

香港电商经济或迎来新机遇

本刊记者 钱林霞

跨入七月份的香港没想到遭遇了新一波的新冠病毒疫情冲击，个案数字高企，形势严峻，影响社会民生也困扰着经济。原本略见复苏苗头的商业往来及经济活动，

也因疫情再次爆发而受到打击。与此同时，疫情却为香港跨境电商带来机遇，香港卓悦、莎莎等传统零售企业纷纷转型谋突围。

政府推810亿力保就业

供职于香港某保险公司的张女士已经有半年多没有出单了。像她这样就职于外资保险公司的自雇人士，大多是来自于内地的新移民，过去几年，她的主要目标客户都是一些内地的民营企业。但这场不期而至的疫情，让她蒸蒸日上的保险事业面临前所未有的挑战。根据香港保险监管局的规定，香港的保险从业员不能到内地推销保单并与客户签约，内地居民购买香港保险必须亲自来香港签单。而今年2月8日凌晨起，香港特区政府规定，所有从内地入境香港的人士均需要强制检疫14日，这项规定一直持续实施到现在，瞬间切断了她所有的内地客户生意。

不仅是保险从业人员感到了就业艰难，受新冠疫情、中美摩擦等因素的迭加影响，因应疫情、限制社交距离和跨境人流等措施，香港的旅游、零售、酒店、以至餐饮等行业受到极大冲击，一些相关行业也受到负面影响。

根据香港政府统计处日前公布的数据，3月至5月经季节性调整的失业率为5.9%，创逾15年新高；就业不足率3.5%，为接近17年来高位。3月至5月期间，总就业人数减少约37,900人至3,619,500人，总劳动人口减少约9,900人至3,849,900人。劳工及福利局局长罗致光表示，广泛经济活动仍然低迷，劳工市场在3月至5月进一步恶化。总就业人数和劳动人口按年跌幅分别进一步扩大至6.5%和3.3%，皆为纪录以来的最大跌幅。与消费及旅游相关行业的失业率升至10.6%，为自2003年8月至10月受沙士沉重打击后的高位，就业不足率升至6.3%，为有纪录以来最高位。

中银香港首席经济学家鄂志寰分析称，就行业而言，建造、零售、住宿及膳食服务以及制造业的失业率升幅最大。经济表现与失业率有明显的相关性，经济增长放慢或陷入负增长，失业率会出现较快上升。



面对严峻的经济和就业形势，香港政府提出了“保就业”计划，透过向雇主提供有时限的财政支援，协助他们保留员工，为香港保留实力。林郑月娥表示，经过密集式研究和与持份者讨论，并听取社会各界的意见，大致已经敲定了保就业计划的细节，涵盖今年六、七和八月共三个月的工资补贴。第一期工资补贴五月二十五日已开始接受申请。该项计划下，合格的雇主可获为期6个月的工资补贴，合格的自雇人士可申领一笔过7500港元资助。合格雇主若在领取补贴期间违反不裁员等两个承诺，须向特区政府缴付罚款。

香港各界也纷纷出力保就业。由全国政协副主席建华、梁振英担任总召集人的“香港再出发大联盟”在中环举办“同心抗疫不裁员”发布会，总共有4000多

家在港中资企业（包括中银香港、华润集团、招商局集团、中旅集团、中国太平保险等）响应，涉及至少约10万名员工，另有近200间港资发起人企业支持。6月11日，大联盟再发起“促消费，撑经济”行动，向全港商户收集折扣和优惠信息，并通过大联盟的网页发送。大联盟希望借助此次行动促进更多市民消费，同时助力“保就业”。

特区政府劳工及福利局局长罗致光表示，为保持经济活力，政府已推出历来最大规模的纾困措施，包括一系列保就业及创职位的措施。同时，劳工处会继续接收及发布来自不同行业的职位空缺资料，这些空缺适合不同学历及工作经验的求职人士，求职人士可使用劳工处的网上平台获取就业资讯。

香港电子商务市场急流暗涌

疫情在全球蔓延，给全球经济和贸易带来巨大冲击，然而此时的电商却异军突起，表现出强盛的发展势头，不少传统商家转型电商行列后，在此次疫情下销售情况反而好于去年。以内地为例，数据显示，今年1至2月，广东跨境电商进出口额同比增长33.4%，继续保持全国首位；海南跨境电商业务量增长也达到了5.5倍。今年2月，天猫国际进口商品消费额同比增长超52%，京东

国际、考拉海购等进口跨境电商平台的订单也都大幅增长。此次疫情防控期间，消费者的消费需求进一步释放，进口消费更加常态化，消费者与平台间的黏性增强，为跨境电商带来了新机会。

据Adobe发布的《亚太区消费者前景调查》(Consumer Outlook Survey for the APAC Region)发现，消费者的购物习惯产生变化，五分之三（60%）的消费者倾向光

排名	公司	网址	平均总访问量
1	天猫	https://www.tmall.hk/	790万
2	DC Fever	https://www.dcfever.com/	560万
3	HKTVMall	https://www.hktvmall.com/	440万
4	Strawberrynet	https://strawberrynet.com/	220万
5	Ring HK	http://www.ringhk.com/	190万
6	Fortress	https://www.fortress.com.hk/	150万
7	Zalora	http://www.zalora.com.hk/	786,000
8	SaSa	http://www.sasa.com/	756,000
9	Yoho HK	https://www.yohomall.hk/	710,000
10	Ztore	https://www.ztore.com/	610,000

香港本土前十大电商平台2018年第四季度平均总访问量（资料来源：iPrice网站）

顾小型企业及网店多于大型连锁店。

但是身居国际前沿城市的香港却在电商领域远远落后于内地。在香港，电子商务是香港经济的重要组成部分。Statista 去年有份报告指出，香港地区 2019 电商领域产生价值 48 亿美元（约合人民币 322 亿元）的收入。2019 至 2023 年，这一数字将以 7.4% 的年复合增长率增长，2023 年市场规模将达到 64 亿美元（约合人民币 430 亿元）。该行业在未来四年发展潜力巨大。数据显示，香港消费者也热衷于在国际电商平台上购物。中国大陆的淘宝（Taobao）和京东（JD）是他们最常光顾的两个平台，而淘宝是香港访问量最大的电商平台。2019 年 1 月，淘宝全球访问量超过 6.01 亿次，其中 3.98% 来自香港，大约有 2395 万次的访问量，而香港只有 750 万人口。

虽然报告显示香港电子商务市场发展前景乐观，潜力巨大，但香港电商发展的脚步却没有那么快速。2019 年上半年电子商务 100 强企业总值达 5.82 万亿元，占上半年内地 GDP 12.92%。内地电商业态整体规模不断攀升，成为中国经济发展新引擎。香港有两家上榜，分别是万达电商（总值 206.01 亿元）和客路旅行（总值 92.70 亿元），其中万达电商位居电商百强榜零售电商领域总值 TOP10。

有分析人士认为，香港“购物天堂”的属性严重阻碍了本土电商的发展。香港零售业高度发达，在千余平方公里土地上，除了“五步一莎莎，十步一卓悦”外，屈臣氏、万宁等零售店星罗棋布，还有 900 多家 711 便利店，密度极高，不少港人也习惯于在实体零

售店消费，再加上移动支付没有普及，电商规模小议价能力低，租金人力物流成本高等，都制约了本土电商的发展。

然而，新冠肺炎疫情导致愈来愈多人需要居家隔离，使更多用户使用网购满足日常生活所需。香港市民们为采购防疫和生活物资而涌向网络商城下单，更因为与内地的跨境物流受阻而转向光顾本地的网络销售平台。之前资料库 Crunchbase 的数据显示，2018 年香港消费者主要是透过淘宝、亚马逊、Carousell 及 Zalora 等外地平台来进行网购，本土龙头电商 HKTVMall 屈居其后。据报道，HKTVMall 在今年 1 月份平均每日订单数量按年上升 64.7% 至 2.24 万宗，2 月份按年上升 1.65 倍至 3.26 万宗，首两月平均订单总商品交易额（GMV）倍增至 8.2 亿元；同时客户群亦急速扩大，今年头两月曾于 HKTVMall 及其属下 HoKobuy 购物的独立客户数量比去年同期上升 64.2% 至 66.5 万人次。外卖速递平台“户户送 Deliveroo”亦表示，香港首个季度的订单和顾客数目均达到 50% 至 60% 增长。

同时，也有不少大型活动纷纷转以线上形式进行，最近更出现不少虚拟展览会、直播音乐会等活动，掀起一股线上活动潮流。种种迹象都在显示，香港的电子商务时代已经开启并将迅速崛起，毕竟目前香港网购只占香港零售业的 4.7%，市场前景令人遐想。

为了配合电子商务，近年来香港政府也大力发展电子支付，微信支付宝纷纷进场，香港政府金融管理局也推出“转数快”快速支付系统，而遭遇了疫情的本土零售业也出现了越来越多的线下转线上的趋势。

零售商抢先突围谋转型

今年来，香港受“修例风波”和疫情的双重打击，旅游业遭受重创。许多依靠游客生存的餐厅、酒店、商场也都难以为继。如今香港全面通关尚未确定时间表，游客来港数量几乎为零。与去年五一黄金周的热闹大不相同的是，2020 年 5 月 1 日，内地访港旅客量仅为 119 人次。这是自 2003 年内陆赴港“个人游”推出以来，香港首次出现“零团来港”的“五一”假期。

旅游业的停滞也影响了零售业，根据数据显示，严重依赖内地游客的珠宝，手表，钟表和贵重礼物行业的

销售额在三月份同比下降了 75.2%，而二月份下降了 78.5%。药品和化妆品行业销售额下降了 63.8%，成衣下降 67.2%，百货商店销售额下降了 42.7%。

疫情使得香港电子商务得以蓬勃发展，成为引领消费的新势力。药妆品零售商莎莎国际自去年起销售额就急转直下，于去年 10 月起积极推动电商发展，开通微信小程序试行，以曾到访香港及澳门特区零售店的内地客为目标客群。此外，集团还于今年 5 月下旬起试行利用社交媒体进行互动及线上产品销售。

香港旅游业数据演变 (万人)

年份	游客总数		其中大陆游客		大陆游客占全部游客比值
	数据	同比增幅	数据	同比增幅	
2008	2950	4.7%	1682	8.6%	57.0%
2009	2959	0.3%	1796	6.8%	60.7%
2010	3603	21.8%	2268	26.3%	62.9%
2011	4192	16.3%	2810	23.9%	67.0%
2012	4861	16.0%	3491	24.2%	71.8%
2013	5430	11.7%	4075	16.7%	75.0%
2014	6084	12.0%	4725	15.9%	77.7%
2015	5931	-2.5%	4584	-3.0%	77.3%
2016	5666	-4.5%	4278	-6.7%	75.5%
2017	5847	3.2%	4445	3.9%	76.0%
2018	6515	11.4%	5104	14.8%	78.3%
2019 1-3	1793	14.9%	1458	19.8%	81.3%
2019 1-6	3457	12.4%	2758	16.5%	79.8%
2019 1-9	4646	-1.7%	3694	0.9%	79.5%
2019全年	5591	-14.2%	4458	-12.7%	79.7%
2020 1	321	-52.7%	254	-54.2%	79.1%
2020 1-2	341	-72.4%	264	-73.9%	77.4%

卓悦集团也与全球跨境直播购物平台“SHOPSHOPS 哪逛”合作，借着透过体验式购物平台，与消费者建立更紧密的联系。目前集团已经进行网上直播计划，各前线员工积极支持及参与，首批主播已经诞生，集团仍积极培训各前线销售同事，目标成为具公众认可的网上主播。顾客可透过直播与主播实时双向对话，实时查询产品的详情，享受全新的购物体验。同时，为了解决香港今年因为疫情而出现的失业问题，卓悦还推出了“大学生0元创业计划”。香港卓悦集团董事局主席陈健文鼓励年轻人勇于尝试，把握机会参加这次电商创业计划，藉由平台提供各种资源及训练，帮助年轻人轻松踏出创业第一步，希望可以培育本港新一代的电商企业家，并推动未来香港电商发展。

本地品牌连锁店包括CATALO、Baleno、鸿福堂也携手电商HKTvmall以扩大销售渠道。HKTvmall还计划邀

请12个本地商场的实体店商户到其平台开设网店；希望促进网销平台的货品和品牌种类更趋多元化，亦推动零售业界加快拓展全渠道营销的步伐。

新冠疫情不仅为香港的电子商务带来了业务增长机会，更对本地的电商发展生态带来深远的影响。香港是高度紧密型城市，商业、民生设施高度发达，不论是超市、便利店、诊所还是补习社，就近总有一间，不少市民惯享极大的便利，加上网络安全的意识高而态度较为保守。本次因抗疫使香港涌起生活数码化风潮，用户和商户经历了互联网商业和消费的崭新体验。

遥想2003年，阿里巴巴跟所有大中华企业一样，面临着非典的挑战，而每一位亲历疫情的阿里人，都感受到飞快发展的电子商务行业带着阿里腾飞。17年后的今天，香港在遭遇经济寒冬的同时，或许也开启了香港电子商务发展的崭新时代。NE