



◆傳統金器仍是本地婚嫁市場重要的商品。資料圖片

兔年雙春兼閏月 疫情散去利婚嫁

金舖生意有靚色

新一代「悅己消費」推升金價

中國傳統婚嫁所購買金飾大都約定俗成，而年輕人購買金飾除了保值之餘，也講求「悅己」。六福集團執行董事兼副行政總裁黃蘭詩認為，有購買「三金」（即金頸鍊、金耳環、金戒指）或「五金」（即「三金」再加金手鐲和金腳鐲）的習俗，加上「悅己消費」蔚然成風，都令黃金首飾成為婚嫁及贈禮的熱門選擇。

若短期內金價急升，會對黃金飾品銷售產生一定影響，黃蘭詩相信，一般消費者會轉而購買鑲嵌類產品。黃金具避險功能，不少消費者會購買金條、金飾等產品，作為保值的資產或作投資。隨着市場不確定性增加，避險需求亦上升，長線看好金價前景。

景福集團行政總裁沈美蓮認為，市況和環球經濟始終不穩定，俄烏衝突又未完，種種不利因素底下，黃金扮演着重要角色。根據過往經驗，當市道環境不明朗，投資者把部分財富轉為持有黃金，金價會在短期內保持高水平。據該行觀察，近年不少顧客都有購買金條，市場需求大，相信金價維持高位一段時間。

經濟逆境無礙金銀銷售

沈美蓮續指，該行的黃金產品銷情樂觀，直言「金好奇怪，市民在好景時買金，逆境時都會買金」。現時金價回落就買金飾自用，但遇上戰爭、經濟逆轉、美元不穩定等等，市民就會購買金條以作保值對沖。整體而言，該行的金、銀和手錶產品近年都未受嚴重影響，客人主

要在珠寶方面收縮消費。周生港生港澳台區域總經理李敏姬表示，金價自去年10月後一直上升至高位，現時仍然高企，相信隨時升穿每安士2,000美元，似乎金價在短期內會維持強勢，對金飾珠寶零售業而言未必是好事，因為金價高昂，市場都會轉趨觀望。過去兩三個月，該行的黃金產品銷售的確受金價高企而有少少影響，雖然客人會到店觀看，但不少抱着「睇定先」態度，未必會即時決定，減慢銷售。集團希望今年即使金價強勢，如果期間有波幅高低，都可以刺激金飾銷售。



◆龍鳳鉤、龍鳳鏈、大花鏈是傳統必備的婚嫁金器。

明日2月14日是西方情人節，近日花店訂單急增三成；而今年兔年適逢「雙春兼閏月」，在傳統婚嫁中屬宜嫁娶年份，更加「喜」上「喜」。作為成婚的好年，加上防疫措施取消，飲宴人數再無限制，勢必有更多新人在年內結婚及補辦婚禮，將刺激婚嫁相關行業絕地反彈，金飾珠寶零售生意「起」上加「起」。經濟復常下，有調查指今年新人結婚開支增近三成，金飾珠寶零售商接受香港文匯報訪問時皆表示，早於去年已着手籌備今年的婚嫁產品銷售，除了開拓新產品、調配人手及開新零售舖，亦會集中宣傳婚嫁相關飾品，預期多項利好因素催谷之下，今年整體銷售將比去年有一定增長。

◆香港文匯報記者 曾業俊

景福集團行

政總裁沈美蓮表示，今年「雙春兼閏月」，加上政府基本上已取消社交距離及飲宴限制，預計婚嫁擺酒人數會比去年大幅上升，集團會為此準備更多。在2023年的宣傳部署上，集團會比較集中推廣婚嫁，而黃金是當中重要一環。傳統婚嫁比較重視金器，故會集中宣傳黃金產品和婚嫁產品，藉此提供更多婚嫁及金器供本地客及遊客選擇。

景福：遊客重臨 銷售料升兩成

沈美蓮預計，今年在復常通關、防疫限制放寬、農曆新年、「雙春兼閏月」等多方利好因素推動之下，本港金飾珠寶零售業前景正面，即使復常通關後訪港旅客和零售銷售數字無法即時回復疫情前水平，始終都會帶來額外生意，集團期望今年遊客重臨，可增加整體銷售額兩成。事實上，珠寶銷售於疫情三年來幾近停頓，而推廣活動在疫情時期亦幾乎完全暫停，所以集團計劃在未來一年，除了積極宣傳婚嫁系列產品，亦會重新部署和落實更多珠寶產品的宣傳活動，讓顧客可以重新回歸。

周生：大量準新人早已查詢

周生港生港澳台區域總經理李敏姬表示，集團自去年已開始為今年的「雙春兼閏月」鋪排，包括產品設計、豐富婚嫁產品系列，以至推廣銷售等，一連串營運都需要時間部署。事實上，今年是婚嫁「好年」又適逢社交距離限制取消，年初至今有大量準新人查詢，並前往店舖觀看和揀選婚嫁飾品。婚嫁系列產品尤其以黃金飾品最受重視，廣東至華南沿岸人士必定會選購龍鳳鉤、龍鳳鏈、大花鏈等等，這些都是傳統上必需有的婚嫁金器。集團自去年已陸續推出好多新款的婚嫁金器，未來會繼續豐富這些系列，以迎接今年的「雙春兼閏月」。

月」嫁娶好時年。

李敏姬又表示，鑽石戒指和對戒都是新人要提前準備購買的婚嫁飾品，部分打算在年底結婚的新人，現時已陸續出來選購，而集團亦會為這類飾品系列推出更多全新款式，部分款式更容許個人訂製，讓新人有更多選擇。

李敏姬相信目前各項外在環境和整體經濟因素趨向正面，對行業前景審慎樂觀，期望今年業務可以獲得一定升幅，但實際增長幅度仍難以估計。她估計，今年農曆新年的銷售額有望比去年同期增加兩至三成，而往後銷情就取決於市況恢復速度。

六福：每月「婚」享日推優惠

六福集團執行董事兼副行政總裁黃蘭詩同樣指出，癸卯兔年為「雙春兼閏月」，是中國傳統中的婚嫁好時年，加上社交限制取消，相信會帶動用於婚嫁、贈禮等飾金產品需求增長。集團向來看重婚嫁市場，為刺激婚嫁市場不斷擴張的消費需求，將每月14日定為六福珠寶「婚」享日，並推出不同活動，提醒顧客每月均有情人節，可為伴侶送上小驚喜。

黃蘭詩期望，今年本港金飾珠寶業能夠早日回暖，但相信內地及香港放寬防疫措施後，社會恢復正常秩序需時，因此預料實際市況要等通關一段時間後才会有明顯變化。

集團會視乎全面通關進程，在零售網絡進一步擴展、社交限制放寬及政府銳意落實推動經濟措施和消費支持政策下，加上集團2023下半年財年的低基數效應，期望本財年收入有正增長。

小知識

雙春閏月何解

「雙春」即有兩個立春，在婚嫁傳統中，春天象徵開枝散葉，「雙春」就更宜嫁娶。「閏月」即當年曆法中有13個月，「閏」蘊含滋潤與豐收的意思，夫妻之間有愛情滋潤。



◆景福看好疫情後生意反彈，早於疫情期間已新開兩間店舖準備迎接訪港旅客。圖為中環總店。

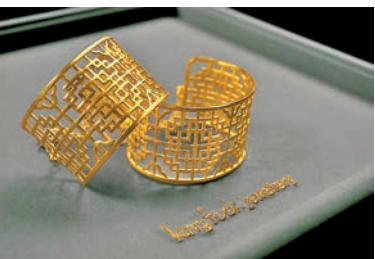
看好遊客重臨 招兵買馬開新店

一年之計在於春，企業大多在年初籌劃好未來一年的發展策略。景福集團行政總裁沈美蓮表示，集團早於疫情期間已新開兩間店舖準備迎接訪港旅客，並為兩店舖增聘兩隊全新團隊，共涉約20人，以公司本身約8間分店的規模而言，過去幾年增聘人手比率相當多。至於未來會否繼續招聘人手，要視乎通關後實際人流有多大；不過目前人手仍應付自如，始終公司產品比較高端，不是大眾市場要賣銷量的店舖，所以暫時人手仍然足夠。

沈美蓮續指，遊客是集團前個新年打算吸納的消費群，因為傳統上集團都以本地客居多，而且集中於中環，方便港島區客；所以兩間新店是刻意於遊客區開設，同時拓展銷售據點至九龍和新界。不過，集團未來的開舖策略不一定集中遊客區，而是要視乎服務和銷售點能否涵蓋全港。九龍和新界面積都好大，集團目前只有兩個據點，所以如果之後有適合地方，集團都會考慮再開多少分店。

定位高端消費區域

她補充，集團與其他同行「有嘍唔同」，其他同行的覆蓋面好闊，不會急於開設大量新店；但景福相反，因為過往比較集中於中環，現時反而想放射



◆景福主攻高端珠寶金器。

出去，於適當的九龍區或新界區開多一兩個據點，令服務點可以幫到更多本地人客之餘，同時吸納更多訪港新客。另外，由於集團產品定位比較高端，所以未來都會集中在相對高端的地區擴充。

她透露，近期無論是尖沙咀抑或銅鑼灣，成交舖租都較疫前有一定跌幅，經歷三年時間，業主都明白市場情況，即使以前企得好硬，現時都要面對現實，因為選擇真是好多，尖沙咀和銅鑼灣可以選擇的店舖有一打。她指，以前業主的空置率可能少於10%，議價能力自然大，租客只能選擇進入抑或不進入這些地區。但現時差不多每一區都未必需要進駐商場，因為街舖選擇眾多，幾乎每區都有十幾廿間街舖值得揀選，而業主都要面對現實，因此無法企硬，只能提出符合租客意向的價錢。現時租客的議價能力大了，但雙方仍在觀望未來一年，究竟遊客回歸的情況能

否回復至疫情前水平，業主和租客對此都有保留，不會在現時就已經用2019年之前的租金水平來磋商。沈美蓮坦言，集團旗下分店在過去兩年都獲得租金調整，「因為完全無遊客是不爭事實，好多業主都會知道租客的銷售情況，這些都無需爭拗，睇返銷售趨勢已經知道有無空間加租、或可唔可以要求以前的理想價。」

舖租較疫情前減半

她又指，每間店舖的租金調整幅度都不一樣，不過市場上好多舖租比起2019年高峰下跌一半，甚至最近尖沙咀租金已跌至高峰期的三分之一或十分一，有好多以前好貴租的地區，由於選擇真是多，業主寧願「有錢收好過無錢收」，所以每區租金跌幅都不同，要視乎該區的空置率有幾高。中環區租金跌幅較少，但銅鑼灣、尖沙咀就好嚴重，在這些地區議價會較容易。

民生區開店 拓本地生意

除了景福集團訂好了全年大計外，其他金行在擴展策略方面也有不同看點，周生港生港澳台區域總經理李敏姬表示，今年未必會好積極擴充店舖和人手，香港每年都會有好幾個重要的基建項目，例如新商場或新發展區，集團其實都會去接觸和洽談這些新項目，當有適當機會，都會開新分店。集團會繼續優化分店網絡，現時門店已覆蓋多區的民生社區，以至大型商場和百貨公司。

根據集團早前的規劃，今年會多開3至4間新店舖，分別位於香港近年新發展的大型基建地區，並集中於民生社區居多；新商場普遍都有接觸，反而未有好着力於遊客區開店。她補充，集團仍會繼續在遊客區物色機會，因為近幾年營商環境轉差，反而物色到「靚舖」的機會更大，而事實上，「靚舖」無論市好或市差，大家都會留意，集團亦會繼續關注。

李敏姬指出，本港舖租正在受壓，現時主要分成兩派業主，一方面有業主珍視他們是優質品牌，希望盡快與他們落實更長遠關係，不會在續租要求或租金調整上好進取，因為始終市況需要慢慢回復，有部分店舖已在這

些條件下續租。但亦有部分業主希望觀察一段時間，視乎通關能否帶來非常正面的效應，因此暫時擱置續租商議，先觀望一兩個月情況再洽談續租。不過就未見好進取或大幅加租情況，似乎大家都願意在合理評估底下洽商。

六福將專注拓內地業務

六福集團執行董事兼副行政總裁黃蘭詩表示，集團在2023至2025財年的三年主要策略以專注內地市場拓展為一大重點，將繼續深耕內地市場，並在2023財年以店舖淨增長350間為目標，集中下沉四五六線城市，搶佔市場先機。過去幾年，新增的香港店舖主要位於民生區，如馬鞍山、南昌、上水和元朗。隨著免隔離通關規模的逐步擴大，集團會密切留意市場變化，如租金加減、市況及營業額變化，整合零售點位置。除了港澳及內地，集團現時在馬來西亞、柬埔寨、菲律賓、老撾、美國、加拿大及澳洲亦開設分店，在全球範圍內擁有逾3,090個零售點。未來，集團會繼續物色合適的國家及地區，不斷開拓海外市場。