

## 常來常往改消費模式 貨比三家購物趨審慎

# 內地客學精 港商戶出奇

香港文匯報訊(記者 郭兆東)五一黃金周帶旺本港零售業。隨着個人遊日漸普及,內地客已毋須集中趁長假期來港消費,並選擇多次來港購物,有商場指最近內地旅客單次消費金額下跌近10%。有商戶不諱言內地客消費時變得謹慎,不急於即時購物,甚至要貨比三家,才願意付鈔,現時商戶須各出奇謀,以品質保證及優惠折扣鼓勵消費,甚至向顧客贈送小禮物,務求以奇招重振黃金周昔日的風光,希望生意額能有30%升幅。

**內地客**近年的消費模式已有所改變,從以往趁長假期來港掃貨,改為密集式來港購物,單次消費由闊綽變得謹慎,產品亦由奢侈品改為日常用品。新鴻基地產代理高級推廣經理梁婉珊表示,內地客消費模式已改變,旗下商場單次消費額下跌近10%,但平均到訪次數則上升約7次,總體消費金額應有所上升。

### 打折送禮保質 望增三成生意

在銅鑼灣世貿中心經營的一間法國護膚品店,最近與商場合作推出優惠券「吸客」。店舖經理祁德美表示,近年內地旅客變得精明,為配合購物心態轉變,推出有品質保證的高級套裝,以高價貨滿足他們的優越心態,並以優惠券吸引他們消費,估計內地客佔整體客戶比例,有望從目前約20%增至約25%,希望有30%的生意額增幅。

一間日資服裝店的區域主任余欣奇表示,為鼓勵內地客消費,在黃金周期間推出多項優惠「吸客」,包括消費滿特定金額可換領折扣卡,再購物時可享8折優惠。她稱,現時內地旅客平均消費約1,000元至5,000元,佔整體營業額約20%,並印製精美購物袋,贈送客人令他們留下深刻印象,吸引他們日後再來消費。

### 一次豪購漸稀 小量常買時興

銀行高級店舖經理林建華表示,內地旅客訪港方便,去年3天的營業額已達70萬元,但由於來港消費已成平常事,旅客抱着「閒逛」心態,料今年營業額較去年同期減少30%,以往每月出現一次的20萬元消費額豪客,今年亦只出現過一次。他稱,為刺激消費,特別製作手鏈及原子筆等小禮物「留客」。

### 同品牌同價格 還是港貨放心

多個商戶紛紛推出折扣優惠「吸客」,有內地客認同本港產品優惠折扣多,但購物毋須急於一時,可先行格價才購買。每月從廣州來港的陳小姐表示,本地購物折扣多,有藥房為促銷產品而推出「買一送一」優惠,令她感到物有所值,並因她每個月均到港,購物不急於一時,會在兩地格價後,待最划算時才「大手入貨」。

同樣每月來港一次的黃小姐認為,內地人漸趨重視產品質量,本港在品質保證中有較良好的表現,而且常有購物折扣,在連鎖商店中購物更可享額外優惠,而且本港出現劣等貨的機會也較小,即使是同一品牌洗髮水,價錢雖與本港相若,但品質落差甚大,現在寧願待每月一次訪港才購買日用品,也不願在內地浪費金錢。



「儂人團購」來自廣州的「儂人購物團」一行40名佳麗來港消費,活動由香港某大商場組織,施奇招拓展「黃金周」生意額。香港文匯報記者莫雲芝攝

內地客是港消費主力軍。香港文匯報記者劉國權攝

## 指南通街派 引客入店來

香港文匯報訊(記者 林曉晴)內地遊客多年來是本港「旅遊業」火車頭,撐起本港旅遊業「半邊天」,亦為出版商帶來新商機。本港近年在旅遊旺區,都有人免費向遊客派發消費資訊雜誌。有學者分析,隨着個人遊客量日增,因不熟悉本港市場,有商人遂構思供內地客消費的購物指南,而製作成本有限,利潤可觀。

隨着個人遊日漸普及,一簽多行等政策,內地客來港愈趨便利,而在銅鑼灣、旺角及尖沙咀等本港旅遊區,不時會見到有人派發消費資訊雜誌,印刷精美,內裡都是本港各大商場及旅遊景點的介紹,亦會以每月主題的形式去介紹不同貨品,包括衣飾、珠寶及食肆等,但實質上是一本廣告書。

### 專攻個人遊 招徠廣告商

經濟學者關焯照表示,在旅遊旺區派發有關刊物是一種市場策略,有商人針對現時每年有大批內地遊客來港,當中大部分是個人遊,因他們對香港情況並不熟悉,因此這類小冊子便可吸引他們索閱,不愁沒有讀者群。他相信,不少商戶亦願意在這些雜誌登廣告,造就近年市場上同類的小冊子愈來愈多。

關焯照表示,隨着內地遊客來港愈來愈多,他們來港次數亦愈來愈頻繁,購物目標亦有改變,不再限於奢侈品,亦包括日常用品,使他們每次來港的人均消費減少,但奢侈品商戶,如名牌手錶、鑽飾金



五一黃金周吸引大批內地客來港購物。香港文匯報記者劉國權攝

器等仍然愈開愈多,在零售業競爭劇烈下,為了「吸客」,商戶願意在這些小冊子上登廣告,增加商戶曝光率。

香港專業教育學院(柴灣)工商管理系講師吳麗輝表示,這類雜誌內容多由廣告商贊助,雖然印刷精美,但相信贊助費可抵消製作成本,並估計利潤應不俗,才會令這類小冊子愈來愈多。她認為,本港旅遊景點不算多,可派發地點有限,小冊子之間競爭亦劇烈,因此小冊子的出版「壽命」亦難以估計。



內地客在港消費日趨精明,貨比三家,精挑細選。香港文匯報記者莫雲芝攝

## 商場預期黃金周生意增28%

香港文匯報訊(記者 文森)五一黃金周一直是各大商戶「掘金」好時機,雖然內地旅客消費模式改變,但各大商場仍然「出盡法寶」吸引內地旅客,包括舉辦不同主題購物團,推出信用卡優惠及舉辦大抽獎等,多個商場預期五一黃金周期間營業額按年有14%至28%增長。

### 內地客消費 人均六千至二萬

新鴻基地產代理租務部高級推廣經理梁婉珊表示,雖然內地旅客單次消費減少,但由於個人遊來港方便,令來港旅客人數和次數上升,令總消費額增長。她透露,新地旗下商場世貿中心在4月28日至5月1日黃金周期間,人流達41萬,比去年上升28%,營業額達2,120萬元,比去年升28%,兩者均勝預期,當中內地客佔20%,人均消費為

6,000至20,000元。

梁婉珊表示,旗下商場在五一黃金周期間推出多項活動,包括與中銀信用卡合作,內地客憑中國銀行信用卡於商場刷卡消費滿港幣1,000元,即可參加抽獎,贏取餐飲禮券或禮品。

另一商場荷里活廣場,其推廣及廣告經理盧幸意表示,預料五一黃金周3天商場人流可達35萬,較去年同期增10%,總營業額達4,000萬元,亦較去年增14%,當中內地客佔10%至15%,人均消費由5,000至8,000元。



新鴻基地產高級推廣經理梁婉珊。香港文匯報記者莫雲芝攝



即便是同品牌、同價格的商品,內地客亦情願購買質量更有保證的「港貨」。香港文匯報記者莫雲芝攝

## 四天兩節出入境 逾287萬人次

香港文匯報訊(記者 文森)佛誕及勞動節假期(4月28日至5月1日)完結,早前入境處曾預計期間共有344萬旅客人次經海、陸、空各管制站進出香港。但截至昨日下午5時,4日期間共有逾287萬人次經本港各管制站出入境。

今年佛誕及勞動節假期期間,入境處曾預計約有344萬旅客人次經各管制站出入境,按年增9%。



五一小長假,澳門各景點街道人潮如鯽。

## 萬眾瞻佛寶 旺澳門市道

香港文匯報訊(記者 李潔穎 澳門報導)備受矚目的佛頂骨舍利前日抵澳開放予公眾瞻禮,是澳門開埠400多年來首迎佛寶,而是次佛頂骨舍利臨澳供奉不僅是佛教界盛事,也受到澳門鄰近地區的信眾關注。由於「佛頂骨舍利瞻禮祈福大會」活動舉行期間,適逢內地五一假期,近日經各口岸入境澳門的旅客人數有明顯增加,間接帶動澳門旅遊業,有店舖稱,生意額比平日上升逾四成。

### 景點人潮如鯽 手信多賣四成

今年內地的五一「黃金周」雖縮短為3天的短小假期,但仍不減內地旅客來澳遊玩消費的熱情,加上佛頂骨舍利瞻禮祈福大會正在舉行,據知在五一假期期間從內地來澳瞻禮的信眾多達數萬人。昨日,本報記者在澳門各著名景點所見,到處都是人潮如鯽,攜著大包小包手信的信眾遍布澳門大街小巷,當中尤以內地遊客為主,亦有不少香港旅客趁公眾假期來澳遊玩。

有旅客向本報記者表示,是次五一假期是專程來澳瞻禮佛寶聖物,並順道來澳觀光消費。亦有遊客表示,早於29日已抵達澳門,當時過關人數已明顯比平日多,雖然旅客較多,但市面仍井然有序,因此對澳門印象非常好。

在澳門中區的多間手信業者均表示,雖然今年內地的五一假期較往年短,但遊客人數沒有明顯減少,自上周末至昨日為止,市道都非常暢旺,生意額比平日上升了逾四成,與去年同期營業額不遑多讓。