

商家：市道3年最好 港人消費力回來了！

聖誕銷情熱爆 零售走出寒冬



■今年聖誕節消費強勁，商家相信零售市道已走出寒冬，呈現近3年最好勢頭。香港文匯報記者曾慶威攝

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）本港零售銷售數字已連續8個月上升，相信已逐漸走出零售寒冬，甚至是復甦回暖。香港文匯報記者近日走訪港九新界多個商場，與商場代表談論這幾年本港零售消費走勢，他們都看好今年聖誕節甚至是2018年的零售市道，預期聖誕人均消費由1,700元至2,500元不等，相信表現是近3年最好，並預料隨着新界西北及起動九龍東等區域發展，區內消費力將於明年起呈爆發式增長。不過經歷3年「寒冬」洗禮，各商場都加緊發展新營商模式及網上平台，成效則有待時間證明。

聖誕將至，港九新界大小商場的擺設甚至是維港兩旁燈飾都反映商家在過去一年是否「賺錢」甚至是對明年經濟期望。有專做本地家庭生意的九龍灣商場MegaBox引入近期大熱的卡通人物，成功吸引大量一家大小到場，總監文靜芝向香港文匯報記者指，本地家庭消費力回暖，直言「家長都肯花錢在小朋友身上，300元一個公仔都願意去買，見到消費力返緊來」，預料聖誕節檔期人均消費會由去年的1,500元增至1,700元，約有7%至10%的升幅。



■MegaBox總監文靜芝。香港文匯報記者楊佩韻攝

商場結合線上線下服務

她續指，25歲至45歲高消費群是他們的客戶，他們的消費模式都有所轉變，行商場不再只是購物，而是要一個體驗，「娛樂元素好緊要」，而線上線下的服務體驗將是大趨勢，商場反而要營造小社區感覺。她形容，「香港心急的人比較多，他們在網上看到消息及資料都想親身感受一下」，相信網購未必完全取代傳統零售業，商場只要配合網上平台發展應再有新發展。

文靜芝表示，起動九龍東發展後將增至5,800萬呎辦公室樓面面積，等於兩個中環，為香港第二商業核心，再配以啟德郵輪碼頭的發展，相信區內未來數年消費力會呈爆發式增長。

就業股市向好帶動消費

至於新界方面，位於元朗的YOHO MALL耗資1千萬元作聖誕推廣，引入一系列冰雪活動，期望吸引不同年齡層的區內甚至是跨區客群。商場代表黃佩玲表示，聖誕檔期商場人均有望突破23萬人次，人均消費逾2,500元。

她續指，綜觀本港近月零售數據表現亮麗，加上股市向好、市民就業情況理想，相信商場租金將穩步上揚，預計消費市道有所回穩，商場租金可望錄得8%至12%增長，商店每呎營業額則錄得15%至20%增長。

黃佩玲指出，Pop-up store是近年興起的新營商模式，在零售之餘包含展覽的元素，能短時間內吸納不同年齡層的

客群，計劃未來1年引進逾30個品牌的Pop-up store，以吸引跨區人士到場。她認為，商場鄰近有跨境巴士及前往深圳機場候機室，加上附近有旅遊景點，相信會吸引一定數量的旅客到訪。

飲食超市業績顯著上升

在本港多個地區營運商場的領展表現又如何？領展發言人向香港文匯報記者表示，回顧今財政年度的首6個月，旗下香港商戶的平均每月每平方呎零售銷售額持續增加，較去年同期增長7.2%。

按行業分類，「飲食」及「超級市場和食品」，分別按年升10.3%及5.6%，而一般零售行業亦錄6%升幅。發言人續指，對明年零售市場維持審慎樂觀的態度，並相信領展具抗逆力的物業組合可受惠於零售市場信心的改善。領展旗下的赤柱廣場，連續數星期舉辦芬蘭聖誕市集，吸引逾30萬名市民及旅客到場。領展發言人表示，據了解，個別商戶單日營業額達6位數字，整體商戶生意情況不俗。領展旗下44個商場推出聖誕消費推廣，吸引不少市民購買。

商場管理學會會長馮秀炎預料，本港零售市道回暖，相信已消化「一周一行」的外在影響因素，而業界亦作出調整，又認為本港貨品價格及服務質素保持一定優勢，料今年聖誕假期零售市道將是過往二至三年最好。



■各大商場更注重娛樂元素。香港文匯報記者曾慶威攝

美食車趁旺季開實體店



■美食車負責人梅樂文談在將軍澳開設實體店感想。香港文匯報記者梁祖彝攝



■美食車「菠蘿仔食堂」泊入東涌地鐵站內開設店。受訪者供圖

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）美食車先導計劃推出至今快將一年，第十五部美食車亦在本月10日營業，在今個聖誕節有兩架美食車「跳入」商場及地鐵開實體店，分別是「豪園小食」及「菠蘿仔食堂」。在將軍澳的商場及東涌地鐵站營運。她們均覺得美食車是難得的體驗，當中「豪園小食」負責人梅樂文笑說，「期望可以一次過賺返美食車的開支」。另外，除夕倒數當晚，尖沙咀廣東道將有兩架美食車到場。

車店體驗難得倍增信心

「豪園小食」將於將軍澳TKO Gateway內開設實體店，本月20日已進行試業，記者現場所見開業後數分鐘便人頭湧湧，不少人都認得是美食車代表之一，負責人梅樂文表示，實體店有220呎，起初試業反應不錯，有信心會吸引更多人到到場。

回顧過去一年美食車的表現，梅樂文指，美食車對她來說猶如一個小寶，由零到有，認為美食車對她來說是一個難得的體驗，更承認有很多商場都找她傾談合作機會。

她認為，美食車給予她很大發展空間，不但能在龍舟嘉年華及電動方程式賽車等大型盛事開業，汲取經驗，未來亦打算在不同地方開分店。被問到實體店投資是多少時，梅樂文指，實體店投資當然少過美食車，亦期望可以一次過賺返美食車的開支。

另一架美食車「菠蘿仔食堂」則跳入東涌地鐵站開店，趕及在聖誕節前取牌，料下周開業，負責人林小姐形容，開實體店是越級挑戰，因為進入地鐵店舖有更多限制及文件配套準備，準備過程亦讓她想起剛籌備美食車時的情況。她續指，新店會走型格年輕路線，期望會吸引到年輕人及旅客。

不過有美食車負責人期望特區政府能在下一年協助他們進一步發展。「大師兄美食車」負責人Raymond Wong表示，美食車現時反應不錯，市民都很接受，但認為場地不足，如觀塘起動九龍東及黃大仙廣場「都有人去」，中環海濱泊車位則鄰近洗手間。

Raymond Wong續指，尖沙咀及迪士尼是美食車的「旺地」，而他早前在科大營運時反應不錯，期望未來政府能提供更多地方予他們選擇及營運。

除夕夜兩車擺檔廣東道

旅遊事務署發言人回覆香港文匯報記者查詢時指，旅遊發展局將在除夕倒數當晚於尖沙咀廣東道設立兩個臨時美食車停泊位置，並與旅遊事務署按既定機制安排八珍醬園美食車及泰妹美食車於當晚營運。為配合封路及人流管制安排，預計美食車當晚的營運時間約為晚上8時45分至11時30分。

文匯報

WEN WEI PO
www.wenweipo.com

政府指定刊登有關法律廣告之刊物
獲特許可在全國各地發行
2017年12月 星期日
4 897001 360013
24
天晴乾燥 晚上轉涼
丁酉十一月廿九日 氣溫17-22℃ 濕度:45-85%
港字第24754 今日出紙2疊5大張 港售8元



聖誕報團人數增一成

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）今年聖誕假期雖然不少港人都選擇留港消費，但仍有市民會「捱貴機票」去外地度假聖誕節長假。旅遊業議會總幹事陳張樂怡向香港文匯報記者表示，今年聖誕期間外遊旅行團表現理想，報團人數按年上升10%。雖然韓國滑雪貴價團費按年上升30%，但都大受港人歡迎，日本貴價團亦按年上升15%。陳張樂怡笑說，港人「真係好喜歡去旅遊，就算節日價格較高亦肯花錢去」，業界亦看好今年年尾至明年的市道。

韓國貴價團漲價30%

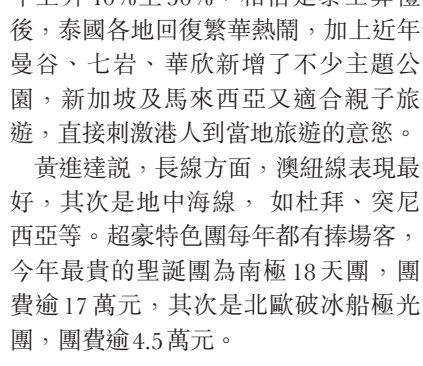
陳張樂怡表示，港人聖誕熱門外遊地點仍以日本、韓國及台灣為首3位，當中韓國貴價團團費按年上升30%，日本貴價團團費按年上升15%，如到本州的旅行團費由5.2萬元增至6萬元。台灣貴價團因機票價格上升影響，團費按年升20%。她續指，普通團的團費與去年相若，沒有太大差別，但業界對新春外遊都持觀望態度。

她坦言，港人旅遊經驗豐富，不少人都追求具新鮮感及多體驗的旅遊目的地，如會到芬蘭或冰島看北極光，亦會到南極等長線旅遊地，尋求獨特的旅遊體驗。

星馬泰線客量增50%

康泰旅行社董事及行政總裁黃進達指，12月23日出團的報名人數最多，韓國及日本客量微升10%，韓國團費平均為4,000元至7,000多元，日本則平均為1萬元至1.6萬元。他續指，今年聖誕檔期泰國及星馬線升幅較大，客量按年上升40%至50%，相信是泰王葬禮後，泰國各地回復繁華熱鬧，加上近年曼谷、七岩、華欣新增了不少主題公園，新加坡及馬來西亞又適合親子旅遊，直接刺激港人到當地旅遊的意慾。

黃進達說，長線方面，澳紐線表現最好，其次是地中海線，如杜拜、突尼西亞等。超豪華色團每年都有捧場客，今年最貴的聖誕團為南極18天團，團費逾17萬元，其次是北歐破冰船極光團，團費逾4.5萬元。



■今年聖誕外遊報團人數按年上升10%。香港文匯報記者彭子文攝