

市道回暖搶攻聖誕 谷消費大玩科技 商場走進零售新時代

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)本港旅遊及零售市道回暖之際,聖誕節消費旺季快將到,各大商場紛紛抓住市道向好勢頭,調整租戶組合,加強引入新科技帶動購物新體驗,以減低網購帶來的衝擊。



■新地馮秀炎指,商場必須為迎接「千禧世代」客戶群作出配合。
香港文匯報記者梁悅琴攝



■信和梁翠珊表示,奧海城聖誕節宣傳將加入VR/AR遊戲及STEM體驗等。
資料圖片

事實上,科技已成為生活不可或缺部分,於本港擁有逾1,100萬方呎樓面的新鴻基地產在今年9月公佈年度業績報告已指,集團利用新科技如手機應用程式帶來更耳目一新的購物體驗,配合調整租戶組合及提升物業資產質素,帶動旗下眾多商場產生協同效應。再加上本港零售市況有改善跡象,集團的商場出租率保持在高水平,續租租金上升。

增快閃店電玩輕食吸客

面對網購熱潮,新鴻基地產(中國)執行董事馮秀炎指出,本港去年整體消費額約4,366億元,當中只有約1%來自網購,對比中國內地大城市,相對為低。以杭州為例,去年67%消費額來自網購。深圳去年全年整體消費額約5,500億元中,亦有約42%來自網購。她指,「千禧世代」人口持續上升,網購會是大趨勢,商場必須為迎接此類新客戶群作出配合,故集團旗下商場apm今年引入120間快閃店,按年升20%,又加入電玩(AR/VR)、輕食租戶,為年輕客群帶來新鮮感。

送電子優惠券招徠生意

至於銅鑼灣大業主希慎興業於今年8月公佈中期業績報告亦稱,電子商貿帶來的結構性調整,以及消費者行為的相應轉變,已對零售業造成影響。集團已採用不拘一格的綜合方式,包括與租戶和其他持份者合辦各類活動,擴大顧客獎勵計劃,廣泛運用科技進行推廣及與

顧客交流互動。其中,4月於利園區舉辦國際七人欖球賽球迷嘉年華,設置巨型電視屏幕直播賽事,集團還於期間推出多款融合新科技的遊戲,又向登入活動網站用戶提供餐飲及購物電子優惠券,為租戶招徠生意。

機械人愛因斯坦落場引粉絲

該商場更特別開設OC STEM Lab(科學、科技、工程和數學創意工作室),包括有3D立體打印機等。此外,由香港科技園公司創業培育計劃之創始企業Hanson Robotics所研發的智能機械人愛因斯坦教授(Professor Einstein)將首度於商場與市民接觸,人仔細細卻可做出超過50個表情,具有雲端人工智能,連接網絡後可與顧客對答,大談科學知識。

至於微軟公司將於11月中旬於奧海城設置產品體驗區,展示Mixed Reality、4k XBOB遊戲及智能家居裝置等全球最新產品及技術。而一年一度的奧海城戶外聖誕市集更會設立全港首個「STEMart」專區,售賣不同種類滲入STEM元素的产品,將科技進一步融入生活。

該商場年內亦調整租戶組合,新增逾10間特色美食及人氣品牌,總面積近2萬方呎,信和集團租務部總經理畢嘉浩預計,奧海城今年全年營業額升幅將逾8%,整體人流更有望上調10%。



■VR/AR遊戲宣傳日漸普遍。
資料圖片



■觀塘apm以電影《星球大戰:最後絕地武士》作為聖誕主題活動。
資料圖片



■智能機械人愛因斯坦教授將於商場與市民接觸。
資料圖片



■電子支付系統佔本港部分商戶營業額達30%。
資料圖片

今年聖誕節各大商場主題活動	
商場	主題活動
觀塘apm	6,000呎《星球大戰:最後絕地武士》電影主題展:包括長10米星球大戰戰艦場景、虛擬實境體驗區、LEGO等限定店。
奧海城	以「櫻桃小丸子聖誕聯歡會」為主題,加入音樂劇、VR/AR遊戲、手偶工作坊及STEM體驗等。
上水廣場、東港城、將軍澳中心等九大商場	以「聖誕夢幻巡禮」為主題,各款卡通人物或手機女孩到場,AR互動遊戲及大抽獎。
荃灣廣場	以「Moomin聖誕閃亮奇緣」為主題,將姆明谷搬來香港,並設置限定店。

製表:記者 梁悅琴

奢侈品生意見起色

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)政府統計處剛發表最新零售業銷貨額數字顯示,9月零售業總銷貨價值的臨時估計為357億元,按年升5.6%。扣除其間價格變動後,9月零售業總銷貨數量臨時估計按年升5.5%。今年首9個月計,零售業總銷貨數量的臨時估計按年上升0.9%。政府發言人表示,零售業銷售在9月加快增長,按年增幅是逾兩年半以來最快。

東方表行發出盈喜

本港經濟保持增長及就業率高,加上訪港旅遊業回升,今年以來本港零售業已見起色,包括一度大受打擊的奢侈品生意。世邦魏理仕香港諮詢及交易服務零售執行董事連志豪預計,九龍區未來5至6年將有500萬至600萬方呎的零售樓面推出市場。

表行(0398)於本月初亦發盈喜,估計該集團在截至9月30日止六個月之經營溢利大幅增加,主要由於中國內地及香港之鐘錶零售市場有所改善,以及香港部分店舖租金在期內減少。該公司於今年3月底止年度的業績已轉虧為盈,反映業績表現與大市同步。

大型商場表現不一

另外,太古地產(1972)早前公佈次季營運數據顯示,旗下金鐘太古廣場零售銷售額經歷11個季度下跌後終見回升,期內銷售額按年升1.5%。正值裝修工程的東涌東薈城名店倉季內銷售額亦按年增長0.9%。不過,太古中心表現未有起色,銷售額按年跌7.3%,按季跌幅收窄0.4個百分點。



■本港9月珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物銷貨價值上升14.7%。
資料圖片

實體店拓客源 起公園開花店



■各品牌新概念店陸續登場,增加顧客新鮮感。
資料圖片

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)面對網購衝擊,不少商場及實體店都要搞搞新意思,「不務正業」起公園、開花店及咖啡館,務求吸引顧客到訪,並引入多款電子支付系統方便消費。

品牌實體店朝多元

事實上,不少商場及實體店都已加入新元素吸客,位於銅鑼灣希慎廣場的誠品書店會進行大型翻新工程,增設一間花店兼咖啡館,以及加強文具部和增設寄售專櫃,以增加顧客逗留店舖時間,有利消費意慾。奧海城2期去年引入MUJI全新概念店,店內特設有MUJI BOOKS,提供8,000多本書籍,餐廳Cafe&Meal MUJI設有兒童餐,並提供家居設計諮詢服務。鄰近奧海城之銀海坊引入來自芬蘭的超大型室內活動公園的SuperPark,將於12月中旬在銀海坊開業,面積逾45,000呎,提供逾20項有趣、健康及激發體能的遊戲運動。

電子支付逐步推進

另外,不少商場引入最新電子支付系統來方便消費者。新鴻基地產代理租務部總經理鍾秀蓮表示,旗下上水廣場及將軍澳東港城商場於暑假開始與微信支付合作,提供電子支付系統,其中上水廣場已有54間商戶參與,參與商戶主要是珠寶、健康產品及影音商戶,相關交易額佔該相關商戶營業額10%至30%,預計未來旗下其他商場亦會陸續引入微信支付。據悉,微信支付收取商戶手續費為交易額1.5%,比銀行發行信用卡收取商戶手續費3%為低。

她又透露,正與內地另一間大型電子支付系統商討合作中,預計明年第一季於集團旗下商場使用。據悉,該支付系統是先提供獎賞引消費再獎賞。

九龍未來6年建600萬呎新樓面

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)過去數年香港新建的大型商場主要集中在新界區,惟未來西九文化區、啟德發展區,以及正進行得如火如荼的大型觀塘市區重建項目,將會令整個九龍區以至全港零售版圖出現翻天覆地的變化。世邦魏理仕香港諮詢及交易服務零售執行董事連志豪預計,九龍區未來5至6年將有500萬至600萬方呎的零售樓面推出市場。

區內大型商場面積增兩成

根據差餉物業估價署2017報告指出,今明兩年分別有135.6萬及178.7萬方呎零售樓面落成,空置率由2015年的7.7%升至去年的9%。今年的供應主要有23%來自荃灣、12%來自中西區和11%來自油尖旺,該三區合共提供預測落成量的46%。明年供應主要來自油尖旺、西貢和深水埗,分別佔總落成量的30%、15%和14%。

■有業界人士認為,整個東九龍地區,包括啟德發展區在內,未來新零售供應總面積超過200萬方呎。
資料圖片

不過,連志豪指出,東九龍啟德發展區,以及觀塘重建計劃,除已落實大型百貨店進駐外,體育園區內亦在計劃營運與體育相關的零售,計及其他零售樓面估計整個東九龍新零售供應總面積超過200萬方呎;而西九文化區、高鐵站周邊及南昌站上蓋,其零售總面積估計約200萬方呎,加上尖沙咀中部及海旁數個新零售項目亦會提供估計接近150萬方呎的零售面積,預算未來5至6年內,九龍區將有500萬至600萬方呎的零售樓面推出市場,等同於目前九龍區大型商場總面積的五分之一。

新地擴觀塘上水商場版圖

另一方面,新地正積極拓展零售樓面,新地(中國)執行董事馮秀炎透露,新地與九巴合作發展的前觀塘九巴車廠項目,去年已補地價,並會發展成超過100萬方呎商廈連商場,連同該項目,新地在觀塘的創紀之城版

圖將超過450萬方呎。換言之,新地於該區未來會有擴大版apm商場。新鴻基地產代理租務部總經理鍾秀蓮亦透露,新地於上水一幢工廠早前已獲批化工廈,會改裝作零售用途,該大廈樓高6層,總樓面14萬方呎,預計於2020年完成改裝,未來可與系內上水廣場達成協同效應。

連志豪認為,目前香港零售市場的復甦仍在緩慢進行中,除因為旅客消費力稍遜於以往的黃金年代,網購衝擊亦可能某程度上造成影響。新商場供應增加後,加上現在香港零售業正面臨洗牌,奢侈品牌被換出,輕奢奢侈品及生活品味有關的品牌換入,這將為香港零售業注入新動力,重振本地及旅客的消費意慾。此外,消費者都想體驗多些有創意、有新鮮感的東西,成功的商場皆是能夠把世界上最獨特、最新穎的東西帶給消費者。當名店不再是零售的王牌,新鮮感便是王道。

