



# 香港文匯報新年新版面

## 《走進中國軍隊》

本報與新華社解放軍分社攜手推出，以四十五個跨版版面，揭開中國核武裝和深海打擊力量的神秘面紗，介紹人民軍隊的最新風貌。

## 《高端訪談》

邀約省部級高官、中央智囊及權威學者、著名企業家，就國際風雲、神州焦點、財經走勢發表灼見真知。清華大學國情研究中心主任胡鞍綱，著名外交官吳建民，中國社科院副院長、金融專家李揚等人都將在本報與讀者見面。

## 《政情與評論》

關注香港政情發展，俾眾要求增加篇幅，逢星期一至五刊出。

## 系列專欄

中國：《神州視點》：及時解讀今日中國各種議題及新聞背景。

台灣：《寶島快評》：以簡短精煉的文字論說台灣政經大事。

港聞：《時間短打》：結合專家學者看法，夾敘夾議分析政治熱點問題；《焦點透視》：探討民生社會問題，助讀者更深入了解新聞內涵。

財經：《財經解碼》：邀請專家學者解讀財經重點新聞；《新聞背後》：剖析熱點新聞的緣由、背景；《愛書才會贏》：推介中、外及本港財經新書；《上位有法》：介紹企業人事管理、職場生涯百態。

國際：《e世紀》：報道有關電子科技、產品，以及互聯網等新聞；《醫療全接觸》：追蹤最新醫療、健康資訊；《環球爆聞》：網羅天下奇聞趣聞；《凌晨直擊》：直擊凌晨發生的突發新聞。

## 報網互動

為方便讀者閱讀，文匯報將精美的文匯報原版本式地呈現給讀者；同時，讀者還可在IPAD及IPHONE平台上隨時瀏覽文匯報提供的各種訊息。



《走進中國軍隊》

### 重要新聞

TOP NEWS

2010年12月30日(星期四) 香港文匯報 WEN WEI PO

A3 責任編輯：何寶棠 版面設計：美術部

# 天冷催熱市道 全球聖誕旺銷



美國

## 貿發局：新興市場勝歐美 惟明年港出口料放緩

香港文匯報訊(記者 邱婷) 全球經濟逐漸復甦，今年各地聖誕銷情普遍優於去年。香港貿發局昨發表報告指出，嚴寒及加增值稅，成為美國、英國聖誕銷情的救星，預計均錄得增長。新興市場較傳統市場表現更出色，其中中國內地11月零售總額按年升18.7%。不過，貿發局助理首席經濟師潘永才預料，明年本港出口增長率將由今年的逾20%放緩至8%，主因歐美庫存上升及內地人工壓力和人民幣升值預期令成本上升。

貿發局的報告顯示，今年各地聖誕銷情較去年佳，特別是中國內地和個別新興市場。內地今年首11個月的零售總額按年同期增長18.4%，單以11月計，升幅達18.7%，而城市和農村地區的零售總額升幅分別為19%和17%。

越來越多城鎮加入慶祝聖誕的行列，年輕的消費者亦趁聖誕促銷期間購物。新興市場如俄羅斯、波蘭、巴西、智利等的聖誕銷情表現亦不俗，預計明年的銷售增長持續。

傳統市場方面，儘管受歐債影響，美國、英國和德國聖誕銷情表現仍不錯，惟意大利、法國、日本等市場均錄得輕微跌幅。

### 股市佳帶旺美銷情

潘永才表示，近期美國通過延長減稅法及失業救濟法案，刺激股市好轉，加上天氣寒冷，以及感恩節至聖誕節長達29天的節期，令今年聖誕銷情較預期理想，相對於09年1%輕微升幅及08年的4%跌幅，預計今年按年上升約3-4%。但另一方面，9.8%的高失業率及股市低迷，仍對明年美國的消費者信心存在負面影響。他預料，明年美國的經濟增長持續，但略為放緩。

受歐元區債務危機影響，歐洲消費者表現審慎，大多數人消費態度維持保守，傾向購買基本實用貨品，惟個別國家的聖誕銷情各有不同。英國今年聖

誕表現強勁，按年上升約4%，潘永才指，主要因明年1月英國擬將增值稅由17.5%調升至20%，令英國消費者紛紛提早購物，零售商又大力促銷，但由於地產市道不佳，對明年英國經濟前景並不樂觀。

### 歐洲市場有好有壞

德國方面，與去年輕微下跌的情況比較，今年明顯好轉，貿發局預計，德國聖誕銷情將按年上升約2.5%，主要因新興國家對其機器產品的需求仍大，出口表現不俗，失業率持續下降，帶動市民消費意慾。而意大利和法國的聖誕銷情則較淡靜，預期兩地按年均錄得輕微跌幅。

今年本港出口增長逾20%，展望明年，潘永才則預計，升幅將放緩至8%，主要由於美國高企的失業率及地產市道表現較差，而量化寬鬆和減稅措施的成效未必持續，料美國經濟尚未能回復至金融海嘯前的水平；另一方面，在歐洲債務危機的陰霾下，歐洲國家需推出緊縮開支措施，這些因素均影響本港傳統出口市場對消費品的需求。

### 庫存足明年訂單減

另外，他又指出，今年的歐美訂單增多，主要是因買家需要增加庫存，故令本港出口錄得較大升幅，但他認為，類似情況明年不會持續，因海外買家已有庫存，訂貨仍會審慎。

香港文匯報訊(記者 邱婷) 香港貿發局助理首席經濟師潘永才昨指出，歐美傳統市場的聖誕銷情較去年為佳，部分原因是今年出現一些特殊因素，在個別地區帶來短暫的正面作用，例如今年在北半球不少地區出現的嚴重暴風雪刺激當地對寒衣的需求；而在英國，當地消費者提早購物，以逃避明年一月增值稅調升的影響，亦為當地聖誕銷情帶來動力。潘永才指出，在大多數市場，珠寶、鐘錶等高檔貨品均錄得較佳銷情，而平板電腦、平面電視、智能手機等電子消費產品則銷情暢旺。

### 家居產品受累樓市疲弱

玩具方面，消費者對基本、低價產品仍有需求，電子遊戲產品更有不錯表現。至於與家居相關的產品，在美國、英國等地，則受到當地地產市道疲弱拖累。

### 人窮志不窮續捧高檔貨

對於本港傳統的出口市場，潘永才指，歐美市場佔整體出口約六成，現時消費態度審慎，對基礎實用的物品需求大，但仍不願犧牲品質，特別需要高價值的產品，例如環保產品，建議本港出口商設計性價比及安全性能較高的產品，以迎合這部分市場；同時，須注意俄羅斯、巴西、智利等新興市場湧現的商機，其中中國內地的內銷市場及鄉郊發展在政府的積極推動下，將為港商帶來大量機會。

### 中國內地

■銷情：消費氣氛強旺，今年頭11個月零售總額較去年同期增長18.4%。11月升幅亦達18.7%，城市和農村地區的零售總額升幅分別為19%和17%。

■原因：內地近年不但大城市慶祝聖誕，連農村地區較為發達的城鎮亦陸續加入慶祝行列，零售商店佈滿聖誕裝飾物，並舉行相關的促銷活動。

■展望：提升消費仍是首要議題。中央政府致力鼓勵收入重新分配及消費，工資水平提高，沿海城市復甦，但出口增長溫和；二、三線城市受惠於農村發展；對奢侈品及物有所值的貨品需求大；消費者到港購買高質貨品，並抵抗人民幣升值。

### 美國

■銷情：相對於09年1%輕微升幅及08年的4%跌幅，估計今年將上升約3-4%。

■原因：通過延長減稅法案及失業救濟法案，寒冷的冬季，以及感恩節至聖誕節長達29天的節期。

■展望：低息環境、高失業率、脆弱的地產市場、家庭減債等因素令其只能溫和復甦。較需要基本功能及環保類產品，對奢侈品需求好轉。

### 英國

■銷情：今年銷售表現強勁，估計較去年上升約4%。

■原因：由於當地增值稅將於明年一月由17.5%調升至20%，零售商大力促銷，吸引消費者大舉入貨。

■展望：不感樂觀，因其地產市道不佳，家庭仍有減債壓力。

### 德國

■銷情：去年聖誕銷情輕微下跌，今年明顯好轉，料較09年上升約2.5%。

■原因：德國失業率持續下降，消費信心不斷上升，零售商亦須大幅削價求售。

■展望：向新興國家出口生產所需物資能使其繼續受惠，對消費市場有正面影響。

### 意大利和法國

■銷情：較為淡靜，與去年相比兩地均錄得輕微跌幅。電子消費產品銷情較理想，奢侈品的需求則不佳。

■原因：消費受財政緊縮政策影響。

■展望：意大利仍能受惠於海外對奢侈品的需求，但受債務危機影響嚴重；法國經濟增長由國內市場拉動，需求受緊縮政策影響。