

本報直擊

30萬客

周末擠爆前海港貨中心

商場被迫限制人流 店家業務暴增三倍

深圳前海周大福全球商品購物中心(俗稱前海港貨中心)開業五天後迎來首個周末,由於港貨商品齊備和無須赴港,洶湧的客流將前海港貨中心擠爆。據周大福公佈的數據顯示,上周六共計吸引了15萬人次,周日預計有10%的增長,兩天共計30多萬,遠超預期。為確保安全,該港貨中心實施人流限制,還從港穗等地派人增援。不少港商推出折扣,業務也較前幾日暴增一至三倍。 ■香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

本月7日正式投入運營的前海港貨中心吸引了深圳和珠三角等地民眾的目光,由於不必耗時耗力排隊過關,也不用受反水客港人的衝擊,7,000平米的21家港貨店無疑成為他們新的重要購物選擇。首個周末兩個休息日(12日、13日),記者在周大福、莎莎、萬海豐、二維馬、華潤堂和紛紛殿堂等港貨店看到,每家商店都是爆滿,處處水洩不通。

人手不足聘收銀員

在萬海豐,記者看到,其巧克力、食品和飲料與香港價格相差無幾,只是加了行郵稅和物流費,較香港約高出5%至10%。由於客人太多,三個收銀員也無法應對,近百人分三組排成長隊,一些顧客甚至有些不耐煩而放棄購物。該店收銀員稱,許多客人購物金額都在300至400元(人民幣,下同),有的達一兩千,這兩日業務較前幾日增長了一倍。因人手不足,他們在櫃檯前打出招聘收銀員的廣告。

在二維馬店,該店負責人中郵電商有限公司深圳公司總經理戚麟告訴記者,儘管他們只是跨境電商的O2O展示和體驗店,主要銷售母嬰用品如奶瓶、韓國化妝品、燕窩等,但許多產品可讓客戶親自體驗,用手機下載港貨中心的App後便可網上訂購其產品,因此受大量客戶的青睞。在試營業期間免費費,周六其網上銷售額達3萬元,較周四、周五的平常銷售增長了一倍。

商家多地調人支援

而在莎莎港貨店,其多種多樣的化妝品吸引大量的顧客,該店主管張小姐告訴記者,他們推出了95折銷售優惠,儘管一些商品比香港貴一成,但是打折後價格相差並不大,他們周六一天銷售額達15萬元,周日



許多顧客紛紛排隊擠入港貨中心購物。 記者李昌鴻 攝



二維馬店負責人戚麟稱,周六其網上銷售了3萬元。 記者李昌鴻 攝



大量的顧客將前海港貨中心擠爆,處處是密集的人流。 記者李昌鴻 攝

數字也差不多,較平時一天3萬多大幅增長了逾300%。許多商家因難以招架龐大的人流,紛紛從香港、廣州和東莞等地調派人手前來支援。周大福珠寶店相關工作人員告訴記者,他們推出開業優惠,只要購物滿1,000元便可獲150元的返利,吸引了大量顧客前來購買黃金、鉑金和鑲嵌鑽石的珠寶。為了更好地服務客戶,他們從深圳其他商店、廣州、東莞等地調派了三四十名員工前來支援銷售。記者在ISA看到同樣的情況,該公司從香港臨時調派了多位員工前來服務客戶。

如潮的客流讓許多商家忙暈了頭,前海更是處處停滿了前來購物的小車。戚麟告訴記者,他找了好久都沒發現停車位,只得將小車停在遠離港貨中心上千米的一草坪上。

種類規模有限 周邊店受影響

與被客流擠爆的前海周大福港貨中心相比,周邊早些開業的前海騰邦跨境商品保稅店和華潤e萬家等商家,由於位於萬科企業公館,加上商品品種有限,他們的業務明顯受到了影響,紛紛打出更大的促銷力度來應對。

記者在騰邦國際跨境保稅購物展示中心看到,儘管仍有一些客流,但是相比以往周末火爆的銷售,該中心業務明顯受到了影響。為吸引消費者,他們將商品折扣擴大,如越南產的500克鹽焗果,售價不到40元。而在前海港貨中心VVO,其同款商品49元,相差10多元。騰邦保稅購物展示中心一位不願透露姓名的店員稱,因周大福前海港貨中心面積巨大,商品品種多,較他們中小型規模的跨境保稅商店更具有優勢,這對其業務無疑會帶來一些影響。

不過,記者看到,一些顧客因感覺前海周大福港貨中心人流巨大,便放棄轉來騰邦、華潤e萬家。而在路邊的前海跨境电商前海購也在近期營業,但記者卻很少看到有大量客流湧入,與周大福港貨中心形成鮮明的對比。業內人士稱,未來,隨著周大福港貨中心二期明年4月投入運營,因其規模巨大和種類齊全,這些中小型跨境保稅店將受到更大的衝擊。

赴港遊客分流 衝擊港零售業

此次周大福前海港貨中心在首個周末便吸引了30萬人次的客流,引起香港和內地的高度關注。一些業內人士擔憂,在前海港貨中心分流內地客赴港購物壓力的同時,也將令客流日益下滑的香港零售業受到更大的衝擊。

由於昔日大量內地客紛紛南下,令香港的接待能力顯得有些不足,而一些香港人士多年前便開始抱怨大量內地客流給其生活帶來影響,並令一些商品價格被抬高;近年來更出現了「反水貨客」行動,於是,前海港貨中心應運而生。首先是騰邦跨境購物展示中心、華潤e萬家等許多商家投入運營,爭搶前海港貨一杯羹,但因其規模較小,對香港零售業衝擊不大。不過,前海周大福港貨中心一期正式投入運營,加上深圳「一簽多行」改為「一簽一行」,因此,大量的客流將轉向前海港貨中心,未來香港的零售業或將受到更大的衝擊。

在科技園工作的唐小姐帶著父母前來港貨中心萬海豐店購物,她購買了飲料、食品和日用品,花了2,000多元。她稱,在這裡購物省去了過關去香港的麻煩,也不用擔心在香港受到港人衝擊水客,打算以後常來這裡購物,即便貴一點也能接受。

而在G2000商店,來自廣東順德的林小姐與朋友一起來深圳玩,順便來前海港貨中心購物,因該店給予顧客最低5.5折的優惠,她花了600元給家人購買了兩條褲子和一件襯衣。她稱,感覺挺優惠,未來她還會與朋友來購物,不會考慮再去香港,既省了路費,也省時和省精力。對此,業內人士稱,未來近3萬平米的前海港貨中心投入運營,無疑將進一步吞蝕內地客南下購物的市場,將令香港零售業受衝擊更加明顯。

智能化服務客戶

前海港貨中心目前銷售的商品種類眾多,該中心更將智能元素設計和智能導購平台融入其中,以更好地服務顧客。

該港貨中心是一個結合線上線下,集智能、購物及休閒於一體的嶄新購物平台,以引入港資商戶提供全球優質商品及港式服務為主,商品種類眾多,包括輕奢品如首飾、服飾、手袋;日用品如奶粉、藥品、食品、洗滌用品、母嬰產品、化妝用品;以及餐飲如餐廳、咖啡室等,全面照顧每個家庭的購物、飲食及娛樂所需。樓高3層、面積達7,000平方米的購物中心第一期,共有21個受港人及中國內地消費者喜愛的品牌及商戶陸續進駐開業。

周大福集團執行董事鄭志剛介紹說,前海周大福全球商品購物中心採用智能元素設計,Wi-Fi及iBeacon覆蓋全場,設有智能導購平台方便消費者在在線購物,另外亦有智能停車場系統及兒童智能手環等體貼的智能設施。「保稅展示」與「跨境電商」雙線並行的營運模式,更是一個最大的特色,多家進駐的商戶除提供實體店銷售服務外,同時兼「保稅展示」與「跨境電商」疊加的網購服務,為消費者提供多元化的購物樂趣與便利。

設跨境電商吸客

周大福港貨中心負責人陳世昌表示,為幫助進駐港商更好地吸引顧客和進軍內地市場,他們採取租金優惠和網上商城等多種措施,幫助他們開拓內地市場。

在談到租金時,他稱,港貨中心給予商家不少優惠,讓他們降低成本更多地讓利給內地消費者。剛開業後,他們並未向商家收盤租金,只是當銷售商品後,與其進行收入分成,無疑令許多商家壓力大幅下降。周大福集團董事鄭志剛表示,對首批入駐的企業會給予一些優惠,希望未來70%-80%的商舖貨品價格和香港接近甚至更低。港貨中心賣正統港貨,進駐該中心的並不一定全是港企,如果一些內地企業有好的品質,也可以考慮。目前商家簽約的時長並不固定,有的三四年,有的則為五六年。

陳世昌稱,為了幫助港企更好地拓展全國市場,他們設立了網上商城HOKO,21家入駐的企業都進駐了其網上商場。而包括ISA、美心西餅、紛紛殿堂、莎莎和華潤堂等十家公司還加入其網上跨境电商平台,內地客戶只需在其網站點擊購買,通過郵購便可以購買到正宗有品質保證的港貨。而一些節假日,他們還聯合商家推出許多折扣優惠吸引內地客,他相信未來其網上商場銷售將會上雙位數增長。

而進駐的商家ISA負責人姚先生告訴記者,由於內地客流赴港大減,香港零售業受衝擊明顯,他負責銷售一線歐美品牌的箱包和服裝等,期盼通過前海港貨中心和其網上商場,積極拓展珠三角甚至更廣闊的內地市場,以彌補香港市場的下滑和萎縮。

為了保護安全和控制客流,周大福港貨中心不得不讓顧客排隊等候放行。 記者李昌鴻 攝



周大福珠寶因業務量大,不得不從東莞、廣州和深圳等店調入員工前來支援。 記者李昌鴻 攝



萬海豐迎來大量的客流,顧客排幾列長隊等待付款。 記者李昌鴻 攝

