

零售業 怎麼辦

系列之一

香港零售業乍暖還寒，去年以來零售業總銷貨價值呈現反覆向下狀況，最新的2月份數字更大跌10.1%，表現遠遜預期，其中作為指標的珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物銷貨價值跌幅達9.7%。面對環球經濟放緩及內地旅客消費力下降等因素，本港零售業艱難轉型。香港文匯報將一連數日介紹本地零售商在新業態下的轉型之路，如主打鑽飾的謝瑞麟珠寶放下身段到東涌開特賣場、老牌華資百貨公司裕華擁抱新科技攻O2O，「潮聖」地標MegaBox吸本地民生客，努力揚帆航向水深之處。

■香港文匯報記者 馬翠媚



◀伍綺琴坦言「開Outlet是一個新嘗試」，雖然東涌特賣場目前仍未入伙，但相信可在今年內投運。 記者曾慶威 攝

▼伍綺琴稱年輕人近年對鑽石的認受性增加，同時重視設計。 記者曾慶威 攝



珠寶商突圍 東涌開特賣場

謝瑞麟搶佔「橋頭堡」 主動攻內地旅客

踏入2019年來，本港零售仍然表現反覆，1月零售業總銷貨價值按年升7.1%，不過受累於2月份按年大跌10.1%，今年首兩個月合計的零售業總銷貨價值按年跌1.8%。珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物一向是業界的風向標，其銷貨價值在去年就呈反覆向下表現，去年11、12月分別下跌3.4%及5.2%，今年1月回升4.1%，但到2月又大跌9.7%，今年首兩月合計按年跌2.8%。

大型基建效果需時顯現

面對珠寶行業的新形勢，主打鑽石首飾的謝瑞麟珠寶，計劃去東涌開設特賣場（Outlet），謝瑞麟副主席兼首席策略暨財務官伍綺琴早前接受香港文匯報專訪時坦言，「開Outlet是一個新嘗試」，選址在東涌，目前仍未入伙，但相信新Outlet店在今年內可投運。雖然在公司中期業績中，曾指大型基建效果尚未浮現，不過報告亦提到相信項目將成為進一步刺激香港零售市場的催化劑。

東涌集迪士尼、昂坪360及天壇大佛等多項景點，吸引大量內地遊客，也是本港最初大型Outlet的集中地，港珠澳大橋再為東涌帶來更多內地客，自然吸引不少商家冀分一杯羹，而除了原本已在東涌「插旗」的各大品牌外，近期亦多了熱門品牌開快閃店，為營業額試水溫。

盼做好配套 疏導人流

不過伍綺琴指，「港珠澳大橋開通後，對零售業帶來的效果未算顯著」。但她相信在一段時間後，政府將做好配套工作，有效引導人流至市區，令各區都有所受惠，因此效果需時顯現，但無論如何長遠而言，大型基建開通對本港零售業有幫助。

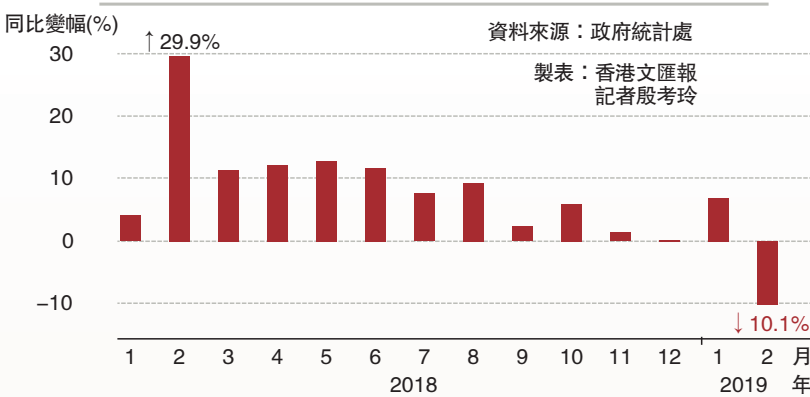
問到預期多久才見到較顯著效果，伍綺琴指如在高鐵香港段開通後，尖沙咀及旺角人流顯著增加，但當中大部分旅客是即日來回或2日1夜的短期停留，「因應時間關係，去不同地方的可能性較低」，她希望旅客除了留在東涌外，亦期望政府推廣更多景點，令遊客走出東涌，加快零售業受惠效果。

因應顧客喜好 鑽石再切細

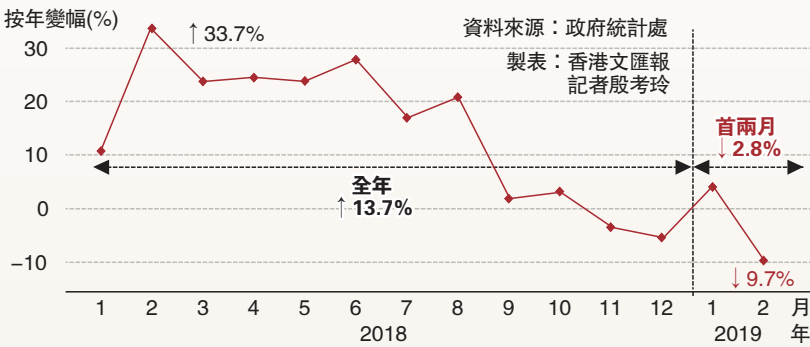
除主動打撈更多內地客源外，開發符合內地客口味的產品亦十分重要，伍綺琴指，內地客喜好近年亦有所改變，「中國南部人士愛黃金，中國北部愛鑽石」，而年輕人對鑽石的認受性增加，購買單位不再是卡，而是細化至份，「以前是3卡的較受歡迎，而現時則以50份至1卡都受歡迎」，同時重視設計。

展望今年，伍綺琴指將維持審慎樂觀，主因是中美貿易戰雖然有曙光，但仍有不明朗因素，因而影響客戶消費意慾，加上人民幣去年貶值，內地旅客來港消費時感覺貴了，雖然股市好轉，美聯儲減慢加息步伐，不過市場波動性仍較大，因此會相對謹慎，料行業整體銷售表現只會與去年相若。

本港零售業總銷貨價值變化



去年來珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物銷貨價值表現



本港近年新開Outlet

地區	Outlet	品牌
鴨脷洲	新海怡廣場	連卡佛、Max Mara、Joyce、Giorgio Armani、Chloé等
葵涌	佛羅倫斯小鎮	Prada、Salvatore Ferragamo、Furla、Links of London、Versace、Kenzo等
東涌	東薈城名店倉	Coach、Burberry、Bally、Brooks Brothers、Calvin Klein等
柴灣	杏花新城	Nike、Adidas、New Balance、Under Armour等
九龍灣	九展名店倉	Vivienne Westwood、D-mop、GAP、Folli Follie等

製表：香港文匯報記者 馬翠媚

零售協會：市道料下季趨穩

香港文匯報訊（記者 馬翠媚）本月初公佈的今年2月零售業總銷貨價值按年大跌10.1%，結束自2017年3月以來的23個月連續升幅。香港零售管理協會主席謝邱安儀表示，撇除農曆新年因素，今年首2個月合計的零售額按年跌1.6%，主要是受中美貿易戰、人民幣貶值及內地經濟



■謝邱安儀料今年零售業將錄得單位數跌幅。

增長放緩影響，展望未來香港零售市道仍受上述因素影響，就算中美就貿易問題達成共識，行業仍需時復甦，期望今年第三季表現趨平穩。

謝邱安儀預料，今年的冬天暖和，影響電器和衣服的銷售，「剛過去的3月已有會員反映銷售平穩或微跌，預計4月情況相若。」她分析，4月即使有清明節及復活節假期，但由於內地不放復活節假期，而港人會在復活節離港外遊，對零售業構成壓力。

旅發局預測今年整體訪港客人

次按年增長1.9%，過夜旅客人次按年增長2.1%。謝邱安儀認為，就算內地訪港客數目增加，但並不意味有助推動本港消費市道，因為現時內地客來港非純購物，不少人來港主要是旅遊觀光及體驗。她也坦言，香港零售業長遠要考慮如何應對，配合內地旅客的購物模式。

至於珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物銷售市道方面，身兼謝瑞麟主席、行政總裁的謝邱安儀指，由去年11月開始，有關零售錄得跌幅，只是今年1月份錄得升幅，估計有關零售今年或有單位數跌幅。

港最大優勢：貨真價實＋售後服務佳



■黃紹基認為高鐵、港珠澳大橋等基建可帶動更多內地旅客訪港。 資料圖片



對於本港一些面向內地客的零售業，目前有旅客消費力減少及內地實施電商法等兩項影響因素，不過謝瑞麟珠寶的伍綺琴及周大福珠寶的黃紹基，都表示暫時未見影響，認為貨真價實、售後服務佳，是內地客願意來港購買高檔貨的主要原因，是香港最大競爭力。

旅發局年初時曾作出預測，今年整體訪港客人人次按年增長1.9%，過夜旅客人次按年增長2.1%，少於去年4.9%的增長，平均留港時間3.1晚，與去年持平，但過夜旅客人均消費為6,915港元，料按年跌6.2%。

謝瑞麟副主席兼首席策略暨財務官伍綺琴指出，內地客來港消費，除了香港是購物天堂外，以珠寶首飾為例，顧客對香港貨真價實有信心，買心頭好之餘，亦買售後服務，這些是讓他們買珠寶首飾最放心的地方。

至於內地電商法的影響，周大福董事總經理、貿發局珠寶

業諮詢委員會主席黃紹基表示，暫時未見電商法對業界有影響，反而因應兩項大型基建高鐵香港段及港珠澳大橋通車，令新春期間訪港遊客數量增加三成，未來升勢或持續。他並分析指，過夜旅客人均消費下跌，主因是過夜旅客人次增加，在基數較大的情況下，才令人均消費變相下跌，他認為高鐵、港珠澳大橋等基建開通後帶動更多內地旅客訪港，雖未必對零售業帶來即時正面影響，但相信長遠仍會有幫助。

港貨售價仍較抵

謝瑞麟珠寶在香港及內地都有不少店舖，伍綺琴也表示，就算在香港及內地賣同一樣產品，內地單計稅已貴10%以上，因此香港價錢仍然較便宜，另外有部分款式為香港獨有，至於遊客光顧亦大多是自用或送禮，始終珠寶首飾是較高價單品，相信內地旅客不會帶太多過境，以免被抽稅，因此縱使內地實施電商法，對業界亦暫未見影響。

■香港文匯報記者 馬翠媚

「舖換舖」策略 租金最多減六成

香港文匯報訊（記者 馬翠媚）對於珠寶鑽飾這類單價較高的產品，除了開Outlet等新嘗試，伍綺琴亦指公司將繼續「舖換舖」策略，目標地段主要針對旅遊區及人流較多的民生地段，同時佈局西九龍站附近如尖沙咀區等。至於舖租方面，她指在中期業績中，整體店舖有三成獲減租，包括商場及街舖，其中街舖減幅

較大，有1個案更獲減租六成，不過相信未來再大減幅度不大，但同時反彈幅度亦不大，而珠寶生意需要街舖櫥窗作招徠，因此一般租金較便宜的樓上舖暫時未成趨勢。

另外，公司在約2年前與婚紗店合作將尖沙咀分店打造成婚嫁概念珠寶店，客人可同時試穿禮服及配襯珠寶，伍綺琴指服務主要利用實體店優

勢，客人身穿婚紗後將珠寶戴上身感覺截然不同，因此推出以來反應良好，故後來再將婚嫁概念珠寶店擴展至屯門。對於設立這類型婚嫁概念珠寶店可帶動多少銷售額，她則指難以銷售額去衡量，因為開設婚嫁概念珠寶店可帶來正面銷售作用，如部分客戶透過預約到訪，但亦有部分客戶即興到現場參觀，可與婚紗商達到雙贏效果。

有盡有，雖然設於遠離市中心的東涌，但每日經港珠澳大橋來港旅客已絡繹不絕。另外，合和實業旗下九龍灣E-max近年亦轉型發展大型Outlet吸客，並引入多個品牌進駐。

至於其他Outlet，包括位於鴨脷洲的新海怡廣場，並吸引連卡佛等進駐，雖然衣物單價大多在4位數字以上，但仍然吸引不少內地旅客以「一車一車」血拚。至於新開的葵涌佛羅倫斯小鎮，因應位置關係，平日人流則相對疏落，但進駐店舖不時提供折上折優惠吸客。

Outlet以平取勝 迎合消費新需求



■近期不少熱門品牌在東薈城開快閃店。