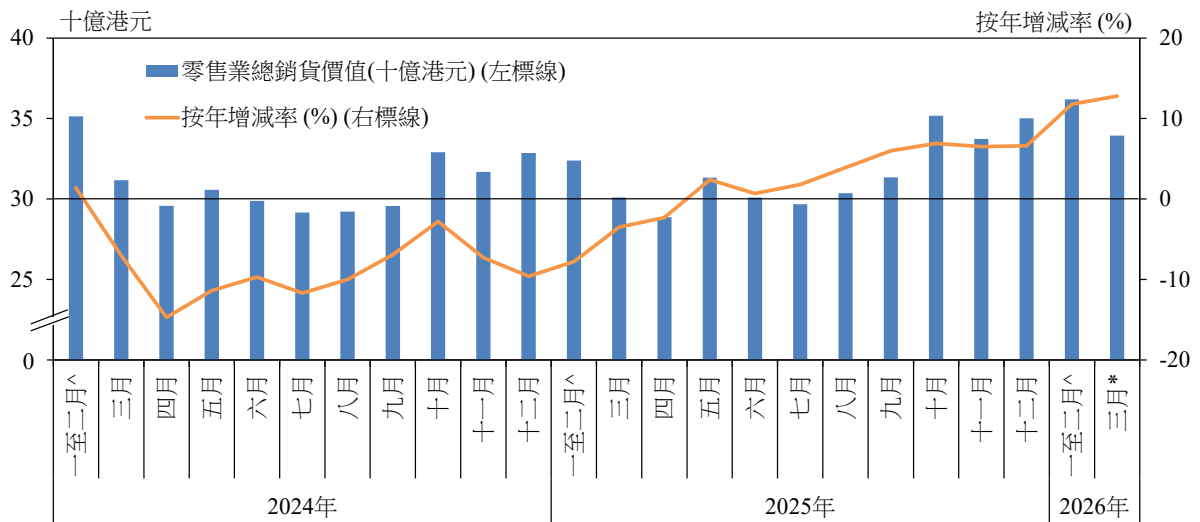


專題 1.2

零售業近期的銷售表現和短期前景

零售銷售強勁增長：零售業總銷貨價值在二零二五年五月重拾按年增長，擴張步伐在隨後月份普遍增強。就二零二六年第一季而言，零售業銷貨價值在一月和二月合計按年強勁增長 11.8%(由於農曆新年的時間每年不同，故將一月和二月合計以消除個別月份的影響)，並在三月按年增長 12.8%，反映本地消費市場呈現穩固復蘇的勢頭(圖 1)。

圖 1：零售銷售在二零二六年第一季升勢持續



註： (^) 總銷貨價值是指一月和二月合計的平均銷貨價值。

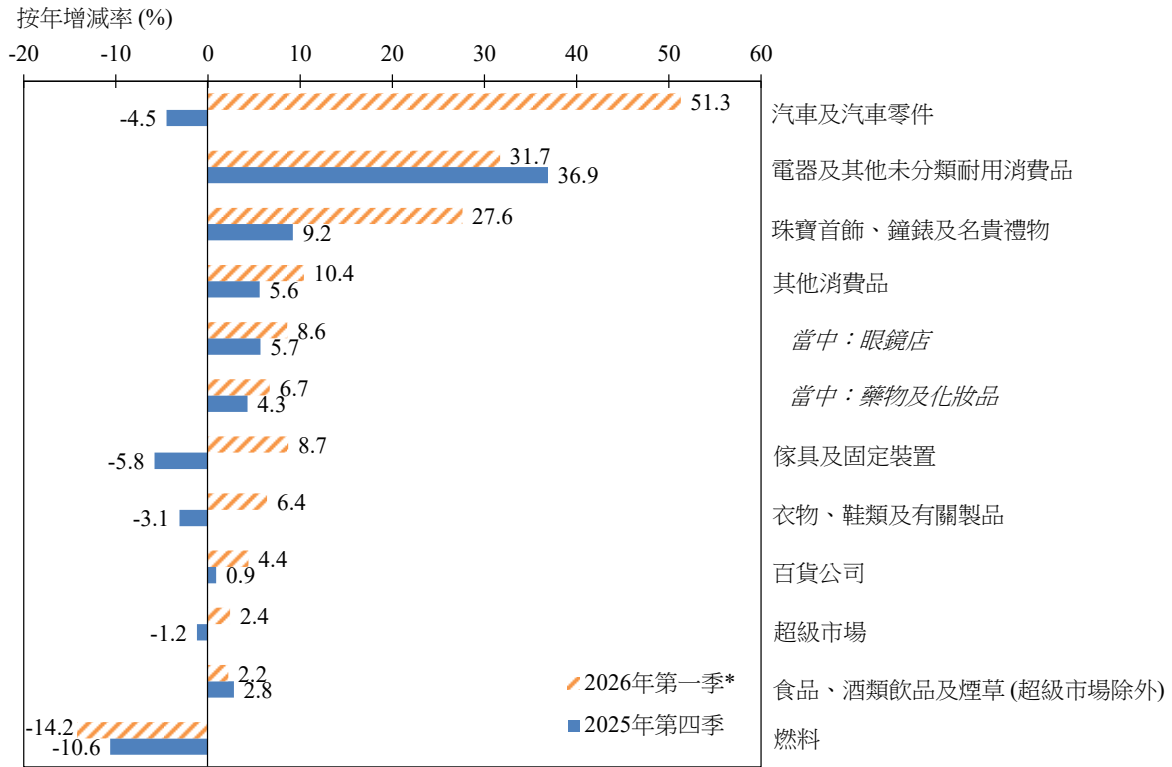
(*) 臨時數字。

資料來源：政府統計處。

零售表現廣泛增強：二零二六年第一季零售銷售廣泛增長(圖 2)。「電器及其他未分類耐用消費品」的銷貨價值按年加快上升 31.7%；「珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物」急升 27.6%；「汽車及汽車零件」的銷貨價值飆升 51.3%。金價高企和電動私家車首次登記稅寬減在三月底屆滿可能帶來支持，但背後的增長動力穩健且廣泛。銷售增長亦擴展至在二零二五年表現相對疲弱的民生相關類別。「傢具及固定裝置」和「衣物、鞋類及有關製品」的銷貨價值在二零二六年第一季分別按年回升 8.7%和 6.4%。與此同時，「眼鏡店」和「藥物及化妝品」的銷貨價值分別明顯上升 8.6%和 6.7%。

專題 1.2 (續)

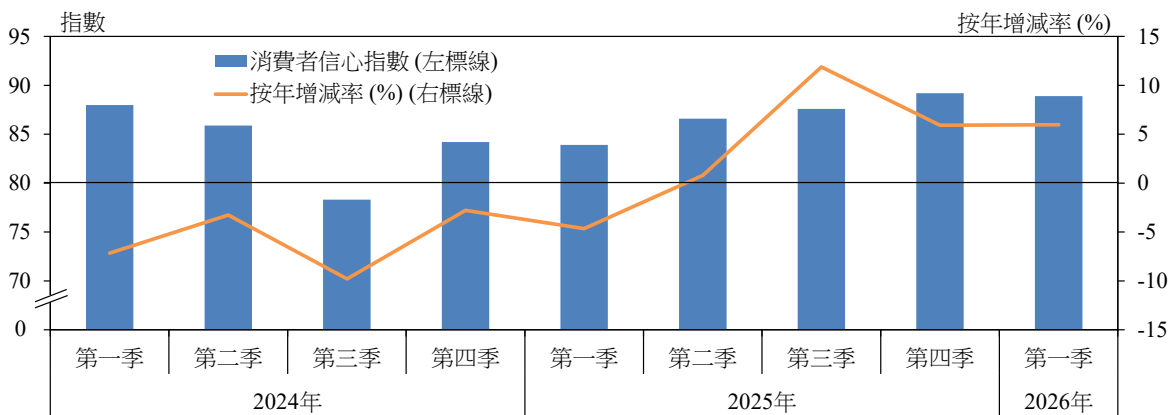
圖 2：大部分主要零售商類別的銷貨價值在第一季增長



註：(*) 臨時數字。
資料來源：政府統計處。

受消費信心改善所支持，強韌的增長動能料能延續：零售業表現廣泛增強，部分是反映本地消費氣氛改善。這可見於由香港城市大學編製的香港消費者信心指數自二零二五年第二季以來大致上行的趨勢(圖 3)。預期整體有利的宏觀經濟環境(包括經濟增長持續、勞工收入上升、股市暢旺，以及住宅物業市場趨穩)將繼續支持消費氣氛。

圖 3：本地消費信心自二零二五年第二季起普遍改善

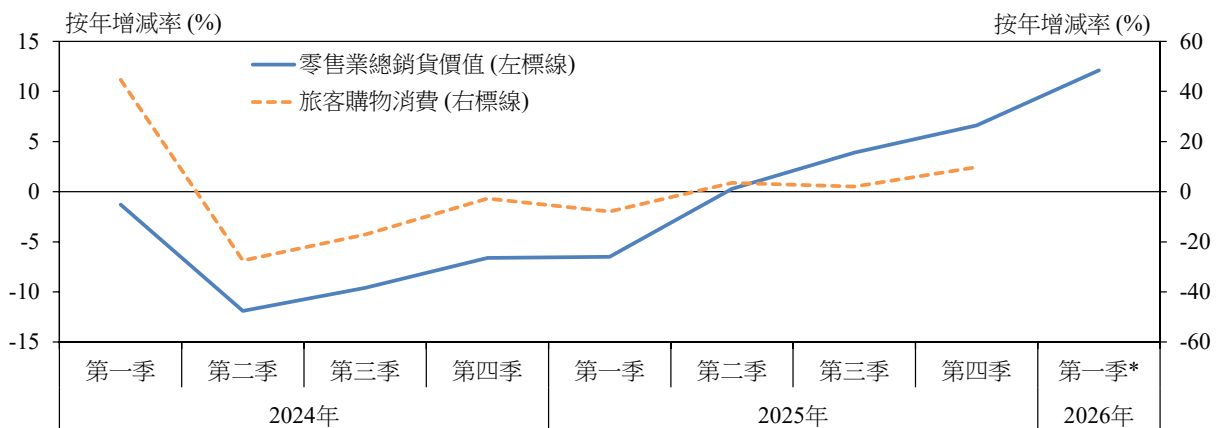


資料來源：香港城市大學統計諮詢中心。

專題 1.2 (續)

蓬勃的訪港旅遊業一直是，並應將繼續是零售銷售增長的重要動力。受惠於政府致力推廣旅遊業和舉辦盛事，加上中央政府的持續支持，訪港旅客在二零二五年大幅增加 12.1%至 4 990 萬人次後，在二零二六年第一季進一步增長 17.0%至 1 430 萬人次。根據香港旅遊發展局今年以來的統計數據計算所得的季度數字顯示，訪港旅客的購物消費與總體零售銷售表現相似，同樣自二零二五年第二季起按年回升，在第二季和第三季分別增長 3.6%和 2.0%後，在第四季加快至 9.8%(圖 4)，為零售銷售提供增長動力。

圖 4：零售銷售和訪港旅客的購物消費走勢大概一致



註：(*) 臨時數字。

資料來源：政府統計處；香港旅遊發展局。

網上銷售渠道為拓展業務提供了重要的新平台。網上銷貨價值佔總零售銷貨價值的比重在二零二六年第一季達到約 8.7%，其銷貨價值繼二零二五年錄得 13.0%的升幅後，在第一季按年上升 30.1%，進一步鞏固整體零售銷貨增長。電子支付、物流，以及數據分析的更廣泛應用，為零售生態圈注入了新的動力。

今年零售銷售前景大致保持正面，這是受到經濟持續增長、訪港旅遊業強勁，以及本地消費強韌的支持。政府透過一系列的文化節慶、旅遊項目，以及盛事組合推動「盛事+旅遊」發展的舉措，料會鼓勵旅客延長留港時間，並增強他們日後再次訪港的意欲。不過，短期內仍存在不利因素：電動私家車首次登記稅寬減屆滿，或會令汽車相關的銷售隨着較早時車主提前換車的情況告終而減弱。同時，地緣政治緊張局勢和其他外圍不確定因素，為環球經濟和金融市場的前景蒙上陰霾，並可能會影響消費者和旅客的消費情緒。