

香港零售管理協會
《2023 年施政報告》諮詢意見書
(2023 年 9 月 1 日)

香港在 2023 年初走出三年疫情的陰霾，實有賴政府的帶領，以及社會各界的努力，共同推動社會穩步有序復常。香港於 2 月全面與內地通關，並與全球各地重新接軌。為抓緊香港經濟復蘇的重大機遇，政府以至零售、旅遊及飲食等不同業界均全力以赴，推出不同的策略及活動，期望盡快將經濟回復至疫情前的水平。

然而，香港在疫後的復蘇步伐比預期慢，主要是受到一籃子負面因素影響，包括全球經濟增長放緩、地緣政治局勢持續緊張、利息上升、資產價格受壓等，加上本地消費疲弱，訪港旅客人數雖有增長，但難以在短期內出現大幅激增。故政府及社會各界，必須為香港經濟注入更多動能和活力，才能確保香港在疫後的全球激烈競爭中保持優勢。

香港零售管理協會（「協會」）作為本港零售業的代表，高度關注業界在疫後面對的各種機遇和挑戰，懇請政府帶領香港不同業界攜手合作，全面提升香港經濟整體競爭力，並吸引更多國際零售品牌來港投資或再投資，確保零售業的可持續發展，並重塑香港成為「購物體驗天堂」。

一、零售業目前挑戰

1. 香港零售業復蘇路仍漫長

年初香港和內地全面復關，至今入境旅客人數只回復至疫情前 6 至 7 成，而旅客的消費力亦呈下跌趨勢。協會調查反映，接近 7 成受訪公司表示與旅客相關的生意，整體減少單位數至 5 成不等，當中減少 3 至 5 成的公司為數不少；亦有超過一半受訪公司表示，現時旅客每張帳單的消費金額普遍比 2018 年減少單位數至 3 成，有個別公司更表示減少了 5 成，顯示旅客消費力下跌。

與此同時，與本地零售相關的生意表現疲弱，加上通關後港人外遊及北上消費的趨勢漸長，抵消了部分由旅客帶動的收益，導致本港零售業務的整體增長一般。2023 年上半年香港零售銷售總額為 2,050 億港元，較 2022 年同期增加 20.7%，但升幅主要由於對比基數低，若與 2018 年上半年比較，則仍相差接近 2 成。正如協會早前預測，儘管零售業務逐步改善，但距離全面復蘇仍有很長的路要走。

2. 高營運成本窒礙營運和投資

疫情後，零售商面對高企的營運成本，尤其是租金及人力成本問題。協會 5 月份的調查顯示，接近 6 成半受訪會員公司反映業主已加租、或已提出加租意向，加幅由 5-30% 不等。另外 3 成公司表示，業主正觀察遊客訪港情況，等待加租時機。

香港高企的營運成本，構成本地及國際品牌在港營運及投資的一大障礙。雖然現時仍有國際品牌投資內地及香港，但協會近期亦了解到有某些大型國際品牌，在不利的經濟環境下，已開始減慢在香港和內地的投資；另外，由於成本高及內地遊客減少來港購物，目前部份一線國際品牌不再依賴香港，直接落戶內地一線城市開店。

3. 香港零售業優勢減退

作為自由貿易港，香港進出口貨品免稅是業界的固有優勢，亦成就了過去香港享有「購物天堂」的美譽。但近年內地某些省市亦開始循這個方向發展，例如海南省即將在 2025 年全島封關以實施「零關稅」。隨著內地在稅務放寬和其他優惠政策，加上人民幣貶值，均令香港在貨品價格的優勢大大縮窄、甚至比內地更貴。此外，內地國際服裝及鐘錶珠寶等名貴品牌，在貨品種類選擇上已經與香港相約，甚至超越本港，大大削弱香港在高消費品方面的競爭力。

4. 顧客消費習慣改變

現時內地旅客來港不再是以購物為主，特別是年輕的顧客群，更重視貨品和服務的特色、創意、質素，和消費體驗。事實上，本港寸金尺土的營運空間，加上人手短缺，以往業界的資源主要運用在解決當前困難，即追趕生意收入，以應付高昂的營運成本，故能用於創新意念上的資源和心思相對較少，以至在創意和新鮮感上未能配合新一代顧客的需要，令香港在消費體驗方面發展緩慢。業界若要急起直追，必須降低營運成本，讓更多資源可運用於銷售創意，和優化顧客的消費體驗上，才能增加對遊客的吸引力，同時鼓勵港人留港消費。

二、對施政報告的建議 - 如何提升香港零售業的競爭力

儘管各行各業面對疫後的新轉變，香港仍擁有其獨特的優勢和吸引力，包括做生意透明度高、簡單快捷，提供靈活性和自由經濟的優越條件。此外，香港集合中西文化，擁有深厚的歷史和文化藝術底蘊，有助吸引內地及全球的旅客，增加國際品牌來港投資的推動力。與此同時，香港背靠祖國，面對龐大的內地消費市場，香港可以肩負帶領本地零售商、國際品牌，尤其是外國新進的二線品牌，以香港為進入內地投資的窗口，為外商未來進駐內地，開拓商機作好準備。

協會認同政府推動香港旅遊業朝多元化、高增值、及可持續的發展方向，並促請政府在今年施政報告採納零售業界以下建議，幫助業界創造有利的經營環境，鞏固香港長久以來建立的優勢，以提升國際零售商來港投資或再投資的吸引力。

1. 降低營運成本 提升零售業競爭力

香港高昂的舖租，不但壓縮了本地零售商的生存空間，更大大降低國際品牌在本港落戶和投資的吸引力。儘管在疫情期間，商舖租金較疫情前的高峰期，有中雙位數回落，但對比鄰近東南亞地區或內地省市，依然欠缺競爭力。另一方面，人手短缺加劇，令現時的人力成本比疫情前已有雙位數的增加，抵消了零售商在租金一度回落下的喘息空間，令商戶整體的營運成本高踞不下。

協會希望政府能給予支持，盡快解決租金高企這個根深柢固的問題，例如向業主提供誘因，鼓勵他們向租戶降低租金；並向業主及租戶提供資助，讓他們合作舉辦增加銷售及具創意的顧客體驗活動。

面對經濟前景未完全明朗，不同零售商，尤其中小企仍處於艱難時期，協會促請政府推出短期支援措施，包括寬減企業的利得稅、減免差餉、寬免商業登記費、寬減電費、水費及排污費，及資助僱主強積金供款等，均有助舒緩業界的營運壓力。

2. 支持業界培育人才 解決人手短缺問題

零售業一向有人手短缺問題，情況在疫情後進一步惡化。就近日社會熱烈討論的夜經營或延長店舖營業時間，業界理解這建議是希望盡快恢復香港夜間的活力和動力，但面對嚴重人手不足的困難，業界暫時未有足夠條件應付延長營業時間。

協會早前調查反映，有九成受訪公司正面對中度或嚴重程度的人手不足，平均缺少10-20%員工，當中以前線員工的短缺情況最嚴峻。政府數據顯示，2022年9月零售從業員共有24萬人，若要回復至疫情前零售業達27萬人的規模，則仍欠缺3萬名員工。

在嚴重缺乏前線員工的情況下，業界連提供最基本服務的人手亦不足夠，更遑論配置額外員工以提升顧客體驗。業界擔心長此下去，會令本港零售業的服務質素及競爭力繼續下降，打擊香港「購物天堂」的形象。

簡化「補充勞工優化計劃」

面對嚴峻的人手短缺問題，業界歡迎政府推出優化補充勞工計劃，期望當局能簡化申請及審批程序。協會預期，相關計劃仍要一段時間，才能見到成效。協會期望能與政府保持溝通，密切觀察計劃實施後對勞動市場的影響及變化，並適時檢討和優化，務求能切實幫助業界舒緩人手不足的壓力。

全方位培育零售生力軍

長遠而言，業界期望透過人力培訓，吸引更多本地年青人加入零售業，以提升業界的競爭力。協會多年來致力透過大學、職專教育機構，以至中學等各個層面，讓年青人早日認識零售業工作，吸引生力軍入行。

在大學層面，協會去年成功推動香港浸會大學，在「工商管理學士（榮譽）學位」增設了「策略零售管理與創新」專修課程。相關課程已取得初步成果，但要推動更多主流大學開辦零售課程，實在需要政府大力支持，從教育政策和調配資源去鼓勵更多院校開辦相關課程，為香港培育及儲備零售管理專才，確保業界可持續發展，繼續成為香港重要的經濟支柱。

感謝行政長官李家超先生在去年施政報告中，對職業專才教育發展的認同。業界希望與政府加強合作，共同推動零售業職專教育，包括加強對資歷架構的推廣力度，將涉及零售業的內容和教材納入中學的課程內，例如於公民、經濟與社會學科及基本商業科的課程加入零售元素，並將零售相關的課程重新納入於應用學習選修課程內；同時將其銜接至職專教育，以至大學的專修課程，為有志投身零售業年青人，提供清晰、可銜接，及具系統性的專業培訓，以提升香港零售業在人力資源上的競爭力。

為配合香港未來整體的經濟發展，協會建議政府制定一個全面及前瞻性的人力規劃，包括為零售業的可持續發展培育專才、資助業界推廣數碼轉型，並協助零售業重塑專業、具創新和活力的形象，以吸引年青人入行，為香港的發展增添動能。

3. 將零售業納入香港數碼科技發展藍圖

近年政府推出電子消費券，大大提升香港在數碼支付上的普及化進程，亦促使零售商增加數碼科技應用、發展全渠道銷售。

零售業與市民生活息息相關，亦是面向遊客的重要行業，協會希望政府將零售業範疇納入香港數碼科技發展藍圖，讓業界可以更精準利用數碼科技，為市民帶來更便利生活，為遊客營造更好的旅遊及購物體驗。

與此同時，政府在電子支付，和交通便利上應加快數碼化步伐，將香港建構為智慧城市，加強香港對內地以至國際遊客的吸引力。

協會樂見政府近年著力推廣和支持創新科技，包括提供科技券或相關資助。業界希望能進一步簡化申請流程和要求，同時加快審批時間、增加資助額，使更多企業，尤其是欠缺資源和技術的中小企受惠。

4. 重塑香港成為「購物體驗天堂」新形象

對比內地，香港在貨品價格的優勢減退，香港零售業必須確立一個可持續發展的定位。現時遊客追求深度文化體驗，協會建議重塑香港成為「購物體驗天堂」。香港擁有優質服務，中西文化薈萃，已有很好的根基。而不少本地零售品牌都擁有其獨特性和悠久歷史，可以反映香港經濟發展過程和面貌，對遊客具一定的吸引力。但整體配套發展，需要政府牽頭、支持，及推動，促成跨業界合作，為旅客提供優質的歷史文化藝術體驗。

事實上，香港近年已增加了多個文化藝術景點，包括M+、香港故宮文化博物館等；政府亦積極舉辦多項大型盛事吸引遊客。協會期望政府在未來推廣香港景點及大型盛事時，可將零售、餐飲及旅遊等相關行業一併納入整體計劃內，以加強協同效應，為遊客提供全方位食、玩、買的香港獨特體驗。

協會今年亦響應政府「開心香港」和「你好香港」等宣傳活動，首次舉辦大型「香港開心購物節」，獲大約150個零售和餐飲品牌鼎力支持，共6千間店舖攜手合作，為市民和遊客提供逾15億元消費禮遇，印證了業界團結的果效。

5. 加強香港作為國際品牌進駐內地市場的窗口

雖然現時不少一線國際品牌已落戶香港或進駐內地，但相信仍有很多二線國際品牌在探索階段，希望進駐香港市場，甚至藉此進入內地發展。

香港與大灣區其他城市在語言及生活習慣相近，業界希望政府積極向中央政府爭取更多優惠政策，方便香港零售商在內地市場發展，包括大灣區，及將於2025年成為自由貿易港的海南。香港零售商若能在內地市場站穩陣腳，可吸引更多外國品牌，尤其是未了解內地市場的二線國際品牌，透過香港作為進入內地發展的窗口，由此增加香港的優勢和吸引力。

三、總結

儘管三年疫情對香港整體經濟及不同行業造成很大的轉變，但協會深信在政府的帶領和支持下，各界團結合作，發揮協同效應，必能體現各行業的優勢，並提升整體競爭力，鞏固香港作為國際大都會的地位。

- 完 -