

疫損百業 商戶「食腦」求存

網購平台交易額飆近50% 中小微企轉賣戰疫品

抗擊

新冠肺炎

之疫市發圍

新冠肺炎疫情持續肆虐，香港市民避免外出，經濟活動減少，令不少領域，特別是對實體零售、餐飲行業造成了巨大的衝擊，惟疫情之下，香港仍然是危中有機。網購市場變得火熱，部分中小微企實體店如零食店、寵物店以至菜檔或者是報紙檔則轉戰售賣口罩、消毒液、廁紙。分析相信，疫情得到控制後，經濟活動恢復，出口改善，下半年消費應會反彈，甚至出現「報復性增長」。

■香港文匯報記者 梁悅琴

北角一家藥店門口堆起「廁紙牆」。資料圖片

零食店竟標明有酒精搓手液出售。記者梁悅琴攝

PARK1SHOP.com
您正在排隊中，請耐心等待！
防衛口罩經已售罄，取用服務暫停，不便之處，敬請諒解。
Surgical masks have been sold out. Click & Collect service is temporarily unavailable. We are sorry for any inconvenience caused.

超市網站「塞車」。網上截圖

報紙檔都有廁紙出售。記者梁悅琴攝

與奢侈品、化妝品等實體零售行業銷量大跌不同，近月來線上百貨市況火熱。網上購物平台HKTV MALL 訂單火爆，1月平均每日訂單量為22,400宗，按年和按月分別上升64.7%及19.8%，平均每日訂單總商品交易額達1,090萬元，按年大升49.3%，1月的訂單總商品交易額達3.38億元，大升49.6%。網購訂單的激增甚至迫使HKTV MALL 在本月上旬上調免運費金額至800元才免費送貨，並擴展自提點。

疫情下網購率升勢料持續

HKTV MALL 指出，目前香港人到人多擁擠的地方購物意慾減弱，重心轉至網購平台，2月首9日的增長動力及營運狀況均較1月同期更強，預計強勁的增長動力將延續整個2月。其他同類線上購物平台，如百佳、惠康等，亦出現網上購物通道擁擠、需在線排隊數分鐘至一小時不等的情况。

事實上，網購已漸漸成為市民日常購物的常用方法，香港網購市場正火速上升中。根據政府統計處的數據顯示，過往12個月內有網上購物的人數比率已由2004年的7%升至2018年的35.8%，十四年間勁升4倍，而2018年統計數據指出，花在網上購物的金額中位數亦由兩年前的2,000元增加逾倍至4,100元。當中有76.2%人表示上網購買日用品和衣服鞋襪，另有一半表示曾於網上訂購外遊機票、酒店和其他服務。市場人士相信，疫情持續會令網購人數比率進一步上升。

報紙檔售廁紙 涼茶舖有米賣

不過，由於不少長者或者小市民尚未習慣網購，在自由市場久經訓練下，香港人一向靈活多變，哪怕只是小小商機，看到之後也絕不會放過。於是口罩、消毒液、廁紙、米便成為近期部分中小微企實體店的吊命新商機。

香港文匯報記者近日在香港多區發現，有零食店賣起了酒精搓手啫喱，有寵物店出售散裝口罩，黃竹坑一間菜檔，甚至是小西灣一間報紙檔，都竟然看到有廁紙出售，便利店及涼茶舖更會有米出售。

2月初因一則謠言令香港各超市內的廁紙被一掃而空，其後各超市、藥房出現的廁紙牆更是城中熱話。記者於2月15日到中環長江中心地庫CKC18的超市food le parc所見，不少市民在超市搶購廁紙，據該超市職員表示：「昨日(2月14日)單是賣廁紙的生意額已達10多萬元。」若以每條廁紙平均約35元計，即一日售出逾2,850條廁紙。

小商戶亦看準新商機，小西灣一間報紙檔於各超市廁紙被一掃而空後兩、三日訂購約數十條廁紙，以每條40元售予街坊，近日隨着廁紙於各超市供應陸續到位，每條廁紙售價才降至38元。

疫情之下，亦不乏逆市擴張的個

案。日本連鎖折扣店「驚安」的殿堂」以每呎20元租金租用將軍澳南商場 Monterey Place 約2.5萬方呎樓面，是繼尖沙咀、荃灣及銅鑼灣後，「驚安」在香港開設的第4間分店。

疫後消費料反彈 出口改善利經濟

中文大學經濟學系副教授莊太量表示，雖然現時零售、餐飲等行業的確受到很大衝擊，但相信疫情得到控制或演變成致死率低的風土病後，復工將全面展開，經濟活動亦會恢復，下半年消費應會反彈，甚至出現報復性增長。

莊太量指出，自去年末以來，香港出口情況得到改善，據政府統計處數據顯示，2019年12月香港整體出口貨值為3,513億港元，按年上升3.3%，終止連續13個月的下跌。而隨着中美貿易關係暫時得以緩和，相信今年的出口會繼續改善，這對經濟的影響將遠大於消費對經濟的貢獻。

網購「好花」未必常開

香港文匯報訊（記者 馬翠媚）疫情下不少市民寧寄情家中，部分大企業或中小企為了迎合需求，紛紛加強發展網購，或與電商平台合作，部分餐飲業亦選擇與外賣平台合作，相對下市面上大部分實體店門庭冷落。有分析認為市民湧向網購只是暫時性，料疫情過後市民將恢復生活習慣，而商店在這段過渡期出現新形態，以適應新環境。

消費習慣疫後或復常態

中大商學院高級講師李兆波接受香港文匯報記者訪問時表示，現時疫情嚴峻下，才令大部分市民選擇

留於家中，部分店舖更選擇停業，不過他相信只是一個時期，待這段時期過後，市民將恢復出街消費習慣，主因香港地少人多，加上交通發達，難以與內地網購風相提並論。

李兆波認為，現時市民寄情家中，令網購需求增加，短期而言或令市場競爭加劇，部分中小店舖若捱不住或結業收場，但部分亦會在這段時期出現新形態，以適應新環境，如酒樓以飲茶送口罩作招徠等，相信一些較大型、較具實力的企業目前仍捱得住，目前大部分估計在4月至5月疫情或好轉。

旅業蕭條 吉舖潮或現

對於部分零售、餐飲業等不景氣，會否令店舖租金日後有回落的壓力，李兆波認為旅遊業才是影響店舖租金的關鍵因素之一，由去年社會事件至今年疫情爆發，加上內地經濟增長放緩，都大大影響本港旅客數字，料未來店舖租金將錄得較為顯著回落，一些在高峰期簽下租約，租金有機會削3成至4成，部分持觀望態度業主未必會再企硬，同時吉舖或將湧現，部分或作短期租約。

李兆波提到，港鐵（0066）早前

宣佈所有車站及13個商場的中小型租戶將獲減免今年2月及3月一半租金，情況罕見，他認為因應政府是港鐵大股東，此舉可起政府帶頭減租作用。而即將公佈的財政預算案，他建議政府可向市民派2萬元，當中可包含消費券，以紓解民困。

■銅鑼灣波斯富街客流疏落，現有約12個吉舖。記者梁悅琴攝

補習社推網課「救亡」

補習社負責人稱新網課平台有助個人化指導和補底拔尖。

香港文匯報訊（記者 蔡競文）為減低人多聚集帶來新冠肺炎病毒人傳人的風險，教育局早前（2月10日）強烈勸喻補習社及戲院等場所暫停營業，家長也因安全考量取消已報名的課堂，令部分補習社收入急跌九成。網龍（0777）旗下創奇思的「雲端教學及管理平台」，於抗疫情期間免費為中小型補習社提供營運解決方案支援，至今的首階段已收到百多所本地中小學的申請。

平台配對導師「改簿」

現代優質學習中心的負責人Joe Sir表示，受疫情影響，中心2月份的收入跌近九成，家長表示不敢讓子女回補習社，但學生也有學習需要。Joe Sir曾嘗試透過WhatsApp為學生批改功課，但操作上面對不少難題，不容易擴充及管理。於是探索坊間的電子學習資源和解決方案，以及混成學習（blended learning）的上課模式。他指，創奇思的解決方案已在該中心逐步實行，身在家中的學生可以上網瀏覽中心上載的教學影片，然後完成紙本作業。家長以手機程式將功課拍照上載至平台後，平台會配對予相關導師批改，然後安排網上指導或課堂跟進。

Joe Sir稱，解決方案的最大優勢，在於學生仍然有需要用到紙本形式去完成作業，包括演示算式及步驟，功課反饋系統讓導師以平板電腦批改作業，甚至加入聲、畫等引導，學生及家長可以重溫導師的註解當作溫習；平台能幫助到補習社履行教育工作者的核心價值，做到個人化指導和補底拔尖。

聲畫解說 教學「超時空」

平台的配對系統還能讓老師整合和上載教材作業，學生完成課堂及作業後，老師以平板批改作業，學生和家長收到作業成績之外，亦可從老師的聲音和圖像註解獲得延伸解說及引導，並隨時登入雲端平台溫習以往作業和反饋。借助人工智能和機器學習技術，平台將在下一階段根據學生進度及老師反饋提供「補底拔尖」的跟進建議，以及加快批改作業流程，讓老師可以花更多時間針對學生的強項或弱項作個別的指導。

平台方面現時還獲得現代教育研究社及培生香港相關教材及練習的官方授權，並會上載更多其他出版社的教材、練習及課程影片，補習老師可結合授權教材自訂教案。學生方面，只需以智能手機、平板或電腦登入平台即可瀏覽相關的教材資源，硬件要求低，不論境內或境外均可於平台存取教材，自主分配時間完成課堂，家長也可自行安排子女學習時間，及如常讓補習老師跟進子女學習進度，提供個人化學習安排。

騰訊雲撈THE GULU手機App派籌購防疫品

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）疫情持續，正當廣大市民每日在街上冒寒冒雨排隊買口罩之際，騰訊（0700）旗下騰訊雲宣佈，支援本地應用程式THE GULU內的遙距手機派籌購買防疫用品功能，以應付單日最高128萬用戶同時登入App內領籌。

單日最高派128萬用戶

THE GULU 於日前推出「抗災專區」，聯同各大零售企業提供遙距手機派籌買或領取口罩及消毒用品服務，合作商戶共五家，包括莎莎化妝品、卓悅 Bonjour、日本城等連鎖零售店及藥房。為應付大量用戶同時登入手機 App 領籌的高用量需求，THE GULU 透過騰訊雲高效能的雲端基礎架構以及其安全可靠雲端服務，協助用戶的領籌過程穩定流暢，免市民受排隊之苦之餘，一解港人之困。

滬企靠直播「翻生」一日出貨40萬

香港文匯報訊（記者 莊程敏）在疫情肆虐下，內地零售業同樣面臨最嚴峻的「寒冬」，轉向網上銷售成為出路。上海的護膚品牌「林清軒」在剛過去的新春，業績較去年大幅下滑90%，不出兩個月就會到達破產臨界點。孫來春為了挽救業績，參與了淘寶直播，直播初期僅得寥寥兩人收看，4天後，觀看人數升至500多人，情人節（2月14日）當日，創辦人孫來春更親自下場，超過6萬人觀看，賣出近40萬支山茶花油，完成近40萬元（人民幣，下同）銷售額，成

功逆市挽救了業績。

月虧3000萬 背水一戰

「林清軒」在北京、上海、廣州、杭州等100多個城市的購物中心開設337家門店，受到疫情影響，其中157家門店在1月底開始暫停營業。大年初六林清軒創辦人孫來春決定推遲歇業，公司在大年初一至年初七的業績較去年大幅下滑90%，照這情況下，公司不出兩個月就會到達破產臨界點。孫來春指：「每天睜眼就是100萬元的支出，一個月虧損3,000萬元。」

背水一戰，他終於在2月1日啟動淘寶直播，生意也開始接踵而來，而「林清軒」線下的業績透過線上的工具亦慢慢地恢復，而且更達到去年同期的145%，部分門店甚至翻倍，可算是奇跡。孫來春表示，今年會更為投入淘寶直播平台，而實體門店的擴展計劃也會延續，不受影響。

小米adidas直播賣新品

事實上，除了中小企業，亦不缺大品牌在非常時期透過直播平台尋求業務突破。小米2月13日以「純

線上直播」的方式發佈新款旗艦手機「小米10」，在2月14日的「小米天貓超級品牌日」活動期間，小米錄得超過3億元銷售額，小米10更斬獲當日手機單品銷量及銷售額的雙冠軍。動服務品牌adidas也聯動天貓超級品牌日活動，2月17日至21日期間在天貓打造線上直播發佈會，發佈「Superstar」50周年新產品。淘寶在《淘寶經濟暖報》上披露，今年2月以來，每天有超過3萬人在淘寶平台上開新店，其中超過20%是來自線下店舖。

淘寶直播

林清軒

孫來春

上海護膚品牌「林清軒」創辦人孫來春親自下場參與了淘寶直播，賣出近40萬支山茶花油。