更值得注意的是，世界盃期內成交也轉淡靜，撇開2018年世界盃因港股大跌而不計，2014年賽事期間港股交投亦跌5%，2010年賽事期間大市交投也跌11%，而2002及2006兩屆

世界盃，港股成交更大減28%，反映市場的注意都會轉移到賽事上。

華盛證券經紀部董事李偉傑表示，賽事期間很多股民要「捱夜」看球賽，日間自然欠精神，加上賽事投注也會影響買賣港股的積極性。他指，相較上周港股交投逾2,000億元情況，現時大市交投明顯縮窄，順勢進入整固階段。另一方面，他稱內地疫情反彈至每日2萬多宗，增幅算相當快，亦打擊大市氣氛。港股昨10天線失而復得，但4日合計，恒指仍累跌677點。科指跌幅最多曾跌5%，全日跌幅收窄至3%報3,631點。科指成份股中只有華虹(1347)仍錄得0.4%升幅。重磅科技股中，美團(3690)跌5%，阿里巴巴(9988)跌4.8%，騰訊(0700)跌1.6%較少。京東(9618)第三季經調整盈利同比增近1倍，股價亦要回調5.2%。

## 內地疫情反彈 濠賭餐飲軟

花旗宣布將香港在亞洲市場的評級上

調至「增持」，稱內地優化防疫政策和支持房地產市場，將會提升企業盈利。不過，內地疫情反彈，投資者憂慮疫情影響復甦進度，濠賭股全線下挫，金沙(1928)大挫7.7%，是跌幅最大藍籌。銀娛(0027)亦挫5.8%，澳博(0880)跌8%，永利(1128)跌6%、美高梅(2282)跌7.2%、新濠(0200)更挫一成。內地餐飲股同樣向下，海底撈(6862)大跌逾7%，呷哺呷哺(0520)跌6.6%，九毛九(9922)跌4.9%。

## 利好提振 A股供銷社股領跑

另外，昨日滬深大盤亦震盪低收，上證綜指收報3,085點，跌0.39%；深圳成指報11,134點，跌0.41%；創業板指報2,387點，跌0.1%。兩市成交8,492億元(人民幣，下同)；北向資金淨賣出20.46億元，止步連續6日加倉。中央網信辦、農業農村部啟動聯合制訂《數字鄉村建設指南2.0》，刺激A股供銷社概念再度活躍，昨日以逾4%的升幅遙遙領先。

# 瑞銀料美息明年首季5厘見頂

香港文匯報訊(記者 岑健樂)美國息口走勢與全球經濟與金融市場表現息息相關。瑞銀財富管理投資總監辦公室亞太區投資總監及宏觀經濟主管胡一帆昨表示，美國通脹近月略為回落，預期將會持續，到明年底或降至約3%。由於目前美國通脹仍處較高水平，估計美聯儲下月與明年首季將各加息50點子，令聯邦基金利率在明年首季於5%見頂。

## 港股短期表現仍審慎

瑞銀財富管理投資總監辦公室大中華區股票主管李智穎則表示，當通脹高於3%時，價值股表現普遍跑贏增長股，故當前仍然有利價值股。她續指，科網

股表現在加息環境下會較差，因其市盈率受加息影響而受壓，對短期港股表現持較審慎的態度。另外，她又預期，香港樓價明年或下調5%至7%。

李智穎續指，該行中長期繼續看好5G+、自動化和機械人等投資主題，以及部分可再生能源營運商、電動車電池和材料行業中的結構性投資機會。她同時指出，明年將會是較轉折的一年，市場可能在年內面對美聯儲加息、停止加息，甚至開始掉頭減息。而當美聯儲開始減息後，她建議可以配置周期股。此外，該行偏好具優質現金流公司，例如必需消費品、銀行、電信與能源。當內地進一步放寬防疫措施重啟經濟時，則

偏好可選消費、服務業、互聯網與個別工業板塊。

## 內地今年增長預料3.1%

內地經濟方面，胡一帆表示從內地最近公布的「二十條」優化防疫措施可見，中央政府在防疫政策上開始有所鬆動，若明年第三季開始大規模放寬防疫措施以重啟經濟，加上內地消費反彈及基建投資持續增加，將可推動明年內地經濟表現有較高的增長。她又預期，今年內地經濟將按年增長3.1%，至於明年內地經濟則有望加快至按年增長4.5%。

另外，她估計人民幣兌美元明年3月或低見7.3水平，由於預期聯邦基金利



◆瑞銀胡一帆(右)料內地經濟明年增長4.5%。旁為李智穎。記者岑健樂攝

率明年首季見頂，加上美國經濟增長放緩，明年下半年美聯儲可能開始減息，因此人民幣兌美元匯率其後將逐步回升，明年9月或處於「7算」水平，年底更會回升至6.9水平。

## 中金：港股最壞情況已過

香港文匯報訊(記者 周曉菁)中金發布2023年宏觀經濟及市場展望，策略分析師劉剛昨日於線上分享會指，港股明年有望維持積極和上行態勢，又認為「港股市場最艱難時刻已經過去」，正逐漸轉好，惟仍需留意外圍環境波動和內地經濟增長等影響因素。

## 反彈力度或大於A股

他指出，近期美國通脹高企、地緣局勢、中資股盈利表現等壓力，令投資者對港股信心不足，港股估值處於較低位。但近期內地政策發力支援房地產市場發展，疫情防控措施也逐漸得到優化，利好股市上行。若這些壓力明年得以舒緩，市場情緒逐漸恢復，港股表現有望反彈，且反彈力度將大於A股。

具體配置方面，劉剛建議，可以優先選擇「政策發力」股，如消費股和地產股；「預期改善」股如互聯網和醫藥股則屬於潛在回報組合，不失為中長期考慮對象。

## 內地經濟明年料增5.2%

就中國經濟而言，中金首席宏觀分析師張文朗指出，明年中國經濟有望回暖，其中新經濟發展或更為亮眼。若明年疫情影響逐步減弱，經濟將有力復甦，驅使明年GDP增長大約達5.2%，消費物價指數(CPI)全年平均升幅在2.2%水平。

他續指，明年中國出口貿易仍將維持「溫和」態勢，美元持續強勢有利中國企業出口，加上中國供應鏈較為完善，整體出口競爭力持續提升，出口表現將繼續維持良好。

至於環球經濟，張文朗指，亞太地區內部需求不減，明年區內經濟料溫和復甦，區內需求將支撐整體經濟向上。美國、歐洲等地區經濟則會繼續下滑，預測美國GDP增速料從今年約2%，下降至明年的縮減1%，歐洲則由今年升2.7%增長，至倒退逾1%。