



出口表現強勁 本地需求改善

港次季GDP預增3.1%勝預期

【香港商報訊】記者馮仁樂報道：政府統計處昨日公布，根據預先估計數字，今年第二季本地生產總值（GDP）較上年同期實質上升3.1%，而第一季升幅為3.0%。經季節性調整而作相連季度比較，第二季較第一季實質上升0.4%。政府發言人表示，在出口表現強勁及本地需求改善的支持下，香港經濟第二季繼續穩健擴張。

私人消費開支止跌上升1.9%

按本地生產總值各主要組成部分分析，私人消費開支在今年第二季與上年同期比較實質上升1.9%，而第一季則下跌1.2%。按國民經濟核算定義計算的政府消費開支，在今年第二季與上年同期比較錄得2.5%的實質升幅，而第一季升幅為0.9%。本地固定資本形成總額繼今年第一季實質上升1.1%後，在第二季與上年同期比較上升2.9%。

同期，按國民經濟核算定義計算，貨品出口總額與上年同期比較錄得11.5%的實質升幅，升幅較第一季的8.4%進一步加快；貨品進口在今年第二季實質上升12.7%，而第一季升幅為7.2%。

服務輸出繼今年第一季實質上升6.3%後，第二季與上年同期比較進一步上升7.5%。服務輸入第二季實質上升7.0%，而第一季升幅為4.7%。

政府發言人表示，根據預先估計數字，第二季本地生產總值按年增長

3.1%，輕微高於上一季增幅。按主要開支組成部分分析，外部需求表現強勁，加上美國關稅措施暫時有所緩和帶動「搶出口」效應，整體貨物出口增長加快。受惠於訪港旅遊業強勁增長、跨境運輸量進一步擴張，以及金融及相關商業服務活動在本地股市暢旺下表現活躍，服務輸出繼續顯著擴張。本地方面，受本地消費市場回穩所支持，私人消費開支在連續四季下跌後恢復溫和增長。同時，整體投資開支隨着經濟擴張而進一步上升。

港府：本港經濟展現相當韌性

「香港經濟在今年上半年展現相當的韌性。」政府發言人表示，展望未來，亞洲尤其是內地經濟持續穩步增長，加上政府多項提振消費氣氛、吸引投資、開拓多元化市場，以及推動經濟增長的措施，將會繼續為香港各個經濟環節提供堅實支持。惟外圍環境不確定性依然高企。美國近日重啟加徵關稅，將對全球貿易流向、當地經濟活動及通脹增加壓力。美國減息步伐並不明朗亦會影響投資氣氛。此外，「搶出口」效應預期會在今年稍後時間消退。香港經濟往後的表現將在一定程度上取決於這些因素如何演變。

本港GDP按季變幅

資料來源：政府統計處 * 預估數字



6月零售銷貨值升0.7%連升兩月

【香港商報訊】記者周偉立報道：政府統計處昨公布，6月本港零售業總銷貨價值臨時估計為301億港元，按年升0.7%，為兩個月連升。其中，網上銷售佔8.5%，該月網上銷售價值預時為25億元，按年升8.4%。

按零售商主要類別銷貨價值臨時估計由高至低分析，今年6月與去年同期相比，珠寶首飾、鐘表及名貴禮物的銷貨價值上升6.8%，其他未分類消費品上升7.2%，超級市場貨品上升0.4%，藥物及化妝品上升6%，百貨公司貨品上升5.7%，以及眼鏡店上升1%。

另一方面，服裝銷貨值下降4.3%，食品、酒類飲品及煙草下

降1.5%，電器及其他未分類耐用消費品下降9.3%，汽車及汽車零件下降6%，燃料下降8.7%，家具及固定裝置下降16.3%，鞋類、有關製品及其他衣物配件下降7.2%，中藥下降2%，以及書報、文具及禮品下降4.7%。

與去年同期比較，今年上半年零售總銷貨總值預估下降3.3%。

股市暢旺料為零售業帶來支持

零售管理協會執行總監羅振邦表示，6月零售額連升兩月，主要是去年基數低以及受惠於本港舉行運動盛事及演唱會，帶動旅客增加。整體來說，7月及8月旅客數目上升，今年暑假消費市道應較去年樂觀，惟旅客消費力低於疫前，且本地消費者審慎，零售疲弱之際會推出更多優惠促銷活動。

政府發言人表示，近月零售業漸趨穩定。展望未來，就業收入繼續上升，本地股市表現暢旺，加上特區政府積極推動旅遊業和盛事項目，以及企業致力提供更多元化體驗，為本地消費氣氛及零售業務帶來支持。

落戶香港店家睇好未來市道 本港零售餐飲「有得做」

【香港商報訊】記者李銘欣、唐信恒報道：今年首6個月，投資推廣署旅遊及款待組協助逾50間公司來港開業或拓展，為本港帶來逾15億元的資本，提供本地就業機會逾2000個。這些公司來自中國內地以及韓國、日本、泰國、美國、意大利等地，涉及行業包括餐飲、中央廚房、食品貿易、食品科技、親子樂園及健身室等。近日，其中幾間公司負責人接受港商記者訪問，講述他們落戶香港的來龍去脈，以及對香港未來市道的研判。

日本料理店預期5年內回本

日本鰻魚料理專門店「四代目菊川」，已有90年歷史，在日本國內開了20間分店，亞洲其他地區則有9間分店。去年12月，首間香港店在銅鑼灣開業，投資額逾2億日圓（約1070萬港元）。開業半年多，每天預約都爆滿，高峰時段例必要等位。「香港生意非常理想，預期5年內便能回本！」該公司中華區總經理張泉珩表示，公司計劃在港再開4至5間分店，明年1月會在尖沙咀開第二分店，之後會在中環或機場開第三間分店。「選擇來港是因香港市民本身對日本食品非常熱愛，貨源供應鏈和日本食材相關的配套亦相當成熟和穩定，當天發貨當天便可把鮮活的鰻魚和相關食材運到門店。」張泉珩續說，「香港人口非常國際化，可把我們品牌讓更多外國人認識。事實上，自從香港分店開業後，便吸引了很多其他地方的商家前來洽談合作」。

浙菜餐廳無懼北上消費潮

內地大型連鎖飲食集團綠茶餐廳最近在香港很火。該集團在內地營運近500間餐廳，主打新派浙菜，去年9月來港於銅鑼灣開了首間門市，現在港有6間分店，今年5月更在港交所上市。綠茶集團副總裁及海外事業部總經理陶冶表示：「在香港開分店，主因當然是我們計劃在港上市交易，希望透過香港分店讓投資者更好了解我們。同時，我們亦

想利用香港聯通國際、匯聚人才的優點，將業務擴展至國際。事實上，我們已落實今年內將到新加坡、曼谷、吉隆坡及澳門開分店。」

面對港人北上消費潮，陶冶毫不擔心：「我們香港店人均消費160元，深圳店60至70元人民幣，而我們深圳某些分店逾一半食客都是香港人。我們歡迎港人到深圳享受較低價格的菜式；不過，內地和香港店菜單有一半內容並不一樣，我們的菜單每三個月便會更新一次，亦會與米芝蓮大師合作設計出香港限定的菜單」。

3COINS相信在香港有發展空間

7月18日，日本人氣生活雜貨店3COINS香港首間旗艦店在銅鑼灣開業，這是該品牌海外第一間分店。開業至今，門外都仍要排長龍，首天銷售額打破該品牌自1994年開業以來單日紀錄。引進3COINS到港的YAICHI集團創辦人及主席羅盛昌表示，「日本的100円店競爭激烈，3COINS是300円店，在不太講究花款和顏色、專攻功能設計的策略下，我們找到自己的空間。現在日本有365間分店，而我們走稍為高端少少的路線，加上對香港未來經濟有信心，所以相信品牌在香港有發展空間。」

類似的大型日本貨店，剛開業時也曾如火如荼，可惜港人3分鐘熱度後現多轉歸平淡。羅盛昌稱，3COINS每月有700至800件新產品上架，加上大部分貨品都能做到「與日同價」，很多港人平均每年去日本購物兩次，如果「與日同價」，大家都不會浪費行李箱空間，把3COINS貨品留在香港買。

連鎖餐廳向業界作出四點呼籲

最近5年，連鎖餐廳品牌Pickabowl於荔枝角、荃灣、石門、火炭和啟德開設了5間分店，主打無添加、均衡膳食、自由搭配的碗裝快餐，食材每日由火炭食品工場製造，提供高蛋白肉類、新鮮蔬果及自製低卡醬料，除了港人喜歡的三文魚、吞拿魚，亦可選擇慢煮雞肉、慢煮豬肉等。



品牌創辦人譚諾文認為，香港餐飲市道現正經歷一段消費轉型的時間，經一輪調整後會慢慢復蘇。他更向業界作出四點呼籲：不要鬥價錢，要推陳出新，要有更大想像力和更堅毅執行力，「這也是香港消費者盼望商家做到的」。

品牌共同創辦人徐麗妍解釋道，選擇在啟德開分店是因它是其中一個比較看好的地區，附近有很多新樓入伙，有很多新居民，加上有很多辦公室，而

盛事經濟附近有很多演唱會，當有演唱會時生意就直接受惠，店舖時常水洩不通，生意比平日多一至兩倍。

早前，特首李家超接受媒體訪問時強調，本港零售餐飲生意「有得做」，並列舉德國、日韓、新加坡以及內地等餐飲零售品牌紛紛進駐香港，表明本港營商大環境仍充滿機遇。一番採訪之後，港商記者亦深刻覺察到：特首所言果然非虛，本港營商機遇多多，零售餐飲「有得做」！