

機械人懂講會帶路 齊谷AR MR互動體驗

創新科技 聖誕 玩轉 商場

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)聖誕節快到,本港零售市道仍未回穩,要令消費者在這個黃金檔期從荷包中拿錢出來花費,除了提早減價外,各大商場都絞盡腦汁。早前透過AR捉小精靈手遊掀起全城熱潮,今年各大商場一於大玩創新科技、潮流玩意及用經典卡通人物來吸客。港產會說話的機械人擔任商場大使,又有VR、AR以至最新MR遊戲、甚至下載App玩遊戲免費贈禮品,務求令到場人士玩得開開心心,趁勢多多消費。



■新地馮秀炎與將於12月初現身apm擔任商場大使的機械人Santa Robot。記者梁悅琴攝



■新地12大商場今年聖誕節以英國國家傳戶曉的「柏靈頓寶熊聖誕世界巡遊」為主題。



■Megabox今年引入混合實境(MR)互動遊戲融入巨型聖誕樹裝置中。

商場變城堡 請來6迪士尼公主

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)除了創新科技外,酷愛經典卡通人物的話,屯門市廣場今年斥資1,000萬元以迪士尼公主「Dream Big, Princess 夢想無限」為主題,將廣場化身成華麗城堡,請來6位迪士尼公主現身參與連串活動。信和集團租務部總經理陳欽玲預期,12月營業額逾9.2億元,按年均升10%。



■旺角朗豪坊今聖誕透過拼砌LEGO模型,以放大20倍的比例真實呈現於場內。

新地旗下十大商場(wtc more世貿中心、Mikiki、將軍澳東港城、將軍澳中心、PopWalk、上水廣場等)今年投入3,857萬元聖誕宣傳推廣,同樣用經典卡通角色作主題,包括加菲貓、Thomas & Friend等。新地代理租務部總經理鍾秀蓮預計,12月9日至27日19天聖誕期間,上述商場營業額將近6億元。

Kumamon來港複製熊本縣

年僅7歲,但一直公務繁忙的熊本縣營業部長兼幸福部長Kumamon,今聖誕決定於香港鑽石山荷里活廣場歡度在港的首個聖誕假期!荷里活廣場在11月28日至明年1月2日期間將變身成首

個熊本縣Kumamon聖誕主題樂園,並特地將熊本縣多個特色景點融入設計內,包括立體展示熊本縣Kumamon當地物產、人氣黑川溫泉、水前寺公園及神社鳥居、熊本縣市區列車、球磨川木橋等,讓港人與部長享受一個最賓至如歸的聖誕假期。

LEGO大師砌放大20倍模型

喜愛砌LEGO的朋友,旺角朗豪坊今聖誕邀請得全球13位、大中華地區首位華人「樂高專業認證大師」洪子健(Andy Hung)及團隊攜手拼砌LEGO模型,以放大20倍的比例真實呈現於場內,同場還有15個不同造型的LEGO Minifigures同大家Selfie。

科技改變人類生活習慣,也使人類生活方式有所變化。會說話的機械人走進人群中,有什麼工作可以做?觀塘apm商場今年借來港產最新款可說話及即時影相的機械人Santa Robot,將於12月初現身apm擔任商場大使,帶客遊覽apm並可與顧客Selfie即時將相片打印出來,並會快閃現身與顧客互動送上優惠。

apm出動Santa Robot及爆熊

發展商新鴻基發展(中國)董事馮秀炎表示,今年聖誕節檔期apm投入2,600萬元作宣傳推廣費,按年增加10%,包括運用互動AR裝置、iBeacon定位及手機App,送出6萬份總值逾880萬元的消費獎賞。同時打造6,000方呎的「聖誕爆熊王國」,創建6大「爆熊」主題區,包括「20呎Santa Bear巨型雕塑」、「熊出沒互動AR攝影區」等。她預期,聖誕節期間(今日至明年1月2日)生意額達4億元,按年升10%。

馮秀炎表示,新地重視新科技,旗下另外12大商場斥資5,300萬元作推廣,當中800萬用作社交媒體等開支,亦有部分用作VR及AR技術,佔比較去年大幅提升20%。她指,新地12大商場今年聖誕節以英國國家傳戶曉的「柏靈頓寶熊聖誕世界巡遊」為主題,又推出創新VR虛擬雪地場館、增設互動AR裝置,及透過iBeacon定位打卡儲分送獎賞等。同時送出總值逾1,000萬元聖誕獎賞,她預期,聖誕節期內(11月26日至明年1月2日)新地12大商場營業額料達13億元,其中大埔

超級城生意額3.3億元,料升10%。

Megabox魔法盒變MR遊戲

九龍灣Megabox今年引入混合實境(Mixed Reality)互動遊戲融入巨型聖誕樹裝置中。Megabox總監文靜芝表示,顧客於周末消費滿100元,就可戴上HoloLens眼鏡進行遊戲,每人限玩1分鐘,預料有數千人可以玩到,聖誕節生意額料升5%至8%。

她表示,Megabox今年斥資近千萬元與海洋公園合作興建全港首個「超時空魔幻鏡」,30呎高用上數十個大小不同的魔法盒子砌成魔法聖誕樹,其中一個魔法盒子可隨時打開,變成MR聖誕魔法互動遊戲。MR是包括AR及VR的科技,即是將現實世界與虛擬世界合併一起,從而建立一個獨特創新環境,只要遊戲者戴上HoloLens眼鏡,現實世界與虛擬物體同時呈現眼前,更可透過指定動作即時與虛擬物體進行互動。

PopCorn下載App玩遊戲有獎

港鐵於將軍澳的PopCorn以「聖誕夢幻鏡之國度」設置以近百塊巨型鏡子打造的「炫目鏡迷宮」,及「浪漫星海」鏡屋裝置。同時,只要在11月14日至12月31日期間,下載MTR Malls手機應用程式,並進入「魔法之旅Magical Journey」專區,根據提示收集隱藏於港鐵三大商場(德福廣場、青衣城及PopCorn)中的不同道具,完成不同魔法任務便可獲取獎賞。

銅鑼灣舖租亞太區最貴

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)全球零售市道面對挑戰,加上品牌商需要平衡拓展實體店和網絡業務,對商業街道的租金有所影響,使美國紐約第五大道上段及銅鑼灣的租金雙雙往下調。但香港的銅鑼灣卻能以每平方呎2,878美元(約22,390港元)打入全球第二位,仍然是亞太區最昂貴的商業地段。同時,科技顛覆改變了傳統消費模式,零售商現着重客戶體驗和休閒產品以提升競爭力。

全球十大最昂貴商業街道排名

2016年排名	2015年排名	位置	2016年租金(美元/方呎/年)
1	1	紐約第五大道上段(第49至60街)	3,000
2	2	香港銅鑼灣	2,878
3	3	巴黎香榭麗舍大道	1,368
4	4	倫敦新邦德街	1,283
5	8	東京銀座	1,249
6	5	米蘭蒙特拿破崙大街	1,239
7	6	悉尼皮特街購物中心	968
8	9	首爾明洞	908
9	7	蘇黎世班霍夫大街	868
10	10	維也納Kohlmarkt商店街	477

資料來源:Cushman & Wakefield 製表:記者 梁悅琴

全球排名僅次紐約第五大道

戴德梁行發表的《全球主要大街》報告,以店面的租金水平進行排名,當中紐約第五大道便順利登上世界上最昂貴零售地點的寶座。第五大道的店面租金每年每平方呎便高達3,000美元(約23,340港元)。

報告稱,自環球金融危機以來,紐約第五大道的年度呎租首次錄得跌幅。不過,與其他國家或地區最昂貴的商業街道比較,第五大道與銅鑼灣的租金最少一倍。全球71個國家或地區中舖租最昂貴的一條商業街道中,有36%街道的舖租仍有錄得增長。

香港的銅鑼灣今年繼續成為亞太區最昂貴的商業地段,區內主要街道的舖租正面對下調壓力,但同時亦為零售商製造了機會,讓他們以理想的條款租賃一

線位置的商舖。雖然近年歐洲經濟危機四伏,但亦擁有一些全球最貴地段,就如法國巴黎的香榭麗舍大道,這處舉世知名的名店街,每平方呎便受惠1,368美元(約10,643港元),為全球第三貴及歐洲最貴商業地段。

科技顛覆對港租金影響不大

戴德梁行香港商業部主管林應威表示,科技進步將會改變消費者的零售體驗,以及影響人們消費和生活的模式。目前已看到越來越多的香港零售商透過消閒渠道來提升消費者的購物體驗,奠定其市場地位,把科技顛覆的影響減到最低,並維持競爭力。雖然於過去的第三季留意到部分主要商業街道的一線商舖舖租接近見底,但香港主要的零售點都是近在咫尺,故科技顛覆對租金幅度沒有太直接的影響。

A&F提早4年退租中環旗艦店



■A&F位於中環畢打街12號的香港旗艦店即將關閉。張偉民攝

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)面對零售寒冬,國際零售品牌亦「吃不消」,陸續撤出一線地段零售熱點。據外電報道,美國

消閒服裝品牌Abercrombie & Fitch(A&F)前日公佈截至今年10月29日的第三季度業績時,亦表示已於今年第三季使香港旗艦店的解除租約選擇權,換言之位於中環畢打街12號的香港旗艦店即將關閉。

另外,韓國首爾的旗艦店亦將於明年1月結業。於該決定之下,A&F預期於第四季度牽涉終止租約費用約1,600萬美元(約1.24億港元)。

A&F上季業績令人失望,截至10月29日的第三季,銷售額按年下跌6.5%至8.217億美元。資料顯示,A&F是於2011年初以月租約700萬元租用中環畢打街12號地庫至4樓,面積約3萬方呎,取代租用上址達17年的中式時裝品牌「上海灘」。而相關租約長達9年,至2020年11月,較正常租約期多一倍。換言之,A&F今次提早4年解約。

早前,美國廉價快速時裝店Forever21亦不敵零售寒冬,其承租銅鑼灣京華中心共6層巨舖,將於明年租約期滿後將會撤離,舖位將由連鎖女性內衣店Victoria's Secret頂上,月租暴跌一半至700萬元。前年美國手袋品牌Coach亦突然棄守中環店,由運動品

牌adidas頂上。

吳天海:零售好轉仍需居安思危

事實上,縱然政府公佈9月份零售銷貨價值337.5億元,按年跌4.1%,是今年以來跌幅最細的月份。不過,持有尖沙咀海港城及銅鑼灣時代廣場等商場的九龍會主席吳天海表示,香港零售前景對經濟有重要影響,儘管近來有所好轉,但人民幣貶值及美國政局發展形成不明朗因素,港人需謹慎面對,要居安思危。

香港零售管理協會主席鄭偉雄指出,9月份零售銷貨價值跌幅收窄主要與9月份內地訪港旅客跌幅緩和有關,對於零售市道是否回暖,他直言「不要開心得太早」,估計明年零售仍會下跌,即使觸底亦未必會U形反彈,可能是L形走勢。

零售協會:下月零售額料降5%

鄭偉雄預期,雖然十一國慶黃金周期間銷售理想,但上月底有颱風襲港,10月份零售額將錄得低單位數跌幅;展望12月份傳統零售旺季,他估計各大零售商將減價刺激銷量,11月及12月零售額會下降5%,全年料跌7%至8%。

惠譽:港購物商場租金料持穩

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)評級機構惠譽發表報告稱,預期明年香港零售銷售仍然疲弱,因內地旅客消費下滑,打擊奢侈品銷售,這對街舖租金影響力較大,而購物商場因多元化的租戶組合,故租金表現料將大致持穩。

報告並預期,零售銷售下滑對香港的商業業主影響有限,因這些企業的負債比率偏低,且擁有較高的經常性EBITDA(息、

稅、折舊及攤銷前盈利)覆蓋率,評級展望為「穩定」。

一線街舖租金恐續下跌

惠譽表示,環球經濟前景疲弱,因此料香港整體消費仍沉寂,這已對街舖租金構成傷害,但購物商場因具多元化的租戶組合,因此租金能保持平穩。至於一些原本走奢侈品路線的商場,亦已重塑其租戶組合,增加餐

飲、生活時尚及體育用品等類別,這較其他非必須消費品或昂貴商品的銷售表現為佳。惠譽相信,一線街舖的租金下調情況可能持續,大型國際奢侈品品牌寧願在商場開業,因後者人流較高以及不時進行宣傳活動。

不過,報告相信商場的租金收入仍會受到溫和的壓力,因以租戶銷售額計算的租金將持續萎縮;但相對固定租金而言,以銷售額計的租金比例較低。