

重聘離職導遊做買手 搜羅抵食日台馬貨 疫境自救 東瀛遊開零售店

山不轉路轉，路不轉人轉。疫情重挫旅遊業，主要業務為旅行社的EGL東瀛遊(6882)唯有不斷轉型自救。繼去年創立全新網購平台後，日前再斥資7位數字，將荃灣綠楊坊的分行打造成集團首間零售實體店，售賣來自日本、台灣地區及馬來西亞的水果、零食、食材等，並重聘離職導遊做買手。東瀛遊執行董事袁瀛頤坦言，做零售雖難以與以往過10億元的旅遊業務比，但料在通關前都是集團的主要收入來源，未來或會再物色人流及租金合適的舖位作零售點。

●香港文匯報記者 莊程敏



●東瀛遊執行董事袁瀛頤(左圖)坦言，做零售雖難以與以往旅遊業務比，但料在通關前都是集團的主要收入來源，未來或會再物色合適舖位作零售點。



●東瀛遊荃灣綠楊坊的分行打造成集團首間零售實體店，售賣來自日本、台灣地區及馬來西亞的水果、零食、食材等。

新冠疫情席捲全球，旅遊業務飽受打擊，東瀛遊無奈暫時關閉兩間旅行社分店，有4間仍營業中，於1月時亦宣布裁減120名導遊，現時分店員工都是放無薪假，在職員工約有300名。袁瀛頤昨表示，慶幸集團於上年決意逆轉轉型，開拓全新網購平台EGL Market，發展第二業務，創造就業機會，旅行社方面暫時未有第二波裁員計劃。

她說，「成立EGL Market初衷是希望透過營運網購平台，能夠讓更多嘅同事『有工返』，藉此減低無薪假要求以及裁員需要。今次開設EGL Market實體店，更加優先聘用早前被遣散嘅導遊同事，希望支持旅遊業從業員走過這段艱難日子，共同『疫』流而上。」

網購開業一年 銷售額逾千萬

據介紹，集團去年創立全新網購平台「EGL Market」，開業一年來銷售額達8位數字(即逾千萬元)，有見反應不俗，公司再下一城，斥資7位數字，將荃灣綠楊坊EGL Tours分行打造成首間EGL Market實體店，售賣來自日本、台灣地區及馬來西亞的水果、零食、食材等，並重聘離職導遊做買手。

荃灣店試水溫 將陸續增實體店

問到其他分行會否陸續轉做零售店，袁瀛頤稱，其他分行的位置並不適合銷售，若荃灣店的表现理想，會另外物色人流及租金合適的舖位開店。她希

望網購平台與實體店能夠發揮線上線下互相引流的作。

荃灣實體店作為首個試點，預計未來將會於不同地區開設更多實體店自取點，拓展業務，同時將會減低昂貴的運輸成本，有助於帶動業務發展及利潤增長。不過她強調，「現時開店最大的成本仍然是租金，在旅遊業務零收入的情況下，每項投資必須更審慎考慮。」

主業方面，袁瀛頤說，目前生意主要是Staycation(宅度假)、本港一天遊，以及近日指會開通的公海遊為主。至於在日本經營的兩間酒店，其中沖繩的酒店營業中，服務本地客為主，而日本政府亦有提供資助，大大減低成本。她期望，各國可以盡快通關，公司亦即將為鼓勵接種疫苗提供抽獎活動，獎品為旅遊產品，詳情有待公布。

雖然市面上已有很多日式食材零售店，袁瀛頤認為，EGL Market仍有其獨特之處。EGL Market市場定位是希望透過經營旅遊業的優勢以及公司於日本強大網絡，將一班識玩識食的旅遊專員化身成為全球買手，務求「捐廢捐罫」搜羅來自世界各地最具特色並受城中搶購的產品，例如日本A5宮崎和牛，就是來自於連續17次獲獎的櫻花牧場、德島無激索阿波尾走地雞、日本法國料理鐵人坂井宏行監督製作的栗原園芝士磅蛋糕、日本節目《恐怖醫學》推介後全城搶購經常性缺貨的鮮榨100%沖繩香椰青汁濃縮果汁等。

世紀疫症重創 盈轉虧蝕逾億

跌入谷底

香港文匯報訊(記者 莊程敏) 香港人出名愛去日本旅遊，主力做日本團的東瀛遊(6882)，在早年可謂「食正條水」，可惜一場世紀疫症令多國封城，旅遊完全停頓，東瀛遊的業務跌入谷底。東瀛遊於3月公布的去年業績所見，集團由盈轉虧，虧損1.08億港元，相比2019年財年賺400萬元；去年收益為2.49億元，對比2019年收益17.28億元，按年大跌85%。

受疫情影響下，集團的旅遊及相關業務自2020年3月中旬已煞停至今，酒店業務於去年內大部分時間暫停營業。儘管集團採取多項節約成本的措施以低營運成本並領取香港政府及海外政府為援助旅遊業而發放的補貼，集團仍無可避免面臨充滿挑戰且前所未有的境況。業績顯示，去年日本旅行團仍是集團收益的主要來源，但客戶人數驟減86.7%至約1.2萬人，收益減少84.8%至約1.4億元。

今年1月解僱全部導遊

集團在旅遊業務停頓下，每月要「硬啃」逾千

萬元營運開支。初時集團表示不忍裁員，直至去年4月才開始推出無薪假計劃，並推出特別計劃讓有經濟困難的員工申請分期減工資。為了自救，集團於去年第二季推出「EGL Market」網上購物平台，並善用公司領隊開拓網購業務，讓外地員工代購補家計。不過疫情持續下，集團於今年1月終要宣布解僱全部導遊，均為主力帶日本團及長線團，涉及120人，佔員工總數兩成半。疫情爆發以來，公司已有11個月未能辦外遊旅行團，去年已因疫情關閉兩間分店。

禔國全：復原需逾兩年

現時東瀛遊再斥資7位數字開設「EGL Market」實體店，可見集團在「疫境」求生的意志相當強。對於前景，集團亦未敢樂觀，表明或會面臨更負面的業績及資金流動限制，並可能於今年產生額外資產減值。東瀛遊執行董事禔國全早前指，全球疫情反覆，加上各國通關或對疫苗接種率有一定要求，預計旅遊業要重返疫情前的全盛期需要最少兩年。但若內地和澳門旅行團有望開團，將對業界生意有一定幫助。

自救未止血 復原需外遊重啟

紛紛開源

香港文匯報訊(記者 岑健樂) 新冠疫情重擊旅行社業務，除了關閉分店與裁員等成本節約措施外，有部分旅行社選擇發展其他業務開源自救。其中，康泰旅遊、永安旅遊與美麗華旅遊，都推出了本地遊旅行團，團費大多是數百元。此外，上述旅行社在疫市下，亦都推出了Staycation(宅度假)產品，價錢由數百元至過千元不等。

拓本地遊辦旅遊課

另外，主打深度遊的公司GLO Travel，趁機開拓新業務「旅行講堂」。GLO Travel原本主要營

運較冷門目的地的旅行團，包括朝鮮、伊朗與不丹。不過疫情持續，打擊業務表現，公司於是在去年起推出網上課程「旅行講堂」，邀請各方專家與學者，策劃不同主題的網上課程，涵蓋宗教、建築、歷史、哲學、生態旅遊等多個範疇，價錢大多是數百元，實行於疫情期間，為大家增廣見聞。

不過，上述自救措施，也僅只能減少旅行社的損失，要扭轉整個旅遊業的經營狀況，還得靠全世界人民接種疫苗，齊心抗疫。

據香港旅遊局公布，今年1至4月訪港旅客人數約2.22萬人次，較2020年同期的349.33萬人次跌99.4%。

調查：無得去旅行 人均慳1萬

香港文匯報訊(記者 馬翠嫻) 疫情下實施旅遊限制，不少市民在難以外遊下「慳了錢」。滙豐去年10月進行了一項調查，訪問了逾千名18至65歲的香港居民，發現有51%人去年減少旅行開支，平均每人節省1萬元，其中大部分存放於銀行戶口或轉用於投資，同時該行另一項研究顯示，香港個人客戶去年投資股票及購買保險產品增加。

轉向投資 港股成交增八成

滙豐的調查顯示，該行客戶傾向投資股票及購買保險，反映他們希望增加風險資產回報，以及在財務上積極應對不確定性，該行客戶去年在港股交易的總數升84%。面對前景不明朗，客戶在家居、人壽(不包括年金計劃)及醫療保險的投保金額分別升110%、9%及22%。

除了投資增加外，疫情帶動消費者網購次數增加，該行客戶去年以信用卡在網上購物次數的增幅為24%。各細項方面，家庭用品的網上消費按年升60%，食品雜貨的網上消費亦增加61%，電子或網

上遊戲及其他網上串流服務的消費增加63%。

Y世代網購次數增三成

此外，年齡介乎18至30歲千禧一代(Y世代)去年的網購次數有30%增幅，總消費亦增加20%，該行認為數據反映經濟放緩似乎未有影響千禧一代客戶的消費能力，並預期他們的購買力在疫情過後仍會保持充裕。

滙豐香港區財富管理及個人銀行業務客戶、國際及市場策劃主管許長虹表示，消費者習慣有所改變，零售商及金融服務機構亦必須隨之調整營運模式，而該行將在已發展多年的數碼基礎上，加快推出更觸手可及的銀行服務。過去一年該行已推出逾百項全新數碼服務。

滙豐香港區財富管理及個人銀行業務客戶體驗主管翁嫻嫻透露，將繼續研究使用不同渠道，如直播投票、即時聊天，或者以流動應用程式了解客戶行為及意見等，並以人工智能及機器學習科技加以分析，從而為客戶提供貼合所需的服務。

冠一拆局：金股匯債 六絕魔咒

主講：王冠一教授

王冠一教授為著名的財經評論專家，長期為多個媒體撰寫金融市場分析，其獨到的眼光深受觀眾愛戴。藝術香港空間有幸邀請到王冠一教授蒞臨授課，名額有限，請從速報名。

只辦兩場

2021年6月21日，7月5日

周一晚上：7:00 - 8:30 (包括Q&A)



QR code

地點：香港灣仔軒尼詩道342號國華大廈3樓

報名費：HK\$1000/次

中銀香港賬戶：012-399-1-019214-9

戶口名稱：藝術香港文化有限公司

(HONG KONG ART CULTURE LIMITED)

報名查詢熱線：852-3791 2181 (星期一至五 9:30-18:00)

電郵：hkongart@gmail.com



港視澄清無意退出網購

香港文匯報訊(記者 殷考玲) 網購平台HKTV-mall為本港主要電商平台之一，疫情下發展迅速，惟HKTV-mall母公司香港電視(1137)行政總裁王維基昨出席一個論壇致辭時，引發出「退出網購」的傳言，該集團昨日緊急作出澄清，表明絕對無意退出本地網購平台。另外，公司股東會否決了對王維基市值近4.5億元的股份獎勵計劃後，港視股價昨升4.8%，收報10.28元。

就有關退出網購平台營運商的傳言，港視昨澄清指出，該集團行政總裁王維基昨日出席一個論壇致辭時表示，該集團將電子商貿營商轉型至科技推動者，在香港引入更多競爭，協助建立更多有規模的網購平台，令香港消費者有更多選擇。然而，該集團會拓展科技推動者的業務範圍，但絕對無意退出本地的網購平台。

否決向王維基發股「自肥」

另一方面，港視於本週三(9日)舉行股東周年大會，大部分決議案都獲得通過，唯獨有過半數股東(50.87%)反對，向王維基配發及發行合共最多4,579.93萬股關連獎勵股份，由於有超過50%票數投票反對該項決議案，故該項決議案於股東周年大會上不獲獨立股東通過。以該股於周三收市價9.81元計算，該批股份市值近4.5億元。

事實上，據港視4月1日的通告指出，王維基的股份獎勵計劃設有多項條件，包括他在期內仍須為港視的行政總裁；此外，就各批關連獎勵股份來說，股價需達到一定目標，若王維基要取得全數獎勵股份，港視股價5年期內需上升2倍。當日港視收報11.16元。