

專題 1.2

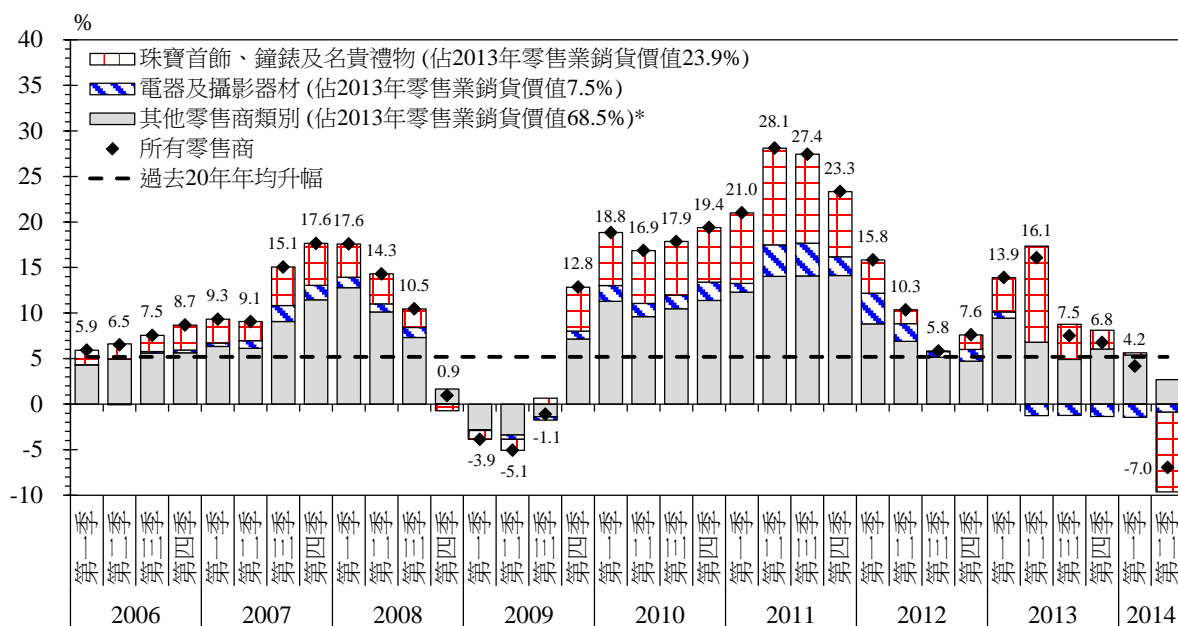
香港零售業近期銷情

香港零售業經歷二零零八年年底至二零零九年間環球金融危機的打擊，隨後銷貨額顯著回升，數年間續見強勁增長，但在二零一四年年初升勢銳減，自二零一四年二月起連續五個月錄得按年跌幅，前景令人關注。本專題文章剖析零售業銷情數年來的走勢，並從中探討近期令人失望的表現。

首先，在環球金融危機後零售業銷貨額的躍升幅度殊不常見。受惠於勞工市場日益緊絀，入息改善，加上訪港旅遊業興旺，零售業銷貨價值在二零一零至二零一三年間平均每年增長 15.8%，遠超二十年來約 5% 的年均趨勢增幅(圖 1)。增長步伐如此驚人，雖有利於短期經濟增長，但長遠而言實在難以維持。

其次，零售業銷貨額近期轉差。究其原因，主要是奢侈品(即「珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物」)和電器及攝影器材這兩類零售商的銷情疲弱所致，儘管後者的影響較為輕微(圖 1)。具體而言，金價在二零一三年第二季大幅調整，奢侈品銷貨價值隨之按年飆升近 50%，致使該季零售業總銷貨價值激增。正因基數極高，奢侈品銷貨價值在今年第二季按年下挫 31.5%，整體零售業銷貨額也隨之下降。另外，電器及攝影器材的銷情明顯放緩，也是影響零售業銷情的原因之一。撇除奢侈品和電器及攝影器材，其他零售商類別的銷貨價值在過去幾年一直保持平穩增長，但在最近幾季也略見放緩。

圖 1：選定零售商類別在零售業銷貨價值增減幅度所佔的百分率



註：(*) 其他零售商類別包括「食品、酒類飲品及煙草」、「超級市場貨品」、「燃料」、「衣物、鞋類及有關製品」、「百貨公司貨品」、「其他消費品」和電器及攝影器材以外的耐用消費品。

由於進位關係，佔零售業銷貨價值的比例相加未必等於 100%。

專題 1.2(續)

奢侈品和電器及攝影器材的銷貨額波動，大概是由於旅客人均消費變動所致。二零一零至二零一三年期間，珠寶首飾及名貴物品的銷貨價值累計躍升 164%，而電器及攝影器材的銷貨價值也飆升 78%。銷貨額激增，不能純粹歸因於本地居民的需求。旅客購物開支的詳細分項數字只能從香港旅遊發展局的年度調查得知，因此現時難以確定二零一四年上半年的旅客消費模式如何改變。不過，旅遊服務輸出(涵蓋旅客在購物、餐飲、住宿、娛樂等方面的消費)的變動正好反映，雖然訪港旅客人次持續上升，但總旅客消費的增長在最近幾季大幅減慢。

從圖 2a 所見，旅遊服務輸出和訪港旅客人次增減率之間的差別所推算的旅客人均消費，在過去幾年穩健上升後，在二零一四年上半年顯著回跌，與奢侈品和耐用消費品的銷情趨勢相若。雖然有一些非正式資料顯示旅客購物偏好可能有所改變，但入境不過夜旅客的比例上升相信也是原因之一，因為這些旅客的人均消費僅為過夜旅客的三成左右(圖 2b)。

圖 2a：服務輸出及訪港旅客人次

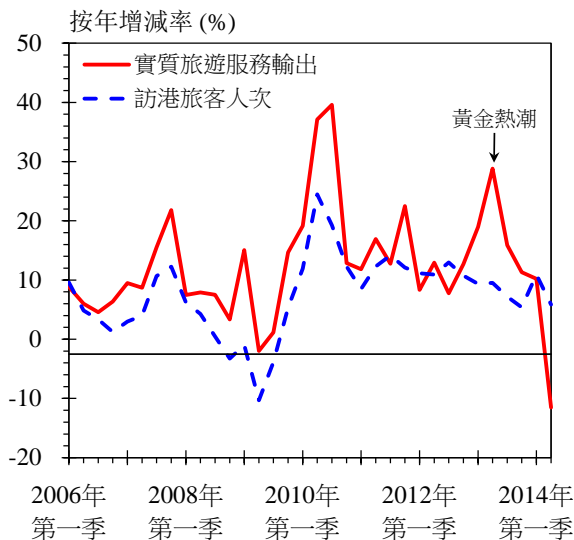
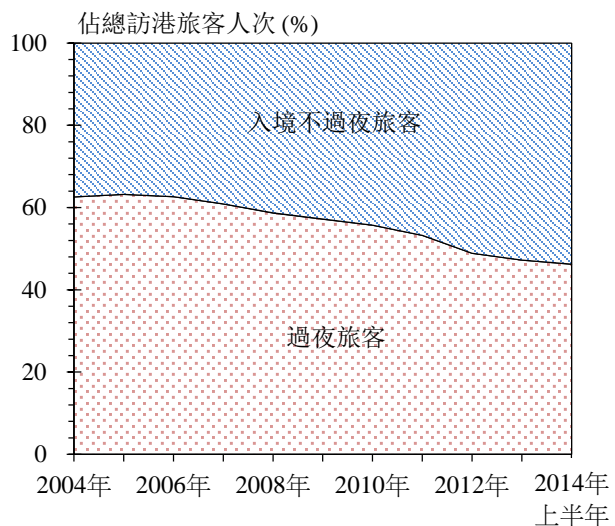


圖 2b：訪港旅客結構變化



歸納各類零售商的銷貨表現和旅客人均消費的推算分析，第二季零售業銷貨價值急挫，似乎是比較基數極高以及旅客減少貴價品消費的綜合結果。事實上，旅客購物消費在二零一三年佔零售業銷貨價值接近四成，因此其波動很容易會扭曲零售銷貨數據，並掩蓋本地居民消費的基本走勢。

展望將來，隨着不利的基數效應逐漸減退，香港的零售業銷貨表現有望在數月內轉趨穩定。然而，考慮到零售業的規模(約佔二零一二年本地生產總值的 4% 和二零一三年總就業人數的 9%)，政府會密切留意零售業銷貨額增長減慢對本地經濟氣氛和勞工市場情況的影響。