

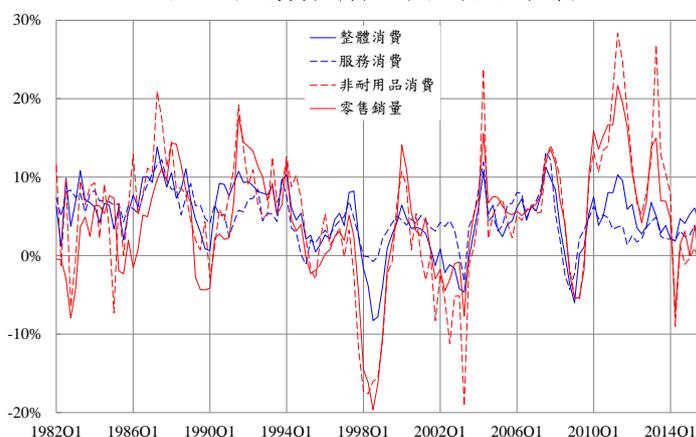
《經濟日報》全版專欄〈一名經人〉

傳統零售遜沙士 因循擠出音樂椅

本港雖然未陷衰退，但以年度銷值計，零售業情況竟較沙士時嚴峻。有何分析？

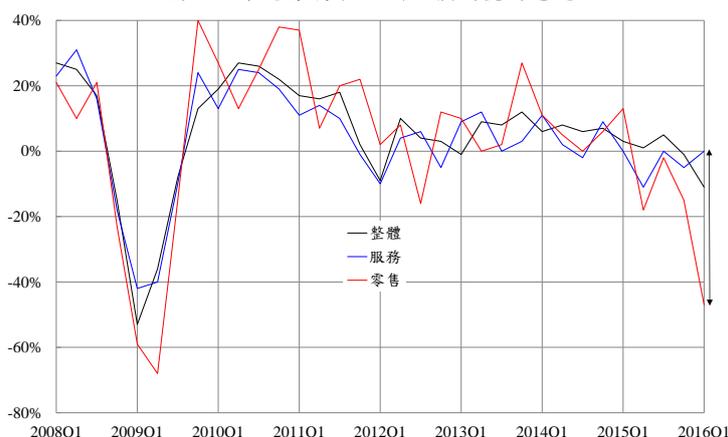
圖一顯示零售銷售有別於私人消費，前者只限街鋪實件買賣，連批發計僅佔 GDP 約半成，但後者卻包括各類服務，佔 GDP 壓倒性比重。這點敝欄已曾指出，在此不贅。只要細觀私人消費中的服務與非耐用品兩類，即見服務似消費，非耐用品則似零售。

圖一：本港實質消費和零售銷量按年增長



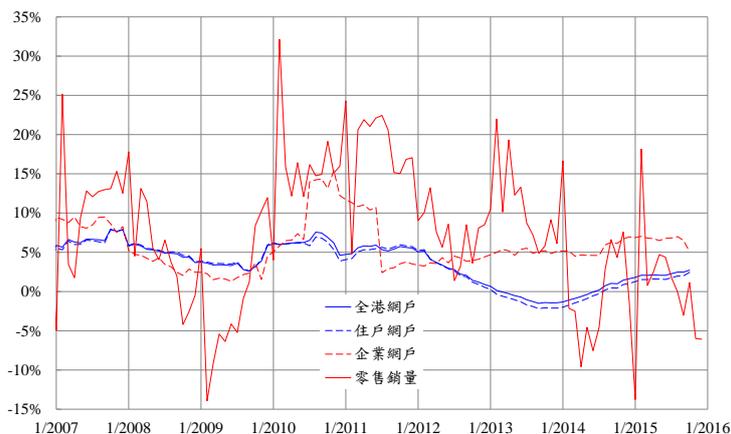
圖一可見這種差距其實自 1997 年至今見過幾次，但今次業界反應之大是空前的。圖二為業務展望調查業界的預期，可見整體雖仍由服務主導，但零售的情況差得多。

圖二：本港業務展望調查預期變動意見



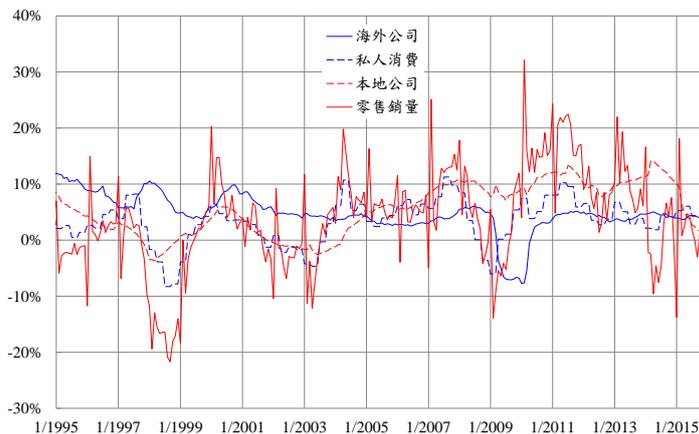
重溫圖一，這潮零售萎縮始自 2014 年，愚見以為主因之一是網購搶了不少生意。圖三顯示全港尤其住戶的上網用戶由 2013 年底起變幅由跌轉升，但企業網戶卻停滯，近月甚見回落，情況與零售銷量變幅走勢吻合。這反映企業未能追上住戶網購潮流。

圖三：本港寬頻上網登記戶數和零售銷量按年增長



網購很大程度上涉及跨境消費。業界在大呻旅客銳減的同時，其實另一生態已現。圖四所見，本港公司登記跟零售銷售幾乎同步收縮，反映銷售減很大程度是執笠帶動。但海外公司登記卻跟私人消費增長水平相若，意味有人辭官歸故里有人漏夜趕科場。

圖四：本港公司登記、私人消費和零售銷量按年增長



本土企業若無法適應新的消費模式，看來唯有被淘汰而結業收場。一雞死一雞鳴，幸好有網上、海外的填補，本港消費才能持續撐住。欲創業的有發為了。

羅家聰
環球金融市場部