

## 專題 1.1

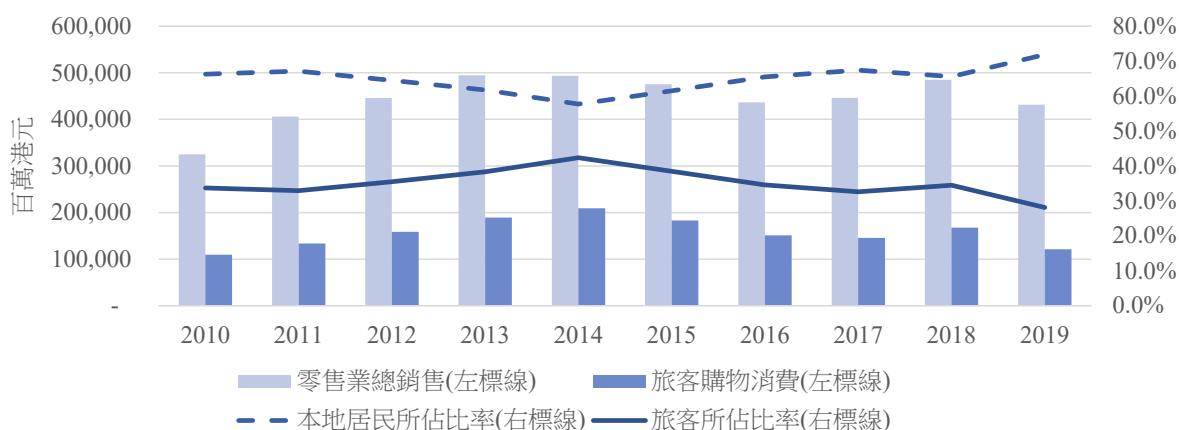
### 本地消費者在香港零售業銷售中的貢獻比率

世界各地政府因應新冠病毒疫情實施廣泛的旅遊限制，旅遊業活動因而受到前所未有的打擊。香港方面，訪港旅客自二零二零年三月起幾乎絕迹，零售業差不多需要完全依賴本地消費者。本專題就近年旅客和本地居民在香港零售業銷售中的貢獻比率作粗略估算，並分析二零二零年旅客稀少時本地零售消費的趨勢。

為了解本地消費者在香港零售業銷售中的貢獻比率，我們參考了兩項調查(即政府統計處的零售業銷貨額按月統計調查<sup>(1)</sup>和香港旅遊發展局(旅發局)的離境旅客問卷調查<sup>(2)</sup>)的相關數據。透過比較旅客購物總開支和零售業總銷貨價值，我們概括估算旅客在零售業銷售中的貢獻比率，剩餘的份額便是本地消費者的貢獻<sup>(3)</sup>。

在二零一零至二零一九年的十年間，旅客消費在整體零售業銷售中所佔的比率大部分時間都維持在約 30%至 40%的水平(圖 1)。不過，在二零一九年，由於訪港旅遊業受本地社會事件嚴重干擾，訪港旅客人次自七月起錄得跌幅，全年合計下跌 14.2%，令旅客消費在整體零售業銷售中的比率顯著下跌至約 28%。

圖 1：旅客和本地居民在零售業銷貨價值中的貢獻比率  
(二零一零至二零一九年)



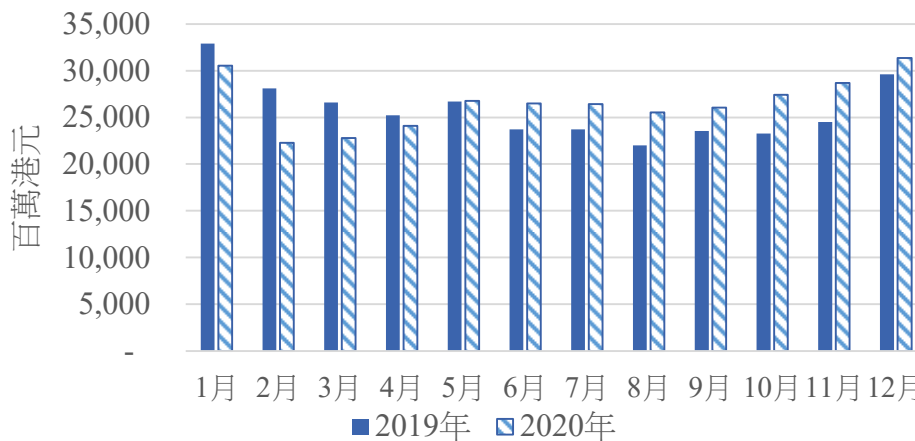
- (1) 零售業銷貨額統計數字是根據零售業銷貨額按月統計調查收集到的數據編製，主要是用來量度本地零售業機構單位銷售貨品的收益，以評估本地零售業的業務表現。該統計調查涵蓋不論是否設有實體店的本地零售業機構單位，而其透過傳統店舖及網上渠道的銷貨額均包含在零售業銷貨額統計數字內。
- (2) 旅發局在香港十個主要口岸當面訪問離境的 16 歲或以上海外旅客。目前只有過夜旅客和不過夜旅客的購物開支數據，至於郵輪旅客、過境旅客、軍人、機組人員等其他類別旅客的相關資料，則未有提供。
- (3) 嚴格來說，這兩項調查在設計上並不是旨在要讓兩者的調查結果直接可比。因此，本專題的分析結果主要根據粗略估算而得出，在詮釋該等結果時務須審慎。

## 專題 1.1 (續)

踏入二零二零年，新冠病毒疫情爆發，世界各地為此實施廣泛旅遊限制，絕大部分跨境人流因而受阻。在香港，訪港旅客人次在二零二零年一月和二月分別按年大跌 52.7%和 96.4%，之後幾近絕迹。二零二零年全年合計，訪港旅客總人次暴跌 93.6%。隨着旅客消費銳減，零售業總銷貨價值在二零二零年上半年下跌 33.3%，儘管跌幅在第三季和第四季分別收窄至 16.7%和 9.0%。二零二零年全年合計，零售業銷貨價值和銷貨量分別下跌 24.3%和 25.5%，兩者都是有紀錄以來最大的年度跌幅。

正當旅客絕迹為香港零售業帶來沉重壓力，有分析員認為本地消費大致保持強韌，並發揮一定緩衝作用。為了解有關情況，我們粗略計算二零一九和二零二零年本地消費者所帶來的每月零售業銷貨價值(詳見圖 2)。

圖 2：本地居民的零售消費自二零二零年五月起錄得按年增長



本地消費者的零售消費在二零二零年年初下跌後，由二零二零年五月起一直維持按年增長。二零二零年全年合計，這方面的零售消費價值估計增加了約 3%；考慮到年內嚴峻的經濟環境，增幅已算相當理想。這個趨勢或與多項因素有關。外訪旅遊因疫情而停頓，香港居民或把部分擬用於旅遊的開支改投本地市場。與此同時，科技進步和網上銷售渠道日趨普及，本地消費者能輕易地以遙距方式光顧本地零售商，有助緩減疫情和因而實施的社交距離措施所造成的干擾。此外，二零一九年下半年的比較基數因社會事件的影響而較低，也是原因之一。

儘管二零二零年本地消費者的零售消費表現不俗，但由於旅客消費幾近消失，零售業的整體經營情況仍然十分艱難。目前看來，疫情和嚴峻的勞工市場情況可能會在一段時間內阻礙本地消費活動進一步恢復。總括而言，零售業要在疫情受控而訪港旅遊業逐漸恢復後，才會顯著復蘇。政府會竭盡所能，採取一切必要措施，加強防控疫情，並會盡快開展疫苗接種計劃。