

中國免簽國擴至38個 赴華旅遊搜索量暴漲

【大公報訊】據央視網報道：中國免簽「朋友圈」再擴大，據中國外交部近日介紹，享受中國免簽待遇的國家擴大至38個。消息一經公布，各旅遊平台上中國相關目的地搜索熱度大漲。業界預測，2024年冬天，「來中國旅遊」又要「燃」起來了。

在攜程海外平台的歐洲站點和日本站點，中國目的地搜索熱度分別環比增長65%和112%，從日本多地直飛中國的航班查詢度也大幅上升。

另外，11月1日至5日，韓國某旅遊電商平台赴華跟團遊產品預訂量環比大增91%。

A2



▶享中國免簽待遇的國家再度擴大，圖為外國旅客從北京首都機場邊防檢查站入境。新華社

呎租1044元 按年上升7%

尖沙咀舖租冠亞太 餐飲業靠特色搶客

調整策略

戴德梁行近日發表報告顯示，尖沙咀主要街區商舖呎租1044元，按年升7%，蟬聯亞太區最貴，表現跑贏舖租升3%的銅鑼灣。香港舖位精英會創辦人兼主席陳志實指出，尖沙咀挾三線（高鐵、東鐵及港鐵）匯聚優勢，便利旅客前往，加上商舖組合趨年輕化，吸引內地客，支持租金上升。

事實上，香港在疫後審時度勢推出多項政策，舉辦盛事振興旅遊業，帶動今年首10個月訪港旅客按年大增37%，刺激消費市道回暖，吸引大量本地及過江龍在港擴張或落戶。綜觀各行各業，以餐飲業（餐廳／茶飲／小食店）擴充態度最積極，佔整體租賃市場三分之一。分析認為，新常态下餐飲業調整策略，憑「特色化」吸客，人氣大增。

大公報記者 林惠芳 周寶森

尖沙咀在全球最貴零售租金排名第四，較2023年降一位，但仍居亞太區最貴零售地段；銅鑼灣舖位呎租929.5元，排名亞太區第二位，按年升3%。在疫前，銅鑼灣羅素街一度榮登全球最貴租金商業街，但現被尖沙咀取代。

有「舖王經紀」之稱的陳志實對《大公報》表示，尖沙咀和銅鑼灣都屬傳統旅客區，但內地前往尖沙咀更方便，加上近年消費模式改變，內地旅客年輕化，尖沙咀一帶較受內地旅客歡迎，支持尖沙咀舖位租金上升。

另有業內人士指，尖沙咀租金跑贏銅鑼灣，主要源於業權擁有者的分別。其中尖沙咀廣東道一帶商舖業權非常集中，尤其九倉持有的海港城已佔據半壁，有較高議價力。反觀銅鑼灣羅素街業權分散，個別業主為免長期丟空，寧願割價出租，對商戶選擇幾乎「來者不拒」，因此相信未來數年尖沙咀街舖租金會繼續看高一線。

連鎖餐廳積極進駐

事實上，隨着來港旅客消費模式的轉變，追求地道遊、特色遊，主打特色美食的餐飲店趁勢在尖沙咀擴張，除了茶飲店和小食店外，連鎖餐廳也表現積極。如富華冰室今年6月以每月約25萬元承租尖沙咀漢口道地舖、網紅店茶餐廳華嫂冰室以45萬元租尖沙咀加連威老道10號加威中心地下連1樓；另一連鎖茶餐廳紅茶冰室，獲旅客在小紅書積極推介，門外經常大排長龍，該店正積極覓舖擴充，主力物色3000至4000方呎舖位。

陳志實表示，尖沙咀和銅鑼灣是商戶熱門選址，一線街舖租金普遍較高峰期大跌七成，不少商戶認為租金已觸底，因而相繼出手租舖落戶。

盛滙商舖基金行政總裁李根興表示，現時商舖租務市場較年初活躍，以該公司為例，年初時平均每周接獲5個潛在租客出價，最新願意出價的租客倍增至10個。

店主：突圍要創新 體驗獨特

數據顯示，今年首10個月，訪港旅客為3670萬人次，按年上升37%；今年首9個月，香港零售業總銷貨數量的臨時估計下跌7.6%。可見整體消費市場「旺丁」未「旺財」，餐飲業要突圍，必須推陳出新。本地魚生便當店Pickabowl聯合創辦人譚諾文表示，香港餐飲業需要從依賴傳統模式，轉向更注重新和提供獨特體驗的模式。現在的消費者更注重體驗，因此餐飲業需要提供嶄新、與眾不同的東西。

餐飲店近期尖沙咀舖位租賃成交

商舖	面積(方呎)	月租(萬元)	呎租(元)	租客
加連威老道20至22A號地庫	2558	8	31	太興集團
加連威老道幸福大廈58號舖	750	5	67	星座冰室
加連威老道加威中心地下連1樓	7330	45	61	華嫂冰室
漢口道8至10號漢中大廈地下	2700	25	93	富華冰室



▲尖沙咀挾三鐵線匯聚優勢，受內地旅客歡迎，支持舖位租金。大公報記者何嘉駿攝

2024年亞太區主要零售大街排名

2024年	2023年	零售街區	每月呎租(港元)	按年增長(%)
1	1	中國香港尖沙咀	1044.5	+7
2	2	中國香港銅鑼灣	929.5	+3
3	3	日本東京銀座	770.9	+25
4	4	日本東京表參道	616.9	+14
5	6	日本大阪御堂筋	539.5	+9
6	5	澳洲悉尼彼特街購物中心	521.3	不變
7	8	中國香港中環	468.7	+6
8	7	日本東京新宿	462.2	不變
9	9	韓國首爾明洞	447.2	+3
10	10	韓國首爾江南站	386.8	+1



茶飲店加速落戶香港 吸收經驗助外闖

獨特優勢

隨着疫情後經濟復甦，香港憑藉獨特的地理位置、成熟的市場環境及政策支持，吸引來自內地、亞太及北美的多家知名品牌進駐，揭示市場對香港營商環境的高度信心。當中，內地品牌加速進軍香港市場。

據投資推廣署資料顯示，內地連鎖茶飲品牌二現萃茶，選擇將尖沙咀作為香港首間門店。品牌創始人兼行政總裁呂甫原指出，香港作為全球貿易樞紐，能有效助力品牌拓展至東南亞、日本、韓國及澳洲等地。

此外，來自深圳的手工啤酒品牌貓員外精釀啤酒則把握香港舖租有所下降的機遇，在上環及中環分別開設兩間分店。該品牌經理陳漢強強調香港多元化顧客群的重要性，能為品牌提

供前瞻性的意見，從而以國際視野研發產品和品牌策略。

泰生活品牌進港 連接內地市場

亞太地區的零售品牌亦積極來港作為區域擴展的據點，並看重與內地市場連接。泰國高端生活品牌PAÑPURI在尖沙咀開設首間門店，董事總經理Pramote Dechaboonsiripanich表示，香港是通往內地的門廊，品牌目標在香港開設三至四間門店，並設立辦事處，以統籌內地、香港和澳門的業務。

另一方面，美式墨西哥餐廳Santa Monica Cantina落戶中環蘇豪區，其總監Eddy Bundro對香港餐飲業的前景充滿信心，他認為，香港自疫情後已強勁復甦，無論娛樂節目或夜生活

均在蓬勃發展。

同時，Super Fab Foods Ltd於尖沙咀開設美國蝴蝶餅連鎖店Auntie Anne's首間香港門店，公司董事總經理Dhiraj Kundamal表示，香港是全球開設業務門檻最低的地區之一，擁有高效的銀行體系，以及豐富的技術勞動力資源，其國際地位亦更有利企業控制多元供應鏈，是營商的理想城市。

除了零售，也有企業看好網購市場。專營日本百貨的網上平台YAICHI集團聯合創始人劉擊諾亦分享稱，香港消費者近期在該平台購買的商品有增無減，例如新鮮食品、化妝護膚品等。該平台所見，過去一年，日本和牛、海鮮、清酒等食品銷售明顯增長3倍，並提及在疫情後家居開派對聚會成為常態。

迎消費旺季 上月舖位租賃量值齊升

市道回暖

本港零售氣氛持續回暖，在憧憬聖誕及新年長假的傳統消費旺季帶動下，商戶率先承租舖位，帶動10月份舖位租賃成交量及金額按月大增近20%及30%。業界預期，本月及下月舖位租務市場繼續暢旺。

中原（工商舖）最新資料顯示，全港10月

錄323宗商舖租務成交，較9月的271宗上升19.2%；租金成交額共約3091萬元，按月大升29.5%；舖位承租樓面則約46.8萬方呎，較9月的約34.4萬方呎增加36%。

聖誕及跨年活動刺激零售

中原（工商舖）商舖租賃部高級區域營業

董事何潔釵分析，內地多家知名品牌積極落戶香港，當中網購實體店以及無人機生產商的租戶性質相對新穎，反映在租金回調下，更多新興品牌願意進軍香港作試金石，且不少零售及餐飲業的租客希望盡快落實租務，以迎接聖誕及新年消費旺季。零售好轉，預料本月及下月租務繼續向好，交投量穩中向上。

責任編輯：陳少文 美術編輯：徐家寶



報料熱線 9729 8297
newstakung@takungpao.com.hk



督印：大公報（香港）有限公司 地址：香港仔田灣海旁道7號興偉中心3樓 www.takungpao.com
電話總機：28738288 採訪部：28738288轉 傳真：28345104 電郵：tkpgw@takungpao.com
廣告部：37083888 傳真：28381171 發行中心：28739889 傳真：28373764 承印：三友印務有限公司
地址：香港仔田灣海旁道7號興偉中心2-3樓