

# 港營商情緒悲觀 PMI跌至44

## 零售餐飲重災區 商會冀支援措施加碼

疫情持續打擊香港營商環境，8月採購經理指數（PMI）由7月的44.5進一步跌至44，企業關注防疫措施收緊、中美貿易爭端、客戶消費愈益審慎及企業破產等事宜，看淡未來一年經營前景。商會人士坦言，一日疫情未受控，港商仍要捱日子，冀新一份施政報告能再推支援措施，否則恐怕不少企業捱不到明年。

### 前景暗淡

大公報記者 李信

香港中小型企業總商會會長巢國明向《大公報》表示，疫情已打擊香港經濟好一段日子，故上月再見下跌，亦屬意料之事。幸好，近期香港疫情似乎好轉，冀能盡快受控，令各行業能全面恢復營業。他說，目前許多企業仍在捱日子，希望新一份施政報告能提出更多支援措施，協助中小企捱過去。

香港表廠商會名譽會長劉健華認為，不少數據已經顯示第三季持續下滑，加上11月美國大選將對貿易改善有衝擊，雖然特區政府在貸款措施仍然着力，但長貸難存，看來年尾一些中小型的企業會支持不了。他又說，對新施政報告期望不大，因可能只是腳痛醫腳，頭痛醫頭，企業只有自求多福靠自己努力。

### 新訂單量跌幅擴大

IHS Markit 首席經濟師 Bernard Aw表示，本港業務活動量與新增訂單量的跌幅擴大，導致業者對第三季經濟下滑的幅度憂慮更深。同時，企業不但擔憂防疫措施收緊，還關注中美貿易爭端、客戶消費愈益審慎，以及企業破產等事宜，因此繼續看淡未來一年的經營前景。他補充，鑒於私營企業持續產能過剩，因此勞動市場於未來數月將仍受壓。

8月PMI降至44.0，反映私營經濟的景氣度再轉差。疫情依然嚴峻，繼續對私營經濟造成打擊，當中以零售業、餐飲業等最受影響。企業8月份業務活動量大幅萎縮，錄得自2至4月封關高峰期以來的最高跌速。

報告指出，8月份產出量與新訂單量的跌幅擴大，導致營商環境加速惡化。

。企業鑒於經濟前景不明朗，因此收縮採購活動、減持庫存，商業情緒則仍頗為悲觀；其整體投入成本基本維持穩定，業者也藉調低銷售價格，以提振業務。市場需求進一步疲弱，衝擊企業對業務前景的信心。8月份數據顯示，企業新接的業務量呈5月份以來的最大跌幅，整體嚴峻。調查又顯示，本地與外銷市場同時轉差，而來自中國內地等海外市場的新增銷售額，跌幅頗為明顯。

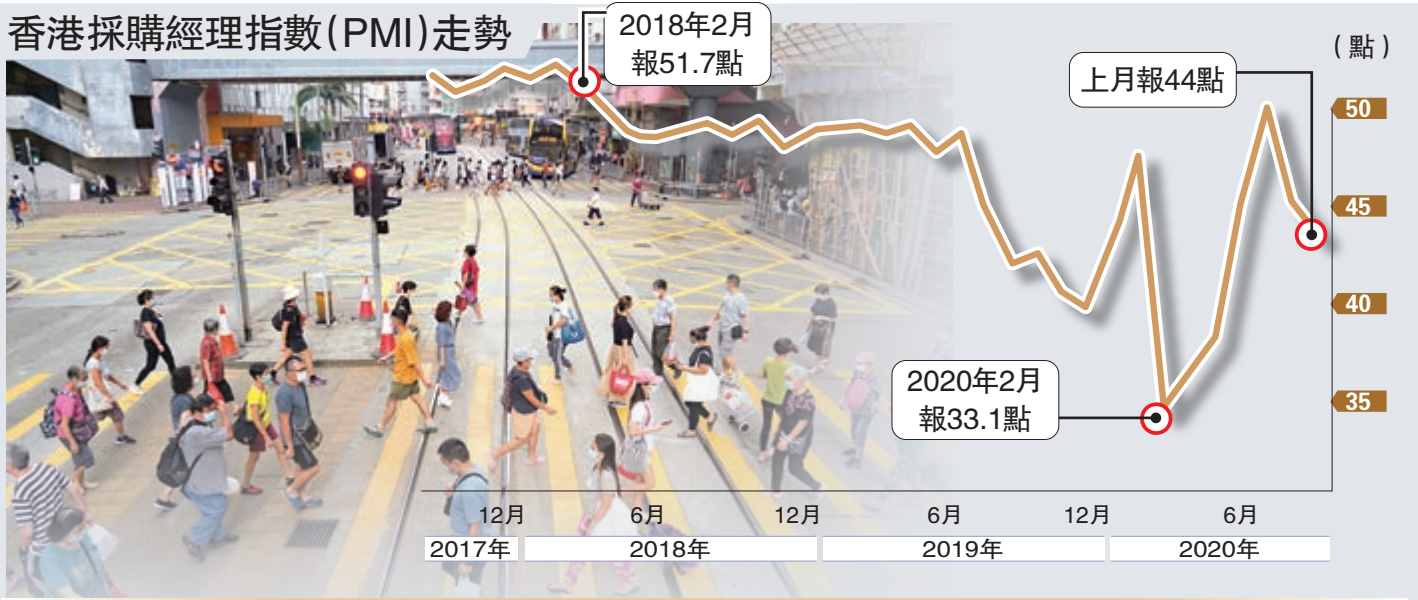
### 貨運網店相關行業受益

再者，商業信心依然嚴重負面，企業對目前的防疫限制、中美貿易緊張、顧客消費審慎、工程擱置等事宜，顯得特別擔憂。相對而言，從事貨運或與網上平台有關的行業，則顯得樂觀。

此外，供應商8月份的供貨履行時間因貨運量有限，以及邊境管制而進一步延長，幅度為4個月以來最嚴重。8月份積壓工作量進一步收縮，反映私營企業持續出現閒置產能，幸而就業水平大致穩定，是月僅輕微下降。由於採購價格的跌幅急劇收窄，因此整體投入價格於第三季中段基本維持不變。薪資成本持續微跌。為刺激銷路，企業8月份調低銷售價格，惟跌幅屬一年以來最輕微。



▲本港市場需求疲弱，不少商舖倒閉



### 港商看營商環境

香港中小型企業總商會會長巢國明	恒生銀行首席經濟師薛俊昇	香港模具及產品科技協會理事長陳鑑光	香港表廠商會名譽會長劉健華	香港工業總會名譽會長郭振華
近期香港疫情似乎受控，但承認中小企仍艱苦經營，期望新一份施政報告能有更多支援	在未有疫苗之前，市民或企業仍擔心有疫情風險，實質經濟特別是基本面仍疲弱，市民消費或企業投資信心不會很快恢復	目前香港經營環境仍很差，美國又處處針對中國，冀港府能支持企業拓新興市場	第三季經濟持續下滑，加上十一月美國大選應對貿易改善仍有衝擊，看來年尾一些中型的企業會支持不了	上月全球都受疫情影響，但香港背靠龐大的內地市場，料本港仍是具吸引力的地方

大公報製表

## 把握「雙循環」國策機遇

### 新聞分析

李信

新冠肺炎疫情繼續衝擊香港各行各業，故上月PMI再跌，已是預料中事，但幾時才能止跌回穩，才是大家關心之事。然而，不少商會人士透露，許多中小企東主為支持下去，已動用私己錢，加按樓貸，甚至賣車賣樓。

然而，即使香港的疫情漸漸穩定，但歐美國況卻反覆不定，仍會影響百業，冀新一份施政報告能提出更多支援措施。

對於有意見建議政府再派錢，惟此

法成效存疑，特別是早前派錢後，不見得本地消費回升，反映大部分市民仍對前景信心不足，寧願「留多個錢」在手，也不大願意消費，故此方法實在行不通。

相反，若政府向每名市民派發一萬元消費券，並設有效期一年，料可刺激市民盡早「洗錢」，對飲食、酒店、娛樂、運輸等重災區，有一定幫助，屆時生意回升，企業自然請多了人，冀當局不要為了節省行政費而放棄此好方法。

此外，自中美展開貿易戰後，許多

海外買家要求港商將生產地由中國搬到外國，不少公司有意在東盟等地設立新廠，惟面對人生路不熟及資金不足的問題而卻步，建議當局可考慮在東盟選擇一個優質的工業園區，設立香港工業園，以特惠租金承租給港商，以助他們可保持競爭力。

再者，近期中央再一次闡述「雙循環」的思路，建議特區政府要全面和準確了解相關思路帶來的機遇，分析香港經濟及港商如何才能受惠於國策之紅利，令它成為港商進一步打進龐大內銷市場的良機。

## 疫情刺激網購 屈臣氏電商業務增90%

【大公報訊】記者李潔儀報道：新冠肺炎疫情全球肆虐，在居家令、隔離令的前提下，改變了消費者的購物模式。長和（00001）零售旗艦屈臣氏集團，旗下全球電子商務在今年第二季度急增超過90%。

屈臣氏集團首席營運總監、屈臣氏亞洲及歐洲行政總裁倪文玲表示，疫情加速電子商務及零售科技的發展，雖然科技有助提升購物體驗，但「聯繫」對零售業的發展相當重要，顧客亦渴望與人溝通、互動。屈臣氏旗下顧客體驗研究團隊WISE，在今年4月進行於全球20個市場，訪問超過2.2萬名年齡介乎15歲至65歲的顧客，了解消費者的購物模式和習慣。

調查結果顯示，有90%受訪者表示將繼續於網上購物，但100%受訪顧客直言，希望重返實體零售店舖消費，尤其是Z世代，三分之一人認為他們會

更加頻密光顧門市，反映顧客希望重返實體店舖與店員交流、互動並親身體驗產品，這對業務復甦起關鍵作用。

目前，屈臣氏集團在全球擁有超過1.38億名忠實會員，為與顧客維持緊密聯繫，集團開始進行社交商貿及社交媒體直播，專為社交媒體而設的內容更增加30%至50%。

另外，在今次的全球調查中，超過70%受訪顧客表示，他們的收入已經或將會受到疫情影響。被問到疫情後生

活方式的轉變時，92%受訪者表示他們將參與更多戶外活動，亦有91%會在家烹飪。較早前，中國屈臣氏發布《女性美妝潮流報告》，分析中國內地顧客的消費和購物方式。數據顯示，越來越多的顧客在晚上11時到凌晨1時期間進行網購，其中牙線、面膜和洗髮水成為最暢銷的貨品。

目前，在中國內地，Z世代擁有最強的消費能力，消費額高達4萬億元人民幣，佔全國家庭消費的13%。

### 屈臣氏疫後消費新趨勢

- 100%受訪者表示，疫情後會回到實體店舖購物
- 30%受訪者會增加在實體店和網上商店消費
- 72%受訪者指疫情影響收入，因而改變消費能力
- 隨着生活習慣改變，逾90%受訪者表示會參加戶外活動、在家烹飪

大公報製表

## 自煮需求大 一田超市生意升39%

【大公報訊】記者李潔儀報道：一田百貨行政總裁黃思麗表示，隨着本港疫情轉趨穩定，百貨業務有望谷底反彈。



▲黃思麗指，疫情趨穩定，惟今年百貨業務生意難以回復增長 大公報攝

，惟預期全年百貨業務的生意難以回復增長。

黃思麗指出，今年上半年一田整體銷售按年上升16%，其中受惠市民留家煮食及在家工作，超市生意升39%，尤以西環及新蒲崗店表現最好，銷售升50%。

至於百貨業務方面，黃思麗表示，百貨業務仍然受壓，上半年錄得雙位數跌幅，雖然近月業務與上半年相若，但估計百貨業務已趨穩定，且開始從谷底上升。

疫情期間帶動的網購生意，成為零售業界的「逃生門」。黃思麗透露，一

田eShop在5月份推廣活動期間，生意額升超過一倍。不過她直言，網店業務僅佔整體生意一小部分，未來會增加投資，希望可提升顧客體驗。

另外，一田在疫市中繼續擴張，開設首間概念店「KONBINI」，佔地3770平方呎，是一田13間分店面積最小的。黃思麗表示，KONBINI的日文是「便利店」的意思，為區內居民及上班族一族提供輕食與食材。

黃思麗提到，KONBINI店投資600萬元，預料人均消費約50至80元。她表示，該店為新營運模式試點，預計回本期約3年，跟超市回本期相若。

## Visa：減少接觸 感應支付佔比升至70%

【大公報訊】新冠肺炎疫情期間，香港及亞太地區其他市場的消費者轉向使用電子支付。Visa香港及澳門區董事總經理史美琪表示，疫情期間，香港以及亞太其他市場的數碼支付普及率領先全球。電子商貿交易額（不包括旅遊相關開支）上升10個百分點，主要由於雜貨和食品配送增加。

與此同時，消費者出境旅遊仍受限制，只能透過跨境電子商貿方式購物，因此跨境電子商貿交易亦錄得增長。在疫情持續的情況下，意味着更多消費者於商店或零售商結賬時會選擇電子支付。目前，Visa感應式支付佔香港Visa實體交易70%以上，較疫情前的可比數

據上升了10個百分點，遠高於亞太區的平均水平（41%）。

Visa調查又發現，自疫情爆發以來，亞太區五分之一的消費者首次嘗試網上購物。此外，35%的香港消費者更願意透過網上購物，而67%的受訪者認同商戶發展網上業務尤為重要。

疫情除影響消費者行為外，亦對其收入造成打擊。環聯公布最新一期的香港消費者財政困難研究報告顯示，與上一輪調查（6月尾）比較，家庭收入受到疫情影響的消費者從68%增至71%，增加了3個百分點。原因可能是表示自己工時被削減的消費者由上一輪調查的55%上升至60%，增加了5個百分點。

## UNIQLO疫市擴張 澳門大三巴開店

【大公報訊】不少零售品牌在疫市刪減開支，關閉門店，但迅銷（06288）旗下UNIQLO生意卻逆市上升。UNIQLO日本國內門市8月營收按年增近30%，連續3個月出現增長。銷售利好，推動公司看好後市，UNIQLO公布將於澳門開設大三巴前店，預計9月30日正式開幕。

UNIQLO公布，新店樓高5層，銷售面積1772平方米，將成為品牌在澳門最大型門店。集團透露，新店選址於澳門旅遊和商業圈的中心地帶，將於港澳地區首次引入品牌的「UTme!」個性化定製服務，讓顧客設計專屬個人的T恤等，並將聯同當地插畫師，合作發展具本地元素的「UTme!」設計。

## 勵晶太平洋斥2941萬購生科初創企

【大公報訊】勵晶太平洋（00575）近日以發行4.2億新股的方法，涉及金額約379萬美元（約2941萬港元）收購Deep Longevity Inc（DLI）所有股權。勵晶太平洋行政總裁Jamie Gibson指出，收購DLI，可藉此引入多位於長壽和健康生物技術領域具有豐富

投資經驗的投資者和企業家作為股東，以擴大股東基礎，也有助集團擴展新興AI和長壽醫學領域。DLI創辦人及行政總裁Alex Zhavoronkov表示，中國的市場潛力非常巨大，將是重要目標市場之一，會採取同其他公司合作的戰略進入中國市場。