

## 專題 1.1

### 香港私人消費開支與零售銷售近期表現的差異

用以量度香港居民整體消費開支的私人消費開支，在二零一七年上半年按年實質顯著增長 4.6%，較二零一六年全年 1.8% 的增長有所加快。本港零售業銷貨量同期也有改善，但表現較為遜色(圖 1)。本專題文章根據這兩個指標的涵蓋範圍，闡釋兩者近期表現有所不同的原因。

按照定義，私人消費開支涵蓋香港居民在本地和外地用於購買貨品(包括不同銷售途徑如零售商)和服務的消費開支，而零售銷售數據則涵蓋本港零售商向本地居民和外地旅客銷售貨品的收益。簡單來說，與零售銷售相比，私人消費開支在購買類別和地點上的涵蓋層面都廣闊得多(後者因私人消費開支包含居民在香港境外的開支)。然而，私人消費開支並不包括旅客在香港購物的開支，這方面的開支則屬零售銷售數據的涵蓋範圍。

直至一兩年前，訪港旅遊業維持了一段長時間的快速增長，訪港旅客人次和旅客購物開支<sup>(1)</sup>在過去十年間激增，年均增幅分別達 8.4% 和 12.0%，遠超同期零售業銷貨價值 7.1% 的年均增幅。故此，旅客消費在帶動零售銷售方面的角色日益重要，其佔零售銷售的比重，估計由二零零六年僅 22% 增至近年約 35% 至 40%。正因如此，零售業銷情除顯示本地居民購物開支的情況外，也日趨反映旅客購物模式的轉變。舉例來說，當旅客購物開支的按年跌幅由二零一五年上半年的 4.3% 擴大至二零一六年上半年的 23.1%，同期零售業銷貨價值的按年跌幅也由 1.6% 加劇至 10.5%。隨着訪港旅遊業自二零一六年下半年開始徐緩回穩，零售銷售亦有相對改善(圖 2)。

圖1：近期零售銷售的表現較私人消費開支遜色

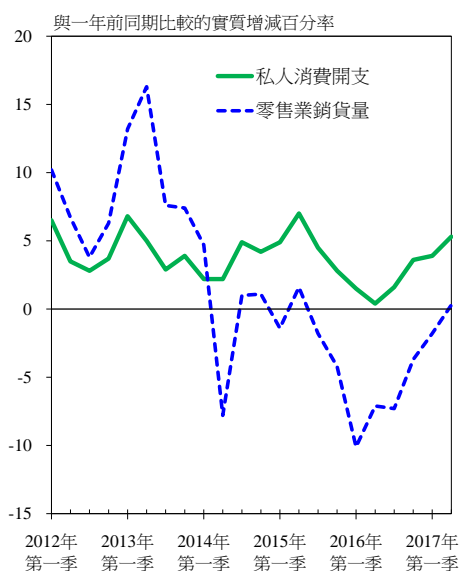
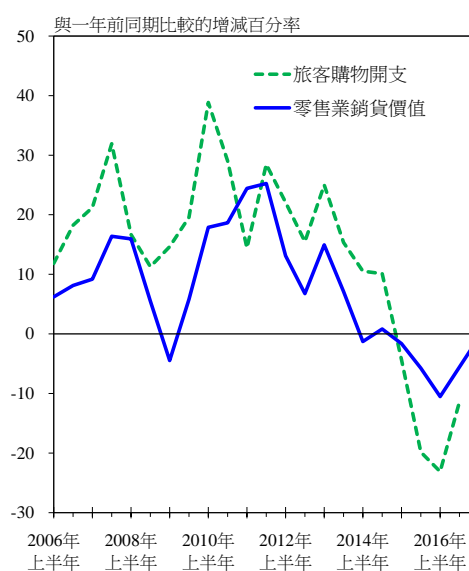


圖2：零售銷售跟隨旅客購物開支而變動



(1) 指香港旅遊發展局所編訂有關過夜旅客及入境不過夜旅客的購物開支數據，在本專題用來粗略反映訪港旅遊業對零售銷售的貢獻。

## 專題 1.1 (續)

另一方面，私人消費開支的表現取決於本地消費意欲，而本地消費意欲則受外圍環境，以及勞工市場和資產市場情況等因素所左右。最近數年，受惠於勞工市場持續全民就業，工資和收入都有實質增長，本地消費意欲大致向好，雖則在個別季度當外圍環境出現種種不利情況時，亦或多或少受到影響。以二零一六年上半年為例，環球經濟增長乏力，加上全球金融市場波動不定，本地消費意欲隨之轉差，私人消費開支受拖累，按年僅錄得 1.0% 的增幅。然而，雖然貨品和服務開支均受本地消費意欲轉變所影響，但服務開支一直以來的波幅都較零售銷售小(圖 3)，部分原因相信是服務消費大多屬生活「必需品」，例如房屋、交通、醫療服務和教育服務。由於服務開支佔整體消費開支超過 50%，這正好進一步說明為何私人消費開支較零售銷售更為堅穩，走勢亦較為穩定。至於近期方面，二零一七年到目前為止，勞工市場情況理想，資產價格上升，本地消費需求強勁，連帶私人消費開支也穩健增長。此外，支付層面的統計數字亦可印證本地消費意欲的情況。具體而言，在香港發行的信用卡和扣帳卡的交易總額<sup>(2)</sup>自二零一六年第四季起穩步增長，亦顯示目前本地消費意欲向好(圖 4)。

圖3：服務開支增長向來較為穩定

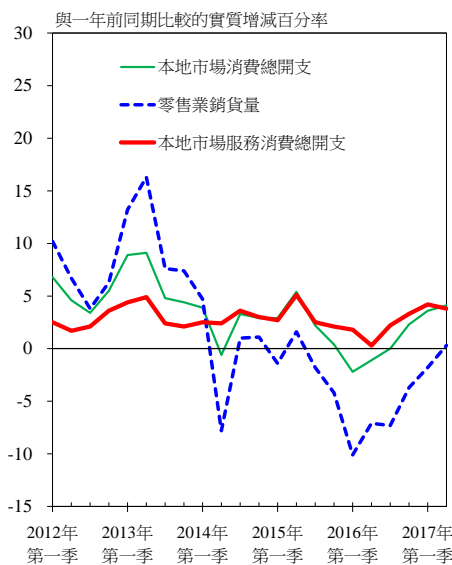
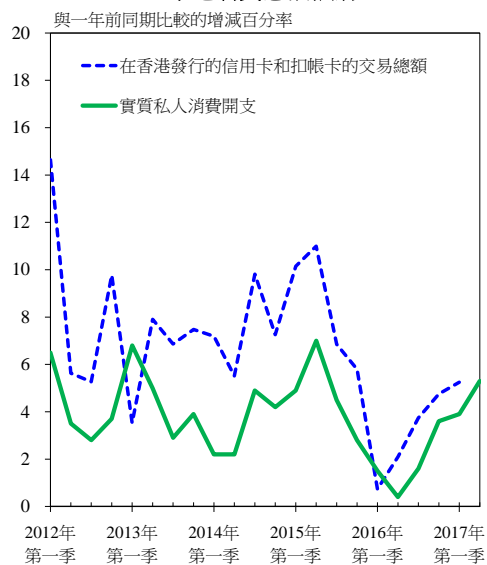


圖4：支付層面的指標同樣顯示本地消費意欲強勁



總的來說，就衡量本地私人消費情況而言，私人消費開支相比零售銷售，是更合適和全面的指標。展望未來，儘管外圍環境仍有種種變數，尤其是美國貨幣政策正常化步伐未明，但勞工市場情況理想，本地消費意欲在短期內相信會依然向好，有助進一步帶動私人消費開支增長。至於零售銷售的前景，現時正面的本地消費氣氛雖屬有利因素，但零售業銷售情仍要視乎訪港旅遊業的復蘇步伐。鑑於私人消費是本港經濟重要一環，而零售業在創造就業職位方面亦非常重要，我們會密切留意未來本地消費需求和零售業的情況。

(2) 取自香港金融管理局(金管局)所公布有關在香港發行的支付卡的統計資料。本專題所述的信用卡交易指金管局界定的信用卡零售銷售交易。金管局與政府統計處對零售銷售的定義各有不同。