

零售業需轉型 應對消費力「雙失」

聚焦大型國際盛事 着力發展體驗式零售



◆林應威(左)建議香港業主和零售商重新檢視其傳統營運策略。右為鄧淑賢。

香港經濟復甦步伐較預期慢，特區政府本月中將今年全年GDP增長預測下調至3.2%。昨日一項調查顯示，香港尖沙咀以每年每方呎1,493美元租金，在全球最貴購物地段排名中位列第三，並蟬聯亞太區最貴購物地段之首位置，不過，隨着旅客消費喜好改變及港元匯率強勁，香港消費力出現

「雙失」：旅客來港減少及消費減少，本地人消費則外流深圳、日台韓。調查機構建議政府及業界因應消費市場的變化，聚焦國際大型盛事，尤其是具文體元素在內的體驗式零售，對振興香港零售市道至關重要。

◆香港文匯報記者 蔡競文

2023年全球主要零售大街排名

2023年全球排名	2022年全球排名	市場	城市	零售街區	租金(美元/方呎/年)	對比疫情前水平	按年增長
1	1	美國	紐約	上第五大道(第49街至60街)	2,000	14%	0%
2	3	意大利	米蘭	蒙特拿破崙大街	1,766	31%	20%
3	2	大中華區	香港	尖沙咀(主要街區商店)	1,493	-39%	4%
4	4	英國	倫敦	新邦德街	1,462	-11%	0%
5	5	法國	巴黎	香榭麗舍大道	1,120	-18%	0%
6	6	日本	東京	銀座	912	0%	0%
7	7	瑞士	蘇黎世	班霍夫大街	907	-2%	1%
8	8	澳洲	悉尼	彼特街購物中心	747	-24%	0%
9	9	韓國	首爾	明洞	642	-19%	5%
10	11	奧地利	維也納	科爾市場	506	6%	2%

戴德梁行發表《全球主要零售大街》報告，香港尖沙咀在全球最昂貴購物地段排名下跌一位，位居第三，在亞太區排名則蟬聯第一，主要街區商店租金每年每方呎1,493美元，按年升4%，與疫情前比較則跌39%；銅鑼灣在亞太區排名第二，主要街區商店租金每年每方呎1,374美元，按年升6%，與疫情前比較跌46%；全球排名第一的是美國紐約上第五大道（第49街至60街），租金每年每方呎2,000美元，與疫情前比較升14%，按年則持平。

香港尖沙咀及銅鑼灣租金按年回升，戴德梁行執行董事及香港商舖代理及管理服務主管林應威認為，相關情況反映即使受到全球經濟增長放緩影響，香港一線街舖的復甦仍富有韌性，當然也有疫情期間的低基數效應。他稱，目前尖沙咀廣東道一帶商舖空置率約10%，由於整體環球經濟氣氛不明朗，奢侈品品牌在擴張或作整合時相對審慎，預期空置率要改善可能要半年至一年後，香港要重返全球最貴購物地段前兩名，可能需要較長時間。

旅客來港消費減 本地消費外流

三年疫情改變了世界，報告指出，隨着旅客消費喜好改變及港元匯率強勁，形成旅客來港減少、消費減少，而本地人消費外流深圳、日台韓的情況，香港零售市場格局已發生重大變化。聯匯下掛鈎美元的港元，隨美國加息持續升值，大為削弱了旅客來港的消費意慾，另一方面則鼓勵港人外遊。數據顯示，港元兌人民幣今年以來升3.56%，港元兌日圓今年以來升12.71%，本月中每百日圓兌港元曾跌穿5.15水平，創33年新低。

戴德梁行執行董事、香港研究部主管鄧淑賢表示，電商的興起、港元走強，以及來自鄰近大灣區內地城市競爭等零售業態的改變，為香港零售商和商場業主帶來挑戰。根據政府數字，今年上半年過夜旅客和不過夜旅客在購物上的消費總額，分別僅為2018年同期的55%和

18%，反映旅客消費模式改變，對比以往「純購物」的方式，更傾向選擇「深度遊」和發掘香港本土文化特色。

文娛體驗式消費成市場新趨勢

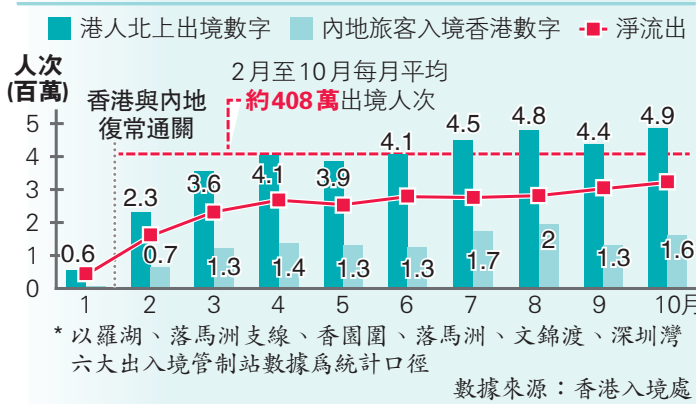
戴德梁行引述入境處資料顯示，香港居民經由羅湖等6個陸路口岸出境並進入深圳，由年初至10月數字有上升趨勢，由2月至10月每月平均約有408萬出境人次，單計10月份已有約490萬人次北上；相反，內地旅客入境香港數字則追上港人北上人次，由今年2月至10月份，內地旅客入境香港介乎70萬至200萬人次。根據旅發局資料顯示，今年首10月累計錄得2,680萬訪港旅客人次，是疫情前2018年同期的51%。

戴德梁行指出，香港零售生態正在蛻變，消費者不再只追求奢侈品和純購物體驗，反而對創新零售概念、活動和娛樂零售的需求日益增加，體驗式消費成市場新趨勢。健康相關行業亦發展成零售市場重要的增長動力，截至2023年6月，香港的24小時健身中心數目已從2021年11月的117家增長54%，至180家。業主、營運商和零售商紛紛為商場引入體育元素和運動體驗，藉此吸引人流和提升業績。

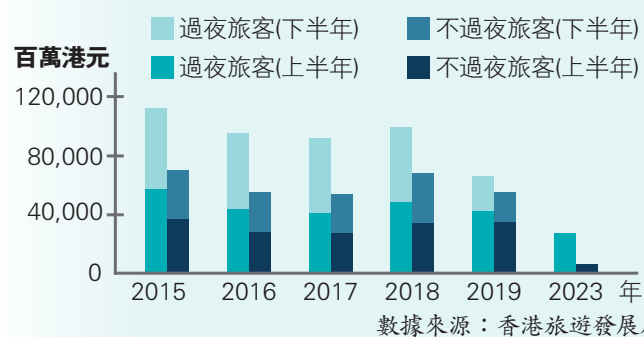
建議商場增運動健康元素設施

林應威建議，業主和零售商需重新檢視其傳統營運策略，並着力增強現有的零售體驗，例如可以引入創新概念，更充分利用商場內閒置的公共空間，增加與運動和健康相關的元素和設施。他認為，香港地理位置優越，是舉辦各種國際盛事和大型音樂會的理想城市，香港國際七人欖球賽、巴塞爾藝術展、大型音樂會等都是香港獨有的國際級盛事，若政府願意繼續開放更多資源提供更多世界一流的配套，將能為香港零售市場帶來正面效益，支持零售市場整體健康發展。

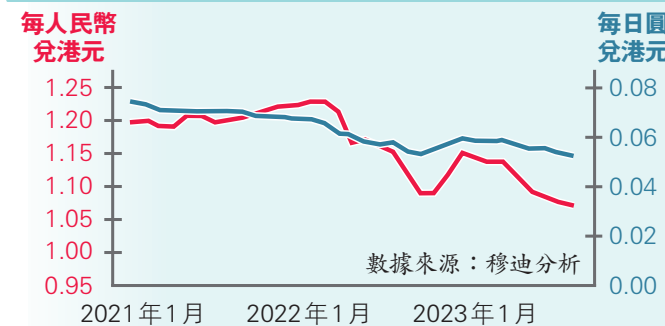
今年香港居民北上深圳 遠超內地旅客入境



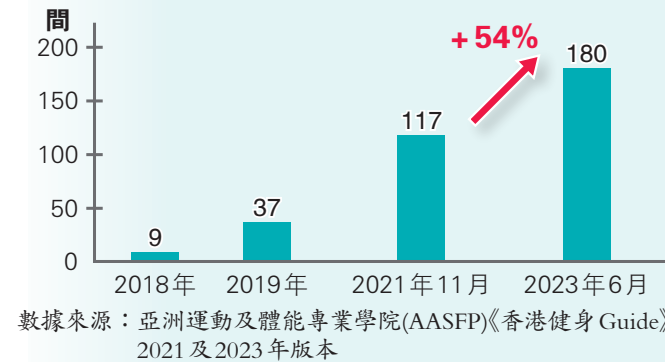
今年上半年旅客購物消費總額回落



人民幣及日圓兌港元持續貶值



香港24小時健身中心數量大增



香港商場變陣 注入文娛體驗

香港文匯報訊(記者 蔡競文)疫情過後，無論是本地消費者抑或是旅客對消費的需求都已有所改變，不再單純以購物為主，取而代之的是着重體驗及服務。市場上已經有一些成功把零售體驗元素

注入商場的例子，這些項目都呈現了如何將零售與娛樂運動元素結合，既可為商場吸引更多人流，提升生意額，也可為社區注入新活力。

例 愛定商場

「空中跑步基地」
基滙資本將屯門愛定商場打造成全港首個「空中跑步基地」和「空中運動營」。



例 街馬「家」時賽@MegaBox

「街馬『家』時賽@MegaBox」在商場不同店舖範圍內，以定向及遊戲體驗親子玩樂時光，活動包括親子單車接力之旅、跳躍球比拚、健康飲食小智識、冰壺達陣、健康飲食軟式飛盤、雙人瑜伽、無線繩繩及心有靈犀等。

例 希慎廣場

有蓋滑板公園
今年初銅鑼灣希慎廣場4樓空中花園Urban Park啟用，為香港首個繁華鬧市中有蓋滑板場，整個Urban Park的概念是將潮流文化、藝術、運動等元素融合。



例 朗壹廣場

中庭設攀岩牆
香港攀樂樂園元朗分店於朗壹廣場正式開業，樂園設有全新48米闊抱石牆，於商場中庭設有約8米高室內高牆，樂園設有儲物櫃及更衣室，可租借攀岩鞋及安全帶。

廣州領展廣場開幕 出租率達95%

香港文匯報訊(記者 帥誠 廣州報道)領展(0823)宣布，旗下位於廣州珠江新城東側的購物中心廣州天河領展廣場已於昨日正式開幕。集團表示，該項目現時整體出租率達95%，首期項目投資回報率約12%。集團稱，看好內地的零售市場。

客流增40% 銷售增65%

領展中國內地董事總經理竺海群介紹，廣州天河領展廣場的資產提升首期項目總投資約3億元人民幣，工程於去年9月開展，透過重新配置空置空間、定位商戶組合、營造更舒適怡人的公共空間等，全面提升資產價值，並於今年9月重新開業。「去年至今，該項目已吸引超過60家全新品牌入駐，城市首店及區域首店比例超過五成，整體出租率達95%以上，首期項目投資回報率12%。」他還透露，今年10月，廣州天河領展廣場客流量及銷售額雙雙創項目自2021年6月領展收購以來的新高，其中整體客流較去年同期及今年9月均錄得超過四成增長，總銷售額較9月提升逾三成，較去年同期更大幅提升65%。領展執行董事兼行政總裁王國龍表示，港人北上

趨勢持續，集團在多年前已部署大灣區市場。廣州天河領展廣場是內地業務中第二個大規模資產提升項目，當時看好其潛力，附近亦沒有太多競爭對手，平日做商務客生意，假期做家庭客。此外，在翻新項目期間，商場繼續營運，不影響租戶生意。

廣州天河領展廣場前稱太陽新天地購物中心，領展於2021年以逾32億元人民幣(約39億港元)收購。竺海群說，在項目改造後，充分考慮到更廣泛的服務功能，把餐飲品牌比例控制在35%左右，引入了更多如KTV、親子互動等滿足周邊家庭需求的品牌，並把停車位增加到近千個，也希望藉此帶動周邊商戶的集聚。

領展：暫無意出售內地資產

對於早前有傳領展將出售內地7個物業項目，王國龍回應指是「無根據的假新聞」。他說，領展作為積極有為的資產管理人、負責任的投資者，會不停考慮組合增加投資或退出，但目前沒有出售內地資產的計劃。領展自2015年起持續擴展內地投資版圖，已逐步建立一個優質、多元、可持續的資產組合。他又表示，集團不會盲目追求目標，會在全



◆廣州天河領展廣場內部。香港文匯報記者帥誠攝

球物色合適的項目投資，考慮發展前景和消費力等，尋求好的項目再出手。

談及對明年內地零售市場的展望，竺海群十分樂觀，「從國家統計局公布的最新數據可以看出，過去三個月零售業在持續提升，我們在大灣區內地的3個項目近期客流量都有明顯增長，也正是考慮到當前消費趨勢趨於理性，我們在改造項目過程中也引入了更多適合家庭消費的品牌。」

香港文匯報訊(記者 帥誠 廣州報道)港資購物中心在資產提升中充分考慮品牌效應和市場需求的布局，對品牌進駐的吸引力也有了顯著提升。剛開業5天的親子樂園品牌Meland，緊貼天河領展廣場主打親子消費場景的定位，在樂園內可以看到牛奶牧場、木粒工廠等多種親子互動遊樂設施，雖然開業不到一周，但園內各個項目都座無虛席。樂的文化海外發展事業部負責人王藝風認為，廣州天河領展廣場的定位明確，周邊也無同類競爭項目，是很好的選擇。「我們開業五天收到的客戶評價反饋、投資回報率都已經達到預期。」

位於廣場七樓的客語，是一家主營客家菜、粵菜的餐飲品牌，其在領展廣場的店舖面積超過600平方米，是廣州其他分店面積的兩倍。客語廣州分公司總經理梁志棟表示，選擇進駐廣州天河領展廣場，首先是看中了天河核心商圈的客流量優勢，其次是項目資產提升後對客群的定位，也符合公司品牌定位的食客群體。他指天河領展廣場的租金在公司廣州的店舖租金中雖然不是最低，但綜合考慮到周邊的白領、家庭客群豐富，性價比也很高。

找準定位 找客不難