

國貨食品崛起 港商擬引入百個品牌

遠大李志峰：先拓港澳市場 適時進軍東南亞



港商訪談

近年內地罐頭等食品發展快速，不少產品暢銷全球。然而，仍有不少港人不理解內地產品或品牌，加上零售商採購新產品態度保守，令港人錯失很多品嘗優質國產品牌的機會。香港中華出入口商會副秘書長李志峰相信，有麝自然香，透過潛移默化，港人始終會「識貨」，以喜茶為例，曾吸引不少人排隊購買。身兼遠大貿易公司副總經理的李志峰表示，遠大計劃5年內代理百個內地品牌到港澳，讓更多人有機會品嘗優質產品。

大公報記者 李信

近年內地罐頭等食品百花齊放，不少已風行海外，但始終在香港發展受限。李志峰接受《大公報》訪問時強調，相比過去，內地食品有了質的飛躍，不論品質及設計都很出色，但在香港發展仍不及預期。問題在於，不少港人對內地罐頭等食品存有歧見，對內地產品的印象仍停留在十多年前，依然有些抗拒，以致錯失品嘗許多好食品的機會。「內地生產全世界最多最好的產品，但無奈仍有人接受不了，實在可惜。」

冀改變港零售商保守作風

再者，香港零售商採購新產品態度保守，以致沒有太大動力引進內地產品。他說，香港零售商對引進新產品十分保守，要求產品一定熱銷才能上架，但不嘗試就永遠不知是否好賣。相反，澳門零售商開放很多，而且當地超市沒有大集團壟斷，勇於讓新產品上架，銷售一段日子後，若反應欠佳才會下架。



▲長城牌午餐肉合作推出微縮電車玩具，非常暢銷。

推廣面對種種困難，李志峰相信，有麝自然香，透過潛移默化，逐步改變港人的印象，再過五年、十年，讓情況有所改變。「內地有這麼多好產品，當年喜茶引入香港，曾經吸引大批人排隊購買，故假以時日，相信更多市民會接受更多內地品牌。」

參加各類展覽 測試市場反應

李志峰從事食品批發，任職遠大貿易公司副總經理，在引進內地品牌方面，頗為雄心壯志，力爭5年內引進百個內地品牌，計劃首先拓展港澳市場，再進軍東南亞地區。他說，屆時相關產品將參加加工展會、各類展覽，測試市場反應。

夥玩具商 加強品牌推廣

在推廣工作方面，李志峰表示，遠大在多方面有不同嘗試，以往產品沒有代言人，但去年找來星級大廚「三姐」（蕭秀香）為旗下午餐肉做代言人，反應甚佳，不少客戶在展覽會看到「三姐」，二話不說就買了幾罐午餐肉。

同時，遠大還跨界合作，旗下「白豬仔」長城牌午餐肉與專門製作微縮玩具的Tiny合作，推出微縮電車玩具，並推出「白豬仔」款式的麻雀，相關產品非常暢銷，讓產品成功接觸到不同年齡層的消費者，有助刺激產品銷量。



▲遠大貿易是本港主要食品批發商，代理罐頭等多個食品品牌。



李志峰言論

- 部分港商對內地的認知，仍停留在二十年前，未能與時並進
- 經過潛移默化，本港市民會愈來愈接受內地品牌
- 趁現時內地消費者仍對港澳品牌有所嚮往，港商應虛心學習內地消費文化，令營銷更貼地

▲李志峰計劃5年內引進百個內地品牌，首先拓展港澳市場，再進軍東南亞地區。

港商拓內銷 產品創新是關鍵

改變觀念

內地消費力不斷提升，吸引許多港商進軍內地市場。然而，能在全國打響知名度的香港品牌，卻寥寥可數。在內地從商多年的香港中華出入口商會副秘書長李志峰坦言，近十年港商在內地成績一般，因許多人對內地的認知仍停留在20年前，又不肯虛心了解內地現況，且創新力不足，故內銷事倍功半。

李志峰認為，現時港商拓展內銷市場，其中一個關鍵問題是，始終未能全

心全意了解內地實況，又未能更新商業模式，且遲遲未見很突破產品。相反，內地企業家肯拚又願意新嘗試，例如蒙牛這樣大的企業，也不斷創新產品。

對於當前困局，他認為主因是許多港企老齡化問題嚴重，下一代接手時，可能已50歲，到這個年紀才接班，到底還有多少學習力？再者，不少港商在內地經營多年後，其廠房的土地已大幅升值，許多人選擇將地方租出去或重新建樓，從而賺取不菲的收入，如此漸漸令

港商失去往日拚勁和「狼性」。

廣交朋友 掌握貼地資訊

李志峰勸喻港商，若有意在內地幹一番事業，必須轉變思維，花更多時間學習內地新事物，並認清本身優勢所在。他認為，現時內地消費者仍對港澳品牌有一定嚮往，只要用心做，始終有回響。「在內地要做生意，必須廣交朋友，要長時間交流，從中獲得貼地的資訊。」

掌握消費潮流 營商少走彎路

新聞分析

面對內地龐大的內銷市場，愈來愈多港商北上覓商機，但內銷之路不易行，成功者更寥寥可數。究其原因，主要是港商對內地市場了解不夠透徹，營商模式欠「貼地」，以致無法成功。因此，港商要虛心學習內地實況，了解消費文化和潮流，配合電商平台促銷，方能事半功倍。同時，特區政府、貿發局及商會應邀請一些熟識情況的人士，指點迷津，港商才能少走彎

路。正如不少商會人士所言，若想內銷有成果，港商必須拋開以往的思維，虛心從頭學習當地消費和營銷文化。例如：抖音和小紅書均為內地年輕人的最愛，如何透過這些平台虜獲年輕消費群，非常考功夫，港商應了解運作模式，亦可招聘緊貼相關潮流的員工，專責有關工作，以便最快掌握市場動向，從而調整營銷策略。

另外，現時有不少機構及團體經常

舉辦北上交流活動，惟當中不乏流於形式化和表面化，欠缺深度和廣度。因此，希望日後的活動更多涉及實際技術、營銷及經驗交流，方能讓港商真正受惠。

值得一提，現時香港有關內地行業的報告，往往流於政策分享、行業概覽等資料，欠缺一些實戰分享個案，冀將來這些報告能更「貼地」，反映市場走勢及更多分析報道，才能協助港商打入內銷市場。

買家審慎 十大屋苑成交14個月新低

【大公報訊】按揭證券公司放寬樓花按揭，暫未為新盤帶來沖喜作用，樓市繼續充斥觀望氣氛，二手交投呆滯。本港兩大代理統計的十大屋苑，於過去周末成交量均創14個月新低。

中原統計的十大屋苑於過去周末只有1宗成交，按周減少5宗或83.3%。中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁陳永傑表示，高息環境下，買家入市審慎，市場預期樓價調整未完，加上屯門新盤銷情未如理想，部分買家觀望下月施政報告公布更有效的減辣措施，料短期內二手市場處於膠着狀態。

美聯物業統計的十大屋苑周末交投量為2宗，按周跌66.7%，創2022年7月2日至3日至今約14個月新低。美聯物業住宅部行政總裁（港澳）布少明表示，按揭證券公司放寬樓花按揭，然而壓力測試未有同步放寬，對提振整體樓市作用不大，僅利好新盤選擇「即供」付款辦法之買家，加上去年底或再加息，樓價下調壓力仍大。

數年前以高價開賣的納米樓，在淡市之下身價持續下滑。消息指，臻尚高層B3室，實用面積299方呎，剛以520萬易手，實呎

17391元，原業主於2019年斥602.3萬一手購入，現賬蝕82.3萬，物業4年貶值13.7%，蝕幅為項目入伙以來最大。

日出康城MARINI第3B座高層E室1房戶，實用面積380方呎，代理指剛以586萬沽出，為屋苑入伙逾2年來同類新低價，原業主2019年9月以606.8萬一手買入，賬面蝕20.8萬元。

皓畋再錄損手 賬蝕273萬

何文田皓畋再錄損手，消息指出，該屋苑7座低層C室，實用面積679方呎，成交價



▲美孚新邨於周末僅錄1宗買賣成交。

1250萬元，實呎18409元；原業主於2018年以1523.2萬一手買入，賬面虧蝕273.2萬，貶值17.9%。

新界二手蝕未停，東涌映灣園6座低層F室2房戶，實用面積548方呎，代理指剛以642萬元賣出，原業主持貨逾5年，賬面蝕33萬或4.9%。

祥益地產區域董事黃慶德透露，屯門海典軒2座高層A室，實用面積638方呎，附簇新裝修，放盤3日即獲用家以838萬購入，原業主持貨逾3年，賬面賺25.2萬元，扣除雜費料微蝕逾21萬元。

翠華花園失守300萬

沙田上車屋苑翠華花園失守300萬，消息指，成交為A座高層8室，實用面積215方呎，造價298萬元，實呎13860元，原業主持貨12年，賬賺逾1倍。翻查資料，樓下低一層8室於3年前以395萬賣出，今次高一層卻賣平24%。

祥益地產高級分行經理黃文樂說，屯門新園苑C座低層1室，實用面積554方呎，以365萬元連地價易手，低市價約6%。

資金撈底 商舖上月買賣增35%

【大公報訊】中細價商舖吸引資金趁低吸納。據美聯工商舖資料，今年8月份商舖註冊量錄106宗，按月升35.9%，創14個月新高；註冊金額約17.4億元，按月增約8.3%。

中細價商舖註冊量升幅顯著，價值500萬以上至1000萬元物業錄得17宗，按月飆約1.4倍，為升幅最大的板塊，其次為1000萬以上至2000萬元的商舖物業，8月錄得24宗登記，按月增加約71.4%。至於價值500萬元或以下的商舖註冊量錄46宗，按月上升9.5%。逾億元的商舖註冊錄3宗，包括英皇道瑞士樓多個舖位、荃威花園1期地下及商場及西營盤永興樓多個舖位，作價分別為2.49億、1.7億及1.15億。

渣打擬推信用卡優惠 搶攻夜消費

【大公報訊】政府推動「香港夜繽紛」活動，渣打銀行（香港）積極配合。該行個人、私人及中小企業銀行部（簡稱CPBB）業務主管文偉成表示，目前正與兩、三間大型地產商磋商合作，初步計劃在晚上9時後提供信用卡消費優惠，先由餐廳食肆做起，下一步再推廣至其他零售層面。

與國泰聯營卡發卡飆2倍

隨著本港零售市道復甦，渣打香港的信用卡業務亦錄得強勁反彈。以渣打與國泰推出的聯營Mastercard為例，在今年首8個月，新卡發卡量按年飆升2倍；簽賬則上升60%，當中以海外簽賬額升幅較顯著，有1.5倍。

因應「十一黃金週」臨近，渣打集團分別安排旗下位於大園和內地深圳的分行提供一星期七日營業服務，加強為跨境旅客提供銀行服務。大園分行主力服務內地跨境旅客，深圳卓越支行則服務北上的香港旅客。文偉成表示，一星期七日營業的安排由9月起試推，將於3至4個月後檢討。上述兩家分行在周末提供的服務以開戶為主，附加部分財富管理服務。

增財管中心 核心區機場見舖

在今年首8個月，渣打香港的高端客戶群（資產淨值達100萬港元或以上）按年增加1.5倍，當中來自內地的高端客戶開戶量升幅更高，達2倍。為把握高端客戶群帶來的豐厚增長潛力，渣打旗下第四間財富管理中心上周於金鐘太古廣場正式開幕。其他三間財富管理中心分別位於中環、尖沙咀及銅鑼灣。他表示，財富管理中心有助吸納新客，渣打日後擬於中環、尖沙咀、機場增設新址，惟前提是必須覓得理想舖位。

儘管香港的投資市場氛圍一般，例如港股表現持續低迷，文偉成指CPBB在今年首8個月的整體業務表現理想，有信心可保持增長趨勢，對業務前景審慎樂觀。他續說，雖然市況波動，息口仍高企，而渣打提供的產品相當多元化，可滿足不同客戶的需求。

舉例，內地訪港旅客的新造保單量已超越疫情前水平，對於美元和港元定期存款，以至ESG產品的興趣近期亦見趨升。



▲文偉成對財管業務審慎樂觀。 大公報攝

周末一手54宗交投 增1.3倍

【大公報訊】新盤方面，綜合市場資訊，過去周末一手成交約54宗，較對上周末增逾1.3倍。

佳明集團發展的土瓜灣明雋新增「720天先住後付款計劃」，市場反應踴躍。佳明集團營業及市務總監馮倩平表示，全新付款計劃只需繳付樓價6%即可取匙入住，項目昨天連售9伙，涵蓋開放式及1房，成交價由至439.3萬至586.6萬元，呎價由19016至22649元。明雋9日共售11伙，吸金5800萬。

此外，長實及新地合作的屯門飛揚

1期昨天共錄得2宗成交，分別為項目僅餘最後1伙3房連天台特色戶及1伙2房梗廚單位。長實營業部助理首席經理楊桂玲表示，買家均為租客，參觀現樓單位後，對項目質素及景觀進一步確認，因此即時決定轉租為買。

建灝地產旗下九龍城文曜繼續成交，建灝地產集團投資及銷售部董事鄭智榮表示，文曜開放現樓示範單位以來，累計錄得23伙單位已獲預留及選購。而截至昨晚，短短5日累計售出19伙，套現約2.008億元。