



4 892246 888889

碼上看

恒生私有化背後



掃碼睇文

「機械姬之父」空山基特展 深圳亮相



掃碼睇圖文

鄭志剛任美國短視頻公司 Crisp Momentum 主席



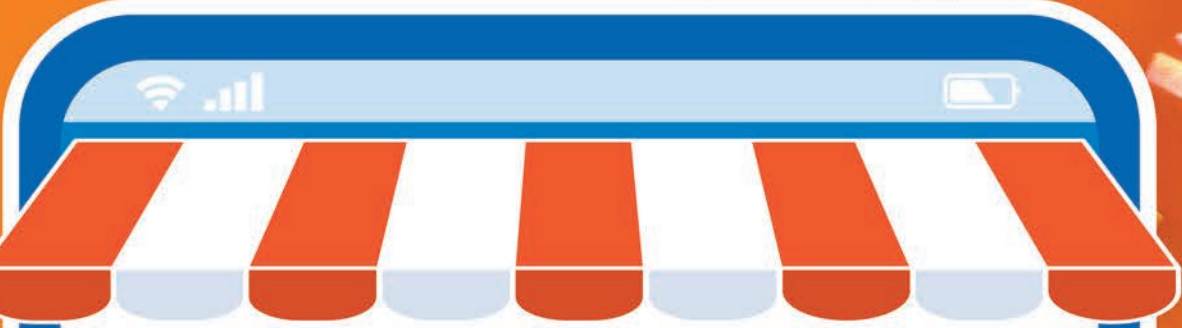
掃碼睇文

內地電商平價攻港

新消費模式刺激本地零售業改革

內地電商企業京東（9618）近日已完成收購香港佳寶食品超級市場（佳寶）。京東指，今次收購意味着正式進軍香港實體零售領域，實現了京東供應鏈優勢與佳寶本土化優勢的「強強聯合」。京東收購佳寶並非個別事件，是內地電商拓展香港市場的戰略一環。港商記者採訪多位專業人士，他們均認為引入新消費模式，為本地企業帶來先進的電商技術和營運模式，可刺激本地零售業改革。

香港商報記者 姚一鶴



近年來，內地企業收購香港零售企業屢見不鮮，例如2023年招商局集團以逾8.6億元收購優品360共49%股權；2020年，華潤集團旗下的CR Capital收購City Super Group約40%的股權，與華潤集團及馮氏集團組成的合營公司共同取得City Super Group共65%的股權。

港企網上銷售仍在發展階段

2024年香港網購數據顯示，網上銷售佔香港零售業總銷售額的比例持續上升，並在2024年9月達到10.4%。儘管如此，香港的企業使用網上銷售仍處於發展階段，與內地、美國和韓國等市場相比，滲透率仍有提升空間。京東收購本港佳寶超市後，正式成立創新零售佳寶業務部，並委任香港佳寶創辦人林曉毅出任該業務部負責人。林曉毅指，京東強大物流鏈有助佳寶直接從產地供港，免卻經銷商利潤，是合作一大優勢。

香港經濟正經歷結構優化進程

金融管理學院客座教授楊玉川表示：「京東收購佳寶對香港零售業的最大影響，是標誌着內地零售巨頭開始全面進入香港，一定程度改變了本地零售業的生態；內地大型零售企業以其更強大的供應鏈管理能力和資源整合能力，長遠可能推動改變本地零售企業的經營模式。」除了像京東佳寶這樣的「強強聯合」，全港超市接連出現結業及裁員，例如惠康、萬寧母企DFI零售集團早前傳出裁員消息。管理層指出，主要原因包括遊客減少和本地消費者傾向北上或海外消費，導致零售業疲弱。同時，企業也面臨支援成本增加，而未能有效轉嫁給消費者。公司將簡化營運、降低成本以應對市場挑戰。事實上，香港經濟正經歷結構優化進程，「結業潮」「裁員潮」並非衰退的警號。資料顯示，上半年本地新註冊公司高達8萬間，公司總數突破近150萬間，數字雙雙創歷史新高。商舖資料更揭示市場生態平衡，上半年商舖結業847間，但同期新開786間，反映「汰舊迎新」機制有效運轉。

內地電商來港有助本地零售轉型

香港中文大學經濟系副教授莊太量認為，香



楊玉川指，香港中小企在財政資源、供應鏈控制方面不如內地大型電商，硬拼價格難有出路。



莊太量認為，香港實體零售店背後往往並無龐大的網購業務支持，面對高昂的租金和人力成本，難以低價吸客。



梁照相信，免運費是電商搶佔市場的推廣，但是難以長久維持。

港實體零售店背後往往並無龐大的網購業務支持，面對高昂的租金和人力成本，難以低價吸客。一旦結業還會牽連租賃市場，而內地企業攻港有望改善困局。

淘寶、京東、拼多多等內地電商近年紛紛南下香港，社會上有兩種反應：一是擔心內地電商之間的「內捲」式價格惡鬥帶入香港，衝擊本地零售市場，會對本地街市商販造成影響；另一種聲音則是認為內地興起的「新消費」概念帶入香港，促使本地零售商加快數碼化步伐，對本地零售業轉型有正面作用。

立法會議員梁熙曾在接受媒體採訪時表示，過去內地網購平台的貨件運港，一直未有免運費，令不少居民未能感受其便利，及至近期情況被改變。早前有報道指，各區自提點「爆倉」或大排長龍情況，難免令一些負擔高昂舖租和工資的實體店面臨被淘汰。實體店提供網購及快捷送貨服務似乎是一條新出路。

是否向外來電商徵稅成話題

「內地電商憑藉雄厚的資本、強大供應鏈管理能力進入本地市場，肯定會對本地零售商造成壓力，本地零售市場的競爭可能加劇。」楊玉川說，「香港中小企在財政資源、供應鏈控制方面不如內地大型電商，硬拼價格難有出路。因此，中小企須思考如何可以揚長避短、發揮自身優勢進行錯位競爭。政府除了維持一個良好的競爭環境外，亦可考慮對受影響較大的中小企給予一定的費用減免或者財政支持，減輕它們的經營困難。」莊太量指，香港政府可以搞一個平台，讓中小企業可以在上面賣東西，因為現在不少中小企沒這個資本自己做平台。他又表示，政府或可考慮向外來企業徵稅，例如淘寶或Netflix若在港賺錢，應繳交相關稅項。「Netflix若在港賺錢卻無須繳稅，對本地零售及電影院並不公平。如果是外面的公司來香港，如果賺錢的話，政府可設立規則，需要他們繳外來稅，相信這樣可以更好保護本地企業。」

「免費送貨」成港人網購最大誘因

內地網購平台拼多多（PDD）的「一件免運」攻港半年多，吸引大批港人「轉會」到該平台掃貨。其後，淘寶取消「九十九元包郵」，改推「一件包郵」及「本地退」等多重優惠搶客。內地電商來港，本港實體零售業難免受到衝擊。但有專家指出，內地部分行業「內捲」情況嚴重，會令利潤持續下降，對這種薄利多銷的商業模式能否持續表示質疑。

有調查顯示，超過一半港人認為「免費送貨」（57.8%）是吸引他們網購的一大誘因，緊隨其後的是「禮券及折扣優惠」（46.6%）；超過四分之一的受訪者表示「簡單的網上付款程式」（30.1%）、「顧客評論」（28.4%），以及「簡便的退換貨政策」（25.6%）是吸引他們網購的原因之一。

免運費難長久維持

內地平台如何做到「一件包郵」、集運包郵到港免運費的優惠？立法會議員梁熙指出，主要源自平台要求商店分攤有關成本，以至平台作出補貼，對於價值數較高的貨品較能維持，但始終寄運本港的運輸及人力成本較高，因此相信免運費是搶佔市場的推廣，但是難以長久維持。

楊玉川表示，只要貨品價錢加上運費，未來與本港同類貨品售價逐漸拉近，經內地平台網購的熱潮自然會相應退卻。他又表示，短期來說，京東的進軍可能會加劇香港零售市場的競爭，甚至推動行業向數字化、便利化的方向發展，但最終市場如何變化，仍需觀察消費者的反應和其他競爭對手的應對策略。「總而言之，誰能盡快適應這種新競爭環境，誰才能在高度競爭的本港市場繼續經營。」楊玉川說。



內地消費者網購愛「港物」

貿發局為了解內地消費者網購的情況，於今年8月委託市場調查機構，對內地網購消費者進行問卷調查。結果顯示78%內地受訪者過去一年曾網購香港產品，反映香港產品深受內地消費者歡迎。貿發局在今年8月舉行第二屆「香港好物節」，為港商提供實戰機會，協助他們利用電商平台開拓內地市場。

調查發現，消費水平越高的地區，網購香港產品的比率就越高。一線城市比率達85%；大灣區81%；二線城市78%；三線城市（74%）和四、五線城市（68%）的比率較整體為低。年齡方面，以年輕消費者為主，網購香港產品的比例較高。（見表）

網購香港產品的消費者，他們最愛網購的是消費電子及電器產品（72%），其後是奢侈品（46%）和時尚產品（41%）。大灣區消費者網購香港消費電子及電器產品的比例最高（79%），一線城市的比例相若（78%），四、五線城市（73%）緊隨其後。網購香港奢侈品，一線城市（53%）、大灣區（52%）與二線城市消費者（51%）比例相若。

貿發局研究總監范婉兒在接受媒體採訪時表示，內地消費者十分習慣線上購物，平均每月網購9.4次，尤以一線及大灣區城市為然。她又指

出，消費者在網購時最重視產品真偽，這啟示港商可善用香港產品品質與品牌信譽優勢，拓展內地電商市場。

港企由內地平台開拓市場

記者留意到，自疫情之後，香港本土企業推展平台，不再僅限在Instagram（IG）、Facebook（fb），也開始將品牌推廣到內地較火的帶貨平台。不少港企在內地平台小紅書、抖音等與網紅/KOL合作，推薦香港品牌，例如SaSa、鴻福堂、美

心及朗豪坊等。

數據顯示，第二屆「香港好物節」參與相關電商平台話題頁及官網總瀏覽人次逾1億，較首屆增長11%。貿發局副總裁劉會平在接受媒體採訪時表示，「香港好物節」為港商旗下品牌及中小企業打開進入內地電商市場的大門，貿發局會繼續透過「電子商務快線」計劃，幫助他們進軍內地及海外市場。

不過，專家也提醒，由於兩地文化及法規有差異，港商開拓內地市場要注意的事項，包括制定合理的物流及配送服務、倉儲策略，留意退貨及取消訂單的相關程序，同時加強對消費者隱私的保護等。